

Fernsehgewohnheiten und Programm-
bewertungen 1998

→ **Tendenzen im
Zuschauerverhalten**

Von Wolfgang Darschin*

**Bis auf Empfang-
barkeit einiger
kleiner Programme
kaum Veränderungen
in deutscher
Fernsehlandschaft**

Im vergangenen Jahr hat sich die Fernsehland-
schaft der Bundesrepublik kaum verändert. Was
sich verändert hat, ist lediglich die technische Ver-
breitung einiger kleiner Programme. So ist die An-
zahl der Fernsehhaushalte mit Empfangsmöglich-
keit von tm 3 oder Super RTL im Verlauf des Jah-
res 1998 um 4,5 bis fünf Millionen gestiegen. Zu-
gleich ist die Zahl der Haushalte, die das Dritte
Programm des ORB sehen können, um 2,5 Millio-
nen gestiegen, und beim Hessen Fernsehen sind es
sogar zehn Millionen Haushalte mehr.

Auf diese Weise haben sich die Auswahl-
möglichkeiten der Fernsehzuschauer noch einmal
leicht erhöht: Zu Beginn des vergangenen Jahres
konnte ein durchschnittlicher Fernsehhaushalt
jedenfalls noch 33 bis 34 verschiedene Programme
empfangen - Ende 1998 waren im Durchschnitt
bereits 35 Programme verfügbar.

Wie haben die Bundesbürger auf diese Ver-
änderung reagiert? Gibt es neue Entwicklungen
im Zuschauerverhalten? Inwieweit haben Sport-
sendungen dazu beigetragen? Werden die Fernseh-
programme anders bewertet als vor einem Jahr?
Diese und ähnliche Fragen sollen hier - in Fort-
setzung früherer Berichte zu diesem Thema (1) -
mit den GfK-Ergebnissen des Jahres 1998 beant-
wortet, durch Befragungsergebnisse ergänzt und
in Thesenform zusammengefaßt werden.

**1. 1998 wurde wieder etwas mehr ferngesehen -
im Westen und im Osten**

Nimmt man zunächst die Tagesreichweiten des
Fernsehens als Maßstab, dann zeigt sich: An einem
durchschnittlichen Wochentag des Jahres 1998
saßen 74 Prozent aller Erwachsenen vor ihren
Fernsehgeräten und 62 Prozent aller Kinder -
Anteile, die um 2 bis 3 Prozentpunkte über den
Vorjahreswerten liegen. Und wenn man die Seh-
dauer als Kriterium wählt, ergeben sich Werte, die
bei den Erwachsenen um fünf Minuten und bei
den Kindern um vier Minuten über den Vorjahres-
werten liegen.

Die westdeutschen Erwachsenen tragen zu
dieser Veränderung übrigens in gleichem Maße
bei wie die ostdeutschen. Nur bei den Kindern fällt
diese Entwicklung unterschiedlich aus. So wurde
für die westdeutschen Kinder ein minimaler Mehr-
konsum von zwei Minuten pro Tag registriert -
aber bei den ostdeutschen waren es neun Minu-
ten mehr.

Die bisher bekannten Unterschiede zwischen ost-
deutschen und westdeutschen Fernsehzuschauern
bleiben dabei jedoch bestehen. So liegen die Tages-
reichweiten der ostdeutschen Zuschauer um 3 bis
4 Prozent über dem Westniveau. Und die tägliche
Sehdauer liegt sogar um 14 bis 23 Prozent über
den vergleichbaren Ergebnissen der Westdeutschen
- je nachdem, ob man den Fernsehkonsum der
Erwachsenen oder der Kinder zum Maßstab nimmt
(vgl. Tabelle 1).

Erneut bestätigt hat sich dabei, daß es nicht nur
einzelne Zuschauergruppen sind, die zum höhe-
ren Fernsehkonsum in Ostdeutschland beitragen.
Schlüssel ist man die Sehdauer etwa nach einzel-
nen Altersgruppen auf, dann bestätigt sich viel-
mehr: Die 14- bis 39jährigen Ostdeutschen sitzen

**Tagesreichweite
steigt um 2 bis 3 Pro-
zentpunkte, Sehdauer
um 4 bis 5 Minuten**

**Weiterhin deutlich
höhere Fernseh-
nutzung in
Ostdeutschland**

① **Durchschnittliche Sehdauer pro Tag und Tagesreichweiten in Deutschland**

Mo-So

	Sehdauer in Min.			Tagesreichweite in %		
	Erwachsene ab 14 J.	Kinder 3-13 J.	Zusch. gesamt	Erwachsene ab 14 J.	Kinder 3-13 J.	Zusch. gesamt
Deutschland gesamt						
1996	195	100	183	73	61	71
1997	196	95	183	73	59	71
1998	201	99	188	74	62	73
Differenz 1997/98	+ 5	+ 4	+ 5	+ 1	+ 3	+ 2
Deutschland West						
1996	190	96	178	72	60	71
1997	190	92	178	73	59	71
1998	195	94	182	74	61	72
Differenz 1997/98	+ 5	+ 2	+ 4	+ 1	+ 2	+ 1
Deutschland Ost						
1996	216	116	202	76	64	74
1997	218	107	203	76	61	74
1998	223	116	209	77	63	75
Differenz 1997/98	+ 5	+ 9	+ 6	+ 1	+ 2	+ 1

Quelle: AGF/GfK Fernsehforschung, PC#TV.

* Leiter Medienforschung der Programmdirektion Das Erste/ARD,
München.

pro Tag 22 bis 32 Minuten länger vor den Bildschirmen als ihre westdeutschen Altersgenossen. Und bei den über 40jährigen Zuschauern aus Ostdeutschland liegt der Fernsehkonsum sogar um 30 bis 47 Minuten über dem Westniveau (vgl. Tabelle 2).

② **Durchschnittliche Sehdauer pro Tag in West- und Ostdeutschland 1998**

nach einzelnen Altersgruppen, Mo-So, in Min.

	West	Ost	Differenz
Alter in Jahren			
3-13	94	116	+ 22
14-19	108	131	+ 23
20-29	134	166	+ 32
30-39	175	197	+ 22
40-49	190	237	+ 47
50-64	223	254	+ 31
ab 65	259	289	+ 30

Quelle: AGF/GfK Fernsehforschung, PC#TV.

2. Das Sehbeteiligungsverhältnis verschiebt sich zugunsten der öffentlich-rechtlichen Programme und der kleinen Privatsender

Nutzung ö.-r. Programme 1998 gestiegen

Untersucht man, wie sich der Fernsehkonsum der Bundesbürger auf die einzelnen Programme verteilt, dann ergibt sich zunächst, daß die öffentlich-rechtlichen Programme etwas mehr gesehen werden. So haben die Bundesbürger an einem durchschnittlichen Wochentag des vergangenen Jahres – wenn man den Fernsehkonsum aller in deutschen Fernsehhaushalten lebenden Personen ab drei Jahre zugrunde legt – 29 Minuten mit dem Ersten verbracht, 26 Minuten mit dem ZDF und 23 Minuten mit den Dritten Programmen – das sind ein bis zwei Minuten mehr als im Jahr zuvor.

Auch kleine Privatsender legen zu, Nutzung von RTL, SAT.1 und ProSieben ging zurück

Auch der Zeitaufwand für die kleinen Privatsender wie Kabel 1 und Super RTL ist um ein bis zwei Minuten pro Tag gestiegen. Bei RTL, SAT.1 und ProSieben sind die Meßwerte jedoch in gleichem Maß zurückgegangen. Das Erste wird auf diese Weise wieder zum meistgesehenen Fernsehprogramm in Deutschland – gefolgt von RTL und dem ZDF. Aber auch die übrige Rangreihe hat sich verändert: 15,4 Prozent vom täglichen Fernsehkonsum der Deutschen entfallen demnach 1998 auf das Erste, 15,1 Prozent auf RTL und 13,6 Prozent auf das ZDF. An vierter Stelle stehen – anders als im Jahr zuvor – die Dritten Programme, für die in der Summe ein Marktanteil von 12,3 Prozent gemessen wurde, vor SAT.1 mit einem Anteil von 11,8 Prozent und ProSieben mit 8,7 Prozent. Es folgen Kabel 1, RTL 2, Super RTL und VOX, die ihre Position zwar teilweise verbessern konnten, aber mit Zuschaueranteilen von 2,8 bis 4,4 Prozent immer noch eine geringe quantitative Rolle spielen.

In Ostdeutschland werden RTL und Dritte Programme am längsten genutzt, im Westen das Erste

Ostdeutsche Fernsehzuschauer haben nach wie vor etwas andere Sendervorlieben. Sie haben auch 1998 die meiste Zeit mit RTL verbracht, obwohl dieser Privatsender auch in den neuen Bundesländern Verluste hinnehmen mußte.

In Westdeutschland spielen die öffentlich-rechtlichen Sender dagegen eine deutlich größere Rolle. Eine Ausnahme stellen jedoch die Dritten Programme dar, die in Ostdeutschland – deutlicher als im Westen – hinzugewonnen haben und in den neuen Bundesländern inzwischen an die zweite Stelle in der Zuschauergunst gerückt sind – jedenfalls dann, wenn man alle Dritten Programme zusammenfaßt (vgl. Tabelle 3).

