

Fernsehgewohnheiten und Programm-
bewertungen im Jahr 2001

→ Tendenzen im Zuschauer- verhalten

Von Wolfgang Darschin* und Heinz Gerhard**

**Rund 36 Free-TV-
Programme stehen
zur Auswahl**

Deutschland ist im Hinblick auf die Empfangsmöglichkeiten von Fernsehprogrammen ein privilegiertes Land. In keinem anderen Land konkurrieren so viele einheimische Free-TV-Programme um die Gunst des Publikums. Im Gegensatz zu anderen europäischen Ländern, in denen in der Regel ein halbes Dutzend einheimischer Sender empfangbar ist, hatte ein durchschnittlicher deutscher Fernsehhaushalt gegen Ende des vergangenen Jahres 36 verschiedene Programme auf seiner Fernbedienung programmiert, wobei Pay-TV-Angebote, deren Empfang von einem Decoder und den Kosten für ein Abonnement abhängig ist, noch nicht einmal berücksichtigt sind.

An diesen Auswahlmöglichkeiten hat sich im vergangenen Jahr nichts Wesentliches geändert, so dass die Frage entsteht, ob dies auch für die Fernsehgewohnheiten der Bundesbürger gilt: Gibt es Hinweise auf neue Entwicklungen im Zuschauerverhalten? Wurden die Fernsehprogramme anders beurteilt als vor einem Jahr? Diese und ähnliche Fragen sollen hier mit den GfK-Ergebnissen des Jahres 2001 beantwortet, durch Befragungsergebnisse ergänzt und in Theseform zusammengefasst werden.

1. Der Fernsehkonsum der Bundesbürger stabilisiert sich auf hohem Niveau

An einem durchschnittlichen Wochentag des Jahres 2001 saßen 74 Prozent aller Erwachsenen vor ihren Fernsehgeräten und 61 Prozent aller Kinder – Anteile, die punktgenau mit den Vorjahreswerten übereinstimmen oder um einen Prozentpunkt darunter liegen. Nimmt man jedoch die Sehdauer als Maßstab, dann zeigt sich: Die erwachsenen Bundesbürger haben pro Tag zwei Minuten mehr mit dem Fernsehen verbracht, und bei den Kindern ist es eine Minute mehr. Allerdings sind diese Ergebnisunterschiede aus statistischer Sicht zu gering, um als Anstieg des Fernsehkonsums interpretiert zu werden. Aus dieser Sicht ist es richtiger zu sagen, dass der Fernsehkonsum der Bundesbürger nahezu unverändert geblieben ist.

Diese Tendenz ist in den alten und neuen Bundesländern zu beobachten. Nur bei den Kindern ergibt sich eine kleine Diskrepanz: So haben die westdeutschen Kinder pro Tag zwei Minuten länger ferngesehen als im Jahr zuvor – bei den ostdeutschen Kindern waren es dagegen sechs Minuten weniger.

Die bisher bekannten Unterschiede zwischen Ost- und Westdeutschen ändern sich dadurch aber nicht. So haben die ostdeutschen Erwachsenen im vergangenen Jahr 226 Minuten pro Tag vor dem Fernsehschirm verbracht – das sind 26 Minuten länger als in Westdeutschland und bedeuten einen Mehrkonsum von 13 Prozent, und bei den ostdeutschen Kindern liegt die Sehdauer – mit einem Messwert von 117 Minuten pro Tag – sogar um 26 Prozent über dem Westniveau (vgl. Tabelle 1).

Schlüsselt man den täglichen Fernsehkonsum noch etwas genauer nach Altersgruppen auf, dann zeigt sich allerdings, dass zum höheren Fernseh-

Fernsehkonsum nahezu unverändert

Ostdeutsche sehen noch immer länger fern, geringere Diskrepanz bei 20- bis 29-Jährigen

① Durchschnittliche Sehdauer pro Tag und Tagesreichweiten in Deutschland

Mo-So

	Sehdauer in Min.			Tagesreichweite in %		
	Erwachsene ab 14 J.	Kinder 3-13 J.	Zuschauer gesamt	Erwachsene ab 14 J.	Kinder 3-13 J.	Zuschauer gesamt
Deutschland gesamt						
1999	198	97	185	74	61	72
2000	203	97	190	74	62	73
2001	205	98	192	74	61	72
Differenz 2000/2001	+2	-1	+2	0	-1	-1
Deutschland West						
1999	192	92	179	73	61	71
2000	198	91	185	74	61	72
2001	200	93	187	74	60	72
Differenz 2000/2001	+2	+2	+2	0	-1	0
Deutschland Ost						
1999	220	117	207	76	63	74
2000	223	123	211	76	65	74
2001	226	117	213	75	64	74
Differenz 2000/2001	+3	-6	+2	-1	-1	0

Quelle: AGF/GfK, PC#TV.

* Medieforschung Programmdirektion Das Erste, München;

** ZDF-Medieforschung, Mainz.

② Durchschnittliche Sehdauer pro Tag in Deutschland West und Ost 2001

nach einzelnen Altersgruppen, Mo-So, in Min.

Alter in Jahren	West	Ost	Differenz
3-13	93	117	+24
14-19	111	136	+25
20-29	140	147	+ 7
30-39	172	194	+22
40-49	201	232	+31
50-64	226	263	+37
ab 65	264	303	+39

Quelle: AGF/GfK, PC#TV.

konsum in Ostdeutschland nicht alle Zuschauergruppen gleichermaßen beitragen. Die 14- bis 19-jährigen Ostdeutschen zum Beispiel sitzen pro Tag 25 Minuten länger vor den Fernsehgeräten als ihre westdeutschen Altersgenossen, und bei den über 30-jährigen sind es 22 bis 39 Minuten mehr. Aber bei den 20- bis 29-jährigen Zuschauern aus Ostdeutschland liegt der Fernsehkonsum nur um sieben Minuten über dem Westniveau (vgl. Tabelle 2).

2. Das Sehbeteiligungsverhältnis zwischen den Programmen verschiebt sich nur minimal

Untersucht man, wie sich der Fernsehkonsum der Bundesbürger auf die einzelnen Programme verteilt, dann ergibt sich aus gesamtdeutscher Sicht: Im Jahr 2001 haben die Fernsehzuschauer in Deutschland genau so viel Zeit mit dem Ersten und dem ZDF verbracht wie im Jahr zuvor, während der Zeitaufwand für die acht Dritten Programme um eine Minute pro Tag gestiegen ist. Auch die entsprechenden Werte für RTL und VOX sind um eine Minute pro Tag gestiegen, während sie bei ProSieben, Kabel 1 und RTL II geringfügig gesunken sind.

