

Fernsehgewohnheiten und  
 Programmbewertungen 1996

→ **Tendenzen im  
 Zuschauerverhalten**

Von Wolfgang Darschin und  
 Bernward Frank\*

**Empfangbarkeit:  
 RTL und SAT.1  
 nähern sich Sätti-  
 gungsgrenze**

Ende 1996 konnten 95 Prozent der deutschen Fernsehhaushalte die Programme von RTL und SAT.1 empfangen – das sind lediglich 500 000 oder ein Prozentpunkt mehr als zu Beginn des Jahres. Damit hat sich die Verbreitung der beiden Privatsender weiter verlangsamt und nähert sich der Sättigungsgrenze. Nur die Verbreitung der mittleren und kleineren Privatsender ist noch einmal spürbar gestiegen. So hat sich die Anzahl der Fernsehhaushalte, die PRO SIEBEN, RTL 2 oder Kabel 1 empfangen können, im Verlauf des Jahres um 1,3 bis 2,6 Millionen erhöht, und bei Super RTL waren es sogar 8 Millionen mehr – so daß im Dezember 1996 88 Prozent aller Fernsehhaushalte PRO SIEBEN sehen konnten, 86 Prozent RTL 2, 81 Prozent Kabel 1 und 61 Prozent Super RTL.

**Durchschnittlich 33  
 Programme emp-  
 fangbar**

Auf diese Weise ist auch die Zahl der empfangbaren Programme leicht gestiegen: Vor einem Jahr konnte ein durchschnittlicher Fernsehhaushalt 30 verschiedene Sender empfangen – Ende 1996 waren im Durchschnitt bereits 33 Programme verfügbar.

Wie haben die deutschen Fernsehzuschauer auf diese Veränderung reagiert? Gibt es neue Entwicklungen im Zuschauerverhalten? Werden die Fernsehprogramme anders bewertet als vor einem Jahr? Diese und ähnliche Fragen sollen hier mit den GfK-Ergebnissen des Jahres 1996 beantwortet, durch Befragungsergebnisse ergänzt und in Thesenform zusammengefaßt werden:

**1. Es wird wieder etwas mehr ferngesehen – im Westen und im Osten**

**Schdauer der  
 Erwachsenen um  
 neun Minuten  
 gestiegen**

Nimmt man zunächst die Tagesreichweiten des Fernsehens als Maßstab, dann zeigt sich: An einem durchschnittlichen Wochentag des Jahres 1996 hatten 88 Prozent aller deutschen Haushalte ihr Fernsehgerät eingeschaltet, wobei 73 Prozent aller Erwachsenen und 61 Prozent aller Kinder zugesehen haben. Dies sind Anteile, die punktgenau mit den Vorjahreswerten übereinstimmen oder lediglich um einen Prozentpunkt darüber liegen.

Wählt man jedoch die Sehdauer als Kriterium, dann ergeben sich Werte, die bei den Kindern um 5 Minuten und bei den Erwachsenen um 9 Minuten über den Vorjahreswerten liegen. Die westdeutschen Erwachsenen tragen dazu übrigens in

gleichem Maße bei wie die ostdeutschen. Nur bei den Kindern fällt die Entwicklung unterschiedlich aus. So wurde für die westdeutschen Kinder ein minimaler Mehrkonsum von 2 Minuten pro Tag registriert – aber bei den ostdeutschen waren es 15 Minuten mehr.

Die bisher bekannten Unterschiede zwischen ostdeutschen und westdeutschen Fernsehzuschauern bleiben dabei bestehen und haben sich bei den Kindern noch vergrößert. So liegen die Tagesreichweiten der ostdeutschen Fernsehzuschauer um 6 Prozent über dem Westniveau. Und die tägliche Sehdauer liegt sogar um 14 bis 22 Prozent über den vergleichbaren Ergebnissen der Westdeutschen – je nachdem, ob man den Fernsehkonsum der Erwachsenen oder der Kinder zum Maßstab nimmt (vgl. Tabelle 1).

Es sind jedoch nicht nur die Kinder und die jüngeren Generationen, die zum höheren Fernsehkonsum in Ostdeutschland beitragen. Schließt man die Sehdauer nach einzelnen Altersgruppen auf, dann bestätigt sich vielmehr: Die 14- bis 39jährigen Ostdeutschen sitzen pro Tag 16 bis 20 Minuten länger vor dem Fernsehgerät als ihre westdeutschen Altersgenossen. Aber bei den über 40jährigen Zuschauern aus Ostdeutschland liegt der Fernsehkonsum sogar um 32 bis 41 Minuten über dem Westniveau (vgl. Tabelle 2).

**2. Der Anstieg des Fernsehkonsums betrifft das Erste, die Dritten und die kleineren Privatprogramme**

Untersucht man, wie sich die Fernsehaktivitäten der Bundesbürger auf die einzelnen Programme verteilen, dann ergibt sich, daß die öffentlich-rechtlichen Sender – abweichend vom bisherigen Trend – keine Zuschauer abgeben mußten. So haben die Bundesbürger an einem durchschnittlichen Wochentag des vergangenen Jahres – wenn man den Fernsehkonsum aller in deutschen Fernsehhaushalten lebenden Personen ab 3 Jahre zugrundelegt – 27 Minuten mit dem Ersten Programm verbracht, 26 Minuten mit dem ZDF und 19 Minuten mit den Dritten Programmen – das sind beim Ersten und den Dritten Programmen 1 bis 2 Minuten mehr als im Jahr zuvor, während die Sehdauer für das ZDF unverändert geblieben ist (vgl. Tabelle 3).

Zugleich ist der Zeitaufwand für die kleineren Privatsender wie Kabel 1, VOX oder Super RTL um 2 Minuten pro Tag gestiegen. Bei RTL, RTL 2 und PRO SIEBEN stagnieren die Meßwerte jedoch, und nur bei SAT.1 sind sie um zwei Minuten gesunken. Das Sehbeteiligungsverhältnis zwischen den Programmen verschiebt sich dabei so: RTL bleibt zwar – trotz leichter Marktanteilsverluste – auch 1996 das meistgesehene Fernsehprogramm, aber die übrige Rangreihe hat sich verändert: 17,0 Prozent vom täglichen Fernsehkonsum der Deutschen entfallen demnach auf das Kölner Privatprogramm. An zweiter Stelle steht – anders als im Jahr zuvor – das Erste mit einem Zuschaueranteil von 14,8 Prozent, gefolgt vom ZDF mit 14,4 Prozent. Danach kommen SAT.1 mit 13,2 Prozent,

**Weiterhin höherer  
 Fernsehkonsum in  
 Ostdeutschland**

**Ö.-r. Programme  
 konstant bzw. mit  
 leichtem Zuwachs  
 genutzt**

**Zeitaufwand für  
 Nutzung kleinerer  
 Privatprogramme  
 leicht gestiegen**

\* Wolfgang Darschin, Medianreferent der Programmredaktion  
 Deutsches Fernsehen/ARD; Bernward Frank, Leiter der  
 ZDF-Medienforschung.

① **Einschaltdauer pro Tag, Sehdauer und Tagesreichweiten in Deutschland**

Mo-So

	Einschalt- dauer in Min.	Sehdauer in Min.			Tagesreichweite in %			
		Erwach- sene	Kinder 3-13 J.	Zusch. (ges. 1)	Haus- halte	Erwach- sene	Kinder 3-13 J.	Zusch. (ges. 1)
<b>Deutschland gesamt</b>								
1994	291	178	95	179	88	72	59	76
1995	297	186	95	174	88	72	60	71
1996	312	195	100	183	88	73	61	71
Differenz 1995/96	+15	+ 9	+ 5	+ 9	0	+ 1	+ 1	0
<b>Deutschland West</b>								
1994	281	170	89	171	88	70	58	74
1995	289	181	93	170	87	71	60	70
1996	303	190	95	178	88	72	60	71
Differenz 1995/96	+14	+ 9	+ 2	+ 8	+ 1	+ 1	0	+ 1
<b>Deutschland Ost</b>								
1994	331	207	105	207	91	76	63	81
1995	331	207	101	191	90	75	61	73
1996	349	216	116	202	91	76	64	74
Differenz 1995/96	+18	+ 9	+15	+11	+ 1	+ 1	+ 3	+ 1

1) Bis 1994: bezogen auf die Fernsehzuschauer ab 6 Jahre einschließlich der mitsehenden Gäste.  
Ab 1995: bezogen auf die Fernsehzuschauer ab 5 Jahre - ohne Gäste.