③ **Einschaltdauer pro Tag, Sehdauer und Anteil am Fernsehkonsum in Deutschland**
Mo-So, nach einzelnen Programmen

	Sehdauer in Min. Zuschauer ab 3 J.			Anteil am Fernsehkonsum der Zusch. ab 3 J. in %		
	1996	1997	1998	1996	1997	1998
Deutschland gesamt						
ARD 1	27	27	29	14,8	14,7	15,4
ZDF	26	25	26	14,4	13,4	13,6
ARD 3	19	21	23	10,1	11,6	12,3
SAT.1	24	24	22	13,2	12,8	11,8
RTL	31	29	28	17,0	16,1	15,1
Pro 7	17	17	16	9,5	9,4	8,7
RTL 2	8	7	7	4,5	4,0	3,8
VOX	6	6	5	3,0	3,0	2,8
Kabel 1	7	7	8	3,6	3,8	4,4
Super RTL	4	4	6	2,1	2,3	2,9
Deutschland West						
ARD 1	28	28	30	15,9	15,8	16,4
ZDF	27	26	26	15,4	14,4	14,5
ARD 3	17	20	21	9,8	11,3	11,8
SAT.1	23	22	21	12,9	12,5	11,5
RTL	29	28	27	16,3	15,6	14,6
Pro 7	16	16	15	9,0	8,8	8,3
RTL 2	7	7	7	4,2	3,7	3,6
VOX	5	5	5	2,9	2,9	2,7
Kabel 1	6	7	8	3,5	3,7	4,2
Super RTL	3	4	5	1,8	2,1	2,8
Deutschland Ost						
ARD 1	22	22	25	10,9	10,9	11,9
ZDF	22	21	22	10,8	10,2	10,6
ARD 3	23	26	30	11,2	12,7	14,1
SAT.1	29	28	26	14,1	13,8	12,6
RTL	39	36	35	19,3	17,7	16,7
Pro 7	23	23	21	11,3	11,3	10,1
RTL 2	11	10	9	5,4	4,9	4,2
VOX	7	7	7	3,5	3,6	3,1
Kabel 1	8	9	11	3,8	4,5	5,0
Super RTL	6	6	7	3,1	3,0	3,5

Quelle: AGF/GfK Fernsehforschung, PC#TV.

3. Zu allen Tageszeiten wird etwas anders ferngesehen

Schlüsselt man die Sehbeteiligungswerte nach einzelnen Tageszeiten auf, dann wird zunächst deutlich, daß die Zuschauererfolge des Ersten vor allem aus dem Nachmittags- und Abendprogramm stammen. Beim ZDF konzentriert sich diese Veränderung auf die Zeit vor 18.00 Uhr, während die Dritten Programme sowie Kabel 1 und Super RTL, die hier in der Sammelkategorie der Sonstigen Programme enthalten sind, besonders nach 18.00 Uhr zugelegt haben.

Zuschauererfolge für das Erste am Nachmittag und Abend, RTL und SAT.1 dominieren am Vormittag

④ Marktanteile der Fernsehprogramme in Deutschland

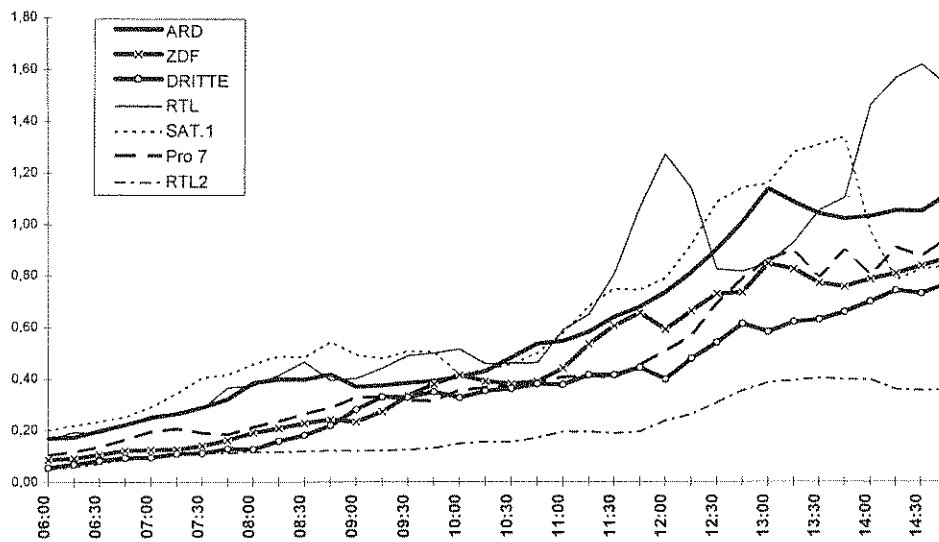
nach einzelnen Zeitabschnitten, Zuschauer ab 3 Jahre, in %

	vor 15.00 Uhr		15.00 - 18.00 Uhr		18.00 - 20.00 Uhr		20.00 - 1.00 Uhr	
	1997	1998	1997	1998	1997	1998	1997	1998
ARD 1	12,8	13,2	14,8	16,3	15,3	15,4	15,3	16,1
ZDF	9,0	9,9	11,1	12,1	17,3	17,2	14,7	14,4
ARD 3	7,8	8,3	10,9	11,0	13,5	14,4	12,7	13,6
SAT.1	15,2	14,4	10,3	9,3	12,3	10,3	12,9	12,1
RTL	17,0	15,3	17,9	15,9	17,0	16,8	14,8	14,3
Pro 7	10,4	10,2	8,7	8,9	7,5	6,3	9,8	8,9
Sonstige	27,8	28,7	26,3	26,5	17,1	19,6	19,8	20,9

Quelle: AGF/GfK Fernsehforschung, PC#TV.

Abb. 1 Personenreichweiten an einem Durchschnittstag in Deutschland 1998

Mo-So, vor 15.00 Uhr, in Mio



Quelle: AGF/GfK Fernsehforschung pc#tv aktuell.

Von diesen Veränderungen ist RTL vor allem in der Zeit vor 18.00 Uhr betroffen und ProSieben in der Zeit danach. Nur SAT.1 mußte vor und nach 18.00 Uhr Zuschauer abgeben, wie Tabelle 4 belegt.

Zugleich gilt jedoch: Trotz der angedeuteten Veränderungen haben die Bundesbürger an den Vormittagen des vergangenen Jahres wiederum die meiste Zeit mit RTL und SAT.1 verbracht. Am Vorabend zwischen 18.00 und 20.00 Uhr bleibt es bei der leichten Bevorzugung des ZDF – sofern alle Fernseh Zuschauer in die Auswertung einbezogen werden, nicht nur die 14- bis 49jährigen. Und am Abend – zwischen 20.00 und 1.00 Uhr – hat sich der bereits bestehende Sehbeteiligungsvorsprung des Ersten vor den übrigen Programmen vergrößert.

Typische Nutzungsmuster der Programme bleiben bestehen

Die Darstellung des Fernsehkonsums in Form von Verlaufskurven ergibt ein noch etwas genaueres Bild. Der angedeutete Sehbeteiligungsvorsprung von RTL am Vormittag, so zeigt sich, resultiert vor allem aus der Zeit zwischen 11.30 Uhr und 12.30

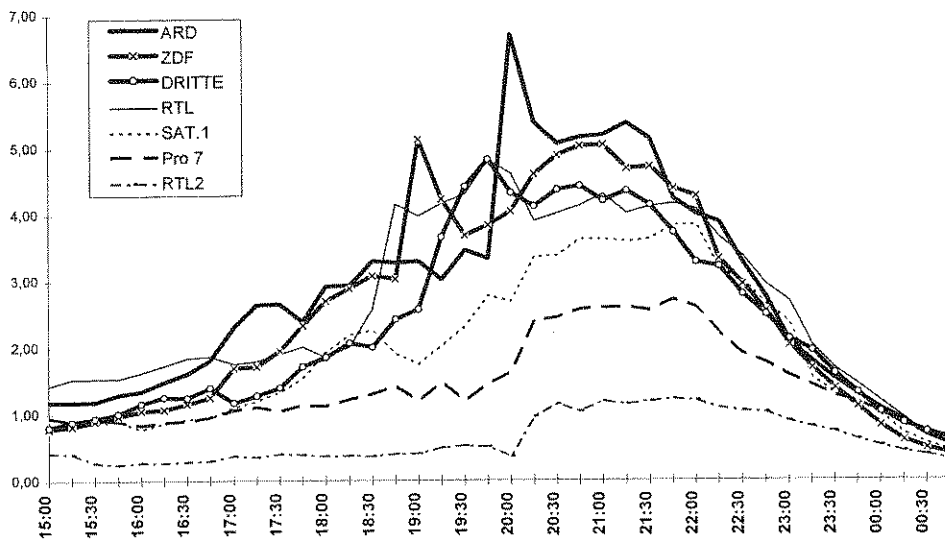
Uhr, wo Gameshows wie „Familienduell“ und das Magazin „Punkt 12“ zu sehen sind (vgl. Abbildung 1).

Außerdem wird sichtbar, daß RTL auch mit seinen zwischen 14.00 und 17.00 Uhr ausgestrahlten Talkshows immer noch etwas mehr gesehen wird als die übrigen Programme. Auch die typischen Nutzungsmuster der öffentlich-rechtlichen Hauptprogramme bleiben bestehen. So erreicht die Sehbeteiligungskurve des ZDF ihren ersten Höhepunkt auch weiterhin um 19.00 Uhr – wenn die „heute“-Sendung zu sehen ist – und einen weiteren gegen 21.00 Uhr. Und nach wie vor besitzt die entsprechende Kurve des Ersten ihren Spitzenwert um 20.00 Uhr – zur Ausstrahlungszeit der „Tageschau“ – und erstreckt sich bis 22.00 Uhr. Auf einen Blick sind die Nutzungsmuster der öffentlich-rechtlichen Programme – zusammen mit den Sehbeteiligungskurven der Privatsender – in Abbildung 2 zu erkennen.

