



universität
wien

MAGISTERARBEIT

Titel der Magisterarbeit

„Vom Wetterbericht zur Wettershow!?
Eine Untersuchung dieser Entwicklung anhand verschiedener
europäischer Fernsehsender.“

Verfasserin

Ursula Wares, Bakk. phil.

angestrebter akademischer Grad

Magistra der Philosophie (Mag. phil.)

Wien, im Juli 2010

Studienkennzahl lt. Studienblatt:

A 066 841

Studienrichtung lt. Studienblatt:

Publizistik- und Kommunikationswissenschaft

Betreuerin / Betreuer:

Dr. Rainer Gries

Abstract

Die vorliegende Arbeit beschäftigt sich mit dem Wetterbericht im Fernsehen und mit dessen Entwicklung. Im Zentrum der Untersuchung steht die Wandlung des Wetterberichts, der reine Fakten liefert, hin zu einer Wettershow.

Um einen besseren Überblick über die Entwicklung machen zu können, habe ich neben den österreichischen Fernsehsendern ORF, Puls4 und ATV auch Sender anderer europäischer Länder mit einbezogen. Im Konkreten handelt es sich um folgende Sender.

- SF (Schweiz)
- Das Erste (Deutschland)
- HR (Deutschland)
- ZDF (Deutschland)
- France 24 (Frankreich)
- Nova TV (Kroatien)
- BBC (England)
- Rai Uno (Italien)

Im theoretischen Teil wird die Geschichte des Wetterberichtes aufgerollt. Vom Ursprung des Wetterberichts bis hin zu den ersten Wetterkarten und Berichten, die natürlich anfangs in Zeitungen zu finden waren.

Außerdem wird genaues Augenmerk auf die Arbeit der Meteorologen gelegt. Wie wird ein Wetterbericht erstellt? Welche Probleme ergeben sich dabei?

Im Anschluss wird ein genauer Blick auf die Wettershow geworfen, was sie ausmacht und seit wann diese Entwicklung zu beobachten ist. Wie so oft, ist auch hier zu beobachten, dass die Wettershow in den USA ihren Ursprung hat und erst später nach Europa gekommen ist.

Das Phänomen „Wettershow“ wird zunächst anhand der österreichischen Fernsehsender, allen voran dem ORF untersucht. Hierzu habe ich Interviews mit der ORF- Wettermoderatorin Dr. Christa Kummer und dem ehemaligen ORF und ATV- Wettermoderator Mag. Andreas Jäger geführt.

In den Interviews wird auch besonderes Augenmerk auf das Phänomen der Personalisierung beim Wetter gelegt.

Mit der Entwicklung hin zur Wettershow sind auch die Moderatoren immer mehr zu Stars geworden, die die Menschen täglich in ihren Wohnzimmern besuchen und so entstehen auch parasoziale Beziehungen. Aber das „Star- sein“ hat für die Wettermoderatoren nicht nur Vorteile, denn der Wettermoderator ist im Auge der Rezipienten auch immer für das Wetter verantwortlich.

Als nächstes werden die einzelnen, zu untersuchenden Sender genau beschrieben.

Zum empirischen Teil: Die von mir gewählte Methode ist die der Programmanalyse. Als Untersuchungsmaterial haben mir sieben Wettersendungen jedes Senders gedient.

Im Zuge der Programmanalyse sind die von mir gewählten Sender mittels Codebogen nach zuvor festgelegten Kategorien überprüft worden.

Die Auswertung hat gezeigt, dass es eindeutig einen Trend hin zur Wettershow gibt, auch wenn nicht alle der sieben aufgestellten Hypothesen verifiziert werden konnten.

Folgende Studie versteht sich als Beitrag zur kommunikationswissenschaftlichen Untersuchung von Wettersendungen und ihren Entwicklungen.

Die Untersuchung zeigt Trends und erfasst Tendenzen, die weiteren Untersuchungen Anstoß und Hilfe liefern können.

Eidesstattliche Erklärung

Wien, am 25.07.2010

Hiermit erkläre ich, dass ich vorliegende Arbeit selbstständig verfasst, keine anderen Hilfsmittel als die angegebenen Quellen und Literaturhinweise verwendet habe und diese in der Arbeit auch kenntlich gemacht habe.

Ich versichere, dass ich diese Magisterarbeit bisher in keiner Form im Inland oder Ausland als Prüfungsarbeit vorgelegt habe.

Ursula Wares

INHALTSVERZEICHNIS

Einleitung.....	1
Erkenntnisinteresse	2
Aufbau der Arbeit.....	2
Methode.....	4

I: THEORETISCHER TEIL

1. Das Wetter in den Medien.....	5
1.1 Begriffserklärung	6
1.2 Die Geschichte des Wetterberichts.....	7
1.3 Erstellung einer Wetterprognose	11
1.3.1 TAWES.....	33
1.3.1.1 ALDIS.....	34
1.3.2 Probleme bei der Erstellung einer Prognose.....	35
1.3.3 Schuld ist immer der Meteorologe.....	36
1.4 Erstellung eines Medienwetterberichtes.....	38
1.5 Der Wetterbericht: Das Produkt.....	43
1.5.1 Verständlichkeit des Wetterberichts.....	43
2. Vom Wetterbericht zur Wettershow.....	47
2.1 Das Wetter als Show.....	47
2.1.1 Infotainment.....	49
2.1.2 Sonderwetterformen.....	62
2.2 Der Moderator.....	66
2.2.1 Vermarktung der Moderatoren durch die Sender.....	68
2.2.2 Vermarktung des Moderators durch andere Medien...	71
2.2.3 Selbstvermarktung der Wettermoderatoren.....	71
2.2.4 Wettermoderatoren müssen nicht unbedingt Meteorologen sein.....	73
2.3 Das Geschäft mit dem Wetter.....	75
2.4 Die ersten Wettershows im ORF.....	80
2.4.1 Das ORF- Wetterzimmer.....	81
3. Das Wetter bei den Österreichischen Privatsendern.....	83
3.1 ATV.....	84
3.2 Puls 4.....	86
4. Das Wetter in Europa.....	88
4.1 Deutschland.....	90
4.1.1 Meteomedia.....	90
4.1.2 Der Deutsche Wetterdienst.....	93
4.2 England.....	94
4.3 Frankreich.....	95
4.4 Italien.....	96
4.5 Kroatien.....	98

4.6 Schweiz.....	100
<u>II: EMPIRISCHER TEIL</u>	
5. Methode: Die Inhaltsanalyse.....	102
5.1 Definitionen von Inhaltsanalyse.....	103
5.2 Programmanalyse.....	107
5.2.1 Formen der Programmanalyse.....	107
6. Durchführung	110
6.1 Codebogen.....	111
7. Forschungsfragen und Hypothesen.....	115
7.1 Forschungsfragen.....	115
7.2 Hypothesen.....	116
8. Auswertung der einzelnen Sender	116
8.1 Die ORF- Wettersendung	117
8.2 Das ATV- Wetter.....	118
8.3 Puls 4-Wetter.....	121
8.4 Das ZDF-Wetter.....	122
8.5 „Das Wetter im Ersten“- Das Erste.....	124
8.6 HR Hessischer Rundfunk.....	126
8.7 Schweizer Fernsehen- SF Meteo.....	129
8.8 France 24.....	131
8.9 Nova TV.....	132
8.10 BBC-Wetter.....	133
8.11 RAI UNO.....	134
9. Auswertung.....	136
9.1 Auswertung Studio.....	136
9.2 Auswertung Karte.....	138
9.3 Farbklima Studio und Karte.....	141
9.4 Auswertung Musik.....	146
9.5 Auswertung Sprache.....	147
9.6 Auswertung Moderator.....	149
10. Überprüfung der Hypothesen und Beantwortung der Forschungsfragen.....	151
Schlussbetrachtung	154
Bibliographie.....	157
ANHANG:	
Codebuch ORF	
Codebuch ATV	
Codebuch Puls 4	
Codebuch BBC	

Codebuch Nova TV

Codebuch France 24

Codebuch ZDF

Codebuch HR Hessischer Rundfunk

Codebuch Das Erste

Codebuch SF Schweizer Fernsehen

Codebuch Rai Uno

Interview mit Christa Kummer am 27.7.2009

Interview mit Andreas Jäger am 23.7.2009

LEBENS LAUF

Grafik- und Abbildungsverzeichnis:

Abbildung 1: ORF- Wetterdaten.....	14-32
Abbildung 2: Ablauf der Kommunikation.....	44
Abbildung 3: Messnetz der Meteomedia.....	90
Abbildung 4: Aufbau des kroatischen Wetterdienstes.....	98
Grafik 1: Auswertung Studio.....	137
Grafik 2: Auswertung Karte.....	139
Grafik 3: Farbklima 1.....	141
Grafik 4: Farbklima 2.....	142
Grafik 5: Auswertung Musik.....	146
Grafik 6: Auswertung Sprache.....	147
Grafik 7: Auswertung Moderator.....	149

Einleitung

Das Wetter lässt niemanden kalt. Seit Anbeginn der Menschheit ist das Wetter von Interesse. Wird es schön oder schlecht? Wird die Ernte gut, oder ist eine Missernte zu befürchten?

Das Wetter ist gleichzeitig aber auch eines der beliebtesten Themen, um ein Gespräch zu beginnen. In den vergangenen Jahren hat sich das Interesse am Wetter noch mehr gesteigert. Fernsehen, Radio und auch Zeitungen messen den Wetterberichten erhöhte Bedeutung zu. Was früher ein reiner Faktenbericht war, wird heute durch diverse Gestaltungselemente aufbereitet und für die Rezipienten schmackhafter gemacht. Es wird auch anhand des täglichen Wetterberichtes versucht, den Seher, Hörer oder Leser zu binden.

Medien als auch Rezipienten sind sich über die Bedeutung des Wetterberichtes einig. In der kommunikationswissenschaftlichen Forschung finden sich allerdings kaum Untersuchungen zum Thema Wetter beziehungsweise zur Wettershow. Eine der wenigen Untersuchungen des ORF-, ARD- und ZDF-Wetters stammt von Alexander G. Keul aus dem Jahr 1980. Eine weitere Untersuchung, mit Fokus auf die Unterhaltungselemente in den verschiedenen Wetterberichten und die Verständlichkeit des Wetters, wurde im Rahmen einer Diplomarbeit aus dem Jahr 2004 durchgeführt.

Mich verwundert diese Tatsache, da das Wetter, wie bereits erwähnt, ein privat sowie medial ständig präsent Thema ist. Der Konsum der Wetterberichte, in Radio, Fernsehen oder auch in Zeitungen, ist für sehr viele Menschen fixer Bestandteil des Tages. Schließlich will man wissen, ob ein Unwetter bevorsteht und ob zu den Kopfschmerzen nicht doch auch das Wetter seinen Teil beiträgt.

Aus Gründen der einfacheren Lesbarkeit, werde ich in dieser Arbeit die männliche Form von Hauptwörtern verwenden.

Erkenntnisinteresse

Ausgehend von diesen Tatsachen, haben mich auch eigene Erfahrungen (ich habe ein halbes Jahr lang das Wetter in der ORF-Fernsehsendung „Niederösterreich Heute“ moderiert und über einen längeren Zeitraum auch das Niederösterreich-Wetter in der ORF-Radiosendung „Guten Morgen Niederösterreich“) dazu gebracht, mich für die Entwicklung der Wettersendungen zu interessieren. Ich möchte erforschen, ob aus dem Thema Wetter immer mehr ein Unterhaltungsformat gemacht wird, beziehungsweise ob es in den Medien nachhaltige Bestrebungen in diese Richtung gibt.

Ich möchte im Laufe der Arbeit vor allem die Format-Entwicklung betrachten: Wann ist das Wetter mehr als nur ein reiner Faktenbericht geworden? Welche Elemente werden zur Unterhaltung eingesetzt?

Auch die Moderatoren werden untersucht, da sich manche zu echten Medien-Stars entwickelt haben. Man denke hier etwa an Jürgen Kachelmann in Deutschland oder an Andreas Jäger und Christa Kummer in Österreich, die in weiten Teilen der Bevölkerung wohl immer die so genannten „Wetterfrösche“ bleiben werden.

Außerdem werde ich auch auf andere europäische Länder eingehen und überprüfen, ob auch dort das Wetter immer mehr Showcharakter bekommt. Weiters wird auch untersucht, ob und in wie weit sich die verschiedenen Wetterberichte ähnlich sind oder sich unterscheiden.

Aufbau der Arbeit

Zunächst werde ich mich auf die Geschichte des Wetters in den Medien konzentrieren. In diesem Kapitel gehe ich grundsätzlich auf das Wetter und seine ersten Auftritte in den Medien ein. Um einen ausführlichen, historischen Einblick zu gewährleisten, werden hier auch Medien wie Radio und Zeitung mit einbezogen. Im Verlauf der Arbeit wird jedoch klar das Fernseh-Wetter im Mittelpunkt der Untersuchung stehen.

Anschließend wird die Wetterprognose näher betrachtet: Woher kommen die Daten, wie werden sie für Moderatoren und Journalisten aufbereitet und wie übermittelt? Wo liegen die Probleme bei der Erstellung der Prognosen?

Dies führt zum dritten Unterpunkt des ersten Kapitels, dem Wetterbericht. Hier werden verschiedene Präsentationsformen betrachtet aber auch der historische Aspekt berücksichtigt. Denn wie bereits erwähnt, hat sich der Wetterbericht im Laufe der Jahre deutlich verändert. Auch verschiedene Sonderformen, wie etwa das Erntewetter, Segelwetter oder Kinderwetter werden thematisiert.

Im zweiten Kapitel der Arbeit erforsche ich die Entwicklung vom Wetterbericht zur Wettershow.

Hier wird zunächst der Begriff Wettershow näher betrachtet. Was sind Attribute und Merkmale einer Show? Kann Wetter überhaupt in Form einer Show präsentiert werden?

Anschließend werden die Wettersendungen der drei österreichischen Fernsehsender ATV, PULS 4 und ORF genauer untersucht, wobei dem ORF hier der meiste Platz eingeräumt wird, da die anderen beiden Sender noch relativ jung sind und sich die Entwicklung anhand des ORF am besten skizzieren lässt.

Nach der Untersuchung der heimischen Sender werde ich auf die Wetterberichte aus Kroatien, Italien, Großbritannien und Deutschland eingehen. Ich habe diese Länder gewählt, da es einerseits sprachlich für mich möglich ist, die Berichte zu verstehen und sie andererseits einen guten europäischen Querschnitt repräsentieren.

In diesem Punkt werden die Wettersendungen allerdings in erster Linie beschrieben, da ich nicht bei jedem Land und Sender die Möglichkeit habe, genaue Hintergrundinformationen einzuholen.

Nach dem theoretischen Teil werden die verschiedenen Wettersendungen mittels einer Programmanalyse untersucht. Die Fragestellungen, die dabei im Mittelpunkt stehen, sind folgende:

- Wird die Präsentation des Wetters immer mehr zur Unterhaltungssendung?
- Werden Moderatoren in Zukunft durch OFF-Stimme (der Wetterbericht wird gesprochen, es sind aber nur die Wetterkarten zu sehen) ersetzt?
- Welche Besonderheiten sind in den verschiedenen Wetterberichten zu finden?
- Welche Unterschiede (Karten, Präsentationsform, Sonderwetter) oder Gemeinsamkeiten weisen sie auf?
- Wird nur Fachsprache verwendet oder sprechen die Moderatoren auch in Umgangssprache?
- Moderiert der Moderator nur das Wetter oder auch andere Formate?
- In wie weit übernimmt der Moderator in der Wettersendung auch andere Aufgaben (eventuell Programmhinweise)?
- Wird das Wetter gesponsert?
- Gibt es Sendungswerbung (Teasing) für das Wetter?

Methode

Diese Fragen und Hypothesen werden nach der theoretischen Beschäftigung mit den Themen Wetter und Wetterbericht im empirischen Teil anhand einer Programmanalyse untersucht.

Als Untersuchungsmaterialien dienen Wetterberichte eines willkürlich ausgewählten Fernsehsenders der bereits genannten Länder. Jeweils wird über den Zeitraum einer Woche untersucht.

I: THEORETISCHER TEIL

1. Das Wetter in den Medien

Das Wetter gehört sicherlich zu den meist besprochenen Themen der Menschheit. Seit Jahrhunderten werden Wetterregeln erstellt und Methoden gesucht, um das Wetter genauer vorhersagen zu können. Es vergeht kein Tag, an dem nicht über das Wetter gesprochen wird, das uns trotz einer hochtechnisierten Welt noch immer in einer gewissen Art und Weise bestimmt.¹

Dass das Wetter zu den Themen gehört, die am meisten interessieren, zeigen auch Meldungen der Austria Presse Agentur (APA), die etwa am 18. April 2001 berichtete: „Wetter-Infos sind Spitzenreiter beim ORF-Teletext.“²

Laut dieser Meldung rufen täglich rund 900.000 Besucher die Wetterinformationen auf, wöchentlich sind es sogar rund zwei Millionen Besucher.³

Am 10. Dezember 2008 berichtete die APA: „Die Begriffe YouTube und Wetter waren im Jahr 2008 die meistgesuchten Begriffe auf Google.“⁴ Dies beschreibt eindeutig den Stellenwert des Wetters für die Menschen.

Im folgenden Kapitel werde ich auf die historischen Aspekte rund um die Wettervorhersage und den Wetterbericht in den Medien eingehen.

Bevor ich aber näher die historische Entwicklung des Wetters und des Wetterberichtes erforsche, möchte ich diese beiden Begriffe näher erläutern.

¹ vgl. Dirks, 1991, S. 6

² APA Basisdienst, 18. April 2001

³ vgl. APA Basisdienst, 18. April 2001

⁴ APA Basisdienst, 10. Dezember 2008

1.1 Begriffserklärung

Das Wort Wetter hat drei Bedeutungen: Zum einen kann damit das meteorologische, das Weltraumwetter oder das Gasgemisch in einer Bergbaugrube gemeint sein.

In meiner Arbeit verwende ich das Wort Wetter für das meteorologische Wetter. Wetter stammt von althochdeutschen „weta“ ab, das so viel wie Wind und wehen bedeutet.⁵

Das Wetter beschreibt den Zustand und die Änderung der Atmosphäre an einem Tag.⁶ Von Witterung spricht man, wenn man das Wettergeschehen an mehreren Tagen beschreibt und ab einem Zeitraum von 30 Jahren wird von Klima gesprochen.

Sehr vereinfacht dargestellt, kommt es durch unterschiedliche Erwärmung der Erdoberfläche und der verschiedenen Luftmassen dazu, dass sich entweder Tiefdruck- oder Hochdruckgebiete bilden, die für Wetterveränderungen sorgen.⁷

Auch der Begriff Meteorologie wird im Laufe der Arbeit oft Verwendung finden. Er stammt aus dem Griechischen und bedeutet Himmelserscheinung.

„Meteorologie ist die Physik der Atmosphäre und konzentriert sich unter anderem auf die Dynamik der unteren Erdatmosphäre (0 bis 10 km) und das dadurch hervorgerufene Wetter.“⁸

⁵ vgl. Graf, 2004, S.4

⁶ vgl. Mrazek, 1993, S. 56

⁷ vgl. Dirks, 1991, S. 8 ff.

⁸ Tiesner, 2008, S. 14

Die Meteorologie teilt sich in fünf Grundlagendisziplinen:

- Experimentelle Meteorologie: Hier werden mittels Mess-Methoden und Instrumenten der Meteorologie Experimente und Simulationen durchgeführt. Außerdem beschäftigt sich die experimentelle Meteorologie mit der Satellitenmeteorologie und mit Satellitenmessungen.
- Theoretische Meteorologie: Wie der Name bereits vermuten lässt, werden hier die theoretischen Aspekte hervorgehoben, also das Beschreiben der Atmosphäre und deren Dynamik.
- Synoptische Meteorologie: Hier werden Vorhersagen erstellt, in dem das Wetter und seine Änderungen dargestellt und untersucht werden.
- Atmosphärenchemie: Chemische Reaktionen in der Erdatmosphäre werden erforscht.
- Klimatologie: Das Wetter wird über einen längeren Zeitraum hinweg untersucht.⁹

1.2 Die Geschichte des Wetterberichts

„Das Interesse am Wetter ist so alt wie die Menschheit selbst.“¹⁰

Der Beginn des Interesses am Wetter lässt sich nicht genau bestimmen. Aufgrund historischer Funde können wir aber annehmen, dass diese Aussage von Keul der Wahrheit entspricht, denn schon auf alten babylonischen Inschriften sind Wettervorhersagen zu finden.

Im antiken Griechenland hat man die Götter beziehungsweise ihre Launen für das Wetter verantwortlich gemacht. So interpretierte man beispielsweise einen Blitz als Zorneszeichen von Zeus.

Die Göttin Demeter war für den Ablauf der verschiedenen Jahreszeiten zuständig.

⁹ Tiesner, 2008, S. 15

¹⁰ Keul, 1980, S. 7

Im Jahr 341 nach Christus hat Aristoteles mit einer monographischen Schrift in vier Büchern das Fundament für die Meteorologie gelegt.¹¹

Vor allem in ländlichen Gebieten war das Wetter immer von besonderem Interesse, die Beobachtungen und die daraus entstandenen Bauernregeln sind bis heute zu einem großen Teil erhalten und werden auch gerade in Wettershows als auflockernde Elemente eingesetzt.

Interessant ist auch die Tatsache, dass einige dieser Regeln lokal auch immer noch eine gute Trefferquote erreichen.

Während heute Wettermoderatoren teilweise sogar zu Medien-Stars werden, waren die Wetterbeobachter etwa im Großbritannien des 16. Jahrhunderts nur wenig angesehen. Keul erwähnt in seiner Untersuchung ein Gesetz, dass erst in den 1970er Jahren entdeckt worden ist, welches interessanterweise die Tötung von Hexen und Wetterpropheten gebietet.

Bis ins 17. Jahrhundert haben sich die Wettervorhersagen rein auf Beobachtungen gestützt. Systematische Wettervorhersage war erst ab der Entdeckung physikalischer Grundgesetze und geeigneter Messgeräte möglich. Ein Vorreiter der Wetterbeobachtung ist der bayrische Kurfürst Karl Theodor, der das erste meteorologische Beobachtungsnetz geschaffen hat. 1780 gründet er schließlich die „Societas Metereologica Palatina“.

Damals haben rund 39 Stationen, die vom Ural über Nordamerika und Grönland bis ins Mittelmeer stationiert waren, dreimal täglich Mess-Ergebnisse abgeliefert. Um sieben, vierzehn und einundzwanzig Uhr.

Die Datenübermittlung hat damals noch nicht so schnell funktioniert wie heute, alle Daten wurden mit der Post von der jeweiligen Station nach Mannheim geschickt.

In Grundzügen entspricht dieses erste Wettersystem, das bis zum ersten Koalitionskrieg im Jahr 1792 im Einsatz war, dem heutigen Klimadienst.

¹¹ vgl. Graf, 2004, S. 11 ff.

Die erste Wetterkarte gab es im 19. Jahrhundert: Der Leipziger Astronom Brandes hat die Karte gezeichnet. Dieser Schritt markiert den Beginn der so genannten „synoptischen Methode“, bei der Wetterbeobachtungen und Geschehnisse aus größeren Gebieten in einer Karte dargestellt worden sind.

Die weitere Entwicklung verlief Schlag auf Schlag. Nach der Erfindung der Technologie des Morsens war die Datenübermittlung ebenfalls schneller und am 31. August 1848 erschien in der englischen „Daily News“ der erste Zeitungswetterbericht.

Ab der Londoner Weltausstellung 1851 gab es auch tägliche Wetterkarten, die rege Nachfrage fanden und damals um einen Penny verkauft wurden.

1848 hat Österreich seine erste eigene Wetterbeobachtungsgesellschaft gegründet, die k.u.k. Zentralanstalt für Meteorologie und Erdmagnetismus.

Seit dem 1. Juli 1865 verfügt Österreich über eigene Wetterkarten. Die groben Strukturen für das heute hochtechnisierte Netz waren damit geschaffen, und wurden in den folgenden mehr als hundert Jahren umfassend ausgebaut.¹²

Der wichtige Schritt war aber getan, das Wetter war in den Medien angekommen und das Interesse daran war groß:

Die Londoner „Times“ publizierte ab 1861 Wettersvorhersagen. Allerdings nicht täglich, wie heutzutage üblich, sondern nur sporadisch. Erstellt wurden die Prognosen von einem Vizeadmiral der britischen Marine, Robert Fitzroy. Er organisierte ein Netzwerk aus 22 Beobachtungsstationen entlang der britischen und französischen Küste und erarbeitete daraus seine mehr oder weniger treffenden Prognosen.

Auf Grund der einen oder anderen Fehlprognose hatte dieser Wetterbericht auch einige Kritiker. Die „Times“ sicherte sich allerdings bereits damals ab und fügte jeder Prognose bei, dass die Zeitung keine Garantie für die Richtigkeit der Prognose übernehme.

¹² vgl. Keul, 1980, S. 7 f.

Das Interesse der „Times“ an besonderer Wetterberichterstattung wuchs weiter, immerhin war es die erste Zeitung, die Wetterkarten abdruckte.

Aktualität stand auch damals schon über allem, so nahm die „Times“ eigens Telegraphengebühren und Überstunden der Mitarbeiter in Kauf, um den Lesern stets tagesaktuelle Wetterkarten bieten zu können.

Der „New York Herald“ und der „New York Daily Telegraph“ druckten erst später erste Wetterkarten ab, was sich auch durch die zusätzlichen Kosten erklären lässt, die zu dieser Zeit durch Wetterberichterstattung anfielen.

Aus diesem Grund sind die Karten gegen Ende des 19. Jahrhunderts von staatlichen Einrichtungen an alle Zeitungen vergeben worden. So wurde etwa 1890 das „Weather Bureau“ als Teil des „Departements of Agriculture“ gegründet. 1910 entwickelte das „Weather Bureau“ eine allgemeine Wetterkarte, die so genannte „Commercial Weather Map“, die an alle Zeitungen weitergegeben wurde.

Zunächst waren die Daten auf das Medium „Zeitung“ beschränkt, da Fernsehen und Radio noch nicht entwickelt waren. Mit dem ersten Radio, das 1906 von Guglielmo Marconi erfunden wurde, hatte man erstmals auch die Möglichkeit, die Wetterinformationen über Radiosignale zu versenden. Es dauerte nicht lange, bis der Wetterbericht im Radio einen fixen Platz als Teil der Nachrichten einnahm.¹³

1941 erschien schließlich der erste Wetterbericht auf den amerikanischen Bildschirmen. In den USA war die Präsentation des Wetters von Anfang an eher

¹³ Dies ist bis heute so geblieben. Das Wetter ist zwar nicht immer direkter Teil der Nachrichten, folgt aber meist direkt danach und wird im Radio nur durch ein sogenanntes Musikbett (musikalische Untermalung eines Sendeteils) von den Nachrichten getrennt. Im Fernsehen ist in vielen Fällen noch ein Werbeblock zwischen Nachrichten und Wetter positioniert (zum Beispiel im ORF). Durch die graphische Ähnlichkeit der Studios ist das Wetter aber bei vielen Sendern eindeutig als (unterhaltender) Teil der Nachrichten zu identifizieren. (Anm. der Autorin)

unterhaltend angelegt, so wurden die Prognosen schon damals in Form von Liedern oder Sketchen präsentiert.¹⁴

1.3 Erstellung einer Wetterprognose

Bevor ein Wetterbericht in den Medien verwendet werden kann, muss zunächst eine Prognose erstellt werden. In früheren Jahrhunderten wurde dies einfach durch einen Blick Richtung Himmel versucht. Ende des 18. Jahrhunderts ging man dazu über, das Wetter mittels physikalischer Messungen vorherzusagen.

Heute werden die Wetterprognosen anhand von Computerprogrammen und Satelliten berechnet. Das Zentrum der Wettervorhersage für Europa liegt in Reading, 50 Kilometer westlich von London, im „Europäischen Zentrum für mittelfristige Wettervorhersage“ (ECMWF).

Täglich laufen im ECMWF die Daten von zahlreichen Satelliten zusammen. Vier den Polarkreis umlaufende und fünf über dem Äquator geostationierte Satelliten senden Tag für Tag ihre Daten an das Zentrum in Reading.

Aber nicht nur von den Satelliten erhalten die Meteorologen ihre Daten. Um auch das für die Wetterentwicklung enorm wichtige Geschehen über den Ozeanen genau beobachten zu können, sind Ozeanbojen, Flugzeuge und Schiffe im Einsatz, die ihre Daten wiederum nach Reading funken. Zusätzlich finden auch noch Bodenstationen Verwendung, die genaueste Informationen liefern, allerdings nur sehr unregelmäßig stationiert sind.

Die Computer im ECMWF errechnen anhand der Daten in 40-Kilometer-Rastern Wettermodelle. Zur Verifizierung der errechneten Modelle werden auch die Daten von eigenen Frachtschiffen mit einbezogen, die mit Messstationen ausgerüstet sind und deren Besatzung eine Ausbildung in Wetterbeobachtung hat. Diese Daten von den Schiffen sind für die Meteorologen von großer Bedeutung, denn es gibt nach wie vor zu wenige Informationen direkt von den Ozeanen, wie auch der Forschungsleiter des ECMWF, Anthony Hollingsworth, feststellt:

¹⁴ vgl. Monmonier, 1999a, S. 179

„Wir bekommen zu wenige Messdaten. Wir müssen uns für die meisten Ozeanangaben auf Satellitendaten stützen. Diese umzurechnen, ist sehr kompliziert, und es ist überhaupt nicht das, was wir eigentlich brauchen. Wenn Sie so wollen, ist das wie Rührei. Der einzige Weg, diese Masse zu entwirren, ist, das Rührei wieder an das Huhn zu verfüttern - das uns dann wieder ein schönes, sauberes Ei produziert.“¹⁵

Dieses Huhn, die Computeranlage des ECMWF, die zu einer der zehn größten Anlagen der Welt gehört, erstellt alle sechs Stunden eine weltumspannende Drei-Tage-Prognose, dazu noch täglich eine Zehn-Tage-Prognose mit 51 Variationen sowie eine 21-Tage-Prognose.

Neben diesen Prognosen sind vor allem auch die Voraussagen über die Entwicklung des Luftdrucks in verschiedenen Höhen für die einzelnen nationalen Wetterstationen von großer Bedeutung. Diese werden jeden Tag neu für die nächsten zehn Tage erstellt.

Dazu kommen noch genau Analysen über Wind-, Temperatur- und Ozonentwicklung sowie Spezialdienste wie Seewetter und Niederschlagsmengen. Diese Zehn-Tage-Prognosen können in Reading für jeden Punkt Europas erstellt werden.

Die gesammelten Daten und die daraus anhand der Computer erstellten Modelle werden an die nationalen Wetterdienste gesendet, in Österreich ist dies die „Zentralanstalt für Meteorologie und Geodynamik“, kurz ZAMG. Anthony Hollingsworth, Forschungsleiter des ECMWF Reading:

¹⁵ vgl. <http://www.nzzformat.ch/109+M57176f54ad1.html>, Zugriffsdatum: 3.8.2009

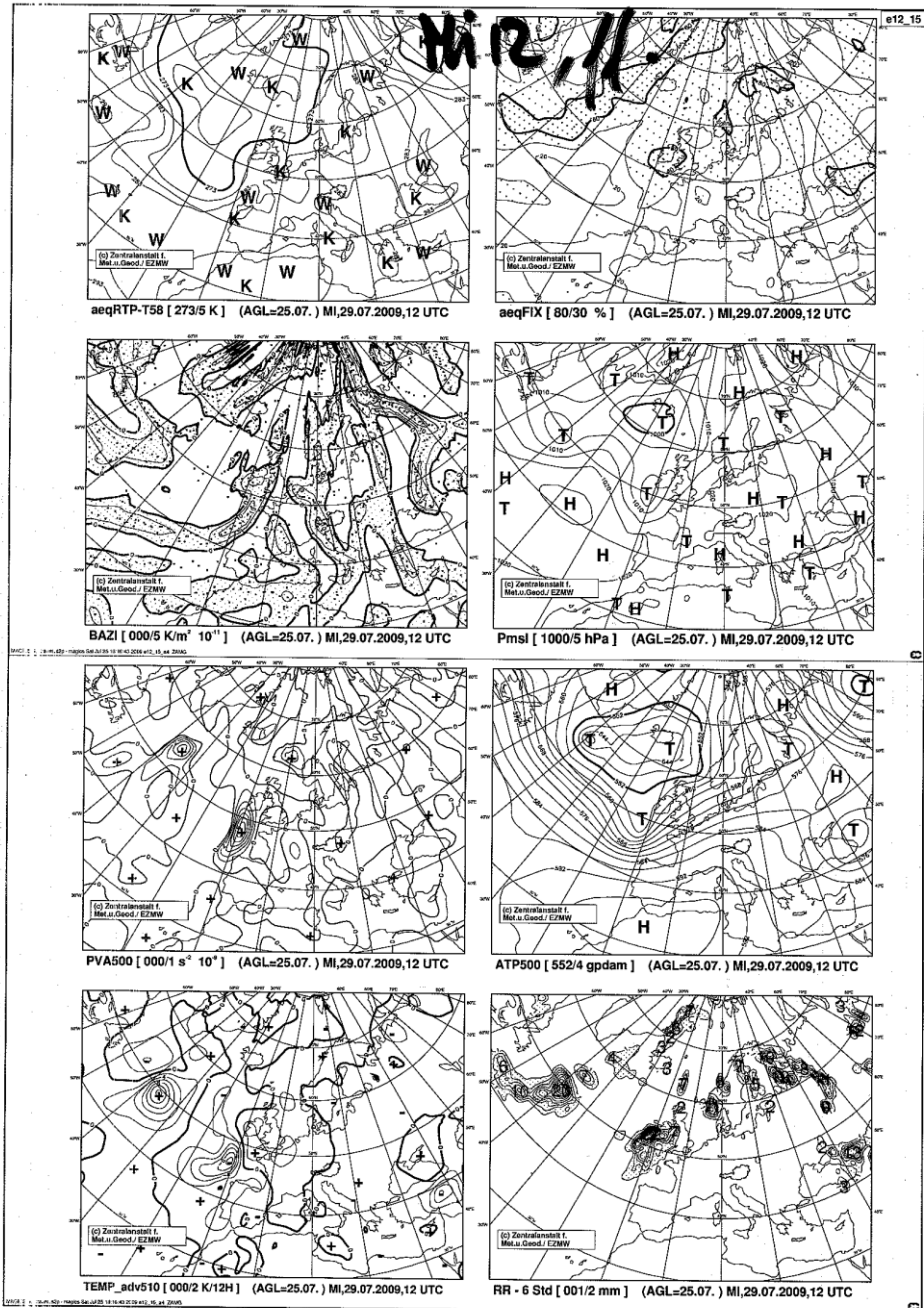
„Die Arbeit ist geteilt. Die nationalen Wetterdienste setzen ihre Computermodelle mit engmaschigen Rastern für die nationalen Prognosen für zwei bis drei Tage ein. Wir machen Prognosen für zehn Tage. Wir beschaffen sozusagen die Grundlagen, mit denen die nationalen Wetterdienste ihre Modelle füttern. Wir liefern die Daten um die Landesgrenzen herum und ermöglichen so eine optimale Interpretation der regionalen Wetterlage.“¹⁶

Die Meteorologen der ZAMG (im Falle von Österreich) haben die Aufgabe, die Daten zu sammeln und alle Modelle miteinander in Relation zu setzen. Für die Prognose eines Tages wird eine Reihe von Daten gesammelt.

Zur Veranschaulichung der Datenmenge habe ich hier die Wetterkarten für die Prognose eines einzigen Tages angefügt. Aus dieser großen Anzahl von Daten und Karten muss eine kurze und verständliche Prognose formuliert werden.¹⁷

¹⁶ vgl. <http://www.nzzformat.ch/109+M57176f54ad1.html>, Zugriffsdatum: 3.8.2009

¹⁷ vgl. http://www.meteoschweiz.admin.ch/web/de/forschung/wissenswertes/Messnetz_und_Wetterprognose.html Zugriffsdatum: 3.8.2009



Termin Zeit UT	MI, 29. Jul 2009				DO, 30. Jul 2009				FR, 31. Jul 2009			
	00	06	12	18	00	06	12	18	00	06	12	18
N	0	1	0	0	0	0	0	7	7	0	6	2
Nh	0	1	0	0	0	0	0	7	5	0	6	2
Nm	0	0	0	0	0	0	0	3	5	0	0	0
NL	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
N-CU	2	1	0	0	1	2	3	1	1	0	1	2
SHW-IX	4.8	8.2	5.8	5.6	3.8	3.8	2.4	0.6	7.0	9.8	8.4	8.2
AUSLT	24	23	26	32	36	37	36	25	26	34	30	33
WX -CUF	NIL	NIL	NIL	NIL	NIL	NIL	RASH	TS	NIL	NIL	NIL	NIL
RR	---	---	---	---	---	---	---	0.6	3.2	0.2	---	---
RR-str	---	---	---	---	---	---	---	0.1	0.0	---	---	---
CONV	---	---	---	---	---	---	---	0.5	3.2	0.2	---	---
SN	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---
SN--RA	3500	3700	3900	4100	4100	4100	4100	3800	3500	3600	3600	3600
QAO 300	31016	33018	31015	31013	27008	25010	24014	25015	23020	29027	28021	29020
QAO 500	30006	31007	29007	31008	31006	25006	23011	24010	25014	27016	28014	29015
QAO 700	29005	31004	27005	29009	30006	28004	23004	22007	26012	27013	27014	28018
QAO 850	34006	34004	34002	29002	21006	20007	21009	31012	32014	30013	29008	29007
QAO 925	35007	01005	36003	06003	16003	17008	18008	31015	31012	30012	29007	30005
QAN	32003	34003	36002	05002	07002	12003	17005	30007	29004	29005	30005	30002
QANmax	6	6	7	6	4	5	11	14	13	9	12	10
T 300	-41	-40	-38	-38	-38	-39	-39	-40	-41	-41	-40	-38
T 500	-11	-10	-9	-9	-9	-9	-10	-11	-12	-12	-10	-10
T 3000m	5	6	7	8	8	9	9	6	4	5	5	5
T 2000m	10	10	11	13	14	15	16	12	9	8	9	11
T 1500m	13	12	13	15	16	17	19	14	11	10	11	14
T 1000m	16	15	17	19	19	19	23	18	15	14	16	18
T 800m	17	16	19	20	20	20	24	19	16	15	18	20
T 700m	17	16	20	21	21	20	25	20	16	15	19	20
T 500m	19	17	22	23	22	21	27	21	17	16	21	22
T 2m	17	19	26	23	17	20	30	23	16	18	25	22
Tk 2m												
T GND	17	19	26	23	18	20	31	23	17	18	25	22
Max-ADI	27	26	27	29	30	31	33	28	25	23	25	27
Min Max		15		27		15		32		15		26
FROST	3800	4100	4300	4400	4400	4400	4400	4100	3800	3900	3900	3900
W500 cm	-2.3	-1.9	-0.4	-1.7	-2.4	1.5	2.2	3.8	6.9	-5.7	-1.4	0.9
W700 --	-2.1	-1.9	-2.0	-1.1	1.7	-2.1	2.9	2.3	-0.8	-0.6	-1.1	-2.3
W850 s	-2.8	-2.7	-2.4	-0.5	0.0	1.5	2.0	-3.0	-6.6	-4.2	-2.3	1.0
H 700	3167	3175	3190	3189	3184	3174	3174	3162	3152	3144	3148	3147
H 1000	182	193	185	169	161	146	118	148	176	180	164	148
RF 300	53	67	47	61	30	47	53	83	43	27	98	49
RF 400	10	18	29	42	37	35	46	38	50	20	55	70
RF 500	21	12	21	38	28	11	29	56	71	24	22	54
RF 700	21	7	11	21	36	34	23	86	72	5	13	27
RF 850	69	62	78	61	64	53	46	84	67	63	68	50
RF 925	78	80	62	57	56	53	49	78	66	56	48	43

11157 OS Aigen im Ennstal tab_11157_0406.qfa
 14.13 47.53 640 Orog : 1276

AGL : Samstag, 25.Juli 2009 12 UTC ZAMG/ECMWF (0.5 Grad) Tage 4-6

Termin Zeit UT	MI, 29. Jul 2009				DO, 30. Jul 2009				FR, 31. Jul 2009			
	00	06	12	18	00	06	12	18	00	06	12	18
N	1	0	2	0	0	0	6	8	2	3	3	5
Nh	1	0	0	0	0	0	3	5	0	3	3	5
Nm	0	0	2	0	0	0	4	7	1	0	0	0
Nl	0	0	0	0	0	0	1	7	1	0	0	0
N-CU	1	2	2	4	1	1	6	1	1	0	5	1
SHW-IX	4.1	6.6	4.4	2.0	2.4	2.1	0.5	3.1	7.3	8.6	6.0	5.2
AUSL-T	19	23	37	32	30	31	30	17	24	15	33	28
WX -CUF	NIL	NIL	NIL	RASH	RASH	RASH	TS	NIL	NIL	NIL	NIL	NIL
RR	---	---	---	---	---	0.0	0.6	4.6	2.9	0.0	---	---
RR-str	---	---	---	---	---	0.0	0.0	1.6	0.2	---	---	---
CONV	---	---	---	---	---	---	0.6	3.0	2.7	0.0	---	---
SN	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---
SN--RA	3700	3700	3800	4100	4100	4100	3800	3700	3600	3600	3500	3700
QAO 300	32023	33019	30014	29012	25010	24014	25016	25020	29028	29024	30022	28020
QAO 500	30009	30008	31009	32009	26006	24010	23012	25012	26014	28017	26015	30017
QAO 700	30010	30010	25005	27007	29004	20004	23004	22004	28012	27012	26009	26008
QAO 850	07001	16002	31001	13003	19005	18005	30004	32005	31005	30004	30002	02003
QAO 925	19001	13001	35001	10002	17002	17002	29003	30002	29002	30001	31001	01001
QAN	20001	16001	35001	10002	18003	18003	30003	33003	28003	30002	32002	02002
QANmax	5	4	6	8	9	9	12	12	12	10	8	8
T 300	-39	-38	-37	-38	-38	-39	-39	-40	-41	-40	-38	-37
T 500	-11	-10	-9	-8	-9	-10	-10	-10	-12	-11	-11	-9
T 3000m	6	6	7	9	9	9	7	5	5	5	5	6
T 2000m	10	11	16	16	14	15	15	10	9	8	13	12
T 1500m	12	13	21	19	17	18	19	12	11	10	16	15
T 1000m	16	17	24	23	21	20	22	15	15	13	19	18
T 800m	17	18	25	24	22	22	24	16	16	14	21	20
T 700m	18	19	26	25	23	22	24	17	17	15	21	20
T 500m	19	20	27	26	24	24	26	18	18	16	23	22
T 2m	10	14	23	20	12	16	22	14	10	11	19	16
Tk 2m												
T GND	15	18	28	24	17	20	26	18	15	16	24	20
Max-ADI	22	23	30	29	27	27	28	22	21	19	26	25
Min Max		12	28	28		14	30			13		24
FROST	4000	4100	4100	4500	4400	4400	4100	4000	3900	4000	3900	4100
W500 cm	-2.8	-0.2	-2.0	-2.2	1.6	-0.1	3.6	0.2	-0.4	0.9	-1.1	-7.0
W700 --	1.0	-1.6	-4.1	-2.6	-0.7	-0.4	14.5	3.8	-4.4	-3.4	0.1	-0.8
W850 s	-1.4	-3.0	2.7	0.3	-6.9	-7.2	4.3	4.3	2.1	0.2	2.4	3.1
H 700	3175	3183	3201	3195	3190	3177	3171	3161	3155	3154	3160	3158
H 1000	200	200	179	172	168	153	154	189	197	202	173	167
RF 300	85	46	65	32	32	48	46	76	43	34	27	36
RF 400	24	57	28	34	37	43	25	52	16	34	78	27
RF 500	26	17	43	35	13	29	46	48	26	18	42	8
RF 700	9	39	74	62	58	51	88	99	29	9	42	73
RF 850	80	64	36	55	62	56	57	94	68	79	43	61
RF 925	88	80	34	56	73	72	53	96	71	88	39	60

11150 OS Salzburg

tab_11150_0406.qfa

13.00 47.80 430 Orog : 769

AGL : Samstag, 25.Juli 2009 12 UTC

ZAMG/ECMWF (0.5 Grad) Page 4-6

Termin Zeit UT	MI, 29. Jul 2009				DO, 30. Jul 2009				FR, 31. Jul 2009			
	00	06	12	18	00	06	12	18	00	06	12	18
N	7	0	0	0	0	0	7	8	3	7	7	4
Nh	7	0	0	0	0	0	5	3	0	7	7	4
Nm	0	0	0	0	0	0	4	8	1	0	0	0
Nl	0	0	0	0	0	0	4	3	3	1	0	0
N-CU	1	2	4	2	4	5	1	1	1	0	1	1
SHW-IX	4.1	5.2	4.3	3.2	1.8	0.8	1.5	6.3	7.6	10.1	6.4	6.2
AUSL.T	25	28	34	35	33	33	22	23	24	22	31	32
WX -CUF	NIL	NIL	NIL	NIL	RASH	TS	RASH	NIL	NIL	NIL	NIL	NIL
RR	---	---	---	---	---	0.0	3.0	4.6	0.6	---	---	---
RR-str	---	---	---	---	---	0.0	0.4	1.2	0.0	---	---	---
CONV	---	---	---	---	---	---	2.6	3.4	0.6	---	---	---
SN	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---
SN--RA	3700	3700	3900	4200	4100	4000	3700	3400	3400	3500	3500	3800
QAO 300	30023	31017	30015	27012	25010	23017	24018	24023	29031	29024	30024	27020
QAO 500	29010	28008	30011	30010	25007	23012	24014	25017	26015	28018	27017	29018
QAO 700	28011	28010	26008	26008	27005	21004	22006	25009	27015	27013	26013	26013
QAO 850	11001	16002	28002	08002	19004	21004	30010	28009	28009	28006	27004	31004
QAO 925	11002	11003	07002	08004	14003	18002	29008	24006	28005	27004	28003	29002
QAN	16002	12002	05002	06002	13003	15002	28005	22003	24002	25001	28002	27002
QANmax	4	4	7	8	6	7	14	12	11	6	8	8
T 300	-39	-37	-37	-37	-39	-39	-40	-40	-41	-40	-38	-37
T 500	-11	-10	-9	-8	-9	-10	-10	-12	-11	-11	-11	-10
T 3000r.	6	6	8	10	9	9	6	4	4	4	5	6
T 2000r.	10	11	15	16	16	16	11	9	8	7	10	11
T 1500r.	13	14	18	19	20	20	13	11	11	9	13	13
T 1000r.	17	17	22	22	22	22	17	14	15	13	17	18
T 800m	18	18	23	23	23	24	18	16	16	14	19	19
T 700m	19	19	24	24	24	24	19	16	17	15	20	20
T 500m	20	20	26	25	25	25	20	18	18	16	21	21
T 2m	12	16	26	22	15	18	20	16	12	14	21	19
Tk 2m												
T GND	14	18	28	24	16	20	22	18	14	16	24	21
Max-ADI	24	26	30	31	31	31	25	23	22	21	24	25
Min Max		12	29	29		15	29	29		13	25	25
EROST	4100	4000	4300	4500	4500	4300	4000	3800	3700	3800	3900	4100
W500 cm	1.3	-0.2	-0.3	-6.7	3.2	-0.1	9.4	6.1	-0.5	-0.5	0.9	-5.2
W700 --	-0.6	0.7	-4.0	2.6	-2.9	0.4	4.9	1.5	0.3	0.6	0.8	5.1
W850 s	0.4	-0.3	-0.8	-0.7	-2.3	-2.4	3.7	-3.8	2.3	0.5	-1.5	1.1
H 700	3176	3182	3198	3196	3187	3172	3167	3158	3152	3150	3157	3157
H 1000	188	188	172	156	148	133	169	190	195	198	173	161
RF 300	100	51	81	31	53	44	40	45	55	30	66	30
RF 400	23	27	38	39	34	42	17	45	18	39	64	32
RF 500	29	51	47	23	13	26	40	40	22	19	59	9
RF 700	11	45	35	47	49	67	93	92	5	10	28	48
RF 850	80	65	48	51	50	48	95	76	70	76	64	67
RF 925	74	67	46	57	64	57	85	73	70	73	47	54

11150 OS Salzburg

tab_11150_0406.qfa

13.00 47.80 430 Orog : 769

AGL : Samstag, 25.Juli 2009 12 UTC

ZAMG/ECMWF (0.5 Grad) Page 4-6

Termin Zeit UT	MI, 29. Jul 2009				DO, 30. Jul 2009				FR, 31. Jul 2009			
	00	06	12	18	00	06	12	18	00	06	12	18
N	7	0	0	0	0	0	7	8	3	7	7	4
Nh	7	0	0	0	0	0	5	3	0	7	7	4
Nm	0	0	0	0	0	0	4	8	1	0	0	0
Nl	0	0	0	0	0	0	4	3	3	1	0	0
N-CU	1	2	4	2	4	5	1	1	1	0	1	1
SHW-IX	4.1	5.2	4.3	3.2	1.8	0.8	1.5	6.3	7.6	10.1	6.4	6.2
AUSL.T	25	28	34	35	33	33	22	23	24	22	31	32
WX -CUF	NIL	NIL	NIL	NIL	RASH	TS	RASH	NIL	NIL	NIL	NIL	NIL
RR	---	---	---	---	---	0.0	3.0	4.6	0.6	---	---	---
RR-str	---	---	---	---	---	0.0	0.4	1.2	0.0	---	---	---
CONV	---	---	---	---	---	---	2.6	3.4	0.6	---	---	---
SN	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---
SN--RA	3700	3700	3900	4200	4100	4000	3700	3400	3400	3500	3500	3800
QAO 300	30023	31017	30015	27012	25010	23017	24018	24023	29031	29024	30024	27020
QAO 500	29010	28008	30011	30010	25007	23012	24014	25017	26015	28018	27017	29018
QAO 700	28011	28010	26008	26008	27005	21004	22006	25009	27015	27013	26013	26013
QAO 850	11001	16002	28002	08002	19004	21004	30010	28009	28009	28006	27004	31004
QAO 925	11002	11003	07002	08004	14003	18002	29008	24006	28005	27004	28003	29002
QAN	16002	12002	05002	06002	13003	15002	28005	22003	24002	25001	28002	27002
QANmax	4	4	7	8	6	7	14	12	11	6	8	8
T 300	-39	-37	-37	-37	-39	-39	-40	-40	-41	-40	-38	-37
T 500	-11	-10	-9	-8	-9	-10	-10	-12	-11	-11	-11	-10
T 3000r.	6	6	8	10	9	9	6	4	4	4	5	6
T 2000r.	10	11	15	16	16	16	11	9	8	7	10	11
T 1500r.	13	14	18	19	20	20	13	11	11	9	13	13
T 1000r.	17	17	22	22	22	22	17	14	15	13	17	18
T 800m	18	18	23	23	23	24	18	16	16	14	19	19
T 700m	19	19	24	24	24	24	19	16	17	15	20	20
T 500m	20	20	26	25	25	25	20	18	18	16	21	21
T 2m	12	16	26	22	15	18	20	16	12	14	21	19
Tk 2m												
T GND	14	18	28	24	16	20	22	18	14	16	24	21
Max-ADI	24	26	30	31	31	31	25	23	22	21	24	25
Min Max		12	29	29		15	29	29		13	25	25
EROST	4100	4000	4300	4500	4500	4300	4000	3800	3700	3800	3900	4100
W500 cm.	1.3	-0.2	-0.3	-6.7	3.2	-0.1	9.4	6.1	-0.5	-0.5	0.9	-5.2
W700 --	-0.6	0.7	-4.0	2.6	-2.9	0.4	4.9	1.5	0.3	0.6	0.8	5.1
W850 s	0.4	-0.3	-0.8	-0.7	-2.3	-2.4	3.7	-3.8	2.3	0.5	-1.5	1.1
H 700	3176	3182	3198	3196	3187	3172	3167	3158	3152	3150	3157	3157
H 1000	188	188	172	156	148	133	169	190	195	198	173	161
RF 300	100	51	81	31	53	44	40	45	55	30	66	30
RF 400	23	27	38	39	34	42	17	45	18	39	64	32
RF 500	29	51	47	23	13	26	40	40	22	19	59	9
RF 700	11	45	35	47	49	67	93	92	5	10	28	48
RF 850	80	65	48	51	50	48	95	76	70	76	64	67
RF 925	74	67	46	57	64	57	85	73	70	73	47	54

11120 OS Innsbruck

tab_11120_0406.qfa

11.35 47.27 579 Orog : 1557

AGL : Samstag, 25.Juli 2009 12 UTC

ZAMG/ECMWF (0.5 Grad) Page 4-6

Termin Zeit UT	MI, 29. Jul 2009				DO, 30. Jul 2009				FR, 31. Jul 2009			
	00	06	12	18	00	06	12	18	00	06	12	18
N	6	1	3	1	1	1	8	6	4	6	8	1
Nh	6	1	0	0	0	0	6	0	0	4	7	0
Nm	0	0	3	1	1	0	5	5	0	0	2	0
Nl	0	0	0	0	1	1	5	4	4	3	0	0
N-CU	1	1	7	3	3	4	2	2	1	0	4	2
SHW-IX	1.8	1.6	1.8	-0.8	-0.6	-1.5	1.3	1.6	6.1	7.2	6.3	4.3
AUSL.T	22	24	36	32	29	27	24	19	17	16	35	30
WX -CUF	RASH	RASH	RASH	TS	TS	TS	RASH	RASH	NIL	NIL	NIL	NIL
RR	---	---	0.0	0.3	0.0	---	1.3	3.5	0.6	0.0	0.0	0.0
RR-str	---	---	---	---	0.0	---	0.2	0.8	0.2	0.0	---	---
CONV	---	---	0.0	0.3	0.0	---	1.1	2.7	0.4	---	---	0.0
SN	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---
SN--RA	3700	3800	4100	4200	4100	4000	3800	3500	3500	3600	3700	3900
QAO 300	30019	30015	29014	26012	23012	23018	25022	27026	28028	29022	28021	27018
QAO 500	29011	29012	30012	28010	23009	23012	25017	26020	27017	28016	29018	29017
QAO 700	25007	26006	25005	21003	23005	28003	20006	27009	26009	26008	25008	25007
QAO 850	13001	18001	34002	09002	20002	21002	30004	29003	29003	28001	31002	01002
QAO 925	19001	19000	32001	10001	18002	19001	28002	35001	35001	35001	30001	02001
QAN	19001	18001	33002	07001	18002	18003	30003	32002	27002	34001	30002	02001
QANmax	5	5	7	8	8	9	12	11	9	7	7	9
T 300	-39	-37	-37	-38	-39	-39	-40	-41	-40	-39	-37	-38
T 500	-10	-9	-9	-8	-9	-10	-10	-12	-11	-10	-9	-9
T 300cm	6	7	9	10	9	8	7	5	4	5	6	7
T 200cm	12	12	17	16	15	15	12	10	9	8	13	13
T 150cm	14	15	21	19	19	18	15	13	11	10	17	16
T 100cm	18	18	24	23	22	21	18	16	14	14	20	19
T 80cm	19	20	25	24	23	23	20	18	16	15	22	21
T 70cm	20	20	26	25	24	23	21	18	16	16	23	21
T 50cm	21	21	27	26	25	24	22	20	18	17	24	23
T 2m	10	13	23	19	13	15	17	13	10	9	19	16
Tk 2m												
T GND	16	19	29	26	19	21	24	19	16	16	26	22
Max-ADI	25	26	31	30	29	28	25	23	21	20	27	26
Min Max		14	29			17	28			13	26	
FROST	4100	4200	4400	4600	4500	4300	4100	3800	3800	3900	4100	4200
W500 cm	-0.1	-0.9	0.0	-2.3	2.5	0.3	2.2	-1.6	-2.6	-0.3	-0.9	-4.6
W700	-0.9	-0.3	2.3	1.1	-1.8	1.0	1.9	2.6	-0.9	-0.1	2.2	0.7
W850 s	-1.5	-1.4	2.1	0.2	-2.0	-3.3	2.7	1.3	0.8	-0.7	1.8	2.0
H 700	3180	3185	3203	3197	3187	3172	3167	3163	3160	3156	3164	3163
H 1000	194	195	177	172	169	159	177	193	206	202	168	166
RF 300	71	37	36	35	51	31	50	38	64	35	72	24
RF 400	55	39	44	33	43	33	30	24	33	47	67	29
RF 500	27	49	49	13	20	23	49	40	16	32	40	14
RF 700	67	60	57	68	71	58	88	69	11	15	50	66
RF 850	82	79	46	69	70	70	80	84	83	84	43	61
RF 925	89	86	41	66	87	82	74	95	87	93	39	61