Anteile am Fernsehkonsum: RTL vor Das Erste und ZDF

Das Sehbeteiligungsverhältnis zwischen den Programmen verschiebt sich dabei so, dass RTL nun wieder zum meistgesehenen Fernsehprogramm in Deutschland wird, gefolgt vom Ersten und vom ZDF: 14,7 Prozent vom Fernsehkonsum der Deutschen entfielen demnach 2001 auf RTL, 13,9 Prozent auf das Erste und 13,2 Prozent auf das ZDF.

Für die einzelnen Dritten Programme wurden bundesweite Marktanteile zwischen 0,4 und 2,8 Prozent gemessen, und 13,2 Prozent ergeben sich, wenn man die acht Dritten Programme der ARD zusammenfasst. SAT.1 und ProSieben kommen auf Marktanteile von 10,1 und 8,0 Prozent, es folgen Kabel 1, RTL II und VOX, die mit Zuschaueranteilen von 3 bis 5 Prozent eine deutlich geringere Rolle spielen. Und danach wiederum kommen die öffentlich-rechtlichen und privaten Sparten- oder Zielgruppenprogramme, die mit Zuschaueranteilen von maximal 2,8 Prozent zwar eine noch geringere Rolle spielen, die aber in der Summe rund 10 Prozent vom täglichen Fernsehkonsum der Bundesbürger auf sich vereinen.

Auch dabei bleiben die bekannten Unterschiede zwischen den alten und neuen Bundesländern bestehen. So haben die westdeutschen Fernsehzu-

③ Sehdauer pro Tag und Marktanteile der Fernsehprogramme in Deutschland

Zuschauer ab 3 Jahre, Mo-So, 3.00 - 3.00 Uhr

	Sehdauer in Min.			Anteil am TV-Konsum in %		
	1999	2000	2001	1999	2000	2001
Deutschland gesamt						
Das Erste	26	27	27	14,2	14,3	13,9
ZDF	24	25	25	13,2	13,3	13,2
Dritte	siehe Tabelle 4					
RTL	27	27	28	14,8	14,3	14,7
SAT.1	20	19	19	10,8	10,2	10,1
ProSieben	16	16	15	8,4	8,2	8,0
RTL II	7	9	8	4,0	4,8	4,0
VOX	5	5	6	2,8	2,8	3,1
Kabel 1	10	11	10	5,4	5,5	5,0
Deutschland West						
Das Erste	27	28	27	15,1	15,2	14,6
ZDF	25	26	26	14,1	14,1	13,9
Dritte	siehe Tabelle 4					
RTL	26	26	27	14,3	13,8	14,4
SAT.1	19	19	18	10,7	10,0	9,9
ProSieben	14	15	14	8,0	8,0	7,8
RTL II	7	9	7	3,9	4,8	3,9
VOX	5	5	6	2,8	2,8	3,0
Kabel 1	9	10	9	5,1	5,2	4,8
Deutschland Ost						
Das Erste	23	24	24	11,1	11,4	11,3
ZDF	21	22	23	10,3	10,6	10,6
Dritte	siehe Tabelle 4					
RTL	34	33	34	16,4	15,7	15,8
SAT.1	23	23	23	11,2	10,9	10,8
ProSieben	20	20	19	9,7	9,2	8,7
RTL II	9	11	9	4,3	5,0	4,4
VOX	7	6	7	3,1	3,0	3,3
Kabel 1	14	14	13	6,6	6,8	5,9

Quelle: AGF/GfK, PC#TV.

schauder auch im Jahr 2001 die meiste Zeit mit dem Ersten verbracht. In Ostdeutschland spielte dagegen RTL die weitaus größte Rolle. Unterschiedlich ist ferner, dass die Dritten Programme in Ostdeutschland einen größeren Zuspruch finden als in Westdeutschland und dort inzwischen – wenn man ihre Zuschauerzahlen zusammenrechnet – eine ähnliche quantitative Bedeutung besitzen wie das RTL-Programm (vgl. Tabellen 3 bis 5).

3. Vor allem am Abend wird etwas anders ferngesehen

Schlüsselt man den Fernsehkonsum der Bundesbürger nach einzelnen Zeitabschnitten auf, dann wird deutlich, dass sich die zuvor beschriebenen Veränderungen auf alle Tageszeiten erstrecken. Die größte Veränderung ist jedoch in der Zeit zwischen 20.15 und 21.15 Uhr erkennbar, wo vor allem das RTL-Programm durch die Vermehrung der Quizshow „Wer wird Millionär?“ Zuschauer hinzugewonnen hat. Auf diese Weise ergibt sich am Abend

RTL gewinnt in Abendstunden Zuschauer durch „Wer wird Millionär?“

④ **Sehdauer pro Tag und Marktanteile der Dritten Programme in Deutschland**

Zuschauer ab 3 Jahre, Mo-So, 3.00-3.00 Uhr

	Sehdauer in Min.			Anteil am TV-Konsum in %		
	1999	2000	2001	1999	2000	2001
Deutschland gesamt						
N3	5	5	5	2,7	2,7	2,8
WDR FS	5	5	5	2,5	2,5	2,5
Hessen FS	1	1	1	0,6	0,7	0,7
SW TV	3	3	3	1,6	1,6	1,7
BFS	4	4	4	1,9	1,9	2,0
B1	1	1	1	0,3	0,3	0,4
MDR FS	5	5	5	2,5	2,4	2,5
ORB FS	1	1	1	0,5	0,6	0,6
Dritte (8 Sender)	23	24	25	12,5	12,7	13,2
Deutschland West						
N3	5	5	5	2,8	2,8	2,8
WDR FS	5	5	5	2,9	2,8	2,9
Hessen FS	1	1	2	0,7	0,8	0,8
SW TV	3	4	4	1,9	1,9	2,0
BFS	4	4	4	2,2	2,2	2,3
B1	0	0	1	0,3	0,3	0,3
MDR FS	2	2	2	1,1	1,1	1,1
ORB FS	0	0	0	0,2	0,2	0,2
Dritte (8 Sender)	22	22	23	12,1	12,1	12,5
Deutschland Ost						
N3	5	5	5	2,3	2,4	2,5
WDR FS	2	2	2	1,1	1,2	1,2
Hessen FS	1	1	1	0,3	0,3	0,4
SW TV	1	1	1	0,5	0,6	0,6
BFS	2	2	2	0,8	0,9	1,0
B1	1	1	1	0,5	0,6	0,7
MDR FS	15	14	15	7,0	6,8	7,1
ORB FS	3	4	4	1,6	1,8	2,0
Dritte (8 Sender)	29	31	33	14,2	14,7	15,5

Quelle: AGF/GfK, PC#TV.