4. Die Sehgewohnheiten der ostdeutschen Zuschauer weichen auch weiterhin ab

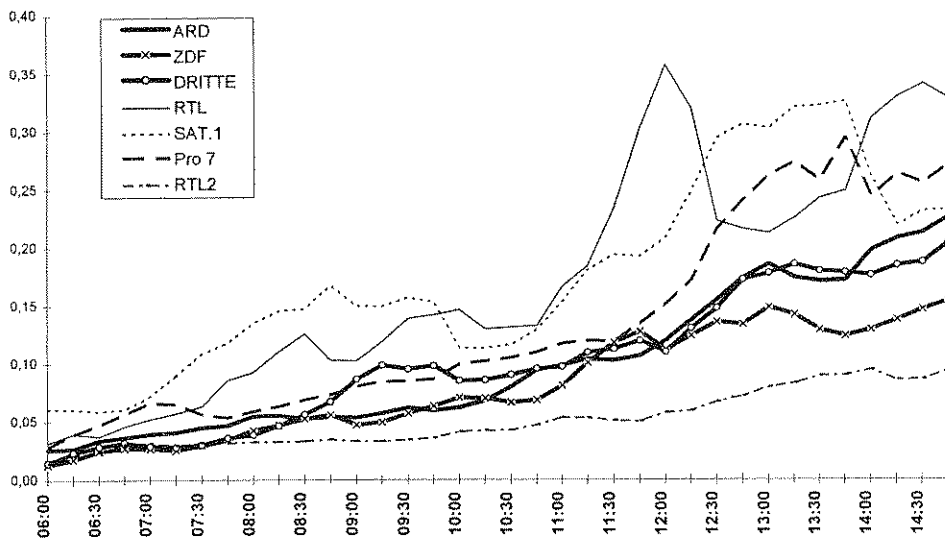
Auch in den neuen Bundesländern sind zu allen Tageszeiten Verschiebungen in den Sehgewohnheiten erkennbar, die wiederum von den öffentlich-

Abb. 2 Personenreichweiten an einem Durchschnittstag in Deutschland 1998
Mo-So, nach 15.00 Uhr, in Mio



Quelle: AGF/GfK Fernsehforschung pc#tv aktuell.

Abb. 3 Personenreichweiten an einem Durchschnittstag in Ostdeutschland 1998
Mo-So, vor 15.00 Uhr, in Mio



Quelle: AGF/GfK Fernsehforschung pc#tv aktuell.

rechtlichen Programmen und den kleinen Privatsendern ausgehen. In Übereinstimmung mit dem gesamtdeutschen Trend geht diese Veränderung auch hier zu Lasten von RTL, SAT.1 und ProSieben.

BRD Ost: SAT.1 am Vormittag am meisten genutzt, am Abend liegen Dritte vor RTL und ARD 1

Die bisher bekannten Unterschiede zwischen ost- und westdeutschen Fernsehzuschauern ändern sich dabei so: An den Vormittagen verbringen die Ostdeutschen nun – abweichend vom Bundesdurchschnitt – die meiste Zeit mit SAT.1 (vgl. Abbildung 3).

Neu ist auch, daß die zusammengefaßten Dritten Programme in der Zeit nach 20.00 Uhr an erster Stelle in der Gunst der ostdeutschen Zuschauer stehen – vor RTL und dem Ersten, wie man an Tabelle 5 und den Verlaufskurven in Abbildung 4 ablesen kann.

In der Zeit zwischen 15.00 und 20.00 Uhr bleibt es jedoch bei der bekannten Bevorzugung von RTL: In dieser Zeit schalten die meisten Ostdeutschen RTL ein, um dort zunächst die nachmittäglichen Talkshows und anschließend das Magazin „Explosiv“ und die Serie „Gute Zeiten, schlechte Zeiten“ zu verfolgen.

Die bekannten Nutzungsmuster der öffentlich-rechtlichen Hauptprogramme bleiben auch dabei weitgehend erhalten. So besitzt das ZDF auch hier am frühen Abend zwischen 19.00 und 21.00 Uhr seinen Einschaltsschwerpunkt, während die Sehbeteiligungskurve des Ersten ihre Höhepunkte um

RTL am Nachmittag weiterhin mit Vorsprung, ARD und ZDF haben Einschaltspitze zu Hauptnachrichtensendung

⑥ Marktanteile der Fernsehprogramme in Ostdeutschland

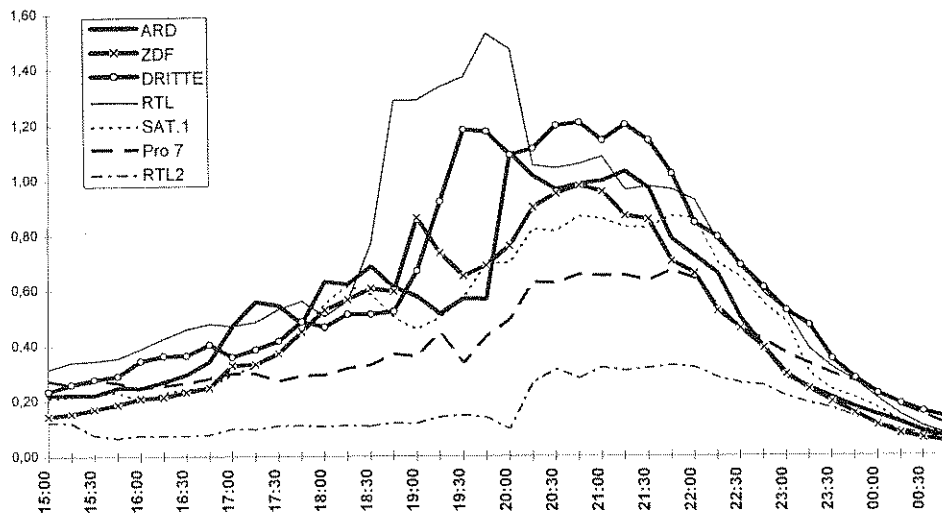
nach einzelnen Zeitabschnitten, Zuschauer ab 3 Jahre, in %

	vor 15.00 Uhr		15.00 - 18.00 Uhr		18.00 - 20.00 Uhr		20.00 - 1.00 Uhr	
	1997	1998	1997	1998	1997	1998	1997	1998
ARD 1	8,6	9,4	11,5	12,9	11,3	11,9	11,7	12,9
ZDF	6,7	7,6	8,5	9,5	13,0	13,0	11,2	11,5
ARD 3	9,1	9,6	11,4	13,1	13,5	14,8	14,3	16,2
SAT.1	16,5	16,4	10,9	10,1	13,5	11,1	13,9	12,4
RTL	17,2	15,9	18,1	16,2	22,3	21,5	15,9	15,3
Pro 7	13,2	12,6	10,8	10,2	8,2	7,2	11,9	10,1
Sonstige	28,7	28,5	28,8	28,0	18,2	20,5	21,1	21,6

Quelle: AGF/GfK Fernsehforschung, PC#TV.

Abb. 4 Personenreichweiten an einem Durchschnittstag in Ostdeutschland 1998

Mo-So, nach 15.00 Uhr, in Mio



Quelle: AGF/GfK Fernsehforschung pc#tv aktuell.

20.00 Uhr und kurz vor 22.00 Uhr erreicht. Aber das Reichweiteniveau ist niedriger als im Bundesdurchschnitt.

5. Sportsendungen spielen für den Erfolg der Fernsehsender nicht die größte quantitative Rolle

Nimmt man die Rangreihe der meistgesehenen Einzelsendungen des Jahres 1998 als Maßstab, dann entsteht allerdings zunächst ein anderer Eindruck, denn unter den ersten 100 Sendungen dieser Rangreihe sind allein 68 Sportübertragungen oder zusammenfassende Berichte von Sportereignissen, von denen 41 im Ersten oder im ZDF zu sehen waren und 27 bei RTL oder SAT.1.

An der Spitze der Zuschauergunst standen dabei die Übertragungen von der Fußball-Weltmeisterschaft 1998. Jedenfalls wurde keine andere Sendung des vergangenen Jahres mehr gesehen als die beiden Vorrundenspiele zwischen Deutschland und den USA mit 24,37 Millionen Zuschauern und Deutschland-Iran mit 24,32 Millionen Zuschauern. Auch auf den nächsten sieben Rangplätzen stehen

Übertragungen von der Fußball-WM. Ferner sind in dieser Rangreihe die Übertragungen von der Champions League vertreten, die Spiele um den DFB- oder den Europapokal und weitere Fußball-Länderspiele, aber auch die Übertragungen von den Formel-1-Rennen.

Dennoch darf man aus dieser Rangreihe nicht folgern, Sportsendungen hätten für die Fernsehzuschauer eine größere Bedeutung als andere Sendungsarten. Außerdem läßt sich daraus nicht ableiten, ob die Rolle der Sportsendungen gestiegen ist und welche Sender davon profitiert haben. Aussagen darüber sind erst dann möglich, wenn man den Fernsehkonsum der Bundesbürger nach Programmparten und Sendern aufschlüsselt. Dabei ergibt sich folgendes Bild: Im Jahr 1997 stammten 11 Prozent von der Zeit, die die Fernsehzuschauer mit dem Ersten Programm verbracht haben, aus der Beschäftigung mit Sportsendungen – 1998 waren es rund 18 Prozent, und beim ZDF ist der entsprechende Anteil von 10 auf 16 Prozent gestiegen. Bei RTL, SAT.1 und den Dritten Programmen sind die aus Sportsendungen stammenden Nutzungsanteile dagegen um einen Prozentpunkt gesunken (vgl. Tabelle 6). (2)

68 der 100 meistgesehenen Sendungen sind Sportübertragungen

Sportsendungen machen insgesamt aber nur relativ geringen Anteil der Nutzung aus

⑥ **Zusammensetzung des täglichen Fernsehkonsums der Jahre 1997/98 nach Programmsparten und Sendern**
in %¹⁾

	1997						1998					
	ARD 1	ZDF	ARD 3	SAT.1	RTL	Pro 7	ARD 1	ZDF	ARD 3	SAT.1	RTL	Pro 7
Information	36,8	35,5	54,2	13,4	21,9	12,5	34,9	33,1	55,6	14,4	21,0	15,8
Unterhaltung	13,9	12,2	13,6	14,8	18,7	0,9	13,9	13,3	15,6	16,7	19,5	1,0
Fiction	35,3	38,6	26,8	42,8	36,3	71,8	30,2	34,0	25,1	43,1	38,4	68,6
Sport	11,0	10,0	4,3	9,1	7,4	-	18,2	16,1	2,8	8,0	6,5	-
Werbung	2,3	3,0	-	19,8	15,7	14,7	2,2	3,0	-	17,7	14,6	14,5
Sonstiges	0,6	0,7	1,1	0,1	-	0,1	0,6	0,5	0,9	0,2	-	-
Sehdauer gesamt	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Sehdauer gesamt in Min.	27	25	21	24	29	17	29	26	23	22	28	16

1) Bezogen auf alle bundesdeutschen Fernseh Zuschauer ab 3 Jahre.