② **Sehdauer pro Tag in Deutschland West und Ost 1995 nach Altersgruppen, Mo-So, in Min.**

	West	Ost	Differenz
Alter in Jahren			
14-19	108	128	+ 20
20-29	140	156	+ 16
30-39	175	195	+ 20
40-49	190	227	+ 37
50-64	211	243	+ 32
ab 65	246	287	+ 41

die Dritten Programme mit 10,1 Prozent und PRO SIEBEN mit 9,5 Prozent. Es folgen RTL 2, Kabel 1 und VOX, die ihre Position teilweise verbessern konnten, aber mit Zuschaueranteilen von 3,0 bis 4,5 Prozent immer noch eine geringe quantitative Rolle spielen.

Auch dabei bleiben die bekannten Unterschiede zwischen alten und neuen Bundesländern bestehen. So verbringen die ostdeutschen Fernsehzuschauer nach wie vor die meiste Zeit mit RTL und SAT.1, obwohl SAT.1 auch dort Verluste hinnehmen mußte. In Westdeutschland besitzt RTL zwar einen leichten Sehbeteiligungsvorsprung, aber im übrigen spielen die öffentlich-rechtlichen Hauptprogramme hier eine deutlich größere Rolle als im Osten. Unterschiedlich ist ferner, daß die Dritten Programme in Ostdeutschland einen größeren Zuspruch finden als in Westdeutschland und inzwischen sogar etwas mehr gesehen werden als das Erste oder das ZDF.

### 3. Zu allen Tageszeiten kommt es zu leichten Änderungen in den Sehgewohnheiten

Schlüsselt man die Sehbeteiligungswerte nach einzelnen Zeitabschnitten auf, dann wird zunächst deutlich, daß die kleinen Privatsender wie

Kabel 1, VOX oder Super RTL, die hier in der Sammelkategorie der Sonstigen Programme enthalten sind, zu allen Tageszeiten etwas mehr gesehen werden. Bei den Dritten Programmen stammt der Anstieg der Zuschauerzahlen aus der gesamten Zeit nach 15.00 Uhr, und beim Ersten beschränkt sich diese Veränderung auf den Nachmittag und das Abendprogramm.

Darüber hinaus sind am Vormittag leichte Verschiebungen zugunsten von SAT.1 erkennbar. Am Nachmittag hat das ZDF Zuschauer hinzugewonnen und am Vorabend auch RTL, während SAT.1 zu allen Tageszeiten nach 15.00 Uhr verloren hat, wie Tabelle 4 belegt. An dieser Tabelle kann man auch ablesen, daß RTL an den Vormittagen und Nachmittagen ebenfalls Zuschauer abgeben mußte, aber zu diesen Tageszeiten immer noch mehr gesehen wird als die übrigen Programme. Am Vorabend bleibt es bei der bekannten Bevorzugung des ZDF, und am Abend - zwischen 20.00 und 1.00 Uhr - ergibt sich insgesamt ein leichter Sehbeteiligungsvorsprung des Ersten Programms vor RTL.

Noch etwas genauer wird das Bild, wenn man den Fernsehkonsum der Bundesbürger in Form von Verlaufskurven darstellt. Auf diese Weise wird sichtbar, daß der angedeutete Sehbeteiligungsvorsprung von RTL am Vormittag im wesentlichen aus der Zeit zwischen 9.00 und 13.00 Uhr stammt, wo Serienwiederholungen, Spielschows und das Magazin „Punkt 12“ zu sehen sind (vgl. Abbildung 1). Und am Nachmittag sind es nach wie vor die zwischen 14.00 und 17.00 Uhr ausgestrahlten Talkshows von RTL, die zum Sehbeteiligungserfolg des Kölner Privatsenders beitragen.

**Das ZDF dominiert am Vorabend, das Erste am Abend und RTL trotz leichter Verluste am Vor- und Nachmittag**

#### Unterschiedliche Programmpräferenzen zwischen Ost und West

③ **Einschaltdauer pro Tag, Sehdauer und Anteil am Fernsehkonsum in Deutschland**

Mo-So, nach einzelnen Programmen

	Einschaltdauer in Min.		Sehdauer in Min. Personen ab 3 J.		Anteil am Fernsehkonsum der Zusch. ab 3 J. in %	
	1995	1996	1995	1996	1995	1996
ARD 1	44	46	26	27	14,6	14,8
ZDF	43	44	26	26	14,7	14,4
ARD 3	29	32	17	19	9,7	10,1
SAT.1	43	41	26	24	14,7	13,2
RTL	51	52	31	31	17,6	17,0
PRO 7	29	29	17	17	9,9	9,5
RTL 2	14	14	8	8	4,6	4,5
VOX	8	10	4	6	2,6	3,0
Kabel 1	9	11	5	7	3,0	3,6
Super RTL <sup>1)</sup>	3	7	2	4	1,1	2,1
<b>Deutschland West</b>						
ARD 1	46	48	27	28	15,7	15,9
ZDF	44	46	26	27	15,4	15,4
ARD 3	27	30	16	17	9,3	9,8
SAT.1	40	39	24	23	14,2	12,9
RTL	48	48	29	29	16,9	16,3
PRO 7	27	27	16	16	9,5	9,0
RTL 2	12	13	7	7	4,3	4,2
VOX	8	9	4	5	2,5	2,9
Kabel 1	9	11	5	6	3,2	3,5
Super RTL <sup>1)</sup>	3	5	2	3	1,0	1,8
<b>Deutschland Ost</b>						
ARD 1	39	39	21	22	11,0	10,9
ZDF	41	38	24	22	12,3	10,8
ARD 3	36	39	21	23	10,9	11,2
SAT.1	54	49	32	29	16,6	14,1
RTL	64	66	38	39	19,6	19,3
PRO 7	36	38	22	23	11,3	11,3
RTL 2	19	19	11	11	5,6	5,4
VOX	9	12	5	7	2,7	3,5
Kabel 1	8	13	4	8	2,3	3,8
Super RTL <sup>1)</sup>	5	11	3	6	1,6	3,1

1) 1995: Mai bis Dezember.