11231 OS Klagenfurt

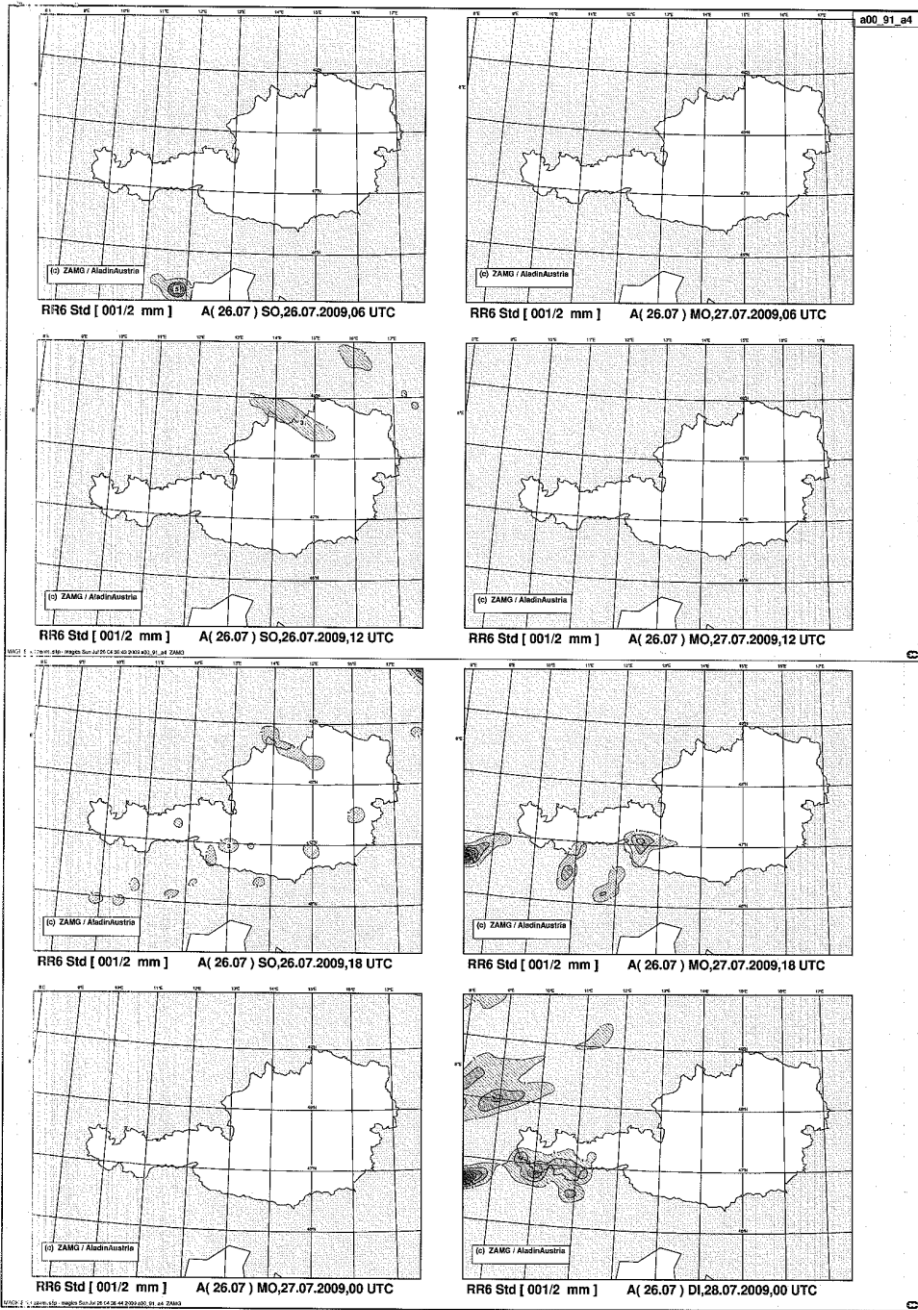
tab_11231_0406.qfa

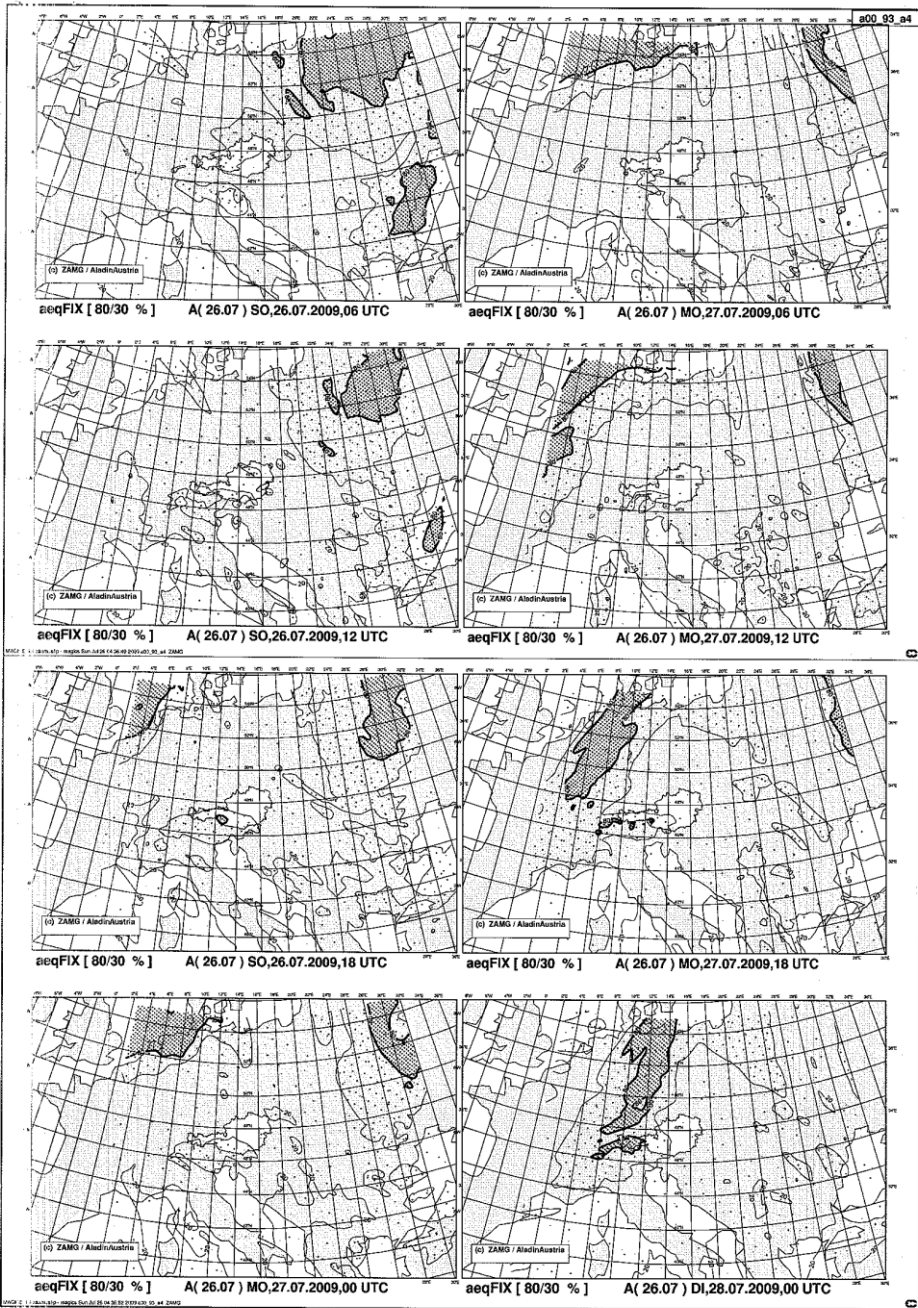
14.33 46.65 447 Orog : 982

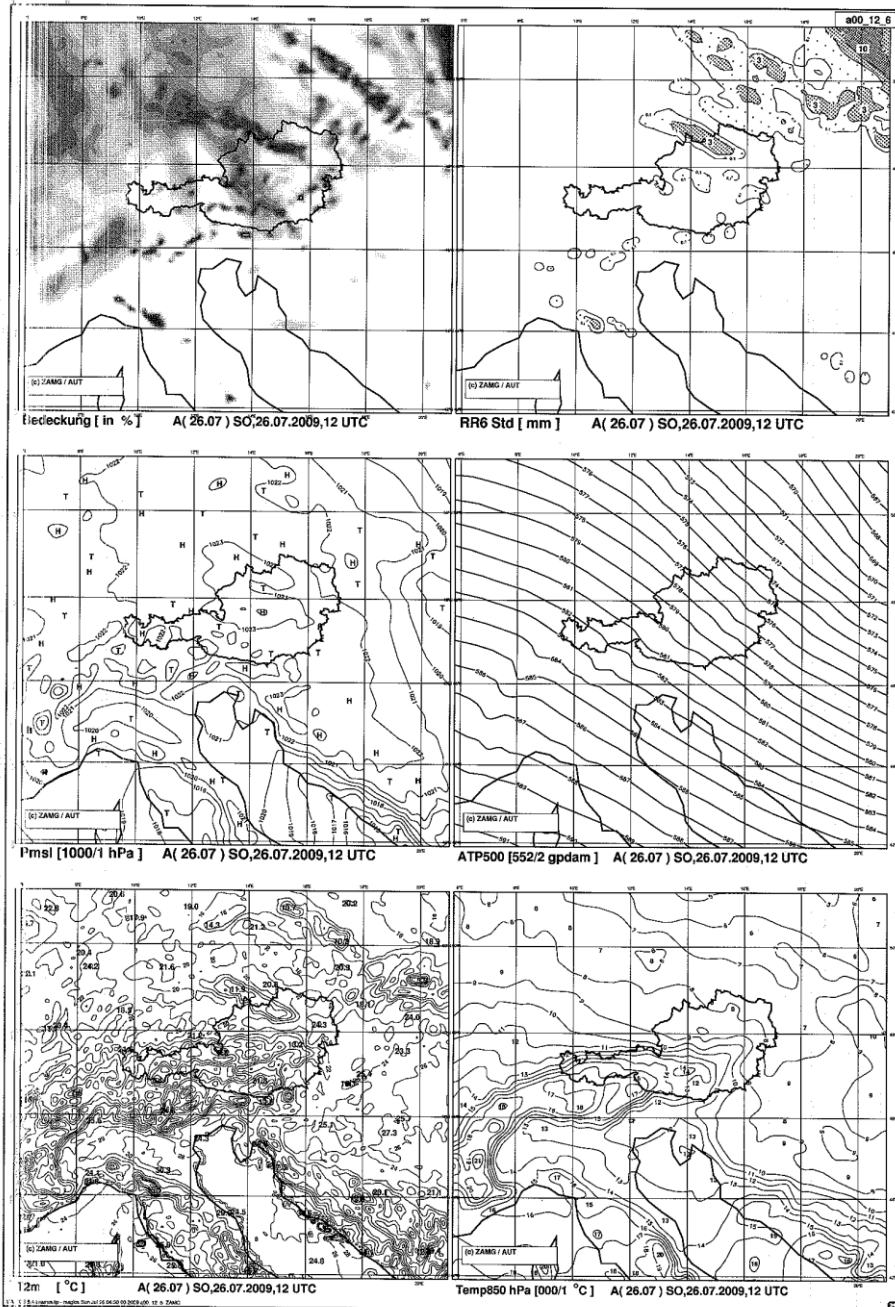
AGL : Samstag, 25.Juli 2009 12 UTC

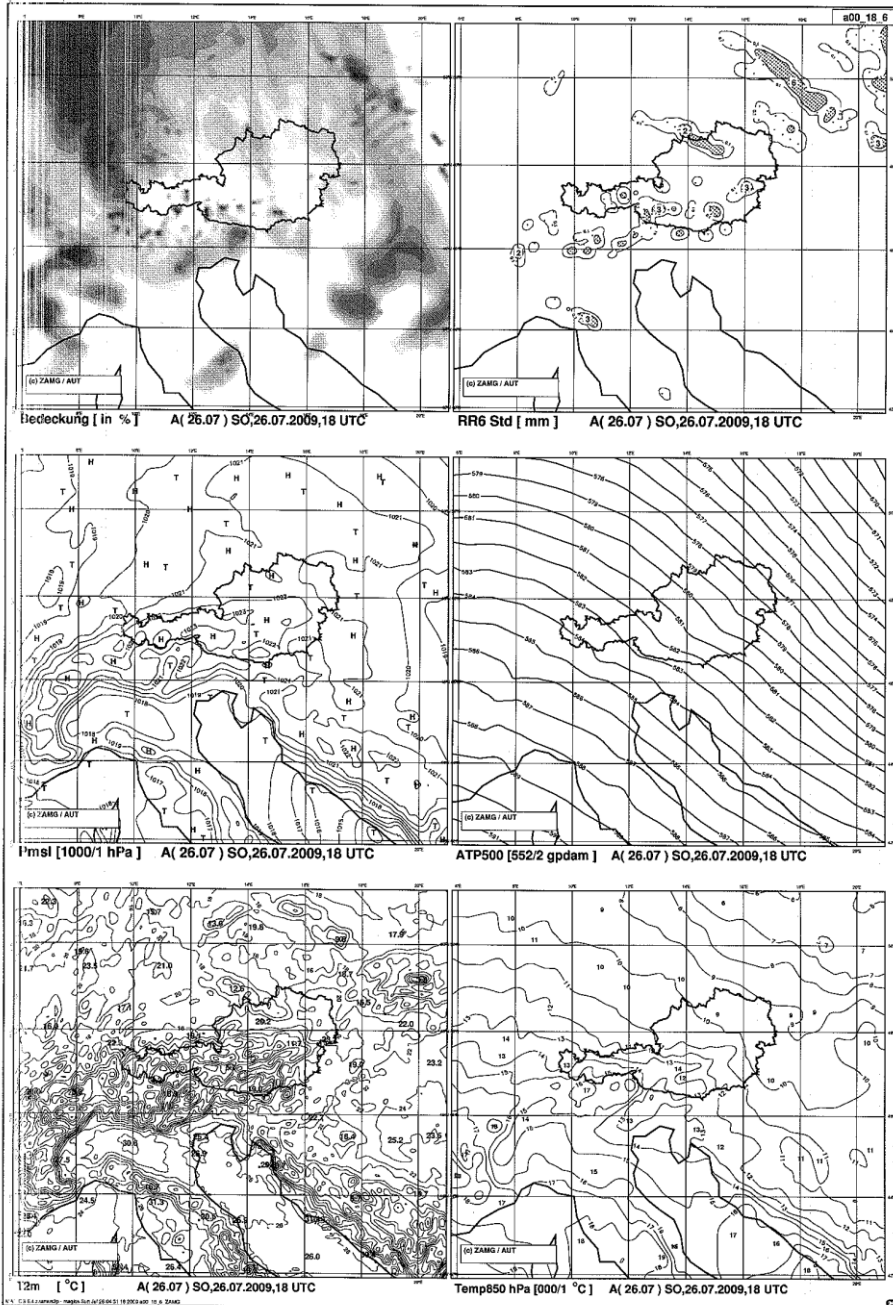
ZAMG/ECMWF (0.5 Grad) Tage 4-6

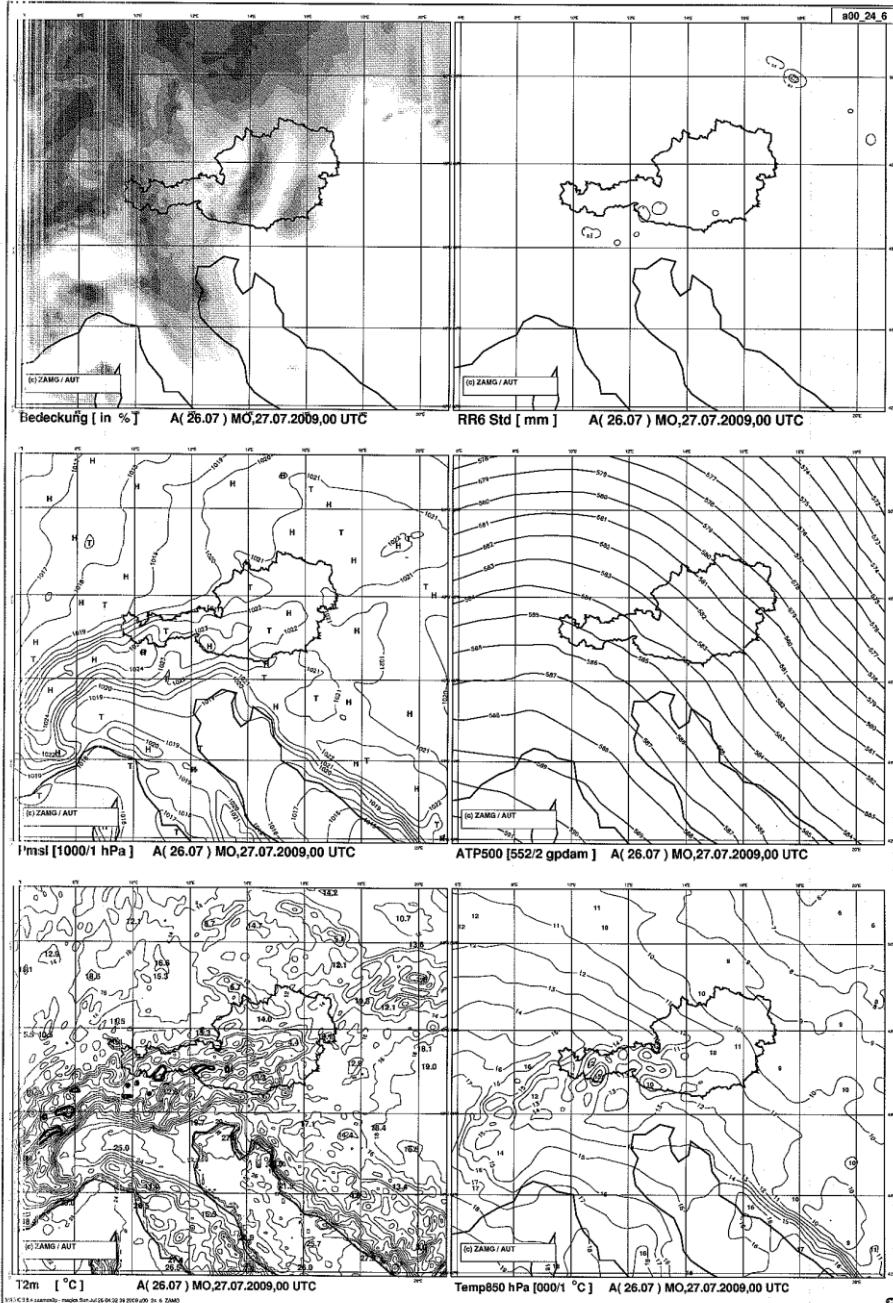
Termin Zeit UT	MI, 29. Jul 2009				DO, 30. Jul 2009				FR, 31. Jul 2009			
	00	06	12	18	00	06	12	18	00	06	12	18
N	0	0	1	0	0	0	0	6	4	4	4	7
Nh	0	0	0	0	0	0	0	4	2	0	2	7
Nm	0	0	1	0	0	0	0	3	3	4	3	0
Nl	0	0	0	0	0	0	0	1	1	2	2	0
N-CU	0	2	3	3	1	1	5	4	1	0	3	1
SHW-IX	5.3	6.3	3.6	2.4	4.9	4.4	0.9	0.5	7.7	9.4	4.4	2.6
AUSL-T	25	25	35	35	34	32	37	31	24	23	31	30
WX -CUF	NIL	NIL	NIL	RASH	NIL	NIL	TS	TS	NIL	NIL	NIL	RASH
RR	---	---	---	0.0	---	---	0.0	0.3	6.4	1.9	1.1	0.0
RR-str	---	---	---	---	---	---	---	---	0.4	0.0	---	---
CONV	---	---	---	0.0	---	---	0.0	0.3	6.0	1.9	1.1	0.0
SN	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---
SN--RA	3800	3800	3900	4100	4200	4100	4100	3900	3700	3700	3700	3800
QAO 300	32024	33019	30012	30011	25009	24012	24013	26017	29026	30023	30021	28019
QAO 500	30009	31008	32009	33007	30004	24007	25010	26013	27015	28016	27014	30013
QAO 700	32006	32006	28003	32003	22002	21004	24007	20005	25008	25009	26008	28006
QAO 850	05003	13002	17002	17004	18004	19005	21005	35005	35008	03004	16002	16003
QAO 925	36001	03001	16001	15002	19001	20000	21002	35003	35002	02001	15001	15001
QAN	34002	35001	16001	15002	19001	21001	21003	34002	35002	36001	15002	14002
QANmax	6	4	6	7	6	4	9	10	10	7	6	7
T 300	-39	-37	-37	-37	-38	-38	-39	-40	-40	-40	-38	-37
T 500	-11	-10	-9	-9	-8	-9	-9	-10	-11	-10	-10	-9
T 3000m	6	7	7	8	9	9	9	7	6	6	6	6
T 2000m	12	11	14	15	15	14	16	14	10	9	12	13
T 1500m	14	14	18	19	18	17	20	18	12	11	15	16
T 1000m	17	16	22	23	21	20	24	21	15	14	19	20
T 800m	18	17	23	24	22	21	26	23	16	15	20	21
T 700m	19	18	24	25	23	21	27	23	16	16	21	22
T 500m	20	19	25	26	24	23	28	25	18	17	22	23
T 2m	13	15	24	21	17	18	26	21	14	14	21	19
Tk 2m	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---
T GND	17	19	28	25	21	21	30	25	17	17	25	23
Max-ADI	26	26	29	30	29	29	32	29	24	23	26	27
Min Max	---	15	---	28	---	18	---	31	---	15	---	26
FROST	4100	4200	4300	4400	4500	4400	4400	4200	4000	4000	4000	4200
W500 cm	-3.2	-1.5	-1.5	-0.1	-2.5	-0.1	2.2	2.5	5.0	0.3	-0.7	1.4
W700	-1.3	-1.7	-2.2	-4.8	-1.8	-1.2	0.3	2.0	3.3	3.2	-0.7	-3.2
W850 s	-1.1	-1.8	0.1	-0.7	-1.2	-1.9	0.9	5.8	-2.6	0.0	0.3	0.7
H 700	3181	3189	3204	3200	3194	3182	3177	3170	3166	3164	3168	3165
H 1000	190	199	187	173	173	164	140	148	185	192	171	156
RF 300	86	34	39	31	31	41	33	77	48	30	35	28
RF 400	20	49	17	45	40	42	22	45	17	41	60	31
RF 500	26	18	43	41	23	27	11	39	27	16	31	13
RF 700	18	32	50	60	51	46	50	86	92	86	88	72
RF 850	56	61	56	57	51	52	50	65	58	63	67	72
RF 925	86	84	45	50	63	74	40	59	79	78	53	62

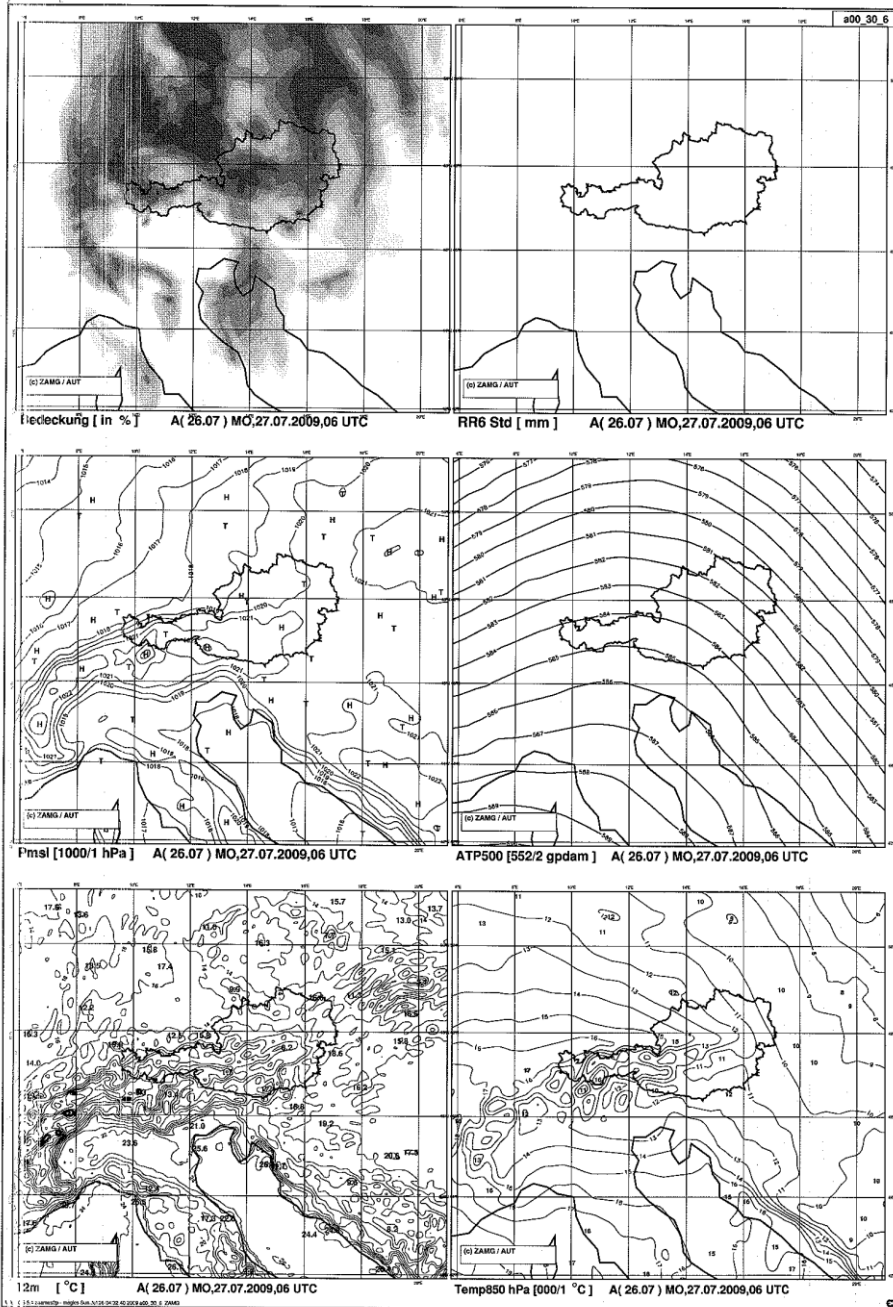


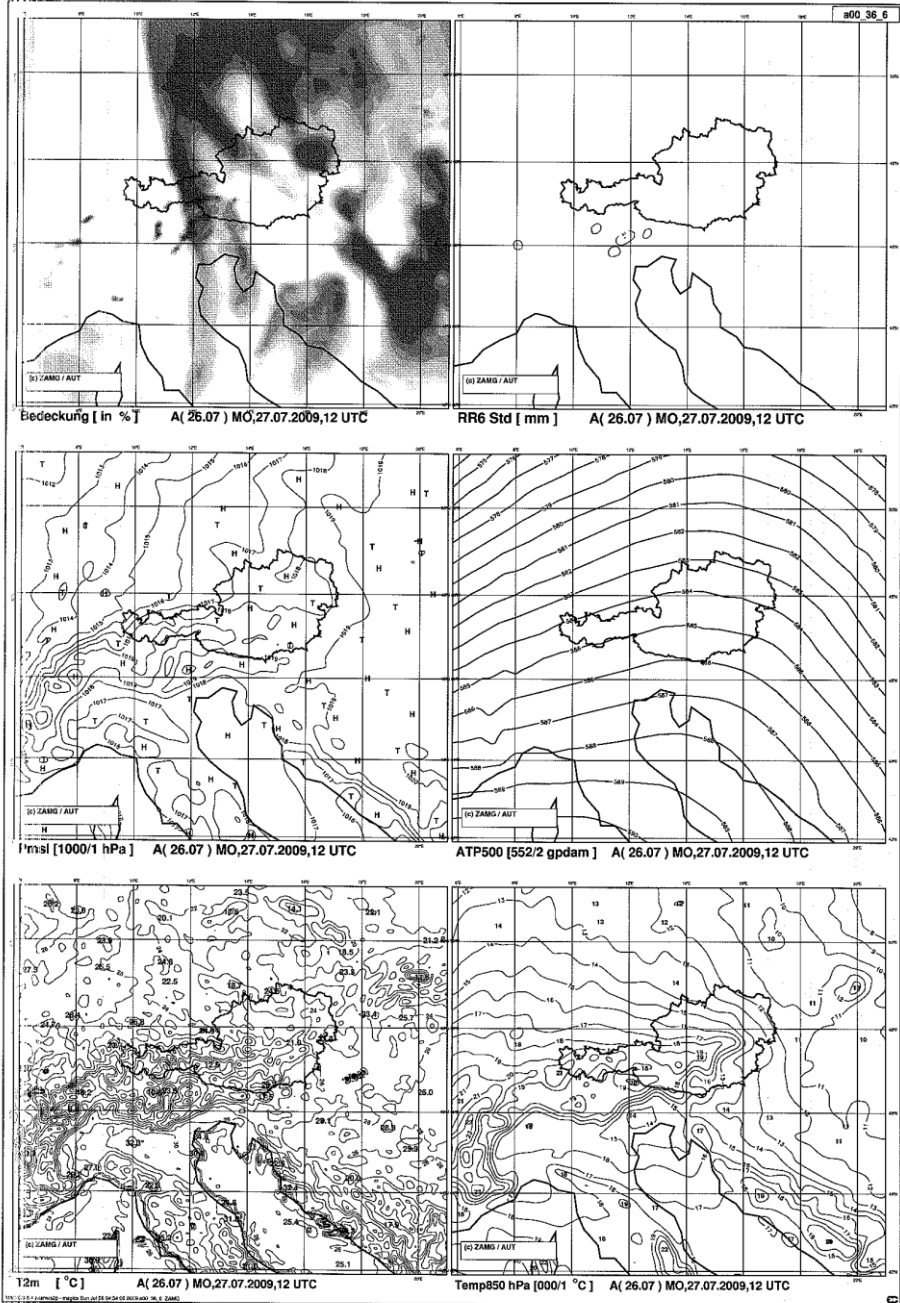


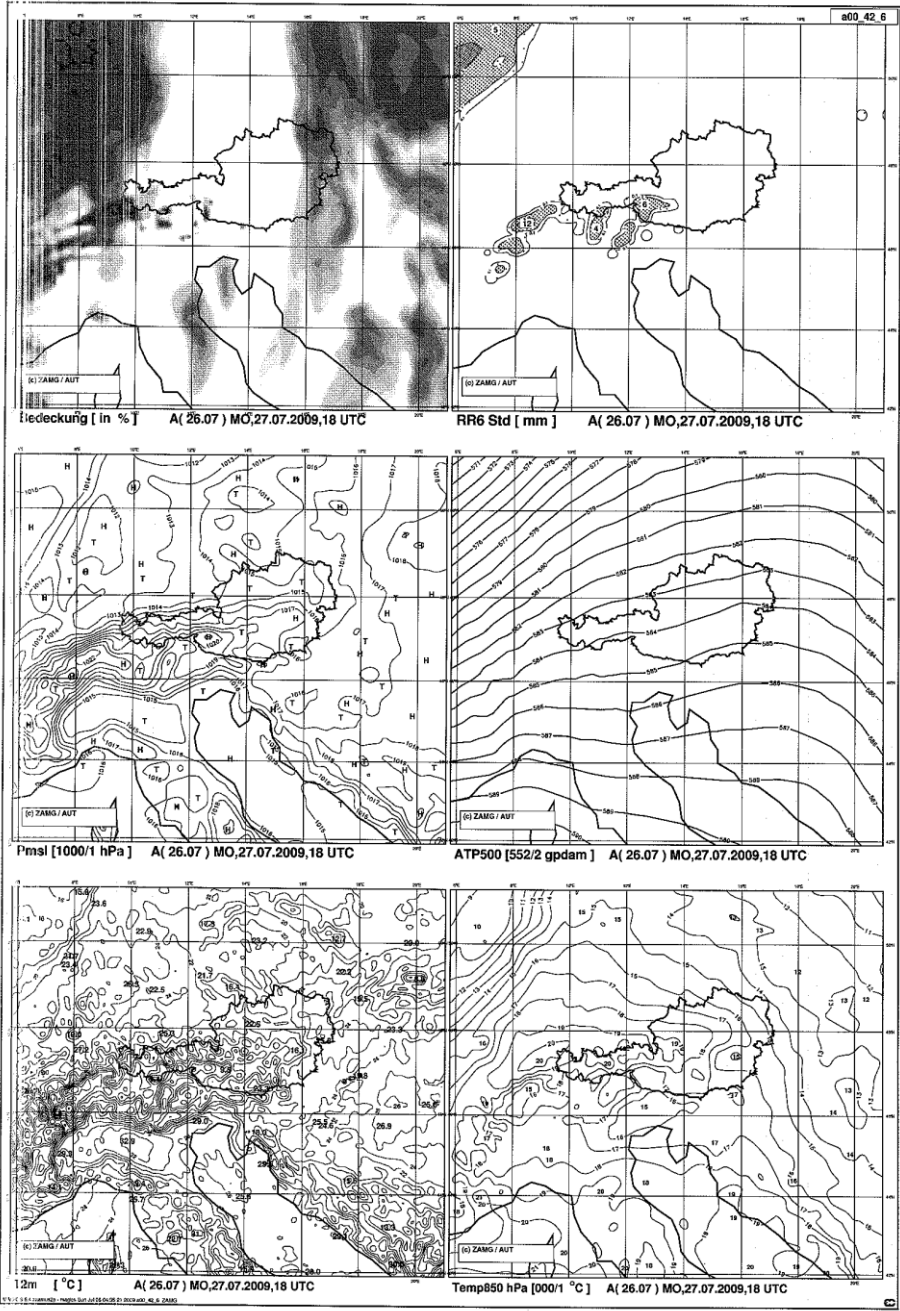


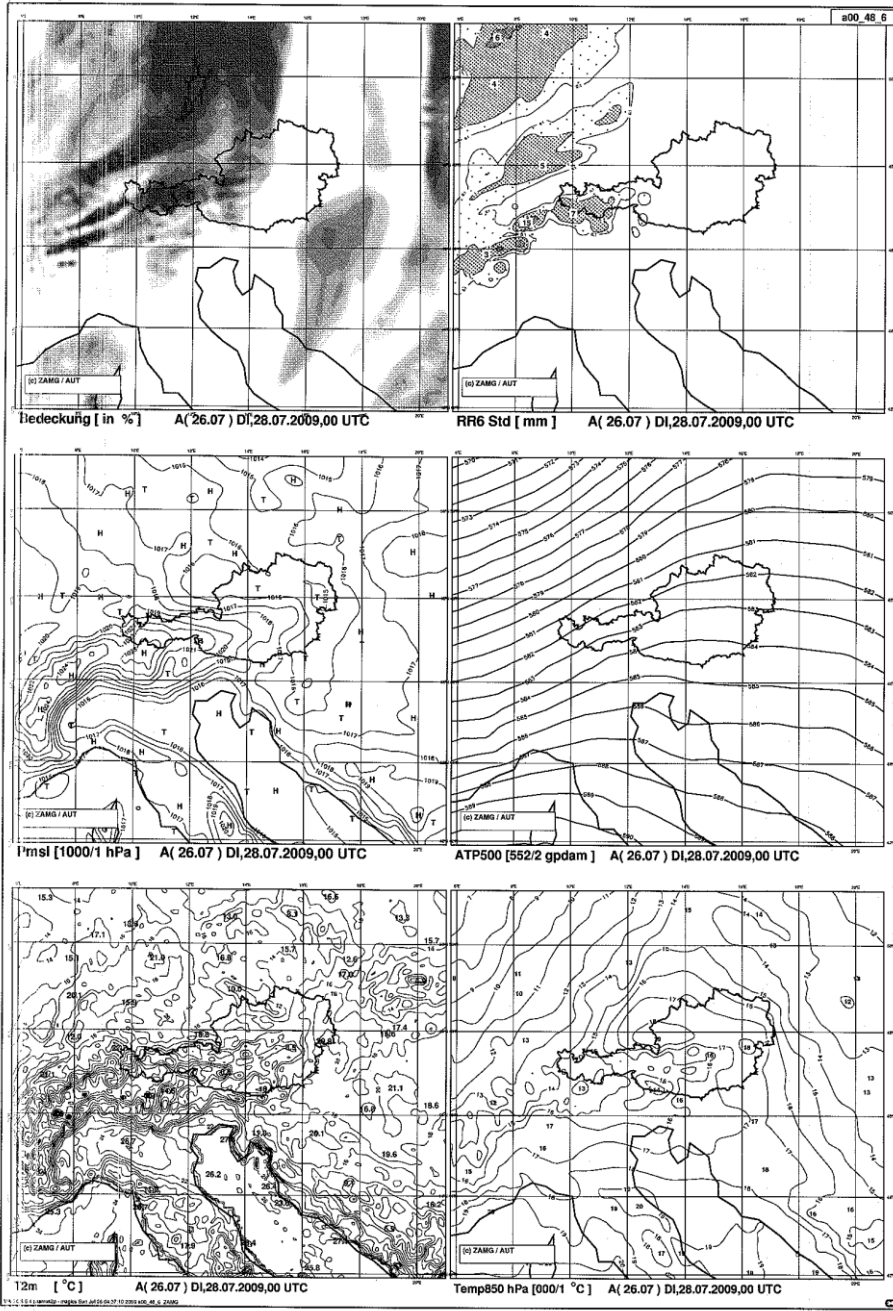


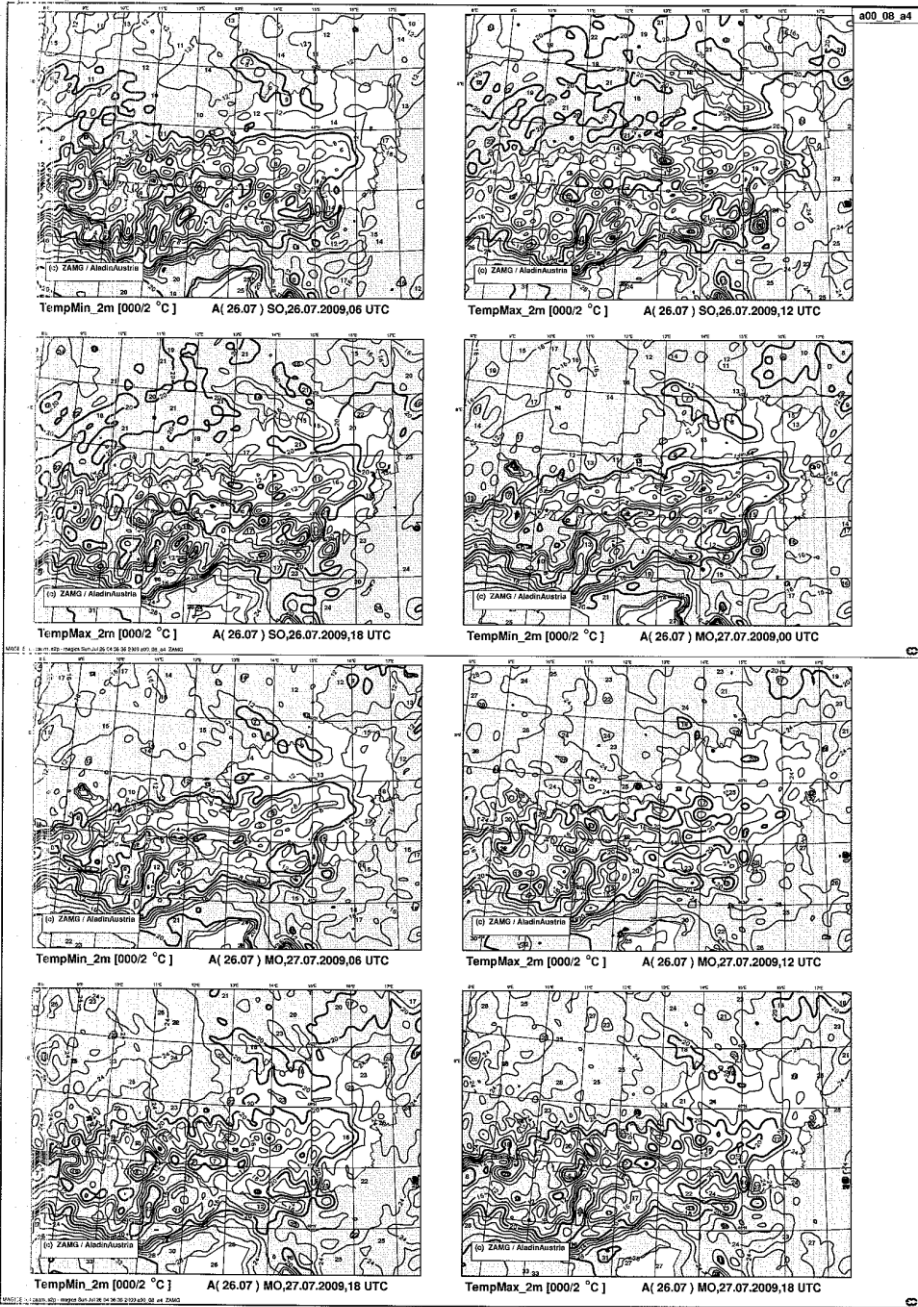


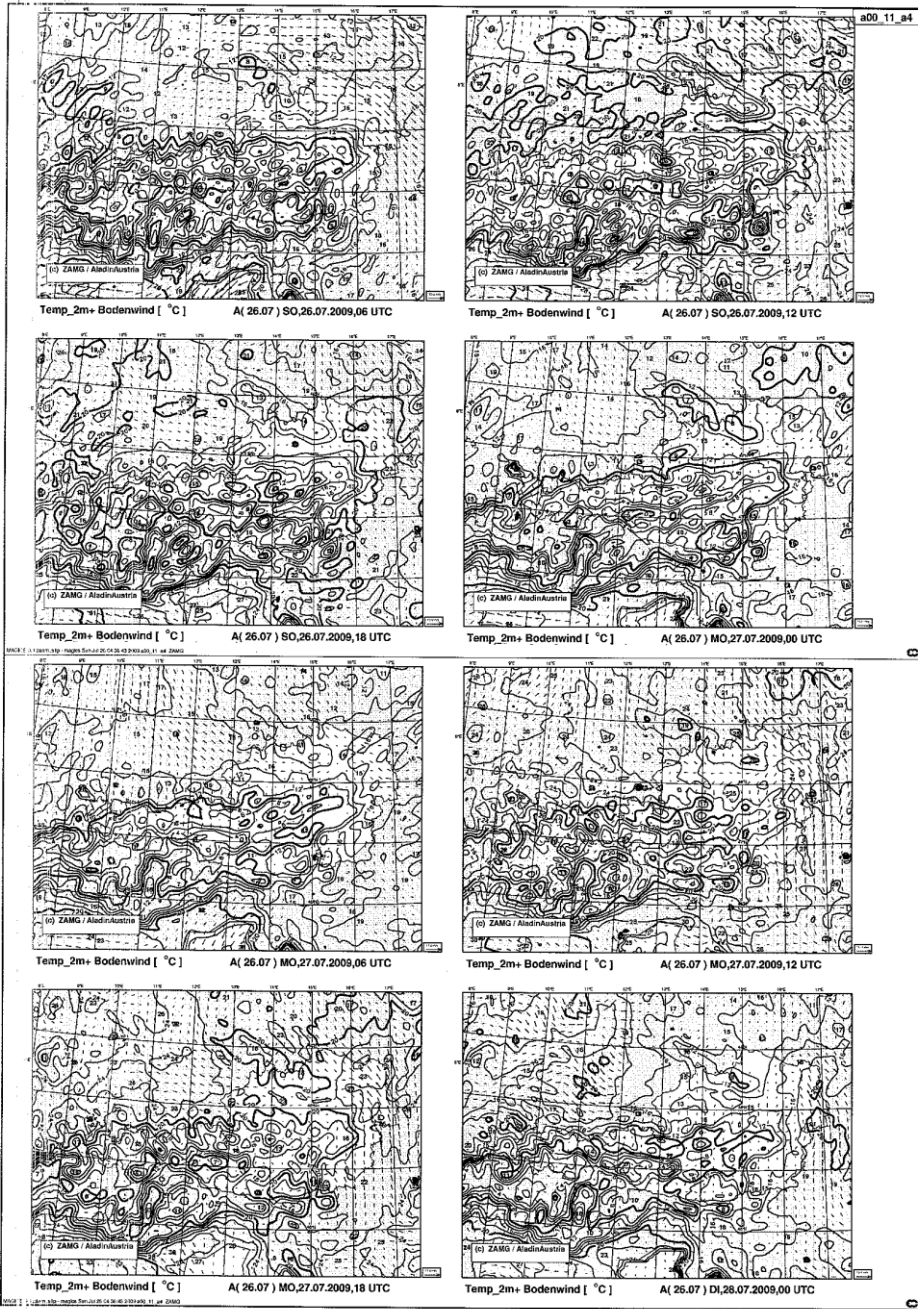












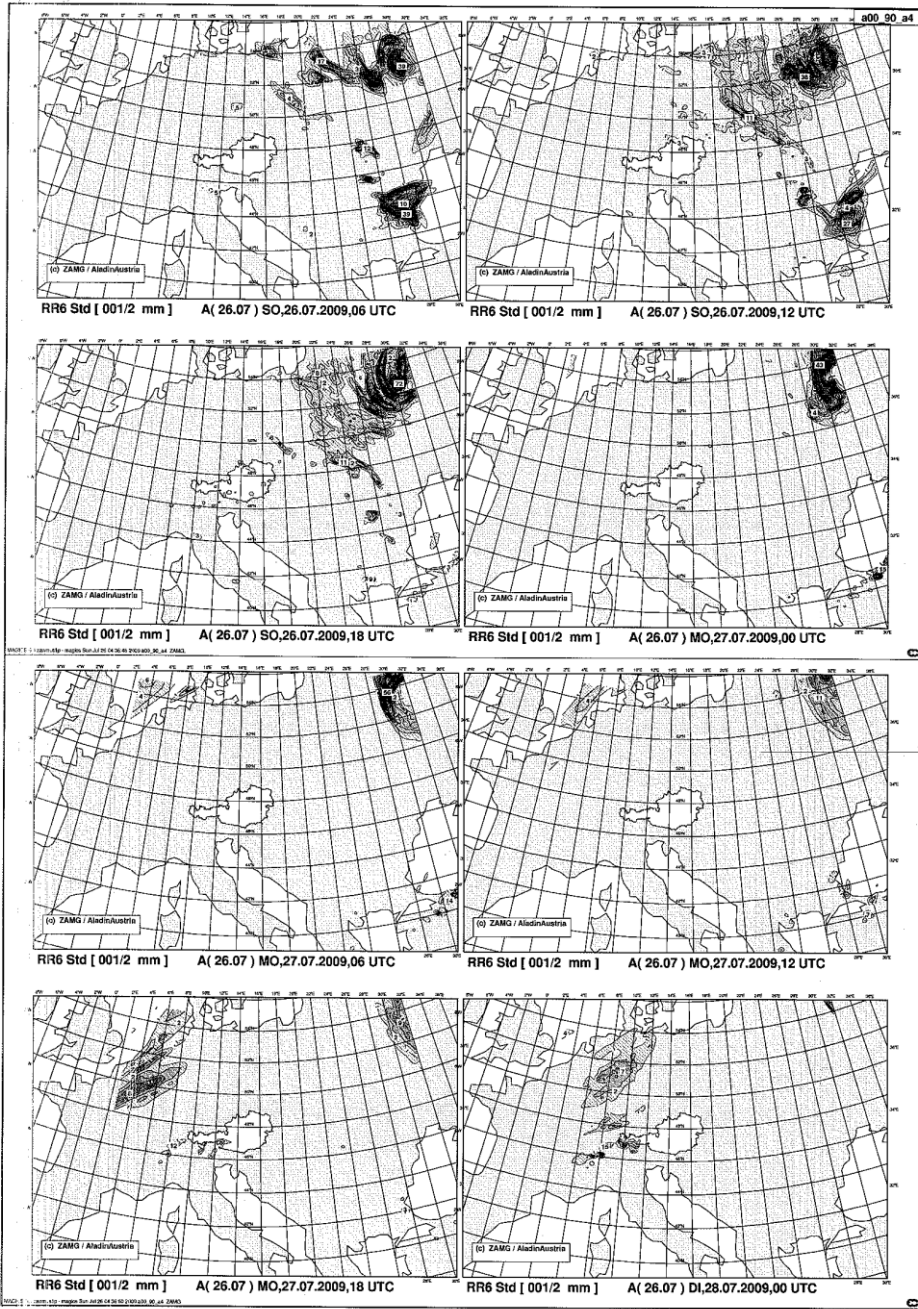


Abb.

1: ORF-Wetterdaten¹⁸

¹⁸ Wetterdaten aus dem ORF- Zentrum

1.3.1 TAWES

Die sogenannte TAWES (Teilautomatische Wetterstation) ist der Datenpool aus dem sich die ORF-Meteorologen ihre für Prognosen benötigten Daten holen.

Das TAWES-Netz umfasst 150 Stationen (stand Mai 2008, das Netz wird laufend erweitert) und wird von der ZAMG betrieben.

Die Daten werden automatisch gemessen und an die Computer ohne Zeitverzögerung weitergegeben, alle 10 Minuten werden die Daten aktualisiert.

Folgende Daten werden mittels TAWES weitergegeben:

- Windrichtung und -geschwindigkeit
- Windspitzen
- Temperatur Maximum zwischen 6h UT (Universal Time; Anm. der Autorin) und 18h UT
- Temperatur Minimum zwischen 18h UT und 6h UT
- Relative Feuchtigkeit, als Sättigungsgrad der Luft
- Taupunkt
- Luftdruck absolut und auf Meeresniveau reduziert
- Niederschlag: ja oder nein, Menge und Dauer
- Sonnenschein: ja oder nein, Dauer

Sämtliche Daten werden aus allen neun Bundesländern geliefert, in jedem Bundesland gibt es noch zusätzliche Stationen, in Niederösterreich sind es etwa 52 Stationen an denen gemessen wird.

Zusätzlich werden im TAWES auch Satellitenbilder zur Verfügung gestellt.

Die Bilder werden in 15 Minuten Intervallen von Meteosat 8 beziehungsweise 9 aus 36.000 km Höhe geliefert. Die Bilder sind Aufnahmen der Erdhalbkugel mit Zentrum über dem Äquator und dem Nullmeridian.

Die Bilder können in einen sogenannten „Loop“ zusammengefasst werden, das heißt man sieht den Ablauf der vergangenen Stunden.

Um die Prognosen noch präziser gestalten zu können, gibt es im TAWES zusätzlich zu den sichtbaren Satellitenbildern Infrarot, das für die Nachtstunden verwendet werden kann.

Neben den Satellitenbildern, die in erster Linie Auskunft über Wolkenbewegungen geben, gibt es die Radarbilder, die vor allem über Niederschlagsintensität Auskunft geben. Sie informieren darüber, wo in Österreich es wie stark regnet, hagelt oder schneit.

Das Wetterradar wird vom Österreichischen Flugwetterdienst, der Austrocontrol geliefert. Die Austrocontrol hat vier Stationen, die in der Nähe der Flughäfen Salzburg und Wien sowie auf dem Zirbitzkogel und auf dem Patscherkofel angesiedelt sind.

Alle fünf Minuten werden neue Bilder aufgenommen, alle zehn Minuten erscheinen neue Bilder auf dem TAWES-Computer.

Auch hier gibt es die Möglichkeit sich mittels „Loop“ die Entwicklung der vergangenen Stunden anzusehen.¹⁹

1.3.1.1 ALDIS

Ein weiterer Teilaspekt des TAWES ist das sogenannte „ALDIS“ (Austrian Lightning Detection and Information System).

Dieses Blitzortungssystem wird von OVE, Verbund und Siemens betrieben. In ganz Österreich sind acht Stationen verteilt, die jeweils über eine Reichweite von einigen hundert Kilometern verfügen.

Vom System wird jeder Blitz erfasst, der den Boden berührt, Wolke-zu-Wolke-Blitze werden nur zum Teil registriert.

Die Blitze werden am Bildschirm als eingefärbte Punkte dargestellt, ihre Position wird mit einer Genauigkeit von zirka einem Kilometer erfasst.

¹⁹ vgl. Tiesner, 2008, S.30 ff.

Mittels ALDIS kann aber nicht nur geortet werden, wo Blitze einschlagen, sondern auch, wie lange der Einschlag zeitlich bereits zurück liegt. Erkennen kann man das an der Einfärbung der Punkte:

Aktuelle Blitze sind gelb eingefärbt, ältere rot. Aktualisiert wird alle 15 Minuten.

In einer Zusammenfassung werden die Blitzsummen der vergangenen 24 Stunden in Österreich gesamt und in den Bundesländern angezeigt.²⁰

1.3.2 Probleme bei der Erstellung einer Prognose

Obwohl dank der hochentwickelten Computerprogramme die Trefferquote für Wetterprognosen schon bei 86 Prozent in 24 Stunden liegt, kommt es nach wie vor immer wieder zu Fehlern in der Prognose.²¹

Dafür gibt es mehrere Gründe:

Zum einen ist die Sicherheit der Wetterprognose vom Zeitraum ebendieser abhängig. Um einen Tag vorherzusagen, sind Daten aus ganz Europa notwendig, für 3-4 Tage Daten der gesammelten Nordhalbkugel.²²

Eine Prognose über eine Woche hinaus mündet, wie Hartmut Dirks in seinem Buch „Wetter“ schreibt, bereits „[...] in einen Zufall.“²³

Ein weiterer Grund für die Schwierigkeit einer punktgenauen Wetterprognose ist, dass das Wetter ein dynamischer Prozess ist, der sich nur mittels präziser Berechnungen erfassen lässt. Geringe Abweichungen können schon gewaltige Auswirkungen haben. Nur die physikalischen Prozesse der Lufterwärmung zu kennen, reicht zumeist nicht aus.²⁴

Unser Wetter wird von Ereignissen beeinflusst, die kilometerweit entfernt stattfinden. Einen besonders großen Einfluss auf unser Wetter haben, wie bereits erwähnt, die Ozeane. Wie aber ebenfalls schon angeführt, gibt es nach wie vor zu

²⁰ vgl. Tiesner, 2008, S. 46 ff.

²¹ vgl. Dirks, 1991, S. 10

²² vgl. Graf, 2004, S. 7

²³ Dirks, 1991, S. 10

²⁴ vgl. Fishman/Kalish, 2004, S. 6 ff.

wenige Stationen, die genaue Daten über das Wettergeschehen über diesen Gewässern liefern.²⁵

Aber auch das Netz der Bodenstationen ist nicht immer ausreichend, so existieren in Afrika etwa nur Stationen in Küstennähe, nicht im Landesinneren und auch in Deutschland ist das Netz nicht immer dicht genug. Problem stellen auch die Computer dar. Mit den mathematischen Programmen können immer nur Näherungswerte errechnet werden. Außerdem hält sich das Wetter nicht immer an die Geschwindigkeit der Computer. Oft schreiten die Wetterentwicklungen schneller voran, als die Computer dies berechnen können.

1.3.3 Schuld ist immer der Meteorologe

Wie schwierig es ist, das Wetter in seiner Komplexität zu erfassen, ist nun ausführlich erläutert worden. Die Anzahl der unterschiedlichen Karten für einen Tag illustriert dies bereits deutlich.

Dennoch, der Rezipient erwartet eine genaue Prognose. Wenn der Meteorologe zum Beispiel schönes Wochenende prognostiziert, es dann aber nicht schön wird, dann wird oftmals er vom Rezipienten dafür verantwortlich gemacht.

Schon im 19. Jahrhundert hat Robert Fitzroy diese Erfahrung machen müssen. Nicht nur, dass sich die Londoner „Times“ von der Richtigkeit seiner Prognosen distanziert hat, auch die Royal Society²⁶ hat die Ernsthaftigkeit seiner Arbeit bezweifelt. Für Fehler wurde er als Person verantwortlich gemacht.

Obwohl er der erste war, der Sturmwarnungen ausgab, wurde seine Arbeit nicht als wissenschaftlich angesehen. Er meint dazu einmal:

„Certain persons [in the Royal Society] who were opposed to the system [of forecasting] theoretically at its origins“, and “those who undervalue the subject [of weather forecasting] and call it burlesque.“²⁷

²⁵ vgl. Dirks, 1991, S. 11

²⁶ Jene Gesellschaft, die die Gründung eines „Metereological Departements“ in Großbritannien vorangetrieben hat.

²⁷ Fishman/Kalis, 1994, S. 3 f.

Fitzroy hält in dieser Aussage also fest, dass bestimmte Personen, die der royalen Gesellschaft angehören, von Beginn an gegen die Meteorologie waren und dieses Fach unterschätzen und als burlesk abtun (Anm. der Autorin).

Zeit seines Lebens versuchte Fitzroy die Royal Society davon zu überzeugen, dass die Meteorologie, trotz Fehlprognosen, eine Wissenschaft ist.

Diesen Kampf müssen die Meteorologen heute nicht mehr ausfechten. Für das Wetter werden sie aber trotzdem verantwortlich gemacht.

Ich habe das Fernseh Wetter in „Niederösterreich Heute“ und das Wetter in „Guten Morgen Niederösterreich“ im Radio moderiert und bin des Öfteren auf von meinen Prognosen abweichende Wetterentwicklungen angesprochen worden, teilweise auch in etwas rauem Tonfall.

Dazu muss ich anmerken, dass ich keine ausgebildete Meteorologin bin, sondern die Daten vom Wetterdienst des ORF in Wien bekam, also in erster Linie deren Modelle weitergab. Natürlich habe ich mir im Laufe der Zeit einige Fähigkeiten angeeignet, so kann ich mittels des Wetterprogramms TAWES unter anderem interpretieren, wo es in Niederösterreich regnet, wo die Sonne scheint, wo der Wind aus welcher Richtung weht.

Die Zuhörer und Zuseher wissen über diese Hintergründe nicht Bescheid, insofern hat mich in diesem Zusammenhang Kritik, ob positiv oder negativ, stets geehrt, da es mir gezeigt hat, dass ich vom Publikum als glaubwürdige Wetter-Moderatorin eingeschätzt werde.

Bemerkenswert finde ich allerdings immer wieder, dass Kollegen und Freunde, die sehr wohl wissen, dass ich keine meteorologische Ausbildung habe, mir immer wieder vorwerfen, dass das Wetter anders geworden ist, als ich es voraussagte.

1.4 Erstellung eines Medien-Wetterberichtes

Der Prozess der Erstellung hat sich in den vergangenen Jahrzehnten geändert, wie sich auch aus den bereits beschriebenen, technischen Möglichkeiten ableiten lässt.

In den 80er Jahren haben Meteorologen nach wissenschaftlichen Analysen eine Wetterprognose und einen Bericht erstellt, eine Karte aufbereitet und diese Informationen an den Redakteur übermittelt. Der Redakteur konzentrierte sich auf die graphische Darstellung und präsentierte den Bericht schließlich in der Nachrichtensendung.²⁸

So kann es auch heute noch ablaufen. Allerdings entscheiden die Sendungsverantwortlichen, ob sie (wie etwa der ORF) eine eigene Wetterfachredaktion beschäftigen, die die Daten liefert, oder ob sie einen staatlichen oder privaten Wetterdienst beauftragen, die Daten zur Verfügung zu stellen.

Was und wie viel erworben wird, also ob Karte, Grafik, Diagramme, Bildtexte, Prognose-Texte und so weiter, kann jedes Medium eigenständig entscheiden.

Es gibt sogar die Möglichkeit, ganze Wettersendungen inklusive Moderator zu erwerben, wie dies zum Beispiel mit der von Jörg Kachelmann 1991 gegründeten Meteomedia der Fall ist. Hier werden die Prognosen erstellt und von ausgebildeten Meteorologen/Moderatoren präsentiert. So entstehen zum Beispiel die Wettersendungen von ARD, WDR, SWR, MDR, RBB, NDR und auch das Wetter auf RTL Luxemburg wird von Kachelmann und Meteomedia unterstützt.²⁹

Wie die Prognosen gestaltet werden, eher seriös oder eher locker, liegt ebenfalls im Ermessen des jeweiligen Medienunternehmens.

Wie bereits erwähnt, hat der ORF eine eigene Wetterfachredaktion, die die Prognosen erstellt. Wie eine ORF-Wettersendung genau entsteht, wird zunächst am Beispiel der bundesweiten Wettersendung und danach am Wetterbericht des Landesstudios Niederösterreich beschrieben.

²⁸ vgl. Keul, 1980, S. 10

²⁹ vgl. <http://www.meteomedia.ch/index.php?id=186>, Zugriffsdatum: 17.8.2009

Das „Niederösterreich Wetter“:

Seit August 2008 gibt es zwar im Landesstudio Niederösterreich kein moderiertes Wetter mehr, es werden also nur noch Karten gezeigt und eine Stimme erklärt knapp, was zu sehen ist, beziehungsweise was sich in den nächsten Tagen in Niederösterreich tun wird, die Erstellung des Berichtes läuft aber nach wie vor genauso ab, wie zu Zeiten, in denen Moderatoren eingesetzt wurden.

Die nächsten Absätze werden wieder in der „Ich-Form“ formuliert, da es Abläufe sind, die ich mehr als ein halbes Jahr lang verinnerlicht habe.

Wie bereits erwähnt, hat der ORF eine eigene Wetterfachredaktion. Natürlich kann nicht jedes der 9 Landesstudios ebenfalls eigene Meteorologen haben, daher wird etwa Niederösterreich ebenfalls von der zentralen Radiowetterredaktion in Wien versorgt.

Am frühen Vormittag wird von dort aus die erste Prognose erstellt und ausgeschiedt. Diese enthält einen ausführlichen Bericht über das Wetter am folgenden Tag und eine Vorschau über die nächsten drei bis fünf Tage (je nach Wetterlage sind mehr oder weniger Tage in der Vorschau enthalten).

Diese Prognose dient als Ausgangspunkt, ich gehe sie im Detail durch und vergleiche sie mit Satelliten-Bildern aus dem Wetterprogramm TAWES und mit den Bildern und Prognosen der ZAMG.

Anschließend habe ich den Wettertext des Meteorologen in meinen Sprechstil verpackt und für den Zuschauer etwas lebendiger gestaltet.

Ein Beispiel: Statt der gegebenen Formulierung „am Sonntag erwarten wir durchwegs sonniges Hochdruckwetter“, lautete mein Satz „der Sonntag macht seinem Namen wieder alle Ehre, die Sonne zeigt sich von früh bis spät, heiß wird’s auch - also die Badesachen dürfen wir ruhig wieder hervor räumen.“

Diese Anpassung habe ich für das Wetter am nächsten Tag, eine Fünf-Tagesvorschau und für das Bergwetter in Niederösterreich durchgeführt.

Da Fernsehen in erster Linie von den Bildern lebt, war meine nächste Aufgabe, die Grafiken zu erstellen.

Als Basis waren bereits gewisse Grundmasken von Technikern erstellt worden, in die nur noch die aktuellen Wettersymbole einzufüllen waren. Meine Aufgabe war es nun, meine Wetterinformationen, beispielsweise die Position der Sonne und Wolken an den Grafiker weiterzugeben und gemeinsam mit ihm die Karten immer wieder zu aktualisieren.

Außerdem habe ich für jeden Tag 5 Orte ausgewählt, die jeweils für eine Wetterregion Niederösterreichs repräsentativ waren und deren prognostizierte Früh- und Tageswerte gezeigt wurden.

Diese Orte dienen in erster Linie dazu, die Regionalität des Landesstudios zu zeigen. Bilder von kleinen Orten im Fernsehen zu präsentieren, verstärkt das Gefühl der Zuseher, dass der Sender überall in Niederösterreich präsent ist.

Außerdem bilden diese Wetterbilder eine gute Möglichkeit, die Zuseher in die Gestaltung der Wettersendung mit einzubeziehen. Es wird nämlich immer wieder dazu aufgerufen, Bilder der eigenen Ortschaft bei unterschiedlichen Wetterlagen an das Landesstudio zu schicken.

Beim Zuschauer erzeugt es Freude und Stolz, eingesandte Bilder im Fernsehen zu sehen.

Bis zur Aufzeichnung der Wettersendung um etwa 18:50 Uhr, war es meine Aufgabe, die Wetterprognosen der Wetterredaktion, die um 11 Uhr und 16 Uhr erfolgten, zu beobachten und mögliche Änderungen in den Wettertext beziehungsweise in die Karten einzubeziehen.

Wie bereits erwähnt, haben die Moderatoren im Landesstudio keine meteorologische Ausbildung. Anders ist dies im ORF-Zentrum am Königberg. Dort arbeiten Meteorologen am täglichen Wetterbericht.