⑤ **Marktanteile der kleineren Sparten- und Zielgruppenprogramme pro Tag**

Mo-So, 3.00 - 3.00 Uhr, in %

	Zuschauer gesamt			Kinder 3-13 J.		
	1999	2000	2001	1999	2000	2001
Deutschland gesamt						
Super RTL	2,8	2,8	2,8	18,7	19,6	19,7
Kinderkanal ¹⁾	3,1	2,8	2,8	18,2	15,9	16,6
3sat	0,9	0,9	0,9	-	-	-
Arte ²⁾	0,5	0,6	0,6	-	-	-
n-tv	0,7	0,7	0,7	-	-	-
Phoenix	0,3	0,4	0,5	-	-	-
DSF	1,3	1,2	1,0	-	-	-
Eurosport	1,1	1,0	0,9	-	-	-
TM 3/Neun live	1,0	1,0	0,5	-	-	-
Deutschland West						
Super RTL	2,7	2,8	2,7	18,0	19,8	19,8
Kinderkanal ¹⁾	3,3	2,9	3,0	20,5	17,5	17,7
3sat	0,9	0,9	0,9	-	-	-
Arte ²⁾	0,6	0,6	0,7	-	-	-
n-tv	0,8	0,8	0,8	-	-	-
Phoenix	0,3	0,4	0,5	-	-	-
DSF	1,4	1,2	1,0	-	-	-
Eurosport	1,1	0,9	0,9	-	-	-
TM 3/Neun live	1,0	0,9	0,5	-	-	-
Deutschland Ost						
Super RTL	3,3	3,0	2,8	21,0	19,1	19,3
Kinderkanal ¹⁾	2,4	2,4	2,5	11,3	11,1	12,9
3sat	0,8	0,8	0,9	-	-	-
Arte ²⁾	0,4	0,5	0,6	-	-	-
n-tv	0,4	0,4	0,4	-	-	-
Phoenix	0,3	0,4	0,4	-	-	-
DSF	1,2	1,0	0,8	-	-	-
Eurosport	1,3	1,1	1,0	-	-	-
TM 3/Neun live	1,0	1,0	0,5	-	-	-

1) Bezogen auf die Sendezeit von 6.00-19.00 Uhr.

2) Bezogen auf die Sendezeit von 19.00-3.00 Uhr.

Quelle: AGF/GfK, PC#TV.

⑥ **Marktanteile der Fernsehprogramme im Jahr 2001 nach Zeitabschnitten pro Tag**

Deutschland gesamt, Zuschauer ab 3 Jahre, Mo-So, in %*

	Das Erste	ZDF	RTL	SAT.1	ProSieben	Restliche
03.00-06.00 Uhr	10,3 (-0,8)	7,6 (-0,2)	14,0 (+0,1)	11,5 (-1,0)	11,8 (+0,5)	44,8 (+1,4)
06.00-09.00 Uhr	14,8 (+0,2)	6,9 (-0,3)	12,7 (-1,5)	16,2 (-0,6)	8,1 (+0,2)	41,3 (+2,1)
09.00-15.00 Uhr	12,8 (-0,4)	11,1 (+0,3)	16,2 (+1,0)	9,4 (-1,6)	7,8 (-1,3)	42,7 (+2,0)
15.00-18.00 Uhr	14,7 (-0,2)	13,1 (-0,2)	11,2 (-0,8)	9,9 (+1,2)	8,6 (-0,7)	42,5 (+0,7)
18.00-20.00 Uhr	13,4 (-0,1)	16,2 (-0,3)	14,7 (-0,7)	10,4 (+1,0)	6,2 (0,0)	39,1 (+0,1)
19.00-23.00 Uhr	14,4 (-0,5)	14,8 (-0,3)	16,2 (+1,3)	10,3 (+0,1)	7,3 (+0,1)	37,0 (-0,7)
20.00-23.00 Uhr	15,0 (-0,7)	14,2 (-0,2)	16,3 (+1,8)	10,2 (-0,1)	7,6 (-0,1)	36,7 (-0,5)
23.00-01.00 Uhr	11,8 (-0,5)	11,1 (+0,6)	13,5 (0,0)	9,2 (-1,1)	10,3 (+0,3)	44,1 (+0,7)
01.00-03.00 Uhr	11,0 (-0,3)	8,3 (-0,3)	11,3 (-0,2)	7,9 (-1,4)	12,1 (+0,6)	49,3 (+1,5)

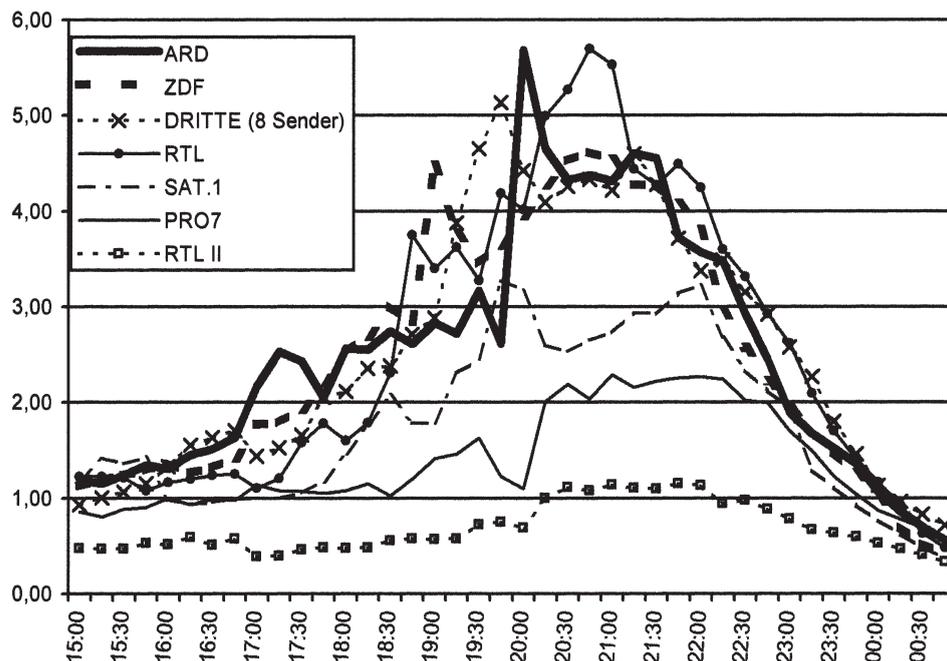
* Werte in Klammern: Differenz zum Vorjahr.