Quelle: AGF/GfK Fernsehforschung, PC#TV.

**Fiction- und Informations-
sendungen insgesamt wichtiger
für Zuschauererfolg**

Diese Tabelle zeigt gleichzeitig, daß Informations- sendungen oder Fictionprogramme deutlich mehr zum Erfolg der Fernsehsender beitragen als Sport- übertragungen: 35 Prozent von der Zeit, die die Fernsehzuschauer mit dem Ersten Programm ver- bracht haben, stammten jedenfalls 1998 aus Infor- mationssendungen. Weitere 30 Prozent kommen aus der Nutzung von Serien, Kino- oder Fernseh- filmen - und erst danach folgen die Sportsendun- gen. Auch beim ZDF tragen die Informations- und Fictionprogramme doppelt soviel zum Erfolg bei wie die Sportsendungen. Und bei den Privatsen- dern spielen Fictionsendungen die weitaus größte Rolle. Dort kommen 38 Prozent vom Fernsehkon- sum der Zuschauer, die im vergangenen Jahr RTL gesehen haben, aus Serien oder Filmen, bei SAT.1 sind es 43 Prozent und bei ProSieben sogar 69 Pro- zent.

**6. Die Nachfrage nach Unterhaltungs- und
Fictionsendungen hat sich kaum verändert**

**Leichte Verschiebun-
gen bei Nutzung
der Unterhaltungs-
und Fictionsendun-
gen zwischen
Programmen**

Ein Vergleich der durchschnittlichen Reichweiten von Unterhaltungssendungen, Serien, Kino- oder Fernsehfilmen miteinander zeigt, daß die Montags- serien von SAT.1 oder die Sonntagsshow des ZDF Zuschauer verloren haben. Auch bei den Fernseh- filmen und klassischen Krimireihen der öffentlich- rechtlichen Sender sind, faßt man alle Sendungen dieser Art zusammen, leichte Reichweiteschwän- kungen erkennbar. Bei den Serien der öffentlich- rechtlichen Sender und den Samstagsshow des Ersten wurden dagegen mehr Zuschauer gezählt als vor einem Jahr (vgl. Tabelle 7).

Auf die Ursachen dieser Ergebnisunterschiede kann hier im einzelnen nicht eingegangen werden. Nur soviel sei angedeutet: Neben dem zunehmen- den Konkurrenzdruck spielen auch inhaltliche Ver- änderungen eine Rolle. Bei den Montagsserien von SAT.1 zum Beispiel ist der Reichweitenrück- gang zumindest teilweise auf die Wiederholung von Serien wie „Steins Fälle“ und „Der Bergdok- tor“ zurückzuführen. Und bei den Serien des Ersten vom Dienstag - um ein weiteres Beispiel zu nennen - ist der Anstieg der Zuschauerzahlen darauf zurückzuführen, daß hier neue Folgen von „Liebling Kreuzberg“ oder „Adelheid und ihre Mörder“ zu sehen waren.

⑦ **Durchschnittliche Reichweiten und Marktanteile ausgewählter Fiction-
und Unterhaltungssendungen in Deutschland**
Zuschauer ab 3 Jahre

	Zuschauer in Mio		Marktanteile in %	
	1997	1998	1997	1998
ARD-Serien	4,71	5,38	16,1	17,9
Di, 20.15 Uhr				
ZDF-Serien	3,96	4,03	16,0	15,8
Do, 19.25 Uhr				
SAT.1-Serien	5,07	3,95	10,7	13,0
Mo, 20.15 Uhr				
ARD-Fernsehfilme	4,03	3,83	14,4	13,0
Mi, 20.15 Uhr				
ZDF-Fernsehfilme	4,77	4,64	16,2	15,3
Mo, 20.15 Uhr				
ARD-Shows	6,00	6,30	20,8	21,9
Sa, 20.15 Uhr				
ZDF-Shows	5,61	4,99	16,7	15,1
So, 20.15 Uhr				
RTL-Shows	4,49	4,33	15,1	14,5
Sa, 20.15 Uhr				
ARD-„Tatort“	7,41	7,18	22,5	22,0
So, 20.15 Uhr				
ZDF-Krimiserien	7,62	7,11	26,1	24,1
Fr, 20.15 Uhr				
SAT.1-Krimiserien	4,91	4,84	17,1	16,5
Do, 20.15 Uhr				

Quelle: AGF/GfK Fernsehforschung, PC#TV.

An den bisher bekannten Unterhaltungspräferenzen hat sich bei alledem nichts wesentliches geän- dert. Ordnet man alle unterhaltenden und fiktiven Fernsehsendungen nach der Größe ihres Publi- kums, zeigt sich: An erster Stelle in der Gunst deutscher Fernsehzuschauer stehen auch weiterhin - wenn man die großen Fußballübertragungen außer acht läßt - die Unterhaltungsshow vom Typ „Wetten, daß“, die 1998 von maximal 15,75 Millionen Bundesbürgern gesehen wurde. An zwei- ter Stelle steht zwar - anders als im Jahr zuvor - die Übertragung des „Grand Prix Eurovision“, die

**Bekannte Unterhal-
tungspräferenzen
bleiben weitgehend
bestehen**

von 12,67 Millionen Zuschauern im Ersten gesehen wurde. Aber an dritter Stelle in der Zuschauer-gunst kommen – wie in früheren Jahren – Krimis wie „Derrick“ mit Spitzenwerten von 10,29 Millionen Zuschauern. Eine einzelne Folge des SAT.1-Mehrteilers „Der König von St. Pauli“ nimmt mit 10,23 Millionen Zuschauern den vierten Rangplatz ein, und danach wiederum folgen Karnevals-sendungen, Unterhaltungsserien, Fernsehfilme und weitere Krimireihen des Ersten und des ZDF mit Spitzenreichweiten von 9,45 bis 10,12 Millionen Zuschauern – aber auch einzelne RTL-Spielfilme wie „Schweinchen Babe“ oder SAT.1-Serien wie „Für alle Fälle Stefanie“, die von 8,94 bis 9,25 Millionen Zuschauern gesehen wurden.

Der Unterhaltungskonsum der Fernsehzuschauer ergibt zusammengefaßt folgendes Bild: An einem Durchschnittstag des vergangenen Jahres haben die Deutschen 37 Minuten mit den Shows, Serien oder Filmen des Ersten, des ZDF, der Dritten Programme oder von 3sat verbracht und 57 Minuten mit den entsprechenden Angeboten der Privatsender – das sind bei den öffentlich-rechtlichen Programmen unveränderte Meßwerte und bei den Privatsendern eine Minute weniger als im Jahr zuvor. (3)

Die Nutzungsrelationen ändern sich dadurch aber nicht. Wie im Jahr zuvor stammen vielmehr 39 Prozent vom Unterhaltungskonsum der Bundesbürger aus den öffentlich-rechtlichen Programmen und 61 Prozent aus den Programmen von RTL, SAT.1, ProSieben, RTL 2, Kabel 1 und VOX. Oder anders ausgedrückt: Auch 1998 haben die deutschen Fernsehzuschauer ihre Unterhaltungswünsche zum größten Teil bei den Privatsendern befriedigt (vgl. Tabelle 8).

8 Zeitaufwand der deutschen Fernsehzuschauer für Unterhaltungs- und Fictionsendungen

pro Tag (Mo-So), nach Fernsehsystemen¹⁾

	Sehdauer in Minuten		Anteil am Unterhaltungs- und Fictionkonsum in %	
	1997	1998	1997	1998
Öffentlich-rechtliche Sender ²⁾	37	37	39	39
Privatsender ³⁾	58	57	61	61
Unterhaltungs- und Fictionkonsum gesamt	95	94	100	100

1) Bezogen auf die Erwachsenen ab 14 Jahre in Deutschland gesamt.
 2) Zusammengefaßte Werte für das Erste, das ZDF, 3sat und die Dritten Programme.
 3) Zusammengefaßte Werte für RTL, SAT.1, Pro 7, RTL 2, VOX und Kabel 1.

Quelle: AGF/GfK Fernsehforschung, PC#TV.

In Ostdeutschland noch deutlichere Hinwendung zu Unterhaltungs- und Fictionangeboten der Privatsender
 In den neuen Bundesländern ist die Hinwendung zu den Unterhaltungs- und Fictionangeboten der Privatsender nach wie vor weiter fortgeschritten. Dort haben die Fernsehzuschauer 1998 pro Tag 69 Minuten mit den Unterhaltungs- und Fiction-sendungen der Privatprogramme verbracht – das

sind 16 Minuten mehr als in den alten Bundeslän-dern und besagt: 65 Prozent vom Unterhaltungskonsum der Ostdeutschen entfallen auf die Privat-sender, während es in Westdeutschland rund 59 Prozent sind (vgl. Tabelle 9).