Den Meteorologen werden zahlreiche Modelle zur Verfügung gestellt, die in verschiedenen Wetterzentren errechnet werden. In Europa kommen die Wettermodelle aus dem bereits erwähnten Wetterzentrum Redding in England.

Der Ausschnitt, der für Österreich relevant ist, reicht vom Atlantik bis weit in den Osten. Diese Karten zeigen vor allem Verteilung von Luftdruck, Temperaturen und Vertikalwind.

Aus diesen Karten können Meteorologen schon einen groben Trend erkennen, allerdings ist Österreich zu klein, um genaue Prognosen erstellen zu können.

Dafür gibt es Modelle, die in Frankreich in Zusammenarbeit mit der ZAMG erstellt werden.

Die Karte ist zwar ähnlich, allerdings ist Österreich hier besser dargestellt. Für jedes dieser Modelle gibt es sogenannte Gitterpunktwerte, die man sich wie einen Nadelstich durch die Atmosphäre vorstellen kann.

Dieser zeigt den zeitlichen Verlauf, also etwa die Temperatur in verschiedenen Schichten von 0 bis 18 Uhr, für mehrere Tage. Hier werden auch die Maximalwerte, also Tagestiefst- und Tageshöchstwerte angezeigt.

Dies sind aber, so der Leiter der ORF-Wetterredaktion, Mag. Thomas Wostal, nur Modelle, der Meteorologe kommt erst jetzt ins Spiel. Er nimmt alle Karten, weiß dabei auch schon, wo die Schwächen der Modelle sind (zum Beispiel kann nicht jeder Berg Österreichs in den Modellen genau nachgebildet werden) und fügt die Karten mit seiner persönlichen Erfahrung zu Prognosen zusammen. Wobei Thomas Wostal vor allem die Rolle der persönlichen Erfahrung betont:

„Zur Physik kommt immer die Erfahrung des Meteorologen. Ich sag immer, das ist wie bei einem Musiker. Man muss zuerst Noten lesen lernen. Dass aber auch noch ein schönes Stück gespielt werden kann, muss viel geübt werden. Man benötigt Erfahrung und Gefühl.“³⁰

Zu den Modellen stehen den Meteorologen natürlich auch alle Bilder des oben bereits genauer beschriebenen ORF-internen Wetternetzes (TAWES) zur Verfügung.

³⁰ Thomas Wostal im Interview am 31.8.2009

Nach der Arbeit mit den Modellen geht es darum das Wetter auch in Fernsehform zu bringen, also die Prognose, die der Fachmann im Kopf hat, auch in Bilder zu bringen.

Zuerst wird auf Zetteln notiert und die Information anschließend von einem Grafiker in Fernsehform gebracht.

Für jede Sendung gibt es einen eigenen Ablauf, je nach Sendezeit werden mehr Informationen und Grafiken eingebaut.

Dem ORF stehen 15 verschiedene Symbole zur Verfügung:

- Sonne
- Mond
- Regenschauer
- leichter Regen
- starker Regen
- Schneeregen
- Schneeregeschauer
- Schneeschauer
- Schneehagel
- Nebel
- geringe Bewölkung
- mittlere Bewölkung
- starke Bewölkung
- Gewitter

All diese Symbole können miteinander kombiniert werden. In den Grafiken werden aber nicht nur die Symbole verwendet, sondern natürlich auch Temperaturen eingesetzt.

Durch die Möglichkeit des Kombinierens konnte die Anzahl der Symbole in der Vergangenheit reduziert werden.

Sind die Grafiken erstellt, werden sie noch in der richtigen Reihenfolge aneinander gefügt und anschließend vom Moderator präsentiert.

1.5 Der Wetterbericht: Das Produkt

Wie aus den komplexen, von Computern errechneten Daten eine Prognose wird und aus dieser dann ein fernsehtauglicher Bericht, ist im vorigen Kapitel erörtert worden. Nun werde ich auf das eigentliche Produkt, den Wetterbericht an sich, näher eingehen. Wie kann er gestaltet werden, was muss bei Fernsehberichten beachtet werden?

Die wohl größte Herausforderung im Fernsehen ist, zu beachten, dass es sich um ein Medium handelt, das auf drei Ebenen funktioniert: Bild, Ton und Sprache.

1.5.1 Verständlichkeit des Wetterberichts

Laut medienwissenschaftlicher Definition ist der Wetterbericht dem Wissenschaftsjournalismus zuzuordnen.

Allerdings richten sich wissenschaftliche Sendungen meist an ein vorgebildetes Fachpublikum. Dies ist beim Wetterbericht anders und somit werden in puncto Verständlichkeit auch andere Anforderungen an das Wetter gestellt, es muss von einem großen Publikum verstanden werden.

Zum Thema Verständlichkeit des Wetters ist bisher noch wenig erforscht worden. Bekannt ist, dass beim Fernsehen der visuelle Kanal im Vordergrund steht, das heißt, der Zuschauer achtet zuerst auf das Bild, bevor er den Text wahrnimmt. Um eine hohe Verständlichkeit zu erzielen, müssen Text und Bild gut aufeinander

abgestimmt werden. Zur besseren Verständigung werden im Fernsehen, vor allem beim Wetterbericht, Grafiken eingesetzt.³¹

Im Allgemeinen unterscheidet man vier Arten, Sprache und Bild wahrzunehmen:

1. Visuelle Wahrnehmung eines Textes, wenn er nicht gleichzeitig vorgelesen wird
2. Akustische Wahrnehmung eines Textes (Sprecher aus dem OFF) in Kombination mit einem Standbild
3. Akustische und visuelle Wahrnehmung eines Textes, wenn er dabei vorgelesen wird
4. Akustische und visuelle Wahrnehmung der Kommunikationssituation, das heißt sichtbarer Moderator der beschreibt, was im Hintergrund zu sehen ist³²

Bei jeder der vier Möglichkeiten spielt der Text zum Bild eine wichtige Rolle. Text und Bild dürfen nicht kollidieren oder konkurrieren. Im besten Fall verweisen Text und Bild aufeinander. Da die Aufmerksamkeit des Zusehers immer wieder zwischen Bild und Ton wechselt, sollen auditive und visuelle Ebene im besten Fall aufeinander verweisen.³³

Im Allgemeinen kann die Rezeption einer Wettervorhersage wie folgt dargestellt werden.

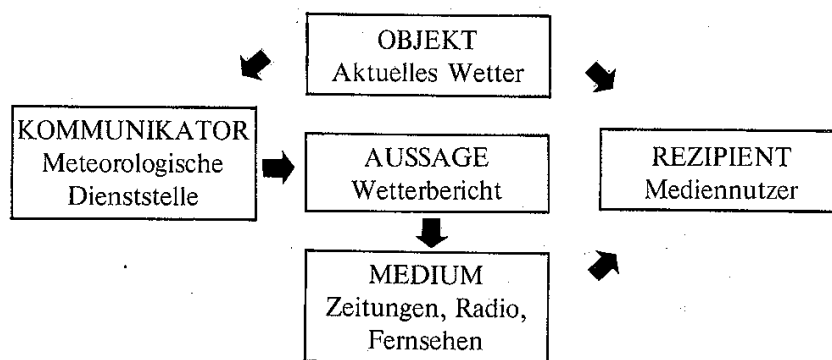


Abb. 2: Ablauf der Kommunikation³⁴

³¹ vgl. Graf, 2004, S. 54 ff.

³² vgl. Burger, 1990, S. 253

³³ vgl. Wachtel, 1995, S. 104 f.

³⁴ Keul, 1980, S. 9

Keul hält in seinen Ausführungen auch drei Hauptkriterien fest, die einen Wetterbericht verständlich machen:

1. Hohe syntaktische und semantische Verständlichkeit (Umgangssprache, wenige Fremd- und Kunstwörter, geringe Satzlänge und einfacher Satzbau)
2. Mittlere Redundanz (Anzahl an Wort-Wiederholungen)
3. Gliederung und wesentliche Aussageeinheiten direkt auf Erwartungen des Rezipienten abgestimmt³⁵

Zum ersten Punkt der Aufzählung möchte ich den ehemaligen Leiters der ORF-Radio Wetterredaktion, Dr. Peter Sterzinger, zitieren: Es werde darauf geachtet, „[...] dass das Fachchinesisch möglichst reduziert wird.“³⁶

Auch Keul zitiert in seinem Buch „Der Wetterbericht im Fernsehen“ den ORF-Wetterverantwortlichen Holzinger, der betont, dass der Anspruch an einen Filmbericht sei, eine informativ gestaltete Bildebene mit einer zusätzlich informativen Wortebene zu ergänzen. Die Zeit im Bild erfülle dies mit dem Wetterbericht. Es werden Wetterkarten und Diagramme eingesetzt, der Moderator macht das Gezeigte mit zusätzlichen Kommentaren und Erklärungen für Laien noch verständlicher.

Wie oben bereits erwähnt, sollten die Elemente des Berichtes allerdings möglichst einfach gehalten werden, um eine maximale Verständlichkeit zu erzielen.

³⁵ Keul, 1980, S. 12

³⁶ vgl. Mrazek, 1993, S. 44

Da der Wetterbericht meist nicht länger als drei Minuten dauert, sind alle Grafiken oder bildlichen Elemente, die nicht auf einen Blick zu erfassen sind, nicht geeignet.

Bildwechsel und Schnitte können die Grafiken zwar auflockern, sollten allerdings bei zeitlich sehr eingeschränkten Wetterberichten ebenfalls nur sparsam eingesetzt werden.

Der Begleittext ist bei Wetterberichten von besonderer Bedeutung, da damit die oft komplexen Grafiken erläutert werden.

Stimmeinsatz, Sprechtempo und Pausen werden je nach Moderationsform (mit, oder ohne Moderator) gewählt.³⁷

Die Möglichkeiten das Wetter zu präsentieren, sind vielschichtig. Zum einen wird unterschieden, ob der Bericht mit, oder ohne Moderator gestaltet wird. Zudem existieren Unterschiede, ob mit Stimme aus dem Off, die die gezeigten Bilder beschreibt, oder ohne Stimme, in dem nur Weltkarte mit Symbolen und Wetterwerten erscheinen, gearbeitet wird.

Falls das Wetter von einem Moderator oder einer Moderatorin präsentiert wird, gibt es verschiedene Möglichkeiten, das Studio zu gestalten.

Viele Sender arbeiten mit so genannten Blue- oder Greenboxen, auf die die verschiedenen Karten eingespielt werden. Dies bedeutet, der Moderator zeigt in die Luft, er sieht die Karten während der Aufzeichnung nicht tatsächlich. Bei den auf dem Fernsehgerät angezeigten Bildern erscheint die Karte allerdings hinter dem Moderator oder der Moderatorin.

Es gibt auch die technische Möglichkeit, die Karte real hinter den Moderatoren einblenden zu lassen. So wird dies beispielsweise beim „ZiB-Wetter“ im ORF praktiziert.

Ein weiteres Unterscheidungsmerkmal ist die Länge des Berichtes. Diese kann zwischen einer und drei Minuten variieren und hängt davon ab, worauf in der Sendung Bezug genommen wird.

³⁷ vgl. Keul, 1980, S. 13 ff.

So kann der vergangene Tag noch einmal mit einbezogen, oder auf die Nacht eingegangen werden. In sämtlichen Sendungen wird auf den nächsten Tag Bezug genommen. Wie weit die Prognose allerdings in die Zukunft reicht, variiert ebenso von Sender zu Sender.

Eine weitere Gestaltungsmöglichkeit sind sogenannte Sonderformen, wie Außenwetter oder Biowetter. Auf diese Formen werde ich im nächsten Kapitel, in dem ich mich mit Wettershows und ihre Besonderheiten befasse, näher eingehen.

2. Vom Wetterbericht zur Wettershow

Die Präsentationsform des Wetters hat sich seit ihren Anfängen stark verändert. Aus einem trockenen Informationsbericht wurde teilweise eine regelrechte Wettershow. Diese Entwicklung, die Elemente der Wettershow und die erste Österreichische Wettershow werden in diesem Kapitel der Arbeit betrachtet und erläutert.

2.1 Das Wetter als Show

„Am zuverlässigsten unterscheiden sich die einzelnen Fernsehprogramme noch immer durch den Wetterbericht.“³⁸

Woody Allen trifft es mit dem oben angeführten Zitat sehr genau. Gerade in der heutigen Zeit, in der es unzählige Fernsehprogramme gibt, die im Grunde immer dieselben Serien und Filme spielen, ist der Wetterbericht eines der wenigen Programmelemente, die individuell produziert werden. Daher sind im Wetterbericht auch die meisten Unterschiede zwischen den Sendern zu erkennen. Das Wetter war auch immer Bestandteil der Medien, allerdings hat es bis in die 1980er Jahre gedauert, bis dem Wetterbericht auch mehr Aufmerksamkeit geschenkt wurde.

³⁸ Brandt/Hellkötter, 2001, S. 138

Jörg Kachelmann, der wesentlich an der Veränderung Wetterberichts mitgearbeitet hat, führt das immer größer werdende Interesse der Menschen am Wetter auf die immer größer werdende Bedeutung der Freizeit zurück. Man will seine Freizeit optimal nützen, also auch wissen, wie wird das Wetter, um entsprechende Kleidung und Aktivitäten wählen zu können.

Auch Andreas Jäger, der jahrelang der „Wetterfrosch“ der Nation in Österreich war und mittlerweile die ZAMG leitet, sieht dies als einen der wesentlichsten Gründe für das große Angebot an Wettersendungen:

„Ich bin der festen Überzeugung, dass die Freizeit immer wichtiger wird. Freizeit ist ja immer auch begrenzt. Man möchte sich die Zeit bestmöglich einteilen, das hängt mit dem Fluch zusammen, dass wir immer alles gleichzeitig machen wollen. Man will einfach alles, also wir haben ein Zeitproblem. Da wird das Wetter dann natürlich wichtig, wenn ich mir, zum Beispiel für Sport, drei Stunden am Abend einteile. Will ich paragliten oder joggen, dann ist es für mich wichtig, dass es in den drei Stunden nicht minus 10 Grad hat oder regnet.“³⁹

Christa Kummer, die die erste Wettershow im ORF moderiert hat, sieht übertriebenen Showcharakter als Problem:

„Es gab für mich eigentlich nie den Übergang vom reinen Wetterbericht zu einer Show. Für mich ist das Wetter generell kein Show- oder Unterhaltungsprogramm. Da geht es entweder um Ist- oder um Prognose-Daten. Der Showcharakter ist da eigentlich nicht angebracht.(...) Eine Show ist eine Unterhaltungssendung, wo nette, freundliche Inhalte vermittelt werden. Das Wetter ist nicht immer nett und freundlich!(...) Also geht man da meines Erachtens mit dem boulevardesken Ausdruck Wettershow auch wieder zu weit. Das ist aber, glaube ich, unser Zeitgeist. Es muss alles eine Show sein.“⁴⁰

Hier wird deutlich, ganz unumstritten ist die Wettershow nicht. Allerdings sprechen andere Experten durchaus davon, dass es eine Entwicklung hin zur unterhaltenderen Präsentation gegeben hat und immer noch gibt.

Der Medienforscher Dietrich Leder sieht neben der größeren Bedeutung der Freizeitplanung noch einen weiteren Grund für das große Interesse an Wolken, Sonnen und Fronten. Anders, als beim restlichen Inhalt einer Nachrichtensendung,

³⁹ Andreas Jäger im Interview am 23.7.2009

⁴⁰ Christa Kummer im Interview am 27.7.2009

ist das Wetter das einzige Thema, bei dem sich jeder äußern kann. Jeder ist Experte, jeder ist kompetent.⁴¹

Brandt, Hellköter und Klein sehen den Grund für die Entwicklung hin zu einer Wettershow vor allem im Entstehen von Privatsendern.

Anders als die öffentlich-rechtlichen Sender sind diese gezwungen, neue Gestaltungsformen zu finden und mehr nach dem Interesse der Zuseher zu fragen, um auf dem Markt überhaupt bestehen zu können.

Der Wetterbericht eignet sich gut, um sich von anderen Sendern abzuheben, und das mit relativ geringen Produktionskosten.

Die Karten und Symbole müssen nicht täglich neu gemacht werden.

Die neuen, jungen Medienunternehmen mussten sich von den etablierten Präsentationsformen abheben. Sie wagten den Spagat zwischen Information und Unterhaltung im Wetterbericht.

Das Wetter wird zum Infotainment.

2.1.1 Infotainment

In den 80er Jahren hat sich in den USA eine neue Form der Sendung entwickelt, nämlich jene Sendungen, die sowohl unterhalten, als auch informieren.

Der Begriff „Infotainment“ ist ein Kunstwort, das sich aus zwei Begriffen zusammensetzt:

Information and Entertainment also Information und Unterhaltung

Diese Shows sind entstanden, da die Konkurrenzsituation der Fernsehsender in den USA zu dieser Zeit immer größer geworden ist.

In den frühen 70er Jahren hat es in den USA nur drei Sender gegeben CBS, NBC und ABC.

⁴¹ vgl. Graf, 2003, S. 67

In den darauffolgenden Jahren sind aber immer mehr Haushalte in den USA verkabelt worden (1987 haben 50 Prozent einen Kabelanschluss genutzt, nur ein Jahr später schon 53,8 Prozent) und haben somit Zugriff auf mehr Sender gehabt. Zum Vergleich haben im Jahr 1977 noch 93 Prozent der Haushalte die drei großen Networks am Abend geschaut, waren es 1980 schon weit unter 70 Prozent.

Diese Entwicklungen sind natürlich für die drei großen Networks nicht ohne Veränderungen geblieben. Sowohl personell als auch strukturell hat man sich den neuen Gegebenheiten anpassen müssen.

Um auf dem Markt weiterhin bestehen zu können, sind die großen Networks teilweise von anderen Personen übernommen worden.

In erster Linie ist es darum gegangen, gewinnorientiert zu arbeiten.

Sind die Nachrichten zu Beginn nach den Bedürfnissen der Zuschauer ausgesucht worden, ist man nun dazu übergegangen, das zu senden, was die Zuschauer sich wünschen.

Der Druck auf die Redakteure wuchs stetig an, die Marktsituation der Networks ist im neuen kommerziellen System immer schwieriger geworden. Durch die schwierige Situation mussten sich die Networks etwas Neues einfallen lassen.

So ist eine neue Art der Informationssendung entstanden: Die sogenannte „Infotainment-Show“:

„People don't want the old-fashioned kind of news because they know there is nothing they can do about it. But these new shows offer them a chance to get involved.“⁴²

Sinngemäß übersetzt soll dies heißen, dass Menschen die alt-modischen Nachrichten nicht mehr wollen, weil es für sie keine Möglichkeit gibt einzugreifen. Bei den neuen Shows aber haben die Menschen eine Möglichkeit sich einzubringen (Anm. der Autorin).

⁴² Schmitz- Pfeiffer, 1993, S. 98 zit. nach Boyer, 1986

Und der Erfolg hat dem Infotainment trotz zahlreicher Kritiker recht gegeben.

Die Einschaltquoten sind in die Höhe gegangen und immer mehr Sender haben sich dieses neuen Konzeptes bedient, nach dem Motto „If you can't beat them, join them“, also „Wenn du sie nicht schlagen kannst, werde ein Teil von ihnen“ (Anm. der Autorin).

Grundsätzlich werden drei Varianten der „Infotainment-Shows“ unterschieden:

1. Crime related news: Aktuelle Verbrechen werden in halbdokumentarische Spielhandlungen verwickelt, wie etwa „Unsolved mysteries“ oder auch „Americas most wanted“
2. Medizinische Infotainment Shows: Hier untersuchen Ärzte reale Patienten
3. Personality Shows: Hierbei handelt es sich entweder um eine Studio-Talkshow mit Gästen oder eine Dokumentarsendung. In jedem Fall steht aber der Moderator im Mittelpunkt der Sendung

Aber auch im Nachrichtenbereich entstand der Zwang, sich von den anderen Sendern abzuheben, also sind auch in die Nachrichten immer wieder Unterhaltungselemente eingeflossen, so ist das Genre „Infotainment“ entstanden.

In Deutschland sind Information und Unterhaltung lange Zeit als komplett gegensätzliche Pole angesehen worden. Allerdings haben auch hier die Fernsehmacher bemerkt, dass sich die Zuschauer an den Informationssendungen gerne vorbeischlängeln und eher die Unterhaltungssendungen wählen.

Also ist auch hier die Diskussion um eine Einbindung unterhaltender Elemente in Nachrichtensendungen losgegangen.

Der Begriff „Infotainment“ ist in Deutschland zum ersten Mal 1988 in Programmanalysen der deutschen Fernsehsender aufgetaucht.

„Bei den Informationsangeboten, auf die die Privatsender aus unterschiedlichen Gründen nicht verzichten können, zeichnet sich immer deutlicher der Trend zum „Infotainment“ ab.“⁴³

Die unterhaltenden Informationssendungen waren zuerst vor allem im Programm der Privatsender zu finden, aber auch in den deutschen öffentlich-rechtlichen Sendern ARD und ZDF haben sich Ende der 80er Jahre schon „Infotainment-Sendungen“ gefunden, wie etwa „Frauengeschichten“ oder „Rendezvous in Rom“.⁴⁴

Nach der Erläuterung der Entwicklung des Infotainment möchte ich nun noch einmal genauer auf die Begriffe Information und Unterhaltung eingehen.

Information wird in den meisten Fällen mit „Nachrichten“ und „Aussage“ in Verbindung gebracht. Information steht aber auch für „Neuigkeit“ und „Aktualität“.

In diesem Sinne bedeutet Information aber auch immer „etwas dazu zu lernen“. Dies kann aber nur funktionieren, wenn zwischen dem Kommunikator und dem Rezipienten ein Informationsgefälle besteht, wenn also der Kommunikator „mehr weiß“, als der Rezipient.⁴⁵

Information ist hier als „Korrelat von Unkenntnis“ zu betrachten. Eine Aussage ist also nur dann eine Information, wenn sie uns etwas mitteilt, was wir nicht vorher schon gewusst haben.⁴⁶

Von den Rundfunksendern wird Information so definiert:

„Informationssendungen sind neben Tagesnachrichten und Serviceprogramm in erster Linie Sendungen über die Bereiche Staat und Gesellschaft, Wissenschaft, Technik und Natur, Kultur, Religion

⁴³ Schmitz Pfeiffer, 1993, S. 13, zit. nach Krüger, 1988, S. 644

⁴⁴ vgl. Schmitz-Pfeiffer, 1993, S. 7 ff.

⁴⁵ vgl. Schmitz-Pfeiffer, 1993, S. 18 ff.

⁴⁶ vgl. Burkart, 2002, S. 402

*und Sport. Ihre formale Bandbreite reicht von Nachrichten über Reportagen, Dokumentarberichte (Features), Diskussionen, Gespräche, Hearings, Berichte, Vorträge, Kommentare und Magazine bis zum Bildungsprogramm.*⁴⁷

In dieser Definition wird allerdings nicht beachtet, in welcher Intention der Zuseher oder die Zuseherin das Programm nützt.

Denn im Nutzungsverhalten der Rezipienten kann durchaus eine vom Kommunikator als reine Information deklarierte Sendung als Unterhaltung aufgefasst werden.

Eine Nachricht wird dann zur Nachricht wenn sie dem Rezipienten zur Orientierung dient.

Die Definition von „Unterhaltung“ ist schwierig.

Noelle-Neumann hält fest, dass Unterhaltung immer etwas ist, das im Zuseher Freude auslöst.

Das heißt, Unterhaltung ist in gewisser Weise auch eine latente Funktion der Medien im Gegensatz zur Information, die eine manifeste Funktion der Medien ist.

Unterhaltung ist also in einer Kommunikation immer dann gegeben, wenn diese mittels schon erlernter Objekt- und Symboldeutungen vorgenommen werden kann.

Unterhaltung und Information schließen einander nicht aus, sondern fließen im Infotainment eher ineinander.⁴⁸

Information und Unterhaltung sind in den Medien immer mehr zusammengewachsen, das allerdings nicht ohne Diskussionen. Die ursprüngliche Intention der Programmierer mag gewesen sein, informative Sendungen

⁴⁷ Schmitz-Pfeiffer, 1993, S. 19 zit. nach Krüger 1992, S. 200

⁴⁸ vgl. Schmitz-Pfeiffer, 1993, S. 20 ff.

schmackhafter zu machen, leichter verständlich zu machen und die Zuschauer an das Programm zu binden.

Allerdings stellt sich die Frage, welche Informationssendungen für Infotainment geeignet sind.

Ist der Text oder Inhalt einer Sendung im Vordergrund, müssen Form, Sprache und Verpackung in den Hintergrund treten. Damit die Spannung nicht abfällt, müssen allerdings ungewöhnliche Elemente eingebaut werden, damit der Zuschauer weiter aufmerksam bleibt.

Dies hat auch eine Untersuchung in den USA festgestellt, folgende Elemente sind dabei als besonders wichtig hervorgehoben worden:

- Emotionalisierung
- Personalisierung
- Suggestieren von persönlicher Nähe
- Dramatisierung
- Konfrontation, Konflikt

Es hat sich gezeigt, dass Inhalte, die personalisiert und dramatisiert oder in Story-Form gebracht worden sind, besser verständlich sind, als jene, die sich der persönlichen Betrachtung entziehen.

Infotainment ist also nicht nur eine Mischung aus Information und Unterhaltung, sondern eine Form der Rezeption von Inhalten, bei denen eine strikte Trennung zwischen Information und Unterhaltung nicht sinnvoll erscheint.

Ob es sich bei einer Sendung dann um eine informative Unterhaltungssendung oder eine unterhaltende Informationssendung handelt, das hängt nicht so stark vom Inhalt, als bedeutend mehr von der Präsentation ab.⁴⁹

⁴⁹ vgl. Schmitz-Pfeiffer, 1993, S. 23 ff.

Unterhaltende Elemente im Wetter

Graphische Elemente:

Während in der Anfangszeit des Wetterberichts die graphische Gestaltung meist nicht über eine einfache Tafel hinausging, wird heute auf die verschiedensten Karten gesetzt.

Wie viel Wert auf die Gestaltung des Wetters gelegt wird, zeigt das Motto der ATV+ Wettershow:

„Am Wetter kann man nichts ändern, an der Präsentation schon.“⁵⁰

Dies zeigt aber auch, dass die Verpackung des Wetterberichts nicht zufällig, sondern bis in kleinste Detail geplant ist.

Ein Fernsehsender positioniert sich vor allem durch seine Verpackungen, durch die Präsentationsformen.

Diese Formen zeichnen einen Sender also aus, sie sind sozusagen die „Codes“ eines Senders.

Diese sind Teil des On-Air-Designs eines Senders.

Die sogenannte Fernsehsemiotik beschäftigt sich mit den Auswirkungen dieser Codes auf unsere Vorstellungen von Ästhetik und gutem Programm.

Fernsehsemiotik und Fernsehästhetik

Der Einfluss des Fernsehens auf unser Leben hat sich stark ausgeweitet.

⁵⁰ Graf, 2003, S. 95

Es beeinflusst auch unsere Vorstellungen von Ästhetik. Durch ritualisierte Präsentationsformen werden wir an bestimmte ästhetische Schemata gewöhnt.

Seit Beginn des Privatfernsehens haben wir uns daran gewöhnt, dass sich die Sender, um sich am größer werdenden Medienmarkt abzuheben, verschiedener Designs bedienen, wie etwa Jingles, Trailer, Werbetrailer und so weiter.

Ein wichtiger Bestandteil der Gestaltung sind natürlich auch die Ausstattung und Gestaltung der Studios, die Kleidung der Akteure und vor allem auch die optischen Elemente, die das visuelle Image eines Senders prägen und ihn unverwechselbar machen sollen.

Diese Elemente werden in der Fachsprache auch „On-Air-Design“ genannt und sorgen dann gemeinsam mit den „Off-Air-Elementen“, wie etwa Plakaten oder Flyern für das Corporate Design eines Senders.

Dieses Design ist für jeden Sender sehr wichtig, da es nach außen hin zeigt, wofür der Sender steht und für einen Wiedererkennungswert sorgt.

Fernsehsender erreichen ihre Zuseher nicht nur über die Inhalte ihrer Sendungen sondern auch über das wofür sie stehen.

Alles in allem muss das On-Air gemeinsam mit dem Off-Air-Design ein stimmiges Bild ergeben.

Im Zusammenhang mit dem Wetter sind in dieser Arbeit vor allem die On-Air-Elemente von Bedeutung:

Grafik:

Dies umfasst sowohl das Senderlogo, alle Tafeln und Schriften die zu sehen sind, wie auch die Wetterkarten und hier verwendeten Techniken.

Set-Design:

Dies umfasst die Gestaltung der Studios. Wie beim Theater muss auch bei einer im Studio aufgezeichneten Show alles zusammen passen. Wie weit die Gestaltung geht, hängt vom Format der Sendung ab. Für eine Talk- oder Quizshow werden andere Elemente benötigt, als für eine Wettersendung. Da reichen meist eine Bluebox und ein Moderator aus.

Ein wichtiger Punkt bei der Gestaltung von Studios ist die Farbauswahl, denn Farbe ist nicht nur Geschmackssache, Farben wirken auch unterschiedlich auf Menschen. Farben wirken emotional und psychologisch.

Der Mensch kann zirka 100.000 Farbnuancen wahrnehmen. Die Bedeutung einer Farbe ist sowohl genetisch vorgezeichnet, als auch kulturell geprägt. So gilt bei uns schwarz als Farbe der Trauer, während in Indien weiß als Trauerfarbe angesehen wird.

Die Wirkung der Farbe ist also immer relativ, außerdem spielt gerade in einem Fernsehstudio auch das Licht eine entscheidende Rolle. Eine Farbe kann in unterschiedlichen Beleuchtungen auch sehr unterschiedlich wirken.

Mode:

Je nach Sender wird auch die Ausstattung der Moderatoren anders gewählt. Während etwa die Moderatoren der Österreichischen Privatsender ATV und PULS 4 eher jugendlich und teils auch knapper bekleidet sind, wird im ORF eher auf elegante Mode gesetzt.

Musik:

Die Musik macht ebenfalls einen wesentlichen Teil der Senderpräsentation aus, auch sie macht den Sender einzigartig. So hat auch jeder Sender eine eigene Melodie zu Beginn und Ende des Wetterberichts. Hört man diese Melodie, soll man also sofort wissen, auf welchem Sender man ist und dass jetzt das Wetter folgt.

Teaser:

Damit sind Programmankündigungen gemeint, die den Zuschauer dazu anhalten sollen, dran zu bleiben.

Diese Programmteile bestehen meist nur aus Bildmaterial oder einer kurzen Ankündigung des Moderators.

Für den Wetterbericht gibt es kaum solche Ankündigungen, eher in kurzer moderativer Form in der Nachrichtensendung.

Einzig im dänischen Fernsehen TV2 wird auch für die Wettersendung mit einem Teaser geworben.

Zwischen dem Abspann der Nachrichten und dem Werbetrenner wird eine Ankündigungssendung für den Wetterbericht gespielt, der nach der Werbung folgt. Thema dieses Teasers ist aber nicht schon eine kurze Wetteraussicht, sondern was neben der Prognose thematisiert wird, also etwa das Biowetter.⁵¹

Sprache:

Wie auch Grafik, Musik und Studio macht auch die Sprache einen großen Teil einer Sendung aus.

Gerade beim Wetter ergibt sich die Schwierigkeit die Balance zwischen Fachsprache und „Umgangssprache“ zu finden.

Burger nennt eine Definition für den Begriff „Fachsprache“. Fachlich seien jene Handlungen, die in zweckrationaler, nicht sozialer Absicht geführt werden. Demnach ist Fachsprache eine sprachliche Äußerung, die konstitutiv oder kommentierend mit solchen Handlungen in Verbindung steht.⁵²

Beim Wetterbericht steht in erster Linie eine Wissenschaft im Vordergrund, der Meteorologe oder Moderator hat die Aufgabe, die meteorologischen Fakten dem Publikum möglichst verständlich zu machen.

⁵¹ vgl. Graf, 2004, 90 ff.

⁵² vgl. Burger, 1990, S. 261

Der langjährige Wettermoderator Andreas Jäger hält in diesem Zusammenhang fest, dass es weder nur mit Umgangssprache noch mit rein wissenschaftlicher Sprache funktioniert.

*"Wenn es zum Beispiel am nächsten Tag regnet, dann kann ich locker sein, die Leute quasi trösten, in dem ich einen guten Scherz mache. Aber wenn es dann um andere Sachen geht, um Hurrikans oder so, da kann ich dann nicht mehr flachsen, da ist dann wissenschaftliche Sprache durchaus angebracht. Da hören die Leute auch zu, werden Zahlen, und Fakten extrem wichtig. Da muss man genau argumentieren."*⁵³

Dies sei der Punkt, man müsse wissen, welche Sprach-Form bei welcher Gelegenheit angebracht sei.

Auch in einer Wettershow spricht also nichts dagegen, immer wieder auch Fachsprache einfließen zu lassen. Im Gegenteil, man könne sich damit auch glaubwürdiger machen. Laut Jäger nannte ORF-Wettermoderator Belcredi, der kein Meteorologe war, oftmals den Begriff Okklusion, da er wusste, er wirke dann kompetenter.⁵⁴

ORF-Wettermoderatorin Christa Kummer sieht die Frage nach Umgangs- oder Fachsprache als eine der schwierigsten.

Ihr Material, aus dem sie die Prognose erstellt, besteht aus zahlreichen Karten und Modellen und das nur für einen einzigen Tag. Die sprachliche Herausforderung besteht zum einen darin, dieses Wissen in eine verständliche Form zu bringen und in eine kurze Form, denn für die Erklärung einer Großwetterlage bleiben meist nicht mehr als 20 Sekunden.

Grundsätzlich solle man aber Fachausdrücke in den Wetterbericht einbauen:

*„Man kann natürlich auch Fachausdrücke nennen, das ist auch wichtig, ich glaube, die Leute sollten auch damit umgehen lernen. Unsere Gesellschaft ist auch sehr bildungshungrig und die Leute, die meteorologisch interessiert sind, legen da auch Wert darauf. Also ich sage Kaltfronten, da ist klar, das weiß jeder. Den Begriff Warmfront kennt auch jeder.“*⁵⁵

⁵³ Andreas Jäger im Interview am 23.7.2009

⁵⁴ vgl. Andreas Jäger im Interview am 23.7.2009

⁵⁵ Christa Kummer im Interview am 27.7.2009

Allerdings, solle man nur Fachsprache verwenden, wenn man sie auch beherrsche. So seien in einigen Wetterberichten verschiedener Sender Wortschöpfungen wie Schönwetter- und Unwetterfront zu finden, die es beide in der meteorologischen Fachsprache nicht gibt.

Begriffs-Erklärungen sind in einer Sendung aber durchaus angebracht, zu überfrachtet sollte eine Wettersendung laut Christa Kummer damit allerdings nicht sein:⁵⁶

„Was ist der Anspruch einer Wettersendung? Sie sollte kurz, zwischen einer und drei Minuten dauern. Die Conclusio sollte sein, was brauche ich morgen: Regenschirm, Sonnencreme, Bikini, Wintermantel, herrscht Glatteisgefahr? Man benötigt keine großartigen, meteorologischen Erklärungen in einer kurzen Sendung. Es genügen die Informationen wie das Wetter wird und welche Kleidung benötigt wird“⁵⁷

Genau diese Grundinformationen will auch Jörg Kachelmann, der als revolutionärer Wettermoderator gilt, hervorheben. Er bedient sich dabei aber einer umgangssprachlichen Sprachform. So prägte er einen sehr unkonventionellen Sprachstil wie etwa „es schiff“, oder die mittlerweile berühmten Blumenkohlwölkchen.⁵⁸

Dies war eine völlig neue Art der Wetterpräsentation und stellt auch einen weiteren wichtigen Punkt am Weg hin zur Wettershow dar.

Dies führt zum nächsten Punkt auf den ich näher eingehen möchte, die Showelemente im Wetterbericht.

Auch hier spielt die Grafik oder das Spiel mit grafischen Elementen eine große Rolle. Gerade beim Wetterbericht lassen sich die Sender viel einfallen, um sich unverwechselbar zu machen.

Seit dem Einzug der Computertechnik hat sich viel getan. Vor allem Bewegungseffekte werden beim Wetter gerne eingesetzt. Zu Beginn der Wettershow sind bewegende Wolken, zuckende Blitze und Regentropfen eingesetzt worden. Heute wird mittels „Wetterflug“ dem Zuschauer das Gefühl gegeben über die Landschaft zu fliegen.

⁵⁶ vgl. Christa Kummer im Interview am 27.7.2009

⁵⁷ Christa Kummer im Interview am 27.7.2009

⁵⁸ vgl. Brandt/Hellköter/Klein, 2001, S. 145

Hier steht wirklich der Effekt im Vordergrund, denn die wenigsten sind geographisch so firm, dass sie sich bei diesem Flug tatsächlich orientieren könnten.⁵⁹

Exkurs: Neuerungen im ORF-Wetter 1997 und 2005

1997 wird das neue Computerprogramm „Silicon Graphics“ im ORF präsentiert.

Mit diesem Programm ist es dem ORF nun möglich, in den Wettersendungen mittels sogenannten „beweglichen Ventilatoren“ und „Jetstreams“ Hochs und Tiefs, warme und kalte Luftströmungen besser sichtbar und auch verständlicher zu machen.

Auch das Studio ist anders gestaltet worden, es gibt eine Grafikwand und ein 3D-Wetterstudio. Trotz dieser Neuerungen ist damals vom ORF festgehalten worden, dass die Wettershow im Vergleich zu anderen Sendern noch immer seriös sei und man absichtlich auf Wetterflüge und ähnliches verzichte, da hier kaum Information vermittelt werde.⁶⁰

Im öffentlich rechtlichen Fernsehen ist man also etwas zaghafter auf die neuen Entwicklungen eingegangen auch um die gewohnte Seriosität der Wettersendung nicht in Gefahr zu bringen. Anders wird dies bei den privaten Sendern gehandhabt, wie im nächsten Unterpunkt gezeigt wird.

Eine weitere Neuerung des ORF-Wetters hat im Jahr 2005 stattgefunden: Zum ersten Mal ist die Österreichkarte nicht mehr hinter dem Moderator sondern vor ihm platziert, somit war die Zeit der schematischen und statischen Wetterkarten im ORF vorbei.

Die Österreichkarte ist mit den Elementen Regen, Wolken und Sonne, die dynamisch über der Karte schweben, so naturnahe wie möglich gestaltet worden. Im Hintergrund wird der Horizont zur Jahreszeit passend gestaltet. Dieses Raumerlebnis für den Zuschauer wird durch Blue- und Greenbox ermöglicht.

⁵⁹ vgl. Hellköter/Brandt/Klein, 2001, S. 143 f.

⁶⁰ vgl. APA Basisdienst, 28. Jänner 1997

Auch das Bergwetter ist mit neuen Kamerafahrten durch real existierende Berglandschaften verbessert worden, außerdem sind die Fünf-Tages-Prognose, das Europawetter und auch die Signation erneuert worden.⁶¹

Die Technik hat aber die Bedeutung des Moderators im Wetterbericht nie komplett in den Hintergrund gerückt. Es hat immer wieder Moderatoren gegeben, die besonders in den Vordergrund getreten sind, wie etwa Dr. Karla Wege, die lange Zeit das ZDF-Wetter moderierte und den Vorschlag gemacht hat, Wassertiefs mit einem Namen zu versehen. So sollte versucht werden, das Himmelsgeschehen den Zuschauern näher zu bringen.

Diese Namensgebung hat sich übrigens bis heute gehalten. Man kann sich sogar „Hoch“ und „Tief“ kaufen und nach sich benennen lassen.

2.1.2 Sonderwetterformen

Um das Wetter für den Zuschauer noch interessanter zu machen, hat man begonnen, sogenannte Sonderwetterformen in das Wetter einzubauen. Sonderwetterformen können etwa Bergwetter, Biowetter, Anglerwetter oder Bauernwetter sein.

Diese Sonderwetterformen haben mit der eigentlichen Wetterprognose wenig zu tun, dienen auch einem anderen Zweck. Damit soll Nähe zum Publikum suggeriert werden und die verschiedenen Medien wollen auffallen.

Wie die Namen schon verraten wird hier auf eine besondere Wetterausprägung eingegangen. Das am häufigsten verwendete ist sicher das Bergwetter. Gerade in einem Alpenland wie Österreich ist das Bergwetter von großer Bedeutung.

⁶¹ vgl. APA Basisdienst, 14. Juli 2005

Auch der ORF-Wetter Chef Thomas Wostal hob im Interview die Wichtigkeit des Bergwetters hervor.

Wie wird Bergwetter dargestellt: Im ZIB-Wetter wird oft mittels Flug die Berglandschaft Österreichs gezeigt und der Moderator erklärt die Wettersituationen in den jeweiligen Regionen.

Aber auch eine simple Angabe der Werte in 2.000 und 3.000 Metern Höhe sind schon Teil eines Bergwetters.

Vor allem im Winter ist das Bergwetter auch aus Sicherheitsgründen von großer Bedeutung, da etwa vor erhöhter Lawinengefahr gewarnt werden kann.

Aber nicht nur das Bergwetter findet Verwendung, auch das Biowetter wird häufig präsentiert. Christa Kummer hebt in ihrem Buch „Wetterfest durch alle Jahreszeiten“ die Bedeutung hervor.

19,2 Prozent der deutschen Bevölkerung empfindet den Einfluss des Wetters auf ihre Gesundheit als stark, 32 Prozent fühlen sich zumindest etwas beeinflusst.

Das Wetter ist, so bestätigen zahlreiche Untersuchungen, ein Auslöser für gesundheitliche Beschwerden, wie Kopfschmerzen, Depressionen, Herzbeschwerden.

Den Begriff „Biowetter“ hat übrigens der Wiener Dr. Alois Machalek geprägt.⁶²

Nicht zuletzt weil Christa Kummer selbst unter extremer Wetterfühligkeit leidet, ist ihr diese Form des „Extrawetters“ besonders wichtig und wird von ihr auch gerne verwendet:

„Das Biowetter ist gerade für die Wetterfühligen sehr wichtig. Aber das sind Streitpunkte, wie weit mischt man sich in eine Sendung ein. Ich gehe da manchmal schon so weit, dass ich das persönliche Empfinden anspreche, das ist natürlich unterschiedlich. Andere Kollegen würden das wahrscheinlich nie ansprechen, ich als Betroffene lege da besonders viel wert darauf. Weil ich weiß, wie man sich

⁶² vgl. Kummer, 2002, S. 7 ff.

fühlt, habe ich da einen besonderen Zugang, so hat jeder wo anders einen besonderen Zugang.“⁶³

Christa Kummer betont vor allem auch die psychologische Bedeutung des Biowetters:

„Ich bekomme zum Beispiel Kopfschmerzen, brauche mir aber keine Sorgen zu machen, dass da etwas in meinem Kopf wächst oder ich sonst irgendetwas habe. Ich weiß dann, das Wetter beginnt sich umzustellen. Das ist eine mögliche Ursache und wenn es nach ein paar Tagen wieder weg ist, dann weiß ich, dass es das war.“⁶⁴

Aber wie bereits erwähnt, gibt es mehrere Spezialwetterformen, die gerne verwendet werden. Je nach Wetterlage werden etwa Wassertemperaturen, Windstärken für Segler oder auch Pflanzenwetter angegeben.

„Ich kann das jetzt nur aus meiner Sicht beurteilen. Ich persönlich finde, man muss nicht jedes Wetter extra betiteln: Ich muss nicht Bergwetter, Segelwetter, etc. sagen. Der Wetterbericht ist ja eh in Summe da. Wenn ich für das Waldviertel Regen voraus sage, dann weiß der Bauer, dass er schon jetzt seine Wiese mähen muss, damit er nicht in den Regen kommt. Natürlich kann ich auch sagen, es gibt Segel- oder Surfwetter. Dann könnte man zum Beispiel die Windstärke, Beaufort angeben. Ein Bauer, der zum Beispiel Getreide oder Früchte anbaut, benötigt anderes Wetter, als ein Winzer für seine Weintrauben. Da scheiden sich schon wieder die Geister, da kommt wieder die Schwierigkeit heraus.

Diese Differenzierungen zwischen Berufs- oder Interessensgruppen ist in unserer modernen Zeit „in“ geworden.“⁶⁵

In wie weit diese Zusatzleistungen in den Wetterbericht eingebaut werden, ist eine Entscheidung des Senders, allerdings geht es hier nicht immer nur um den Mehrwert für den Zuseher, es stehen auch wirtschaftliche Überlegungen der Sender dahinter. Viele dieser Beiträge werden von Firmen, oder Tourismusregionen gesponsert.

ATV hat im Jahr 2004 aufgrund eines Vertrages mit dem ÖAMTC sogar mittels „Unterwegs in Österreich“-Karte Verkehrsinformationen wie Meldungen und Warnungen in den Wetterbericht eingebaut.⁶⁶

⁶³ Christa Kummer im Interview am 27.7.2009

⁶⁴ Christa Kummer im Interview am 27.7.2009

⁶⁵ Christa Kummer im Interview am 27.7.2009

⁶⁶ vgl. Graf, 2004, S. 78 ff.

Eine Sendung, die gut zeigt, wie weit man den herkömmlichen Wetterbericht ausdehnen kann, ist die Sendung „Alle wetter!“, die im Hessischen Rundfunk wochentags um 19:15 Uhr ausgestrahlt wird.

Besonders an dieser Sendung ist schon der Ort der Ausstrahlung: Es wird von einer zirka 200 m hohen Plattform im 53. Stock des Frankfurter Main Towers gesendet.

Neben der herkömmlichen Wetterprognose bekommen die Zuseher auch eine Reihe an Zusatzinformationen, wie die Apfelernte ausfallen wird, ob die Äpfel etwa wegen des Wetters in diesem Jahr teurer werden, wie Blitze entstehen oder wie viele Blitze man benötigen würde, um eine Autobatterie aufzuladen.⁶⁷

Auch rechtliche Themen, die teilweise mit dem Wetter oder der Jahreszeit zu tun haben, werden thematisiert. Sie ist etwa im September 2009 auch ein Anwalt im Studio eingeladen gewesen. Er erklärte, welche rechtlichen Bestimmungen es im Zusammenhang mit dem Herbstlaub gibt. Wer muss es wegräumen? Wer haftet, wenn jemand vor meiner Haustür auf dem Laub ausrutscht?

Besonders kreativ ist auch der dänische Sender TV2. Im Jahr 2003 hat der Sender sogar eine politische Diskussion in der Wettershow angestachelt. Es ging dabei um die Verlegung der Sommerferien in Dänemark, die zwischen Mitte Juni und Mitte Juli liegen.

Statistisch gesehen ist der August aber, was das Wetter betrifft, stabiler. Also sollten die Zuseher der Wettershow abstimmen, ob die Ferien zwei Wochen nach hinten verschoben werden sollten.

Nach der Abstimmung wurden Vertreter des Unterrichtsministeriums eingeladen. Ergebnis ist bis jetzt aber noch keines erzielt worden.

Im selben Sommer hat TV2 auch 30 Wassermesser ernannt, die täglich die Wassertemperaturen bekannt gaben und somit fixer Bestandteil der Sendung wurden.

⁶⁷ vgl. <http://programm.ard.de/programmvorschau/suche.php> Zugriffsdatum: 30.9.2009

Durch diese Mehrwertangebote versuchen die Sender näher an die Zuseher heranzukommen, auch durch Angaben wie Pollenflug oder Wassertemperaturen.

Diese Angebote müssen natürlich auch an das jeweilige Land angepasst werden, Hurrikane oder Erdbebenwarnungen, wie sie in anderen Ländern vorkommen, wären Hierzulande kaum angebracht.⁶⁸

Aber was wäre eine Show ohne einen Showmaster, den Moderator?

Der darf natürlich auch beim Wetter nicht fehlen. Dies führt zum nächsten Punkt.

2.2 Der Moderator

Es gibt einige Beispiele, die deutlich zeigen, wie wichtig der Moderator für das Wetter ist. Da wäre zum einen, der bereits erwähnte deutsche Wettermoderator Jörg Kachelmann, der für einige Neuerungen rund um den Wetterbericht steht.

Schon vor 10 bis 20 Jahren waren Wettermoderatoren Stars: In Deutschland war es damals Elmar Gunsch, der durch seine sonore Stimme aufgefallen ist, in Österreich Carl-Michael Belcredi, der einerseits durch seine bunten Pullover, andererseits aber auch durch seine für damals unkonventionelle Wettermoderation aufgefallen ist

In der jüngeren Vergangenheit haben sich in Österreich vor allem zwei Moderatoren etabliert. Zum einen die ORF-Wettermoderatorin Christa Kummer und zum anderen der ORF-, später aber auch ATV-Wettermoderator Andreas Jäger.

Andreas Jäger, der seit dem Jahr 2007 nicht mehr als Wettermoderator auf dem Bildschirm zu sehen, oder im Radio zu hören ist, arbeitet nun als Leiter der ZAMG. Er wird nach wie vor auf der Straße auf das Wetter angesprochen. Er selbst meint im Interview dazu:

⁶⁸ vgl. Graf, 2004, S. 78 ff.

„Ich glaube, das hängt auch vor allem damit zusammen, dass man ihn (den Wettermoderator, Anm. der Autorin) als einen von uns empfindet. Das ist ein großer Unterschied, glaube ich. Ich glaube, dass ein Wettermoderator auch zu ganz anderen Veranstaltungen gebucht wird, als ein ZIB-Moderator. Zumindest geht es mir so. Dass er für etwas ganz anderes steht, vielleicht für was Unterhaltenderes, was Volkstümlicheres, ja dass die Leute einfach näher an ihm dran stehen.“⁶⁹

Auch Christa Kummer kennt dieses Phänomen. Auch sie wird häufig auch im privaten Umfeld von unbekanntem Menschen auf das Wetter angesprochen. Besonders bewegt bei Christa Kummer, wie sie im Interview erzählt, aber nicht der Wetterbericht, sondern vielmehr in welcher Kleidung sie ihn moderiert.

„Meine Schuhe sind das große Thema, da gibt es wahnsinnig viele Mails von Männern: Welche Marke das ist? Welchen Durchmesser der Absatz hat? Also sie wollen die Höhe und den Durchmesser des Absatzes wissen. Natürlich kommen auch Mails von Frauen, die wissen wollen, wo die Schuhe zu kaufen sind. Das Thema Schuh ist unglaublich. Ich habe immer geglaubt, es geht ums Wetter, aber das wusste ich seit meiner ersten Sendung, 1995, dass es nicht ums Wetter geht, sondern, dass es ums Gewand und ums Äußere geht. Aber das Thema Schuhe ist unglaublich!“⁷⁰

Beide Moderatoren erleben also das Phänomen, dass sie durch den Wetterbericht zu Allgemeingut werden, weil sie jeden Abend im Wohnzimmer der Menschen erscheinen.

Dieses Phänomen beschreiben die beiden Psychiater Donald Horton R. Richard Wohl als „Parasoziale Interaktion“.

1956 führten sie diesen Begriff ein, um eine Beziehung zwischen Privatpersonen und Fernsehpersönlichkeiten (Personae), die dadurch gekennzeichnet ist, dass sie eine face-to-face-Beziehung simuliert, zu beschreiben.

Die Rezipienten fühlen sich dabei so, als würden die Personae zu ihrem nächsten Umfeld gehören.

Dass diese parasozialen Beziehungen, wie es scheint, auch bei Wettermoderatoren wirken, ist ein weiterer Hinweis darauf, dass der Wetterbericht sich zur

⁶⁹ Andreas Jäger im Interview am 23.07.2009

⁷⁰ Christa Kummer im Interview am 27.07.2009

Wettershow entwickelt. Denn diese Scheinbeziehungen werden durch den Moderator oder die Moderatorin gefördert.

Laut Horton und Wohl unterstützen die Moderatoren diese Beziehungen durch direkte Ansprache des Publikums und ein häufig intim gestaltetes Ambiente.

Parasoziale Beziehungen können reale Kontakte ergänzen oder auch ersetzen.⁷¹

Nachdem nun gezeigt wurde, wie sehr Wettermoderatoren von den Zusehern zu persönlichen Bekannten gemacht werden, möchte ich nun auf die Vermarktung der Moderatoren durch die Sender eingehen. Vor allem seit dem Aufkommen der Privatsender wird diese sehr gefördert.

2.2.1 Vermarktung der Moderatoren durch die Sender

Um den Wetterbericht noch unterhaltsamer zu gestalten, passen viele Sender das Aussehen der Moderatoren an das Wetter an. So ist es etwa möglich, dem Moderator einen Schirm oder eine Sonnenbrillen in die Hand zu drücken. Beim Schweizer Fernsehen befindet sich der Moderator immer im Freien, bei Regen steht er also mit Schirm und Regenjacke und nass vor der Kamera. So wird Nähe zum Zuschauer vermittelt.

Der dänische Sender TV2 präsentiert einen Teil der Sendung ebenfalls im Freien bei den Menschen. Im Winter stehen Moderatoren beim Lagerfeuer oder müssen bei Sturm während der Sendung gegen die Windböen ankämpfen.⁷²

Der österreichische Privatsender ATV hat zu Beginn seine Wetterdamen im Bikini moderieren lassen. Je wärmer es war, umso kleiner ist der Bikini geworden, je kälter, umso mehr Stoff bedeckte die Damen.

Auch in Presseaussendungen des Senders werden die Moderatoren über ihr Aussehen vermarktet. So heißt es etwa in einer APA-Aussendung vom 27. Mai 2007:

⁷¹ vgl. Horton/Wohl 1956, S. 215-229

⁷² vgl. Graf, 2004, S. 75

„Das Wetter um 19:29 Uhr wird von den beiden Models Manuela Feris und Anita Savija im „sexy Outfit“ präsentiert.“⁷³

Auch der öffentlich-rechtliche ORF gab sich bei der Bekanntgabe des neuen Moderators Marcus Wadsak flockig, so war in der APA zu lesen:

„Mit Marcus Wadsak wird das neue ZIB-Wetter von einem echten Sonnyboy präsentiert.“⁷⁴

Im Gegensatz zu ATV wird in der ORF-Presse-Aussendung aber auch kurz Bezug auf die meteorologische Ausbildung des neuen Moderators genommen. Die Seriosität des Senders soll damit betont werden.

Einige Sender treiben die Vermarktung ihrer Wetterfrösche sogar so weit, dass es auf der Homepage eigene Fan-Ecken für die „Wetterstars“ gibt.

Auf der Homepage des hessischen Rundfunks finden sich zum Beispiel Fragebögen der Moderatoren und Mitarbeiter der Sendung „Alle Wetter!“. Hier werden Fragen wie „Was ist ihr Lieblingswetter?“ beantwortet.

Außerdem kann man Autogrammkarten der Moderatoren bestellen oder sich die Titelmelodie der Wettersendung als Klingelton herunterladen.

Bei „Alle Wetter!“ gibt es zusätzlich zum Wettermoderator noch Fridolin den Frosch und auch der wird vermarktet. Als Bildschirmschoner, Stofftier kann man ihn erwerben und seit neuestem ist Fridolin auch auf der Internetplattform „Twitter“ aktiv.⁷⁵

Ist der Wettermoderator einmal ein „Star“ dann wird er auch innerhalb des Senders für verschiedene Aufgaben außerhalb des Wetters eingesetzt.

Ein gutes Beispiel dafür ist der österreichische Wettermoderator Andreas Jäger.

⁷³ APA Basisdienst am 27.05.2003

⁷⁴ vgl. APA- Ots.at: http://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20040713_OT0010/marcus-wadsak-praesentiert-zib-1-wetter, Zugriffsdatum: 19.10.2009

⁷⁵ vgl. http://www.hr-online.de/website/fernsehen/sendungen/index.jsp?rubrik=2296&key=standard_document_813758 Zugriffsdatum: 20.10.2009

Bekannt geworden ist er als Wettermann von „Willkommen Österreich“ von 1995 bis 1999, ab 1997 war er der Wettermann im „Ö3-Wecker“.

2002 moderierte er die Universum-Sendung „Wetterküche Alpen“ und 2005 das Universum „Azorenhoch und Islandtief“.

Im Jahr 2004 übernahm er außerdem die Wettermoderation in der ORF-Sendung „Expedition Österreich“.

Bei all diesen Sendungen blieb Andreas Jäger aber seiner Funktion als Meteorologe treu.

Jäger wird aber auch bei Sendungen eingesetzt, in denen es nicht um sein meteorologisches Fachwissen geht, sondern wo er auf Grund seiner Persönlichkeit, seiner Beliebtheit und seines Bekanntheitsgrades beim Publikum punkten kann.

So trat er 1998 in der Sendung „Star light“ auf und präsentiert „Singing in the Rain“, 2000 gab er den „Mambo Nr. 5“ in der Sendung „alles TV“.

Ebenfalls im Jahr 2000 moderierte er gemeinsam mit Dodo Roscic die Sommershow „6 im Sommer“. Im selben Jahr moderierte Jäger den „Energy Globe Award“.

Als ORF-Star wurde er auch in diverse Shows als Gast eingeladen, wie etwa im Jahr 2005 bei „wahre Freunde“ oder 2008 bei „Wir sind Kaiser“, um nur ein paar Beispiele zu nennen.⁷⁶

Im November 2002 war Jäger bei der Sendung „Help TV“ zum Thema „Schlafstörungen“ zu Gast. Jäger musste 30 Stunden ohne Schlaf auskommen und seinen Schlaf in der Sendung von einem Schlafforscher analysieren lassen.

Diese Aktion fand wiederum im „Ö3 Wecker“ Erwähnung und auch in der Dezember-Ausgabe der „ORF-Nachlese“ wurde darüber berichtet.

Im Jänner verkleidete sich Jäger für die „ORF-Nachlese“ als Hobbit Frodo Beutlin (eine Figur aus dem Film „Herr der Ringe“) und im März 2003 war er

⁷⁶ vgl. Homepage von Andreas Jäger: <http://www.andreasjaeger.at/uebermich> Zugriffsdatum: 20.10.2009

Teil der Jury von „Song03“, in dieser Sendung wurde der österreichische Teilnehmer am Eurovision Song Contest ausgewählt.

2.2.2 Vermarktung des Moderators durch andere Medien

Wie sehr sich der eigene Sender für den Wetterstar interessiert, ist im vorherigen Punkt gezeigt worden.

Der Star wird aber auch für andere Sender attraktiv. Andreas Jäger hat zum Beispiel für „Delikatesse“, einer Rubrik in der Wochenendbeilage des Kurier „Kurier Freizeit“, ein Rezept seiner spanischen Schwiegermutter gekocht.

Ein paar Monate später wurde Jäger vom „VOR-Magazin“ interviewt, wie wenig später auch sein Ö3-Nachfolger Marcus Wadsak.

Auch das Privatleben von Andreas Jäger ist von Interesse. Das Wochenmagazin „News“ berichtet über seine Heirat, die Geburt seiner Tochter und natürlich auch über seinen Abgang bei Ö3.

Auch nicht mediale Auftritte sind keine Seltenheit, so wird etwa Andreas Jäger am 27.10.2007 vom Theater am Alsergrund zu „Frau Kratochwil plaudert - die Talkshow“ eingeladen.⁷⁷

Die nächste Stufe ist die Eigenvermarktung der Moderatoren

2.2.3 Selbstvermarktung der Wettermoderatoren

Bei vielen Moderatoren hat der Bekanntheitsgrad einen Punkt erreicht, an dem man die Medien nicht mehr zwingend als Plattform braucht, sondern sich als eigene Marke verkaufen kann.

⁷⁷ vgl. Graf, 2004, S. 76 f.

Die meisten beginnen damit, eine eigene Homepage zu gestalten. So hat Andreas Jäger natürlich auch eine Seite, auf der man umfassende Informationen zu seiner Person recherchieren kann: Von seiner Tätigkeit als Moderator, als Meteorologe bis hin zu seinen Kinderbüchern, die er 2005 und 2008 schrieb.

Auch davor hatte sich Andreas Jäger schon unter die Autoren begeben. Gemeinsam mit Manfred Bauer hat er „Das Wetterjahr in Österreich“ verfasst.

Bis vor einigen Jahren konnte man sich auf der Homepage von Andreas Jäger auch Geburtstagsglückwünsche herunterladen. Außerdem kann man ihn für Moderationen buchen.⁷⁸

Auch die frühere ORF-Wetterlady Isabella Krassnitzer kann via Homepage als Moderatorin gebucht werden, genauso wie Christa Kummer, die, wie auch Andreas Jäger ein Buch geschrieben hat: „Wetterfest durch alle Jahreszeiten“.