Quelle: AGF/GfK, PC#TV.

neuerdings ein Sehbeteiligungsvorsprung von RTL vor den öffentlich-rechtlichen Hauptprogrammen, wobei es gleichgültig ist, ob man die Zeit von 19.00 bis 23.00 Uhr oder von 20.00 bis 23.00 zugrunde legt (vgl. Tabelle 6). Zugleich wird deutlich,

dass die übrigen Nutzungsschwerpunkte der Fernsehprogramme weitgehend erhalten bleiben. So haben die Bundesbürger an den frühen Werktag-Vormittagen des vergangenen Jahres wiederum die meiste Zeit mit den Morgenmagazinen von ARD und ZDF verbracht und zwischen 9.00 und 15.00 Uhr mit den Sendungen von RTL. Am Nachmittag

Abb. 1 Personenreichweiten an einem Durchschnittstag in Deutschland 2001
Mo-So, nach 15.00 Uhr, in Mio



Quelle: AGF/GfK Fernsehforschung, PC#TV.

① **Rangreihe der meistgesehenen Einzelsendungen des Jahres 2001**

Zuschauer ab 3 Jahre

	Datum	Zuschauer in Mio	Marktanteil in %
1. Fußball: WM-Qualifik. Deutschland-Ukraine (ZDF)	14.11.	17,80	52,5
2. Wetten, dass...? (ZDF)	17. 3.	16,14	50,1
3. Wetten, dass...? (ZDF)	20. 1.	15,45	48,9
4. Wetten, dass...? (ZDF)	17. 2.	14,76	47,7
5. Wetten, dass...? (ZDF)	17.11.	14,66	48,7
6. Wetten, dass...? (ZDF)	13.10.	14,52	50,2
7. Formel 1-Rennen: Kanada (RTL)	10. 6.	14,38	46,2
8. Wetten, dass...? (ZDF)	15.12.	14,05	46,4
9. Wer wird Millionär? Prominenten-Special (RTL)	28. 5.	13,98	50,6
10. Formel-1-Rennen: Brasilien (RTL)	1. 4.	13,93	44,0

Quelle: AGF/GfK, PC#TV.

ergibt sich erneut ein Sehbeteiligungsvorsprung des Ersten, und am Vorabend wird immer noch das ZDF am meisten gesehen.

Weitere Einzelheiten lassen sich an den Verlaufskurven der Sehbeteiligung in Abbildung 1 ablesen. Dabei wird zum Beispiel sichtbar, dass der ZDF-Vorsprung vom Vorabend auch weiterhin aus der Zeit nach 19.00 Uhr stammt, wo die „heute“-Sendung zu sehen ist. Und nach wie vor erreicht die Sehbeteiligungskurve des Ersten ihren Höhepunkt um 20.00 Uhr, zur Ausstrahlungszeit der „Tagesschau“.

4. Auch im Jahr 2001 spielten Informationssendungen und Fictionsendungen die größte Rolle für die Akzeptanz der Fernsehprogramme

Die Rangreihe der meistgesehenen Einzelsendungen des vergangenen Jahres erweckt allerdings

zunächst einen anderen Eindruck, denn unter den ersten zehn Sendungen dieser Rangreihe finden sich ausschließlich Unterhaltungssendungen wie „Wetten, dass...?“ oder „Wer wird Millionär?“ und Übertragungen von Fußball-Länderspielen, von der Champions-League oder von Formel-1-Rennen (vgl. Tabelle 7).

Dennoch darf man daraus nicht folgern, Unterhaltungssendungen und Sportübertragungen hätten für die Fernsehzuschauer eine größere Bedeutung als andere Sendungsarten. Aussagen darüber lassen sich erst dann machen, wenn man den gesamten Fernsehkonsum der Bundesbürger nach Programmsparten und Sendern aufschlüsselt. Dabei bestätigt

Bedeutung der Information für Akzeptanz der ö.-r. Sender ist noch weiter gestiegen

In Hitlisten dominieren Shows und Sport

⑧ **Zusammensetzung des täglichen Fernsehkonsums nach Programmparten und Sendern**

Deutschland gesamt, Zuschauer ab 3 Jahre, in %

	2000						2001					
	Das Erste	ZDF	Dritte ¹⁾	RTL	SAT.1	ProSieben	Das Erste	ZDF	Dritte ¹⁾	RTL	SAT.1	ProSieben
Information	36,2	35,9	58,1	21,7	15,9	20,7	39,1	35,3	59,3	18,9	21,1	22,3
Unterhaltung	15,3	11,9	15,5	20,8	22,5	4,0	15,6	13,9	14,3	23,2	21,4	7,0
Fiction	31,1	33,4	22,5	32,8	36,5	60,6	31,3	35,9	22,4	33,3	31,7	54,8
Sport	13,9	14,1	2,4	6,8	6,5	0	10,6	10,2	2,4	5,4	8,4	-
Werbung	2,0	3,2	-	14,9	15,5	11,4	1,8	2,9	-	15,0	14,2	12,2
Sonstiges	1,6	1,7	1,6	2,9	3,2	3,3	1,5	1,9	1,6	4,1	3,2	3,8
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	24	27	19	16	27	25	25	19	28	16

1) 8 Sender.

Quelle: AGF/GfK, PC#TV.