9 Zeitaufwand für Unterhaltungs- und Fictionsendungen in West- und Ostdeutschland¹⁾

pro Tag (Mo-So)

	Sehdauer in Minuten		Anteil am Unterhaltungs- und Fictionkonsum in %	
	West	Ost	West	Ost
Öffentlich-rechtliche Sender ²⁾	37	37	41	35
Privatsender ³⁾	53	69	59	65
Unterhaltungs- und Fictionkonsum gesamt	90	107	100	100

1) Durchschnittswerte für 1998, bezogen auf die Erwachsenen ab 14 Jahre.
 2) Zusammengefaßte Werte für das Erste, das ZDF, 3sat und die Dritten Programme.
 3) Zusammengefaßte Werte für RTL, SAT.1, Pro 7, RTL 2, VOX und Kabel 1.

Quelle: AGF/GfK Fernsehforschung, PC#TV.

Diese Tendenz spiegelt sich auch in der Rang-reihe der meistgesehenen Unterhaltungssendungen wider: An erster Stelle in der Gunst der Ostdeut-schen stehen zwar – in Übereinstimmung mit dem gesamtdeutschen Trend – die Shows vom Typ „Wetten, daß“. Aber abweichend davon folgen bereits auf den nächsten Rangplätzen Unterhal-tungssendungen von RTL wie „Domino Day“ und SAT.1-Serien wie „Kommissar Rex“. Danach folgen – ebenfalls abweichend vom gesamtdeutschen Durchschnitt – die „Feste der Volksmusik“, die der Mitteldeutsche Rundfunk für das Erste produziert, und Serien wie „Für alle Fälle Stefanie“ oder „Gute Zeiten, schlechte Zeiten“ die bei RTL und SAT.1 zu sehen sind.

7. Auch 1998 gilt: Die meisten Bundesbürger informieren sich bei den öffentlich-rechtlichen Sendern

Betrachtet man zunächst den Nachrichtenkonsum der Bundesbürger, dann kann man sehen: An einem Durchschnittstag des vergangenen Jahres haben sich 9,71 Millionen Bundesbürger bei der „Tagesschau“-Hauptausgabe informiert, davon 6,75 Millionen im Ersten und 2,96 Millionen in den Dritten Programmen oder bei 3sat. Weitere 5,30 Millionen haben die „heute“-Sendung um 19.00 Uhr verfolgt – davon 5,12 Millionen im ZDF und 180 000 bei 3sat. Die Hauptnachrichten von RTL werden dagegen von 4,23 Millionen Zuschau-ern gesehen, während die entsprechenden Sendun-gen von ProSieben und SAT.1 über 1,21 bis 1,95 Millionen Zuschauer pro Ausgabe verfügen (vgl. Tabelle 10).

Gegenüber dem Vorjahr sind die Nachrichten-reichweiten der öffentlich-rechtlichen Programme und der Privatsender leicht gestiegen. Am meisten profitiert hat jedoch die „Tagesschau“, die 680 000 neue Zuschauer hinzugewonnen hat, von denen 280 000 aus dem Ersten stammen und 400 000 aus den Dritten Programmen.

„Tagesschau“-Hauptausgabe weiterhin mit Abstand meistgesehene Nachrichtensendung, „heute“ auf Rang 2

**⑩ Durchschnittliche Reichweiten und Marktanteile der Fernsehnachrichten
1996 bis 1998**

	Zuschauer in Mio			Marktanteile in %		
	1996	1997	1998	1996	1997	1998
heute (inkl. Spezial) ¹⁾ Mo-So, 19.00 Uhr	5,33	5,18	5,31	24,6	24,1	24,0
Tagesschau ²⁾ Mo-So, 20.00 Uhr	8,44	9,03	9,71	30,5	33,0	35,0
heute-journal Mo-Sa, 21.45 Uhr	3,45	3,59	3,64	13,3	13,5	13,3
Tagesthemen (inkl. extra) Mo-So, 22.30 Uhr	2,40	2,47	2,32	12,3	12,6	12,2
heute nacht (inkl. Spezial) Mo-Fr, 0.00 Uhr	0,72	0,67	0,61	9,9	9,5	8,7
ARD-Nachtmagazin Mo-Fr, 0.30 Uhr	0,47	0,51	0,52	11,7	11,8	11,0
RTL aktuell Mo-So, 18.45 Uhr	4,25	4,12	4,23	20,9	20,6	20,6
RTL Nachtjournal Mo-Fr, 0.00 Uhr	0,93	1,01	1,00	14,1	15,0	15,0
SAT.1 18.30 Mo-So, 18.30 Uhr	1,79	1,88	1,95	10,1	10,7	10,5
Pro 7 Nachrichten Mo-So, 20.00 Uhr	1,06	1,17	1,21	4,4	4,9	5,0

1) Einschließlich 3sat.

2) Einschließlich Dritte Programme und 5sat.

Quelle: AGF/GfK Fernsehforschung, PC#TV.

Gewinne und Verluste bei Informationssendungen

Weniger eindeutig ist die Reichweitenentwicklung bei den übrigen Informationssendungen verlaufen. So mußten die Wirtschafts- und Kultursendungen der öffentlich-rechtlichen Programme oder das Politikmagazin „Frontal“ Zuschauer abgeben. Aber die Politikmagazine und die „Brennpunkt“-Sendungen des Ersten oder das Auslandsjournal des ZDF wurden etwas mehr gesehen. Im großen und ganzen – so der Eindruck – ist das Informationspublikum der öffentlich-rechtlichen Sender stabil geblieben (vgl. Tabelle 11).

Dieser Eindruck gilt jedoch nicht für die Informationssendungen der Privatprogramme. Dort mußten „Spiegel TV“, „Talk im Turm“ oder „Akte 98“ Zuschauer abgeben. Nur beim Boulevardmagazin „Explosiv“ sind die Zuschauer unverändert geblieben (vgl. Tabelle 12).

69 % des Informationskonsums werden bei ö.-r. Programmen gedeckt, 31 % bei Privaten, unter Einbezug von Talkshows und Boulevardmagazinen

Die hier zitierten Reichweitenvergleiche haben freilich einen Nachteil. Sie berücksichtigen nicht, daß das Gesamtangebot an Informationssendungen größer ist und daß möglicherweise an anderen Stellen neue Arten von Nachfragen nach solchen Sendungen entstanden sind. Faßt man daher die gesamte Informationsnutzung der Fernsehzuschauer zusammen, dann ergibt sich: An einem durchschnittlichen Wochentag des Jahres 1998 haben die Deutschen 34 Minuten mit den Informationssendungen des Ersten, des ZDF der Dritten Programme oder von 3sat verbracht und 15 Minuten mit den entsprechenden Sendungen der Privatprogramme. Dies sind Meßwerte, die bei den Privatsendern völlig unverändert geblieben und bei den öffentlich-rechtlichen Programmen um eine Minute gestiegen sind.

⑪ Durchschnittliche Reichweiten und Marktanteile ausgewählter Informationssendungen

	Zuschauer in Mio		Marktanteile in %	
	1997	1998	1997	1998
Polit. Magazine ARD 1, Do, 21.00 Uhr	3,39	3,59	12,1	12,4
Frontal ZDF, Di, 21.00 Uhr	4,15	3,57	14,0	11,8
Plusminus ARD 1, Di, 21.30 Uhr	2,72	2,97	10,1	10,7
Wiso ZDF, Mo, 19.25 Uhr	3,46	3,23	13,9	12,4
Brennpunkt ARD, Mo-So, 20.15-23.00 Uhr	5,28	5,48	19,0	18,9
ZDF-Spezial ZDF, Mo-So, 19.25-23.00 Uhr	3,67	3,50	16,1	14,8
ARD-exklusiv Fr, 22.00 Uhr	2,92	3,05	11,3	11,6
Die Reportage ZDF, Fr, 21.15 Uhr	3,77	3,57	13,2	12,4
Weltspiegel ARD 1, So, 19.10 Uhr	3,22	3,17	12,4	12,1
Auslandsjournal ZDF, Mo, 21.00 Uhr	2,47	2,56	8,8	8,7
Kulturmagazine ARD 1, So, 22.00/22.45 Uhr ¹⁾	2,36	1,04	8,4	6,6
Aspekte ZDF, Fr, 22.15 Uhr	1,08	0,91	5,1	4,1

1) Ab 1998: 22.45 Uhr.

Quelle: AGF/GfK Fernsehforschung, PC#TV.

⑫ Durchschnittliche Reichweiten ausgewählter Informations- und Infotainmentsendungen der Privatsender

	Zuschauer in Mio		Marktanteile in %	
	1997	1998	1997	1998
Explosiv RTL, Mo-Fr, 19.10 Uhr	4,89	4,87	21,7	21,5
Akte 97/98 SAT.1, Mo/Mi, ca. 22.15 Uhr	3,33	3,05	17,2	16,2
Spiegel TV RTL, So, 22.00 Uhr	2,99	2,47	13,6	10,5
Talk im Turm SAT.1, So, ca. 22.00 Uhr	2,86	2,58	13,0	12,2
Stern TV RTL, Mi, 22.10 Uhr	2,65	2,58	17,4	15,6
Focus TV Pro 7, So, 22.15 Uhr	1,87	1,70	9,4	8,6

Quelle: AGF/GfK Fernsehforschung, PC#TV.

Zu beachten ist allerdings, daß dabei nicht nur Boulevardmagazine wie „Explosiv“ und „taff“ oder ProSieben-Talkshows wie „Arabella Kiesbauer“ und „Andreas Türck“ als Informationssendungen gezählt werden, sondern auch Sendungen wie „Liebe Sünde“ – ein ebenfalls bei ProSieben ausgestrahltes „Journal zur Sexualität“.