Interessanterweise vermarktet sich der große Wetterstar Jörg Kachelmann nicht mit einer persönlichen Homepage. Er ist aber auf der offiziellen Seite seines Unternehmens www.meteomedia.de oder www.kachelmannwetter.de zu finden.

Seiner Bekanntheit tut dies aber keinen Abbruch. Er sorgt immer wieder für Aufsehen und das weit über die Grenzen Europas hinaus. So störte sein Kater „Lupin“ die Wettersendung am 13.1.2009. Der Moderator ließ sich aber nicht aus der Ruhe bringen, nahm den Kater auf den Arm und moderiert ungestört weiter. Über diesen Vorfall wurde im US-Fernsehen genauso berichtet, wie in internationalen Zeitungen. Im Internetvideoportal „YouTube“ wurde die Sendung mehr als 300.000-mal gesehen.⁷⁹

Es ist als nicht verwunderlich, dass auch die Werbewirtschaft die Wettermoderatoren für sich entdeckt hat.

Jörg Kachelmann war lange Zeit das Gesicht von „Actimel“ und warb für „Bank24“. Außerdem hat er in einem Kinospot für die deutsche Bundesregierung für die Chancen der EU-Osterweiterung geworben. Hier wird er auch mit der Funktion als Wettermann in Verbindung gebracht. In diesem Spot steht er mit

⁷⁸ vgl. Homepage von Andreas Jäger <http://www.andreasjaeger.at/index>
Zugriffsdatum: 20.10.2009 wie auch: vgl. Graf, 2004, S. 77

⁷⁹ vgl. <http://www.bild.de/BILD/unterhaltung/TV/2009/01/12/joerg-kachelmann/jetzt-wird-sein-kater-zum-weltstar.html> Zugriffsdatum: 20.10.2009

einem Fernglas auf der Zugspitze, blickt nach Osten und prophezeit jede Menge gute Aussichten für Deutschland. Sein Radio-Kollege Egon Wellenbrink von Radio Bremen war lange Zeit der „Melitta-Mann“.

Auch in Österreich sind Wetter-Moderatoren zu Werbestars geworden. Andreas Jäger hat, wie sein Kollege Kachelmann, für „Actimel“ Werbung gemacht und er hat Frank Hoffmann aus der Interspar-Werbung verdrängt.

Auch Christa Kummer wird als Werbeträgerin eingesetzt, sie wirbt für die Wochenzeitung „Die Furche“ mit dem Spruch „Für mehr Weitsicht und gegen weniger Nebel im Kopf - die Furche“.⁸⁰

Auch Hollywood hat in einigen Filmen schon das Modell des Wettermoderators verwendet, der das Wetter als Karrieresprungbrett nützt.

Beispielsweise im Film „Aus nächster Nähe“, mit Michelle Pfeiffer und Robert Redford. Michelle Pfeiffer spielte die zunächst naive Wetterlady, die dann zur toughen Reporterin wird.⁸¹

2.2.4 Wettermoderatoren müssen nicht unbedingt Meteorologen sein

Um das Wetter glaubhaft dem Publikum nahe zu bringen, muss man nicht unbedingt Meteorologe sein.

Der „Wetterrevolutionär“ schlechthin, Jörg Kachelmann, hat Mathematik, Physik und Geografie studiert und sich seine Wetterkenntnisse autodidaktisch beigebracht.

Andreas Jäger, der Meteorologie studiert hat, nennt als Beispiel auch einen der ersten heimischen Wettershow-Moderatoren: Michael Belcredi.

⁸⁰ vgl. Graf, 2004, S. 77 ff.

⁸¹ vgl. http://www.moviemaster.de/archiv/film/film_151.htm Zugriffsdatum: 20.10.2009

„Man muss kein Meteorologe sein, um gute Wetter-Sendungen zu machen, aber man muss sich dafür interessieren, dafür begeistern können, das glaub ich schon. Das war auch damals bei Belcredi so. Der ist ja eigentlich gelernter Journalist und dann durchs Fliegen auf die Idee gekommen, Wetter zu machen. Er hat ja einen Berufspilotenschein, glaube ich, und dabei ist er auf den Geschmack des Wetters gekommen.“⁸²

Auch die erste weibliche Wettermoderatorin des ORF, Christa Kummer, hat ursprünglich Theologie und Geografie studiert und als AHS-Lehrerin gearbeitet, bevor sie sich mit Geophysik auseinandersetzte und in die Wettermoderation hineingewachsen ist.

Ich selbst habe auch keine meteorologische Ausbildung, habe mir nur durch das Interesse am Wetter viel Wissen angeeignet.

Allerdings muss an dieser Stelle erwähnt werden, dass vor allem der ORF Wert auf ausgebildete Meteorologen legt. Während Privatsender, in Österreich allen voran ATV, zumeist eher auf das Erscheinungsbild der Wettermoderatoren Wert legen, als auf deren meteorologische Ausbildung.

Exkurs: Besonders ausgefallene Wettermoderatoren

Bei den Recherchen zu dieser Arbeit bin ich auf zwei sehr ausgefallene Wettermoderatoren gestoßen, die ich kurz anführen möchte. Zum einen soll hier der Wettermoderator eines britischen Radiosenders erwähnt werden.

Dieser Sender hat 1999 einen Papagei als Wetterfrosch engagiert. Es gab ein Casting und der begabteste Papagei hat den Job bekommen. „Chicken Jackson“ hieß der Papagei, hat Sprüche gelernt wie etwa „Schöner Tag für alle Papageien heute“.

⁸² vgl. Andreas Jäger im Interview am 23.7.2009

Von Seiten des Senders „96,4 FM The Eagle“ lautete die Begründung damals, es hören sich auch viele DJs wie Papageien an, es spreche also nichts dagegen, einen echten Papagei einzusetzen. Ob der Wetterpapagei heute noch im Einsatz ist, konnte ich leider nicht recherchieren.⁸³

Im Jahr 1987 sorgte ein berühmter Wettergastmoderator in der ORF-ZIB für Aufregung. Der deutsche Komiker Otto Waalkes hatte in der Sendung die Kontrolle übernommen, den vorbereiteten Bericht von Moderator Josef Broukal zerknüllt und sich vor der Wetterkarte in Slapstick geübt. „Wer hat den Stiefel da hingemalt“, war genauso zu hören, wie die Wetteraussichten für Rumänien und die CSSR.

Der ORF hat allerdings nach dieser komischen Einlage auch einige Kritik einstecken müssen.⁸⁴

2.3 Das Geschäft mit dem Wetter

Dass die Wirtschaft die Wetterstars als Werbeträger entdeckt hat, ist bereits im vorherigen Kapitel erwähnt worden, aber die Werbewelt hat auch die Wettersendung als gute Möglichkeit für Werbung entdeckt.

Eine Möglichkeit das Wetter als Werbefläche einzusetzen, sind die bereits erläuterten Sonderwetterformen, wie etwa das Biowetter oder das Pflanzenwetter, das kann zum Beispiel von einer Gärtnerei im regionalen Programm oder von Gartenfachgeschäften in überregionalen Sendern gesponsert werden.

⁸³ vgl. APA Basisdienst am 01.02.1999

⁸⁴ vgl. APA Basisdienst am 05.08.1987

Diese Art des Wettersponsorings wird vor allem im öffentlich rechtlichen Fernsehen, in Österreich im ORF, gerne verfolgt. Da erscheint dann etwa das Pflanzenwetter von Blumen-Händler BELLAFLORA.

In den meisten Programmen folgt das Wetter direkt auf die Nachrichtensendung. Zwischen den beiden Sendungen werden Werbungen geschaltet. Da das Wetter, wie im Laufe der vorangegangenen Kapitel bereits herausgearbeitet, von großem Interesse ist, gehört dieser Werbeblock zu den teuersten.

Es kann auch vorkommen, dass ein Werbespot im Block auf den nachfolgenden Wetterbericht hinweist. Ein Beispiel dafür wären die PREFA-Werbespots, die mit dem Slogan „PREFA - bei jedem Wetter, ein Dach wie ein Stier“ auf die nachfolgende Wettersendung hinweist.

Eine weitere Möglichkeit ist, einen Sponsor vor und/oder nach dem Wetter zu nennen. Da die Spots hier unmittelbar mit dem Wetter verbunden sind, bietet es sich an, den Spot auch mit dem Wetter in Verbindung zu bringen.

Ein Beispiel für so einen Spot ist etwa das Wettersponsoring des Pharmakonzerns Bayer. Er wirbt mit seinem Produkt ASPIRIN auf ARD und ZDF.

Auch Actimel, das im Zusammenhang mit werbenden Wettermoderatoren schon erwähnt worden ist, hat Spots, die sich auf das Wetter beziehen, produziert. Zum Beispiel mit einer Actimel-Flasche mit Schal, wenn es kalt ist.⁸⁵

In Österreich war diese Art des Sponsorings bei ATV zu sehen. Hier wurde das Wetter vom ÖAMTC gesponsert.

Gerne werden Wettersendungen aber auch von Bekleidungsfirmen gesponsert die dann gleichzeitig auch die Moderatoren einkleiden. Im Falle von „Niederösterreich Heute“ war das zum Beispiel „Stift Tulln“.

Aber wie läuft das ab, wenn es keine Werbezeit vor dem Wetter gibt, wie etwa in den ORF-Regionalprogrammen?

⁸⁵ vgl. Graf, 2004, S. 81

Aus meine Zeit als Wettermoderatorin bei „Niederösterreich Heute“ weiß ich, dass es auch hier möglich ist, Werbung unterzubringen und somit die Wettersendung sponsern zu lassen. Es gibt hier verschiedene Varianten.

Wichtig ist, die Wettersendung als eigene Sendung zu kennzeichnen, damit die Werbung nach ORF-Gesetz erlaubt ist.

Die einfachste Möglichkeit ist, nach der Wettersendung kurz eine Werbeannonce einzublenden. Beispielsweise: „Das Wetter wurde ihnen von der Garten Tulln gewidmet“⁸⁶

Eine weitere Möglichkeit ist die des Außenwetters. Bleiben wir beim Beispiel der „Garten Tulln“. Als das „Niederösterreich Wetter“ noch moderiert wurde, sind die Wettersendungen auch häufig direkt von Veranstaltungen gesendet worden, also etwa von der Garten Tulln. Der Wetterbericht wird in einen kurzen Beitrag über die Gartenschau verpackt.

Somit sind zwei Ziele erreicht, einerseits hat man Publikumsnähe erzielt, es hat Showcharakter, im Wetterbericht tut sich etwas und die Werbung ist auch mit verpackt.

Eine weitere Möglichkeit des Sponsorings für regionale und überregionale Wettersendungen sind Wetterbilder.

Bilder von Badeseen, Bergen mit Schnee, gefüllten Skigebieten sind nicht nur eine unterhaltende Bereicherung für die Wettersendungen, sondern werden auch oft von Tourismusfirmen beigesteuert.⁸⁷

Das Wetter kann regional sehr unterschiedlich ausfallen, gerade für Tourismusgebiete ist es sehr wichtig genaue Wettervorhersagen zu bekommen.

Das Kurbad Horemersiel liegt an der friesischen Nordseeküste. Die Wetterstation des Deutschen Wetterdienstes (DWD) ist 40 Kilometer entfernt und hat somit nicht immer das tatsächliche Wetter getroffen. Der Kurdirektor Reinhard Thomsen klagt in einem Artikel der Zeitschrift „Die Zeit“:

⁸⁶ Die „Garten Tulln“ ist eine große Gartenschau, die zur Zeit der Erstellung der Arbeit in Niederösterreich abgehalten wurde.

⁸⁷ vgl. Graf, 2004, S. 81 f.

„Wir haben uns oft gewundert, warum bei strahlendem Wetter keine Gäste da sind. Der Wetterbericht für unser Gebiet hat einfach nie gestimmt.“⁸⁸

Also hat das Bad beschlossen, eine private Wetterstation der Meteomedia AG, die dem Wettermoderator Jörg Kachelmann gehört, zu engagieren und dafür 12.000 Euro bezahlt.

Auch Kachelmann hat diese neue Geschäftsverbindung genützt. Mittlerweile kann man im Internet genau nachlesen, wie das Wetter ist und ob sich eine Anreise lohnt.

In Amerika ist es schon lange gängige Praxis, dass Wetterdaten von privaten Anbietern gekauft werden. Neben dem „National Weather Service“ existieren private Firmen, die Rohdaten vom Weather Service kaufen und dann Prognosen erstellen.

In Deutschland hat diese Entwicklung erst später begonnen. Lange Zeit war der Deutsche Wetterdienst DWD alleine für die Erstellung des Wetterberichts zuständig. Der Wetterdienst ist eine staatliche Behörde, die dem Verkehrsministerium unterstellt ist.

Mit dem Aufkommen der privaten Sender hat sich auch die Gestaltung der Wettersendungen verändert. Die Wetterberichte der DWD waren nicht mehr besonders gefragt und reichlich Kritik ausgesetzt.

Die Wetterberichte seien schwerfällig und nicht mehr das, was die Zuschauer erwarten.

Zu dieser Zeit eroberte Kachelmann gerade die Tagesschau. Die Wettersendungen auf den anderen Sendern haben sich zu veritablen „Meteorologie-Shows“ entwickelt, schreibt „Die Zeit“ im Jahr 2002.

Der „Kampf der Wetterhähne“, der Streit zwischen „David und Goliath des Wetters“ war ausgebrochen.

⁸⁸ Schnabel/Drösser, 2002, S. 31 f. in: „Die Zeit: Der Kampf der Wetterhähne“ online: http://www.zeit.de/2002/36/Kampf_der_Wetterhaehne, Zugriffsdatum: 12.10.2009

Kachleemann kritisierte das DWD-Wetter auch lautstark, vor allem die Güte der Vorhersagen:

„In Deutschland wissen viele Menschen nicht, wie gut man Wettervorhersagen machen könnte. Die Leute denken, dass es immer nur teils heiter, teils wolkig` gibt.“⁸⁹

Jörg Kachleemann wollte dies mit seiner eigenen Wetterfirma Meteomedia AG und anderen 20 privaten Wetterdiensten ändern und dem DWD seine Privilegien, die ihm durch das DWD-Gesetz zugesichert sind, streitig machen.

Das DWD-Gesetz schreibt dem Wetterdienst seit 1999 vor, seine Leistungen auch kommerziell zu verwerten. Die privaten Dienste haben vor allem kritisiert, dass der DWD seine Rohdaten zu teuer verkauft, obwohl sie mit Steuerdaten erhoben worden sind. Auf diese Daten sind aber viele private Dienste angewiesen. Andererseits habe der DWD seine Wettersendungen allerdings zu günstig an die Sender verkauft, um sich auch gute Marktanteile zu sichern.

Das System in Deutschland solle dem bereits erwähnten, in Amerika gängigen System, angepasst werden. Der DWD solle seine Daten also auch günstig an die Privatsender verkaufen.

Der Streit zwischen DWD und vor allem Jörg Kachleemann eskalierte 2002 nach den Überschwemmungen in Deutschland. Kachleemann kritisierte die späten Warnungen der DWD und nahm diese als Anlass, seinen Kampf gegen den DWD zu begründen. Der Streit ging soweit, dass der DWD Kachleemann sogar verklagen wollte.

Kachleemanns Vorwürfe sind allerdings nicht ganz unbegründet. Wie in einem Artikel der „Zeit“ nachzulesen ist, erstellt die DWD ihre Wettersendungen in der Früh und ändern die Karten auch nicht mehr, selbst wenn sich an der Wetterlage etwas ändert. Das heißt, die Daten, die die Zuschauer sehen, wurden bereits um Mitternacht erhoben.

⁸⁹ Schnabel/Drösser, 2002, 31 f. in: „ Die Zeit: Der Kampf der Wetterhähne“ online: http://www.zeit.de/2002/36/Kampf_der_Wetterhaehne Zugriffsdatum: 12.10.2009

Der DWD gibt aber auch zu, dass Kachelmann viel schneller reagieren kann. Er kann bis kurz vor der Sendung noch alle Informationen aktualisieren.

Im Endeffekt endete der Streit zugunsten Kachelmanns. Per 1. Jänner 2004 wurde das Geschäftsfeld „Medien- und Vorhersagekunde“ aufgelöst und der DWD hat sich nach dem Kampf aus dem Geschäft zurückgezogen. Die Wettershow hatte also gesiegt.⁹⁰

2.4 Die ersten Wettershows im ORF

Der ORF zeigte sich lange Zeit von der Entwicklung zur Wettershow unbeeindruckt, sprang spät, aber doch, auf den Zug auf.

Anfang 2004 war eine Neugestaltung des ZIB-Wetters geplant. Diese neue „Wettershow“ sollte sich durch frischeres Design und bessere Grafiken auszeichnen.

Der ORF wollte sich damit an die Entwicklung in Deutschland anpassen und vor allem auch dem Seherschwund der ZIB entgegenwirken.

Immerhin erzielt der ORF rund 40 Prozent seiner Werbe-Einnahmen in der Zeit rund um die „Zeit im Bild“.

Natürlich kann die Wetter-Sendung alleine den Seherschwund nicht stoppen. Allerdings ist das Wetter ein nicht unerheblicher Grund, sich die „Zeit im Bild“ anzusehen. Mit einer Neugestaltung des Wetterberichtes erhoffte man sich also ein neues Zugpferd für diese Sendezeit.

Laut dem damaligen ORF-Informationsschef Gerhard Draxler war das neue an der Wettershow vor allem die attraktivere und farblich buntere Gestaltung, sowie der Ausbau von Service und Information.⁹¹

So ist die Blue-Box durch eine „Real Box“ erweitert worden, die graphischen Möglichkeiten sollten so ausgenutzt werden, dass auch Wetterphänomene erklärt werden können.

⁹⁰ vgl. Schnabel/Drösser, 2002, S. 31 f. in: „Die Zeit: Der Kampf der Wetterhähne“ online: http://www.zeit.de/2002/36/Kampf_der_Wetterhaehne, Zugriffsdatum: 12.10.2009

⁹¹ vgl. Graf, 2004, S. 65 ff.

Und der Bericht sollte unmittelbarer werden. Im Falle eines Unwetter-Ausbruchs kurz vor der Sendung, sollte direkt von dort berichtet werden können.

Außerdem bekamen die Moderatoren einen Bildschirm mit Touchscreen, um bestimmte Wettervorkommnisse besser erklären zu können.

Auch für die Länge des Wetterberichts gab es keine fixen Regeln mehr, je nach Wetterlage wird seit dieser Umstellung entschieden, wie lang das Wetter werden soll.

Im Endeffekt wurde die gesamte ZIB neu gestaltet und ging mitsamt der neuen Wettershow am 14. Juni 2004 zum ersten Mal auf Sendung. Und dies medienwirksam. So titelte das Wochenmagazin „News“ mit „Frischer Wind im ORF“ und inszenierte einen Streit zwischen den beiden Wetterdamen Christa Kummer und Isabella Krassnitzer, der damit endete, dass Krassnitzer den ORF verließ.

Der damals eigentlich vorgesehene Wettermoderator, Andreas Jäger, konnte die Wettermoderation nicht übernehmen, da er zuvor einen Werbevertrag für Interspar unterschrieben hatte und es laut ORF-Gesetz, vor allem Mitarbeitern aus dem Informationsbereich, nicht erlaubt war, Werbung zu machen.⁹²

2.4.1 Das ORF-Wetterzimmer

Noch bevor der ORF mittels technischer Neuerungen das ZIB-Wetter zur Wettershow modifizierte, gab es auf ORF2 bereits eine Form der Wettershow: Das Wetterzimmer in „Willkommen Österreich“.

⁹² vgl. Graf, 2004, S. 65 ff.

Am 14. April 2003 präsentierte der bis dahin als Reporter bekannte Alexander Hofer zum ersten Mal das "Willkommen Österreich-Wetter" aus einem neuen Studio, das als Arbeitszimmer konzipiert war.

Es sollte ab diesem Zeitpunkt im Vorabendprogramm immer ein etwas anderer Blick auf das Wetter geworfen werden, bei dem auch etwas ungewöhnlichere Fragen beantwortet wurden. So wurde zum Beispiel auf Anfrage erklärt, dass ein Regentropfen mit etwa 40 km/h vom Himmel auf die Erde fällt.

Weiters waren Zuspelungen aus den Bundesländern und andere Themen und Neuigkeiten rund um das Wettergeschehen in den Ablauf integriert. Zum Beispiel: Wie reagieren Flora und Fauna auf das Wetter? Welchen Einfluss hat das Wetter auf den Straßenverkehr und auf die Ernte? Wie wirkt sich dies auf den Tourismus aus?

Zusätzlich folgte an jedem Donnerstag eine genaue Prognose für das kommende Wochenende.⁹³

Es ist also gut zu erkennen, dass hier einige Showelemente (Sonderwetterformen und unterhaltsame Fragen) in die neue Wettersendung mit verpackt wurden.

Neben Alexander Hofer haben auch Andreas Jäger und Christa Kummer aus dem neuen Wetterzimmer moderiert. Christa Kummer, die sich eigentlich gegen den Ausdruck Show in Verbindung mit dem Wetterbericht wehrt, gesteht diesem Wetterzimmer im Interview aber doch Showcharakter zu:

„Da hat man relativ lange Zeit gehabt. Man konnte hantieren, quasi mit dem Wetter in der Hand. Man hat immer irgendwelche Erklärstücke gebastelt. Man hat Dinge, zum Beispiel einen Berg, gehabt und dann hat man gezeigt, wenn da jetzt die warme Luft aus dem Süden kommt und aufsteigt, dann kühlt sie ab. Wie der Temperaturverlust ist, konnte man angreifen, das war ganz lustig. Dann ist man zur Wetterkarte gegangen, da können sich viele sicher noch erinnern, wo mit Magneten die Symbole hinzugefügt wurden. Das war etwas, da konnte man auch Emotion, Empfindung einfließen lassen. Da bei den Tirolern gibt es Regen und da kommt die Sonne. Da war etwas Spielerisches. Das war auch das Format, muss man dazu sagen, etwas, das ich angreifen kann, etwas, das eine Studiodekoration

⁹³ vgl. APA-Ots.at: http://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20030410_OTS0079
Zugriffsdatum:26.10.2009

*hat, wo ich einen unordentlichen Schreibtisch habe, wo vielleicht noch die Wetterkarten herumliegen. Das ist greifbar, das ist witzig, da fühlen sich die Leute dann zuhause. Wir haben sogar ein Fenster gehabt, wenn es draußen geregnet hat, haben wir es dort auch regnen lassen, das war immer recht lustig.*⁹⁴

Das Willkommen Österreich-Wetter ging sogar auf Sommertour und sendete einen Sommer lang immer von draußen. Das heißt, der Wettermoderator zeigt sich manchmal im Regen oder im Sonnenschein.

Mit Einführung der neuen Vorabendserie „Frühlings-, Sommer-, Herbst-, oder Winterzeit“ (der Titel der Sendung wird je nach Jahreszeit verändert) im Jahr 2007 ging allerdings auch die Ära des „Willkommen Österreich“-Wetters zu Ende.

Stattdessen wurden die Wetter-Moderatoren nun in die Sendung „Heute in Österreich“ gebeten, wo sie zu Beginn auf dem Sofa Platz nahmen. Nach einem kurzem Gespräch mit dem Moderator über das aktuelle Wetter wurde zur Blackbox gewechselt.

Rund um den Jahresbeginn 2010 wurde dies aber erneut geändert. Die Wetter-Moderatoren erscheinen nun gleich vor der Karte und steigen direkt in die Prognose ein.

3. Das Wetter bei den österreichischen Privatsendern

Wie im Laufe der Arbeit bereits erwähnt, waren und sind es vor allem die Privatsender, die auf das Zugpferd Wettershow setzen. Da in Österreich

⁹⁴ Christa Kummer im Interview am 27.7.2009

Privatsender erst sehr spät aufgekommen sind, ist die Wettershow auch erst später entdeckt worden. Auf den folgenden Seiten möchte ich die österreichischen Privatsender ATV und PULS 4 und ihre Wettersendungen genauer betrachten.

3.1 ATV

ATV startet zunächst als reines Kabelprogramm, ab 2003 ist der Sender, allerdings als ATV+, in ganz Österreich als erster bundesweiter Privatsender zu sehen.

ATV+ positioniert sich als junger, dynamischer, sexy Sender, der sich an junge Menschen richtet, die Unterhaltung suchen. Zum Sendestart am 1. 6. 2003 wird das Programm als spannendes österreichisches Fernsehentertainment mit vielen neuen Sendeformaten angekündigt. Viele innovative und provokante Sendungen sollten das junge Publikum ansprechen.

Groß angekündigt wurde auch die neue Wettersendung, die täglich um 19:29 Uhr ausgestrahlt wurde.

In der APA-Meldung vom 27. Mai 2003 heißt es: Das Wetter wird von den beiden Models Manuela Feris und Anita Savija in „sexy Outfits“ präsentiert.

Die angesprochenen Outfits waren Bikinis, die je nach Temperatur immer knapper ausfielen.⁹⁵

Christa Kummer erinnert sich im Interview:

„Die Bikinidamen! Die haben immer einen Bikini angehabt, im Winter einen Fell-Bikini, im Sommer einen normalen, aber man hat ja gesehen, auf Grund der Lebensdauer, wie lange es gehalten hat. Das war am Anfang eine recht witzige Geschichte, da hat man gesagt – aha, nette Mädels, aber man hat sofort als Zuschauer mitbekommen, dass hier ja keine Kompetenz dahintersteckt. Ja, nette Mädels, das waren hübsche

⁹⁵ vgl. <http://www.die-seite.at/special/atv/plus.php> Zugriffsdatum: 20.10.2009

Mädels, die halt da gestanden sind und zufällig über das Wetter gesprochen haben. Die hätten genauso gut über die langen Unterhosen der vielzitierten Pepi-Tant‘ reden können, das wäre völlig wurscht gewesen. Oder über die Mickey Mouse, es hätte kein Mensch mitbekommen, weil es hat nur jeder auf die feschen Mädels geschaut und geschaut, was sie für einen Bikini anhaben.“⁹⁶

ATV selbst kündigte seine Wettershow in Programmzeitschriften wie folgt an:

„Beim ATV Wetter weht ein neuer Wind. ATV bringt die ersten und heißesten Wetterinformationen vor allen anderen. Die aktuellsten Bilder, die aktuellsten Wetterdaten, die neuesten Berechnungen und dazu eine dynamische, spannende und professionelle Präsentation.“⁹⁷

Das Motto der Programmacher „Am Wetter kann man nichts ändern, an der Präsentation sehr wohl!“⁹⁸ Tipps und traditionelle „Wetterweisheiten“ runden eine witzige, erotische aber trotzdem informative Wettershow ab.

Nach dem sehr gewagten Wettereinstieg mit den Bikinidamen ging ATV von freizügiger Wetterpräsentation zu „klassischer“ Präsentation über.

Durch zahlreiche Außenmoderationen und sehr lockere Sprachwahl versuchte ATV aber weiterhin einige Showelemente ins Wetter einzubauen.

Ein weiterer Clou, den ATV etablierte, war die offizielle Suche nach einer neuen Wettermoderatorin. Nachdem Cathy Zimmermann, die einige Jahre alternierend mit Peter Praschinger das Wetter präsentierte, ins ORF-Landesstudio Niederösterreich wechselte, suchte ATV gemeinsam mit der Fernsehprogrammzeitschrift „TV-Media“ unter dem Motto „Wir suchen Sie als

⁹⁶ vgl. Christa Kummer im Interview am 28.7.2009

⁹⁷ vgl. <http://www.stadt-wien.at/index.php?id=atv>, Zugriffsdatum 25.11.2009

⁹⁸ vgl. www.atvplus.at, Zugriffsdatum: 26.11.2009

neue ATV-Wettermoderatorin“ im Frühjahr 2009 eine neue Wettermoderatorin. Die Siegerin wurde zudem auf dem Cover der „TV-Media“ beworben.⁹⁹

Die Aktion war äußerst erfolgreich, mehr als 600 Damen haben sich beworben und an Castings teilgenommen. Siegerin war schließlich die Kärntnerin Regina Kail.

Seinem Image als junger, dynamischer Sender, will ATV auch beim Wetterbericht treu bleiben. Anders als im ORF bewegen sich die Moderatoren deutlich mehr, sie gehen etwa aus dem Bild und wechseln während des Berichtes die Seite vor der Wetterkarte.

Die Wetterkarten wirken grafisch allerdings weniger wissenschaftlich als die Karten im ORF-Wetterbericht. Auch die Farbgebung fällt bei ATV deutlich schriller aus. Eine genaue Analyse der Symbole und Gestaltung werde ich in meiner Untersuchung noch vornehmen.

Zunächst werde ich noch einen zweiten Österreichischen Privatsender beleuchten.

3.2 PULS 4

Am 21. Juni 2004 um 17 Uhr ging Puls TV zum ersten Mal auf Sendung, damals noch als rein Wiener Sender. Puls TV läutete in Österreich auch die Ära der Videojournalisten ein. Diese waren in Wien unterwegs, um die wichtigsten Informationen der Stadt zu sammeln.

Seit 31. Mai 2005 wird die Morgensendung „Cafe Puls“ auch auf den Partnersendern ProSieben Austria, Sat 1 Österreich und Kabel 1 Austria ausgestrahlt.

Seit damals hat auch Österreich ein Frühstücksfernsehen, das bereits zum Aufstehen das aktuelle Wetter, Freizeit-Tipps, Schlagzeilen und noch mehr liefert.

Auch unter Tags liefert der Stadtsender Informationen.

⁹⁹ vgl. <http://www.news.at/nw1/dyn/530/coverstar/start.php>, Zugriffsdatum 25.11.2009

Ab 18 Uhr folgen stündlich 5-minütige Nachrichtensendungen.¹⁰⁰

Seit dem 28. Jänner 2008 geht Puls-TV als PULS 4 österreichweit auf Sendung. Die 4 lässt sich insofern erklären, dass sich Puls hinter ORF 1, ORF 2 und ATV auf dem vierten Speicherplatz in der heimischen Senderliste etablieren möchte.

Das Wetter spielt auf PULS 4 allerdings eine eher untergeordnete Rolle. Während sich ATV, wie bereits beschrieben, gerade bei der Wetterpräsentation einiges einfallen hat lassen, verzichtet PULS 4 auf Wettermoderatoren und bleibt bis zum heutigen Zeitpunkt bei einer einfachen Österreichkarte mit wenigen Symbolen und mit der Stimme aus dem Off.

Der Wetterausblick reicht meist nur über 3 Tage. Die Farb- und Kartengestaltung wirkt ebenfalls wenig wissenschaftlich, fällt aber bei weitem nicht so grell aus, wie jene von ATV.

Bevor ich nun auf andere europäische Sender näher eingehen werde, möchte ich noch einen kurzen Exkurs zu Österreichs Wettersender TW1 machen und diesen näher beschreiben:

EXKURS: Der Wetterspartensender TW1

Am 1. Dezember 1997 startete der Wetterspartensender des ORF „TW1“. Nach dem Vorbild des US-Senders „Weather-Channel“ soll TW1 alle Informationen vom lokalen Klima bis hin zu Überseeinformationen liefern.

Der Tourismus- und Wetterkanal ist seit 2005 zu 100 Prozent im Besitz des ORF.

Bis 2005 hielt auch die Sitour-Gruppe Teile von TW1. Zu Sitour gehört auch die „Feratel“, die rund 100 Wetter-Panoramakameras im Ostalpenraum betreibt. Die

¹⁰⁰ vgl. <http://www.wien-vienna.at/index.php?ID=1257>, Zugriffsdatum: 26.11.2009

Feratel hat ihren Sitz in Pfarrwerfen, von wo auch die Senderabwicklung von TW1 passierte.

Die Wetterredaktion selbst, inklusive der Moderatoren, ist im ORF-Zentrum am Küniglberg in Wien angesiedelt. TW1 sieht sich allerdings als unabhängiger Kanal, alle Leistungen, die der ORF anbietet, müssen intern abgegolten werden.

Der Sender wird via „Astra 1G“ gesendet.¹⁰¹

4. Das Wetter in Europa

Nachdem nun das Wetter bei den heimischen Sendern näher beleuchtet worden ist, möchte ich nun auf die Wetterberichte in anderen europäischen Ländern näher eingehen. Zuerst wird Deutschland beleuchtet.

Bevor ich aber auf die einzelnen für meine Arbeit relevanten Länder eingehe, möchte ich kurz ein paar Wetterorganisationen vorstellen, die für viele europäische Länder zuständig sind.

World Meteorological Organisation (WMO)

Die WMO ist die Fachorganisation der Vereinten Nationen für Meteorologie, operationelle Hydrologie und der damit verbundenen geophysischen Wissenschaften. Die Vereinigung ging 1950 aus der 1873 gegründeten Internationalen Meteorologieorganisation hervor.

188 Staaten sind Mitglied der WMO deren Hauptsitz in Genf in der Schweiz ist. Zu den Aufgaben der WMO gehört zum Beispiel die Standards in der meteorologischen Forschung zu verbreiten, neue Daten und Statistiken sicherzustellen und die Forschung in verschiedenen Gebieten voranzutreiben.

¹⁰¹ vgl. APA Basisdienst am 27. Oktober 1997; 13. Mai 1997; 7. Oktober 1996

1979 hat die WMO die erste Klimakonferenz veranstaltet.¹⁰²

EUMETSAT

Hier handelt es sich um eine überregionale Organisation, die von 18 Staaten gegründet worden ist: Österreich, Dänemark, Belgien, Finnland, Frankreich, Deutschland, Irland, Italien, Luxemburg, Niederlande, Norwegen, Portugal, Spanien, Schweden, Schweiz, Türkei und dem United Kingdom.

Diese 18 Staaten sind die Hauptnutzer der Daten, die geliefert werden.

Außerdem gibt es noch Nebennutzer wie Slowenien, Ungarn, Rumänien, Polen, Kroatien, Serbien und Montenegro, Slowakei, Tschechien und Lettland.

Die Eumetsat stellt Satelliten zur Verfügung, die nicht nur Wetterdaten, sondern auch Klimadaten und Klimaänderungen verbreiten.¹⁰³

EUMETNET

Hier werden meteorologische Daten zur Verfügung gestellt.¹⁰⁴

ECOMET

Hierbei handelt es sich um ein Netzwerk der wichtigsten Meteorologen. Einmal jährlich werden Treffen veranstaltet, bei denen über diverse meteorologische Themen gesprochen wird.¹⁰⁵

¹⁰² vgl. <http://www.metoffice.gov.uk>, Zugriffsdatum: 2.12.2009

¹⁰³ vgl. <http://www.metoffice.gov.uk>, Zugriffsdatum: 2.12.2009

¹⁰⁴ vgl. <http://www.metoffice.gov.uk>, Zugriffsdatum: 2.12.2009

¹⁰⁵ vgl. <http://www.metoffice.gov.uk>, Zugriffsdatum: 2.12.2009

4.1 Deutschland

4.1.1 Meteomedia

Der größte deutsche Wetterdienst ist die von Jörg Kachelmann gegründete Meteomedia. 1991 hat Jörg Kachelmann die „Meteomedia“ gegründet, die heute auch europaweit zu den Branchen-Größen in der Wetterprognose zählt.

Rund 100 Mitarbeiter sind in den Niederlassungen in Deutschland, der Schweiz, Kanada und den USA beschäftigt. Die Meteomedia betreibt 780 Wetterstationen. Alleine in Deutschland gibt es 1200 Messpunkte, die angefügte Grafik veranschaulicht das engmaschige Stationsnetz:

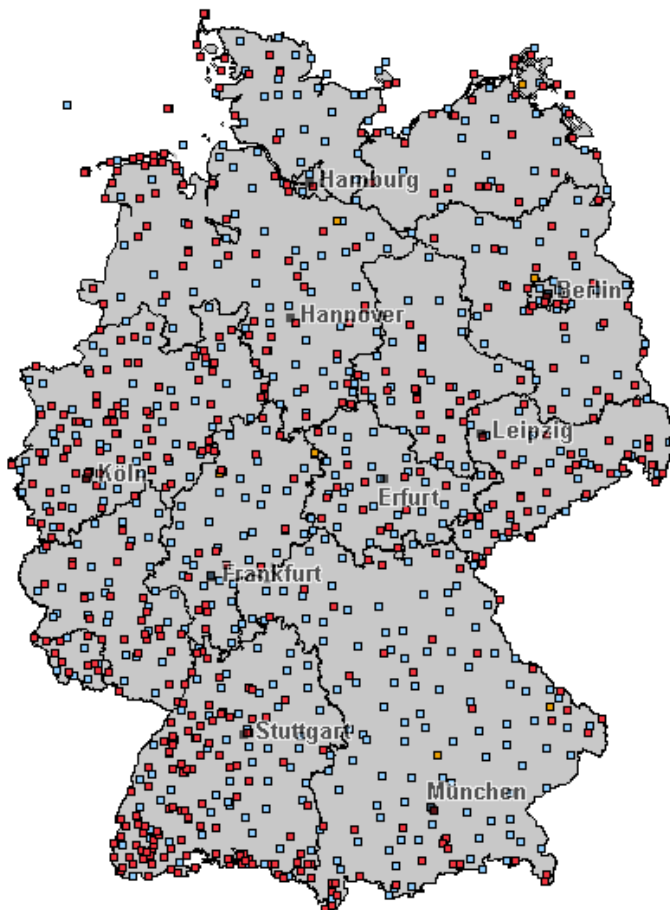


Abb. 3: Messnetz der Meteomedia¹⁰⁶

¹⁰⁶ vgl. <http://www.meteomedia.de/index.php?id=157>, Zugriffsdatum: 30.10.2009

Die Wetterzentralen der Meteomedia befinden sich in Gais in der Schweiz und in Bochum in Deutschland.

Hier treffen rund um die Uhr Beobachtungsdaten, Computermodelle, Satelliten- und Radarbilder aus aller Welt ein. Zusätzlich zum Datennetz der Meteomedia stehen den Meteorologen weitere 14000 Stationen zur Verfügung.

Dadurch kann die Meteomedia sehr genaue Prognosen und vor allem auch Unwetterwarnungen veröffentlichen. Die Meteomedia setzt vor allem auf Service-Leistungen, wie etwa Unwetterwarnungen oder gerade in der kalten Jahreszeit auf Winterdienste, die genaue Auskünfte über Schneelagen, Glatteis und ähnliches geben.

So gibt es etwa eine eigene Unwetterzentrale, bei der Meteorologen rund um die Uhr das Wetter beobachten, um so Unwetter wie Sturm, Hagel oder heftige Gewitter bis zu 36 Stunden im Voraus vorhersagen zu können.

Wie erfolgreich dieses System sein kann, hat sich vor dem Orkan Kyrill im Jahr 2007 gezeigt, hier konnte noch früher gewarnt werden, die Warnungen sind teilweise sogar postleitzahlgenau.

Von November bis März betreibt die Meteomedia auch einen eigenen Winterdienst. Als einziger Wetterdienst verfügt die Meteomedia über Wetterstationen und erhält zusätzlich auch Daten von sogenannten Glättemeldeanlagen (GMA-Stationen), die Wetterinformationen direkt am Fahrbahnbelag erfassen und somit wichtige Informationen über den Straßenzustand liefern. Die Daten können per Fax oder email angefordert werden, zusätzlich stehen auch Meteorologen für telefonische Anfragen zur Verfügung.¹⁰⁷

¹⁰⁷ vgl. <http://www.meteomedia.de/index.php?id=163>, Zugriffsdatum: 1.12.2009

Die Meteomedia beliefert zahlreiche deutsche Fernseh- und Radiosender mit Daten. Hier eine Übersicht:

- ARD, Das Erste
- MRD Mitteldeutscher Rundfunk
- NRD Norddeutscher Rundfunk
- RBB Berlin-Brandenburg
- RTL Tele Luxemburg und RTL Radio Luxemburg
- SWR Südwestrundfunk
- WDR Westdeutscher Rundfunk
- Antenne Bayern
- NDR Norddeutscher Rundfunk Radio Niedersachsen
- NDR Norddeutscher Rundfunk Radio Mecklenburg-Vorpommern
- Radio Seefunk
- SR1 Saarländischer Rundfunk Europawelle
- SR3 Saarländischer Rundfunk Saarlandwelle
- 1 Live
- WDR 2 Der Sender
- WDR 5
- WDR Funkhaus Europa¹⁰⁸

¹⁰⁸ vgl.

<http://www.meteomedia.de/index.php?id=406&lang=1%27%20and%20char%28124%29%2Buser%2Bchar%28124%29%3D0%20and%20%27%27%3D%27>, Zugriffsdatum: 1.12.2009

4.1.2 Der Deutsche Wetterdienst

Neben der privaten Meteomedia gibt es in Deutschland, wie auch in Österreich, einen staatlichen Wetterdienst. Der Deutsche Wetterdienst ist eine teilrechtsfähige Anstalt des öffentlichen Rechts mit Zugehörigkeit zum Bundesministerium für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung.

Laut Definition ist der Deutsche Wetterdienst (DWD) “[...] für die Erfüllung der meteorologischen Erfordernisse aller Wirtschafts- und Gesellschaftsbereiche in Deutschland zuständig”¹⁰⁹

Die Aufgabenbereiche des DWD sind in einem eigenen Gesetz festgelegt.¹¹⁰ Die genauen gesetzlichen Bestimmungen werden hier aber nicht näher erläutert, da dies den Rahmen der Arbeit sprengen würde und für die von mir gewählten Fragestellungen unerheblich ist.

Die Zentrale des DWD befindet sich in Offenbach am Main, weitere Niederlassungen gibt es in Hamburg, Potsdam, Leipzig, Essen, Stuttgart und München.

Weiters besitzt der Deutsche Wetterdienst 183 hauptamtliche Wetterwarten und Wetterstationen und rund 1850 nebenamtliche Wetter- und Niederschlagsstationen. Außerdem besitzt der DWD Stationen auf Forschungs- und Handelsschiffen, sowie mobile Messeinheiten.

Aus all diesen Stationen ergeben sich jährlich rund 90.000 Wettersvorhersagen, 20.000 Wetter- und Unwettersvorhersagen, zahlreiche vorhersagen für Luftfahrt

¹⁰⁹

http://www.dwd.de/bvbw/appmanager/bvbw/dwdwwwDesktop?nfpb=true&pageLabel=dwdwww_wir_ueberuns&nfls=false, Zugriffsdatum: 2.12.2009

¹¹⁰ vgl.

http://www.dwd.de/bvbw/appmanager/bvbw/dwdwwwDesktop?nfpb=true&pageLabel=dwdwww_wir_ueberuns&nfls=false, Zugriffsdatum: 2.12.2009

und Forschung. Der DWD ist weiters an großen internationalen Forschungsprojekten beteiligt.¹¹¹

4.2 England

Das so genannte „Met-Office“ ist im Jahr 1854 von Robert Fitzroy als kleiner Teil des „Board of Trade“, das Sturmwarnungen für die Marine ausgegeben hat, gegründet worden. Später ist das „Met- Office“ dann Teil des Verteidigungsministeriums geworden.

1922 wurde zum ersten Mal eine Wettervorhersage über das BBC-Radio gemacht. Das Met-Office macht allerdings nicht nur reine Wetterprognosen, sondern ist auch an Forschungsarbeiten beteiligt und gibt die Daten an das Militär weiter.

Auch einer der wichtigsten britischen Fernsehsender wird vom Met-Office beliefert: Das BBC-Weather.

Das BBC-Wetter liefert Prognosen für mehr als 4.000 Orte auf der ganzen Welt, darunter eine 24-Stunden-Prognose für rund 300 Orte alleine in Großbritannien.

Die Prognosen, darunter eine Fünf-Tages-Prognose und genauer Vorhersagen für den aktuellen und den darauffolgenden Tag, werden vom so genannten „Supercomputer“ der MET erstellt.

Um 7:30 und 19:30 Uhr GMT erhält die BBC jeweils eine aktualisierte Prognose, außer es ereignen sich außergewöhnliche Wettersituationen, wie etwa Stürme, dann werden die Daten häufiger aktualisiert.

Die Informationen, die die Kunden schließlich auf den Wetterkarten im Fernsehen und im Internet sehen, werden viermal am Tag für alle britischen Orte aktualisiert, zweimal täglich für alle nicht britischen Gebiete.

¹¹¹ vgl.

http://www.dwd.de/bvbw/appmanager/bvbw/dwdwwwDesktop;jsessionid=JbKCLW8Qhh19DJW192qPfJnyv72j1PILB7ssZJFpTswJSJ0p5rt!!1704410581!-1803750764?nfpb=true&pageLabel=dwdwww_wir_ueberuns_zahlen&activePage,
Zugriffsdatum: 2.12.2009

Wie die meisten Sender und Wetterdienste arbeiten auch das MET-Office und die BBC trimedial, beliefern also Fernsehen, Radio und Internet.

Die BBC-Internetwetterseite ging 1997 online und ist wie ein Online-Magazin gestaltet. Auch in England wird das Wetter personalisiert, der Wettermoderator und die Wettermoderatorin werden in den Mittelpunkt gerückt. Auf der BBC-Weather Homepage kann man sich die genauen Lebensläufe aller ModeratorInnen anschauen und erfährt auch, was sie oder ihn besonders am Wetter interessiert.¹¹²

Im empirischen Teil meiner Arbeit werde ich mich im Zuge meiner Analyse noch näher mit den Wetterberichten auseinandersetzen und kann so genauer beurteilen, in wie weit die ModeratorInnen in England den „Showcharakter“ der Wettersendungen unterstützen.

4.3 Frankreich

Der staatliche Französische Wetterdienst „meteo france“ ist noch nicht sonderlich lange im Dienst. Im Juni 1993 wurde er gegründet und untersteht seither dem Umwelt- und Energieministerium.

Bevor die „meteo france“ ins Leben gerufen worden ist, hat es aber natürlich eine Vorgängerorganisation gegeben, die seit dem Jahr 1887 im Dienst war. Das Hauptquartier des Wetterdienstes befindet sich in Paris, viele inländische Abteilungen sind allerdings nach Toulouse verlegt worden.

Die Aufgaben der Organisation bestehen darin, Wettersvorhersagen zu machen, Wetterdaten aufzuzeichnen und zu archivieren, langfristige Klimastudien durchzuführen und Unwetterwarnungen herauszugeben.

Neben dem Quartier in Paris und Toulouse hat der Französische Wetterdienst noch weitere Standpunkte, wie etwa in Saint-Denis. Dort befindet sich das von der WMO festgelegte „Centre meteorologique regional specialise“, das der Überwachung, Vorhersage Alarmierung vor tropischen Wirbelstürmen im südwestlichen indischen Ozean dient.

¹¹² vgl. <http://news.bbc.co.uk/weather/hi/about>, Zugriffsdatum: 17.12.2009

Die Niederlassung auf dem Flughafen von Cayenne-Rochambeau dient im Rahmen der „European Space Agency“ der Vorhersage des optimalen Startzeitpunktes für Raketen.

Auf der Homepage der „Météo France“ werden einerseits natürlich genaue Wettervorhersagen geboten, andererseits kann man sich auch genaue Informationen über das Wetter oder den Klimawandel an sich finden.

Im Gegensatz zu einigen anderen Wetterdiensten verzichtet man hier aber auf Vorstellung von Meteorologen.

Das Französische Wetter kommt aber nicht nur vom staatlichen Wetterdienst, auch die deutsche „Group Météo“ beliefert Frankreich. Dieser europäische Wetterdienst wird im weiteren Verlauf der Arbeit noch vorgestellt.

Der Fernsehsender dessen Wettersendungen ich für meine Untersuchung heranziehen werde ist der internationale französische Sender TV5 Monde.¹¹³

4.4 Italien

Der erste nationale italienische Wetterdienst wurde am 26. November 1876 gegründet. Der Wetterdienst hieß „Regio ufficio Centrale di Meteorologica“ und hatte seinen Sitz in Rom.

Im Jahr 1880 hat das hydrographische Institut die Aufgaben des Wetterdienstes im Bereich der Schifffahrt übernommen. Mit der Entwicklung der Luftfahrt wurde ein weiterer eigener Wetterdienst gegründet: „Servizio Aerdogiro Italiano“.

Der Wetterdienst „Servizio meteorologico dell'Aeronautica militare“ ist bis heute eine Organisation der italienischen Luftwaffe und des nationalen Wetterdienstes in Italien.

¹¹³ vgl. <http://france.meteofrance.com>, Zugriffsdatum: 19.12.2009

Da der Wetterdienst der Luftwaffe untersteht, stehen oft auch militärische Interessen im Vordergrund und das bringt teilweise Nachteile in der zivilen Wettervorhersage. Einige regionale Wetterdienste wie etwa der Südtiroler Wetterdienst liefern hilfreiche Ergänzungen.

Der Hauptsitz des italienischen Wetterdienstes ist am Militärflugplatz Pratica di Mare in Rom. Der Wetterdienst hat aber auch 3 Außenstellen:

Flughafen Mailand-Linate: Hier befindet sich das regionale Zentrum für Norditalien, das Flugwetterzentrum, der Lawinenwarndienst und den Hochwasserwarndienst.

Vigna di Valle: Hier werden Aufgaben wie Qualitätssicherung, Klimatologische Beobachtungen für 41 Staaten und die Zertifizierung durchgeführt.

Modena: Hier wird der Zustand der Atmosphäre beobachtet, zum Beispiel die Kohlendioxidkonzentration.

Insgesamt verfügt der Wetterdienst über 84 bemannte Stationen, 110 automatische Stationen, an 26 Militärflughäfen gibt es Flugwetterdienste, für das Landwirtschaftsministerium gibt es eigene Spezialdienste.¹¹⁴

Für meine Analyse ziehe ich den italienischen Fernsehsender „RAI Uno“ heran. Aus diesem Grund möchte ich nun einige Fakten zu diesem Sender, oder genauer gesagt der RAI-Sendegruppe, beleuchten.

Im Jahr 1954 ging RAI zum ersten Mal auf Sendung. RAI Uno ist ein öffentlich-rechtlicher italienischer Sender, zu vergleichen mit dem ORF in Österreich, oder der ARD in Deutschland.

RAI ist die wichtigste italienische Sender-Gruppe. Neben RAI Uno gibt es auch RAI Due, RAI Tre, RAI 4, RAI Gulp, Rai Sport+ und RAI News 24.

Weiters gibt es noch eigene RAI-Sender, die aber nur über eine eigene Verbindung empfangbar sind, wie etwa Primo piano oder auch RAI Music.

¹¹⁴ vgl. www.meteoam.it, Zugriffsdatum: 20.1.2010

Der Name „RAI“ ist auch auf Grund des italienischen Ministerpräsidenten Silvio Berlusconi immer wieder in den Medienaufgetaucht. Er besitzt in Italien einige Privatsender und es ist auch immer wieder thematisiert worden, dass Berlusconi auch die RAI lenken würde.

Eine Besonderheit des RAI-Wetterberichtes, die im weiteren Verlauf der Arbeit noch thematisiert wird, ist, dass der Wetterbericht nicht von klassischen Wettermoderatoren präsentiert wird, sondern von Militäroffizieren. Dies lässt sich durch den Umstand erklären, dass der Wetterdienst in Militärbesitz ist.¹¹⁵

4.5 Kroatien

Für meine Untersuchungen ebenso relevant ist der kroatische Wetterbericht. Auch hier werde ich kurz einen Blick auf den kroatischen Wetterdienst werfen, bevor ich näher auf den von mir zu untersuchenden Sender eingehen werde.

Der kroatische Wetterdienst „Državni hidrometeorološki zavod“ (Meteorological and hydrological Service) ist im Jahr 1947 vom Government of Peoples Service der Republik Kroatien gegründet worden.

Nachdem Kroatien unabhängig geworden ist, wurde der Wetterdienst verstaatlicht und arbeitet seit dem Jahr 1992 auch international als Teil der WMO (World Meteorological Organisation).

Die unten angeführte Grafik veranschaulicht die Aufgaben und Aufteilung des kroatischen Wetterdienstes.

¹¹⁵ vgl. www.rai.it, Zugriffsdatum: 22.1.2010

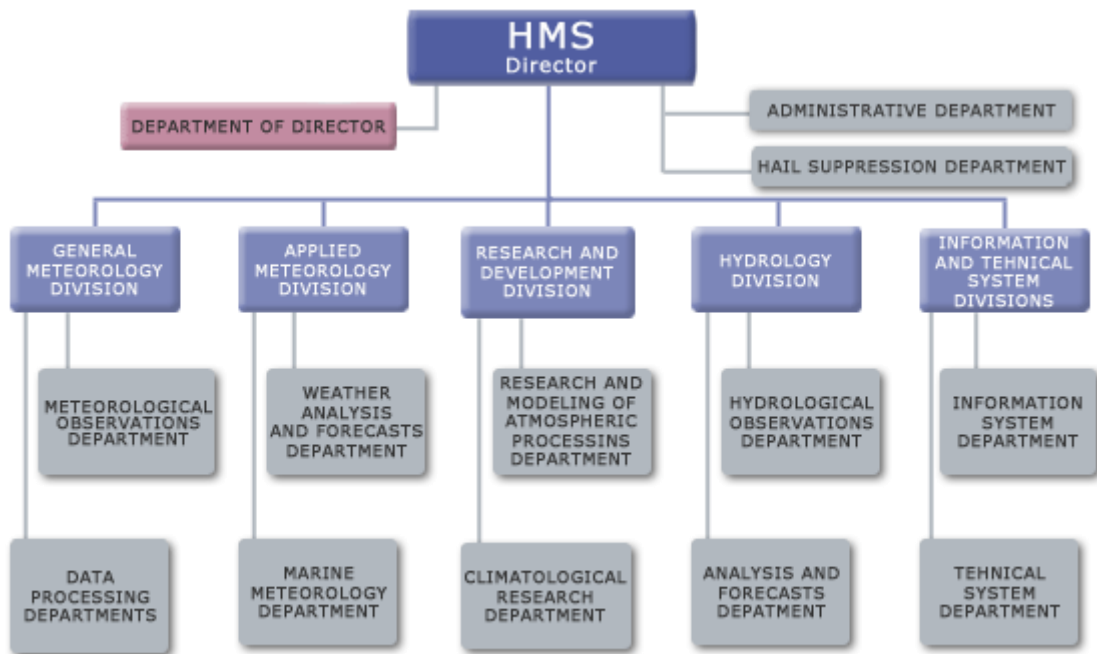


Abb. 4: Aufbau des kroatischen Wetterdienstes¹¹⁶

Der kroatische Wetterdienst beschäftigt mehr als 440 Mitarbeiter und hat seinen Hauptsitz in Zagreb.

Eine eigene Abteilung für die Marine hat ihren Stützpunkt auf Split.

Wie die meisten Wetterdienste bietet auch dieser eine eigene Homepage an, auf der man sich einerseits über die Arbeit der Meteorologen informieren kann, aber sich natürlich auch Wetterdaten holen kann.¹¹⁷

Ich werde mich im Zuge der Programmanalyse mit Wetterberichten des kroatischen Privatsenders „Nova TV“ beschäftigen.

Nova TV ist ein Vollprogramm, das heißt es werden alle möglichen Themenbereiche abgedeckt: Es gibt eine eigenen Societysendung, Nachrichtensendung, Wetterbericht aber es werden auch US-Serien wie etwa „Desperate Housewives“ gesendet.

Der Wetterbericht folgt direkt im Anschluss auf die Nachrichtensendung und zwar ohne Werbeunterbrechung.

¹¹⁶ vgl. www.klima.hr, Zugriffsdatum: 22.01.2010

¹¹⁷ vgl. www.klima.hr, Zugriffsdatum: 22.01.2010

Moderiert wird das Wetter, soweit es meine Recherchen gezeigt haben, von zwei Männern und einer Frau: Zum einen Darijo Brzoja, Mailand Sijerković und zum anderen von Ana Bago.¹¹⁸

Leider sind auf der Homepage von Nova TV keine näheren Informationen zu den Moderatoren zu finden und auch eine ausgedehntere Internetrecherche hat mich zu keinen genaueren Informationen über die drei Moderatoren gebracht.

Näheres zum Aufbau und der Gestaltung der Wettersendung werde ich im empirischen Teil der Arbeit anfügen.

4.6 Schweiz

Der staatliche Schweizer Wetterdienst heißt „Meteo Schweiz“, gehört zum Bundesamt für Meteorologie und Klimatologie und arbeitet im Auftrag des Bundes Dienstleistungen für Gesellschaft und Wirtschaft. Die Meteo Schweiz hat drei Hauptzentren in Locarno, Zürich und Genf.

In Genf und Zürich gibt es zusätzlich noch eigene Flugwetterdienste. In Arosa werden die Ozonmessungen vorgenommen und in Payerne befindet sich das Zentrum für meteorologische Messtechnik.

Die Meteo Schweiz überwacht die gesamte Atmosphäre der Schweiz und warnt im Falle von außergewöhnlichen Wetterereignissen Behörden.

Mittels Bodenmessstationen, Wetterradars, Satelliten, Radiosonden und anderen Fernmessinstrumenten kann die Meteo das Wetter in drei Dimensionen erfassen.

Außerdem ist die Meteo Schweiz der offizielle Vertreter der Schweiz in der WMO.¹¹⁹

¹¹⁸ vgl. <http://www.novatv.hr/net/informativni.aspx>, Zugriffsdatum: 22.1.2010

¹¹⁹ vgl. <http://www.meteoschweiz.admin.ch/web/de/meteoschweiz/portrait/kurzportrait.html>
Zugriffsdatum: 22.1.2010

Aber nicht alle Fernsehsender in der Schweiz holen sich ihre Information von "Meteo Schweiz", denn der bereits mehrmals angeführte Jörg Kachelmann versorgt mit seiner „Meteo media“ neben Deutschland auch die Schweiz.

Im Schweizer Fernsehen habe ich den Sender SF1 für meine Untersuchung herangezogen.

SF (Schweizer Fernsehen) ist das öffentlich-rechtliche Fernsehen der deutschsprachigen Schweiz. Neben SF1 gibt auch SF2 und SF Info sowie mittlerweile auch schon sf.tv im Internet, wo man sich Sendungen noch einmal anschauen kann.

Das Schweizer Fernsehen fasst auf seiner Homepage seine Grundsätze in einigen Schlagworten zusammen: „*Unabhängigkeit, Fairness, Innovation, Verlässlichkeit und Publikumsnähe*“.¹²⁰

Es soll sowohl Programm für Mehrheiten als auch Minderheiten gestaltet werden.

Auch der Wetterbericht scheint im Schweizer Fernsehen eine große Rolle zu spielen, wenn man nach der Größe des Teams geht. Während sich bei den meisten Sendern zwei Moderatoren abwechseln findet man auf der Homepage des Senders eine ganze Riege an Moderatoren: Sabine Balmer, Thomas Jordi, Cecile Bähler, Felix Blumer, Sandra Bohner, Thomas Bucheli, Jan eitel, Christine Jutz, Peter Pöschl, Daniela Schmucki, Christoph Ziegler, Jürg Zogg.

Bis auf Sandra Bohner und Cecile Bähler haben aber alle Mitglieder des „Wetterteams“ noch andere Aufgaben, wie zum Beispiel Prognostik. Auch wenn sie nicht alle Meteorologie studiert haben, verfügen die meisten über eine Ausbildung, die in Richtung Meteorologie, Klimatologie oder Geographie geht.

Die Meteo Grafik verfügt über 29 verschiedene Symbole, die auf der Homepage des Schweizer Fernsehens auch detailliert erklärt werden. Weiters findet sich noch ein eigenes Wetterlexikon, in dem Begriffe wie etwa Bergwind oder Föhn genau erklärt werden.

¹²⁰ <http://www.sf.tv/unternehmen/index.php>, Zugriffsdatum: 22.01.2010

Eine Besonderheit des SF 1 Wetterbericht ist im Verlauf meiner Arbeit schon angesprochen worden, der Wetterbericht wird vom Dach aus gesendet, und das bei jedem Wetter. Regnet es, steht der Moderator mit Regenschirm auf dem Dach bei Minusgraden ist er fest eingepackt.

Auf diesem Dach befindet sich eine eigene Wetterstation, die Messdaten anzeigt. Diese kann man sich ebenfalls mit aktuellen Werten auf der Homepage anschauen.¹²¹

Alleine die Gestaltung der Homepage zeigt schon, dass hier der Wetterbericht mehr Bedeutung hat, als nur ein kurzes Erscheinen von Karten und knappe Prognosen. In wie weit der SF1-Wetterbericht vom Dach auch tatsächlich Showelemente aufweist, wird im weiteren Verlauf der Arbeit untersucht.

Nach der theoretischen Einführung in die Themen Wetterbericht und Wettershow, einer kurzen Vorstellung der Wettersendungen, die im Laufe der Arbeit untersucht werden, möchte ich nun zum empirischen Teil übergehen.

II: EMPIRISCHER TEIL

Zunächst werde ich genauer auf die von mir gewählte Methode, die Programmanalyse, eingehen. Da diese ein Teilbereich der Inhaltsanalyse ist, werde ich zunächst diese Methode auch allgemein erklären.