⑨ **Durchschnittliche Reichweiten und Marktanteile von Unterhaltungssendungen nach der Größe ihres Publikums 2000/2001¹⁾**

Zuschauer ab 3 Jahre

Rangplatz/ Sendung	Zuschauer in Mio	Marktanteil in %
2000		
1. Wetten, dass...? (ZDF)	13,78	44,7
2. Wer wird Millionär? (RTL)	9,50	31,7
3. Feste der Volksmusik (Das Erste)	6,56	23,2
4. Melodien für Millionen (ZDF)	5,60	16,1
5. Musikantenstadl (Das Erste)	5,53	20,2
6. Geld oder Liebe? (Das Erste)	5,08	17,5
7. Ritas Welt (RTL)	4,89	17,3
8. Guinness-Show (Das Erste)	4,86	17,0
9. 7 Tage - 7 Köpfe (RTL)	4,79	22,4
10. Gottschalks TV-Welt (ZDF)	4,74	15,3
2001		
1. Wetten, dass... ? (ZDF)	14,89	48,6
2. Wer wird Millionär? (RTL)	9,67	32,2
3. Die 10 Millionen-SKL-Show (RTL)	7,16	23,3
4. Feste der Volksmusik (Das Erste)	6,86	23,9
5. Die Camper (RTL)	5,61	17,7
6. Ritas Welt (RTL)	5,54	19,6
7. Melodien für Millionen (ZDF)	5,34	16,3
8. Guinness-Show (Das Erste)	5,11	17,6
9. Musikantenstadl (Das Erste)	5,06	17,2
10. Mein Leben & ich (RTL)	4,86	16,6

1) Ohne Karnevalsübertragungen und andere einmalige Programmereignisse.

Quelle: AGF/GfK, PC#TV.

sich: Die größte Rolle für die Akzeptanz der öffentlich-rechtlichen Programme spielen - deutlicher als im Jahr zuvor - die Informationssendungen. 39 Prozent von der gesamten Zeit, die die Fernsehzuschauer im Jahr 2001 mit dem Ersten verbracht haben, stammen nämlich aus der Nachfrage nach Informationssendungen - im Jahr zuvor waren es 36 Prozent. Beim ZDF ist der entsprechende Anteil von 35 Prozent nahezu unverändert geblieben, und bei den acht Dritten Programmen ist er von 58 auf 59 Prozent gestiegen.

Serien, Kino- oder Fernsehfilme spielen für die Zuschauer der öffentlich-rechtlichen Sender ebenfalls eine große Rolle: 31 Prozent der mit dem Ersten verbrachten Zeit kommen 2001 aus dem Konsum solcher Sendungen, beim ZDF sind es 36 Prozent und bei den acht Dritten Programmen rund 22 Prozent. Der Beitrag der Unterhaltungssendungen und Sportübertragungen ist dagegen deutlich geringer, wie man an Tabelle 8 ablesen kann. (1)

Zugleich bestätigt sich, dass der Erfolg der Privatsender nach wie vor auf Fictionsendungen beruht. Dort kommen 32 Prozent vom Fernsehkonsum der Zuschauer, die im vergangenen Jahr RTL gesehen haben, aus Serien oder Filmen, bei SAT.1 sind es 33 Prozent und bei ProSieben sogar 55 Prozent. Informationssendungen spielen hier mit Nutzungsanteilen von 19 bis 22 Prozent eine deutlich geringere Rolle. Aber im Vergleich zum Vorjahr ist die Bedeutung der Informationssendungen für die Akzeptanz der Privatsender leicht gestiegen - vor allem bei ProSieben und SAT.1.

5. Der Unterhaltungs- und Fictionkonsum der Fernsehzuschauer bleibt konstant

Nimmt man die Reichweiten der regelmäßigen Unterhaltungssendungen als Maßstab, dann ergibt sich das gleiche Bild wie im Jahr zuvor: An erster Stelle in der Gunst deutscher Fernsehzuschauer steht nämlich nach wie vor die Samstagsshow „Wetten, dass ...?“, die von durchschnittlich 14,89 Millionen Zuschauern gesehen wurde. An zweiter Stelle steht - wie im Jahr zuvor - die Quizshow „Wer wird Millionär?“ mit durchschnittlich 9,67 Millionen Zuschauern, und danach wiederum folgen - ebenfalls in Übereinstimmung mit dem bisherigen Trend - musikalische Unterhaltungssendungen wie die „Feste der Volksmusik“ und Comedyshows wie „Die Camper“ und „Ritas Welt“ (vgl. Tabelle 9).

Auch auf dem Gebiet der Fictionsendungen haben sich die bekannten Vorlieben der Fernsehzuschauer kaum verändert. Den größten Zuspruch fand zwar - anders als im Jahr zuvor - die Unterhaltungsreihe „Traumschiff“ mit 7,55 Millionen Zuschauern. Aber an zweiter, dritter und vierter Stelle in der Gunst der Fictionzuschauer stehen - wie in

Auf Fiction entfällt zweitgrößter Anteil der mit ö.-r. Sendern verbrachten Zeit

Bei Privatsendern werden Fictionssendungen am stärksten genutzt

Unterhaltung: „Wetten, dass ...?“ weiterhin führend vor „Wer wird Millionär?“

Fiction: Unterhaltungs- und Krimireihen auf den vorderen Plätzen

⑩ Durchschnittliche Reichweiten und Marktanteile von Fernsehfilmreihen und -serien nach der Größe ihres Publikums 2000/2001

Zuschauer ab 3 Jahre

Rangplatz/ Sendung	Zuschauer in Mio	Marktanteil in %		
			Sehdauer in Min. 2000	Anteil am Unterhaltungs- und Fictionkonsum in % 2000
2000				
1. Tatort (Das Erste)	7,44	22,5		
2. Polizeiruf 110 (Das Erste)	7,22	20,8		
3. Der Alte (ZDF)	6,35	22,1		
4. Das Traumschiff (ZDF)	6,18	19,6		
5. Ein Fall für zwei (ZDF)	6,03	20,2		
6. Adelheid und ihre Mörder (Das Erste)	5,97	18,7		
7. Alarm für Cobra 11 (RTL)	5,62	17,8		
8. Siska (ZDF)	5,62	18,7		
9. Die Männer vom K3 (Das Erste)	5,56	20,9		
10. Julia – eine ungew. Frau (Das Erste)	5,48	17,8		
2001				
1. Das Traumschiff (ZDF)	7,55	22,0		
2. Tatort (Das Erste)	7,48	22,6		
3. Polizeiruf 110 (Das Erste)	6,05	17,7		
4. Ein Fall für zwei (ZDF)	5,92	20,3		
5. Stahlnetz (Das Erste)	5,90	18,3		
6. Schimanski (Das Erste)	5,66	16,0		
7. Rosamunde Pilcher (ZDF)	5,63	18,1		
8. Doppelter Einsatz (RTL)	5,51	17,5		
9. Alarm für Cobra 11 (RTL)	5,42	17,8		
10. Der Alte (ZDF)	5,40	19,2		

Quelle: AGF/GfK, PC#TV.

früheren Jahren – Krimis vom Typ „Tatort“, die im Durchschnitt von 7,48 Millionen Zuschauern gesehen wurden, die ARD-Reihe „Polizeiruf 110“ mit rund 6 Millionen Zuschauern und die ZDF-Reihe „Ein Fall für zwei“ mit 5,9 Millionen Zuschauern. Und auch die übrige Rangreihe unterscheidet sich kaum von den vergleichbaren Ergebnissen des Vorjahres, wie man an Tabelle 10 ablesen kann.