④ **Marktanteile der Fernsehprogramme in Deutschland**

nach einzelnen Zeitabschnitten, Zuschauer ab 3 Jahre, in %

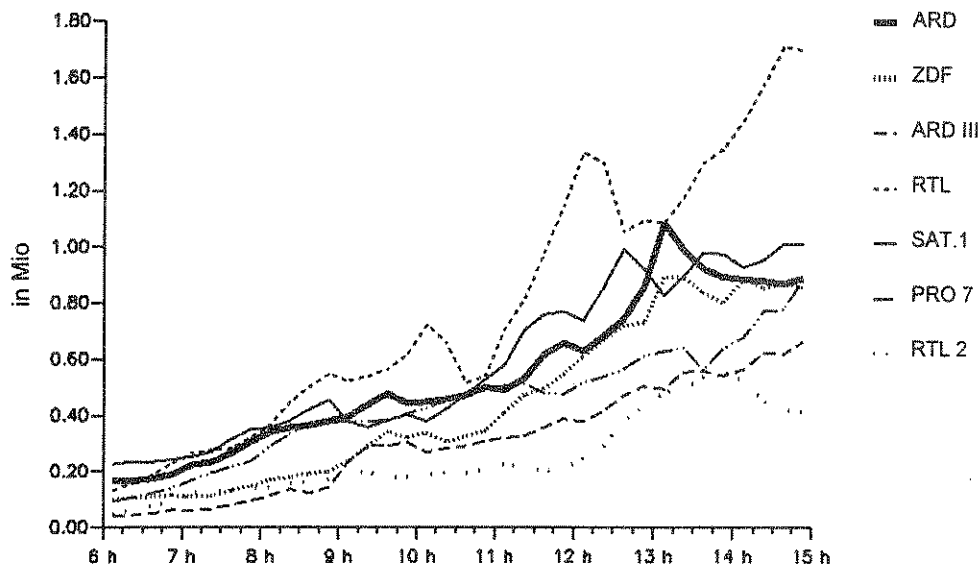
	vor 15.00 Uhr		15.00 - 18.00 Uhr		18.00 - 20.00 Uhr		20.00 - 1.00 Uhr	
	1995	1996	1995	1996	1995	1996	1995	1996
ARD 1	12,8	12,8	14,0	14,7	14,9	14,5	15,6	15,9
ZDF	10,3	10,2	13,0	13,3	18,9	18,7	15,4	14,8
ARD 3	7,2	7,3	8,1	8,4	11,5	12,2	10,4	11,1
SAT.1	12,6	13,9	13,1	11,2	16,1	13,2	15,5	13,6
RTL	20,8	18,5	21,7	19,0	16,0	17,3	15,5	15,7
PRO 7	11,1	10,5	9,5	10,3	8,2	7,4	10,2	9,7
Sonstige	25,2	26,8	20,6	23,1	14,4	16,7	17,4	19,2

**Typische Nutzungsmuster der ö.-r. Programme**

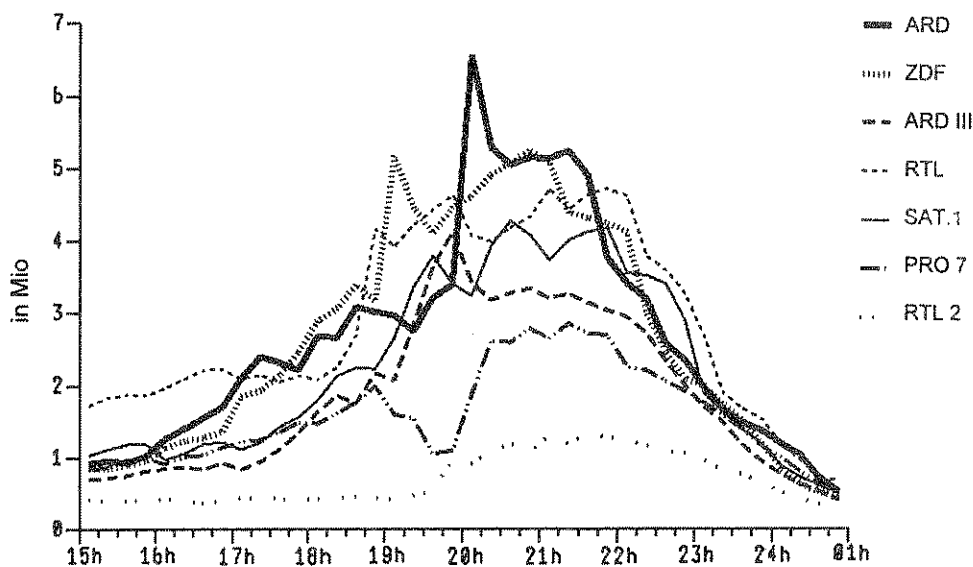
Die typischen Nutzungsmuster der öffentlich-rechtlichen Programme bleiben dabei bestehen. So erreicht die Sehbeteiligungskurve des ZDF ihren ersten Höhepunkt auch weiterhin um 19.00 Uhr - wenn die „heute“-Sendung zu sehen ist - und einen weiteren gegen 21.00 Uhr. Und nach wie vor besitzt die entsprechende Kurve des

Ersten Programms ihren Spitzenwert um 20.00 Uhr - zur Ausstrahlungszeit der „Tagesschau“ - und erstreckt sich bis etwa 22.00 Uhr. Erst nach 22.00 Uhr wenden sich die Fernsehzuschauer mehr den Sendungen von RTL und SAT.1 zu. Auf einen Blick sind die Nutzungsmuster der öffentlich-rechtlichen Programme - zusammen mit den Sehbeteiligungskurven der Privatsender - in Abbildung 2 zu erkennen.

**Abb. 1 Personenreichweiten an einem Durchschnittstag (Mo-So) vor 15.00 Uhr in Deutschland 1996**



**Abb. 2 Personenreichweiten an einem Durchschnittstag (Mo-So) nach 15.00 Uhr in Deutschland 1996**



#### 4. Ostdeutsche Fernsehzuschauer haben nach wie vor andere Sehgewohnheiten

Auch in den neuen Bundesländern sind zu allen Tageszeiten Verschiebungen in den Sehgewohnheiten erkennbar, die wiederum in erster Linie von den kleineren Privatsendern und den Dritten Programmen ausgehen. Außerdem wiederholen sich hier die punktuellen Veränderungen zugunsten des Ersten Programms und von RTL, während SAT.1 – in Übereinstimmung mit dem gesamtdeutschen Trend – zu allen Zeiten nach 15.00 Uhr Zuschauer abgeben mußte (vgl. Tabelle 5).

RTL wird in Ostdeutschland nicht nur am Vor- und Nachmittag, sondern auch abends am meisten gesehen

Die bisher bekannten Unterschiede zwischen ost- und westdeutschen Fernsehzuschauern ändern sich dabei nicht wesentlich. An den Vormittagen und Nachmittagen sind die Abweichungen nach wie vor gering: Auch die Ostdeutschen verbringen nämlich vor 18.00 Uhr die meiste Zeit mit RTL –

mit dem Unterschied, daß RTL und die übrigen Privatsender in den neuen Bundesländern eine noch größere Rolle spielen als im Bundesdurchschnitt (vgl. Abbildungen 3 und 4). Die deutlichste Differenz besteht immer noch zwischen 18.00 und 20.00 Uhr: In dieser Zeit schalten die meisten Ostdeutschen – abweichend vom Bundestrend – RTL ein, um dort vor allem das Magazin „Explosiv“ und die Serie „Gute Zeiten, schlechte Zeiten“ zu verfolgen.

Und auch die zweite Differenz bleibt bestehen: Anders als im gesamtdeutschen Durchschnitt wird in Ostdeutschland auch nach 20.00 Uhr bevorzugt das Programm von RTL gesehen, wie man an dem Kurvendiagramm in Abbildung 4

⑤ 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	
	1995	1996	1995	1996	1995	1996	1995	1996
ARD 1	9,2	8,4	10,6	10,8	10,4	10,1	12,3	12,5
ZDF	9,1	7,8	11,4	10,2	15,2	13,5	12,7	11,2
ARD 3	9,2	8,6	9,0	8,8	11,7	12,6	12,2	12,7
SAT.1	14,1	14,6	14,2	12,4	19,3	14,7	17,3	14,3
RTL	21,4	19,4	22,5	19,9	20,6	23,2	17,4	17,4
PRO 7	13,3	13,2	11,6	12,4	8,6	7,7	11,7	11,7
Sonstige	23,6	28,0	20,7	25,5	14,2	18,2	16,4	20,2

Abb. 3 Personenreichweiten an einem Durchschnittstag (Mo-So) vor 15.00 Uhr in Ostdeutschland 1996