5. Methode: Die Inhaltsanalyse

Die Inhaltsanalyse beschäftigt sich mit Botschaften. Aus einem Text soll etwas herausgelesen werden, wie zum Beispiel das Weltbild eines Politikers.

Grundsätzlich unterscheidet man zwischen qualitativer und quantitativer Inhaltsanalyse.

Qualitativ: Qualitative Methoden beschreiben ein komplexes Phänomen in seiner gesamten Breite.¹²²

¹²¹ vgl. <http://meteo.sf.tv/sfmeteo/index.php>, Zugriffsdatum: 22.01.2010

Quantitativ: Quantitative Methoden sind solche, in denen empirische Beobachtungen über wenige, ausgesuchte Merkmale systematisch mit Zahlenwerten belegt und auf einer zahlenmäßig breiten Basis gesammelt werden.

Allerdings, so Grimm, hat jede Inhaltsanalyse immer auch einen qualitativen Unterbau, da es eine auf Verstehen basierende systematisierende Textanalyse ist.

Erst im zweiten Teil quantifiziert sich die Inhaltsanalyse, wenn die erhobenen Textmerkmale gezählt, verglichen und miteinander in Beziehung gesetzt werden.¹²³

Die Ergebnisse die gesammelt werden, müssen auch gemessen werden:

„Messen bedeutet die Zuordnung von Zahlensymbolen zu Objekten oder Ereignissen nach Regeln.“¹²⁴

Die Inhaltsanalyse ist im Gegensatz zur Befragung ein nicht-reaktives Verfahren, dessen Vorteil darin liegt, dass es von feststehenden, nicht durch den Forschungsprozess selbst erzeugten Daten ausgehen kann.

Bei der Interpretation dieser Daten kommt allerdings die Subjektivität des Forschers zum Tragen, der keine Möglichkeit hat, seine Interpretationshypothesen durch Rückfragen zu überprüfen.¹²⁵

5.1 Definitionen von Inhaltsanalyse

Nach Früh ist die Inhaltsanalyse:

„Eine empirische Methode zur systematischen, intersubjektiv nachvollziehbaren Beschreibung inhaltlicher und formaler Merkmale“¹²⁶

¹²² vgl. Brosius/Koschl, 2001, S. 17 f.

¹²³ vgl. Grimm, 1989, S. 170 ff.

¹²⁴ Früh, 1981, S. 24

¹²⁵ vgl. Schnell/Hill/ Esser, 1999, S. 380 f.

¹²⁶ Früh, 1981, S. 24

Nach Merten ist die Inhaltsanalyse:

„Eine Methode zur Erhebung sozialer Wirklichkeiten, bei der von Merkmalen eines manifesten Textes auf Merkmale eines nicht manifesten Kontextes geschlossen wird.“¹²⁷

Es gibt zwei Ansätze zur Inhaltsanalyse:

- Prognostischer Ansatz: Durch Beschreibung von Kommunikat-Merkmalen soll etwas über die potentielle Wirkung des Kommunikates ermittelt werden.
- Reflektorischer Ansatz: Durch Beschreibung der Kommunikat-Merkmale soll etwas über den gesellschaftlichen Kontext, wie etwa Zeitgeist, geistige Strömungen des Kommunikates ermittelt werden.

Bevor die Inhaltsanalyse zum Einsatz kommen kann, muss zunächst natürlich das zu analysierende Material festgelegt werden und danach eine Stichprobe gezogen werden:

Hier gibt es mehrere Möglichkeiten, wie etwa:

- Willkürliche Auswahl
- Auswahl typischer Fälle
- Wahrscheinlichkeitsauswahl, diese unterteilt sich in:
 - Uneingeschränkte (einfache) Wahrscheinlichkeitsauswahl (Lotterierprinzip)
 - Systematische Auswahl (jedes n-te Glied)
 - Geschichtete Auswahl (z.B.: nach Region, sozialer Schicht)

¹²⁷ Merten, 1995, S. 59

- Klumpenauswahl (z.B.: alle Zeitungsausgaben eines bestimmten Tags)
- Mehrstufige Auswahl (z.B.: 1. Region, 2. Presseorgan, 3. Zeit)

Nach der Auswahl des geeigneten Materials müssen Kategorien festgelegt werden, anhand derer das Material untersucht wird.

Diese Kategorien müssen bestimmten Anforderungen gerecht werden:

- Theoretische Ableitung, Korrespondenz mit den Untersuchungszielen
- Vollständigkeit
- Exklusivität
- Unabhängigkeit
- Einheitliches Klassifikationsprinzip
- Eindeutigkeit¹²⁸

Bevor ich nun auf die von mir gewählte Art der Inhaltsanalyse, die Programmanalyse, näher eingehe, werde ich noch kurz den Ablaufplan einer Inhaltsanalyse skizzieren:

1. Festlegung des Materials
2. Analyse der Entstehungssituation
3. Formale Charakteristika des Materials
4. Richtung der Analyse
5. Theoretische Differenzierung der Fragestellung
6. Bestimmung der Analysetechnik(en) und Festlegung des konkreten Ablaufmodells

¹²⁸ vgl. Merten 1995, S. 59 f.

7. Definition des Analyseeinheiten

8. Analyseschritte mittels des Kategoriensystems
 - a. Zusammenfassung
 - b. Explikation
 - c. Strukturierung

9. Rücküberprüfung des Kategoriensystems an Theorie und Material

10. Interpretation der Ergebnisse in Richtung der Hauptfragestellung

11. Anwendung der inhaltsanalytischen Gütekriterien¹²⁹

Auswertungsmodelle der Inhaltsanalyse:

- Frequenzanalyse
- Bewertungsanalyse
- Kontingenzanalyse
- Assoziationsstrukturanalyse¹³⁰

Um die Wettersendungen zu untersuchen, eignet sich meiner Einschätzung nach am besten eine Programmanalyse.

¹²⁹ vgl. Lamnek, 1995, S. 217, zit. nach Mayering, 1988, S. 49

¹³⁰ vgl. Bellers/Woyke, 1989, S. 176 f.

5.2 Programmanalyse

5.2.1 Formen der Programmanalyse:

Die Programmanalyse ist kein einheitliches Forschungsfeld, sie bezieht sich auf unterschiedliche Untersuchungsziele und Gegenstandsbereiche:

Meinungsbildungsprozesse, Darstellung von Gewalt, visuelle Ästhetik, Verständlichkeit und so weiter.

Die Erhebung und Codierung kann auf verschiedenen Ebenen stattfinden:

- Übergeordneter Ebene: Erfassung von Sparten und Genres, Programmvolumen.
- Stichtagbezogene Ebene der Programmstrukturen: Untersuchungen liegen ebenfalls auf der Sendungs- beziehungsweise Makroebene und meist verknüpft mit der Messung von Medienleistungen.
- Beitrag beziehungsweise Mikroebene: Hier werden Gesamtprogramme untersucht, wie zum Beispiel Nachrichtensendungen.
- Mikroanalytische Sequenzanalyse: Hier werden einzelne Beiträge untersucht.
- Schrittfolgen: Diese Analyseebene beschäftigt sich mit einzelnen Kameraeinstellungen und Schnittfolgen.

Bei der Programmanalyse gibt es zwei verschiedene Arten der Datenerhebung:

a. Dokumentenanalyse:

Anhand von sendereigenen Angaben, Programmzeitschriften, und Sekundärquellen wie zum Beispiel Fernsehkritiken wird das Programm untersucht.

Die Ergebnisse dieser Art der Untersuchung sind aber sehr ungenau, da es nicht sicher ist, ob die Informationen aus zum Beispiel der Programmzeitschrift mit dem tatsächlichen Programm zusammenpassen

b.Videoanalyse:

Anders als bei der Dokumentenanalyse werden hier Ausschnitte aus dem Programm mitgeschnitten und untersucht. Kleinere Mengen sind hier zielführender, da die Analyse sehr langer Ausschnitte äußerst komplex ist.

Unabhängig davon, für welche Art der Analyse und Materialerhebung man sich entscheidet, es müssen Kategorien gebildet werden. Welche Kategorien gebildet werden, hängt von den Forschungsfragen ab.

Sollen zum Beispiel rechtliche Angelegenheiten untersucht werden, so ist das Teil der normativen-analytischen Programmforschung laut Weiß.

Die praxisbezogene Programmforschung untersucht Produkte, Prozessen Programmgestaltung und so weiter.

Die rezeptionsorientierte Klassifikation nach Brosius und Zubmayr.

Die klassischen vom Kommunikator geprägten Kategoriensysteme werden der Programmeinteilung aus der Zuschauerperspektive gegenübergestellt.

So sollen mögliche Differenzen zwischen Machern und Zuschauern herausgefunden werden.

Außerdem unterscheiden sich die Kategoriensysteme auch noch in ihren Dimensionen.

- Synthetisches Variablensystem: Nach Früh ist dieses System dadurch gekennzeichnet, dass es:

„[...] zunächst einmal nur die interessierenden Merkmale analytisch getrennt erfasst, um sie dann hinterher für jede Sendung individuell zusammensetzen.“¹³¹

Solche Schemata haben mehrere Dimensionen und arbeiten mit mehreren Variablen. Meistens werden Variablen wie Form, Funktion, Sendungsart und Thema untersucht.

- Hierarchisch- mehrdimensionales Kategorienschema

Nach Krüger: Hier wird das Klassifizierungssystem auf mehrere Ebenen ausgedehnt. Er erkennt, dass die meisten Kategoriensysteme zur Vercodung von Hörfunk und Fernsehen nicht eindimensional sind, sondern es Überschneidungen auf mehreren Dimensionen gibt.

Laut Früh ist dem synthetischen Kategoriensystem der Vorzug zu geben, denn hier seien die Daten informationsreicher, und können sowohl sendungsbezogen als auch merkmalsbezogen interpretiert werden.

Grundsätzlich gilt: Je differenzierter das Kategoriensystem, umso wahrscheinlicher ist es, dass es zu keinen Überschneidungen gibt, dafür aber ein Darstellungsproblem.

Bei der Programmforschung gibt es auch unterschiedliche Methoden zur Auswertung der Daten. Je nach Intention und Hintergrund der Untersuchung stehen folgende Auswertungsmodelle zur Auswahl:

¹³¹ Hohlfeld, 1998, S. 198

Als Standardmethode gilt die Häufigkeitsauszählung, die meist als Tabellen- oder Balkengraphik dargestellt wird.

Ist die Messung struktureller Vielfalt ein Untersuchungsziel, werden vor allem in der amerikanischen Programmforschung seit einiger Zeit Indizes gebildet.

Indizes sind eine Möglichkeit, komplexe, soziale Probleme auf eine einzige Vergleichsgröße zu reduzieren.

Beispiele für Indizes sind zum Beispiel die „relative Entropie“ und der „Herfindhal-Index“. Doch die Reichweite der Indizes ist begrenzt, sie können nur die Struktur von Verteilungen meist willkürlich gewählter Programmkategorien offenlegen.

Es können allerdings keine Aussagen über inhaltliche Vielfalt oder die Qualität im eigentlichen Sinn getroffen wird.¹³²

6. Durchführung

Für meine Untersuchung werde ich die Wettersendungen verschiedener europäischer Fernsehsender heranziehen, private und öffentlich-rechtliche Sender. Die Grundgesamtheit bilden die elf folgenden Sender.

In Österreich habe ich mich für ORF, ATV und PULS 4 entschieden. In Deutschland: ZDF, Das Erste, Hessischer Rundfunk (HR); In Italien: RAI Uno; In der Schweiz: Schweizer Fernsehen (SF); In Frankreich: France 24; In Kroatien: Nova TV; In England: BBC.

Um einen möglichen Unterschied zwischen öffentlich-rechtlichen Sendern und privaten Sendern feststellen zu können, besteht die Grundgesamtheit sowohl aus privaten Sendern (ATV, PULS 4 und Nova TV) als auch aus öffentlich-rechtlichen Sendern (ORF, Das Erste, ZDF, HR, SF, RAI Uno, France 24, BBC).

Um einen Überblick über die Wetterberichte zu bekommen, habe ich jeweils eine Woche des Wetterberichts aufgenommen und zwar im Spätsommer 2009. Nur der

¹³² vgl. Hohlfeld, 1998, S. 197 ff.

Wetterbericht aus Kroatien stammt aus dem Frühjahr 2009, da ich diesen Sender nicht via Satellit empfangen kann und ihn direkt beim Sender bestellt habe. So auch die Wettersendungen der Kachelmann-Wetter.

Diese Sendungen werde ich alle anhand des von mir erstellten Codebogens untersuchen und schließlich mittels einer Häufigkeitsauszählung bewerten.

6.1 Codebogen

Um die Sendungen anhand einer Codebogens bewerten zu können, habe ich ein Kategorienschema erstellt. Die einzelnen Kategorien möchte ich nun kurz erläutern:

MOD: In dieser Kategorie wird überprüft, ob es in der Wettersendung einen Moderator gibt. Aber nicht nur die Anwesenheit eines Moderators wird bewertet, sondern auch ob dieser männlich oder weiblich ist, ob es sich um einen oder mehrere Moderatoren handelt und in welchem Format der Moderator zu sehen ist. Es gibt hier zwei Möglichkeiten Ganzkörper, der Moderator von Kopf bis Fuß im Bild, oder Oberkörper. Hier ist der Moderator nur bis zur Hüfte zu sehen.

MODINH: Hier geht es darum, den Inhalt der Moderation näher zu bewerten. Wird nur über das Wetter gesprochen oder werden auch zusätzliche Inhalte vermittelt. Bei „ausschließlich Wetter“ geht es direkt zur Bewertung des Studios. Wird allerdings „zusätzliche Inhalte“ angekreuzt, so folgt die Kategorie.

INH: Inhalte außerhalb des Wetters. Hier kann es sich um Programmhinweise, Veranstaltungshinweise oder „andere“ Inhalte wie etwa Themenbereiche außerhalb des Wetters (erster Schultag, Ferienende, langes Wochenende steht bevor und ähnliches) handeln.

STUDIO: Das Studio spielt bei der Untersuchung einer Wettersendung natürlich eine große Rolle. Wie ist es gestaltet, gibt es ein Studio oder nicht. All diese Fragen sollen in dieser Kategorie beantwortet werden. Sie teilt sich in die Unterpunkte „bietet Platz zu gehen“, „bietet keinen Platz zu gehen“, „ist ident mit Nachrichtenstudio“, interaktives Studio“, „Studio mit Blue-Box-Anzeigetafel“. Im

dem Fall, dass es kein Studio gibt und der Sender nur eine Karte zeigt, gibt es den Punkt „nur Karte“.

STUDIOAKT: Die Aktionen im Studio sind ebenfalls von Interesse. Gibt es Bewegung oder nicht? Dieser Punkt ist in zwei Unterkategorien geteilt: „Platz wird genützt“ oder „Platz wird nicht genützt“. Ist im vorherigen Punkt angekreuzt worden, dass das Studio dem Moderator/der Moderatorin die Möglichkeit bietet, sich im Studio zu bewegen, so soll hier geklärt werden, ob diese Möglichkeit auch genützt wird oder nicht.

FARBKLIMAST: In der Kategorie „Farbklima Studio“ wird die Farbgestaltung des Studios bewertet. Wie im theoretischen Teil der Arbeit schon erläutert worden ist, spielen Farben im Fernsehen eine wesentliche Rolle, nicht zuletzt, weil sie auch psychologische Wirkungen auf die Zuseher ausüben. Das gesamte Farbspektrum hier aufzuzählen, hätte allerdings den Rahmen des Codebogens gesprengt. Daher habe ich drei Hauptfarbtöne, die ich in meinen Vorbetrachtungen der Sendungen schon feststellen konnte, gewählt. Dies sind „grünlich“, „bläulich“ und „rötlich/orange“. Falls ein Sender allerdings doch auch eine andere Farbe einsetzt, so habe ich die Kategorie „andere“ eingefügt um dies auch mit einbeziehen zu können. Dasselbe gilt für die nächste Kategorie **FARBKLIMAKART**, bei der die Farbgebung der Wetterkarte(n) überprüft wird.

KARTE: Die Farbgebung ist natürlich nicht das einzige Kriterium hinsichtlich der Kartengestaltung. Hier stehen das Aussehen und die Gestaltung der Karte im Vordergrund. Es wird zum einen untersucht, ob die Karte bewegt ist oder nicht (findet eine starre Karte Verwendung oder gibt es Bewegung wie etwa eine Drehung der Karte). Weiters wird darauf geachtet, ob die Karte das betreffende Land in Großaufnahme zeigt, eine Europakarte auch gezeigt wird, ob die Temperaturen innerhalb der Karte zu sehen sind, oder außerhalb, etwa unter, ober oder neben der Karte.

GRAFIK: Hier wird besonderes Augenmerk auf die grafische Gestaltung der Wetterkarte gelegt. Ist die Karte animiert (hier gelten ähnliche Kriterien, wie bei der bewegten Karte: Hat die Karte spezielle Funktionen, bewegt sie sich oder bewegen sich zumindest Teile der Karte). Als nächster Punkt wird der Wetterflug angeführt. Hierbei handelt es sich um einen virtuellen „Flug“ über die

Wetterkarte. Außerdem ist in dieser Kategorie der Punkt „bewegte Symbole“ wichtig. Es wird untersucht, ob sich die Wettersymbole (beispielsweise Wolke oder Sonne) auch bewegen. Ist die Karte auch dreidimensional oder nur zweidimensional. Die gängigsten grafischen Mittel sind hier berücksichtigt worden, da aber nicht ausgeschlossen werden kann, dass es auch andere Elemente gibt, habe ich den Punkt „andere grafische Elemente“ angefügt.

FORMAT: Hier wird noch einmal gesondert bewertet, ob der Moderator in Ganzkörperformat oder nur der Oberkörper zu sehen ist.

GEST: Dieser Punkt umfasst die gestalterische Aufbereitung des Wetterberichtes. Die zu bewertenden Punkte: Handelt es sich um ein „Studiowetter“ oder ein „Außenwetter“, wird ein „anderer Gesprächspartner mit einbezogen“, unterhält sich der Moderator im Wetterbericht auch noch mit anderen Menschen? Ebenfalls eine große Rolle bei der Gestaltung spielen die Karten. Die zu bewertenden Unterpunkte: „Mehrere Karten“, „eine Karte“, „Fotos“, „Wetteraufnahmen“ (anzukreuzen, wenn im Zuge der Wettersendung zusätzlich zu den Prognosekarten auch Wetteraufnahmen oder Fotos vom Wetter gezeigt werden, etwa verschneite Landschaften, Sonnenuntergang oder ähnliches). Auch hier ist der Unterpunkt „zusätzliche Einblendungen zur Karte“ eingefügt worden, der jegliche Art der Einblendung berücksichtigt. Dies können Temperaturen aber auch Schlagzeilen sein.

MUSIK: Die musikalische Untermalung der Wettersendung steht hier im Mittelpunkt. Wobei nicht von Interesse ist, um welche Art der Musik es sich handelt, viel mehr ist bedeutend, ob es Musik gibt oder nicht. Folgende Kategorien sollen Klarheit schaffen: „Musik vorhanden“, „Musik nicht vorhanden“, „Musik nur vor der Sendung“, „Musik nur nach der Sendung“, „Musik vor und nach der Sendung“, „Musik während der Sendung“.

WERBUNG: Wird die Wettersendung gesponsert oder nicht? Folgende Punkte sind hier anzukreuzen: „Werbung vorhanden“ und „Werbung nicht vorhanden“. Ist letzteres der Fall, so leitet die Codieranweisung direkt weiter zu Kategorie **WETTERSYM:** Ist allerdings Werbung vorhanden, so ist folgender Punkt zu bearbeiten.

WERBFORM: In welcher Form wird die Werbung eingesetzt? Handelt es sich um eine „Widmung vor der Sendung“, „Widmung nach der Sendung“, „Einschaltung während der Sendung“ oder um eine „Ankündigung“?

Nach den formalen Kriterien geht es weiter zu den inhaltlichen. Mit der Kategorie **WERBINH** soll geklärt werden, wofür geworben wird. Ich habe eine Reihe möglicher Produkte erstellt: „Veranstaltungsankündigung“, „Bekleidungsfirma“, „Lebensmittel“, „Arzneimittel“, „Versicherung“, „Baumarkt“ und um auch weitere erfassen zu können, den Punkt „andere“.

WETTERSYM: In dieser Kategorie werden die unterschiedlichen Wettersymbole wie Sonne, Wolken, Regen, Gewitter angekreuzt. Insgesamt sind 18 verschiedene Symbole angeführt und die Zusatzkategorie „andere“.

SONDERFORMEN: Diese Kategorie bezieht sich wieder auf den Inhalt der Wettersendung. Hier werden Wettersonderformen berücksichtigt. Die Kategorien: „Biowetter“, „Segelwetter“, „Wassertemperaturen“, „Badewetter“, „Wanderwetter“, „Bauernwetter“, „Windgeschwindigkeiten“, „andere“. Gemeint sind hier alle Inhalte, die zwar mit dem Wetter verbunden sind, deshalb nicht in die Kategorie „zusätzliche Inhalte“ fallen, aber nicht in die tägliche Wetterprognose fallen. Ein Beispiel wäre die Wassertemperaturen der heimischen Seen im Sommer. Hier handelt es sich um eine Sonderinformation für das Publikum, die über die tägliche Prognose hinausgeht. Die Auswahl der Kategorien ist wieder nach den gängigsten Sonderwetterformen erfolgt. Um mögliche andere Formen auch berücksichtigen zu können, ist die Kategorie „andere“ auch hier wieder eingeführt worden.

SPRACHE: Welche Sprache wird verwendet? Wird das Wetter in meteorologischem Fachjargon präsentiert oder in Umgangssprache? Folgende Kategorien sollen dies bewerten: „Überwiegend Umgangssprache“, „keine Umgangssprache“, „nur Fachsprache“, „keine Fachsprache“, sowohl Umgangs- als auch Fachsprache“.

WETTERAUSBLICK: Wie weit die Prognose des Wetterberichts reicht, das ist von Sender zu Sender unterschiedlich. Die Punkte in dieser Kategorie sollen nach der Untersuchung einen Überblick verschaffen, für welchen Zeitraum im

Durchschnitt Prognosen erstellt werden: „Ein Tag“, „Nacht“, „zwei bis fünf Tage“, „1 Woche“, „2 Wochen“, „länger“.

Aus diesen Kategorien werden sich nach Ausfüllung der Codebögen Antworten auf die von mir formulierten Forschungsfragen ergeben. Diese möchte ich nun noch einmal anführen:

7. Forschungsfragen und Hypothesen

7.1 Forschungsfragen

Forschungsfrage 1: Geht die Entwicklung der Wetterinformationssendung immer mehr in Richtung Wetterunterhaltungssendung?

Forschungsfrage 2: Sind zusätzliche Informationen (Biowetter, Bergwetter, etc.) bereits fixer Bestandteil der Wettersendung?

Forschungsfrage 3: Gibt es große Unterschiede zwischen den Wettersendungen in verschiedenen europäischen Ländern?

Forschungsfrage 4: Spielt der Moderator eine wichtige Rolle in der Wettershow?

Forschungsfrage 5: Wird das Wetterstudio aufwendiger gestaltet als früher?

Forschungsfrage 6: Wird nur meteorologische Fachsprache verwendet, oder setzen die Moderatoren überwiegend auf, Umgangssprache um Nähe zu erzeugen?

Forschungsfrage 7: Gibt es merkliche Unterschiede zwischen den europäischen Privatsendern und öffentlich-rechtlichen Sendern? Sind die Wettersendungen in den Privaten noch mehr „Wettershows“ als in den öffentlich-rechtlichen Sendern?

Zu den hier genannten Forschungsfragen sollen folgende Hypothesen verifiziert oder falsifiziert werden:

7.2 Hypothesen

Hypothese 1: Die Wettersendungen haben sich in den vergangenen Jahren von reinen Informationssendungen hin zu „Wettershows“ entwickelt.

Hypothese 2: Sonderwetterformen, wie etwa Biowetter, Bergwetter oder Jagdwetter tauchen in fast allen Wettersendungen Europas auf.

Hypothese 3: Die verschiedenen Wettersendungen der europäischen Länder weisen einige technische und auch gestalterische Unterschiede auf.

Hypothese 4: Wenn kein Moderator vorhanden ist, dann handelt es sich um keine Wettershow.

Hypothese 5: Wenn die Wettersendung bewusst als Wettershow gestaltet ist, dann ist auch das Wetterstudio aufwendiger gestaltet.

Hypothese 6: Je mehr Showelemente eingesetzt werden, je mehr die Sendung demnach zu einer Wettershow geworden ist, umso mehr wird auch Umgangssprache verwendet.

Hypothese 7: Wenn ein Sender besonders viele unterhaltende Elemente in der Wettersendung einsetzt, dann handelt es sich im europäischen Raum um einen Privatsender.

8. Auswertung der einzelnen Sender

Im folgenden Teil der Arbeit werden nun die Ergebnisse der Untersuchung genau aufgelistet und anhand der Forschungsfragen und Hypothesen geprüft. Zur besseren Veranschaulichung werde ich zunächst die Wettersendungen einzeln beschreiben und erläutern. Im Anschluss werden Querverbindungen zwischen den untersuchten Sendern gezogen.

Beginnen möchte ich mit den Sendern in Österreich.

8.1 Die ORF-Wettersendung

Als Untersuchungsmaterial haben mir acht Wettersendungen gedient, die ich mittels des von mir erstellten Codebuches untersucht habe. Ich habe für meine Untersuchung das „ZIB-Wetter“ in ORF 2 ausgewählt, das täglich nach der „Zeit im Bild“ um circa 19:49 Uhr in ORF 2 zu sehen ist. Das „ZIB-Flash-Wetter“ in ORF 1 habe ich im Rahmen meiner Untersuchung nicht berücksichtigt, da es sich inhaltlich kaum von der Wettersendung in ORF 2 unterscheidet, einzig kürzer ist.

Die durchschnittliche Dauer der Wettersendung in ORF 2 betrug zwei Minuten (Schwankungen sind auf Grund unterschiedlicher Wetterlagen natürlich vorhanden). Die Prognose erstreckte sich bei der Hälfte der Sendungen über die nächsten fünf Tage, ansonsten über einen längeren Zeitraum. Eine ORF-Spezialität ist die Fünfzehn-Tage-Vorschau, bei der ein grober Trend für die nächsten zwei Wochen gezeigt wurde.

Alle Sendungen wurden von einer Moderatorin, Christa Kummer, präsentiert. Nur einmal moderierte Marcus Wadsak. Dies liegt aber schlicht daran, dass beim ORF die Moderation wochenweise zwischen Christa Kummer und Marcus Wadsak gewechselt wird.

Wichtig für meine Untersuchung ist aber die Tatsache, dass der ORF keine Wettersendung ohne Moderator auf Sendung bringt.

Was das Studio betrifft, so ist festzuhalten, dass es sich um ein Studio im Nachrichtenstudio handelte, das dem Moderator genügend Platz bot, um herum zu gehen. Das wurde auch bei jeder Sendung genützt. Dieser Umstand führt auch zu einem weiteren Merkmal: Während andere Sender in der Präsentation auch immer wieder auf „Außenwetter“ setzten, verzichtete der ORF auf dieses Stilmittel. Setzte dafür aber hin und wieder (bei acht Sendungen zwei Mal) Wetterbilder oder andere Außenaufnahmen, die auf der Studiokarte gezeigt wurden, ein.

Die Karte befand sich tatsächlich hinter dem Moderator, auch wenn man meinen könnte, sie werde nur auf eine Bluebox gezeigt.

Nähere Details zur Gestaltung der Karte (bewegt, nicht bewegt, Farbwahl) werde ich anhand eines Vergleichs aller Sender noch anfügen.

Der ORF verzichtete im Untersuchungszeitraum größtenteils auf gesponsertes Wetter. Von acht Sendungen war nur eine vermarktet: Ein Baumarkt hat vor und nach der Sendung eine Widmung einspielen lassen.

Auch Musik, eine eindeutige Kennmelodie für das „Wetter“, war vorhanden.

Auf alle weiteren Punkte, vor allem die für „Wettershows“ charakteristischen Elemente, soll, wie bereits erwähnt, im weiteren Verlauf der Arbeit eingegangen werden.

Was aber bereits gesagt werden kann, ist, dass der ORF viel Wert auf moderiertes Wetter legte und auch in die grafischen Elemente der Wetterberichterstattung investiert. So wurden zum Beispiel zahlreiche Karten animiert.

8.2 Das ATV-Wetter

Wie auch beim ORF, habe ich acht Wettersendungen untersucht. Das ATV-Wetter wird täglich um 19:40 Uhr gesendet. Die Sendung dauerte im Durchschnitt zwei Minuten und fünfzehn Sekunden. Natürlich haben die genauen Sendezeiten im Untersuchungszeitraum auf Grund unterschiedlicher Wetterlagen geschwankt. Die Außenwetter waren ebenfalls länger.

Die Prognose reicht meist für eine Woche, einmal waren es nur fünf Tage und einmal wurde auch die Nacht in die Prognose einbezogen.

Wie auch beim ORF wird hier offensichtlich sehr viel Wert auf Moderation gelegt, denn alle Wettersendungen waren moderiert.

Auch hier kamen abwechselnd eine Moderatorin, Regina Kail und ein Moderator, Peter Praschinger zum Einsatz.

Innerhalb des von mir untersuchten Zeitraumes ist es aber auch vorgekommen, dass beide Moderatoren in einer Wettersendung aufgetaucht sind.

Peter Praschinger hat vom Studio aus das Wetter moderiert und nachdem er Badewetter prognostizierte, das Wort an seine Kollegin Regina Kail übergeben, die in einem Kärntner See geschwommen ist und anschließend die aktuelle Wassertemperatur verkündete.

Kurz darauf stieg sie auf eine schwimmende Badeinsel und verkündete, dass diese Insel im Zuge eines ATV-Gewinnspiels verlost wird.

So wurden gleichzeitig zwei Ziele erreicht: Einerseits ist durch das Außenwetter und die schwimmende Moderatorin Nähe zum Publikum und Authentizität geschaffen worden. Andererseits konnte so auch ein Gewinnspiel in die Wettersendung eingebaut werden.

Neben dieser Kombination von Studio- und Außenwetter kam in den acht Sendungen noch ein weiteres Außenwetter vor, bei dem auch andere Gesprächspartner eingebunden wurden.

Ungewöhnlich an dieser Außenwettersendung war, dass der Gesprächspartner nur sehr indirekt etwas mit dem aktuellen Wettergeschehen zu tun hatte. Es war ein Kärntner, der bei einem Sturm seine Gartenhütte gefilmt hatte, deren Dach weggeweht worden war. Dieses Video ist auch auf „YouTube“ erschienen und aufgrund des Kärntner Dialektes zum Kult-Clip geworden.

Sechs der acht Wettersendungen wurden allerdings im Studio aufgezeichnet, daher möchte ich nun näher auf die Ausstattung und Gestaltung des Studios eingehen.

Beim ATV-Wetterstudio handelt es sich um ein interaktives Studio mit einer Green-Box. Der Moderator steht vor einer grünen Wand und sieht die Wetterkarten auf zwei Bildschirmen, die rechts und links angebracht sind.

Zwei Bildschirme sind notwendig, da die ATV-Wettermoderatoren zeitweise die Studio-Seite wechseln, kurz aus dem Bild verschwinden und wieder zurückkehren. Die beiden Bildschirme bieten dem Moderator optimale Sicht auf die Wetterkarten.

Nur einmal hat der Moderator seinen „Bewegungsspielraum“ nicht genützt, meist ist aber Bewegung in der Wettersendung.

Das Farbklima im Studio ist ebenfalls eher in grün gehalten, auf die Farben wird im weiteren Verlauf der Arbeit eingegangen.

Auf die Wetterkarten wird ebenfalls noch näher eingegangen.

Zusätzlich zur Karte sind einmal Fotos eingeblendet worden, viermal Wetterbilder und zweimal zusätzliche Einblendungen. Die Einblendung erfolgte immer am Beginn der Sendung.

Es gibt also kaum eine Wettersendung, in der nicht zusätzlich zu den Prognosekarten Einblendungen gezeigt werden.

ATV versucht demnach, sich immer wieder von der klassischen Wettersendung abzuheben, indem immer wieder zusätzliche Elemente (Außenwetter, Doppelmoderation oder Wetterbilder) eingeblendet werden.

Außerdem wird sehr stark versucht Nähe zum Publikum herzustellen. Besonders aufgefallen ist dies bei einer Sendung, die ich zu Beginn des Schuljahres 2009/10 aufgezeichnet habe. Am Beginn der Wettersendung wurden Bilder von Kindern mit Schultüten gezeigt, kurz wurde auf den ersten Schultag eingegangen und so auf das aktuelle Wetter übergeleitet.

Dadurch konnte ein breiteres Publikum, bestehend aus Eltern, Schülern und Großeltern, besonders angesprochen werden.

Auch bei den Moderationen wird versucht, Zusatzleistungen zu bieten: Bei der Hälfte der von mir untersuchten Sendungen haben die Moderatoren spezielle Informationen eingeflochten, wie etwa Wassertemperaturen, Badewetter oder

ähnliches. Meist erfolgte dies in Verbindung mit den eingeblendeten Fotos oder Wetterbildern.

Musik ist beim ATV–Wetter immer vor und nach der Sendung als Kennmelodie vorhanden.

Werbung war bei den acht Sendungen nur drei Mal vorhanden. Immer in Form einer Widmung vor und nach der Sendung.

Bei der bereits erwähnten Doppelmoderation mit Gewinnspiel findet sich allerdings wieder eine Werbesonderform innerhalb der Sendung.

Die verwendete Sprache ist meist eine Mischung aus Fach- und Umgangssprache. Wobei beim aus Kärnten gesendeten Wetter Regina Kail (die aus Kärnten stammt, Anm. der Autorin) durchgehend Dialekt spricht.

Insgesamt kann gesagt werden, dass hier, deutlicher als beim ORF-Wetter, ein Trend hin zur Wettershow, die mehr als nur die reine Wetterprognose bietet, zu beobachten ist. Das würde für Hypothese 7 sprechen, dass in Privatsendern eher der Trend hin zur Wettershow verfolgt wird. Um diese Hypothese aber tatsächlich verifizieren zu können, müssen noch Quervergleiche aller Sendungen gezogen werden, was nach der Erläuterung der einzelnen Sender noch vorgenommen wird. Zunächst möchte ich aber auf den zweiten heimischen Privatsender, PULS 4, näher eingehen.

8.3 PULS 4-Wetter

PULS 4 betreibt im Gegensatz zu ATV und ORF keine eigene Wettersendung, sondern hat den Wetterbericht in der Nachrichtensendung „PULS 4 Austria News“ untergebracht. Die Sendung ist von Montag bis Freitag um 18:30 Uhr und Samstag und Sonntag um 20:10 Uhr auf PULS 4 zu sehen.

Der Wetterbericht befindet sich eher in der Mitte der Sendung, am Ende des Österreich-Überblicks.

Im Durchschnitt dauert der Bericht knappe zwanzig Sekunden, nur einmal hat die Sendung während meiner Untersuchung 42 Sekunden gedauert. Dabei hat es sich

um eine Wochenendsendung gehandelt, bei der, anders als gewöhnlich, ein Fünf-Tagesausblick gemacht wurde. Normalerweise ist die Prognose des PULS 4-Wetters immer nur für den folgenden Tag.

Das PULS 4-Wetter kommt ohne Moderator aus, eine Stimme aus dem Off erläutert die Karte und verkündet die Prognose. Dabei wird fast ausschließlich Fachsprache verwendet.

Im von mir untersuchten Zeitraum wurden in der Wettersendung auch keine anderen Themen als die Prognose für den nächsten Tag eingebaut. Badewetter oder Wassertemperaturen kamen beispielsweise nicht vor.

Musik ist beim PULS 4-Wetter immer während der Prognose vorhanden.

Werbung wird beim „PULS 4-Wetter“ nicht gezeigt, was aber auch durch die Tatsache, dass das PULS 4-Wetter keine eigene Sendung ist, erklärt werden kann.

Alles in allem kann schon nach dieser ersten Erläuterung gesagt werden, dass PULS 4 offensichtlich nicht sehr viel Wert auf eine ausführliche und abwechslungsreiche Wettersendung legt. Showelemente lassen sich bei diesem Wetter, außer der musikalischen Untermalung, keine finden.

Auch grafisch bleibt das Wetter, anders als zum Beispiel das ORF-Wetter, bei einfachen Standards.

8.4 Das ZDF-Wetter

Das Wetter im ZDF wird von Montag bis Samstag nach der Nachrichtensendung „Heute“ um 19:20 Uhr gesendet. Am Sonntag ist das Wetter um 19:00 Uhr Teil von „Heute“. Es gibt auch um 17:00 Uhr eine Wettersendung, ich habe für meine Untersuchung allerdings die Sendung um 19:20 Uhr herangezogen.

Die Wettersendung ist durchschnittlich eineinhalb Minuten lang. Zweimal war die Dauer im von mir untersuchten Zeitraum unter einer Minute.

Eine Wettersendung, die Wochenend-Wettersendung, war mit sechzehn Sekunden die kürzeste und auch die einzige ohne Moderator. In diesem Fall war nur eine Wetterkarte zu sehen, die von der Stimme des Nachrichtenmoderators aus dem Off erklärt wurde.

Wir sehen hier schon einen Unterschied zu Österreichs öffentlich-rechtlichem Sender, der immer, auch am Wochenende auf Moderatoren setzt.

Bei sieben von acht Sendungen war aber auch hier ein Moderator beziehungsweise eine Moderatorin vorhanden. Dreimal hat Katja Horneffer das Wetter präsentiert, viermal Gunther Tiersch.

Die Moderationsinhalte waren immer auf das Wetter fokussiert, es wurden keine zusätzlichen Inhalte, wie etwa Veranstaltungsankündigungen eingebaut.

Wetter-Sonderformen werden im ZDF auch nur selten eingesetzt. Bei acht Sendungen wurde ein einziges Mal Biowetter in den Ablauf eingebaut.

Fast immer begann das Wetter allerdings mit einer Werbeeinschaltung (die Ausnahme bildete hier die Wochenendsendung ohne Moderator). Stets folgten auch eine Widmung vor und eine nach der Sendung.

Einmal wurde ein Arzneimittel beworben, die anderen sechsmal fiel das beworbene Produkt in die Kategorie „andere“.

Musik war bei sieben Sendungen (Ausnahme war wieder die Wochenend-Sendung) vorhanden und zwar als Kennmelodie vor und nach der Sendung.

Die von mir untersuchten Sendungen wurden alle im Wetterstudio aufgenommen. Es handelte sich dabei um ein Studio mit Blue-Box, das dem Moderator ausreichend Platz bot. Der wurde allerdings nur in der Hälfte der Fälle auch für Positionswechsel des Moderators während der Aufnahme genützt.

Die Farbgestaltung im Studio umfasste sowohl blau, grün als auch rötlich-orange Einflüsse.

Zur Karte sei an dieser Stelle erwähnt, dass in den meisten Fällen mehrere Karten verwendet werden, um die Wetterprognose zu veranschaulichen.

Bei drei Wettersendungen wurden zusätzlich zur Karte auch Fotos und Wetteraufnahmen gezeigt, es ist also versucht worden, „belebende“ Elemente in die Sendung einzubauen.

Was die Sprache betrifft, so ist zu sagen, dass es sich meist um eine Mischung aus Fach- und Umgangssprache handelte. Reine Wetterfachsprache wurde nur bei der kurzen Wochenendsendung verwendet. Allgemein wird aber durchaus versucht, durch Alltagssprache Nähe zum Publikum herzustellen und die Prognose auch verständlicher zu machen.

In sieben von acht Sendungen wurde das Wetter für die folgenden zwei bis fünf Tage vorausgesagt. Nur einmal beschränkte sich die Prognose auf den folgenden Tag.

Ein großer Unterschied zu den Wettersendungen in Österreich ist, dass beim ZDF-Wetter bei der überwiegenden Anzahl der Wettersendungen auch das „Nacht-Wetter“ eine große Rolle spielt und fast immer auch thematisiert wird.

Insgesamt konnte ich allerdings beim ZDF-Wetter keine großen Tendenzen hin zu einer Wettershow erkennen. Es wurden zwar spärlich auch „unterhaltende“ Elemente eingesetzt, wie etwa Wetterbilder oder Fotos, im Großen und Ganzen beschränkte man sich hier aber doch sehr auf eine reine Wetterprognose.

Auf die Kartengrafik werde ich später noch eingehen.

8.5 „Das Wetter im Ersten“ - Das Erste

„Das Wetter im Ersten“, wie die Wettersendung im ersten öffentlich-rechtlichen Programm Deutschlands heißt, wird von Montag bis Samstag um 19:50 Uhr gesendet. Am Sonntag wird das Wetter in die Nachrichtensendung „Tagesschau“ integriert. Die Sendung dauerte meist zweieinhalb Minuten, ausgenommen ist das kurze Wetter am Sonntag in der „Tagesschau“.

Wie auch beim ZDF, gibt es unter der Woche immer einen Moderator, außer bei der Sonntagssendung. Hier wird das Wetter ebenfalls nur in Form von Wetterkarten an das Ende der Nachrichtensendung gefügt und der Nachrichtenmoderator verkündet die Prognose.

Wie bei fast allen bisher besprochenen Sendern wechseln einander auch im "Ersten" ein Moderator, Jörg Kachelmann und eine Moderatorin, Claudia Kleinert, ab.

Jörg Kachelmann wurde schon zu Beginn der Arbeit erwähnt, er gilt als der Revolutionär unter den Wetterfröschen, der Wettersendungen sehr unkonventionell gestaltet.

Mittlerweile ist er mit seiner Meteomedia sehr erfolgreich und beliefert Sender, wie „Das Erste“ mit Wetterprognosen.

Im direkten Vergleich mit seiner Moderationskollegin fällt seine unkonventionelle Art, besonders sprachlich, auf. Während seine Kollegin eher bei Fachsprache bleibt, greift Kachelmann immer wieder gerne zu in Meteorologen-Kreisen eher ungewöhnlichen Begriffen. So ist er für die mittlerweile bereits legendäre Bezeichnung „Schäfchenwolken“ bekannt.

Es fällt auch auf, dass Kachelmann in „seinen“ Sendungen immer gerne Zusatzinformationen für die Zuseher und Zuseherinnen einbaut, wie etwa: Wo hat sich die Sonne heute am längsten gezeigt? Wo hat es am meisten geregnet?

Informationen solcher Art habe ich bei meiner Untersuchung nur bei der Hälfte der Sendungen feststellen können. Das entspricht auch genau der Anzahl der von Kachelmann moderierten Sendungen.

Hier wird also durchaus versucht „Showelemente“ in die Sendung einzubauen.

Außenwetter gab es allerdings auch hier nicht, alle Sendungen wurden aus dem Studio gesendet. Das Studio war in einem bläulichen Farbton gehalten und mit einer Blue-Box ausgerüstet. Es bot den Moderatoren Platz um herum zu gehen, der aber nur in zwei Fällen genutzt wurde.

Zur Karte sei an dieser Stelle erwähnt, dass immer mehrere Karten zum Einsatz kamen.

Eine Besonderheit beim „Wetter im Ersten“ und sicherlich auch eine Art Showelement, oder zumindest als Versuch, sich von anderen Wettersendungen

abzuheben und dem Publikum mehr zu bieten, sind die zusätzlichen Einblendungen während der Sendung. Es werden laufend die erwarteten Tiefst- und Höchsttemperaturen aus verschiedenen Orten in Deutschland eingeblendet.

Ein Showelement, auf das das Erste allerdings verzichtet, ist die Musik. Anders als bei den meisten Sendern gab es eine Musik zum Wetter, auch keine Kennmelodie.

Dafür hatte die Werbeeinschaltung vor und nach dem Wetter einen Wiedererkennungswert. Es handelte sich immer um Einschaltungen einer Versicherung, die von „Das Erste“-Sehern präsentiert wurden und zwar immer mit den Worten „Das Wetter im Ersten präsentiert ihnen die Karstadt-Versicherung“ und nach der Sendung „Das war’s mit dem Wetter im Ersten und der Karstadt-Versicherung“.

Im Gegensatz zum ORF, der als öffentlich-rechtlicher Sender, nur selten Werbeeinschaltungen vor und nach dem Wetter einspielt, gehört die Werbung im Ersten fest zum Wetter dazu.

Zur Prognose ist zu sagen, dass auch hier, wie beim ZDF, auf das Wetter in der Nacht großer Wert gelegt wird.

Bei allen Sendungen wurde zu Beginn auf das Wetter in der folgenden Nacht eingegangen. Ansonsten wurde das Wetter für einen Zeitraum von zwei bis fünf Tagen prognostiziert.

Alles in allem ist hier zu sagen, dass vor allem Jörg Kachelmann versuchte „Extras“ in die Wettersendung einzubauen. Bis auf seine sehr unkonventionelle Sprache, halten sich die Showelemente doch in Grenzen.

Ein weiterer Vergleich mit allen anderen untersuchten Sendern wird hier noch mehr Klarheit bringen.

8.6 HR-Hessischer Rundfunk

Bei der Wettersendung des hessischen Rundfunks handelt es sich, im Gegensatz zu allen bisher untersuchten Sendungen, um mehr als nur um eine reine

Wetterprognose. Es kann an dieser Stelle von einer Wettershow gesprochen werden. „Alle Wetter!“ wird von Montag bis Freitag um 19:15 Uhr gesendet. Am Wochenende erfolgte eine Wetterprognose in der Nachrichtensendung „Hessenschau“, die von mir bei dieser Untersuchung allerdings ausgespart wurde, da die Sendung „Alle Wetter!“ für die von mir untersuchte Thematik aussagekräftiger ist.

Den ersten gravierenden Unterschied zu allen anderen Wettersendungen kann man schon an der Länge der Sendung gut erkennen. Während die meisten Wettersendungen rund zwei bis drei Minuten lang sind, dauert „Alle Wetter!“ immer rund eine Viertelstunde.

Der Grund für diese Länge ist leicht erklärt: Neben der Wetterprognose gab es täglich einen gebauten Fernsehbeitrag zu einem Thema der zur aktuellen Wetterlage passte (beispielsweise die Rübenernte oder Herbstwanderungen).

Zusätzlich gab es in manchen Sendungen noch eigene „News“, wenn es etwa zu einer Umweltkatastrophe wie beispielsweise einer Überschwemmung gekommen war.

In acht von acht Sendungen trat ein zusätzlicher Gesprächspartner auf, der Auskunft über verschiedene Themen gab. Um ein Beispiel zu nennen: In einer Sendung war ein Rechtsexperte zu Gast, der Fragen rund um das Herbstlaub vor der eigenen Haustüre beantwortete.

Und dann gab es natürlich noch die Wetterprognose, die auch immer ein Biowetter beinhaltet.

Präsentiert wurde die Sendung sowohl von draußen als auch von drinnen. Zu Beginn der Sendung stand der Moderator draußen und zwar bei jedem Wetter. Nach dem gebauten Beitrag meldete sich der Moderator aus dem Studio und begrüßte dort seinen Gesprächspartner.

Das Studio war in der Farbe Blau gehalten und hob sich auch deutlich von „normalen“ Wetterstudios ab.

Es war sehr groß, hatte neben einem Bildschirm, auf dem der Moderator die Wetterkarten ablesen konnte, noch einen Stehtisch für die Expertengespräche.

Die Karten waren meist bewegt, fast immer mit sehr aufwendiger Grafik gestaltet, was auch als „Showelement“ gilt. Genauere Informationen zur Karte möchte ich später noch erwähnen

Zusätzlich zu den Wetterkarten gab es bei jeder Sendung Wetteraufnahmen oder Fotos, wobei Fotos nur in vier Fällen verwendet wurden. Es war eine Präferenz für Wetteraufnahmen zu erkennen, die wurden siebenmal eingesetzt. Musik ist bei „Alle Wetter!“ ebenfalls vorhanden, als Kenn-Melodie vor und nach der Sendung und natürlich auch immer wieder in den gebauten Beiträgen.

Genauso wie Musik, war auch vor und nach jeder Sendung Werbung vorhanden. Fünfmal war die Werbung im von mir untersuchten Zeitraum eine Veranstaltungsankündigung, ansonsten fielen die beworbenen Dinge unter die Kategorie „andere“.

Zu Veranstaltungsankündigungen ist zu sagen, dass diese bei „Alle Wetter!“ nicht immer nur in Form von Werbeeinschaltungen vor und nach der Sendung vorkamen, sondern bei zwei Sendungen auch in die Wetterprognose eingebaut wurden.

Interessant an „Alle Wetter!“ war auch, dass bei sechs von acht Sendungen Hinweise auf das nachfolgende Programm eingespielt wurden. Der Moderator trat also aus der Rolle des „Wetterfrosches“ heraus und informierte die Zuseher zusätzlich.

Zu den Wetter-Sonderformen wurde bereits erwähnt, dass immer Biowetter eingebaut wurde. Zusätzlich gab es aber auch jeweils einmal Informationen zu Wassertemperaturen, Windgeschwindigkeiten, Bauernwetter und Wanderwetter.

Auf Grund der bisherigen Beschreibungen ist erkennbar, dass sich diese Sendung sehr von anderen Wettersendungen unterschied und mit reiner Prognose nur wenig zu tun hatte. Es handelte sich hier tatsächlich um eine eigene „Infotainment-Sendung“: Informationen rund ums Wetter wurden in

unterhaltende und gleichzeitig informative Inhalte gepackt, wie zum Beispiel in Form der gebauten Beiträge.

Ein weiteres unterhaltendes Element und Markenzeichen der Sendung ist der Wetter-Frosch Fridolin. Fridolin ist ein animierter grüner Frosch, der immer wieder während der Prognose durch das Bild sprang, natürlich immer passend zur Wetterlage gekleidet. Auch beim Biowetter spielte er eine Rolle, förderte das aktuelle Wetter etwa Kopfschmerzen, so griff sich Fridolin immer wieder auf den Kopf.

Zur Sprache innerhalb der Sendung ist zu erwähnen, dass es stets eine Mischung aus Fach- und Umgangssprache war, wobei komplizierte oder nicht geläufige meteorologische Ausdrücke stets eigens erklärt wurden. So auch Wetterphänomene wie etwa Föhn.

Die Prognose wurde in acht von acht Sendungen für zwei bis fünf Tage erstellt, in der Hälfte der Fälle war auch die folgende Nacht in die Prognose mit einbezogen.

Da es sich hier um eine eigene Sendung mit Beiträgen, Interviewpartnern und so weiter handelt, besteht „Alle Wetter!“ auch aus einem größeren Team: Silke Hansen, Wolfgang Klosinski, Thomas Ranft, Martin Dudek, Benjamin Lauterbach, Simone Kienast, Anja Appel und Frosch Fridolin.

8.7 Schweizer Fernsehen – SF Meteo

Auch die Wettersendung des Schweizer Fernsehens reiht sich in die außergewöhnlichen Wettersendungen ein.

SF-Meteo wird von Montag bis Freitag um 19:55 Uhr gesendet, an Samstagen um 19:50 Uhr und an Sonntagen etwas früher, im Anschluss an die „Tagesschau“. Im von mir betrachteten Zeitraum von acht Sendungen schwankte die Länge der Sendung zwischen einer Minute und viereinhalb Minuten. Es ist schwierig, eine

Aussage über die durchschnittliche Sendungsdauer zu treffen, offenbar schwankt diese je nach Wetterlage.

Die Sendung wurde immer moderiert, sechsmal von Thomas Bucheli und zweimal von Daniela Schmucki.

Das Studio ist bei SF-Meteo auf dem Dach. Die Sendung wird bei jedem Wetter draußen aufgezeichnet, regnet es, hält der Moderator einen Schirm während des Ablaufs.

Den Moderatoren steht ein Bildschirm zur Verfügung, auf dem sie verschiedene Karten anklicken können. Die Karten erscheinen dann als Vollbild. Sobald eine Wetterkarte eingeblendet wird, ist der Moderator nicht mehr zu sehen, nur noch als Off-Stimme zu hören.

Auf dem Dach befindet sich außerdem noch eine Wetterstation, die die aktuellen Temperaturen zeigt. So sehr diese Art der Präsentation auch einer Wettershow entspricht, so wenig andere Elemente werden in die Sendung eingebaut.

Nur dreimal wurden zusätzlich zu den Wetterkarten Fotos oder Wetteraufnahmen gezeigt. Ein einziges Mal wurden auch zusätzliche Inhalte zur täglichen Prognose eingebaut. Musik war in Form einer Kennmelodie immer vor und nach der Sendung vorhanden, wie auch eine Werbeeinschaltung. Diese war ebenfalls immer in Form von Widmungen vor und nach der Sendung. Es handelte sich bei den von mir codierten Sendungen immer um Einschaltungen von einer Versicherung.

Die verwendete Sprache war in allen Fällen Umgangssprache, die Moderatoren blieben stets im „Schweizerdeutsch“.

Was die Prognose-Zeiträume betrifft, ist anzumerken, dass bei sieben Sendungen das Wetter für die gesamte folgende Woche vorhergesagt wurde. Zweimal war auch das Nachwetter mit einbezogen und einmal die Prognose für die folgenden zwei bis fünf Tage.

Hier kann man bereits erkennen, dass es kaum Wettersendungen gibt, die weniger als zwei bis fünf Tage voraussagen. Die einzige Ausnahme stellt bis jetzt der

heimische Privatsender PULS 4 dar, der nur am Wochenende einen längeren Ausblick macht, im Unterschied zu den meisten anderen Sendern, die gerade am Wochenende das Wetter kurz halten und dafür während der Woche längere Ausblicke wagen.

8.8 France 24

Nach zwei Wettersendungen mit reichlich Showpotential komme ich nun zu einer sehr einfach gehaltenen Wettersendung des französischen Informationssenders France 24.

Das Wetter „Meteo“ wird mehrmals pro Tag und zwar immer um 27 Minuten und 57 Minuten nach der vollen Stunde gesendet. Die Sendung dauerte meist zwei Minuten und zehn Sekunden, inklusive der Werbeeinschaltungen vor und nach dem Wetter.

Das Wetter wurde bei allen acht Sendungen von einer marokkanischen Fluglinie gesponsert.

Das France 24 Wetter ist nicht moderiert. Im Unterschied zu anderen Sendern, die auf Moderatoren verzichten, gibt es aber auch keine Stimme aus dem Off, die die Karten erklärt.

Somit kann hier auch die Kategorie „Sprache“ nicht in die Erläuterungen mit einbezogen werden. Statt Erklärungen zum Wetter gibt es musikalische Untermalung zu den Wetterkarten. Es handelt sich immer um mehrere Wetterkarten, da sich France 24 nicht auf das Wetter in Frankreich beschränkt, sondern die ganze Welt mittels eines Wetterfluges zeigt. Das lässt sich dadurch erklären, dass France 24 ein französischer Auslandssender ist und somit das Weltwetter berücksichtigt.

Ein weiterer großer Unterschied zu allen anderen Wettersendungen ist, dass es keine Prognosen gab. Es wurden immer die aktuellen Temperaturen mit dem passenden Wettersymbol gezeigt. Auch Studio war keines vorhanden, das Bild war stets mit den Karten ausgefüllt.

Im Bezug auf eine Wettershow ist anzumerken, dass hier kaum notwendige Kriterien erfüllt wurden. Es gab keinen Moderator, es gab kein Studio, Wetterbilder oder Fotos wurden nicht eingeblendet und auch Wettersonderformen waren nicht vorhanden.

8.9 Nova TV

Bei Nova TV handelt es sich um einen kroatischen Privatsender. Die Wettersendung ist im Anschluss an die Nachrichtensendung um 19:15 Uhr. Da ich Nova TV nicht empfangen kann, habe ich mir die Sendungen zuschicken lassen, allerdings nur sieben Sendungen erhalten. Daher dienen hier nur sieben und nicht acht Sendungen als Grundlage der Untersuchung.

Die Sendung war immer moderiert, fünfmal von den männlichen Moderatoren Milan Sijerković und Darijo Brzoja sowie zweimal von der Moderatorin Ana Bago .

Die Sendung dauerte durchschnittlich knapp zwei Minuten, einmal allerdings auch zweieinhalb Minuten. Das Studio befand sich im Nachrichtenstudio von dem aus auch immer direkt an den Wettermoderator oder die Wettermoderatorin weitergegeben wurde. Nach der Wetterprognose kamen noch einmal die Nachrichtenmoderatoren zu Wort, daher gab es auch keine Werbung vor und nach der Wettersendung und auch keine Musik. Auf Musik wurde aber als unterhaltendes Element der Wettersendung nicht verzichtet, diese wurde während der Sendung eingespielt.

Das Wetter wurde bei allen sieben Sendungen aus dem Studio gesendet, das mit einer Blue-Box ausgestattet war, vor der sich der Moderator bewegte.

Es wurden immer mehrere Karten verwendet. Bei allen sieben Sendungen wurden zusätzlich zu den Wetterkarten Wetteraufnahmen vom Tag gezeigt, dabei wurde beispielsweise auch auf Höchsttemperaturen eingegangen. Es wurden also noch zusätzliche Inhalte geboten. Auch Biowetter wurde bei Nova TV verkündet. Ein weiteres Extra war das Küstenwetter, das in jeder Sendung vorkam und als

Service für die Küstenbevölkerung in Kroatien und natürlich auch für den Tourismus geboten wurde.

Was die Sprachen betrifft so blieben die Moderatoren in ihren Formulierungen meist in der Umgangssprache und laut meiner Dolmetscherin auch immer in einer sehr positiven Ausdrucksweise. Es wurde versucht, dem Wetter immer noch positive Seiten abzugewinnen, sei es durch eine Bauernregel oder einfach nur durch positive Formulierungen.

Der Prognose-Zeitraum umspannte auch hier, wie bei den meisten Sendern, zwei bis fünf Tage.

Es waren einige Elemente: Musik, Umgangssprache, Wetterbilder, Bauernregeln zu erkennen, die eine Wettershow ausmachen. Es kann festgehalten werden, dass Nova TV mit seiner Wettersendung durchaus versucht mehr zu bieten als eine trockene Wetterprognose. Somit trägt dieser Sender auch den Trend hin zu Wettershows mit.

8.10 BBC-Wetter

Über den genauen Sendetermin des BBC-Wetters kann ich keine Aussage treffen, da ich den Sender nicht empfangen kann und mir die Sendungen daher im Internet auf folgender Seite angeschaut habe:

<http://news.bbc.co.uk/weather/forecast/10209>

Die Sendungen dauerten im Schnitt zwischen zwei und zweieinhalb Minuten, zwei der acht Sendungen waren aber auch fast drei Minuten lang. In diesen beiden Fällen waren heftige Schneefälle in Großbritannien erwartet worden und in der Wettersendung wurde eine Warnung ausgesprochen.

Die BBC setzte bei der Wetterpräsentation immer auf Moderatoren, bei allen acht Sendungen waren Moderatoren vorhanden, sechsmal männliche Moderatoren und zweimal Frauen.

Es handelte sich aber immer nur um einen Moderator, eine Doppelmoderation, wie es sie etwa bei ATV gegeben hat, kam hier nicht vor.

Beim Studio handelte es sich um ein interaktives Studio mit einer Blue-Box, die den gesamten Bildschirm ausfüllte. Es schien also so, als würde sich der Moderator in der Wetterkarte bewegen.

Die Karte war meist bläulich und grafisch sehr aufwendig gestaltet, was für eine Wettershow spricht. Details zur Karte werden allerdings erst im weiteren Verlauf erläutert.

Es wurden in fast allen Fällen mehrere Karten eingesetzt und bei der Hälfte der Sendungen wurden auch Wetterkarten oder Fotos zur unterhaltenderen Gestaltung des Wetters eingesetzt.

Musik und Werbung waren nicht vorhanden, wobei ich hier anmerken möchte, dass dies natürlich daran liegen kann, dass ich die Sendungen im Internet angesehen habe. Es ist also durchaus möglich, dass im Original Musik und Werbung vorhanden waren. Daher kann ich, was diesen Punkt betrifft, keine Rückschlüsse auf das Vorhandensein einer Wettershow ziehen.

Was die Sprache betrifft, so wurde in sieben von acht Fällen eine Mischung aus Umgangs- und Fachsprache verwendet, was wiederum für eine Wettershow spricht, da man versuchte, sympathisch und publikumsnahe zu präsentieren.

Bei der Prognosedauer ist anzumerken, dass auch beim BBC-Wetter auf die Nachtprognose großer Wert gelegt wird. Bei allen acht Sendungen wurde das Wetter in der folgenden Nacht in die Prognose eingebaut, zweimal reichte die Prognose dann nur für den nächsten Tag und sechsmal für die nächsten zwei bis fünf Tage.