Fasst man schließlich den gesamten Unterhaltungs- und Fictionkonsum der Fernsehzuschauer zusammen, dann bestätigt sich: An einem Durchschnittstag des Jahres 2001 haben die Zuschauer in Deutschland 92 Minuten pro Tag mit Unterhaltungs- und Fictionsendungen verbracht – das ist genauso lang wie im Jahr zuvor. (2)

59 % des Unterhaltungs- und Fictionkonsums entfallen auf Privatsender

Auch die Nutzungsrelationen zwischen den Programmen ändern sich dabei nicht. Wie in den Jahren zuvor gilt nämlich auch für das Jahr 2001: Ihre Unterhaltungswünsche befriedigen die Fernsehzuschauer zum größten Teil bei den Privatsendern. Rund 59 Prozent ihres Unterhaltungs- und Fictionkonsums stammt jedenfalls aus den Programmen von RTL, SAT.1, ProSieben, RTL II, VOX und Kabel 1 (vgl. Tabelle 11).

In den neuen Bundesländern ist diese Tendenz nach wie vor besonders ausgeprägt. Dort haben die Fernsehzuschauer 2001 pro Tag 64 Minuten mit den Unterhaltungs- und Fictionangeboten der Privatsender verbracht – das sind 13 Minuten mehr als in den alten Bundesländern. Oder anders ausgedrückt: 61 Prozent vom Unterhaltungskonsum der Ostdeutschen stammen aus den Privatsendern,

⑪ Zeitaufwand der deutschen Fernsehzuschauer für Unterhaltungs- und Fictionsendungen

pro Tag (Mo-So), Erwachsene ab 14 Jahre, nach Fernsehsystemen

	Sehdauer in Min.		Anteil am Unterhaltungs- und Fictionkonsum in %	
	2000	2001	2000	2001
Öff.-rechtliche Sender ¹⁾	37	38	41	41
Privatsender ²⁾	54	54	59	59
Unterhaltungs- und Fictionkonsum gesamt	92	92	100	100

1) Zusammengefasste Werte für das Erste, das ZDF, 3sat und die 8 Dritten Programme.

2) Zusammengefasste Werte für RTL, SAT.1, ProSieben, RTL II, VOX und Kabel 1.

Quelle: AGF/GfK, PC#TV.

⑫ Zeitaufwand für Unterhaltungs- und Fictionsendungen in Deutschland West und Ost 2001

pro Tag (Mo-So), Erwachsene ab 14 Jahre

	Sehdauer in Min.		Anteil am Unterhaltungs- und Fictionkonsum in %	
	West	Ost	West	Ost
Öff.-rechtliche Sender ¹⁾	37	40	42	39
Privatsender ²⁾	51	64	58	61
Unterhaltungs- und Fictionkonsum gesamt	88	104	100	100

1) Zusammengefasste Werte für das Erste, das ZDF, 3sat und die 8 Dritten Programme.

2) Zusammengefasste Werte für RTL, SAT.1, ProSieben, RTL II, VOX und Kabel 1.

Quelle: AGF/GfK, PC#TV.

während es in Westdeutschland nur 58 Prozent sind (vgl. Tabelle 12).

6. Die Nachfrage nach Informationssendungen steigt jedoch an

Untersucht man zunächst den Nachrichtenkonsum der Bundesbürger, dann ergibt sich: Auch 2001 haben sich die meisten Zuschauer bei den Nachrichten der öffentlich-rechtlichen Sender informiert. Die größte Resonanz fand dabei erneut die „Tagesschau“ um 20.00 Uhr, die im Durchschnitt des vergangenen Jahres von 9,06 Millionen Bundesbürgern verfolgt wurde – davon 5,76 Millionen im Ersten und 3,30 Millionen in einigen Dritten Programmen, bei 3sat oder Phoenix. Das zweitgrößte Interesse findet nach wie vor die „heute“-Sendung um 19.00 Uhr, die von durchschnittlich 4,80 Millionen Zuschauern gesehen wurde – davon 4,62 Millionen im ZDF und 180 000 bei 3sat.

Die Hauptnachrichten von RTL werden demgegenüber von 3,81 Millionen Zuschauern gesehen, während die entsprechenden Sendungen von ProSieben und SAT.1 über 1,13 bis 1,99 Millionen Zuschauer pro Ausgabe verfügten (vgl. Tabelle 13).

Auf den ersten Blick überraschend ist: Obwohl die Hauptnachrichten des Ersten, des ZDF und von RTL nach dem 11. September ein erheblich größeres Interesse fanden als sonst, sind ihre durchschnittlichen Zuschauerzahlen über das gesamte

Hohe Marktanteile der ö.-r. Nachrichtensendungen

Leichte Reichweitschwankungen bei Hauptnachrichten, Politik- und Boulevardmagazinen

13 Durchschnittliche Reichweiten und Marktanteile der Fernsehnachrichten 1999 bis 2001

Zuschauer ab 3 Jahre

	Zuschauer in Mio			Marktanteile in %		
	1999	2000	2001	1999	2000	2001
heute im ZDF	4,95	4,68	4,62	23,3	21,8	21,7
Mo-So, 19.00 Uhr						
heute gesamt ¹⁾	5,13	4,86	4,80	24,1	22,6	22,5
Mo-So, 19.00 Uhr						
Tagesschau im Ersten	6,28	6,03	5,76	23,2	22,0	21,1
Mo-So, 20.00 Uhr						
Tagesschau gesamt ²⁾	9,41	9,32	9,06	34,8	34,0	33,2
Mo-So, 20.00 Uhr						
heute-journal	3,72	3,61	3,65	13,9	13,3	13,5
Mo-Sa, 21.45 Uhr						
Tagesthemen	2,27	2,21	2,26	12,5	12,1	12,2
Mo-So, 22.30 Uhr						
heute nacht	0,56	0,60	0,71	8,9	9,5	10,2
Mo-Fr, 0.00 Uhr						
ARD-Nachtmagazin	0,45	0,48	0,48	11,0	10,8	10,4
Mo-Fr, 0.30 Uhr						
RTL aktuell	4,11	3,99	3,81	20,6	19,8	18,9
Mo-So, 18.45 Uhr						
RTL Nachtjournal	1,05	1,05	1,09	15,8	14,8	15,1
Mo-Fr, 0.00 Uhr						
SAT.1 18:30	1,94	1,76	1,99	10,7	9,5	10,8
So-Fr, 18.30 Uhr						
ProSieben Nachrichten	1,07	1,01	1,13	4,6	3,8	4,4
Mo-So, 20.00 Uhr						

1) Einschließlich 3sat.