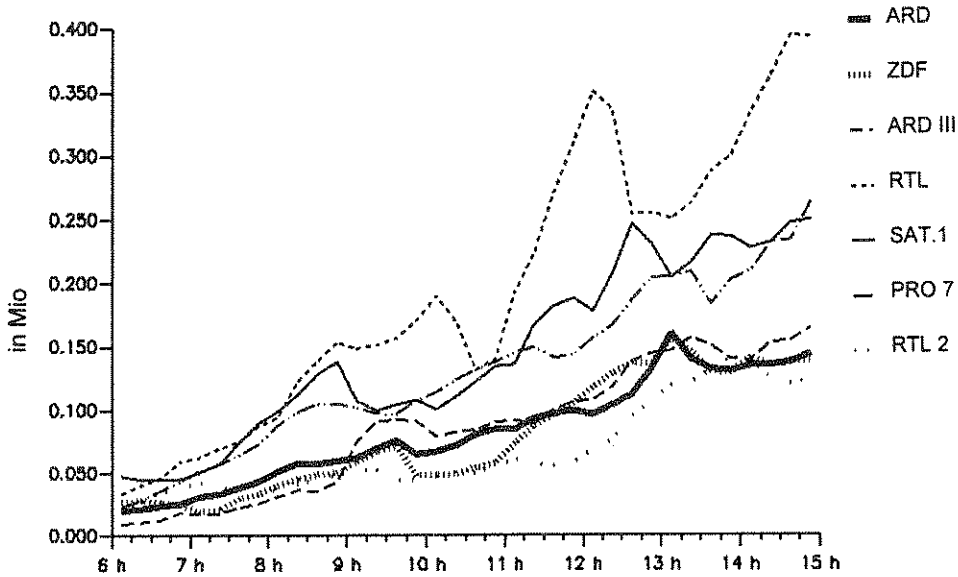
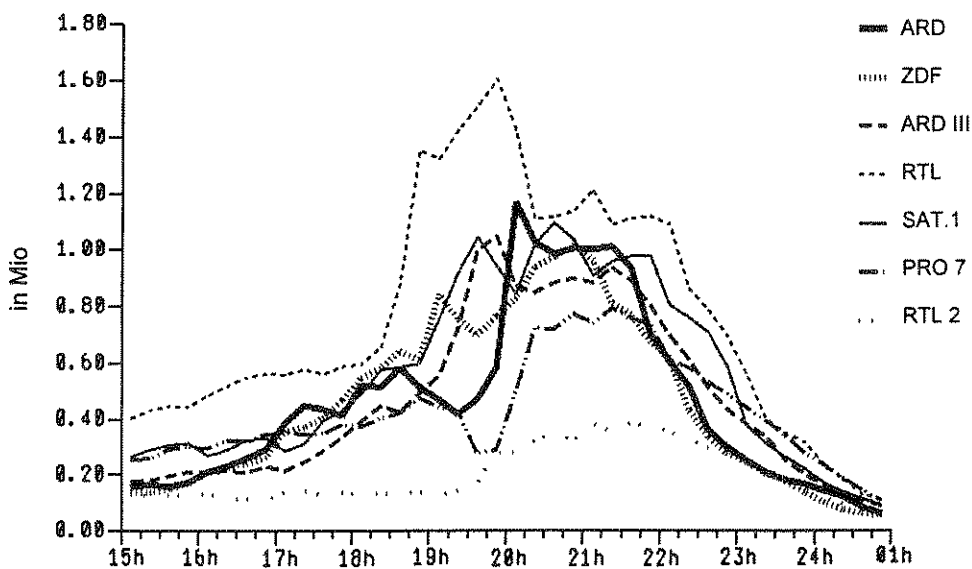


Abb. 4 Personenreichweiten an einem Durchschnittstag (Mo-So) nach 15.00 Uhr in Ostdeutschland 1996



ablesen kann. Die bekannten Nutzungsmuster der öffentlich-rechtlichen Sender bleiben auch dabei erhalten. So besitzt das ZDF auch hier am frühen Abend zwischen 19.00 und 21.00 Uhr seinen Einschaltsschwerpunkt, während die ARD-

Kurve auch im Osten ihre Höhepunkte zwischen 20.00 und 22.00 Uhr erreicht. Aber das Sehbeteiligungsniveau ist niedriger als im Bundesdurchschnitt.

### 5. Kaum verändert: die Unterhaltungspräferenzen der Fernsehzuschauer

Vor allem SAT.1-Serien verloren 1996 Zuschauer

Vergleicht man die Reichweiten der Unterhaltungssendungen, Serien, Spiel- oder Fernsehfilme miteinander, dann kann man sehen, daß vor allem die Serien von SAT.1 Zuschauer verloren haben. Auch bei den Unterhaltungsshow der öffentlich-rechtlichen Sender sind leichte Reichweiten-schwankungen erkennbar – jedenfalls dann, wenn man alle Sendungen dieses Typs zusammenfaßt. Bei den Serien und Fernsehfilmen des Ersten Programms, den Krimiserien des ZDF oder den RTL-Shows vom Samstag wurden dagegen mehr Zuschauer gezählt als vor einem Jahr (vgl. Tabelle 6).

Auf die Ursachen dieser Zuschauerwanderungen kann hier im einzelnen nicht eingegangen werden. Nur soviel sei angedeutet, daß dabei formale und inhaltliche Fragen eine Rolle spielen: Bei den Serien von SAT.1 zum Beispiel geht der Reichweitenrückgang zumindest teilweise auf die Verlegung des Abendprogramms zurück. Und bei den entsprechenden Sendungen des Ersten Programms – um ein weiteres Beispiel zu nennen – ist der Anstieg der Zuschauerzahlen darauf zurückzuführen, daß die Serien vom Typ „Adelheid und ihre Mörder“ attraktiver waren als ihre Sendungsvorläufer.

Spitzenwerte für Unterhaltung vom Typ „Wetten, daß...“, Karnevalssendungen und Krimiserien

An den bisher bekannten Unterhaltungspräferenzen der Fernsehzuschauer hat sich dabei nichts wesentliches geändert. Vergleicht man alle unterhaltenden und fiktiven Fernsehsendungen nach der Größe ihres Publikums miteinander und

bringt sie in eine Rangfolge, dann ergibt sich vielmehr: An erster Stelle in der Gunst der deutschen Fernsehzuschauer stehen auch weiterhin, wenn man die großen Fußball- und Boxübertragungen außer acht läßt, die Unterhaltungsshow vom Typ „Wetten, daß“, die 1996 von maximal 18 Millionen Bundesbürgern gesehen wurden.

An zweiter Stelle kommen – ebenfalls unverändert – Karnevalssendungen wie „Mainz, wie es singt und lacht“ mit Spitzenreichweiten von 11,9 Millionen Zuschauern. An dritter Stelle in der Zuschauergunst stehen – wie in früheren Jahren – Krimiserien vom Typ „Tatort“ mit Spitzenwerten von 11,1 Millionen Zuschauern. Auf den nächsten Rangplätzen folgen Unterhaltungsserien wie „Das Traumschiff“ und Krimis wie „Der Alte“ mit Spitzenreichweiten von 10,6 und 10,5 Millionen Zuschauern. Und erst danach kommen vereinzelte Sendungen der Privatprogramme wie die RTL-Serie „Alarm für Cobra 11“, die maximal 10 Millionen Zuschauer erreicht hat.

Faßt man schließlich den gesamten Unterhaltungskonsum der Fernsehzuschauer zusammen, dann ergibt sich: An einem Durchschnittstag des vergangenen Jahres haben die Deutschen 37 Minuten mit den Shows, Serien oder Filmen des Ersten, des ZDF oder der Dritten Programme verbracht und 58 Minuten mit den entsprechenden Angeboten der Privatprogramme – das sind bei den öffentlich-rechtlichen und den privaten Sendern jeweils eine Minute mehr als im Jahr zuvor. (1) Die Nutzungsrelation ändert sich dadurch 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, PRO SIEBEN, RTL 2 und Kabel 1. Oder anders ausgedrückt: Auch 1996 haben die deutschen Fernsehzuschauer ihre Unterhaltungswünsche zum größten Teil bei den Privatsendern befriedigt (vgl. Tabelle 7).