Dennoch kommen, wie Tabelle 13 belegt, nur etwa 31 Prozent vom gesamten Informationskonsum der Fernsehzuschauer aus dem Programm von RTL, SAT.1, ProSieben, RTL 2, Kabel 1 und VOX. 69 Prozent hingegen stammen aus dem Ersten, dem ZDF, den Dritten Programmen oder von 3sat: Ihren Informationsbedarf decken die deutschen Fernsehzuschauer demzufolge weiterhin zum größten Teil aus den öffentlich-rechtlichen Programmen.

⑬ **Zeitaufwand der deutschen Fernsehzuschauer für Informationssendungen pro Tag (Mo-So), nach Fernsehsystemen**

	Sehdauer in Minuten		Anteil am Informationskonsum in %	
	1997	1998	1997	1998
Öffentlich-rechtliche Sender ¹⁾	33	34	69	69
Privatsender ²⁾	15	15	31	31
Informationskonsum gesamt	48	50	100	100

1) Zusammengefaßte Werte für das Erste, das ZDF, 3sat und die Dritten Programme.
 2) Zusammengefaßte Werte für RTL, SAT.1, Pro 7, RTL 2, VOX und Kabel 1.

Quelle: AGF/GfK Fernsehforschung, PC#TV.

8. Ostdeutsche Fernsehzuschauer bevorzugen andere Informationssendungen

Untersucht man auch in den neuen Bundesländern zunächst die Nachfrage nach tagesaktuellen Informationssendungen, dann bestätigt sich erneut, daß die Nachrichtensendungen von ARD und ZDF im Osten nach wie vor etwas weniger beachtet werden als im Westen. So wurde die „Tagesschau“ 1998 von 39 Prozent aller potentiellen Zuschauer aus den alten Bundesländern gesehen – aber nur von 22 Prozent aus den neuen Bundesländern. Ähnliche Unterschiede gelten auch für die „heute“-Sendung des ZDF, bei der die ostdeutschen Zuschaueranteile um 10 Prozentpunkte unter dem Westniveau liegen, während die entsprechenden Anteile der RTL-Nachrichten um 8 Prozentpunkte über dem Westpegel liegen (vgl. Tabelle 14).

⑭ **Durchschnittliche Reichweiten und Marktanteile der Fernsehnachrichten in West- und Ostdeutschland 1998**

	Zuschauer in Mio		Marktanteile in %	
	West	Ost	West	Ost
heute	4,45	0,87	26,2	16,4
Mo-So, 19.00 Uhr				
Tagesschau	8,28	1,45	39,1	21,8
Mo-So, 20.00 Uhr				
heute-journal	3,15	0,49	14,7	8,3
Mo-Sa, 21.45 Uhr				
Tagesthemen	2,01	0,31	13,2	8,2
Mo-So, 22.30 Uhr				
RTL aktuell	2,89	1,34	18,6	26,8
Mo-So, 18.45 Uhr				
SAT.1 18.30	1,41	0,54	10,0	11,9
Mo-So, 18.30 Uhr				
Pro 7 Nachrichten	0,88	0,33	4,8	5,7
Mo-So, 20.00 Uhr				

Quelle: AGF/GfK Fernsehforschung, PC#TV.

Werden auch die übrigen Informationssendungen – einschließlich der Boulevard- und Infotainmentmagazine – in die Betrachtung einbezogen, wird deutlich: Information ist für die Ostdeutschen nicht ganz dasselbe wie für die Westdeutschen. So bevorzugen die westdeutschen Fernsehzuschauer die klassischen Informationssendungen von ARD und ZDF, wobei – abgesehen von den Nachrichtensendungen – die aktuelle Hintergrundsendung „Brennpunkt“ und das politische Magazin „Monitor“ an der Spitze der westdeutschen Interessenhierarchie stehen.

Bei den Ostdeutschen findet sich jedoch – wie in den Jahren zuvor – das Sensationsmagazin „Explosiv“ an der Spitze der Zuschauergunst. Dieses bei RTL ausgestrahlte Magazin wurde in Ostdeutschland von rund 29 Prozent aller potentiellen Zuschauer gesehen – im Westen dagegen von nur knapp 19 Prozent. Auch die bei SAT.1 und RTL ausgestrahlten Magazine „Akte 98“ und „Spiegel TV“ werden in den neuen Bundesländern etwas mehr gesehen als in den alten. Im übrigen verfolgen die ostdeutschen Fernsehzuschauer jedoch dieselben Informationssendungen wie die westdeutschen, wie Tabelle 15 belegt. Der Unterschied ist nur: Die ostdeutschen Fernsehzuschauer nutzen – stärker als die westdeutschen – Informations- und Infotainmentsendungen der Privatprogramme neben den klassischen Informationssendungen der öffentlich-rechtlichen Programme.

Nach Zusammenfassung der gesamten Informations- und Infotainmentnutzung in den neuen und alten Bundesländern läßt sich dieser Unterschied noch etwas genauer quantifizieren: In den alten Bundesländern stammen lediglich 29 Prozent vom täglichen Zeitaufwand für Informationssendungen aus den Privatprogrammen – in den neuen Ländern dagegen 36 Prozent. Zugleich gilt jedoch: Auch die ostdeutschen Fernsehzuschauer decken ihren Informationsbedarf zum größten Teil bei den öffentlich-rechtlichen Sendern. 64 Prozent ihres täglichen Informationskonsums stammen jedenfalls aus dem Ersten, dem ZDF, den Dritten Programmen oder von 3sat, wie man an Tabelle 16 ablesen kann.

9. Die Akzeptanz der öffentlich-rechtlichen Sender steht in deutlichem Zusammenhang mit dem politischen Interesse ihrer Zuschauer

Aus den regelmäßigen Trendbefragungen von ARD und ZDF (4) ergibt sich zunächst – in Übereinstimmung mit dem tatsächlichen Sehverhalten – daß die Zuschauerbindung an das Erste zugenommen hat. Diese Veränderung kommt zum Beispiel darin zum Ausdruck, daß die Zahl der Bundesbürger, die das Erste als ihren Lieblingssender nennen, im vergangenen Jahr gestiegen ist. Allerdings werden in dieser Frage – abweichend vom Sehverhalten der Fernsehzuschauer – auch RTL und ProSieben etwas freundlicher beurteilt, während die Bindung an das ZDF, an SAT.1 und die Dritten Programme unverändert geblieben ist.

Fragt man jedoch nach der Unentbehrlichkeit der Fernsehprogramme, dann werden SAT.1 und das ZDF etwas skeptischer beurteilt. Bei dieser

Westdeutsche bevorzugen „Brennpunkt“ und „Monitor“ (ARD), Ostdeutsche „Explosiv“ (RTL)

Zuschauerbindung an das Erste hat zugenommen

15 **Rangliste der Reichweiten ausgewählter Informations- und Infotainmentsendungen in West- und Ostdeutschland 1998**

Zuschauer ab 5 Jahre

Deutschland West			Deutschland Ost				
Rangplatz	Sendung	Zuschauer in Mio	Marktanteil in %	Rangplatz	Sendung	Zuschauer in Mio	Marktanteil in %
	Brennpunkt (ARD)	4,47	20,2		Explosiv (RTL)	1,64	29,2
	Monitor (ARD)	3,24	14,4		Brennpunkt (ARD)	1,00	14,7
	Explosiv (RTL)	3,23	18,9		Monitor (ARD)	0,75	11,3
	Frontal (ZDF)	3,00	12,9		Fakt (ARD)	0,74	10,4
	Panorama (ARD)	3,00	13,7		Bonn direkt (ZDF)	0,72	11,8
	Die Reportage (ZDF)	2,96	13,4		Report München (ARD)	0,71	10,4
	ZDF-Spezial	2,94	16,2		Panorama (ARD)	0,70	10,7
	Sabine Christiansen (ARD)	2,92	14,3		Report B.-B./Mainz (ARD)	0,67	9,8
	Bonn direkt (ZDF)	2,89	14,8		Akte 98 (SAT.1)	0,65	17,6
	Report München (ARD)	2,89	12,5		Die Reportage (ZDF)	0,61	9,3
	Report B.-B./Mainz (ARD)	2,74	12,0		Kontraste (ARD)	0,61	8,8
	WISO (ZDF)	2,71	13,8		ARD-exklusiv	0,61	10,4
	Weltspiegel (ARD)	2,63	13,1		Spiegel-TV (RTL)	0,57	11,9
	Fakt (ARD)	2,61	10,9		Frontal (ZDF)	0,57	8,3
	Kontraste (ARD)	2,45	10,8		ZDF-Spezial	0,55	10,2
	Plusminus (ARD)	2,45	11,3		Weltspiegel (ARD)	0,54	8,6
	ARD-exklusiv	2,44	11,9		WISO (ZDF)	0,52	8,1
	Akte 98 (SAT.1)	2,40	15,8		Plusminus (ARD)	0,52	8,6
	Auslandsjournal (ZDF)	2,14	9,5		Sabine Christiansen (ARD)	0,51	9,6
	Talk im Turm (SAT.1)	2,08	12,3		Talk im Turm (SAT.1)	0,50	11,7
	Stern-TV (RTL)	2,08	15,7		Stern-TV (RTL)	0,50	15,4
	Spiegel-TV (RTL)	1,90	10,2		Auslandsjournal (ZDF)	0,41	6,2
	Kennzeichen D (ZDF)	1,53	9,7		Focus TV (PRO 7)	0,38	9,6
	Focus TV (Pro 7)	1,33	8,4		Kennzeichen D (ZDF)	0,35	8,9

Quelle: AGF/GfK Fernsehforschung, PC#TV.