2) Einschließlich 6 Dritte Programme, 3sat und ab 2000 auch Phoenix.

Quelle: AGF/GfK, PC#TV.

Jahr hinweg leicht gesunken, während die entsprechenden Zahlen der später ausgestrahlten Nachrichtenmagazine stabil geblieben sind. Leichte Reichweitungsschwankungen sind auch bei den übrigen Informationssendungen zu beobachten. So wurden Politikmagazine wie „Fakt“ oder „Berlin direkt“, aber auch Boulevardmagazine wie „Explosiv“ etwas weniger gesehen. Aber bei „Report Mainz“ und „Stern TV“ sowie bei den Diskussionsendungen „Sabine Christiansen“ und „Berlin Mitte“ wurden mehr Zuschauer gezählt.

Die bekannten Informationsgewohnheiten ändern sich dadurch aber nicht. Vielmehr haben sich die Bundesbürger auch im Jahr 2001 vor allem für die aktuellen Hintergrundberichte vom Typ „Brennpunkt“ und „ZDF Spezial“, für Diskussionsendungen wie „Sabine Christiansen“ und politische Magazine wie „Report Mainz“ interessiert, wobei die „Brennpunkt-“ und „Spezial“-Sendungen in den Tagen nach dem 11. September und nach Beginn des Afghanistankrieges eine Schlüsselrolle spielen.

Boulevardsendungen wie „Explosiv“ und die ebenfalls bei RTL ausgestrahlten Magazine „Spiegel TV“ und „Stern TV“ finden zwar ebenfalls eine große Beachtung. Aber im Übrigen zeigt die Rang-

14 Durchschnittliche Reichweiten und Marktanteile von Informationssendungen nach der Größe ihres Publikums 2000/2001

Zuschauer ab 3 Jahre

Rangplatz/ Sendung	Zuschauer in Mio	Marktanteil in %
1. Brennpunkt (Das Erste)	5,39	18,8
2. Sabine Christiansen (Das Erste)	4,44	17,2
3. Explosiv (RTL)	3,76	17,0
4. Fakt (Das Erste)	3,66	12,0
5. Monitor (Das Erste)	3,62	12,7
6. ZDF-spezial	3,54	15,3
7. Frontal (ZDF)	3,48	11,7
8. Report aus Mainz (Das Erste)	3,45	11,4
9. Berlin direkt (ZDF)	3,43	13,7
10. Report aus München (Das Erste)	3,40	11,5
11. Panorama (Das Erste)	3,36	12,0
12. Die Reportage (ZDF)	3,18	11,1
13. WISO (ZDF)	3,02	11,7
14. Auslandsjournal (ZDF)	2,89	10,2
15. ARD-Exclusiv	2,85	11,1
16. Kontraste (Das Erste)	2,78	9,8
17. Stern TV (RTL)	2,64	15,7
18. Weltspiegel (Das Erste)	2,63	10,1
19. Akte 00 (SAT.1)	2,58	13,7
20. Spiegel TV (RTL)	2,33	11,1
2001		
1. Brennpunkt (Das Erste)	5,40	17,8
2. Sabine Christiansen (Das Erste)	4,71	17,8
3. ZDF-spezial	4,08	15,3
4. Report Mainz (Das Erste)	3,55	11,6
5. Explosiv (RTL)	3,55	16,3
6. Report München (Das Erste)	3,47	11,5
7. Fakt (Das Erste)	3,33	11,1
8. Berlin direkt (ZDF)	3,26	13,1
9. Die Reportage (ZDF)	3,23	11,1
10. Stern TV (RTL)	3,22	18,4
11. Frontal 21 (ZDF)	3,21	11,4
12. Panorama (Das Erste)	3,18	11,4
13. Monitor (Das Erste)	3,10	10,9
14. Auslandsjournal (ZDF)	2,84	10,0
15. ZDFReporter	2,77	9,6
16. WISO (ZDF)	2,74	10,9
17. Kontraste (Das Erste)	2,73	9,8
18. Weltspiegel (Das Erste)	2,65	10,3
19. ARD-Exclusiv	2,63	10,2
20. Spiegel TV (RTL)	2,57	11,9
21. Akte 2001 (SAT.1)	2,53	13,3
22. Berlin Mitte (ZDF)	2,53	12,5
23. Plusminus (Das Erste)	2,44	10,1

Quelle: AGF/GfK, PC#TV.

reihe der meistgesehenen Informationssendungen, dass die öffentlich-rechtlichen Sender auf diesem Gebiet von den Zuschauern immer noch deutlich bevorzugt werden (vgl. Tabelle 14).

Die hier zitierten Zuschauerzahlen der Hauptnachrichten und der abendlichen Informationssendungen geben jedoch kein vollständiges Bild. Sie berücksichtigen nicht, dass es zum Beispiel noch weitere Informationssendungen zu den Hintergrün-

11. September und Afghanistankrieg führen zu Anstieg der gesamten Informationsnutzung

⑮ **Zeitaufwand der deutschen Fernsehzuschauer für Informationssendungen**
pro Tag (Mo-So), Erwachsene ab 14 Jahre, nach Fernsehsystemen

	Sehdauer in Min.		Anteil am Informationskonsum in %	
	2000	2001	2000	2001
Öffentlich-rechtliche Sender ¹⁾	36	38	67	69
Privatsender ²⁾	17	17	33	31
Informationskonsum gesamt	53	56	100	100

1) Zusammengefasste Werte für das Erste, das ZDF, 3sat und die 8 Dritten Programme.
2) Zusammengefasste Werte für RTL, SAT.1, ProSieben, RTL II, VOX und Kabel 1.