61 % des Unterhaltungskonsums der Zuschauer stammen von Privatsendern

### 6 Durchschnittliche Reichweiten und Marktanteile ausgewählter Fictions- und Unterhaltungssendungen in Deutschland Zuschauer ab 3 Jahre

	Zuschauer in Mio		Marktanteile in %	
	1995	1996	1995	1996
ARD-Serien Di, 20.15 Uhr	3,38	4,77	12,0	16,1
ZDF-Serien Sa, 19.30 Uhr	4,76	4,17	19,5	17,6
SAT.1-Serien Mo, 20.15/20.00 Uhr	6,45	5,53	22,4	18,9
ARD-Fernsehspiele Mi, 20.15 Uhr	3,93	4,82	14,5	16,8
ZDF-Fernsehspiele Mo, 19.25 Uhr	4,06	3,89	14,9	13,8
ARD-Shows Sa, 20.15 Uhr	5,95	5,55	21,6	19,4
ZDF-Shows Sa, 20.15 Uhr	6,10	6,00	20,2	18,2
RTL-Shows Sa, 20.15 Uhr	4,38	4,68	15,4	15,6
ARD-„Tatort“ So, 20.15 Uhr	7,28	7,05	23,5	21,3
ZDF-Krimiserien Fr, 20.15 Uhr	7,80	8,10	27,6	27,7
SAT.1-Krimiserien Do, 20.15/20.00 Uhr	6,42	4,98	23,3	17,5

### 7 Zeitaufwand der deutschen Fernsehzuschauer für Unterhaltungs- und Fictionsendungen<sup>1)</sup> pro Tag (Mo-So), nach Fernsehsystemen

	Sehdauer in Minuten		Anteil am Unterhaltungs- und Fictionskonsum in %	
	1995	1996	1995	1996
Öffentlich-rechtliche Sender <sup>2)</sup>	36	37	39	39
Privatsender <sup>3)</sup>	57	58	61	61
Unterhaltungs- und Fictionskonsum gesamt	93	95	100	100

1) Bezogen auf die Erwachsenen ab 14 Jahre in Deutschland gesamt.

2) Zusammengefaßte Werte für das Erste, das ZDF und die Dritten Programme.

3) Zusammengefaßte Werte für RTL, SAT.1, PRO 7, RTL 2 und Kabel 1.

**Ostdeutsche schauen täglich 17 Minuten mehr Unterhaltung als Westdeutsche**

In den neuen Bundesländern ist die Hinwendung zu den Unterhaltungs- und Fictionangeboten der Privatsender nach wie vor am weitesten fortgeschritten. Dort haben die Fernsehzuschauer 1996 pro Tag 72 Minuten mit den Unterhaltungs- und Fictionsendungen der Privatprogramme verbracht - das sind 17 Minuten mehr als in den alten Bundesländern und besagt: 67 Prozent vom Unterhaltungskonsum der Ostdeutschen entfallen auf die Privatprogramme, während es in Westdeutschland rund 60 Prozent sind (vgl. Tabelle 8). Diese Tendenz spiegelt sich auch in der Rangreihe der meistgesehenen Unterhaltungssender wider: An erster Stelle in der Gunst der Ostdeutschen stehen zwar - in Übereinstimmung mit dem gesamtdeutschen Trend - die Sendungen vom Typ „Wetten, daß“; Aber abweichend davon folgen bereits auf den nächsten Rangplätzen Serien von RTL und SAT.1, wobei „Alarm für Cobra 11“ und „Kommissar Rex“ die größte Rolle spielen. Danach folgen - ebenfalls abweichend vom gesamtdeutschen Durchschnitt - die „Feste der Volksmusik“, die der Mitteldeutsche Rundfunk für das Erste produziert, und Serien wie „Anna Maria“ oder „Gute Zeiten, schlechte Zeiten“, die bei SAT.1 und RTL zu sehen sind.

reichweiten der öffentlich-rechtlichen Sender relativ stabil geblieben oder sogar geringfügig gestiegen. Die Nachrichten von PRO SIEBEN und SAT.1 mußten jedoch 450 000 bis 570 000 Zuschauer abgeben, während „RTL-aktuell“ 540 000 Zuschauer hinzugewonnen hat (vgl. Tabelle 9).

Ähnliche Zuschauerwanderungen sind auch bei den übrigen Informationssendungen zu beobachten. So mußte das Wirtschaftsmagazin „WISO“ oder „Die Reportage“ des ZDF im vergangenen Jahr leichte Reichweitenverluste hinnehmen. Aber für die Auslandsberichte oder die politischen Magazine von ARD und ZDF wurden nahezu unveränderte Zuschauerzahlen gemessen. Und beim Wirtschaftsmagazin „Plusminus“, bei der Reportagereihe „ARD-exklusiv“ oder den Kulturmagazinen vom Sonntag hat sich das Publikum um 170 000 bis 320 000 Zuschauer erhöht, so daß man sagen kann: Im großen und ganzen ist das Informationspublikum der öffentlich-rechtlichen Sender stabil geblieben (vgl. Tabelle 10).

Sinngemäß gilt diese Aussage auch für die entsprechenden Angebote der Privatsender. Dort mußten die Sendungen vom Typ „Spiegel TV“ und „Stern TV“ Zuschauer abgeben. Zugleich haben die Diskussionssendung „Talk im Turm“ und das Magazin „Akte 95/96“ Zuschauer gewonnen. Dazu kommen neue Sendungen wie „Focus TV“, die im vergangenen Jahr von 1,51 Millionen Zuschauern gesehen wurden. Auf diese Weise entsteht der Eindruck: Auch die Beschäftigung mit den Informations- und Infotainmentsendungen der Privatprogramme hat nicht abgenommen (vgl. Tabelle 11).

Dieser Eindruck erhärtet sich, wenn man die gesamte Informationsnutzung der Fernsehzuschauer zusammenfaßt. Dabei ergibt sich: An einem durchschnittlichen Wochentag des Jahres 1996 haben die Deutschen 28 Minuten mit den Informationssendungen des Ersten, des ZDF oder der Dritten Programme verbracht und 12 Minuten mit den Informations- oder Infotainmentsendungen der Privatprogramme. Dies sind Meßwerte, die bei den öffentlich-rechtlichen Programmen völlig unverändert geblieben und die bei den Privatsendern um 2 Minuten gestiegen sind - wobei zu beachten ist, daß dabei nicht nur Boulevardmagazine wie „Explosiv“ oder Realitysendungen vom Typ „Notruf“ und „Bitte melde dich“, sondern auch Sendungen wie „liebe sünde“ - ein bei PRO SIEBEN ausgestrahltes „Journal zur Sexualität“ - als Informationssendungen gezählt werden.

Dennoch kommen, wie Tabelle 12 zeigt, nur etwa 30 Prozent vom gesamten Informationskonsum der Fernsehzuschauer aus dem Programm von RTL, SAT.1, PRO SIEBEN, RTL 2 und Kabel 1. Aber 70 Prozent stammen aus dem Ersten Programm, dem ZDF oder den Dritten Programmen, so daß auch weiterhin gilt: Ihren Informationsbedarf decken die deutschen Fernsehzuschauer zum größten Teil aus den öffentlich-rechtlichen Programmen.