8.11 RAI UNO

Bei RAI Uno gilt, was die genauen Sendezeiten betrifft, dasselbe wie für das BBC-Wetter. Auch diese Sendungen habe ich im Internet angeschaut, da ich sie sonst nicht empfangen hätte können. Unter folgendem Link kann man sich das RAI Uno-Wetter anschauen:

<http://www.rai.tv/dl/RaiTV/programmi/media/ContentItem-edb9b35a-3dd2-4611-99db-656254eb64b8.html>

Die Länge der Wettersendungen variierte hier sehr stark: Die kürzeste Sendung war zwei Minuten, die längste vier Minuten lang, meist sind es aber knappe drei Minuten gewesen.

Wie bei fast allen von mir untersuchten Sendern, setzte auch RAI Uno auf Moderatoren. Alle acht Sendungen waren moderiert, einmal von einer Moderatorin, die auch eher locker moderierte, siebenmal von Männern. Interessant dabei war: Es handelte sich nicht um gewöhnliche Wettermoderatoren, sondern um Mitglieder des Italienischen Militärs, die das Wetter in Uniform präsentierten.

Der Grund dafür ist bereits erwähnt worden, der Wetterdienst ist in Italien dem Militär unterstellt.

Diese starre Moderationsform wird durch das Format, in dem die Herren gezeigt wurden, unterstützt. Die Männer waren immer nur im Oberkörperformat zu sehen.

Die weibliche Moderatorin hingegen war im Ganzkörperformat zu sehen.

Bei allen acht Sendungen handelte es sich um Studiowetter. Wie bereits zu erkennen ist, gab es wenig unterhaltende Elemente in dieser Wettersendung, auch auf Wetterbilder oder Fotos wurde gänzlich verzichtet. Vorhanden ist allerdings musikalische Untermalung während der Sendung. Das Wetterstudio war mit einer Blue-Box ausgerüstet, auf der immer mehrere Karten zu sehen waren.

Werbung war hier, auch wenn es sich um Internetsendungen handelte, einmal vorhanden und zwar in Form einer Widmung vor der Sendung.

Die Prognose bezog sich meist auf die nächsten zwei bis fünf Tage, dreimal nur auf den nächsten Tag und einmal wurde das Wetter der folgenden Nacht erwähnt.

Eine genaue Aussage über das RAI Uno-Wetter kann natürlich erst nach einem Querverweis getroffen werden, allerdings ist schon jetzt zu erkennen, dass der Gestaltung der Sendung nicht sehr viel Aufmerksamkeit geschenkt wird. Es geht

in erster Linie darum, die Prognose zu verkünden. Was den Sprachgebrauch betrifft, habe ich mir schwer getan, einzuordnen, ob es sich um Fach- oder Umgangssprache handelte.

Nachdem nun die Sender einzeln analysiert wurden, werde ich nun Gesamtvergleiche über die für eine Show entscheidenden Elemente machen. Damit kann ich ein genaueres Bild der Wettersendungen gewinnen und so die von mir aufgestellten Hypothesen verifizieren oder falsifizieren.

9. Auswertung

Im theoretischen Teil meiner Arbeit habe ich bereits erklärt, dass die Aufbereitung einer Wettersendung eine große Rolle bei der Entwicklung hin zur Wettershow spielt.

Zur grafischen Gestaltung gehören sowohl Studio also auch Wetterkarten.

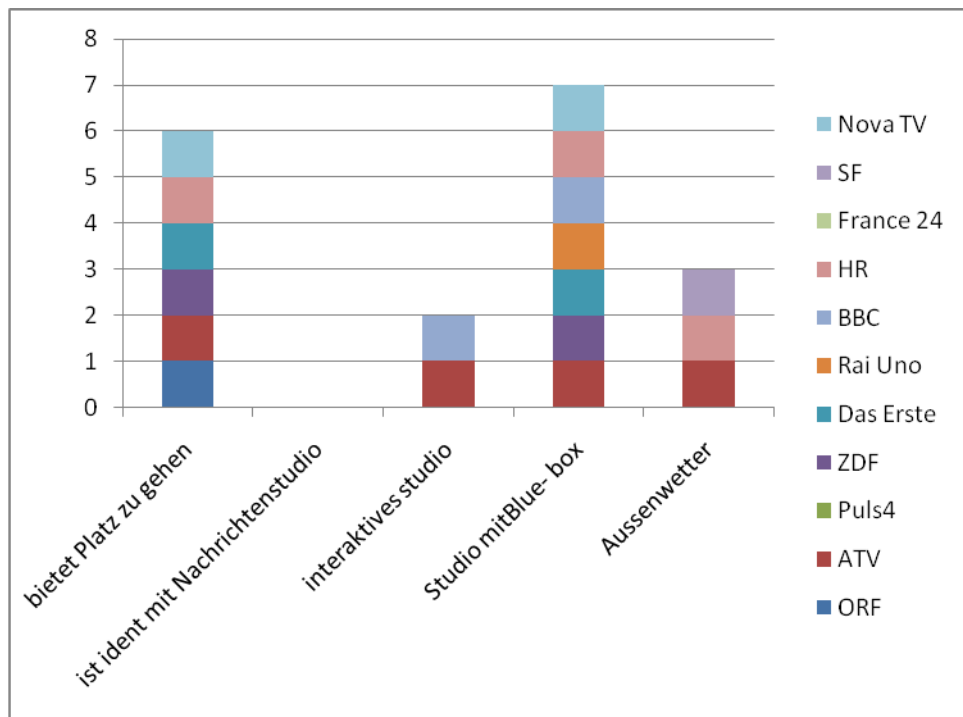
Auf den nächsten Seiten werde ich die Studios und Karten der untersuchten Sender genauer betrachten, einerseits ihre technischen Gestaltungen andererseits auch die Farbgestaltung.

Beginnen möchte ich nun mit dem Studio.

9.1 Auswertung Studio

In dem von mir erstellten Kategoriensystem wird nicht nur bewertet, ob ein Studio vorhanden ist oder nicht. Auch andere Kriterien spielen eine wesentliche Rolle: Wie sieht es aus? Bietet es Platz zu gehen? In welchem Farbton ist das Studio gehalten?

Wie aus den Ausführungen über die einzelnen Sender bereits herauszulesen ist, hatten bis auf zwei von mir untersuchte Sender (PULS 4, France 24) alle ein Wetterstudio. Allerdings unterscheiden sich diese Studios von einander, was in folgender Tabelle verdeutlicht werden soll:



Grafik 1: Auswertung Studio

Es lässt sich aus der Tabelle leicht erkennen, dass die meisten Sender auf ein Studio mit Blue-Box setzten und mittels dieser Technologie die Wetterkarten zeigten.

Ein rein interaktives Studio fand sich nur bei zwei der untersuchten Sender, bei ATV und BBC. In diesen beiden Fällen wurde zwar ebenfalls auf die Blue-Box Technologie gesetzt, allerdings war der Moderator direkt vor der Karte zu sehen, stand also direkt in der Karte beziehungsweise im Wettergeschehen.

Mehr als die Hälfte, sechs von elf untersuchten Studios, boten den Moderatoren auch Platz, um zu gehen. Wie bereits erwähnt, wurde dieser Platz allerdings nicht immer genutzt. ORF, ATV und der Hessische Rundfunk um ein paar Beispiele zu nennen, verwendeten diesen Platz in fast jeder Wettersendung und brachten dadurch Bewegung in die Präsentation.

Interessant ist, dass kein Sender das Nachrichtenstudio gleichzeitig auch als Wetterstudio nützte. Das deutet daraufhin, dass der Gestaltung des Wetters immer

mehr Beachtung geschenkt wird und man sich mit der Prognose deutlich von den ernstesten Inhalten der Nachrichtensendungen abheben möchte.

Es wird hier also doch Augenmerk darauf gelegt, dem Zuschauer Abwechslung zu bieten und ihm deutlich zu zeigen, dass das Wetter eine eigene Sendung ist und mit reiner Information nichts mehr zu tun hat.

Gerade auf Grund dieser Tatsachen ist es umso erstaunlicher, dass von elf Sendern nur drei die Gestaltungsmöglichkeit eines Außenwetters nützten.

ATV setzte diese Möglichkeit immer wieder als Stilmittel an besonders schönen, heißen Tagen oder auch bei besonderen Ereignissen (wie etwa dem Hahnenkammrennen) ein. Man verband somit gekonnt Wetterinhalte mit Unterhaltung und suggerierte gleichzeitig das Gefühl, dass das ATV-Wetter überall zu finden ist, wo es spannend ist. Der hessische Rundfunk nützte das Außenwetter jeden Tag. Wie bereits erwähnt, begannen die Wettersendungen immer draußen, so konnte der Moderator immer direkten Bezug auf das aktuelle Wetter nehmen und so auch optimal Stimmungen der Menschen wiedergeben.

Das Schweizer Fernsehen hat das Wetterstudio komplett ins Freie verlegt und dadurch auch wieder ein Showelement geschaffen. Wer findet es nicht unterhaltsam, den Moderator in Regen und Schnee, mit Schirm und vielleicht auch gegen Wind ankämpfen zu sehen?

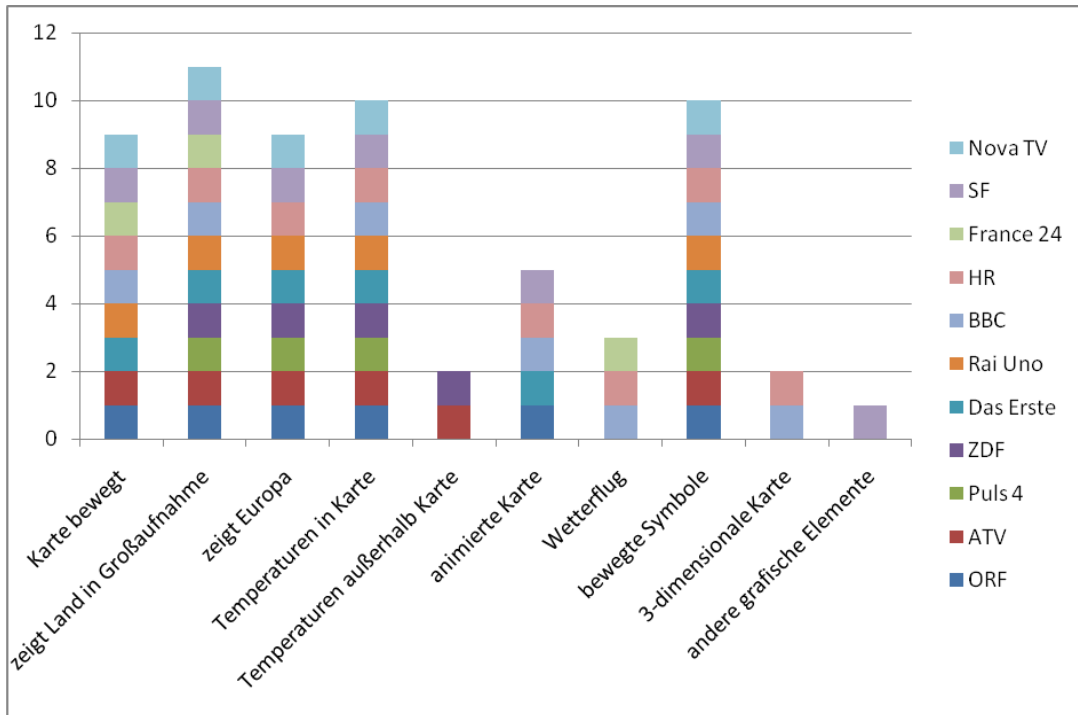
Einerseits ist hier der Unterhaltungseffekt gegeben: Der Zuschauer kann über den Moderator lachen, ihn bemitleiden und ähnliches. Außerdem wird persönliche Nähe geschaffen: Der Zuseher ist vielleicht gerade erst nach Hause gekommen und friert auch noch, oder ist im Regen ebenfalls nass geworden.

9.2 Auswertung Karte

Neben dem Studio gehören zur grafischen Gestaltung des Wetterberichtes natürlich auch die Prognosekarten beziehungsweise andere Karten. Die Karte ist wohl der wichtigste Bestandteil des Wetterberichts. Ohne die Karte gäbe es keine Prognose. In der Karte wird mehr oder weniger aufwendig das aktuelle

Wettergeschehen veranschaulicht. Im besten Fall geschieht dies so übersichtlich, dass der Zuseher auch ohne Ton einen Eindruck vom prognostizierten Wetter bekommt.

Die nachstehende Grafik veranschaulicht die Kriterien, nach denen ich in meiner Untersuchung die Karten bewertet habe.



Grafik 2: Auswertung Karte

Auf den ersten Blick ist gut zu sehen, dass alle elf Sender bei ihrer Wetterprognose natürlich das eigene Land in Großaufnahme zeigten. Nicht alle zeigten jedoch auch das Europawetter. Die BBC beschränkte sich bei ihren Wetterkarten rein auf Großbritannien, während France 24 überhaupt, wie bereits erwähnt, mittels Wetterflug die gesamte Welt zeigte.

Die Temperaturen wurden bei allen Sendern in der Karte angezeigt, allerdings gab es auch ein paar Ausnahmen, die bei längerfristigen Prognosen die Temperaturen auch außerhalb, also getrennt von den Wettersymbolen, anzeigten. Dies war bei ATV und beim ZDF der Fall.

Was die aufwendigen grafischen Elemente einer Karte betrifft, so ist anzumerken, dass von elf Sendern neun auch bewegte Karten einsetzten, also Wetterkarten, die

nicht nur nacheinander ins Bild gerückt werden, sondern zum Beispiel zuerst Europa in Großaufnahme zeigen und dann ein Detail oder Land heran zoomen.

Nur bei PULS 4 und dem deutschen Sender ZDF war dies nicht der Fall. Hier wurden die Karten bewegungslos aneinander gereiht.

Dafür hatten zehn Sender bewegte Symbole, das heißt, es regnete aus der Wolke, die Sonnenstrahlen bewegten sich und so weiter. Nur France 24 verzichtete auf bewegte Symbole.

Allerdings setzten weniger als die Hälfte der untersuchten Sender auch animierte Karten ein, also Karten, die nicht nur bewegt werden sondern sich bewegen, etwa aufgeklappt werden und so den Querschnitt der Alpen zeigen. Solch animierte Karten waren beim Schweizer Fernsehen SF, beim Hessischen Rundfunk HR, bei der BBC, bei „Das Erste“ und beim ORF zu beobachten.

Ein weiteres grafisches Element, das in meiner Untersuchung berücksichtigt wurde, ist der sogenannte Wetterflug. Im untersuchten Zeitraum konnte dieser allerdings nur bei BBC, France 24 und beim Hessischen Rundfunk festgestellt werden. Wobei sich der Wetterflug dieser drei Sender insofern voneinander unterschied, dass bei BBC und beim Hessischen Rundfunk die Karte beim „Wetterflug“ dreidimensional wurde, sie gewann an Körper. Bei France 24 ist dies nicht der Fall, die Karte blieb zweidimensional.

Den Punkt „andere grafische Elemente“ erfüllte nur das Schweizer Fernsehen. Hier wurde der Wind in den Karten durch viele kleine Pfeile dargestellt, die in der aktuellen Windrichtung über die Schweiz hinwegfegten. Diese Art der Winddarstellung ist sonst bei keinem der Sender eingesetzt worden.

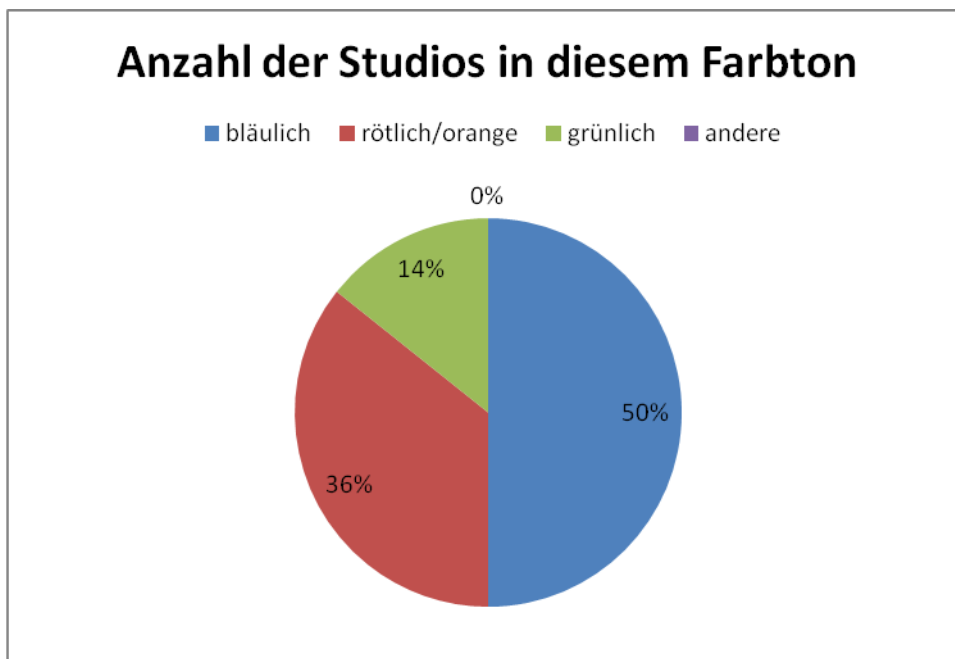
Alles in allem ist zu sagen, dass die grafischen Bemühungen bei den untersuchten Sendern eher gering waren. Die meisten blieben bei den Standards mit bewegten Symbolen und bewegten Karten. Möglichkeiten wie dreidimensionale Karten oder Wetterflüge wurden nur sehr spärlich eingesetzt. Wobei hier natürlich anzumerken ist, dass es sich beim von mir untersuchten Zeitraum nur um einen kleinen Ausschnitt handelte. Der ORF etwa verfügt über die nötige Technik einen

Wetterflug einzusetzen, hat dies aber in den acht untersuchten Sendungen nicht getan.

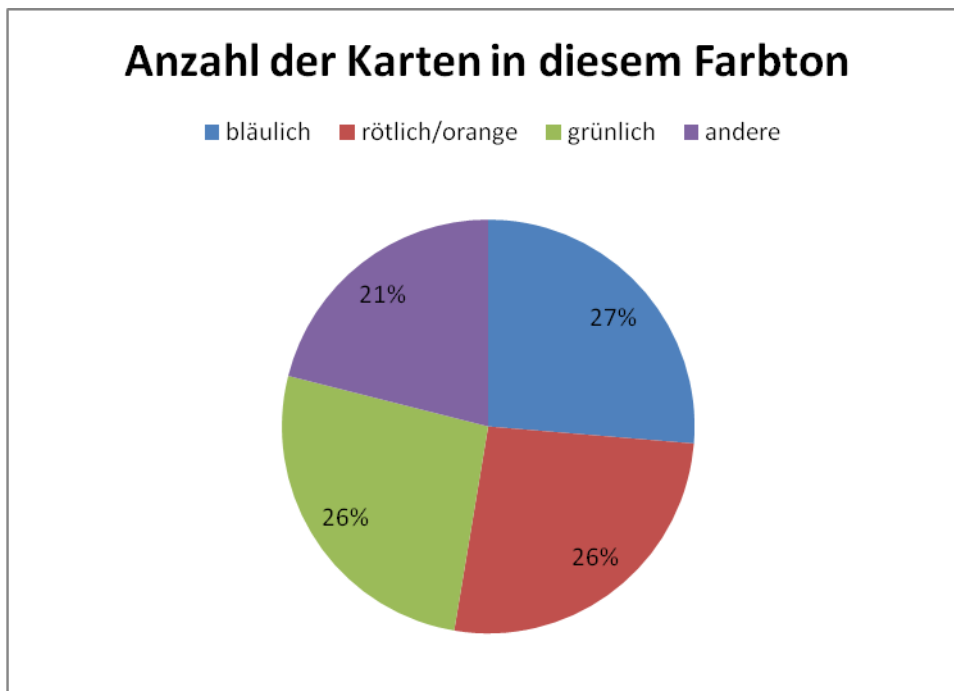
Im weiteren Verlauf der Arbeit möchte ich nun, nachdem die grafischen Gestaltungselemente von Karte und Studio erläutert wurden, auf die Farbgestaltung derselben eingehen.

9.3 Farbklima Studio und Karte

Zur Veranschaulichung habe ich die von mir erstellten Kategorien in Grafiken zusammengefasst, um die Ergebnisse besser veranschaulichen zu können.



Grafik 3: Farbklima 1



Grafik 4: Farbklima 2

Zunächst zu den Studios: Hier ist eindeutig zu sehen, dass bei der Hälfte der Wetterstudios die Farbe Blau eingesetzt wurde, meist auch die überwiegende Farbe im Wetterstudio war, wie etwa beim ORF-Wetterstudio, beim Studio des Hessischen Rundfunks und beim Studio von „Das Erste“, die alle ganz in der Farbe Blau gehalten waren. Bei einem Großteil der von mir untersuchten Studios wurde aber nicht nur auf diese Farbe gesetzt, meist wurde noch ein Rot-Ton in die Gestaltung mit einbezogen. Nur bei 14 Prozent der von mir gesichteten Studios wurde ein Grün-Ton eingesetzt. Andere Farben kamen in den Wetterstudios allerdings überhaupt nicht vor.

Beim Betrachten der Wetterkarten zeigte sich, dass es hier nicht so eine eindeutige Verteilung gibt, vielmehr waren die drei Hauptfarben Blau, Grün, Rot-Orange zu relativ gleichen Anteilen in den Karten vertreten. Blau hat allerdings auch hier einen hauchdünnen Vorsprung um einen Prozentpunkt. Ganz auf Blau in den Wetterkarten verzichtete das ZDF, setzte dafür aber Grün, Rot und andere Farben ein. PULS 4 verwendete zwar Blau, verzichtete dafür auf Grün und Rot-Orange. Die Karte bei PULS 4 hatte eine Graufärbung.

Größter Unterschied zu den Farben in den Wetterstudios war, dass bei den Karten sehr wohl auch andere Farbtöne eingesetzt wurden. Etwa das erwähnte Grau von PULS 4 oder auch Gelb, Braun und weitere.

Es zeigt sich aber sowohl bei Studio, als auch bei den Karten, dass Blau im Wetterbericht eine große Rolle spielt, so wie auch Rot und Grün.

Dies ist sicher kein Zufall, denn Farben lösen bei den Betrachtern ganz bestimmte Dinge aus. Um diesen Umstand näher zu erläutern, werde ich einen kurzen Exkurs in die Farbpsychologie machen.

Exkurs: Wirkung von Farben

„Farben visualisierte Gefühle“ so lautet der Titel des Buches von Professor Max Lüscher.

Ich habe mir die für meine Untersuchung relevanten Farben ausgesucht. Ich möchte mit der dominierenden Farbe beginnen: Blau.

Blau wirkt laut Lüscher sehr beruhigend, in Untersuchungen konnten sogar physiologische Auswirkungen der Farbe festgestellt werden. Bei längerem Betrachten wird die Atmung länger, Puls und Blutdruck sinken.¹³³

Goethe spricht in seiner Farbenlehre der Farbe Blau ein nicht so beruhigendes Zeugnis aus. Er spricht davon, dass blau immer für eine dunkle Seite steht, für ein Nichts, das den Betrachter aber reizt.

Was Goethe allerdings festhält ist, dass blaue Räume immer weit erscheinen.¹³⁴ Dies spricht dafür, dass man sich bei Fernsehstudios für diese Farbe entscheidet, durch die blaue Färbung erscheint das Studio weiter und größer.

In neueren Farbenlehren wird blau aber auch als Ordnungsfarbe gewertet. blau macht bewusst, lässt überlegen und entscheiden. Aber nicht nur das, blau rationalisiert demnach auch unser Tun und fördert und steigert unsere Konzentration.¹³⁵

All diese Gründe sprechen dafür blau für eine Wettersendung einzusetzen. Einerseits lässt blau das Studio weit erscheinen und der Blau-Ton fördert aus Farbpsychologischer Sicht auch die Konzentration der Zuseher, ohne dass diese

¹³³ vgl. Lüscher, 1978, (keine Seitenangaben im Buch vorhanden)

¹³⁴ vgl. Schwarzer (Hrsg.), 2008, S. 48

¹³⁵ vgl. Meerwein/Rodeck/Mahnke, 2007, S. 111

sich dessen bewusst sind. Ich denke, dass diese farbpsychologischen Überlegungen eine große Rolle bei der Farbgestaltung spielen, sonst wäre dies kaum die beherrschende Farbe in Europas Wetterstudios.

Was das Blau in Karten betrifft, so möchte ich doch eher vorsichtig bei der Interpretation bleiben, da es hier den banalen Grund gibt, dass Wasser und Kälte immer mit Blau dargestellt wird. Wobei auch hier die Tatsache, dass blau die Konzentration auf ein Thema erhöht, so denke ich, eine Rolle spielt, oder zumindest ein positiver Nebeneffekt ist.

Die bei der Studiogestaltung am zweithäufigsten verwendete Farbe und auch in Karten häufig verwendete Farbe ist rot. Laut Goethe steht Rot immer für etwas Ernstes und Prächtiges.¹³⁶

Mit dem Ernstes stimmen auch heutige Autoren überein. Meerwein, Rodeck und Mahnke ordnen Rot als eine „Alarmfarbe“ ein, die den höchsten Reizwert besitzt.

Rot versetzt den Betrachter demnach in Alarmstimmung, aktiviert den Betrachter.¹³⁷ Allgemein bekannt ist auch die „Alarmstufe Rot“. Rot erzeugt ebenfalls erhöhte Aufmerksamkeit, allerdings anders als Blau, immer eine etwas aufgeregte Aufmerksamkeit.

Wobei hier gesagt werden muss, dass von reinem Rot gesprochen wird, das beim Wetter nur in seltenen Fällen eingesetzt wird. Wenn dann um etwa besonders warme Luftströmungen darzustellen.

In den Studios und auch bei den Karten wurde aber in den meisten Fällen ein abgeschwächtes, leicht ins Orange gehendes Rot verwendet. Meiner Meinung nach könnte dies daran liegen, dass der Zuseher so zwar aktiviert, aber nicht sofort in eine alarmierende Stimmung versetzt.

Nun noch zur dritten „Hauptwetterfarbe“: Grün.

¹³⁶ vgl. Schwarzer (Hrsg.), 2008, S. 52

¹³⁷ vgl. Meerwein/Rodeck/Mahnke, 2007, S. 111

Lüscher schreibt Grün eine ähnliche Wirkung wie Rot zu, es ist eine aktivierende Farbe, die aber auch feste geltende Werte repräsentiert.¹³⁸

Grün gilt als Sicherheitsfarbe, die für Hinweise verwendet wird. Grün vermittelt eine Vorstellung von Sicherheit und wirkt anregend. Wird aber in der Verbindung mit Blau eher spannungslos.¹³⁹

In den Wetterstudios, wie auch meist bei den Wetterkarten wird Grün in Verbindung mit Blau verwendet und nimmt demnach der Farbgestaltung die Spannung. In den Karten wird Grün meist für Festland verwendet, was ebenfalls der Wirkung von Grün entspricht, es symbolisiert etwas Festes, vermittelt etwas Festes und Beständiges.

ATV verzichtet bei Gestaltung des Kartenumfeldes (ATV zeigt kein Studio im herkömmlichen Sinn) auf Blau. Nach den erklärten Wirkungen könnte so die Gefahr bestehen, dass dem Wetterbericht nicht dieselbe Aufmerksamkeit geschenkt wird, da das konzentrationsfördernde Blau fehlt. Allerdings wird dies hier mit Grün ausgeglichen, denn Grün wirkt zwar nicht konzentrationsfördernd hat aber ebenfalls eine anregende Wirkung.

Die richtige Farbwahl lohnt sich, meinen Meerwein, Mahnke und Rodeck, denn durch die richtige Farbe verbessert sich die visuelle Wahrnehmung, die Konzentration wird gefördert, Fehlleistungen vermindert und Farben dienen immer auch als Orientierungshilfe. Beim Wetter steht Rot etwa für Hitze oder Wärme und Blau für Kälte.

Es zeigt sich, dass diese drei Hauptfarben in der Wetterberichterstattung besondere Wirkungen haben und, so denke ich, durchaus gezielt eingesetzt werden.

¹³⁸ vgl. Lüscher, 1978, (keine Seitenangaben im Buch vorhanden)

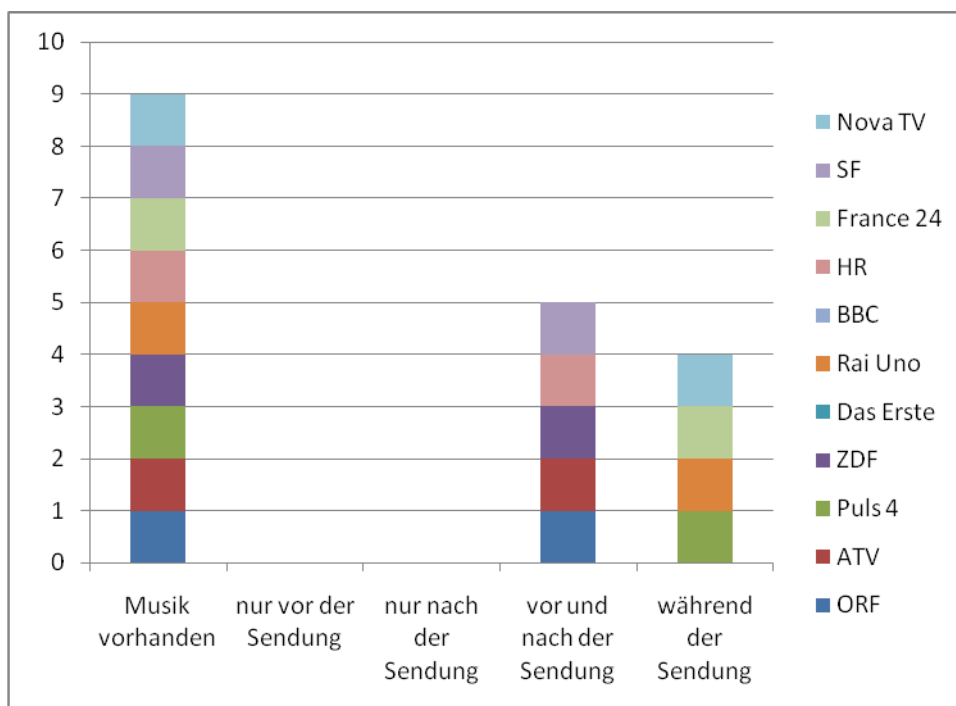
¹³⁹ vgl. Meerwein/Rodeck/Mahnke, 2007, S. 111

9.4 Auswertung Musik

Was wäre eine Unterhaltungssendung ohne Musik? Soll das Wetter mehr als nur trockene Information sein, braucht es auch hier musikalische Untermalung.

Der Musik kommt aber nicht nur unterhaltende Bedeutung zu. In vielen Fällen wird sie als Kennmelodie vor und nach der Sendung eingesetzt. So wird der Zuseher sozusagen konditioniert. Man hört diese Musik und weiß: Jetzt kommt das Wetter.

Wie und ob die untersuchten Sender Musik einsetzen, zeigt die folgende Grafik:



Grafik 5: Auswertung Musik

Bis auf „Das Erste“ und „BBC“ setzten alle Sender Musik ein. In den meisten Fällen vor und nach der Sendung als klare Kennmelodie.

Nur vier der elf Sender verwendeten Musik auch während der Prognose. Interessanterweise waren darunter auch zwei Sender, die in allen anderen Punkten kaum vertreten sind, also kaum Showelemente einsetzten. Sowohl PULS 4 als auch France 24 verzichteten etwa auf Moderatoren. Musik wurde allerdings bei beiden Sendern auch während der Sendung eingesetzt.

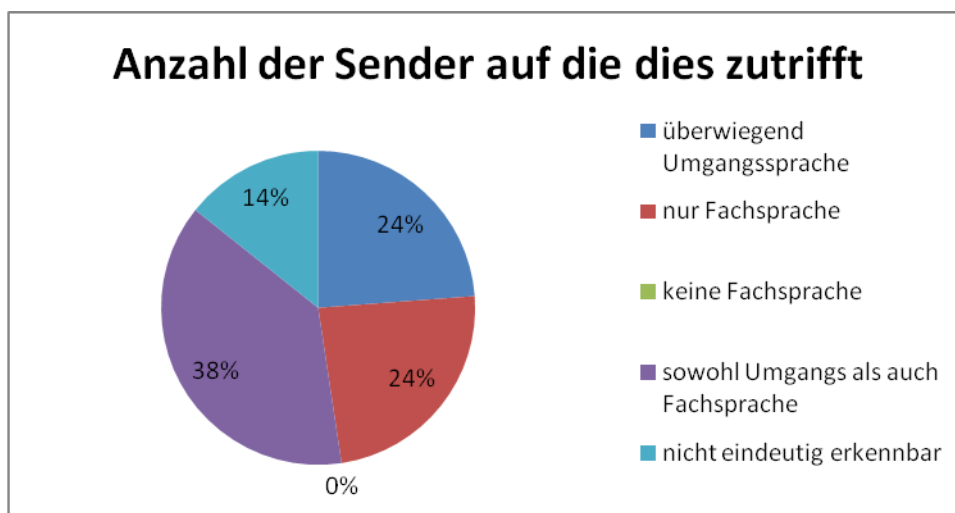
Bei PULS 4 als Untermalung zum Sprechertext, bei France 24, das nur mit den Wetterkarten arbeitete und auf jeglichen Sprecher verzichtete, ist Musik die einzige Untermalung.

RAI Uno und Nova TV verwendeten Musik noch zusätzlich zu den Moderatoren. Wobei man beim kroatischen Nova TV erwähnen muss, dass hier von den Nachrichtensprechern direkt an den Wettermoderator oder die Wettermoderatorin gegeben wurde, ohne Werbepause. Daher ist die Möglichkeit einer Kennmelodie vor und nach der Sendung nicht gegeben.

9.5 Auswertung Sprache

Nur vor oder nur nach der Sendung wurde in keinem der elf Fälle Musik eingesetzt. Besonders wichtig bei einer Wettersendung ist natürlich auch die Sprache: Wie wird gesprochen? Verwendet der Moderator oder die Moderatorin nur Fachsprache? Wird eher umgangssprachlich gesprochen?

Dies soll im Folgenden veranschaulicht und analysiert werden:



Grafik 6: Auswertung Sprache

Wie deutlich zu erkennen ist verwendete die Mehrheit der Sender eine Mischung aus Umgangs- und Fachsprache. Dies lässt sich sicher dadurch erklären, dass hier

versucht wurde eine höhere Verständlichkeit beim Publikum zu erreichen. Wie Christa Kummer im Interview schon angemerkt hat, sind in gewissen Situationen Fachausdrücke unausweichlich. Es macht allerdings wenig Sinn, eine Moderation damit zu überladen, da die wenigsten Zuseher damit etwas anfangen können.

Ein kleiner Teil verwendete auch nur Umgangssprache, dies ist vor allem bei Außenwettersendungen der Fall, bei denen die Gesprächspartner nicht direkt mit dem meteorologischen Geschehen zu tun hatten. Hier wurde versucht, mit dem Gegenüber auf einer Ebene zu sein.

Bei einem kleinen Anteil der Sendungen wurde auch nur Fachsprache verwendet, etwa bei PULS 4, wo nur eine Karte Verwendung fand und auf sprachliche Ausschmückungen komplett verzichtet wurde.

Ganz auf Fachausdrücke verzichten kann allerdings keine Wettersendung, dies tut der Entwicklung hin zur Wettershow aber keinen Abbruch denn in Maßen eingesetzte Fachsprache kann auch in einer Wettershow durchaus zum Einsatz kommen.

Es ist aber auch hier wieder zu sehen, dass immer mehr versucht wird, Nähe zum Publikum herzustellen, näher an die Menschen heranzukommen und mehr mit dem Wetterbericht anzusprechen.

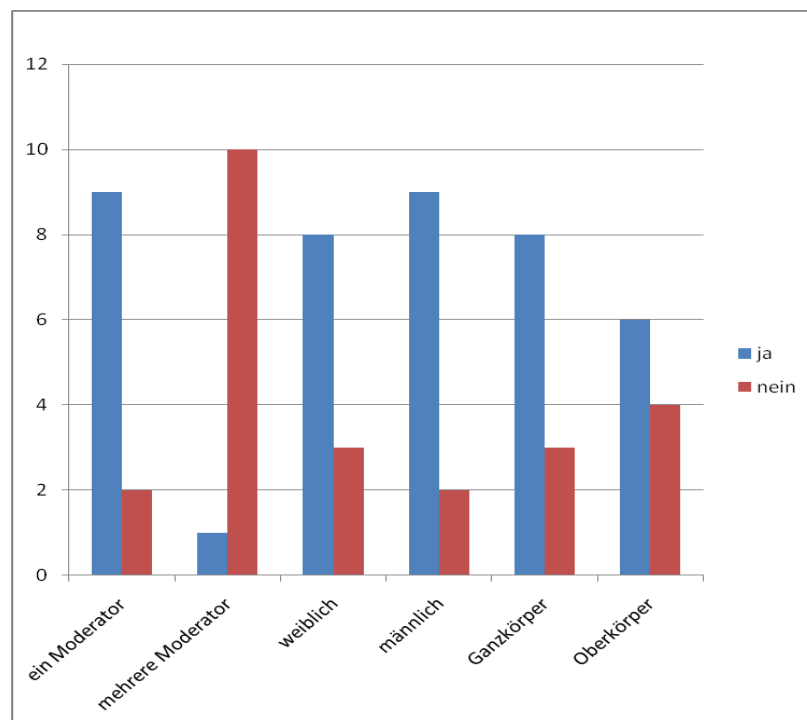
9.6 Auswertung Moderator

Ein letzter Aspekt, den ich hier noch analysieren möchte, ist der Moderator.

Im theoretischen Teil ist schon einiges zur Bedeutung des Wetterpräsentators erwähnt worden. Er ist für viele Menschen der, der das Wetter macht, er ist schuld, wenn es regnet, beziehungsweise hat einen guten Job geleistet, wenn es schön wird.

Der oftmals als Wetterfrosch bezeichnete Moderator gehört bei vielen Menschen zum Leben dazu. Er besucht sie schließlich täglich im Wohnzimmer. Will man also eine gute Wettershow machen, so sollte ein Moderator nicht fehlen.

In der nachfolgenden Grafik ist dargestellt, wie viele Sender einen Moderator einsetzen, ob es sich um eine Frau oder einen Mann handelte und wie viel vom Moderator im Bild zu sehen war.



Grafik 7: Auswertung Moderator

Neun der untersuchten elf Sender hatten immer einen Moderator, verzichtet wurde nur bei France 24 und bei PULS 4. Bei anderen Sendern kam es höchstens vor, dass in der Sonntagssendung der Nachrichtenmoderator auch das Wetter übernahm.

Interessant ist, dass nur ein einziger Sender, nämlich ATV, auch zumindest einmal zwei Moderatoren gleichzeitig einsetzte. Dies ist aber, wie die Untersuchung ergab, ein sehr selten eingesetztes Stilmittel. Meist wurde nur ein Moderator gezeigt. Das Verhältnis zwischen weiblichen und männlichen Moderatoren war sehr ausgewogen.

Während in den Anfangszeiten des Wetterberichts eher Männer die Rolle des Präsentators übernommen haben, zeigte sich hier, dass acht Sender auf eine weibliche Moderatorin setzten. Bei neun Sendern tauchten Männer auf. Allerdings gab es kaum nur männliche oder nur weibliche Wettermoderatoren, die meisten Sender hatten sowohl männliche als auch weibliche Modertoren und wechselten diese im Wochentakt.

Die Tatsache, dass von elf Sendern bis auf zwei alle Modertoren einsetzten, bestätigt die Annahme, dass ein Moderator für eine Wettershow einen wichtigen Faktor darstellt.

Wie viel vom Moderator gezeigt wurde, war von Sender zu Sender unterschiedlich. In acht Fällen war der Präsentator im Ganzkörperformat zu sehen, in sechs Fällen nur im Oberkörperformat.

Hier ergibt sich eine Überlappung, die sich dadurch erklären lässt, dass es bei manchen Sendern wechselte, in welchem Format man den Moderator sah. Dies lag zum Beispiel auch an einem Außenwetter, bei dem man mehr vom Moderator sah, als bei einem Studiowetter.

Eine Präsentation, bei der der Moderator nur bis zu den Hüften zu sehen ist und sich maximal zur Karte dreht und wieder nach vorne schaut, war bei den acht Fällen mit Moderator nicht zu finden. Sogar die Militärmoderatoren von RAI Uno waren teilweise im Ganzkörperformat zu sehen und gingen zumindest einen Schritt zur Karte.

Ein Minimum an Bewegung in der Sendung wird also immer zu erreichen versucht und wenn es nur ein paar kleine Schritte hin zur Kamera sind, wie es etwa beim ZDF üblich ist. Hier gab es zwar während der Prognose keine Bewegung mehr, aber am Beginn der Sendung machten die Moderatoren ein paar Schritte hin zur Kamera.

Nachdem nun die Ergebnisse meiner Untersuchungen einzeln und gesamt dargestellt und erläutert wurden, gilt es im folgenden Teil, die gestellten Hypothesen zu verifizieren oder falsifizieren und im Anschluss die Forschungsfragen zu beantworten.

10. Überprüfung der Hypothesen und Beantwortung der Forschungsfragen

Hypothese 1 geht davon aus, dass sich die Wettersendungen in den vergangenen Jahren von reinen Informationssendungen weg immer mehr hin zu Wettershows entwickelt haben.

In meiner Untersuchung habe ich verschiedene Aspekte und Showelemente der Wettersendungen verschiedener europäischer Länder analysiert. Anhand der ermittelten Ergebnisse kann diese Hypothese für einen sehr großen Teil, nämlich acht der elf untersuchten Sender, verifiziert werden.

Nur zwei Sender beschränkten die Wetterprognose auf ein Minimum an gestalterischem Aufwand, hatten weder einen Moderator noch ein Studio. Wobei dies besonders beim österreichischen Privatsender PULS 4 auffiel, denn hier wurde auch die Gestaltung der Wetterkarte minimal gehalten. Während France 24 zumindest einen grafischen Aspekt bot, den Wetterflug.

Alle anderen Sender wiesen sowohl ein Studio, Moderatoren und technische Gestaltung bei den Karten auf. Allerdings gab es doch deutliche Unterschiede, betreffend den Einsatz von Showelementen. Ich halte es daher für zu gewagt und aufgrund der Ergebnisse nicht zulässig, die Hypothese als vollständig verifiziert

zu bezeichnen. Da aber doch ein Großteil der untersuchten Sender, zumindest in Ansätzen Showelemente einsetzte, war ein deutlicher Trend hin zur Wettershow durchaus zu erkennen.

Zu dieser unterhaltenden Funktion zählen auch die Sonderwetterformen, wie etwa Biowetter, Bauernwetter. Dies führt zu Hypothese 2, in der ich die Annahme formuliert habe, dass solche Sonderwetterformen in allen europäischen Wettersendungen vorkommen.

Dies ist anhand der Untersuchung allerdings widerlegt worden. Die bereits erwähnten Sender France 24 und PULS 4 verwendeten keine Sonderwetterformen.

Aber auch andere Sender, die zwar Studio und Moderatoren hatten, verzichteten auf Sonderwetterformen. Nur bei fünf der elf Sender konnte ich Sonderwetterformen feststellen. Bei dreien handelt es sich um öffentlich-rechtliche Sendeanstalten. Nur zwei der untersuchten Privatsender bauten in ihren Wetterbericht auch Sonderwetterformen ein.

In Hypothese 3 wird davon ausgegangen, dass sich die Wettersendungen der verschiedenen europäischen Länder nicht nur inhaltlich, sondern auch gestalterisch und technisch unterscheiden.

Dies ist im Rahmen der Untersuchung deutlich geworden und kann somit in elf von elf Fällen verifiziert werden. Sowohl was die Ausstattung der Studios anging, als auch die gestalterischen Elemente, wiesen die einzelnen Sender große Unterschiede auf. Das Schweizer Fernsehen etwa brachte den Wetterbericht immer von draußen auf Sendung. Beim deutschen Sender HR wurde das Wetter zu einer eigenen Sendung mit einzelnen Beiträgen und manchmal sogar einem Nachrichtenteil gemacht.

Kaum Unterschiede gab es in Europa allerdings bei der Entscheidung, ob ein Moderator das Wetter präsentieren soll, oder nicht. Hypothese 4 geht davon aus, dass eine Wettershow nur dann gegeben ist, wenn auch ein Moderator eingesetzt wird. Dieser Zusammenhang ist im theoretischen Teil der Arbeit bereits erläutert worden, konnte also bereits im Vorfeld verifiziert werden.

Mittels der Untersuchung habe ich die Annahme aber noch ein zweites Mal überprüft und bin zum selben Ergebnis gekommen. Jene Wettersendungen, die aufwendiger, mit Showelementen gestaltet wurden, hatten auch immer einen Moderator oder eine Moderatorin. Nur in zwei Fällen (es handelte sich wieder um PULS 4 und France 24) war kein Moderator vorhanden. Wie aber bereits erwähnt, entsprechen die Wettersendungen dieser beiden Sender auch sonst nicht den Ansprüchen einer Wettershow.

Hypothese 5 bezieht sich auf die Gestaltung des Studios. Es wird davon ausgegangen, dass bei einer Wettershow auch mehr Augenmerk auf die Gestaltung des Studios gelegt wird und dieses daher aufwendiger gestaltet ist.

Diese Aussage kann nicht gänzlich verifiziert werden. Es hat sich im Laufe meiner Untersuchung gezeigt, dass es auch Wettershows gibt, bei denen das Studio nicht besonders aufwendig gestaltet ist. Ein Beispiel wäre hier wieder das Schweizer Fernsehen, das das Wetter immer auf dem Dach aufzeichnete. Bis auf einen Bildschirm und eine Wetterstation ist hier aber nicht viel Aufwendiges zu sehen.

Anders hingegen beim Hessischen Rundfunk. Hier war das Studio sicher aufwendiger gestaltet, als bei anderen Sendern, da es größer war, einen eigenen kleinen Tisch für Gespräche mit Interviewpartnern aufwies. Trotzdem: Die Aussage, dass das Studio bei Wettershows immer auch aufwendiger gestaltet ist, traf zumindest bei den von mir untersuchten Sendern nicht immer zu und kann daher nicht verifiziert werden.

In Hypothese 6 geht es um den Einsatz von Umgangssprache in einer Wettershow, um mehr Verständlichkeit und Nähe zum Publikum herstellen zu können. Schon im Interview mit Christa Kummer wurde erwähnt, dass es sinnvoll ist, sich nicht nur oder auch überwiegend auf meteorologische Fachsprache zu stützen, da die breite Masse der Zuseher damit wenig anfangen kann.

Christa Kummer hat aber auch darauf hingewiesen, dass es nicht möglich ist, gänzlich auf Fachausdrücke zu verzichten, beziehungsweise, dass es Wetterlagen gibt, die Fachtermini verlangen. Dies ist auch der Grund, warum ich in meiner Hypothese nur von einem vermehrten Einsatz der Umgangssprache in einer

Wettershow ausgegangen bin. Wie die Ergebnisse gezeigt haben, wird in einem Großteil der untersuchten Sendungen Umgangssprache eingesetzt. Keiner der Sender stützt sich ausschließlich auf Fachjargon. Somit kann ich diese Hypothese für meine Untersuchung verifizieren.

Hypothese 7 bezieht sich auf den Unterschied zwischen Privatsendern und öffentlich-rechtlichen Sendeanstalten. Vor meiner Untersuchung bin ich davon ausgegangen, dass Privatsender eher unterhaltende Elemente in die Wettersendung einbauen. Anhand meiner Untersuchung habe ich nun diese Annahme allerdings widerlegt.

Es hat sich gezeigt, dass im europaweiten Vergleich eher die öffentlich-rechtlichen Sender unterhaltende Elemente einsetzen. Bestes Beispiel ist hier der Hessische Rundfunk, der mit „Alle Wetter!“ wohl eine der aufwendigsten Wettersendungen gestaltet.

Im Gegensatz dazu der Privatsender PULS 4, der der Gestaltung des Wetterberichts, zumindest nach den von mir erstellten Kategorien zu urteilen, nur wenig Aufmerksamkeit widmet.

Der kroatische Privatsender Nova TV zeigt hingegen durch den Einsatz von Moderatoren und Einbindung von Sonderwetterformen durchaus eine Wettershow. Insgesamt ist aber zu sagen, dass diese Annahme falsifiziert werden muss.

Schlussbetrachtung

In meiner Arbeit beschäftigte ich mich mit der Entwicklung von der reinen Wettersendung hin zu einer Wettershow. Diese Entwicklung habe ich sowohl theoretisch beleuchtet als auch empirisch überprüft.

Den Themen Wetter und Wettershow ist allerdings in der kommunikationswissenschaftlichen Forschung bislang sehr wenig Aufmerksamkeit geschenkt worden. Dies ist auch der Grund, warum es wenig theoretisches Material gab, auf das ich mich während meiner Arbeit hätte stützen können.

Als wichtige Grundlage meiner theoretischen Ausführungen dienten mir daher Experteninterviews mit den Wettermoderatoren Dr. Christa Kummer und Mag. Andreas Jäger, wie auch ein Gespräch mit dem ORF-Wetterchef Mag. Thomas Wostal. Aus diesen Gesprächen haben sich für mich wesentliche Punkte für meine Arbeit ergeben. Es war auch interessant zu erfahren, wie diejenigen, die den Wetterbericht tatsächlich machen, über dessen Entwicklung denken.

Schon bald nach der Etablierung der Meteorologie haben auch Medien die Bedeutung des Wetters für die Menschen erkannt. Das Wetter betrifft jeden und dementsprechend interessant ist es auch für jedermann, wie das Wetter wird.

Natürlich hat sich die Berichterstattung nicht zuletzt auf Grund technischer Entwicklungen im Laufe der Jahrzehnte und Jahrhunderte deutlich geändert. Aber auch die Präsentationsformen haben sich geändert: Noch vor dreißig Jahren wäre es wohl undenkbar gewesen, dass eine Frau im Minirock und salopper Wortwahl das Wetter präsentiert. Dies hätte wohl auch kaum jemand ernst genommen. Ganz anders ist dies heute, es scheint fast so, als müsste man ausgefallener Dinge bieten, um aufzufallen und ZuseherInnen zu gewinnen.

Im Zuge dieses Prozesses entstand die Wettershow. Es wurde mehr Augenmerk auf die Gestaltung des Wetterberichtes gelegt, die Sender versuchten, sich durch verschiedene Einfälle von einander abzuheben.

Diese Tatsache und mein beruflicher Werdegang, der mich in den Wettermoderationsbereich führte, haben mich auf das Thema Wettersendung und ihre Entwicklung aufmerksam gemacht. Wie sich der Wetterbericht verändert hat, was eine Wettershow auszeichnet und ob es tatsächlich eine Entwicklung hin zur Wettershow gibt, diese Fragen habe ich im Rahmen meiner Forschung und meinen Untersuchungen geklärt.

Um die Entwicklung in einem breiteren Feld untersuchen zu können, entschied ich mich dazu, nicht nur Sender aus Österreich, sondern auch Sender anderer europäischer Länder in meiner Arbeit mit einzubeziehen. Die Auswahl der Sender war auch von der Verfügbarkeit des Materials beziehungsweise der Möglichkeit des Empfangs in Österreich geprägt.

Im Falle des kroatischen Senders Nova TV möchte ich einen besonderen Dank an die verantwortlichen Mitarbeiter aussprechen. Es wurde mir eine fertige DVD mit Wettersendungen nach Österreich geschickt.

Die der Arbeit zugrunde liegende Annahme, dass es eine Entwicklung hin zur Wettershow gibt, kann zwar aufgrund einiger abweichender Fallbeispiele nicht umfassend verifiziert werden, dennoch ist sie nicht falsifiziert worden. Es ist sowohl im theoretischen, als auch im empirischen Teil gezeigt worden, dass es einen eindeutigen Trend hin zu einer Wettershow gibt.

Anders verhält es sich mit einer weiteren Grundannahme, nämlich jener, die davon ausgeht, dass eher private Sender unterhaltende Wettersendungen zeigen. Im Rahmen meiner Untersuchung habe ich dies nicht verifizieren können.

Im Zuge der intensiven Beschäftigung mit dem Thema Wetter und der Entwicklung der medialen Berichterstattung ist mir ein weiterer Aspekt aufgefallen, der Gegenstand folgender kommunikationswissenschaftlicher Untersuchungen sein könnte. Die Frage, die sich über kurz oder lang aufdrängen wird, ist: Wie lange wird es Wettershows im Fernsehen noch geben? Werden Internet-Wetterdienste und SMS-Dienste den Fernsehwetterbericht und damit auch die Wettershow ablösen?

Ich denke, dies ist ein interessanter Aspekt, der es Wert ist, genauer untersucht zu werden. Ich hoffe, dass das Forschungsfeld Wetterbericht in seinen Ausprägungen und Entwicklungen in Zukunft Gegenstand zahlreicher weiterer Untersuchungen wird.

Denn, wie schon zu Beginn der Arbeit erwähnt, das Wetter betrifft uns alle.

Dazu gibt es ein sehr schönes Zitat auf einem Lied der Musikgruppe „Crowded House“. Einer ihrer Songs trägt sogar den Titel:

*„Everywhere you go, you always take the weather with you.“*¹⁴⁰

¹⁴⁰ Brandt/Hellkötter/Klein, 2001, S. 10

Bibliographie

APA Basisdienst (01.02.1999): Papagei sagt im britischen Radio das Wetter an. APA0158 5 CA 0163 MA

APA Basisdienst (05.08.1987): Otto als Wetterfrosch. APA0110 5 KI.

APA Basisdienst (13.05.1997): ORF- Tourismuskanal hat mit Vermarktung begonnen. APA0144 5 CI 0482 WI/MI.

APA Basisdienst (27.10.1997): „Vor- Premiere“ für den neuen ORF- Wetterkanal TW1. APA0289 5 CI 0155.

APA Basisdienst (07.10.1996): „Wetterkanal“: Österreich- Start am 1. Dezember. APA0259 5 CI 0478 MI.

APA Basisdienst: ATVplus (27.05.2003): Das neue Programm in Detail. APA0378 5 II 0444 KI/MI.

APA Basisdienst: Wetter- Infos sind Spitzenreiter beim ORF Teletext. AP0176 5 II 0262 MI/CI.

APA Basisdienst: „YouTube“ und „Wetter“ 2008 die meistgesuchtesten Begriffe bei Google. APA0064 5 CI 0236 MI.

Battan, Louis J. (1979): Wetter. Geowissen Kompakt, Band 4. Stuttgart: Ferdinandenke Verlag.

Bellers, J.; Woyke W. (1989): Analyse internationaler Beziehungen. Methoden- Instrumente- Darstellungen. Opladen: Leske und Budrich.

Brandt, Hellkötter, Klein (2001). Donnerwetter!- Überall Wetter zwischen Alltag und Wissenschaft- eine Einführung in die Meteorologie. Brandt- Verlag

Brockway, Derek (2007): Whatever the weather. Llandysul: Gomer Press.

Dazur, Waldemar von (1967): Jeder spricht vom Wetter. Tipps für Reise, Urlaub, Camping. München: List Verlag.

Dirks, Hartmut (1991): Das Wetter: Naturraum Wetter. Neu erleben, beobachten, erkennen und verstehen. 1. Aufl. München.

Fishman, Jack; Kalish, Robert (1994): The weather revolution. Innovations and imminent breakthroughs in accurate forecasting. New York/London: Plenum Press.

Graf, Angelika (2004): Das Wetter bereitet uns heute wieder Kopfschmerzen! Die Gestaltung des Wetterberichts in den Medien zwischen Information und Unterhaltung. Eine Untersuchung zu Verständlichkeit und Inszenierung. Univ. Dipl. Arb. Wien.

Grimm, J. (1989): Inhaltsanalyse. In: Bellers J.; Woyke W. (Hg.): Methoden zur Erforschung internationaler Beziehungen. Opladen: Westdeutscher Verlag.

Hohlfeld, R. (1998): Fernsehprogrammanalyse. Formen, Einsatzmöglichkeiten und Reichweite. In: Klingler, Walter/Gunnar Roters/Oliver Zöllner (Hrsg.): Fernsehforschung in Deutschland. Themen - Akteure – Methoden. Baden-Baden: Nomos, S. 197-224.

Keul, Alexander G. (1980): 25 Jahre Fernsehen. Der Wetterbericht im Fernsehen. Berichte zur Medienforschung, Band 12. Wien.

Kummer, Christa (2002): Wetterfest durch alle Jahreszeiten. St. Pölten/Wien/Linz: NP- Buchverlag.

Lamnek, S. (1995): Qualitative Sozialforschung. 3. Korrigierte Auflage. Weinheim: Psychologie Verlags Union.

Lüscher, Max (1978): Farben visualisierte Gefühle. Ein Buch über Farbpsychologie in Bildern. Wien: Gebrüder Schmidt GmbH. (Buch besitzt keine Seitenangaben.)

Meerwein; Rodeck; Mahnke (2007): Farbe. Kommunikation im Raum. 4. Überarbeitete Ausgabe. Basel, Boston, Berlin: Birkhäuser

Merten, K. (1995): Inhaltsanalyse. Einführung in Theorie. Methode und Praxis. 6. verbesserte Auflage. Opladen: Westdeutscher Verlag.

Monmonier, Mark (1999): how meteorologists learned to map, predict, and dramatize weather. Chicago, Ill. (u.a.): Univ. of Chicago Press.

Mrazek, Karoline (1993): Terminologie in der Meteorologie unter besonderer Berücksichtigung der Wettervorhersage. Univ. Dipl. Arb. Universität Wien.

Schnell, R.; Hill, P.B; Esser E. (1999): Methoden der empirischen Sozialforschung, 6., völlig neu überarbeitete und erweiterte Auflage. München: R. Oldenburg Verlag

Schwarzer, Yvonne (HRSG.) (2008): Die Farbenlehre Goethes. In einer Textauswahl für Künstler. Witten: arsmonumentum Kunstverlag.

Wachtel, Stefan (2002): Sprechwissenschaftliche Untersuchungen zum Moderieren im Rundfunkjournalismus. Sprechen und Verstehen. Schriften zur Kommunikationstheorie und Kommunikationspädagogik, Band 18. St. Ingbert: Röhrig.

Internetquellen

Meteoschweiz:

<http://www.meteoschweiz.admin.ch/web/de/meteoschweiz/portrait/kurzportrait.html>

(22.1.2010)

Neue Züricher Zeitung:

<http://www.nzzformat.ch/109+M57176f54ad1.html> (3.8.2009)

Homepage der Meteomedia:

<http://www.meteomedia.ch/index.php?id=186> (17.8.2009)

Homepage des Hessischen Rundfunks (HR):

http://www.hr-online.de/website/fernsehen/sendungen/index.jsp?rubrik=2296&key=standard_documento_813758 (20.10.2009)

Homepage von Andreas Jäger:

<http://www.andreasjaeger.at/uebermich> (20.10.2009)

Bildzeitung online:

<http://www.bild.de/BILD/unterhaltung/TV/2009/01/12/joerg-kachelmann/jetzt-wird-sein-kater-zum-weltstar.html> (20.10.2009)

Moviemaster: Film Informationen:

http://www.moviemaster.de/archiv/film/film_151.htm (20.10.2009)

Schnabel/Drösser (2002): „ Der Kampf der Wetterhähne“ in „Die Zeit online“:

http://www.zeit.de/2002/36/Kampf_der_Wetterhaehne (12.10.2009)

Online- Dienst der Austria Presse Agentur APA :

http://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20030410_OT0079 (26.10.2009)

[http://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20040713_OT0010/marcus-wadsak-
praesentiert-zib-1-wetter](http://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20040713_OT0010/marcus-wadsak-
praesentiert-zib-1-wetter) (13.07.2004)

Homepages der Stadt Wien:

<http://www.stadt-wien.at/index.php?id=atv> (25.11.2009)

<http://www.wien-vienna.at/index.php?ID=1257> (26.11.2009)

Homepage von ATV:

www.atvplus.at (26.11.2009)

Das Magazin „News“ Online:

<http://www.news.at/nw1/dyn/530/coverstar/start.php> (25.11.2009)

Homepage des britischen Wetterdienstes:

<http://www.metoffice.gov.uk> (2.12.2009)

Homepage des „Deutschen Wetterdienstes“:

http://www.dwd.de/bvbw/appmanager/bvbw/dwdwwwDesktop?_nfpb=true&_pageLabel=dwdwww_wir_ueberuns&_nfls=false (2.12.2009)

Homepage des italienischen Wetterdienstes:

. www.meteoam.it (20.1.2010)

Homepage des italienischen Fernsehsenders „Rai“:

www.rai.it (22.1.2010)

Homepage des kroatischen Wetterdienstes:

www.klima.hr (22.01.2010)

Homepage des kroatischen Fernsehsenders „NovaTV“

. <http://www.novatv.hr/net/informativni.aspx> (22.1.2010)

Homepage des schweizer Fernsehsenders „SF“:

<http://www.sf.tv/unternehmen/index.php> (22.01.2010)

Homepage des britischen Fernsehsenders „BBC“:

<http://news.bbc.co.uk/weather/forecast/10209> (22.02.2010)

„die Seite“:

<http://www.die-seite.at/special/atv/plus.php> (19.10.2009)

Primärquellen

Fernsehen:

Je acht Wettersendungen von: ORF, ATV, Puls 4, BBC, France 24, Rai Uno, SF Schweizer Fernsehen, Das Erste, ZDF, HR Hessischer Rundfunk.