16 **Zeitaufwand für Informationssendungen 1998 in West- und Ostdeutschland pro Tag (Mo-Sa)**

	Sehdauer in Min.		Anteil am Informations- konsum in %	
	West	Ost	West	Ost
Öffentlich-rechtliche Sender ¹⁾	34	35	71	64
Privatsender ²⁾	14	20	29	36
Informationskonsum gesamt	48	55	100	100

1) Zusammengefaßte Werte für das Erste, das ZDF, 3sat und die Dritten Programme.

2) Zusammengefaßte Werte für RTL, SAT.1, Pro 7, RTL 2, VOX und Kabel 1.

Quelle: AGF/GfK Fernsehforschung, PC#TV.

Frage, bei der die Zuschauer erklären sollen, für welches Programm sie sich entscheiden würden, wenn sie nur noch einen einzigen Fernsehsender empfangen könnten, ergibt sich: Das Erste ist für die deutschen Fernsehzuschauer - deutlicher noch als im Jahr zuvor - das wichtigste, subjektiv am wenigsten verzichtbare Fernsehprogramm. Zweitwichtigstes Fernsehprogramm ist für die Bundesbürger demnach RTL, gefolgt von ZDF und ProSieben (vgl. Tabelle 17).

Erneut bestätigt hat sich dabei, daß die Senderbindung in einem deutlichen Zusammenhang mit dem politischen Interesse der Fernsehzuschauer steht: Wer sich für die Politik und das öffentliche Leben interessiert, hat nicht nur eine ausgeprägte Vorliebe für die öffentlich-rechtlichen Sender, sondern hält sie auch in besonderem Maß für un-

17 **Unentbehrlichkeit und Beliebtheit der Fernsehsender im Vergleich**

Antworten in %

	1995	1996	1997	1998
Es würden sich entscheiden für ... ¹⁾				
ARD 1	19	24	23	24
ZDF	18	16	16	14
ARD 3	10	10	11	11
RTL	18	16	16	18
SAT.1	12	11	10	9
Pro 7	12	12	14	14

Es sehen am liebsten ...²⁾

ARD 1	51	52	49	51
ZDF	51	46	45	45
ARD 3	28	28	29	29
RTL	47	44	42	44
SAT.1	44	37	35	35
Pro 7	30	30	31	32

1) Dabei war nur eine Sendernennung erlaubt.

2) Hier waren maximal 3 Nennungen möglich.

Quelle: ARD/ZDF-Trend, Winter 1995-1998.

verzichtbar. Dabei spielt wiederum das Erste Programm die größte Rolle und das ZDF - abweichend vom Durchschnitt - die zweitgrößte. Und umgekehrt steigt die Bindung an RTL, SAT.1 oder ProSieben, je unpolitischer die Fernsehzuschauer

18 Unentbehrlichkeit und Beliebtheit der Fernsehsender 1998

nach politischem Interesse, in %

	Aktives politisches Interesse ¹⁾		
	gering	durchschnittlich	hoch
Es würden sich entscheiden für ... ²⁾			
ARD 1	18	21	31
ZDF	8	14	18
ARD 5	10	10	13
RTL	24	21	11
SAT.1	12	10	6
Pro 7	18	14	11
Es sehen am liebsten ... ³⁾			
ARD 1	41	49	61
ZDF	35	44	52
ARD 5	24	28	36
RTL	55	48	34
SAT.1	39	37	29
Pro 7	37	34	26

- 1) Kombinierte Werte für das Interesse an Politik und die Beteiligung an politischen Diskussionen.
- 2) Nur eine Sendernennung erlaubt.
- 3) Bis zu drei Nennungen möglich.

Quelle: ARD/ZDF-Trend, Winter 1998.

sind - gleichgültig, ob man die subjektive Unentbehrlichkeit oder die Beliebtheit der Fernsehsender als Kriterium wählt (vgl. Tabelle 18).

10. Auch unabhängig davon werden die öffentlich-rechtlichen Sender vor allem wegen ihrer Informationsleistung geschätzt

ARD und ZDF werden als glaubwürdiger, seriöser und anspruchsvoller wahrgenommen

Einen ersten Hinweis auf die besondere Bedeutung der Informationsleistung von ARD und ZDF geben die Eigenschaftsprofile, mit denen die Senderimages ermittelt werden. Das Erste und das ZDF werden dabei von den deutschen Fernsehzuschauern signifikant glaubwürdiger, seriöser und anspruchsvoller wahrgenommen als RTL, SAT.1 oder ProSieben. Die Privatsender - und hier vor allem RTL - gelten dagegen als moderner und „frecher“ (vgl. Tabelle 19).

Weitere Hinweise auf die Bedeutung der Informationssendungen ergeben sich dann, wenn man die Zuschauer bittet, die Leistung der einzelnen Fernsehsender anhand von Item-Formulierungen genauer zu bestimmen. (5) Was die Fernsehzuschauer am meisten an den öffentlich-rechtlichen Programmen schätzen, so zeigt sich, ist die Ausführlichkeit und Gründlichkeit ihrer tagesaktuellen Informationssendungen, die dem Ersten von 81 Prozent und dem ZDF von 79 Prozent der Bundesbürger attestiert werden. Der zweitwichtigste Grund für die Akzeptanz der öffentlich-rechtlichen Programme ist die Professionalität ihrer Korrespondenten, die dem Ersten und dem ZDF von 79 bzw. 77 Prozent der Bundesbürger bestätigt wird. Und der dritte Grund ist der Eindruck der Fernsehzuschauer, daß die öffentlich-rechtlichen

19 Beurteilung verschiedener Programme anhand ausgewählter Eigenschaftszuschreibungen

6-stufige Skala von „trifft voll und ganz zu“ bis „trifft überhaupt nicht zu“, Top Boxes in %

	ARD	ZDF	RTL	SAT.1	Pro 7
glaubwürdig	74,0	73,0	33,2	31,5	36,5
seriös	73,8	73,2	24,9	24,9	30,4
anspruchsvoll	55,7	51,6	25,2	25,3	29,1
erfolgreich	53,1	46,9	58,4	50,8	52,7
unverwechselbar	52,2	41,8	42,5	36,6	37,0
konservativ	45,0	45,3	9,4	8,5	6,8
modern	34,7	30,6	62,2	54,8	56,8
mutig	26,5	23,9	45,9	40,3	36,9
langweilig	15,5	16,9	7,4	8,6	7,0
schwerfällig	14,8	17,6	3,4	4,8	4,5
frech	7,9	5,9	42,0	33,9	30,9
sensationslüstern	6,9	4,5	57,7	46,2	33,8

Quelle: ARD/ZDF-Trend, Winter 1998.

Programme mit ihren Informationssendungen den schnellsten „Überblick über das Wichtigste“ vom Tage bieten. Damit hängt zusammen, daß den öffentlich-rechtlichen Programmen auch die größte Rolle bei der politischen Meinungsbildung zugeschrieben wird.

RTL und SAT.1 haben demgegenüber offenbar immer noch ein Seriositätsdefizit: Sie gelten - in Übereinstimmung mit früheren Untersuchungen zu diesem Thema - als Sender, die „es mit der Wahrheit nicht so genau“ nehmen und „nur auf Einschaltquoten aus“ sind. Das Publikumsurteil über die Privatsender wird nämlich vor allem von ihrer Unterhaltungs- und Entspannungsfunktion geprägt. Sie werden mehrheitlich als Verbreiter von „Spaß und guter Laune“ geschätzt, und besonders RTL werden Shows zugeschrieben, „bei denen echt was los ist“ (vgl. Tabelle 20).

Publikumsurteil der Privatsender von Unterhaltungsfunktion geprägt

Diese unterschiedlichen Profile im Meinungsbild der Fernsehzuschauer wiederholen sich auch bei einer Konkretisierung der globalen Senderbewertungen, indem man nach der Beurteilung einzelner Sendungsarten fragt und dabei diejenigen Zuschauer aussondert, die sich dafür nicht interessieren. Auch bei dieser Frage, bei der die Zuschauer entscheiden sollen, welches Fernsehprogramm die besten Sendungen in den einzelnen Sparten ausstrahlt, werden die öffentlich-rechtlichen Programme vor allem als Informationssender verstanden und die Privatprogramme als Unterhaltungssender.

Im einzelnen ergibt sich dabei für das Erste Programm ein Imagevorsprung auf dem Gebiet der Nachrichten, der politischen Magazine und Reportagen, aber auch bei den Ratgeber- und Verbrauchersendungen.

ARD und ZDF werden beste Informationssendungen zugeschrieben, aber nicht auf Informationsbereich reduziert

Gemeinsam mit dem ZDF gilt das Erste außerdem als kompetentester Sender für Kulturmagazine und für Natursendungen, während die Wirtschaftsmagazine, die Wissenschafts- und Techniksendungen besonders beim ZDF geschätzt werden. Dazu kommt, daß die Dritten Programme nahezu

20 Beurteilung verschiedener Programme anhand ausgewählter Items

6-stufige Skala von „trifft voll und ganz zu“ bis „trifft überhaupt nicht zu“, Top Boxes in %

	ARD	ZDF	RTL	SAT.1	Pro 7
bringt ausführliche und gründliche Berichte über die Tagesereignisse	81,3	78,5	45,0	41,5	38,4
hat sachkundige Korrespondenten	79,3	76,5	44,4	38,9	35,5
bietet einen schnellen Überblick über das Wichtigste vom Tage	74,8	69,8	56,2	49,1	42,3
spricht die ganze Familie an	53,7	52,1	49,0	47,9	46,2
ist wichtig für die politische Meinungsbildung	51,6	46,1	14,5	12,6	11,2
ist ein unverzichtbarer Bestandteil der Kultur in Deutschland	50,8	43,0	14,8	15,1	10,9
hat ein kompetent gemachtes Sportprogramm	43,7	44,6	30,7	45,9	9,2
ist zum Entspannen ideal	31,4	30,9	49,1	44,9	46,4
zeigt viele gut gemachte Spielfilme	30,4	30,8	53,7	50,6	61,7
vermittelt Spaß und gute Laune	28,8	31,7	51,7	49,5	49,4
bringt zuviele Wiederholungen	27,0	27,8	27,1	24,8	20,6
zeigt Shows, bei denen echt was los ist	19,7	22,8	45,1	39,4	23,7
machen auch gute Daily soaps	15,3	8,5	23,8	17,6	16,1
ist nur auf Einschaltquoten aus	14,6	15,7	58,2	53,0	44,8
bringt bei Sportsendungen zuviele Unterbrechungen	8,9	7,5	57,0	60,5	25,6
bringt Talkshows, in denen die Menschen bloßgestellt werden	6,6	4,4	41,8	34,2	23,1
nimmt es mit der Wahrheit nicht so genau	6,0	4,5	24,9	22,9	13,7

Quelle: ARD/ZDF-Trend, Winter 1998.