**Informationspublikum trotz Schwankungen stabil**

**Informationskonsum der Zuschauer stammt zu 70 % aus ö.-r. Programmen**

**⑧ Zeitaufwand für Unterhaltungs- und Fictionsendungen <sup>1)</sup> pro Tag (Mo-So), in West- und Ostdeutschland**

	Sehdauer in Minuten		Anteil am Unterhaltungs- und Fictionkonsum in %	
	West	Ost	West	Ost
Öffentlich-rechtliche Sender <sup>2)</sup>	37	36	40	33
Privatsender <sup>3)</sup>	55	72	60	67
Unterhaltungs- und Fictionkonsum gesamt	91	108	100	100

1) Durchschnittswerte für 1996, bezogen auf die Erwachsenen ab 14 Jahre.  
 2) Zusammengefaßte Werte für das Erste, das ZDF und die Dritten Programme.  
 3) Zusammengefaßte Werte für RTL, SAT.1, PRO 7, RTL 2 und Kabel 1.

**6. Die meisten Bundesbürger informieren sich bei den öffentlich-rechtlichen Sendern**

**„Tagesschau“ führende Nachrichtensendung mit durchschnittlich 8,44 Mio Zuschauern**

Betrachtet man zunächst den Nachrichtenkonsum der Bundesbürger, dann kann man sehen: An einem Durchschnittstag des vergangenen Jahres haben sich 8,44 Millionen Deutsche bei der „Tagesschau“ im Ersten oder in einigen Dritten Programmen informiert, und weitere 5,33 Millionen haben die „heute“-Sendung im ZDF oder bei 3sat verfolgt. Die Hauptnachrichten von RTL werden demgegenüber von 4,25 Millionen Zuschauern gesehen, während die entsprechenden Sendungen von PRO SIEBEN und SAT.1 über 1,06 bis 1,79 Millionen Zuschauer pro Ausgabe verfügen. Gegenüber dem Vorjahr sind die Nachrichten-

## ⑨ Durchschnittliche Reichweiten und Marktanteile der Fernsehnachrichten 1994 bis 1996

	Zuschauer in Mio			Marktanteile in %		
	1994	1995	1996	1994	1995	1996
heute 1)	6,55	5,38	5,33	30,1	25,3	24,6
Mo-So, 19.00 Uhr						
Tagesschau 2)	9,22	8,36	8,44	33,4	31,5	30,5
Mo-So, 20.00 Uhr						
heute-journal	3,87	3,56	3,45	14,9	14,2	13,3
Mo-Sa, 21.45 Uhr						
Tagesthemen	2,85	2,41	2,40	15,4	12,9	12,3
Mo-So, 22.30 Uhr						
Heute Nacht	0,65	0,64	0,72	8,7	9,2	9,9
Mo-Fr, 0.00 Uhr						
ARD-Nachtmagazin	-	0,42	0,47	-	11,3	11,7
Mo-Fr, 0.30 Uhr						
RTL aktuell	3,52	3,71	4,25	17,7	18,7	20,9
Mo-So, 18.45 Uhr						
Nachtjournal	0,82	0,84	0,93	13,7	13,6	14,1
Mo-Fr, 0.00 Uhr						
SAT.1 News/18.30	2,20	2,36	1,79	10,2	11,2	10,1
Mo-So, 18.45/18.30 Uhr						
PRO 7 Nachrichten	1,45	1,51	1,06	5,3	5,9	4,4
Mo-So, 20.00 Uhr						

1) Einschließlich 3sat.

2) Einschließlich Dritte Programme und 3sat.

## 7. Die Informationsgewohnheiten der Ostdeutschen weichen auch weiterhin ab

ARD/ZDF-Nachrichten im Osten weniger genutzt als im Westen

Untersucht man auch in den neuen Bundesländern zunächst die Beschäftigung mit den 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“ 1996 von 33 Prozent aller potentiellen Zuschauer aus den alten Bundesländern gesehen – aber nur von 21 Prozent aus den neuen Bundesländern. Ähnliche Unterschiede gelten auch für die „heute“-Sendung des ZDF, bei der die ostdeutschen Zuschaueranteile um 11 Prozentpunkte unter dem Westniveau liegen, während die entsprechenden Anteile der RTL-Nachrichten um 9 Prozentpunkte über dem Westpegel liegen (vgl. Tabelle 13).

Informationssendungen: Im Westen führen „Brennpunkt“ und „Frontal“, im Osten „Explosiv“

Bezieht man auch die übrigen Informationssendungen – einschließlich der Boulevard- und Infotainmentmagazine – in die Betrachtung ein, dann bestätigt sich, daß Information für die Ostdeutschen nicht ganz dasselbe ist wie für die Westdeutschen. So bevorzugen die westdeutschen Fernsehzuschauer die klassischen Informationssendungen von ARD und ZDF, wobei – wenn man von der „Tagesschau“ und der „heute“-Sendung absieht – die aktuelle Hintergrundsendung „Brennpunkt“ und das politische Magazin „Frontal“ an der Spitze der westdeutschen „Interessenhierarchie“ stehen. Bei den Ostdeutschen steht jedoch – wie in den Jahren zuvor – das Sensationsmagazin „Explosiv“ an der Spitze der Zuschauergunst. Dieses bei RTL ausgestrahlte Magazin wurde in Ostdeutschland von rund 30 Prozent aller verfügbaren Zuschauer gesehen – im Westen dagegen nur

## ⑩ Durchschnittliche Reichweiten und Marktanteile ausgewählter Informationssendungen von ARD und ZDF

	Zuschauer in Mio		Marktanteile in %	
	1995	1996	1995	1996
Polit. Magazine	3,56	3,62	13,0	12,6
ARD, Mo 21.00 Uhr				
Frontal	4,01	3,92	14,4	13,3
ZDF, Di 21.00 Uhr				
Plusminus	2,32	2,63	12,3	9,8
ARD, Di 21.30 Uhr				
Wiso	3,30	3,08	12,3	10,9
ZDF, Do 21.15 Uhr				
Brennpunkt	4,59	4,67	16,3	16,7
ARD, Mo-So				
ZDF-Spezial	2,98	2,19	13,7	10,7
ZDF, Mo-So				
ARD-exklusiv	2,74	2,91	11,2	11,3
Fr, 22.00 Uhr				
Die Reportage	3,76	3,37	13,6	11,8
ZDF, Fr 21.15 Uhr				
Weltspiegel	3,19	3,19	13,3	12,3
ARD, So 19.10 Uhr				
Auslandsjournal	2,62	2,61	9,5	9,2
ZDF, Mo 21.00 Uhr				
Kulturmagazine	2,05	2,24	7,9	7,9
ARD, So 22.00 Uhr				
Aspekte	1,07	1,04	5,3	4,9
ZDF, Fr 22.15 Uhr				



**11 Durchschnittliche Reichweiten ausgewählter Informations- und Infotainmentsendungen der Privatsender**

	Zuschauer in Mio		Marktanteile in %	
	1995	1996	1995	1996
Explosiv (RTL) Mo-Fr, 19.15 Uhr	4,87	4,87	21,9	21,4
Akte 95/96 (SAT.1) Mo/Mi, ca. 22.15 Uhr	2,66	3,51	14,4	17,7
Spiegel TV (RTL) So, 22.00 Uhr	3,36	2,93	15,8	13,3
Talk im Turm (SAT.1) So, ca. 22.00 Uhr	2,33	2,89	13,6	13,4
Stern TV (RTL) Mi, 22.15 Uhr	3,69	2,69	21,3	17,5
Focus TV (Pro Sieben) Mo, 21.55 Uhr	-	1,51	-	6,6

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

	Sehdauer in Minuten		Anteil am Informationskonsum in %	
	1995	1996	1995	1996
Öffentlich-rechtliche Sender 1)	28	28	73	70
Privatsender 2)	10	12	27	30
Informationskonsum gesamt	38	39	100	100

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

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

**13 Durchschnittliche Reichweiten und Marktanteile der Fernsehnachrichten in West- und Ostdeutschland 1996**

	Zuschauer in Mio		Marktanteile in %	
	West	Ost	West	Ost
heute Mo-So, 19.00 Uhr	4,48	0,85	27,4	16,0
Tagesschau Mo-So, 20.00 Uhr	7,02	1,42	33,4	21,3
heute-journal Mo-Sa, 21.45 Uhr	2,98	0,47	14,7	8,2
Tagesthemen Mo-So, 22.30 Uhr	2,08	0,32	13,3	8,1
RTL aktuell Mo-So, 18.45 Uhr	2,85	1,40	18,6	27,9
SAT.1 News/18.30 Mo-So, 18.45/18.30 Uhr	1,29	0,50	9,7	11,3
PRO 7 Nachrichten Mo-So, 20.00 Uhr	0,79	0,27	4,3	4,5

von knapp 19 Prozent. Auch die bei SAT.1 und RTL ausgestrahlten Magazine „Akte 96“ 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 14 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.