Sieben Wettersendungen des kroatischen Senders Nova TV.

Die Aufnahmen befinden sich im Besitz der Autorin.

	Mehrere Moderatoren	Mod6								
	Ganzer Körper zu sehen	Mod7	x	x	x	x	x	x	x	x
	Nur Oberkörper zu sehen	Mod8								
	Off-stimme	Mod9								
MODINH	Inhalt der Moderation	MODINH								
	Ausschließlich Wetter	Modinh 1		x	x	x	x	x	x	x
	Zusätzliche Inhalte	Modinh2	x							
INH	Inhalt außerhalb des Wetters	INH								
	Programmhinweise	Inh1								
	Veranstaltungshinweise	Inh2								
	andere	Inh3	x							
STUDIO	Aussehen des Wetterstudios	Stud								
	Bietet Platz um zu gehen	Stud1	x	x	x	x	x	x	x	x
	Bietet keinen Platz um zu gehen	Stud2								
	Ist ident mit dem Nachrichtenstudio	Stud3								
	Interaktives Studio	Stud4								
	Studio mit Blue-Box Anzeigetafel	Stud5								
	Nur Karte	Stud6								
STUDIOAKT	Aktionen im Studio	Studioakt								
	Platz wird genutzt	Studioakt1	x	x	x	x	x	x	x	x
	Platz wird nicht genutzt	Studioakt2								
FARBKLIMAST	Farbklima Studio	Farbklimast								
	bläulich	Farbklimast	x	x	x	x	x	x	x	x

		1								
	grünlich	Farbk limast 2								
	rötlich/orange	Farbk limast 3								
	andere	Farbk limast 4								
FARBKLI MAKART	Farbgestaltung der Karte	Farbk limak a								
	bläulich	Farbk limak a1	x			x	x	x	x	x
	grünlich	Farbk limak a2	x	x	x	x	x	x	x	x
	rötlich/orange	Farbk limak a3	x	x	x	x	x	x	x	x
	andere	Farbk limak a4								
KARTE	Aussehen der Wetterkarte	Kart								
	Bewegt	Kart1	x	x	x	x	x	x		
	Nicht bewegt	Kart2							x	x
	Zeigt Land in Großaufnahme	Kart3	x	x	x	x	x	x	x	x
	Zeigt ganz Europa	Kart4	x	x	x	x	x	x	x	x
	Temperaturen sind in der Karte zu sehen	Kart5	x	x	x	x	x	x	x	x
	Temperaturen sind außerhalb der Karte	Kart6								
GRAFIK	grafische Gestaltung der Karte	Graf								

	Animierte Karte	Graf 1				x	x			
	Wetterflug	Graf2								
	Bewegte Symbole	Graf3	x	x	x		x	x	x	x
	3-dimensionale Karte	Graf4								
	andere grafische Elemente	Graf5								
FORMAT	Format in dem der ModeratorIn zu sehen ist	FORMA								
	Ganzkörper	Forma1	x	x	x	x	x	x	x	x
	Nur Oberkörper	Forma2								
GEST	Gestaltung des Wetterberichts	Gest								
	Studiowetter	Gest 1	x	x	x	x	x	x	x	x
	Aussenwetter	Gest 2								
	Einbindung anderer Gesprächspartner	Gest 3								
	Mehrere Karten	Gest 4	x	x	x	x	x	x	x	x
	Eine Karte	GEst 5								
	Fotos	Gest 6								
	Wetteraufnahmen	Gest 7						x		
	Zusätzliche Einblendungen zur Karte	Gest 8	x							
MUSIK	Musikalische Untermalung derWettersendung	Mus								
	Musik vorhanden	Mus1	x	x	x	x	x	x	x	x
	Musik nicht vorhanden	Mus 2								

	Musik nur vor der Sendung	Mus 3								
	Musik nur nach der Sendung	Mus 4								
	Musik vor und nach der Sendung	Mus 5	x	x	x	x	x	x	x	x
	Musik während der Sendung	Mus 6								
WERB	Werbung	Werb								
	Werbung vorhanden	Werb 1				x				
	Keine Werbung vorhanden	Werb 2	x	x	x		x	x	x	x
WERBFORM	Form der Werbung	Werb fo								
	Widmung vor der Sendung	Werb fo1				x				
	Widmung nach der Sendung	Werb fo2				x				
	Einschaltung während der Sendung	Werb fo3								
	Ankündigung	Werb fo4								
WERBINH	Inhalt der Werbung	Werbi nh								
	Veranstaltungsankündigung	Werbi nh1								
	Bekleidungsfirma	Werbi nh2								
	Lebensmittel	Werbi nh3								
	Arzneimittel	Werbi nh4								
	Versicherung	Werbi nh5								
	Baumarkt	Werbi nh6				x				

	andere	Werbi nh7								
WETTERS YM	Wettersymbole	Wesy mb								
	Wolke	Wesy mb1	x				x			
	Sonne	Wesy mb2	x				x	x	x	x
	Gewitter ohne Blitz	Wesy mb3								
	Gewitter mit Blitz	Wesy mb4	x	x	x					
	Regen leicht	Wesy mb5				x		x	x	
	Regen stark	Wesy mb6	x	x	x	x	x			x
	Schneeregen	Wesy mb7								
	Schnee leicht	Wesy mb8								
	Schnee stark	Wesy mb9								
	Nebel	Wesy mb10								
	Nebel/Sonne	Wesy mb11	x				x	x	x	x
	Doppelwolke	Wesy mb12								
	Wolke grau	Wesy mb13			x		x			
	Sonne und Wolke	Wesy mb14	x	x	x	x	x	x	x	x
	Sonne und zwei Wolken	Wesy mb 15						x		
	Wind	Wesy mb16	x	x		x	x	x		x

	Wolke/Sterne	Wesy mb17								
	Sterne	Wesy mb18								
	andere	Wesy mb19								
Sonderfor men	Zusätzliche Informationen	Sondf o								
	Biowetter	Sondf o1	x							
	Segelwetter	Sondf o2								
	Wassertemperaturen	Sondf o3								x
	Badewetter	Sondf o4								
	Wanderwetter	Sondf o5								
	Bauernwetter	Sondf o6								
	Windgeschwindigkeiten	Sondf o7								
	andere	Sonz dfo8	x							
Sprache	Verwendete Sprache	Sprac h								
	Überwiegend Umgangssprache	Sprac h1								
	Keine Umgangssprache	Sprac h2								
	Nur Fachsprache	Sprac h3								
	Keine Fachsprache	Sprac h4								
	Sowohl Umgangs als auch Fachsprache	Sprac h5	x	x	x	x	x	x	x	x
	Nicht eindeutig erkennbar	Sprac								

		h 6								
wetterausblick	Wie weit reicht die Prognose?	Ausbl i								
	Ein Tag	Ausbl i1								
	Nacht	Ausbl i2								
	Zwei bis 5 Tage	Ausbl i3		x		x	x		x	
	1 Woche	Ausbl i4								
	2 Wochen	Ausbl i5								
	länger	Ausbl i6	x		x			x		x

Codebogen für die Programmanalyse von Wettersendungen

Sender: ATV

Codierer / Name: Ursula Wares

		Nr.	Nr. 1	Nr.2	Nr. 3	Nr. 4	Nr. 5	Nr. 6	Nr.7	Nr.8
	Dauer des Beitrags (in Sekunden)									
Code	Kategorie									
LAND	Ausstrahlungsland	LAN D								
	Österreich	LAN D1	x	x	x	x	x	x	x	x
	Deutschland	LAN D2								
	Frankreich	LAN D3								
	Schweiz	LAN D4								
	Kroatien	LAN D5								
	Italien	LAN D6								
	Groß Britannien	LAN D7								
DAUER	Länge des Berichts	DAU ER	2.35	2.10	2.14	2.20	2.13	2.24	2.01	2.02
MOD	Moderator	MOD								
	Moderator vorhanden	Mod1	x	x	x	x	x	x	x	x
	Moderator nicht vorhanden	Mod2								
	Männlicher Moderator	Mod3		x		x	x			
	Weibliche Moderatorin	Mod4	x	x	x			x	x	x
	Ein Moderator	Mod5	x		x	x	x	x	x	x

	Mehrere Moderatoren	Mod6		x						
	Ganzer Körper zu sehen	Mod7	x	x	x	x	x			
	Nur Oberkörper zu sehen	Mod8						x	x	x
	Off-stimme	Mod9								
MODINH	Inhalt der Moderation	MODINH								
	Ausschließlich Wetter	Modinh 1			x	x	x			x
	Zusätzliche Inhalte	Modinh2	x	x				x	x	
INH	Inhalt außerhalb des Wetters	INH								
	Programmhinweise	Inh1								
	Veranstaltungshinweise	Inh2								
	andere	Inh3	x	x				x	x	
STUDIO	Aussehen des Wetterstudios	Stud								
	Bietet Platz um zu gehen	Stud1			x	x	x		x	x
	Bietet keinen Platz um zu gehen	Stud2		x				x		
	Ist ident mit dem Nachrichtenstudio	Stud3								
	Interaktives Studio	Stud4		x	x	x	x			
	Studio mit Blue-Box Anzeigetafel	Stud5		x	x	x	x	x	x	x
	Nur Karte	Stud6	x							
STUDIOAKT	Aktionen im Studio	Studioakt								
	Platz wird genützt	Studioakt1			x	x	x		x	x
	Platz wird nicht genützt	Studioakt2						x		
FARBKLIMAST	Farbklima Studio	Farbklimast								
	bläulich	Farbklimast								

		1								
	grünlich	Farbk limast 2		x	x	x	x	x	x	x
	rötlich/orange	Farbk limast 3								
	andere	Farbk limast 4								
FARBKLI MAKART	Farbgestaltung der Karte	Farbk limak a								
	bläulich	Farbk limak a1	x	x	x	x	x	x	x	x
	grünlich	Farbk limak a2	x	x	x	x	x	x	x	x
	rötlich/orange	Farbk limak a3		x	x	x			x	x
	andere	Farbk limak a4	x							
KARTE	Aussehen der Wetterkarte	Kart								
	Bewegt	Kart1					x			
	Nicht bewegt	Kart2	x	x	x	x		x	x	x
	Zeigt Land in Großaufnahme	Kart3	x	x	x	x	x	x	x	x
	Zeigt ganz Europa	Kart4		x	x	x	x	x	x	x
	Temperaturen sind in der Karte zu sehen	Kart5	x	x	x	x	x	x	x	x
	Temperaturen sind außerhalb der Karte	Kart6								
GRAFIK	grafische Gestaltung der Karte	Graf								

	Animierte Karte	Graf 1								
	Wetterflug	Graf2								
	Bewegte Symbole	Graf3	x	x	x	x	x	x	x	x
	3-dimensionale Karte	Graf4								
	andere grafische Elemente	Graf5								
FORMAT	Format in dem der ModeratorIn zu sehen ist	FORMA								
	Ganzkörper	Form a1	x			x				
	Nur Oberkörper	Form a2		x	x		x	x	x	x
GEST	Gestaltung des Wetterberichts	Gest								
	Studiowetter	Gest 1		x	x	x	x	x	x	x
	Aussenwetter	Gest 2	x	x						
	Einbindung anderer Gesprächspartner	Gest 3	x							
	Mehrere Karten	Gest 4	x	x	x	x	x	x	x	x
	Eine Karte	GEst 5								
	Fotos	Gest 6								x
	Wetteraufnahmen	Gest 7			x	x	x		x	
	Zusätzliche Einblendungen zur Karte	Gest 8						x	x	
MUSIK	Musikalische Untermalung derWettersendung	Mus								
	Musik vorhanden	Mus1	x	x	x	x	x	x	x	x
	Musik nicht vorhanden	Mus 2								

	Musik nur vor der Sendung	Mus 3								
	Musik nur nach der Sendung	Mus 4								
	Musik vor und nach der Sendung	Mus 5	x	x	x	x	x	x	x	x
	Musik während der Sendung	Mus 6								
WERB	Werbung	Werb								
	Werbung vorhanden	Werb 1		x	x	x				
	Keine Werbung vorhanden	Werb 2	x				x	x	x	x
WERBFO RM	Form der Werbung	Werb fo								
	Widmung vor der Sendung	Werb fo1		x	x	x				
	Widmung nach der Sendung	Werb fo2		x	x	x				
	Einschaltung während der Sendung	Werb fo3		x						
	Ankündigung	Werb fo4								
WERBINH	Inhalt der Werbung	Werbi nh								
	Veranstaltungsankündigung	Werbi nh1								
	Bekleidungsfirma	Werbi nh2								
	Lebensmittel	Werbi nh3								
	Arzneimittel	Werbi nh4								
	Versicherung	Werbi nh5								
	Baumarkt	Werbi nh6								

	andere	Werbi nh7		x	x	x				
WETTERS YM	Wettersymbole	Wesy mb								
	Wolke	Wesy mb1	x		x	x	x		x	
	Sonne	Wesy mb2	x			x	x	x	x	x
	Gewitter ohne Blitz	Wesy mb3								
	Gewitter mit Blitz	Wesy mb4		x						
	Regen leicht	Wesy mb5		x	x	x	x		x	x
	Regen stark	Wesy mb6								
	Schneeregen	WEsy mb7								
	Schnee leicht	Wesy mb8			x					
	Schnee stark	Wesy mb9								
	Nebel	Wesy mb10								
	Nebel/Sonne	Wesy mb11	x			x	x	x	x	x
	Doppelwolke	Wesy mb12		x	x	x	x			
	Wolke grau	Wesy mb13		x	x		x		x	x
	Sonne und Wolke	Wesy mb14	x	x		x	x	x	x	x
	Sonne und zwei Wolken	Wesy mb 15		x		x		x		x
	Wind	Wesy mb16	x			x	x	x	x	

	Wolke/Sterne	Wesy mb17			x					
	Sterne	Wesy mb18								
	andere	Wesy mb19								
Sonderfor men	Zusätzliche Informationen	Sondf o								
	Biowetter	Sondf o1								
	Segelwetter	Sondf o2								
	Wassertemperaturen	Sondf o3		x						x
	Badewetter	Sondf o4		x						x
	Wanderwetter	Sondf o5								
	Bauernwetter	Sondf o6								
	Windgeschwindigkeiten	Sondf o7								
	andere	Sonz dfo8								
Sprache	Verwendete Sprache	Sprac h								
	Überwiegend Umgangssprache	Sprac h1	x							x
	Keine Umgangssprache	Sprac h2								
	Nur Fachsprache	Sprac h3								
	Keine Fachsprache	Sprac h4								
	Sowohl Umgangs als auch Fachsprache	Sprac h5		x	x	x	x	x	x	
	Nicht eindeutig erkennbar	Sprac								

		h 6								
wetterausblick	Wie weit reicht die Prognose?	Ausbl i								
	Ein Tag	Ausbl i1								
	Nacht	Ausbl i2			x					
	Zwei bis 5 Tage	Ausbl i3			x	x				
	1 Woche	Ausbl i4	x	x			x	x	x	x
	2 Wochen	Ausbl i5								
	länger	Ausbl i6								

	Mehrere Moderatoren	Mod6								
	Ganzer Körper zu sehen	Mod7								
	Nur Oberkörper zu sehen	Mod8								
	Off-stimme	Mod9	x	x	x	x	x	x	x	x
MODINH	Inhalt der Moderation	MODINH								
	Ausschließlich Wetter	Modinh 1	x	x	x	x	x	x	x	x
	Zusätzliche Inhalte	Modinh2								
INH	Inhalt außerhalb des Wetters	INH								
	Programmhinweise	Inh1								
	Veranstaltungshinweise	Inh2								
	andere	Inh3								
STUDIO	Aussehen des Wetterstudios	Stud								
	Bietet Platz um zu gehen	Stud1								
	Bietet keinen Platz um zu gehen	Stud2								
	Ist ident mit dem Nachrichtenstudio	Stud3								
	Interaktives Studio	Stud4								
	Studio mit Blue-Box Anzeigetafel	Stud5								
	Nur Karte	Stud6	x	x	x	x	x	x	x	x
STUDIOAKT	Aktionen im Studio	Studioakt								
	Platz wird genützt	Studioakt1								
	Platz wird nicht genützt	Studioakt2								
FARBKLIMAST	Farbklima Studio	Farbklimast								
	bläulich	Farbklimast								

		1								
	grünlich	Farbk limast 2								
	rötlich/orange	Farbk limast 3								
	andere	Farbk limast 4								
FARBKLI MAKART	Farbgestaltung der Karte	Farbk limak a								
	bläulich	Farbk limak a1		x				x		
	grünlich	Farbk limak a2								
	rötlich/orange	Farbk limak a3								
	andere	Farbk limak a4	x		x	x	x	x	x	x
KARTE	Aussehen der Wetterkarte	Kart								
	Bewegt	Kart1								
	Nicht bewegt	Kart2	x	x	x	x	x	x	x	x
	Zeigt Land in Großaufnahme	Kart3	x	x	x	x	x	x	x	x
	Zeigt ganz Europa	Kart4		x						
	Temperaturen sind in der Karte zu sehen	Kart5	x	x	x	x	x	x	x	x
	Temperaturen sind außerhalb der Karte	Kart6								
GRAFIK	grafische Gestaltung der Karte	Graf								

	Animierte Karte	Graf 1								
	Wetterflug	Graf2								
	Bewegte Symbole	Graf3	x	x	x	x	x	x	x	x
	3-dimensionale Karte	Graf4								
	andere grafische Elemente	Graf5								
FORMAT	Format in dem der ModeratorIn zu sehen ist	FORMA								
	Ganzkörper	Forma1								
	Nur Oberkörper	Forma2								
GEST	Gestaltung des Wetterberichts	Gest								
	Studiowetter	Gest 1	x	x	x	x	x	x	x	x
	Aussenwetter	Gest 2								
	Einbindung anderer Gesprächspartner	Gest 3								
	Mehrere Karten	Gest 4		x						
	Eine Karte	GEst 5	x		x	x	x	x	x	x
	Fotos	Gest 6								
	Wetteraufnahmen	Gest 7								
	Zusätzliche Einblendungen zur Karte	Gest 8								
MUSIK	Musikalische Untermalung derWettersendung	Mus								
	Musik vorhanden	Mus1	x	x	x	x	x	x	x	x
	Musik nicht vorhanden	Mus 2								

	Musik nur vor der Sendung	Mus 3								
	Musik nur nach der Sendung	Mus 4								
	Musik vor und nach der Sendung	Mus 5								
	Musik während der Sendung	Mus 6	x	x	x	x	x	x	x	x
WERB	Werbung	Werb								
	Werbung vorhanden	Werb 1								
	Keine Werbung vorhanden	Werb 2	x	x	x	x	x	x	x	x
WERBFORM	Form der Werbung	Werb fo								
	Widmung vor der Sendung	Werb fo1								
	Widmung nach der Sendung	Werb fo2								
	Einschaltung während der Sendung	Werb fo3								
	Ankündigung	Werb fo4								
WERBINH	Inhalt der Werbung	Werbi nh								
	Veranstaltungsankündigung	Werbi nh1								
	Bekleidungsfirma	Werbi nh2								
	Lebensmittel	Werbi nh3								
	Arzneimittel	Werbi nh4								
	Versicherung	Werbi nh5								
	Baumarkt	Werbi nh6								

	andere	Werbi nh7								
WETTERS YM	Wettersymbole	Wesy mb								
	Wolke	Wesy mb1	x	x						x
	Sonne	Wesy mb2	x	x	x	x			x	
	Gewitter ohne Blitz	Wesy mb3								
	Gewitter mit Blitz	Wesy mb4					x	x		
	Regen leicht	Wesy mb5	x						x	
	Regen stark	Wesy mb6						x		x
	Schneeregen	Wesy mb7								
	Schnee leicht	Wesy mb8								
	Schnee stark	Wesy mb9								
	Nebel	Wesy mb10								
	Nebel/Sonne	Wesy mb11		x						
	Doppelwolke	Wesy mb12		x						
	Wolke grau	Wesy mb13					x			x
	Sonne und Wolke	Wesy mb14	x		x	x	x	x	x	
	Sonne und zwei Wolken	Wesy mb 15								x
	Wind	Wesy mb16								

	Wolke/Sterne	Wesy mb17									
	Sterne	Wesy mb18									
	andere	Wesy mb19					x	x			
Sonderfor men	Zusätzliche Informationen	Sondf o									
	Biowetter	Sondf o1									
	Segelwetter	Sondf o2									
	Wassertemperaturen	Sondf o3									
	Badewetter	Sondf o4									
	Wanderwetter	Sondf o5									
	Bauernwetter	Sondf o6									
	Windgeschwindigkeiten	Sondf o7									
	andere	Sonz dfo8									
Sprache	Verwendete Sprache	Sprac h									
	Überwiegend Umgangssprache	Sprac h1									
	Keine Umgangssprache	Sprac h2									
	Nur Fachsprache	Sprac h3			x	x	x	x	x	x	
	Keine Fachsprache	Sprac h4									
	Sowohl Umgangs als auch Fachsprache	Sprac h5		x							
	Nicht eindeutig erkennbar	Sprac	x								

		h 6								
wetterausblick	Wie weit reicht die Prognose?	Ausbl i								
	Ein Tag	Ausbl i1	x		x	x	x	x	x	x
	Nacht	Ausbl i2								
	Zwei bis 5 Tage	Ausbl i3		x						
	1 Woche	Ausbl i4								
	2 Wochen	Ausbl i5								
	länger	Ausbl i6								

	Mehrere Moderatoren	Mod6								
	Ganzer Körper zu sehen	Mod7								
	Nur Oberkörper zu sehen	Mod8	x	x	x	x	x	x	x	X
	Off-stimme	Mod9								
MODINH	Inhalt der Moderation	MODINH								
	Ausschließlich Wetter	Modinh 1	x	x	x	x	x	x	x	x
	Zusätzliche Inhalte	Modinh2								
INH	Inhalt außerhalb des Wetters	INH								
	Programmhinweise	Inh1								
	Veranstaltungshinweise	Inh2								
	andere	Inh3								
STUDIO	Aussehen des Wetterstudios	Stud								
	Bietet Platz um zu gehen	Stud1								
	Bietet keinen Platz um zu gehen	Stud2								
	Ist ident mit dem Nachrichtenstudio	Stud3								
	Interaktives Studio	Stud4	x	x	x	x	x	x	x	x
	Studio mit Blue-Box Anzeigetafel	Stud5	x	x	x	x	x	x	x	x
	Nur Karte	Stud6								
STUDIOAKT	Aktionen im Studio	Studioakt								
	Platz wird genützt	Studioakt1								
	Platz wird nicht genützt	Studioakt2	x	x	x	x	x	x	x	x
FARBKLIMAST	Farbklima Studio	Farbklimast								
	bläulich	Farbklimast	x	x	x	x	x	x	x	x

		1								
	grünlich	Farbk limast 2								
	rötlich/orange	Farbk limast 3								
	andere	Farbk limast 4								
FARBKLI MAKART	Farbgestaltung der Karte	Farbk limak a								
	bläulich	Farbk limak a1	x	x	x	x	x	x	x	x
	grünlich	Farbk limak a2		x						x
	rötlich/orange	Farbk limak a3	x							
	andere	Farbk limak a4			x	x	x	x		x
KARTE	Aussehen der Wetterkarte	Kart								
	Bewegt	Kart1	x	x	x	x	x	x	x	x
	Nicht bewegt	Kart2								
	Zeigt Land in Großaufnahme	Kart3	x	x	x	x	x	x	x	x
	Zeigt ganz Europa	Kart4								
	Temperaturen sind in der Karte zu sehen	Kart5	x	x	x	x	x	x	x	x
	Temperaturen sind außerhalb der Karte	Kart6								
GRAFIK	grafische Gestaltung der Karte	Graf								

	Animierte Karte	Graf 1	x	x	x	x	x	x	x	x
	Wetterflug	Graf2	x	x	x	x	x	x	x	x
	Bewegte Symbole	Graf3	x	x	x	x	x	x	x	x
	3-dimensionale Karte	Graf4	x	x	x	x	x	x	x	x
	andere grafische Elemente	Graf5								
FORMAT	Format in dem der ModeratorIn zu sehen ist	FORMA								
	Ganzkörper	Form a1								
	Nur Oberkörper	Form a2	x	x	x	x	x	x	x	x
GEST	Gestaltung des Wetterberichts	Gest								
	Studiowetter	Gest 1	x	x	x	x	x	x	x	x
	Aussenwetter	Gest 2								
	Einbindung anderer Gesprächspartner	Gest 3								
	Mehrere Karten	Gest 4		x	x	x	x	x	x	x
	Eine Karte	Gest 5	x							
	Fotos	Gest 6					x			
	Wetteraufnahmen	Gest 7				x	x	x		
	Zusätzliche Einblendungen zur Karte	Gest 8								
MUSIK	Musikalische Untermalung derWettersendung	Mus								
	Musik vorhanden	Mus1								
	Musik nicht vorhanden	Mus 2	x	x	x	x	x	x	x	x

	Musik nur vor der Sendung	Mus 3								
	Musik nur nach der Sendung	Mus 4								
	Musik vor und nach der Sendung	Mus 5								
	Musik während der Sendung	Mus 6								
WERB	Werbung	Werb								
	Werbung vorhanden	Werb 1								
	Keine Werbung vorhanden	Werb 2	x	x	x	x	x	x	x	x
WERBFO RM	Form der Werbung	Werb fo								
	Widmung vor der Sendung	Werb fo1								
	Widmung nach der Sendung	Werb fo2								
	Einschaltung während der Sendung	Werb fo3								
	Ankündigung	Werb fo4								
WERBINH	Inhalt der Werbung	Werbi nh								
	Veranstaltungsankündigung	Werbi nh1								
	Bekleidungsfirma	Werbi nh2								
	Lebensmittel	Werbi nh3								
	Arzneimittel	Werbi nh4								
	Versicherung	Werbi nh5								
	Baumarkt	Werbi nh6								

	andere	Werbi nh7								
WETTERS YM	Wettersymbole	Wesy mb								
	Wolke	Wesy mb1		x	x	x	x		x	x
	Sonne	Wesy mb2								
	Gewitter ohne Blitz	Wesy mb3								
	Gewitter mit Blitz	Wesy mb4								
	Regen leicht	Wesy mb5			x			x		
	Regen stark	Wesy mb6	x	x		x	x	x	x	x
	Schneeregen	WEsy mb7						x		x
	Schnee leicht	Wesy mb8	x	x		x	x		x	x
	Schnee stark	Wesy mb9			x			x	x	
	Nebel	Wesy mb10				x	x	x		x
	Nebel/Sonne	Wesy mb11								
	Doppelwolke	Wesy mb12								
	Wolke grau	Wesy mb13								x
	Sonne und Wolke	Wesy mb14								
	Sonne und zwei Wolken	Wesy mb 15								
	Wind	Wesy mb16				x				x

	Wolke/Sterne	Wesy mb17								
	Sterne	Wesy mb18								
	andere	Wesy mb19								
Sonderfor men	Zusätzliche Informationen	Sondf o								
	Biowetter	Sondf o1								
	Segelwetter	Sondf o2								
	Wassertemperaturen	Sondf o3								
	Badewetter	Sondf o4								
	Wanderwetter	Sondf o5								
	Bauernwetter	Sondf o6								
	Windgeschwindigkeiten	Sondf o7								
	andere	Sonz dfo8		x				x	x	x
Sprache	Verwendete Sprache	Sprac h								
	Überwiegend Umgangssprache	Sprac h1								
	Keine Umgangssprache	Sprac h2								
	Nur Fachsprache	Sprac h3								x
	Keine Fachsprache	Sprac h4								
	Sowohl Umgangs als auch Fachsprache	Sprac h5	x	x	x	x	x	x	x	
	Nicht eindeutig erkennbar	Sprac								

		h 6								
wetterausblick	Wie weit reicht die Prognose?	Ausbl i								
	Ein Tag	Ausbl i1						x	x	
	Nacht	Ausbl i2	x	x	x	x	x	x	x	x
	Zwei bis 5 Tage	Ausbl i3	x	x	x	x	x			x
	1 Woche	Ausbl i4								
	2 Wochen	Ausbl i5								
	länger	Ausbl i6								

Codebogen für die Programmanalyse von Wettersendungen

Sender: Nova TV
 Codierer / Name: Ursula Wares

		Nr.	Nr.1	Nr.2	Nr.3	Nr.4	Nr.5	Nr.6	Nr.7
	Dauer des Beitrags (in Sekunden)								
Code	Kategorie								
LAND	Ausstrahlungsland	LAN D							
	Österreich	LAN D1							
	Deutschland	LAN D2							
	Frankreich	LAN D3							
	Schweiz	LAN D4							
	Kroatien	LAN D5	x	x	x	x	x	x	x
	Italien	LAN D6							
	Groß Britanien	LAN D7							
DAUER	Länge des Berichts	DAU ER	1.55	2.05	1.47	1.55	1.58	2.02	2.36
MOD	Moderator	MOD							
	Moderator vorhanden	Mod1	x	x	x	x	x	x	x
	Moderator nicht vorhanden	Mod2							
	Männlicher Moderator	Mod3	x	x	x			x	x
	Weibliche Moderatorin	Mod4				x	x		
	Ein Moderator	Mod5	x	x	x	x	x	x	x

	Mehrere Moderatoren	Mod6							
	Ganzer Körper zu sehen	Mod7	x	x	x	x	x	x	x
	Nur Oberkörper zu sehen	Mod8							
	Off-stimme	Mod9							
MODINH	Inhalt der Moderation	MODINH							
	Ausschließlich Wetter	Modinh 1	x	x	x	x	x	x	
	Zusätzliche Inhalte	Modinh2							x
INH	Inhalt außerhalb des Wetters	INH							
	Programmhinweise	Inh1							
	Veranstaltungshinweise	Inh2							x
	andere	Inh3							
STUDIO	Aussehen des Wetterstudios	Stud							
	Bietet Platz um zu gehen	Stud1	x	x	x	x	x	x	x
	Bietet keinen Platz um zu gehen	Stud2							
	Ist ident mit dem Nachrichtenstudio	Stud3							
	Interaktives Studio	Stud4							
	Studio mit Blue-Box Anzeigetafel	Stud5	x	x	x	x	x	x	x
	Nur Karte	Stud6							
STUDIOAKT	Aktionen im Studio	Studioakt							
	Platz wird genutzt	Studioakt1	x	x	x	x	x	x	x
	Platz wird nicht genutzt	Studioakt2							
FARBKLIMAST	Farbklima Studio	Farbklimast							
	bläulich	Farbklimast	x	x	x	x	x	x	x

		1							
	grünlich	Farbk limast 2							
	rötlich/orange	Farbk limast 3	x	x	x	x	x	x	x
	andere	Farbk limast 4							
FARBKLI MAKART	Farbgestaltung der Karte	Farbk limak a							
	bläulich	Farbk limak a1	x	x	x	x	x	x	x
	grünlich	Farbk limak a2	x	x	x	x	x	x	x
	rötlich/orange	Farbk limak a3	x	x			x	x	x
	andere	Farbk limak a4							
KARTE	Aussehen der Wetterkarte	Kart							
	Bewegt	Kart1	x	x	x	x	x	x	x
	Nicht bewegt	Kart2							
	Zeigt Land in Großaufnahme	Kart3	x	x	x	x	x	x	x
	Zeigt ganz Europa	Kart4	x	x	x	x	x	x	x
	Temperaturen sind in der Karte zu sehen	Kart5	x	x	x	x	x	x	x
	Temperaturen sind außerhalb der Karte	Kart6							
GRAFIK	grafische Gestaltung der Karte	Graf							

	Animierte Karte	Graf 1							
	Wetterflug	Graf2							
	Bewegte Symbole	Graf3	x	x	x	x	x	x	x
	3-dimensionale Karte	Graf4							
	andere grafische Elemente	Graf5							
FORMAT	Format in dem der ModeratorIn zu sehen ist	FOR MA							
	Ganzkörper	Form a1	x	x	x	x	x	x	x
	Nur Oberkörper	Form a2							
GEST	Gestaltung des Wetterberichts	Gest							
	Studiowetter	Gest 1	x	x	x	x	x	x	x
	Aussenwetter	Gest 2							
	Einbindung anderer Gesprächspartner	Gest 3							
	Mehrere Karten	Gest 4	x	x	x	x	x	x	x
	Eine Karte	GEst 5							
	Fotos	Gest 6							
	Wetteraufnahmen	Gest 7	x	x	x	x	x	x	x
	Zusätzliche Einblendungen zur Karte	Gest 8	x	x	x	x	x	x	x
MUSIK	Musikalische Untermalung derWettersendung	Mus							
	Musik vorhanden	Mus1			x	x	x	x	x
	Musik nicht vorhanden	Mus 2	x	x					

	Musik nur vor der Sendung	Mus 3							
	Musik nur nach der Sendung	Mus 4							
	Musik vor und nach der Sendung	Mus 5							
	Musik während der Sendung	Mus 6			x	x	x	x	x
WERB	Werbung	Werb							
	Werbung vorhanden	Werb 1							
	Keine Werbung vorhanden	Werb 2	x	x	x	x	x	x	x
WERBFORM	Form der Werbung	Werb fo							
	Widmung vor der Sendung	Werb fo1							
	Widmung nach der Sendung	Werb fo2							
	Einschaltung während der Sendung	Werb fo3							
	Ankündigung	Werb fo4							
WERBINH	Inhalt der Werbung	Werbi nh							
	Veranstaltungsankündigung	Werbi nh1							
	Bekleidungsfirma	Werbi nh2							
	Lebensmittel	Werbi nh3							
	Arzneimittel	Werbi nh4							
	Versicherung	Werbi nh5							
	Baumarkt	Werbi nh6							

	andere	Werbi nh7							
WETTERS YM	Wettersymbole	Wesy mb							
	Wolke	Wesy mb1							
	Sonne	Wesy mb2	x	x			x	x	
	Gewitter ohne Blitz	Wesy mb3							
	Gewitter mit Blitz	Wesy mb4	x						
	Regen leicht	Wesy mb5							
	Regen stark	Wesy mb6							
	Schneeregen	Wesy mb7							
	Schnee leicht	Wesy mb8							
	Schnee stark	Wesy mb9							
	Nebel	Wesy mb10							
	Nebel/Sonne	Wesy mb11							
	Doppelwolke	Wesy mb12							
	Wolke grau	Wesy mb13							x
	Sonne und Wolke	Wesy mb14	x	x	x	x	x		
	Sonne und zwei Wolken	Wesy mb 15	x	x	x	x	x	x	x
	Wind	Wesy mb16	x	x	x	x	x	x	x

	Wolke/Sterne	Wesy mb17							
	Sterne	Wesy mb18							
	andere	Wesy mb19		x		x	x	x	x
Sonderfor men	Zusätzliche Informationen	Sondf o							
	Biowetter	Sondf o1							
	Segelwetter	Sondf o2							
	Wassertemperaturen	Sondf o3							
	Badewetter	Sondf o4							
	Wanderwetter	Sondf o5							
	Bauernwetter	Sondf o6							
	Windgeschwindigkeiten	Sondf o7							
	andere	Sonz dfo8	x	x	x	x	x	x	x
Sprache	Verwendete Sprache	Sprac h							
	Überwiegend Umgangssprache	Sprac h1		x	x	x	x	x	x
	Keine Umgangssprache	Sprac h2							
	Nur Fachsprache	Sprac h3							
	Keine Fachsprache	Sprac h4							
	Sowohl Umgangs als auch Fachsprache	Sprac h5							
	Nicht eindeutig erkennbar	Sprac	x						

		h 6							
wetterausblick	Wie weit reicht die Prognose?	Ausbl i							
	Ein Tag	Ausbl i1							
	Nacht	Ausbl i2							
	Zwei bis 5 Tage	Ausbl i3	x	x	x	x	x	x	x
	1 Woche	Ausbl i4							
	2 Wochen	Ausbl i5							
	länger	Ausbl i6							

	Mehrere Moderatoren	Mod6								
	Ganzer Körper zu sehen	Mod7								
	Nur Oberkörper zu sehen	Mod8								
	Off-stimme	Mod9								
MODINH	Inhalt der Moderation	MODINH								
	Ausschließlich Wetter	Modinh 1	x	x	x	x	x	x	x	x
	Zusätzliche Inhalte	Modinh2								
INH	Inhalt außerhalb des Wetters	INH								
	Programmhinweise	Inh1								
	Veranstaltungshinweise	Inh2								
	andere	Inh3								
STUDIO	Aussehen des Wetterstudios	Stud								
	Bietet Platz um zu gehen	Stud1								
	Bietet keinen Platz um zu gehen	Stud2								
	Ist ident mit dem Nachrichtenstudio	Stud3								
	Interaktives Studio	Stud4								
	Studio mit Blue-Box Anzeigetafel	Stud5								
	Nur Karte	Stud6	x	x	x	x	x	x	x	x
STUDIOAKT	Aktionen im Studio	Studioakt								
	Platz wird genützt	Studioakt1								
	Platz wird nicht genützt	Studioakt2								
FARBKLIMAST	Farbklima Studio	Farbklimast								
	bläulich	Farbklimast								

		1								
	grünlich	Farbk limast 2								
	rötlich/orange	Farbk limast 3								
	andere	Farbk limast 4								
FARBKLI MAKART	Farbgestaltung der Karte	Farbk limak a								
	bläulich	Farbk limak a1	x	x			x	x	x	x
	grünlich	Farbk limak a2	x	x	x	x	x	x	x	x
	rötlich/orange	Farbk limak a3		x	x					
	andere	Farbk limak a4								
KARTE	Aussehen der Wetterkarte	Kart								
	Bewegt	Kart1	x	x	x	x	x	x	x	x
	Nicht bewegt	Kart2								
	Zeigt Land in Großaufnahme	Kart3	x	x	x	x	x	x	x	x
	Zeigt ganz Europa	Kart4								
	Temperaturen sind in der Karte zu sehen	Kart5	x	x	x	x	x	x	x	x
	Temperaturen sind außerhalb der Karte	Kart6								
GRAFIK	grafische Gestaltung der Karte	Graf								

	Animierte Karte	Graf 1								
	Wetterflug	Graf2	x	x	x	x	x	x	x	x
	Bewegte Symbole	Graf3	x	x	x	x	x	x	x	x
	3-dimensionale Karte	Graf4								
	andere grafische Elemente	Graf5								
FORMAT	Format in dem der ModeratorIn zu sehen ist	FOR MA								
	Ganzkörper	Form a1								
	Nur Oberkörper	Form a2								
GEST	Gestaltung des Wetterberichts	Gest								
	Studiowetter	Gest 1	x	x	x	x	x	x	x	x
	Aussenwetter	Gest 2								
	Einbindung anderer Gesprächspartner	Gest 3								
	Mehrere Karten	Gest 4								
	Eine Karte	Gest 5	x	x	x	x	x	x	x	x
	Fotos	Gest 6								
	Wetteraufnahmen	Gest 7								
	Zusätzliche Einblendungen zur Karte	Gest 8	x	x	x	x	x	x	x	x
MUSIK	Musikalische Untermalung derWettersendung	Mus								
	Musik vorhanden	Mus1	x	x	x	x	x	x	x	x
	Musik nicht vorhanden	Mus 2								

	Musik nur vor der Sendung	Mus 3								
	Musik nur nach der Sendung	Mus 4								
	Musik vor und nach der Sendung	Mus 5								
	Musik während der Sendung	Mus 6	x	x	x	x	x	x	x	x
WERB	Werbung	Werb								
	Werbung vorhanden	Werb 1	x	x	x	x	x	x	x	x
	Keine Werbung vorhanden	Werb 2								
WERBFORM	Form der Werbung	Werb fo								
	Widmung vor der Sendung	Werb fo1	x	x	x	x	x	x	x	x
	Widmung nach der Sendung	Werb fo2	x	x	x	x	x	x	x	x
	Einschaltung während der Sendung	Werb fo3								
	Ankündigung	Werb fo4								
WERBINH	Inhalt der Werbung	Werbi nh								
	Veranstaltungsankündigung	Werbi nh1								
	Bekleidungsfirma	Werbi nh2								
	Lebensmittel	Werbi nh3								
	Arzneimittel	Werbi nh4								
	Versicherung	Werbi nh5								
	Baumarkt	Werbi nh6								

	andere	Werbi nh7	x	x	x	x	x	x	x	x
WETTERS YM	Wettersymbole	Wesy mb								
	Wolke	Wesy mb1	x	x		x	x			x
	Sonne	Wesy mb2	x	x	x	x	x	x	x	x
	Gewitter ohne Blitz	Wesy mb3								
	Gewitter mit Blitz	Wesy mb4			x					
	Regen leicht	Wesy mb5	x		x	x	x	x	x	x
	Regen stark	Wesy mb6		x	x					
	Schneeregen	Wesy mb7								
	Schnee leicht	Wesy mb8								
	Schnee stark	Wesy mb9								
	Nebel	Wesy mb10								
	Nebel/Sonne	Wesy mb11								
	Doppelwolke	Wesy mb12								
	Wolke grau	Wesy mb13	x	x	x	x	x	x	x	
	Sonne und Wolke	Wesy mb14	x	x	x	x		x		x
	Sonne und zwei Wolken	Wesy mb 15					x	x	x	
	Wind	Wesy mb16								

		h 6								
wetterausblick	Wie weit reicht die Prognose?	Ausbl i								
	Ein Tag	Ausbl i1	x	x	x	x	x	x	x	x
	Nacht	Ausbl i2								
	Zwei bis 5 Tage	Ausbl i3								
	1 Woche	Ausbl i4								
	2 Wochen	Ausbl i5								
	länger	Ausbl i6								

	Mehrere Moderatoren	Mod6								
	Ganzer Körper zu sehen	Mod7	x				x	x		
	Nur Oberkörper zu sehen	Mod8		x	x	x				x
	Off-stimme	Mod9							x	
MODINH	Inhalt der Moderation	MODINH								
	Ausschließlich Wetter	Modinh 1	x	x	x	x	x	x	x	x
	Zusätzliche Inhalte	Modinh2								
INH	Inhalt außerhalb des Wetters	INH								
	Programmhinweise	Inh1								
	Veranstaltungshinweise	Inh2								
	andere	Inh3								
STUDIO	Aussehen des Wetterstudios	Stud								
	Bietet Platz um zu gehen	Stud1	x	x	x	x	x	x		x
	Bietet keinen Platz um zu gehen	Stud2								
	Ist ident mit dem Nachrichtenstudio	Stud3								
	Interaktives Studio	Stud4								
	Studio mit Blue-Box Anzeigetafel	Stud5	x	x	x	x	x	x		x
	Nur Karte	Stud6							x	
STUDIOAKT	Aktionen im Studio	Studioakt								
	Platz wird genutzt	Studioakt1	x	x		x		x		
	Platz wird nicht genutzt	Studioakt2			x		x			x
FARBKLIMAST	Farbklima Studio	Farbklimast								
	bläulich	Farbklimast	x	x	x	x	x	x		x

		1								
	grünlich	Farbk limast 2	x							
	rötlich/orange	Farbk limast 3		x	x	x	x	x		x
	andere	Farbk limast 4								
FARBKLI MAKART	Farbgestaltung der Karte	Farbk limak a								
	bläulich	Farbk limak a1								
	grünlich	Farbk limak a2	x	x	x	x	x	x	x	x
	rötlich/orange	Farbk limak a3	x	x	x	x		x		x
	andere	Farbk limak a4	x	x	x	x	x	x		x
KARTE	Aussehen der Wetterkarte	Kart								
	Bewegt	Kart1								
	Nicht bewegt	Kart2	x	x	x	x	x	x	x	x
	Zeigt Land in Großaufnahme	Kart3	x		x	x	x	x	x	x
	Zeigt ganz Europa	Kart4		x	x	x	x	x		
	Temperaturen sind in der Karte zu sehen	Kart5	x	x	x	x	x	x	x	x
	Temperaturen sind außerhalb der Karte	Kart6		x	x	x		x		
GRAFIK	grafische Gestaltung der Karte	Graf								

	Animierte Karte	Graf 1								
	Wetterflug	Graf2								
	Bewegte Symbole	Graf3	x	x	x	x	x	x	x	x
	3-dimensionale Karte	Graf4								
	andere grafische Elemente	Graf5								
FORMAT	Format in dem der ModeratorIn zu sehen ist	FOR MA								
	Ganzkörper	Form a1	x	x				x		
	Nur Oberkörper	Form a2			x	x	x			x
GEST	Gestaltung des Wetterberichts	Gest								
	Studiowetter	Gest 1	x	x	x	x	x	x	x	x
	Aussenwetter	Gest 2								
	Einbindung anderer Gesprächspartner	Gest 3								
	Mehrere Karten	Gest 4	x	x	x	x	x	x		
	Eine Karte	GEst 5							x	
	Fotos	Gest 6								x
	Wetteraufnahmen	Gest 7				x				x
	Zusätzliche Einblendungen zur Karte	Gest 8								
MUSIK	Musikalische Untermalung derWettersendung	Mus								
	Musik vorhanden	Mus1	x	x	x	x	x	x		x
	Musik nicht vorhanden	Mus 2							x	

	Musik nur vor der Sendung	Mus 3								
	Musik nur nach der Sendung	Mus 4								
	Musik vor und nach der Sendung	Mus 5	x	x	x	x	x	x		x
	Musik während der Sendung	Mus 6								
WERB	Werbung	Werb								
	Werbung vorhanden	Werb 1	x	x	x	x	x	x		x
	Keine Werbung vorhanden	Werb 2							x	
WERBFORM	Form der Werbung	Werb fo								
	Widmung vor der Sendung	Werb fo1		x	x	x	x	x		x
	Widmung nach der Sendung	Werb fo2	x	x	x	x	x	x		x
	Einschaltung während der Sendung	Werb fo3								
	Ankündigung	Werb fo4								
WERBINH	Inhalt der Werbung	Werbi nh								
	Veranstaltungsankündigung	Werbi nh1								
	Bekleidungsfirma	Werbi nh2								
	Lebensmittel	Werbi nh3								
	Arzneimittel	Werbi nh4						x		
	Versicherung	Werbi nh5								
	Baumarkt	Werbi nh6								

	andere	Werbi nh7	x	x	x	x	x	x		x
WETTERS YM	Wettersymbole	Wesy mb								
	Wolke	Wesy mb1	x	x	x	x			x	
	Sonne	Wesy mb2	x	x		x	x	x	x	x
	Gewitter ohne Blitz	Wesy mb3								
	Gewitter mit Blitz	Wesy mb4		x	x					
	Regen leicht	Wesy mb5	x				x	x	x	x
	Regen stark	Wesy mb6		x	x	x	x			
	Schneeregen	Wesy mb7								
	Schnee leicht	Wesy mb8								
	Schnee stark	Wesy mb9								
	Nebel	Wesy mb10								
	Nebel/Sonne	Wesy mb11								
	Doppelwolke	Wesy mb12	x			x	x			
	Wolke grau	Wesy mb13			x	x	x		x	
	Sonne und Wolke	Wesy mb14	x	x		x			x	x
	Sonne und zwei Wolken	Wesy mb 15	x		x		x	x		
	Wind	Wesy mb16	x		x	x	x	x	x	x

	Wolke/Sterne	Wesy mb17		x	x	x	x	x		x
	Sterne	Wesy mb18						x		x
	andere	Wesy mb19								
Sonderfor men	Zusätzliche Informationen	Sondf o								
	Biowetter	Sondf o1						x		
	Segelwetter	Sondf o2								
	Wassertemperaturen	Sondf o3								
	Badewetter	Sondf o4								
	Wanderwetter	Sondf o5								
	Bauernwetter	Sondf o6								
	Windgeschwindigkeiten	Sondf o7								
	andere	Sonz dfo8								
Sprache	Verwendete Sprache	Sprac h								
	Überwiegend Umgangssprache	Sprac h1	x							
	Keine Umgangssprache	Sprac h2								
	Nur Fachsprache	Sprac h3							x	
	Keine Fachsprache	Sprac h4								
	Sowohl Umgangs als auch Fachsprache	Sprac h5		x	x	x	x	x		x
	Nicht eindeutig erkennbar	Sprac								

		h 6								
wetterausblick	Wie weit reicht die Prognose?	Ausbl i								
	Ein Tag	Ausbl i1							x	
	Nacht	Ausbl i2		x	x	x	x	x		x
	Zwei bis 5 Tage	Ausbl i3	x	x	x	x	x	x		x
	1 Woche	Ausbl i4								
	2 Wochen	Ausbl i5								
	länger	Ausbl i6								

	Mehrere Moderatoren	Mod6								
	Ganzer Körper zu sehen	Mod7		x		x	x	x	x	x
	Nur Oberkörper zu sehen	Mod8	x	x	x					
	Off-stimme	Mod9								
MODINH	Inhalt der Moderation	MODINH								
	Ausschließlich Wetter	Modinh 1								
	Zusätzliche Inhalte	Modinh2	x	x	x	x	x	x	x	x
INH	Inhalt außerhalb des Wetters	INH								
	Programmhinweise	Inh1	x	x	x	x			x	x
	Veranstaltungshinweise	Inh2				x		x		
	andere	Inh3	x	x	x	x	x	x	x	x
STUDIO	Aussehen des Wetterstudios	Stud								
	Bietet Platz um zu gehen	Stud1	x	x	x	x	x	x	x	x
	Bietet keinen Platz um zu gehen	Stud2								
	Ist ident mit dem Nachrichtenstudio	Stud3								
	Interaktives Studio	Stud4								
	Studio mit Blue-Box Anzeigetafel	Stud5								
	Nur Karte	Stud6								
STUDIOAKT	Aktionen im Studio	Studioakt								
	Platz wird genützt	Studioakt1	x	x	x	x	x	x	x	x
	Platz wird nicht genützt	Studioakt2								
FARBKLIMAST	Farbklima Studio	Farbklimast								
	bläulich	Farbklimast	x	x	x	x	x	x	x	x

		1								
	grünlich	Farbk limast 2								
	rötlich/orange	Farbk limast 3								
	andere	Farbk limast 4								
FARBKLI MAKART	Farbgestaltung der Karte	Farbk limak a								
	bläulich	Farbk limak a1			x	x	x	x	x	x
	grünlich	Farbk limak a2	x	x	x	x	x	x		x
	rötlich/orange	Farbk limak a3	x	x	x					
	andere	Farbk limak a4		x		x	x	x	x	x
KARTE	Aussehen der Wetterkarte	Kart								
	Bewegt	Kart1	x			x	x			
	Nicht bewegt	Kart2		x	x			x		
	Zeigt Land in Großaufnahme	Kart3	x	x	x	x	x	x	x	x
	Zeigt ganz Europa	Kart4		x			x	x	x	
	Temperaturen sind in der Karte zu sehen	Kart5	x	x	x	x	x		x	
	Temperaturen sind außerhalb der Karte	Kart6								
GRAFIK	grafische Gestaltung der Karte	Graf								

	Animierte Karte	Graf 1	x	x	x	x	x		x	x
	Wetterflug	Graf2	x	x	x		x		x	x
	Bewegte Symbole	Graf3		x	x	x	x	x	x	x
	3-dimensionale Karte	Graf4	x	x	x	x			x	x
	andere grafische Elemente	Graf5								
FORMAT	Format in dem der ModeratorIn zu sehen ist	FORMA								
	Ganzkörper	Forma1		x	x	x	x	x	x	x
	Nur Oberkörper	Forma2	x							
GEST	Gestaltung des Wetterberichts	Gest								
	Studiowetter	Gest 1	x	x	x	x	x	x	x	x
	Aussenwetter	Gest 2	x	x	x	x	x	x	x	x
	Einbindung anderer Gesprächspartner	Gest 3	x	x	x	x	x	x	x	x
	Mehrere Karten	Gest 4	x	x	x	x	x	x	x	x
	Eine Karte	GEst 5								
	Fotos	Gest 6				x	x	x	x	
	Wetteraufnahmen	Gest 7	x		x	x	x	x	x	x
	Zusätzliche Einblendungen zur Karte	Gest 8								
MUSIK	Musikalische Untermalung derWettersendung	Mus								
	Musik vorhanden	Mus1	x	x	x	x	x	x	x	x
	Musik nicht vorhanden	Mus 2								

	Musik nur vor der Sendung	Mus 3								
	Musik nur nach der Sendung	Mus 4								
	Musik vor und nach der Sendung	Mus 5	x	x	x	x	x	x	x	x
	Musik während der Sendung	Mus 6								
WERB	Werbung	Werb								
	Werbung vorhanden	Werb 1	x	x	x	x	x	x	x	x
	Keine Werbung vorhanden	Werb 2								
WERBFORM	Form der Werbung	Werb fo								
	Widmung vor der Sendung	Werb fo1	x	x	x	x	x	x	x	x
	Widmung nach der Sendung	Werb fo2	x	x	x	x	x	x	x	x
	Einschaltung während der Sendung	Werb fo3								
	Ankündigung	Werb fo4								
WERBINH	Inhalt der Werbung	Werbi nh								
	Veranstaltungsankündigung	Werbi nh1	x	x	x	x	x			
	Bekleidungsfirma	Werbi nh2								
	Lebensmittel	Werbi nh3								
	Arzneimittel	Werbi nh4								
	Versicherung	Werbi nh5								
	Baumarkt	Werbi nh6								

	andere	Werbi nh7	x	x	x	x	x	x	x	x
WETTERS YM	Wettersymbole	Wesy mb								
	Wolke	Wesy mb1	x				x	x		
	Sonne	Wesy mb2	x	x					x	
	Gewitter ohne Blitz	Wesy mb3								
	Gewitter mit Blitz	Wesy mb4		x	x	x				
	Regen leicht	Wesy mb5	x				x		x	
	Regen stark	Wesy mb6		x	x	x		x	x	
	Schneeregen	Wesy mb7								
	Schnee leicht	Wesy mb8					x	x		x
	Schnee stark	Wesy mb9								
	Nebel	Wesy mb10								
	Nebel/Sonne	Wesy mb11								
	Doppelwolke	Wesy mb12			x		x			x
	Wolke grau	Wesy mb13		x	x	x		x	x	x
	Sonne und Wolke	Wesy mb14							x	
	Sonne und zwei Wolken	Wesy mb 15	x		x	x	x	x		x
	Wind	Wesy mb16	x		x	x	x	x	x	x

		h 6								
wetterausblick	Wie weit reicht die Prognose?	Ausbl i								
	Ein Tag	Ausbl i1								
	Nacht	Ausbl i2					x	x	x	x
	Zwei bis 5 Tage	Ausbl i3	x	x	x	x	x	x	x	x
	1 Woche	Ausbl i4								
	2 Wochen	Ausbl i5								
	länger	Ausbl i6								

Codebogen für die Programmanalyse von Wettersendungen

Sender: Das Erste

Codierer / Name: Ursula Wares

		Nr.	Nr.1	Nr.2	Nr.3	Nr.4	Nr.5	Nr.6	Nr.7	Nr.8
	Dauer des Beitrags (in Sekunden)									
Code	Kategorie									
LAND	Ausstrahlungsland	LAN D								
	Österreich	LAN D1	x	x	x	x	x	x	x	x
	Deutschland	LAN D2	x	x	x	x	x	x	x	x
	Frankreich	LAN D3								
	Schweiz	LAN D4								
	Kroatien	LAN D5								
	Italien	LAN D6								
	Groß Britannien	LAN D7								
DAUER	Länge des Berichts	DAU ER	2.21	2.30	2.19	2.31	1.04	2.40	2.18	2.17
MOD	Moderator	MOD								
	Moderator vorhanden	Mod1	x	x	x	x		x	x	x
	Moderator nicht vorhanden	Mod2					x			
	Männlicher Moderator	Mod3				x		x	x	x
	Weibliche Moderatorin	Mod4	x	x	x					
	Ein Moderator	Mod5	x	x	x	x		x	x	x

	Mehrere Moderatoren	Mod6								
	Ganzer Körper zu sehen	Mod7	x	x						
	Nur Oberkörper zu sehen	Mod8			x	x		x	x	x
	Off-stimme	Mod9					x			
MODINH	Inhalt der Moderation	MODINH								
	Ausschließlich Wetter	Modinh 1	x	x	x	x	x	x	x	x
	Zusätzliche Inhalte	Modinh2								
INH	Inhalt außerhalb des Wetters	INH								
	Programmhinweise	Inh1								
	Veranstaltungshinweise	Inh2								
	andere	Inh3								
STUDIO	Aussehen des Wetterstudios	Stud								
	Bietet Platz um zu gehen	Stud1	x	x	x	x		x	x	x
	Bietet keinen Platz um zu gehen	Stud2								
	Ist ident mit dem Nachrichtenstudio	Stud3								
	Interaktives Studio	Stud4								
	Studio mit Blue-Box Anzeigetafel	Stud5	x	x	x	x		x	x	x
	Nur Karte	Stud6								
STUDIOAKT	Aktionen im Studio	Studioakt								
	Platz wird genutzt	Studioakt1						x		x
	Platz wird nicht genutzt	Studioakt2	x	x	x	x			x	
FARBKLIMAST	Farbklima Studio	Farbklimast								
	bläulich	Farbklimast	x	x	x	x		x	x	x

		1								
	grünlich	Farbk limast 2								
	rötlich/orange	Farbk limast 3								
	andere	Farbk limast 4								
FARBKLI MAKART	Farbgestaltung der Karte	Farbk limak a								
	bläulich	Farbk limak a1		x	x	x		x	x	x
	grünlich	Farbk limak a2	x	x	x	x	x	x	x	x
	rötlich/orange	Farbk limak a3	x	x	x	x	x	x	x	x
	andere	Farbk limak a4						x		
KARTE	Aussehen der Wetterkarte	Kart								
	Bewegt	Kart1	x	x		x	x	x	x	x
	Nicht bewegt	Kart2			x					
	Zeigt Land in Großaufnahme	Kart3	x	x	x	x	x	x	x	x
	Zeigt ganz Europa	Kart4	x	x	x	x	x	x	x	x
	Temperaturen sind in der Karte zu sehen	Kart5	x	x	x	x	x	x	x	x
	Temperaturen sind außerhalb der Karte	Kart6								
GRAFIK	grafische Gestaltung der Karte	Graf								

	Animierte Karte	Graf 1	x					x	x	
	Wetterflug	Graf2								
	Bewegte Symbole	Graf3	x	x	x	x	x	x	x	x
	3-dimensionale Karte	Graf4								
	andere grafische Elemente	Graf5								
FORMAT	Format in dem der ModeratorIn zu sehen ist	FORMA								
	Ganzkörper	Form a1	x	x	x					
	Nur Oberkörper	Form a2				x		x	x	x
GEST	Gestaltung des Wetterberichts	Gest								
	Studiowetter	Gest 1	x	x	x	x	x	x	x	x
	Aussenwetter	Gest 2								
	Einbindung anderer Gesprächspartner	Gest 3								
	Mehrere Karten	Gest 4	x	x	x	x	x	x	x	x
	Eine Karte	GEst 5								
	Fotos	Gest 6								
	Wetteraufnahmen	Gest 7								
	Zusätzliche Einblendungen zur Karte	Gest 8	x	x	x	x		x	x	x
MUSIK	Musikalische Untermalung derWettersendung	Mus								
	Musik vorhanden	Mus1								
	Musik nicht vorhanden	Mus 2	X	x	x	x	x	x	x	x