21 Spartenkompetenz ausgewählter Sender

„Welcher Sender bringt ihrem persönlichen Eindruck nach die besten Sendungen dieser Art?“	ARD	ZDF	Dritte	RTL	SAT.1	Pro 7
Nachrichten	65,9	46,4	12,9	23,8	12,0	9,5
Politikmagazine und -reportagen	62,3	57,5	10,8	18,9	13,2	6,7
Wirtschaftsmagazine und -reportagen	57,5	62,4	12,6	11,1	7,5	4,0
Ratgeber- und Verbrauchersendungen	56,4	44,3	24,6	9,6	5,8	4,5
Musiksendungen: Volksmusik/Schlager	49,7	59,5	26,6	13,8	10,9	2,5
Magazine und Reportagen zu Wissenschaft und Technik	47,1	55,2	20,6	9,7	6,9	10,4
Kulturmagazine, Berichte über kulturelle Ereignisse	46,3	44,8	25,7	9,7	6,7	5,5
Natur- und Tiersendungen	42,2	40,0	32,3	10,7	8,1	13,4
Familien- und Unterhaltungsserien	39,9	37,6	7,5	43,6	28,4	19,2
Krimis und Krimiserien	39,1	42,9	3,6	37,5	27,4	22,3
Kino- und Fernsehfilme mit zeitkritischem Hintergrund	37,7	38,8	11,4	21,6	15,6	18,8
Satire- und Kabarettssendungen	36,4	23,4	18,9	24,1	14,9	7,2
Talkshows am Abend	32,8	26,4	14,5	28,3	30,6	6,0
Opern-, Theateraufführungen und Klassische Musik	31,9	33,9	26,9	2,2	1,7	0,7
Sportsendungen	31,2	36,6	4,9	26,4	43,4	1,9
Volks- und Bauerntheater	25,4	24,3	42,6	12,7	9,8	2,0
Unterhaltende Kino- und Fernsehfilme	24,5	27,8	6,0	42,2	31,2	45,4
Shows, Quizsendungen zum Mitmachen	22,3	30,0	2,6	46,1	33,2	7,2
Talkshows am Nachmittag	19,7	9,6	1,1	57,9	33,4	26,3
Arzt- und Krankenhausserien	19,5	24,6	3,3	44,9	44,6	21,9
Boulevardmagazine	19,4	16,1	7,4	54,6	31,4	23,0
Sendungen über das Bundesland, in dem Sie leben	13,9	8,2	75,5	4,8	3,3	1,7
Zeichentrickfilme und -serien	8,5	8,1	4,8	23,0	11,3	36,0
Comedyssendungen und -shows	6,3	7,5	3,9	44,5	30,4	37,3
Musiksendungen: Rock/Pop/Dancefloor	5,7	7,1	4,3	14,3	6,8	4,2
Science-Fiction-Filme und -Serien	5,4	5,3	1,0	25,8	41,4	49,3

Basis: Befragte, die die jeweilige Sparte für „wichtig“ oder „besonders wichtig“ halten; Mehrfachnennungen möglich.

Quelle: ARD/ZDF-Trend, Winter 1998.

unverändert als die besten Vermittler regionaler Informationen verstanden werden.

Nach wie vor werden ARD und ZDF aber nicht auf ihre Rolle als Informationsvermittler reduziert. So schreibt man dem Ersten zugleich die besten

Talkshows am Abend und die besten Satiresendungen zu. Und beim ZDF schätzt man außerdem die musikalischen Unterhaltungssendungen, die Krimiserien und die zeitkritischen Kino- und Fernsehfilme (vgl. Tabelle 21).

22) **Nachrichtenkompetenz der Fernsehprogramme aus der Sicht der Zuschauer**

nach Alter, Senderbindung und politischem Interesse, in %

Welcher Sender hat die besten Nachrichten?	Alter				Senderbindung ¹⁾		Aktives politisches Interesse ²⁾		
	Gesamt	14-29 J.	30-49 J.	50 J.+	ö.-rechtl. Sender	kommerz. Sender	gering	durchschnittlich	hoch
ARD 1	66	56	62	73	79	52	58	66	72
ZDF	46	34	43	54	58	34	38	48	51
RTL	24	30	28	18	8	40	31	25	18
SAT.1	12	13	14	10	5	20	15	12	10
Pro 7	10	17	13	4	2	18	12	10	7

Basis: Personen, denen Nachrichten besonders wichtig oder wichtig sind.

1) Zusammengefaßte Werte für Zuschauer, die eines der öffentlich-rechtlichen Programme für unverzichtbar erklärten, gegenüber denjenigen, die einen der Privatsender für unverzichtbar halten.

2) Zusammengefaßte Werte für das Interesse an Politik und die Beteiligung an politischen Diskussionen.

Quelle: ARD/ZDF-Trend, Winter 1998.

RTL, SAT.1 und ProSieben werden beste Unterhaltungssendungen zugeschrieben

Bei den unterhaltenden Filmen denken die meisten Fernsehzuschauer dagegen immer noch an ProSieben und RTL. Nahezu unverändert werden dem RTL-Programm außerdem die besten Unterhaltungs- und Comedyserien zugeschrieben und neuerdings auch die besten Shows und „Quizsendungen zum Mitmachen“, aber auch die besten Boulevardmagazine und Talkshows am Nachmittag.

Als besondere Stärken von SAT.1 gelten schließlich nach Meinung der Fernsehzuschauer die Sportsendungen und – zusammen mit RTL – auch die Arzt- und Krankenhausserien.

Auch bei Kompetenzzuschreibungen besteht Zusammenhang mit politischem Interesse

Auch bei diesen Kompetenzzuschreibungen gibt es einen Zusammenhang mit dem politischen Interesse der Fernsehzuschauer – aber auch mit ihrem Alter und ihren Sendervorlieben, wie man am Beispiel der Nachrichten zeigen kann (vgl. Tabelle 22): Wer älter als 49 Jahre ist, einen der öffentlich-rechtlichen Sender für unverzichtbar hält oder ein ausgeprägtes Interesse für die Politik und das öffentliche Leben besitzt, beurteilt die Nachrichtenkompetenz der öffentlich-rechtlichen Sender am positivsten. Zugleich gilt jedoch: Auch die jüngeren Generationen und die politisch weniger Interessier-

ten sind mehrheitlich der Meinung, das Erste und das ZDF hätten die besten Nachrichten. Und selbst diejenigen Zuschauer, die RTL oder SAT.1 bei alternativen Entscheidungszwang für unverzichtbar erklären, halten vor allem das Erste in dieser Frage für kompetenter als ihren eigenen Lieblingssender.

Anmerkungen:

- 1) Vgl. zuletzt Darschin, Wolfgang/Bernward Frank: Tendenzen im Zuschauerverhalten. Fernsehgewohnheiten und Programmbewertungen. In: Media Perspektiven 4/1998, S. 154-166.
- 2) Die in Tabelle 6 genannten Zahlen sind Ergebnis einer Sonderauswertung der GfK Fernsehforschung nach Sparten. Dabei handelt es sich um Durchschnittswerte für 1997 und 1998, die sich auf alle Zuschauer ab drei Jahre beziehen.
- 3) Diese und die folgenden, in den Tabellen 8, 9 und 13 genannten Zahlen zum Unterhaltungs- und Informationskonsum der Fernsehzuschauer sind ebenfalls Ergebnis einer Sonderauswertung der GfK Fernsehforschung nach Sparten, beziehen sich jedoch hier aus Vergleichsgründen auf die Erwachsenen ab 14 Jahre.
- 4) Die folgenden Zahlenangaben sind der Winterwelle des ARD/ZDF-Trend entnommen – einer regelmäßigen Repräsentativbefragung zur Bewertung der Fernsehprogramme von Infratest/München und RSG/Düsseldorf, die vom 22. Oktober bis 6. Dezember 1998 bei rund 4 500 Personen über 14 Jahre durchgeführt wurde. Die Vergleichsergebnisse für die früheren Jahre beziehen sich ebenfalls auf die Wintermonate. Vgl. dazu Darschin/Frank (Anm. 1), S. 163ff.
- 5) Die hier verwendeten Item-Formulierungen wurden – wie die zuvor genannten Eigenschaftszuschreibungen – in Gruppendiskussionen (Durchführung: Ernest Dichter-Institut, Frankfurt/Main) ermittelt, in einer repräsentativen Telefonumfrage (Durchführung: Media Markt Analysen, Frankfurt/Main) auf ihre Validität geprüft und durch multivariate Analysen zu der in Tabelle 19 und 20 wiedergegebenen Form verdichtet.