Wenn man die gesamte Informations- und Infotainmentnutzung in den neuen und alten Bundesländern zusammenfaßt, läßt sich dieser Unterschied noch etwas genauer quantifizieren. Dabei ergibt sich: In den alten Bundesländern stammen lediglich 27 Prozent vom täglichen Zeitaufwand für Informationssendungen aus den Privatprogrammen – in den neuen Ländern dagegen 37 Prozent. Zugleich gilt jedoch: Auch die ostdeutschen Fernsehzuschauer decken ihren Informationsbedarf zum größten Teil bei den öffentlich-rechtlichen Sendern. 63 Prozent ihres täglichen Informationskonsums stammen jedenfalls aus dem Ersten, dem ZDF oder den Dritten Programmen, wie man an Tabelle 15 ablesen kann.

**8. Öffentlich-rechtliche Programme werden nach wie vor anders beurteilt als Privatprogramme**

Aus den regelmäßigen Trendbefragungen (2) von ARD und ZDF ergibt sich zunächst – in weitgehender Übereinstimmung mit dem tatsächlichen Sehverhalten –, daß die Zuschauerbindung an RTL und SAT.1 im vergangenen Jahr weiter abgenommen hat. Diese Veränderung kommt zum Beispiel darin zum Ausdruck, daß die Zahl der Bundesbürger, die diese beiden Sender als ihre Lieblingsprogramme nennen, kontinuierlich kleiner geworden ist. Allerdings wurde in dieser Frage, die die emotionale Seite der Senderbindung betrifft, auch das ZDF etwas skeptischer beurteilt als vor einem Jahr. Bei den Dritten Programmen und bei PRO SIEBEN sind keine Bewertungsunterschiede erkennbar, und nur das Erste kann Bindungsgewinne verzeichnen. Diese Aussage gilt auch dann, wenn man die subjektive Unentbehrlichkeit der Fernsehprogramme als Maßstab nimmt. Bei dieser Frage, bei der die Zuschauer erklären sollen, für welches Programm sie sich entscheiden würden, wenn sie nur einen einzigen Fernsehsender empfangen könnten, ergibt sich: Das Erste Programm ist für die deutschen Fernsehzuschauer – noch etwas deutlicher als im Jahr zuvor – das wichtigste, subjektiv am wenigsten verzichtbare Programm, in dieser Hinsicht gefolgt vom ZDF und von RTL (vgl. Tabelle 16).

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 ausgeprägtere Vorliebe für die öffentlich-rechtlichen Sender, sondern hält sie auch in besonderem Maß für unverzichtbar, wobei wiederum das Erste Programm die größte Rolle spielt und das ZDF die zweitgrößte. Und umgekehrt steigt die Bindung an die Privatsender, je unpolitischer die Fernsehzuschauer sind. Die größte Rolle für die unpolitischen Fernsehzuschauer spielt nach wie vor das

**Aber auch Ostdeutsche decken Informationsbedarf überwiegend bei ARD/ZDF**

**Repräsentativumfrage: Das Erste unverzichtbarstes Programm**

**Politisch Interessierte haben stärkere Bindung an ARD/ZDF**

## ⑭ Durchschnittliche Reichweiten ausgewählter Informations- und Infotainmentsendungen 1996

Zuschauer ab 3 Jahre

Deutschland West			Deutschland Ost		
Rangplatz Sendung	Zuschauer in Mio	Marktanteil in %	Rangplatz Sendung	Zuschauer in Mio	Marktanteil in %
Brennpunkt (ARD)	3,82	18,0	Explosiv (RTL)	1,70	29,9
Frontal (ZDF)	3,29	14,6	Brennpunkt (ARD)	0,85	12,7
Explosiv (RTL)	3,16	18,6	Akte 96 (SAT.1)	0,85	22,1
Bonn direkt (ZDF)	3,14	16,6	Fakt (ARD)	0,83	12,2
Monitor (ARD)	2,93	13,3	Bonn direkt (ZDF)	0,79	12,8
Report München (ARD)	2,92	13,5	Spiegel-TV (RTL)	0,72	16,1
Panorama (ARD)	2,92	13,5	Panorama (ARD)	0,71	10,8
Fakt (ARD)	2,90	13,2	Monitor (ARD)	0,70	10,3
Report Baden-Baden (ARD)	2,85	12,9	Report München (ARD)	0,67	9,9
Die Reportage (ZDF)	2,75	12,6	Report Baden-Baden (ARD)	0,65	9,9
Akte 96 (SAT.1)	2,68	16,9	Frontal (ZDF)	0,63	9,2
Weltspiegel (ARD)	2,65	13,5	Die Reportage (ZDF)	0,62	9,1
WISO (ZDF)	2,55	11,8	Kontraste (ARD)	0,61	9,2
Talk im Turm (SAT.1)	2,35	13,6	ARD-exklusiv	0,60	10,1
ARD-exklusiv	2,31	11,7	Weltspiegel (ARD)	0,54	8,5
Kontraste (ARD)	2,26	10,7	Talk im Turm (SAT.1)	0,54	12,4
Spiegel-TV (RTL)	2,21	12,6	WISO (ZDF)	0,53	8,0
Auslandsjournal (ZDF)	2,20	10,1	Stern-TV (RTL)	0,52	18,2
Plusminus (ARD)	2,18	10,4	Plusminus (ARD)	0,45	7,5
Stern-TV (RTL)	2,17	17,4	Auslandsjournal (ZDF)	0,41	6,1
ZDF-Spezial	1,88	11,7	Kennzeichen D (ZDF)	0,36	10,1
Kennzeichen D (ZDF)	1,76	11,6	ZDF-Spezial	0,31	7,1

## ⑮ Zeitaufwand für Informationssendungen in West- und Ostdeutschland 1996

pro Tag (Mo-So), nach Fernsehsystemen

	Sehdauer in Min.		Anteil am Informationskonsum in %	
	West	Ost	West	Ost
Öffentlich-rechtliche Sender <sup>1)</sup>	28	27	73	63
Privatsender <sup>2)</sup>	11	16	27	37
Informationskonsum gesamt	38	42	100	100

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

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

Fernsehprogramm von RTL und die zweitgrößte SAT.1 - wobei es gleichgültig ist, ob man die subjektive Unentbehrlichkeit oder die Beliebtheit der Fernsehsender als Kriterium wählt. (vgl. Tabelle 17)

**Spartenkompetenz der Sender: ARD/ ZDF führen bei Information, Satire, Natur und Tieren, Kinderprogramm**

Lediglich angedeutet werden kann an dieser Stelle, daß die unpolitischen Fernsehzuschauer ein ausgeprägtes Bedürfnis nach problemlosen Unterhaltungs- und Fictionsendungen besitzen und daß ihre enge Bindung an die Privatsender wahrscheinlich Ausdruck dieses besonderen Bedürfnisses ist. Und für die politisch Interessierten unter den Fernsehzuschauern gilt: Ihre Beziehung zu den öffentlich-rechtlichen Sendern ist deswegen besonders ausgeprägt, weil ARD und ZDF ihren Informationswünschen mehr entgegenkommen als die Privatsender.