	Musik nur vor der Sendung	Mus 3								
	Musik nur nach der Sendung	Mus 4								
	Musik vor und nach der Sendung	Mus 5								
	Musik während der Sendung	Mus 6								
WERB	Werbung	Werb								
	Werbung vorhanden	Werb 1	x	x	x	x		x	x	x
	Keine Werbung vorhanden	Werb 2					x			
WERBFORM	Form der Werbung	Werb fo								
	Widmung vor der Sendung	Werb fo1	x	x	x	x		x	x	x
	Widmung nach der Sendung	Werb fo2	x	x	x	x		x	x	x
	Einschaltung während der Sendung	Werb fo3								
	Ankündigung	Werb fo4								
WERBINH	Inhalt der Werbung	Werbi nh								
	Veranstaltungsankündigung	Werbi nh1								
	Bekleidungsfirma	Werbi nh2								
	Lebensmittel	Werbi nh3								
	Arzneimittel	Werbi nh4								
	Versicherung	Werbi nh5	x	x	x	x		x	x	x
	Baumarkt	Werbi nh6								

	andere	Werbi nh7								
WETTERS YM	Wettersymbole	Wesy mb								
	Wolke	Wesy mb1	x							x
	Sonne	Wesy mb2	x	x	x	x		x	x	x
	Gewitter ohne Blitz	Wesy mb3								
	Gewitter mit Blitz	Wesy mb4			x		x		x	
	Regen leicht	Wesy mb5	x	x					x	x
	Regen stark	Wesy mb6			x	x	x	x		
	Schneeregen	Wesy mb7								
	Schnee leicht	Wesy mb8								
	Schnee stark	Wesy mb9								
	Nebel	Wesy mb10			x	x		x		
	Nebel/Sonne	Wesy mb11						x		
	Doppelwolke	Wesy mb12								
	Wolke grau	Wesy mb13	x	x	x	x			x	x
	Sonne und Wolke	Wesy mb14	x	x		x	x			x
	Sonne und zwei Wolken	Wesy mb 15			x	x			x	x
	Wind	Wesy mb16	x	x	x	x	x	x	x	x

	Wolke/Sterne	Wesy mb17	x	x	x	x		x	x	x
	Sterne	Wesy mb18	x	x	x				x	x
	andere	Wesy mb19							x	x
Sonderfor men	Zusätzliche Informationen	Sondf o								
	Biowetter	Sondf o1								
	Segelwetter	Sondf o2								
	Wassertemperaturen	Sondf o3								
	Badewetter	Sondf o4								
	Wanderwetter	Sondf o5								
	Bauernwetter	Sondf o6								
	Windgeschwindigkeiten	Sondf o7								
	andere	Sonz dfo8				x		x	x	x
Sprache	Verwendete Sprache	Sprac h								
	Überwiegend Umgangssprache	Sprac h1				x		x		x
	Keine Umgangssprache	Sprac h2								
	Nur Fachsprache	Sprac h3					x			
	Keine Fachsprache	Sprac h4								
	Sowohl Umgangs als auch Fachsprache	Sprac h5	x	x	x				x	
	Nicht eindeutig erkennbar	Sprac								

		h 6								
wetterausblick	Wie weit reicht die Prognose?	Ausbl i								
	Ein Tag	Ausbl i1								
	Nacht	Ausbl i2	x	x	x	x	x	x	x	x
	Zwei bis 5 Tage	Ausbl i3	x	x	x	x	x	x	x	x
	1 Woche	Ausbl i4								
	2 Wochen	Ausbl i5								
	länger	Ausbl i6								

	Mehrere Moderatoren	Mod6								
	Ganzer Körper zu sehen	Mod7	x	x	x	x	x	x	x	x
	Nur Oberkörper zu sehen	Mod8								
	Off-stimme	Mod9								
MODINH	Inhalt der Moderation	MODI NH								
	Ausschließlich Wetter	Modi nh 1	x	x	x	x	x	x	x	x
	Zusätzliche Inhalte	Modi nh2								
INH	Inhalt außerhalb des Wetters	INH								
	Programmhinweise	Inh1								
	Veranstaltungshinweise	Inh2								
	andere	Inh3								
STUDIO	Aussehen des Wetterstudios	Stud								
	Bietet Platz um zu gehen	Stud1								
	Bietet keinen Platz um zu gehen	Stud2								
	Ist ident mit dem Nachrichtenstudio	Stud3								
	Interaktives Studio	Stud4								
	Studio mit Blue-Box Anzeigetafel	Stud5								
	Nur Karte	Stud6	x	x	x	x	x	x	x	x
STUDIOA KT	Aktionen im Studio	Studi oakt								
	Platz wird genützt	Studi oakt1								
	Platz wird nicht genützt	Studi oakt2								
FARBKLI MAST	Farbklima Studio	Farbk limast								
	bläulich	Farbk limast								

		1								
	grünlich	Farbk limast 2								
	rötlich/orange	Farbk limast 3								
	andere	Farbk limast 4								
FARBKLI MAKART	Farbgestaltung der Karte	Farbk limak a								
	bläulich	Farbk limak a1	x	x	x	x	x	x	x	x
	grünlich	Farbk limak a2	x	x	x	x	x	x	x	x
	rötlich/orange	Farbk limak a3	x	x	x	x	x			
	andere	Farbk limak a4					x			
KARTE	Aussehen der Wetterkarte	Kart								
	Bewegt	Kart1			x	x	x	x	x	x
	Nicht bewegt	Kart2	x	x						
	Zeigt Land in Großaufnahme	Kart3	x	x	x	x		x	x	x
	Zeigt ganz Europa	Kart4		x	x	x	x	x	x	x
	Temperaturen sind in der Karte zu sehen	Kart5	x	x	x	x	x		x	x
	Temperaturen sind außerhalb der Karte	Kart6								
GRAFIK	grafische Gestaltung der Karte	Graf								

	Animierte Karte	Graf 1		x		x	x		x	
	Wetterflug	Graf2								
	Bewegte Symbole	Graf3			x	x	x	x	x	x
	3-dimensionale Karte	Graf4								
	andere grafische Elemente	Graf5	x		x					
FORMAT	Format in dem der ModeratorIn zu sehen ist	FORMA								
	Ganzkörper	Forma1	x	x	x	x	x	x	x	x
	Nur Oberkörper	Forma2								
GEST	Gestaltung des Wetterberichts	Gest								
	Studiowetter	Gest 1								
	Aussenwetter	Gest 2	x	x	x	x	x	x	x	x
	Einbindung anderer Gesprächspartner	Gest 3								
	Mehrere Karten	Gest 4	x	x	x	x	x	x	x	x
	Eine Karte	GEst 5								
	Fotos	Gest 6				x				
	Wetteraufnahmen	Gest 7				x	x			
	Zusätzliche Einblendungen zur Karte	Gest 8								
MUSIK	Musikalische Untermalung derWettersendung	Mus								
	Musik vorhanden	Mus1	x	x	x	x	x	x	x	x
	Musik nicht vorhanden	Mus 2								

	Musik nur vor der Sendung	Mus 3								
	Musik nur nach der Sendung	Mus 4								
	Musik vor und nach der Sendung	Mus 5	x	x	x	x	x	x	x	x
	Musik während der Sendung	Mus 6								
WERB	Werbung	Werb								
	Werbung vorhanden	Werb 1	x	x	x	x	x	x	x	
	Keine Werbung vorhanden	Werb 2								x
WERBFORM	Form der Werbung	Werb fo								
	Widmung vor der Sendung	Werb fo1	x	x	x	x	x	x	x	
	Widmung nach der Sendung	Werb fo2	x	x	x	x	x	x	x	
	Einschaltung während der Sendung	Werb fo3								
	Ankündigung	Werb fo4								
WERBINH	Inhalt der Werbung	Werbi nh								
	Veranstaltungsankündigung	Werbi nh1								
	Bekleidungsfirma	Werbi nh2								
	Lebensmittel	Werbi nh3								
	Arzneimittel	Werbi nh4								
	Versicherung	Werbi nh5	x	x	x	x	x	x	x	
	Baumarkt	Werbi nh6								

	andere	Werbi nh7								
WETTERS YM	Wettersymbole	Wesy mb								
	Wolke	Wesy mb1		x	x	x			x	x
	Sonne	Wesy mb2	x	x				x	x	
	Gewitter ohne Blitz	Wesy mb3								
	Gewitter mit Blitz	Wesy mb4					x	x		
	Regen leicht	Wesy mb5				x				
	Regen stark	Wesy mb6					x	x	x	x
	Schneeregen	Wesy mb7								
	Schnee leicht	Wesy mb8								x
	Schnee stark	Wesy mb9								
	Nebel	Wesy mb10					x			
	Nebel/Sonne	Wesy mb11		x	x				x	
	Doppelwolke	Wesy mb12								
	Wolke grau	Wesy mb13					x			
	Sonne und Wolke	Wesy mb14	x	x	x	x		x		
	Sonne und zwei Wolken	Wesy mb 15			x	x	x	x	x	
	Wind	Wesy mb16	x	x	x	x	x	x	x	

	Wolke/Sterne	Wesy mb17								
	Sterne	Wesy mb18								
	andere	Wesy mb19					x			
Sonderfor men	Zusätzliche Informationen	Sondf o								
	Biowetter	Sondf o1								
	Segelwetter	Sondf o2								
	Wassertemperaturen	Sondf o3								
	Badewetter	Sondf o4								
	Wanderwetter	Sondf o5								
	Bauernwetter	Sondf o6								
	Windgeschwindigkeiten	Sondf o7								
	andere	Sonz dfo8	x							
Sprache	Verwendete Sprache	Sprac h								
	Überwiegend Umgangssprache	Sprac h1	x	x	x	x	x	x	x	x
	Keine Umgangssprache	Sprac h2								
	Nur Fachsprache	Sprac h3								
	Keine Fachsprache	Sprac h4								
	Sowohl Umgangs als auch Fachsprache	Sprac h5								
	Nicht eindeutig erkennbar	Sprac								

		h 6								
wetterausblick	Wie weit reicht die Prognose?	Ausbl i								
	Ein Tag	Ausbl i1								
	Nacht	Ausbl i2				x				x
	Zwei bis 5 Tage	Ausbl i3	x							
	1 Woche	Ausbl i4		x	x	x	x	x	x	x
	2 Wochen	Ausbl i5								
	länger	Ausbl i6								

	Mehrere Moderatoren	Mod6								
	Ganzer Körper zu sehen	Mod7		x						
	Nur Oberkörper zu sehen	Mod8	x		x	x	x	x	x	x
	Off-stimme	Mod9								
MODINH	Inhalt der Moderation	MODINH								
	Ausschließlich Wetter	Modinh 1	x	x	x	x	x		x	x
	Zusätzliche Inhalte	Modinh2						x		
INH	Inhalt außerhalb des Wetters	INH								
	Programmhinweise	Inh1						x		
	Veranstaltungshinweise	Inh2								
	andere	Inh3								
STUDIO	Aussehen des Wetterstudios	Stud								
	Bietet Platz um zu gehen	Stud1		x	x	x	x	x	x	x
	Bietet keinen Platz um zu gehen	Stud2	x							
	Ist ident mit dem Nachrichtenstudio	Stud3								
	Interaktives Studio	Stud4								
	Studio mit Blue-Box Anzeigetafel	Stud5	x	x	x	x	x	x	x	x
	Nur Karte	Stud6								
STUDIOAKT	Aktionen im Studio	Studioakt								
	Platz wird genutzt	Studioakt1	x							
	Platz wird nicht genutzt	Studioakt2		x	x	x	x	x	x	x
FARBKLIMAST	Farbklima Studio	Farbklimast								
	bläulich	Farbklimast	x	x	x	x	x	x	x	x

		1								
	grünlich	Farbk limast 2		x						
	rötlich/orange	Farbk limast 3		x	x	x	x			
	andere	Farbk limast 4	x	x						
FARBKLI MAKART	Farbgestaltung der Karte	Farbk limak a								
	bläulich	Farbk limak a1	x	x	x	x	x	x	x	x
	grünlich	Farbk limak a2		x			x		x	x
	rötlich/orange	Farbk limak a3		x						
	andere	Farbk limak a4		x						
KARTE	Aussehen der Wetterkarte	Kart								
	Bewegt	Kart1					x	x	x	x
	Nicht bewegt	Kart2	x	x	x	x				
	Zeigt Land in Großaufnahme	Kart3	x	x	x	x	x	x	x	x
	Zeigt ganz Europa	Kart4	x		x	x	x	x	x	x
	Temperaturen sind in der Karte zu sehen	Kart5	x	x	x	x			x	x
	Temperaturen sind außerhalb der Karte	Kart6								
GRAFIK	grafische Gestaltung der Karte	Graf								

	Musik nur vor der Sendung	Mus 3								
	Musik nur nach der Sendung	Mus 4								
	Musik vor und nach der Sendung	Mus 5								
	Musik während der Sendung	Mus 6	x	x	x	x	x	x	x	x
WERB	Werbung	Werb								
	Werbung vorhanden	Werb 1			x					
	Keine Werbung vorhanden	Werb 2	x	x		x	x	x	x	x
WERBFORM	Form der Werbung	Werb fo								
	Widmung vor der Sendung	Werb fo1			x					
	Widmung nach der Sendung	Werb fo2								
	Einschaltung während der Sendung	Werb fo3								
	Ankündigung	Werb fo4								
WERBINH	Inhalt der Werbung	Werbi nh								
	Veranstaltungsankündigung	Werbi nh1								
	Bekleidungsfirma	Werbi nh2								
	Lebensmittel	Werbi nh3								
	Arzneimittel	Werbi nh4								
	Versicherung	Werbi nh5								
	Baumarkt	Werbi nh6								

	andere	Werbi nh7			x					
WETTERS YM	Wettersymbole	Wesy mb								
	Wolke	Wesy mb1								x
	Sonne	Wesy mb2		x	x	x	x	x	x	x
	Gewitter ohne Blitz	Wesy mb3								
	Gewitter mit Blitz	Wesy mb4			x	x	x	x	x	x
	Regen leicht	Wesy mb5								
	Regen stark	Wesy mb6	x	x				x	x	x
	Schneeregen	Wesy mb7								
	Schnee leicht	Wesy mb8		x						
	Schnee stark	Wesy mb9								
	Nebel	Wesy mb10								
	Nebel/Sonne	Wesy mb11								
	Doppelwolke	Wesy mb12								
	Wolke grau	Wesy mb13		x						
	Sonne und Wolke	Wesy mb14		x	x	x	x	x	x	
	Sonne und zwei Wolken	Wesy mb 15	x	x	x		x	x	x	
	Wind	Wesy mb16	x	x	x	x	x	x	x	x

		h 6								
wetterausblick	Wie weit reicht die Prognose?	Ausbl i								
	Ein Tag	Ausbl i1	x	x		x				
	Nacht	Ausbl i2		x						
	Zwei bis 5 Tage	Ausbl i3			x		x	x	x	x
	1 Woche	Ausbl i4								
	2 Wochen	Ausbl i5								
	länger	Ausbl i6								

Interview mit Dr. Christa Kummer am 27.7.2009 im ORF- Zentrum am Küniglberg

UW: Frau Kummer, da Sie sich im ORF schon lange mit dem Wetter befassen, wie Sie die Entwicklung erlebt haben beziehungsweise wann Sie den Zeitpunkt setzen würden, ab dem es vom reinen Wetterbericht hin zur Show gegangen ist?

CK:

Es gab für mich eigentlich nie den Übergang vom reinen Wetterbericht zu einer Show. Für mich ist das Wetter generell kein Show- oder Unterhaltungsprogramm. Da geht es entweder um Ist- oder um Prognose-Daten. Der Showcharakter ist da eigentlich nicht angebracht. Also ich muss ehrlich sagen, wie ich hier begonnen hab, das war im 94er Jahr, da war der Wetterbericht natürlich auf Grund der Ausrichtung und der Moderatoren, das waren nur Männer, die eher einen Beamtenstatus hatten. Und früher, so vor 30 Jahren waren das auch eher Beamte, ja, die, das waren keine Moderatoren, sondern das waren Fachpersonen die ganz sachlich und straight die Geschichte gemacht haben. Dann wollte man Fachmoderatoren haben, die die Kompetenz haben, aber trotzdem die Fähigkeiten eines Moderators mitbringen mussten. Sozusagen eine Paarung von Fachredakteur und Moderator, ich würde sagen, ein Fachmoderator.

Das war, meiner Meinung nach auch gut, ich glaube nämlich, dass es immer wichtig ist, beziehungsweise leichter ist eine Sache zu verkaufen, die einem in Fleisch und Blut übergegangen ist. Also wenn man etwas ganz genau gelernt hat und weiß wie das atmosphärisch funktioniert, kann man es auch einfach vermitteln, es hat zumindest nicht diesen steifen Eindruck. Es gibt natürlich Leute, die unheimlich talentiert sind, die bekommen ein tolles Briefing von Experten, denen wird das gegeben und die können das auch sehr kompetent verkaufen. Das ist dann die andere Art, die zweite Art, die sich weiter entwickelt hat.

Aber früher war es so, dass man wirklich ganz straight die Fakten hintereinander gehabt hat und je mehr ich darüber nachdenke hat sich an dieser Art der Wetterpräsentation auch nichts geändert, ich habe jetzt noch 15 Jahre später

immer noch die einzelnen Fakten hintereinander: Ich habe Satellitenbilder, ich habe Europatemperaturen, ich habe Prognose Vormittag, Nachmittag.

Nur die Aufmachung hat sich verändert, der Stil des Studios hat sich verändert. Das heißt man hat nicht mehr so ein kleines Studio mit Bluebox, wo der Moderator bei der Hüfte abgeschnitten wird.

Das vermittelte auch rein optisch und gefühlsmäßig schon diesen Nachrichtencharakter, dieses Steife, dieses straighte, weil der Moderator überhaupt keinen Bewegungsspielraum gehabt hat und das hat sich im Laufe der Jahre verändert. Und da ist dann auch der Titel „Show“ dazugekommen, also wenn ich daran denke, das war dann so 2003 oder 2004 glaube ich, als wir das Studio 2 geteilt haben diese „Wettermaschine“, gehabt haben. Diesen Computer mit dem Touchscreen, wo man draufgedrückt hat und dadurch dem Zuschauer vermittelt hat, dass man sich direkt die Daten holt. Dann ist man von diesem Touchscreen zur Bluebox hinübergegangen, da war ein Szenenwechsel und das war die erste Wettershow, also als solche hat man es titulierte. Ich persönlich habe es nie als solche empfunden, weil was ist eine Show?

Eine Show ist eine Unterhaltungssendung, wo nette, freundliche Inhalte vermittelt werden. Das Wetter ist nicht immer nett und freundlich! Was ist ein schönes, gutes Wetter? Das gibt es nicht! Allergiker brauchen keine Sonne und keine Hitze, die wollen es windig und etwas kühler, damit die Pollen nicht so aggressiv sind, also wenn ich jetzt sage schönes Wetter fragen mich die Pollenallergiker ob ich wahnsinnig bin, also was baue ich in die Show ein?

Sage ich: Schönes Sommerwetter, endlich heißes Badewetter, fragen mich die älteren, Kranken ob ich wahnsinnig bin, die Hitze, ihr Kreislauf ist kaputt, sie haben geschwollene Füße, sie liegen nur im Schatten, sie leiden darunter.

Wenn man sagt endlich Schnee, super Winterwetter fragen die Leute: „Sind Sie wahnsinnig, die alten Leute rutschen über die Gehsteige, der Rollsplit etc. man kann nicht gehen, die Touristen sagen sind sie wahnsinnig, sie verteufeln den Schnee, wir brauchen ihn weil Wintertourismus“ ...also wo ist da der Showcharakter?

Show muss auch etwas personalisieren können oder etwas spürbar machen können und das ist ganz einfach das Problem beim Wetter, hier ist die Objektivität an vorderer Stelle, ich kann nicht als Moderator mein persönliches Empfinden mit einbringen, das ist nicht gefragt. Das heißt ich muss eine Wetterlage so objektiv wie möglich präsentieren, sodass sich jeder irgendwo betroffen fühlt.

Entweder getroffen oder betroffen fühlt. Aber der Showcharakter geht da bei mir nicht in den Kopf hinein, ich sehe und erkenne hier keine Show, weil ich steppe nicht vor den Wetterkarten und spanne den Regenschirm auf und mache einen Regentanz. Das wäre für mich dann schon wieder ein Showcharakter und was ist das für eine Show, die 3 Minuten, oder 2 Minuten 30 lang ist?

Also geht man da meines Erachtens mit dem boulevardesken Ausdruck Wettershow auch wieder zu weit. Das ist aber, glaube ich, unser Zeitgeist. Es muss alles eine Show sein.

UW: Aber so eine Wettersendung mit Showcharakter gibt es ja und gab es auch in Österreich, ATV hat das eine Zeit lang gemacht...was halten sie davon?

CK: Die Bikinidamen! Die haben immer einen Bikini angehabt, im Winter einen Fell-Bikini, im Sommer einen normalen, aber man hat ja gesehen, auf Grund der Lebensdauer, wie lange es gehalten hat. Das war am Anfang eine recht witzige Geschichte, da hat man gesagt – aha, nette Mädels, aber man hat sofort als Zuschauer mitbekommen, dass hier ja keine Kompetenz dahintersteckt. Ja, nette Mädels, das waren hübsche Mädels, die halt da gestanden sind und zufällig über das Wetter gesprochen haben. Die hätten genauso gut über die langen Unterhosen der vielzitierten Pepi-Tant‘ reden können, das wäre völlig wurscht gewesen. Oder über die Mickey Mouse, es hätte kein Mensch mitbekommen, weil es hat nur jeder auf die feschen Mädels geschaut und geschaut, was sie für einen Bikini anhaben.

Da wurden zwei Sachen miteinander vermischt die nicht zusammenpassen, das war, würde ich sagen, für die Materie „Wetter“ eher schlecht. Wetter ist eine seriöse Wissenschaft, eine sehr schwierige Wissenschaft und das hat nicht den

Anspruch von Striptease und Bikini. Wenn man es braucht, gut und schön, aber seriöse Wetterberichte haben damit nichts zu tun.

UW: Wie wichtig, würden Sie sagen ist es gerade bei einer schwierigen Wissenschaft wie Wetter „normale“ Ausdrücke zu verwenden in der Präsentation, beziehungsweise wie wähle sie aus wann Wissenschaftsterminologie und wann Umgangssprache?

CK:

Das ist unheimlich schwierig. Ich habe täglich eine Fülle an Materialien, im Endeffekt sind es pro Tag 24, die zusammenschaut werden. Jetzt zum Beispiel vom englischen Modell: Ich habe da acht Karten für 0 Uhr für 6 Uhr...also das ist eine Menge Karten und diese Fülle die ich hier habe, die werden zusammenschmolzen in ein vereinfachtes Modell, dass das dann so aussieht wie es hier aussieht, ich habe ja auch nur ganz wenig Zeit, ich habe für eine Großwetterlage, über der man einen ganzen Tag sitzt und studiert, wie könnte man es am besten verkaufen, damit es jeder versteht, die einzelnen Karten sind ja sehr komplex! Am Abend habe ich dann aber 20 Sekunden, um eine Großwetterlage zu erklären, das heißt ich kann nicht alle komplexen Themen hineinbringen, ich muss das so vereinfachen, dass man es versteht, dass man es visualisieren kann, selbst wenn ich keinen Kommentar dazu abgebe, wenn ich also nicht höre, was die oder der sagt, muss ich diese Karte anschauen und muss sofort erkennen was tut sich da. Also, etwa: man sieht sofort was sich da tut, man sieht sofort es ist zurzeit warm, weil warme Luft da ist, aber gleichzeitig sieht man, da kommt kalte Luft...das muss man sehen können, da brauche ich gar nicht großartig wissenschaftlich erklären. Und das sind die schwierigen Dinge, die man aufgrund hochkomplizierter meteorologischer und physikalischer Dinge in 20 Sekunden übermittelt. Man kann natürlich auch Fachausdrücke nennen, das ist auch wichtig, ich glaube, die Leute sollten auch damit umgehen lernen. Unsere Gesellschaft ist auch sehr bildungshungrig und die Leute, die meteorologisch interessiert sind, legen da auch Wert darauf. Also ich sage Kaltfronten, da ist klar, das weiß jeder. Den Begriff Warmfront kennt auch jeder.

Es ist nur traurig, wenn man so manche Sender sieht und dann kommt „Unwetterfront“ oder „Schönwetterfront“.....es gibt keine Schönwetterfront ,

eine Front bringt immer Wolken oder Regen aber eine Schönwetterfront gibt es nicht, da gibt es immer diese lustigen Mutationen von Begriffen, die nicht passen. Man kann zum Beispiel auch von Okklusionen sprechen, wenn man es im Rahmen der Sendung erklärt, in Erklärstücken. Aber zu vollgespickt sollte eine Sendung nicht sein.

Was ist der Anspruch einer Wettersendung? Sie sollte kurz, zwischen einer und drei Minuten dauern. Die Conclusio sollte sein, was brauche ich morgen: Regenschirm, Sonnencreme, Bikini, Wintermantel, herrscht Glatteisgefahr? Man benötigt keine großartigen, meteorologischen Erklärungen in einer kurzen Sendung. Es genügen die Informationen wie das Wetter wird und welche Kleidung benötigt wird

Also: meteorologische Erklärungen ja, wenn es die Möglichkeit gibt sie im Rahmen von Erklärstücken kurz zu erläutern, aber es sollte nicht zu viel sein, man sollte relativ schnell auf den Punkt kommen können.

UW: Oft werden noch Zusatzleistungen im Wetter angeboten, etwa Biowetter, Segelwetter, Bauernwetter... Sie haben sogar ein Buch über Wetterfähigkeit geschrieben. Sollten diese „Extras Ihrer Meinung nach noch mehr in die Wetterberichte mit einfließen?

CK: Da scheiden sich die Geister, das ist auch unter Meteorologen und Experten immer wieder ein Streitthema. Ich kann das jetzt nur aus meiner Sicht beurteilen. Ich persönlich finde, man muss nicht jedes Wetter extra betiteln: Ich muss nicht Bergwetter, Segelwetter, etc. sagen. Der Wetterbericht ist ja eh in Summe da. Wenn ich für das Waldviertel Regen voraus sage, dann weiß der Bauer, dass er schon jetzt seine Wiese mähen muss, damit er nicht in den Regen kommt. Natürlich kann ich auch sagen, es gibt Segel- oder Surfwetter. Dann könnte man

zum Beispiel die Windstärke, Beaufort angeben. Ein Bauer, der zum Beispiel Getreide oder Früchte anbaut, benötigt anderes Wetter, als ein Winzer für seine Weintrauben. Da scheiden sich schon wieder die Geister, da kommt wieder die Schwierigkeit heraus.

Diese Differenzierungen zwischen Berufs- oder Interessensgruppen ist in unserer modernen Zeit „in“ geworden.

Das zweite war das Biowetter, das bevorzuge ich persönlich auch sehr, weil ich selber seit mehr als 35 Jahren extrem Wetterfühliger bin. Ich weiß, wie es Menschen geht, wenn Wetterwechsel kommen und wie elend man sich fühlt. Wenn man sich da ein bisschen drauf einstellen kann, also manche wissen, dass sie auf kalte Fronten, manche wissen, dass sie auf Warmfronten, auf Sturm, wie auch immer reagieren, dann ist das schon angenehm. Das ist ein psychologischer Effekt. Ich bekomme zum Beispiel Kopfschmerzen, brauche mir aber keine Sorgen zu machen, dass da etwas in meinem Kopf wächst oder ich sonst irgendetwas habe. Ich weiß dann, das Wetter beginnt sich umzustellen. Das ist eine mögliche Ursache und wenn es nach ein paar Tagen wieder weg ist, dann weiß ich, dass es das war.

Biowetter ist meiner Meinung nach sehr wichtig, aber das sind so Streitpunkte: Wie weit mischt man sich in eine Sendung ein? Ich gehe da manchmal schon so weit, dass ich das persönliche Empfinden schon anspreche. Marcus Wadsak würde das nie ansprechen, ich als Betroffene lege besonders viel Wert drauf, weil mir die Menschen einfach leidtun, weil ich weiß, wie man sich fühlt. Ich habe sicher einen besonderen Zugang.

UW: Seit dem es „HIÖ“ und so weiter gibt, werden die Wettermoderatoren auch extra geholt, in der ZIB war vorige Woche (ANM: da gab's heftige Unwetter) zu Analyse geholt, glauben Sie dass sich diese Entwicklung immer mehr zeigen wird, dass Wettermoderatoren auch in andere Formate geholt werden?

CK:

Naja das gibt es ja schon lange. Das Wetter gab es auch in „Willkommen Österreich“ als eigene Wettershow. Da hatte das Wetter auch wirklich mehr Showcharakter. Aber da war es, da war, da hat es ja schon ein bisschen mehr, das muss ich jetzt schon dazusagen, da hat es schon ein bisschen mehr Showcharakter, also ich persönlich mag den Ausdruck Show nicht, aber es hat schon mehr Showcharakter gehabt, etwas Spielerisches gehabt. Da hat man relativ lange Zeit gehabt. Man konnte hantieren, quasi mit dem Wetter in der Hand. Man hat immer irgendwelche Erklärstücke gebastelt. Man hat Dinge, zum Beispiel einen Berg, gehabt und dann hat man gezeigt, wenn da jetzt die warme Luft aus dem Süden kommt und aufsteigt, dann kühlt sie ab. Wie der Temperaturverlust ist, konnte man angreifen, das war ganz lustig. Dann ist man zur Wetterkarte gegangen, da können sich viele sicher noch erinnern, wo mit Magneten die Symbole hinzugefügt wurden. Das war etwas, da konnte man auch Emotion, Empfindung einfließen lassen. Da bei den Tirolern gibt es Regen und da kommt die Sonne. Da war etwas Spielerisches. Das war auch das Format, muss man dazu sagen, etwas, das ich angreifen kann, etwas, das eine Studiodekoration hat, wo ich einen unordentlichen Schreibtisch habe, wo vielleicht noch die Wetterkarten herumliegen. Das ist greifbar, das ist witzig, da fühlen sich die Leute dann zuhause. Wir haben sogar ein Fenster gehabt, wenn es draußen geregnet hat, haben wir es dort auch regnen lassen, das war immer recht lustig.

Aber wenn ich in einem Studio stehe, in dem alles virtuell war, kann ich das nicht machen. Jetzt ist das Studio real, die Videowall ist ja wirklich da...

UW: Die haben Sie also wirklich hinter sich?

CK: Ja, die ist wirklich da. Aber es ist trotzdem steril. Das Sendungsformat eines „Zeit Im Bild“- Wetters vermittelt Sterilität. D geht es um Hardfacts. Damals in „Willkommen Österreich“ war das „Wetterzimmer“ da ist was runtergefallen, dann hat man die Symbole aufgehoben, sie sind wieder runtergefallen, das war einfach so und damit hat sich der Zuschauer identifiziert: „Ja, die steht da in ihrem Zimmer und klebt die Wolken an die Wand!“ Das war nachvollziehbarer, jetzt bei „Heute in Österreich“ ist man zwar auch im Studio und wird einbezogen in die Sendung, aber trotzdem ist es etwas Anderes. Man muss aber schon sagen, dass

das Wetter in „Heute in Österreich“ der Quotenstärkste Teil ist. Das Wetter interessiert, auch wenn es in diesem sterilen Rahmen stattfindet. Es wirkt aber trotzdem etwas lockerer, alleine dadurch, dass man mit einem Kollegen kurz spricht. Bei Extremereignissen, holt man Experten ins Studio zwecks Analyse, der ORF kann hier seine eigenen Leute in die Sendungen holen. Das ist natürlich auch dahingehend gut, dass dadurch die Kompetenz der Wetterredaktion unterstrichen wird, das heißt wir brauchen uns keine Experten von der ZAMG (Zentralanstalt für Meteorologie; Anm. der Autorin) einladen.

UW: Warum glauben Sie, dass Wetter so ein Zusehermagnet ist?

CK: Das Wetter ist, glaube ich, ein geliebtes und gehasstes Stiefkind: Keiner glaubt an die Prognose, aber jeder will sie hören. Man ist doch neugierig. Selbst wenn wir jetzt einen 15 Tage-Trend spielen, schauen die Leute ob die Kurve hinten rauf oder runter geht, am besten ist, wir sagen zu Ostern schon das Wetter für Weihnachten voraus. Das heißt, die Leute wollen es wissen, es ist wichtig, sie glauben daran, es emotionalisiert und man will es sehen.

Wetter berührt jeden in irgendeiner Form, Egal ob das jetzt Kranke sind Gesunde, Landwirte, Sportler, Wanderer, Berufstätige wie auch immer, jeder ist irgendwie am Wetter interessiert, weil es ein Teil seines Lebens ist.

Das Wetter ist ein nicht wegreduzierbarer Teil unseres Lebens und in irgendeiner Form sind wir alle tagtäglich damit konfrontiert. Wenn ich morgen nach Linz fahren muss, schaue ich in den Teletext oder ins Internet oder den Wetterbericht an, das heißt ich muss mich dauernd informieren, wie es wird. Das Wetter ist eine Größe die mein Leben beeinflusst und bestimmt, ich habe aber keinen Einfluss darauf.

UW: Andreas Jäger hat gemeint, er glaube das Fernseh Wetter wird über kurz oder lang Geschichte sein wird, weil sich die Menschen eher übers Internet informieren werden, glauben Sie auch dass es bald keinen Fernseh Wetterbericht mehr geben wird?

CK: Das Internet ist natürlich eine große Konkurrenz, aber nicht nur für das Fernseh Wetter, sondern für alle Fernsehsendungen. Ich kann alles im Internet finden, ich brauche nicht mehr fernzusehen. Wenn ich unterwegs bin, in der Natur, und ich will wissen, was los ist dann kann ich mir auf dem Handy aus dem Internet alle Schlagzeilen holen, samt Wetterinformationen, natürlich.

Aber ich glaube trotzdem, dass manche Dinge auch ein bisschen Personengebunden sind. Die Leute identifizieren sich mit den Gesichtern, man sieht im Laufe der Geschichte, welche Gesichter sich wie lange gehalten haben, wer sich etabliert hat im Fernsehen.

W Leute nur eine kurze Verweildauer im FS gehabt haben so wie diese Bikinidamen zum Beispiel, dann erinnert sich niemand mehr an die Namen, man weiß höchstens Bikinidamen und dass eine blond und eine dunkelhaarig war. Ich denke, gerade in unserer Zeit ist viel Personenzentriert, man liebt sie oder man hasst sie. Gerade das Wetter emotionalisiert enorm, das bietet für viele Menschen auch ein Ventil.

Auch im ORF wird das Wetter stark personalisiert: Das Wetter ist Christa Kummer, das Wetter ist Markus Wadsak und das Wetter ist Bernhard Kletter. Wir sind schuld, wir drehen aus, damit es heiß wird, wir machen den Regen, die das heißt man ist ein Teil dieses Wetters und wird auch dafür verantwortlich gemacht. Ich glaube, man braucht immer wieder so einen Prellbock, man braucht immer wieder einen Dummen der Schuld ist.

Langfristig gesehen glaube ich trotzdem, dass die Fernsehlandschaft sich verändern wird, das das Internet vieles ablösen wird, das Fernsehen in seiner gesamten Struktur anders wird. Man braucht sich nur anschauen, Spielfilme, die früher Millionen vor den Apparat gelockt haben, sind jetzt schon gut, wenn 500.000 sie sehen.

Wir haben eine Reizüberflutung, die Jugendlichen wachsen mit zu vielen elektronischen Medien auf und sind nicht mehr angewiesen drauf, dass man vorm Fernseher sitzt. Ich kann mich erinnern, als ich ein Kind war, war der Fernseher die heilige Kuh, der ist zuhause gestanden, der ist abgewischt worden, als Kind

durfte man den nur anschauen, angreifen war verboten! Das durften maximal Mama und Papa, heute ist das nicht mehr und ich glaube, dass da dieser Wandel zu suchen ist also nicht im Speziellen beim Wetterbericht.

UW: Sie haben die Personalisierung angesprochen, wie sind da ihre Erfahrungen?

CK: Da gibt es viele Erlebnisse in 15 Jahren. Auf der einen Seite finde ich das unglaublich schön, weil es eine Bestätigung meiner Arbeit ist. Das heißt, wenn die Leute auf mich zukommen, mich erkennen. Man schaut in Natura ganz anders aus als im Fernsehen, das ist so, das Bildschirmgesicht ist ein ganz ein anderes als das private Gesicht. Im Fernsehen sind wir alle wunderschön hergerichtet, gelackt von oben bis unten und im Privatleben hat man die Fernsehschminke nicht. Trotzdem ist es dann immer ganz witzig, wenn die Leute mich erkennen, dass sie diese Gesichter verschmelzen können, das ist irgendwie ganz witzig. Es gibt immer Meldungen zu meiner Person: es geht um Mode, es geht um Prognosen, aber generell ist das Wetter immer ein guter Anknüpfungspunkt, dass man mit jemandem ins Gespräch kommt. Für mich ist das eine Bestätigung meiner Arbeit, dass sie nicht ignoriert wird, das heißt es gibt viele Moderatoren, die sind am Schirm und keiner kennt sie. Da weiß man nur das irgendwer das und das moderiert aber man kennt keinen Namen. Deshalb ist es umso schöner, wenn man es geschafft hat einen gewissen Bekanntheitsgrad zu erreichen und erkannt zu werden. Dafür kann man bewusst nichts machen, ich mache meinen Job, wie alle anderen auch. Das ist eben eine bestimmte Dynamik, sozusagen ein Geschenk das vom Zuschauer zurückkommt und das finde ich schön, egal ob das jetzt positive oder negative Meldungen sind. Ich weiß, ich bin nicht wurscht, also was Christa Kummer sagt ist nicht wurscht! Es wird angenommen oder negiert, wie auch immer aber es ist nicht wurscht und das ist die schönste Bestätigung für seine Arbeit, die man bekommen kann.

UW: Was mich noch interessieren würde haben sie eine Lieblingswettersendung?

CK: Ich muss jetzt ganz ehrlich sein, ich hab keine Zeit ausländische Wettersendungen zu schauen, wenn ich Freizeit habe, bin ich in den

Abendstunden immer im Wald, fischen oder was auch sonstige Aktivitäten, da habe ich keine Zeit zum Fernsehen, und wenn ich fernsehe dann schau ich ORF-Wetter, meistens so einen Tag bevor ich wieder ins Büro gehe. Nicht um Kollegen auszustaffieren, sondern, damit ich weiß wo ich morgen aschließen muss. Ab und zu, wenn irgendwas so flimmert finde ich zum Beispiel CNN Wetterberichte ganz witzig, weil die Moderatoren nicht diesen Schönheitswahn haben, sondern weil da ganz einfach Moderatoren stehen, die ziemlich dick sind, ziemlich viele Jährchen am Buckel haben, sowohl Männer als auch Frauen, völlig unkonventionell über den Schirm huschen. Wenn wir das im Österreichischen FS machen würden, dann würden wir von der Bevölkerung geverteilt, verbrannt am Scheiterhaufen. Die würden sich fragen, ob wir jetzt komplett durchgedreht sind. Ich mag es, weil die so unkonventionell sind, die gehen aus dem Bild, kommen wieder rein, sind abgeschnitten, das schaut witzig aus. Von den deutschen Sendern gefällt mir RTL ganz gut, Thomas Häckl zum Beispiel mit seinem virtuellen Studio, die haben schon lange vor uns begonnen mit dem virtuellen Studio und haben eine sehr große Auswahl an –Karten mit denen sie arbeiten, wo ich aber finde, dass es zu schnell ist, zu viel Inhalt in zu kurzer Zeit. Mir gehen aber auch unserer Sendungen zu schnell, wir haben zu viel Info in zu wenig Zeit, aber der Thomas Häckel gefällt mir sehr gut, aber ich muss trotzdem sagen, dass unser ORF Studio unsere Videowall und diese Weitre des Studios jetzt, dass man den Moderator bis zu den Füßen sieht, dass er nicht abgeschnitten ist, dieses Format, dass da nicht diese Jungfrau ohne Unterleib über den Bildschirm huscht, das finde ich wirklich toll. Weil hier nicht der Moderator die Wichtigkeit hat, sondern die Karte und man sieht den Moderator zwar ganz aber trotzdem ist die Karte sehr groß und steht im Mittelpunkt. Ich finde, die Weite des Studios sehr schön, weil man auch agieren kann ich finde das Wetter das wir jetzt haben ist, was das Studio betrifft, sicher das schönste.

UW: Ist es eine gute/richtige Entwicklung Wettermoderator wegzulassen, wie es viele Sender machen?

CK: Nein, gerade in den Landesstudios geht es nicht um einen detaillierten Wetterbericht, ich muss betonen, dass das subjektive Empfindungen sind, das Wetter ist immer ein Quotenbringer, das Wetter interessiert und gerade in einer Landesstudiodredaktion kann ich die Empfindung und Emotion der Bevölkerung

über den Wetterbericht einfangen. Da kann ich wirklich dieses Landwirtschaftswetter machen, da kann ich einmal die Fischer holen, einmal die Gemüsebauern holen, einen die Winzer, das alles kann ich in den Wetterbericht einbringen. Natürlich bekomme ich in einer Off Matz (nur Wetterkarten ohne Moderator mit Kommentator-Stimme; Anm. der Autorin) auch das Wetter mit, aber es ist für mein Empfinden lieblos, da kann ich auch ins Internet gehen, oder in den Teletext, Seite 611, da steht auch drinnen, wie das Wetter in den nächsten sechs Tagen wird. Daher glaube ich, es ist ganz wichtig einen Moderator zu haben. Es machen auch viele Landesstudios zum Beispiel die Burgenländer, die Tiroler, Steiermark, das weiß ich, die haben ein moderiertes Wetter, die Wiener auch, genau, wobei die halt ein bisschen eingeschränkt sind, die sind wirklich mehr im Studio. Aber am Land, da werden die Emotionen der Bevölkerung wiedergegeben. Herr und Frau Österreicher sehen sich auch wahnsinnig gern im Fernsehen, da sitzt dann der ganz Ort vorm Fernseher, weil heute war das Landesstudio NÖ da oder die Sommerzeit war da, wer auch immer das wäre auch ein Kundenbindungsprogramm.

UW: Kommen von den Zuschauern auch Rückmeldungen auf die Mode, die sie in den Wettersendungen tragen?

CK: Meine Schuhe sind das große Thema, da gibt es wahnsinnig viele Mails von Männern: Welche Marke das ist? Welchen Durchmesser der Absatz hat? Also sie wollen die Höhe und den Durchmesser des Absatzes wissen. Natürlich kommen auch Mails von Frauen, die wissen wollen, wo die Schuhe zu kaufen sind. Das Thema Schuh ist unglaublich. Ich habe immer geglaubt, es geht ums Wetter, aber das wusste ich seit meiner ersten Sendung, 1995, dass es nicht ums Wetter geht, sondern, dass es ums Gewand und ums Äußere geht. Aber das Thema Schuhe ist unglaublich!

UW: Ist das bei den männlichen Moderatoren auch so?

CK: Ich weiß es nicht, glaube aber nicht. Bei den Männern war das nie so ein Thema, wie bei den Frauen. Die einen schreiben dann, die Haare sollen offen sein, die anderen wollen Hochsteckfrisuren, die einen finden, dass ich nur Kleider anziehen soll, dass die Rocksäume 20 cm kürzer sein sollen, die andern schreiben dass die Röcke zu kurz sind und länger sein sollen, die nächsten schreiben, dass ich nur Hosen anziehen soll. Das bewegt, die Mode beim Wetter bewegt unheimlich!

**Interview mit Mag. Andreas Jäger am 23.7.2009 per Telefon aus dem ORF
Landesstudio Niederösterreich**

UW: Meine erste Frage, wie haben Sie die Entwicklung zur Wettershow als Moderator als Wetterfrosch der Nation miterlebt?

AJ: Ich glaube der entscheidende Impuls, in Österreich ein bisschen ein Unterhaltungselement hineinzubringen ist sicher von Michael Belcredi gekommen, das war damals in den 80ern. Da war er der erste der sich ganz bewusst vom steifen Wetterbericht gelöst hat und versucht hat, das ganze etwas g`schmackiger zu bringen. Ob man das jetzt schon eine Show nennen kann, weiß ich nicht aber auf jeden Fall, hat er versucht die Wettereindrücke von draußen, so viele Aufnahmen wie möglich einzubauen. Er war sicher der erste und dann ist das über den Sterzinger (Peter Sterzinger, ehemaliger Chef der ORF Radiowetterredaktion; Anm. der Autorin) auch ins Radio eingezogen, also ich glaube da hat sich sehr viel getan. Wobei das entscheidende ist nicht die Show, oder sagen wir es so, beim Wetterbericht werden Sie nie mit der Show alleine auskommen, auch nach diesen vielen Jahren geht es ganz einfach immer noch um Information. Ich glaube, dass trotzdem noch immer die Information im Vordergrund steht, wenn die fehlt kann man mit einer Wettershow keinen Erfolg haben.

UW: Bei vielen Sendern, wie auch bei RNÖ wird das Wetter von Nichtmeteorologen moderiert, wie sehen Sie diese Entwicklung, geht das in die falsche Richtung wenn nur noch „Sprechpuppen“ das Wetter lesen?

AJ: Ich würde nicht sagen, dass das der falsche Weg ist es kommt immer drauf an wie sehr ich mich als Moderator/in damit identifiziere und dafür interessiere. Man muss kein Meteorologe sein, um gute Wetter-Sendungen zu machen, aber man muss sich dafür interessieren, dafür begeistern können, das glaub ich schon. Das war auch damals bei Belcredi so. Der ist ja eigentlich gelernter Journalist und dann durchs Fliegen auf die Idee gekommen, Wetter zu machen. Er hat ja einen

Berufspilotenschein, glaube ich, und dabei ist er auf den Geschmack des Wetters gekommen. Dasselbe ist übrigens auch bei Peter Sterzinger der Fall, er ist gelernter Jurist, ist aber sehr versiert beim Wetter, er hat sich sehr weitergebildet, also grundsätzlich kann man nicht sagen, dass es die falsche Richtung ist.

UW: Jörg Kachelmann, der sehr berühmt für den Wandel in der Wetterpräsentation ist, hat gemeint, dass das Wetter deshalb immer bedeutender geworden ist, weil die Menschen ihre Freizeit bestmöglich nutzen wollen, daher genau wissen wollen, wie es wird, glauben Sie das auch, dass das Wetter deshalb an Bedeutung gewonnen hat?

AJ: Kachelmann ist übrigens auch kein gelernter Meteorologe, der ist Geograph, meines Wissens nach, aber die Frage war jetzt das Freizeitverhalten. Ich bin der festen Überzeugung, dass die Freizeit immer wichtiger wird. Freizeit ist ja immer auch begrenzt. Man möchte sich die Zeit bestmöglich einteilen, das hängt mit dem Fluch zusammen, dass wir immer alles gleichzeitig machen wollen. Man will einfach alles, also wir haben ein Zeitproblem. Da wird das Wetter dann natürlich wichtig, wenn ich mir, zum Beispiel für Sport, drei Stunden am Abend einteile. Will ich paragliten oder joggen, dann ist es für mich wichtig, dass es in den drei Stunden nicht minus 10 Grad hat oder regnet, weil ich nur im trockenen Joggen will. Und dann habe ich vielleicht keine Zeit die drei Stunden abzuwarten.

UW: Sie haben vorher schon angemerkt, das Wetter g`schmackg zu präsentieren, glauben Sie das es wichtig ist von der rein wissenschaftlichen Sprache wegzugehen hin zu einer normalen Sprache, beziehungsweise war Ihnen das bei ihren Moderationen auch immer wichtig?

AJ: Ich glaube, das geht in beide Richtungen, da muss man sehr variabel sein, wenn ich mir zum Beispiel die amerikanischen weathermen anschau, die sind unglaublich kompetent. Warum? Weil das Wetter da unglaublich verrücktspielen kann... Wenn es zum Beispiel am nächsten Tag regnet, dann kann ich locker sein, die Leute quasi trösten, in dem ich einen guten Scherz mache. Aber wenn es dann

um andere Sachen geht, um Hurrikans oder so, da kann ich dann nicht mehr flachsen, da ist dann wissenschaftliche Sprache durchaus angebracht. Da hören die Leute auch zu, werden Zahlen, und Fakten extrem wichtig. Da muss man genau argumentieren

Ich glaube, das ist der Punkt. Man muss sich je nach Wetterlage einstellen können, also wenn es, was wir heuer offensichtlich nie haben werden, drei Wochen sonnig ist mit ein paar Quellwolken und örtlichen Gewittern hie und da ist, da braucht man nicht wissenschaftlich werden. Ich glaube schon, dass man von der reinen Fachsprache, wie Niederschläge und so, wegmuss. Ich hole noch einmal aus, Belcredi war kein Meteorologe und er hat nicht wirklich gewusst was eine Okklusion ist und er hat gewusst, dass es die Leute auch nicht wirklich wissen. Er hat den Begriff trotzdem immer wieder benutzt, einfach um kompetenter zu wirken, so kann man es auch machen!

UW: Sie sind nach wie vor Österreichs Wetterfrosch, nach wie vor verbindet mit Andreas Jäger jeder Wetter, erleben Sie das nach wie vor, diese Personalisierung

AJ: Ja auf jeden Fall, durch das Wetter ist man extrem angreifbar, also nicht im Sinne von jemandem angreifen, sondern angreifbar im Sinne von jeder sieht sich als Experte beim Wetter und jeder glaubt er kennt sich besser aus und dadurch tendieren die Leute dazu jemanden zum Wetter zu machen, der Moderator ist das Wetter. Hier findet immer Personalisierung statt, das merkt man auch daran, dass die Leute einen duzen. Man wird auf der Straße angesprochen, ganz offen, als wäre man ein Freund, den die Menschen schon lange nicht mehr gesehen haben.

UW: Ist Ihnen das passiert, dass die Leute auf der Straße auf Sie zugekommen sind und gesagt haben: „Du, Andreas wie wird denn das Wetter morgen?“

AJ: Ja, sicher! Das ist ganz normal, gerade jetzt, wo wir eine schwierige Wetterlage haben, wo viele Fehlprognosen passiert sind, das ein oder andere Gewitter nicht gekommen sind oder doch stärker, als es prognostiziert worden ist.

Da werde ich sehr stark darauf angesprochen. Das Wetter ist etwas sehr Volkstümliches. Es ist ein Unterschied, ob man eine Physiksendung oder das Wetter moderiert.

UW: Das heißt, das ist nach wie vor so bei Ihnen auch wenn sie schon seit längerem nicht mehr moderieren?

AJ: Ja, das ist beeindruckend, wie lange sowas dauert, ich bin selber überrascht aber das ist die Kraft von Ö3. Muss es sein, ich kann es mir auch nicht ganz erklären.

UW: Sind Sie auch schon böse angesprochen worden, weil eine Prognose nicht gestimmt hat?

AJ: Ja, das kommt schon vor. Aber meistens ist es eher lustig gemeint, aber es kommt schon auch anders vor. Wenn das Wetter wirklich schlecht ist, und es sich auf wirtschaftliche Dinge auswirkt, also zum Beispiel bei Bauern. Wenn die Prognose falsch war, dann hat es gehagelt und die Ernte war kaputt, da kann es dann auch böse Rückmeldungen geben.

UW: Aus Ihrer Karriere als Wettermoderator ist mehr geworden, sie haben etwa auch Kinderbücher geschrieben. Glauben Sie dass das eine allgemeine Entwicklung ist das Wettermoderatoren immer mehr zu Stars werden? Auch international gesehen?

AJ: Sie sind auf jeden Fall in vielen Richtungen verwendbar. Bei Jörg Kachelmann war es auch so, der hat auch Werbungen gemacht, oder Talkshows moderiert. So etwas Ähnliches wie Club 2 hat er in der Schweiz einmal moderiert. Es geht, denke ich schon ein bisschen in diese Richtung.

UW: Glauben Sie, dass das auch daran liegt, das Wetter jeden betrifft und das man vielleicht deshalb den Wettermoderatoren auch alles abnimmt?

AJ: Ich glaube, das hängt auch vor allem damit zusammen, dass man ihn (den Wettermoderator, Anm. der Autorin) als einen von uns empfindet. Das ist ein großer Unterschied, glaube ich. Ich glaube, dass ein Wettermoderator auch zu ganz anderen Veranstaltungen gebucht wird, als ein ZIB-Moderator. Zumindest geht es mir so. Dass er für etwas ganz anderes steht, vielleicht für was Unterhaltenderes, was Volkstümlicheres, ja dass die Leute einfach näher an ihm dran stehen

UW: Haben Sie eine Lieblingswettersendung in Österreich oder auch international, die sie sich gerne anschauen?

AJ: Im Moment, habe ich nicht wirklich eine Spezielle, da fällt mir keine ein. Wenn ich ehrlich bin beobachte ich bei mir den Trend, und das wird interessant wie sich das in Zukunft weiter entwickelt, ich hole mir die Informationen aus dem Internet. Ich habe ein Kind, das muss am Abend ins Bett, wenn ich fertig bin versäume ich meistens das Wetter. Michael Belcredi war für mich der Höhepunkt der Wettersendungen, man hat wirklich auf ihn gewartet, weil damals war das der einzige Ort, an dem man eine drei- Tages- Prognose bekommen hat. Heute bekomme ich eine neun-Tages-Prognose und dazu muss ich nur auf „wetter.at“ gehen oder auf die „Zentralanstalt“ (Zentralanstalt für Meteorologie; Anm. der Autorin) egal wo, ich kriege so viel Wetterangebot. Ich glaube das ist ein bisschen das Problem im Moment. Ich glaube, es gibt einen Wetter- Overkill, auf Dauer können, denke ich, wirklich nur echte Persönlichkeiten im Radio und am Schirm überleben

UW: Fällt Ihnen eine Persönlichkeit ein, die es im Moment gibt?

AJ: Ich glaube, dass die neue von ATV die Regina Keil durchaus eine Persönlichkeit ist, Christa Kummer ist auch eine Persönlichkeit, die Christa Kummer, ich glaube, dass sie sehr stark polarisiert. Sie ist schon so lange dabei, die hat schon so ein Standing, dass sie schwer wegzukriegen ist, das man sie schwer wegdenken kann. Weil ich im Moment viel Kontakt zu ihr habe, fällt mir Regina Kail ein, aber im ORF gibt es auch in den Landesstudios echte Größen.

Zum Beispiel Erhard Berger in Tirol, der ist dort der „Hans Dampf in allen Gassen“, der ist sehr beliebt und es gibt in jedem Bundesland Wetterleute, die relativ bekannt sind und die auch ihren Job sehr gut machen.

UW: Weil Sie das ansprechen, in NÖ hat man die Moderatoren abgeschafft ist wieder zurück zu Karte und OFF- Stimme, glauben Sie das diese Entwicklung weitergehen wird?

AJ: Ich denke nicht, dass die Zeiten der Wettermoderatoren vorbei sind, aber wenn ich keine Personality hab, wenn ich nicht auffalle nicht so, dass sich alle ärgern, dann wird es schwierig. Wenn ich Personality habe, mir die Geschichten gut überlege, gute Arbeit mache dann wird es schwer sein, dann habe ich eine Überlebenschance. Die guten Moderatoren mit Unterhaltungswert, aber im Sinne, dass ich auch etwas erfahre, die wird es immer geben, es wird weniger geben aber die guten bleiben.

UW: Glauben Sie diese Entwicklung zur Wettershow wird weitergehen oder sich wieder zurückentwickeln?

AJ: Ich glaube nicht zurückentwickeln, ich glaube nicht, dass das jetzt großartig weitergeht. Es gibt einfach interessantere Sachen als das Wetter, der Wetterbericht ist eine sehr alte Sache, kaum jemand unter 40 Jahren interessiert sich für den Wetterbericht. Das sind nur wenige, ein paar Freaks die im Urlaub wissen wollen, ob es regnet oder nicht, aber wirklich für das Wetter interessieren, das ist eher die gehobene Altersschicht. DA muss man vorsichtig sein, eine Wettershow für die 14 bis 35 jährigen machen, ich denke, da wird man Schiffbruch erleiden, an das glaube ich nicht.

UW: Sie haben gesagt man müsste sich was Neues einfallen lassen, um als Moderator zu überleben, fällt Ihnen da etwas ein?

AJ: Was ich gemacht hätte wenn ich bei ATV geblieben wäre, dann hätte ich komplett auf Außenmoderation gesetzt. Ich hätte, also der DRS macht das jetzt schon seit einigen Jahren, von einer fixen Außenstelle moderiert, also ein fixes Studio aber immer draußen. Von dort hätte ich das Wetter moderiert und wäre dann zyklisch immer irgendwo hingefahren. Wenn wir in Niederösterreich sind, ist das einfach, dreimal bin ich vorm Landesstudio draußen und mindestens zweimal bin ich in einem der vier Viertel. So würde ich das machen, ich würde komplett von der Technik weggehen, diese ganzen Animationen und so weiter, das würde ich komplett streichen. Die Karten würde ich ganz simpel lassen und versuchen mehr zu den Leuten zu gehen.

UW: Also zu den Leuten hin...

AJ: Zu den Leuten hin und die Leute auch vor das Mikrophon holen. Wirklich im Sinne einer Show. Das ist aber in Österreich wieder schwierig, weil es kostspielig ist, da muss ich dann auch Vorarlberg abdecken, da muss man rausfahren oder fliegen, das wird teuer. Aber in den Bundesländern ließe sich das schon machen. Aber da würde ich mich nicht ins Studio stellen, ich würde ganz klar einen Kontrapunkt setzen und hinaus gehen. Das hätte ich auch machen müssen, wenn ich bei ATV geblieben wäre, weil da einfach das Geld nicht da ist für so tolle Animationen und so ein tolles Studio, wie sich der ORF das leisten kann. Das ist auch bei den Landesstudios ähnlich, da wird auch gespart. Also würde ich mir die Kulisse draußen suchen, das soll man dann auch sehen, da würde ich auch im Regen stehen oder in der prallen Sonne.

UW: Das heißt Sie halten die Wetterkarten und so weiter, gar nicht für so wichtig?

AJ: Ich würde es so sagen, ich würde mir genau überlegen, mache ich den Schwerpunkt auf Karten und bin ich der, der mit lässigen Animationen auch einmal Sachen erklärt oder bin ich eher auf volkstümlich unterwegs und dem Regen auf der Spur? Ich würde mir ein Konzept überlegen und dann muss man auch überlegen ob der Sender das Konzept überhaupt halten kann. Mir fällt das

konkret bei Ö3 auf, ich finde, es sehr langweilig, dass das Wetter in der „Morningshow“ immer nur aus dem Studio kommt. Ich möchte hören, also wenn ich jetzt die „Morning Show“ von Radio Niederösterreich nehme, ich weiß ja gar nicht wie ihr die macht, aber ich möchte eigentlich den Wettermann von draußen hören, ich möchte hören, dass der irgendwo ist uns sagt: „Das war jetzt eine kalte Nacht und ich stehe da bei minus so und so viel Grad oder ich stehe da an der Donau und tatsächlich das Wasser ist schon sehr hoch oder wenn man das macht, dann kann man eine Marke erzeugen, es ist ja gleichgültig, ob man tatsächlich an der Donau oder nur vorm Landesstudio steht, aber es ist anstrengend und kostet Geld, wobei man das für das Radio schon machen könnte. Aber man muss Einsatz zeigen. natürlich mit Stress verbunden und kostet Geld, wobei für das Radio kann man das schon machen aber da muss man halt Einsatz zeigen.

Man muss eine Marke erzeugen und die Marke ist draußen. Dann bin ich auch nicht ersetzbar. Wenn ich nur Texte ablese, dann bin ich über kurz oder lang ersetzbar, da kann man sich dann den Moderator tatsächlich sparen, davon bin ich überzeugt!

Lebenslauf:

geboren: am 30. Juli 1984 in Krems an der Donau

wohnhaft: Liebhartsgasse 40/23
1160 Wien

Telefon: 0650/2441447

Vater: Ing. Heinz Wares, Maschinenbauingenieur im Ruhestand

Mutter: Margarete Wares, Kindergärtnerin im Ruhestand

Ausbildung:

1990-1994: Volksschule der Englischen Fräulein in Krems

1994-2000: Piaristengymnasium Krems

ab 2000: ORG der Englischen Fräulein in Krems

13.06.2003: Matura am ORG der Englischen Fräulein in Krems

seit 1.10.2003: Studium der Publizistik- und Kommunikationswissenschaften in Wien

2.7.2006: Abschluss des Bakkalaureatsstudiums der Publizistik- und Kommunikationswissenschaften

Beruflicher Werdegang:

ab Sommer 2004: laufende Praktika in der Redaktion „Fläche“ bei „Radio Niederösterreich“.

Von Jänner 2007 bis Jänner 2010: angestellt als Reporterin in der Redaktion Fläche ORF NÖ, Gestaltung von Radio und Fernsehbeiträgen

Von Mai 2007 bis inklusive Dezember 2009: Serviceredakteurin bei „Guten Morgen Niederösterreich“

Von November 2007- bis Ende Juli 2008: Wettermoderatorin bei
„Niederösterreich Heute“

Seit Februar 2010: Mitglied des „Moderatorenpools“

Seit Juni 2010: beschäftigt bei „Radio Arabella Wien“: Redaktionelle Betreuung
der Abendsendungen „Herzflimmern“ und „Orakelstunden“, Gestaltung des
Veranstaltungskalenders und Wetter- und Verkehrsmoderation