Aber auch unabhängig vom politischen Interesse der Fernsehzuschauer wird das Publikumsurteil über das öffentlich-rechtliche Fernsehen

## ⑯ Unentbehrlichkeit und Beliebtheit der Fernsehsender im Vergleich

Antworten in %

	1993	1994	1995	1996
Es würden sich entscheiden für ... <sup>1)</sup>				
ARD	22	23	19	24
ZDF	19	19	18	16
ARD 3	5 <sup>3)</sup>	4	10	10
RTL	24	21	18	16
SAT.1	11	12	12	11
PRO 7	7	9	12	12
Es sehen am liebsten ... <sup>2)</sup>				
ARD 1	47	45	51	52
ZDF	51	48	51	46
ARD 3	20 <sup>3)</sup>	19	28	28
RTL	50	48	47	44
SAT.1	41	43	44	37
PRO 7	25	30	30	30

1) Dabei war nur eine Sendernennung möglich.

2) Hier waren maximal drei Nennungen möglich.

3) Mit 3sat und Arte.

deutlich von seiner Informationsleistung geprägt, während die Meinung über das Privatfernsehen - nicht minder deutlich - von der Unterhaltungsfunktion bestimmt ist. Diese unterschiedlichen Profile im Meinungsbild der Fernsehzuschauer werden dann sichtbar, wenn man nach

**17 Unentbehrlichkeit und Beliebtheit der Fernsehsender 1996**  
nach politischem Interesse, in %

	Aktives politisches Interesse <sup>1)</sup>		
	gering	durchschnittlich	hoch
Es würden sich entscheiden für ... <sup>2)</sup>			
ARD 1	19	22	32
ZDF	12	17	19
ARD 3 (netto gesamt)	8	10	13
RTL	20	18	10
SAT.1	15	10	8
PRO 7	14	13	9
Es sehen am liebsten ... <sup>3)</sup>			
ARD 1	44	51	64
ZDF	39	46	54
ARD 3 (netto gesamt)	20	29	36
RTL	53	46	31
SAT.1	44	37	30
PRO 7	34	31	23

- 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.

der Bewertung konkreter Sendungsarten fragt. Bei dieser Frage, bei der die Zuschauer entscheiden sollen, welches Programm die besten Sendungen in den einzelnen Sparten hat, ergibt sich: Das Erste wird - klarer noch als im Jahr zuvor - als das Programm mit den besten Nachrichten und den besten Ratgeber- und Verbrauchersendungen angesehen. Gemeinsam mit dem ZDF gilt das Erste außerdem als kompetentester Sender für politische Magazine, Wirtschaftssendungen und Kulturmagazine, während die Wissenschafts- und Techniksendungen - wie in früheren Jahren - besonders beim ZDF geschätzt werden. Dazu kommt, daß die Dritten Programme 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 Sendungen über Natur und Tiere zu, die besten Satiresendungen und auch die besten Kinderprogramme. Und beim ZDF schätzt man außerdem die musikalischen Unterhaltungssendungen, die Krimiserien und die zeitkritischen Kino- und Fernsehfilme (vgl. Tabelle 18).

**18 Spartenkompetenz der Fernsehprogramme aus der Sicht der Zuschauer <sup>1)</sup>**  
Antworten in %

Welches Fernsehprogramm hat die besten Sendungen auf folgenden Gebieten?	ARD 1	ZDF	ARD 3	RTL	SAT.1	PRO 7
Nachrichten	66	45	9	22	9	8
Magazine Politik und Wirtschaft	61	60	15	14	12	6
Ratgeber-/Verbrauchersendungen	57	43	26	11	8	4
Kulturmagazine/-berichte	47	46	30	11	8	4
Magazine Wissenschaft und Technik	47	59	23	11	9	6
Natur und Tiere	44	41	28	15	14	10
Satire, Kabarett	38	23	21	22	9	6
Volksmusik, Schlager	42	62	18	20	16	2
Krimis/-serien	41	43	3	36	27	22
Familien- und Unterhaltungsserien	37	37	5	46	28	18
Kindersendungen	30	24	18	27	14	18
Filme mit zeitkritischem Hintergrund	34	36	12	26	17	20
Sportsendungen	28	34	7	23	41	3
Talk/Diskussion	31	30	19	37	35	11
Volks- und Bauerntheater	26	23	32	20	12	3
Musik, klassisch	28	36	26	5	4	3
Theater, klassisch	25	26	20	7	5	3
Unterhaltende Kino-/Fernsehfilme	23	27	6	43	30	43
Sendungen über das Bundesland, in dem ich lebe	17	11	73	7	5	2
Show-/Quizsendungen	17	24	4	44	54	8
Comedyserien	14	8	3	46	20	39
Zeichentrick	11	10	4	30	15	31
Science fiction	6	7	2	31	44	35

1) Dabei wurden nur diejenigen um ein Urteil gebeten, die eine Sparte als „besonders wichtig“ oder „wichtig“ eingestuft hatten.

**Private bei unterhaltenden Filmen und Serien für kompetent gehalten**

Bei den unterhaltenden Filmen denken die meisten Fernsehzuschauer dagegen immer noch an PRO SIEBEN und RTL. Nahezu unverändert werden dem RTL-Programm außerdem die besten Unterhaltungs- und Comedyserien zugeschrieben und neuerdings auch die besten Talkshows. Als besondere Stärken von SAT.1 gelten schließlich – ebenfalls in Übereinstimmung mit früheren Programmbewertungen – die Sportsendungen sowie die Shows und „Quizsendungen zum Mitmachen“, die von den Befragten vor allem mit dem täglichen Gewinnspiel „Glücksrad“ in Verbindung gebracht werden.

Bei diesen und den zuvor zitierten „Kompetenzzuschreibungen“ ist es allerdings schwierig zu entscheiden, inwieweit diese Zuschreibungen Ergebnis konkreter Auseinandersetzung mit den einzelnen Sendungen sind oder Ausdruck unterschiedlicher Geschmacks- und Anspruchsniveaus, worauf hier nicht näher eingegangen werden kann. Nur soviel sei angedeutet, daß sich die Fernsehzuschauer in ihrem Sehverhalten zunehmend nach ihren Erwartungen an die Sender richten – oder genauer: nach den Vorstellungsbildern, die sie sich von den Sendern machen. Und diese Vorstellungsbilder werden – wie zu sehen war – dadurch bestimmt, daß die öffentlich-rechtlichen Sender vor allem als Informationsvermittler gelten und die Privatsender als Experten für problemlose Fiction- und Unterhaltungssendungen.

Anmerkung:

- 1) Diese und die folgenden, in den Tabellen 7,8 und 12 genannten Zahlen zum Unterhaltungs- und Informationskonsum sind Ergebnis einer Sonderauswertung der GfK-Fernsehforschung. Sie beziehen sich – wie die Angaben zur Gesamtdauer – auf alle in deutschen Fernsehhaushalten lebenden Personen ab 14 Jahre, auch auf solche, die gerade nicht fernsehen.
- 2) Die folgenden Zahlenangaben sind der Winterwelle des ARD/ZDF-Trend entnommen – einer regelmäßigen Repräsentativbefragung zur Bewertung der Fernsehprogramme von Infratest/München und RSG Marketing Research/Düsseldorf, die im November und Dezember 1996 bei rund 4 500 Personen ab 14 Jahre durchgeführt wurde. Die Vergleichsergebnisse für die früheren Jahre beziehen sich ebenfalls auf die Monate November und Dezember. Vgl. dazu Darschin, Wolfgang/Bernward Frank: Tendenzen im Zuschauerverhalten. Fernsehgewohnheiten und Programmbewertungen 1995. In: Media Perspektiven 4/1996, S. 174-185, hier S. 183ff.