Quelle: AGF/GfK, PC#TV.

⑯ **Durchschnittliche Reichweiten und Marktanteile der Fernschnachrichten**
in Deutschland West und Ost 2001

Zuschauer ab 3 Jahre

	Zuschauer in Mio		Marktanteile in %	
	West	Ost	West	Ost
heute im ZDF	3,82	0,80	23,4	15,9
Mo-So, 19.00 Uhr				
heute gesamt ¹⁾	3,98	0,83	24,3	16,4
Mo-So, 19.00 Uhr				
Tagesschau im Ersten	4,85	0,92	23,1	14,5
Mo-So, 20.00 Uhr				
Tagesschau gesamt ²⁾	7,62	1,44	36,3	22,9
Mo-So, 20.00 Uhr				
heute-journal	3,10	0,48	14,5	8,2
Mo-Sa, 21.45 Uhr				
Tagesthemen	1,96	0,30	13,1	8,4
Mo-So, 22.30 Uhr				
RTL aktuell	2,71	1,09	17,7	23,0
Mo-So, 18.45 Uhr				
SAT.1 18:30	1,49	0,49	10,7	11,2
So-Fr, 18.30 Uhr				
ProSieben Nachrichten	0,85	0,28	4,3	4,7
Mo-So, 20.00 Uhr				

1) Einschließlich 3sat.

2) Einschließlich 6 Dritte Programme, 3sat und Phoenix.

Quelle: AGF/GfK, PC#TV.

den des 11. September und zum Afghanistankrieg gab, die bei den Zuschauern ebenfalls ein großes Interesse fanden. Fasst man daher die gesamte Informationsnutzung der Zuschauer zusammen, dann ergibt sich, auf eine einfache statistische Formel gebracht: An einem Durchschnittstag des Jahres 2001 haben die Deutschen 56 Minuten mit den Informationssendungen des Fernsehens verbracht – das sind rund drei Minuten mehr als im Jahr zuvor.

Anstieg des Informationskonsums geht von ö.-r. Sendern aus

Zu beachten ist dabei, dass der leichte Anstieg des Informationskonsums nicht von den Privatsendern ausgeht, sondern von den öffentlich-rechtlichen Programmen. Dies wird deutlich, wenn man die Informationsnutzung nach Senderfamilien aufschlüsselt. Tabelle 15 fasst das Ergebnis der Aufschlüsselung zusammen und zeigt: Im Jahr 2000 stammten noch 67 Prozent vom gesamten Informationskonsum der Bundesbürger aus dem Ersten, dem ZDF, den Dritten Programmen oder von 3sat – im Jahr 2001 waren es dagegen 69 Prozent. Deutlicher als vor

⑰ **Zeitaufwand für Informationssendungen in Deutschland West und Ost 2001**
pro Tag (Mo-So), Erwachsene ab 14 Jahre

	Sehdauer in Min.		Anteil am Informationskonsum in %	
	West	Ost	West	Ost
Öffentlich-rechtliche Sender ¹⁾	38	38	70	65
Privatsender ²⁾	16	21	30	35
Informationskonsum gesamt	55	59	100	100

1) Zusammengefasste Werte für das Erste, das ZDF, 3sat und die 8 Dritten Programme.
2) Zusammengefasste Werte für RTL, SAT 1, ProSieben, RTL II, VOX und Kabel 1.

Quelle: AGF/GfK; PC#TV.

einem Jahr gilt demnach: Ihren Informationsbedarf decken die deutschen Fernsehzuschauer auch weiterhin zum größten Teil bei den öffentlich-rechtlichen Programmen.

Ostdeutsche Fernsehzuschauer haben nach wie vor etwas andere Informationsgewohnheiten. Diese Andersartigkeit kommt zum Beispiel darin zum Ausdruck, dass die Nachrichten der öffentlich-rechtlichen Programme im Osten weniger beachtet werden als im Westen. So wurde die „Tagesschau“-Hauptausgabe im vergangenen Jahr von 36 Prozent aller verfügbaren Zuschauer in den alten Bundesländern gesehen – aber nur von 23 Prozent in den neuen Ländern. Bei der „heute“-Sendung liegen die ostdeutschen Zuschaueranteile um 8 Prozentpunkte unter dem Westniveau, während die entsprechenden Anteile der RTL-Nachrichten um 5 Prozentpunkte über dem Westpegel liegen (vgl. Tabelle 16).

Ähnliche Differenzen sind auch bei den übrigen Informationssendungen zu beobachten (3), und auch insgesamt informieren sich ostdeutsche Fernsehzuschauer etwas mehr bei den Privatsendern. In Zahlen ausgedrückt heißt das: In den alten Bundesländern stammen im Jahr 2001 lediglich 30 Prozent vom täglichen Zeitaufwand für Informationssendungen aus den Privatprogrammen – in den neuen dagegen 35 Prozent.

Umgekehrt bedeutet dies jedoch: Auch die ostdeutschen Fernsehzuschauer decken ihren Informationsbedarf zum größten Teil bei den öffentlich-rechtlichen Sendern. 65 Prozent ihres täglichen Informationskonsums kommen im vergangenen Jahr jedenfalls aus dem Ersten, dem ZDF, den Dritten Programmen oder von 3sat (vgl. Tabelle 17).

7. Das Publikumsurteil über das öffentlich-rechtliche Fernsehen wird nach wie vor von seiner Informationsleistung geprägt

In früheren Befragungen zur Bewertung der Fernsehprogramme wurde wiederholt nachgewiesen, dass die Akzeptanz der öffentlich-rechtlichen Sender in einem deutlichen Zusammenhang mit dem politischen Interesse ihrer Zuschauer steht. Dieser

Ostdeutsche haben weiterhin etwas andere Informationsgewohnheiten

Dennoch entfallen in Ostdeutschland 65 % des Informationskonsums auf ö.-r. Sender

Akzeptanz ö.-r. Sender hängt unverändert vom politischen Interesse ihrer Zuschauer ab

18 Unentbehrlichkeit und Beliebtheit der Fernsehsender nach politischem Interesse 2001

in %

	aktives politisches Interesse ¹⁾		
	gering	durchschnittlich	hoch
Es würden sich entscheiden für ²⁾			
Das Erste	18	20	32
ZDF	9	15	20
Dritte ³⁾	7	10	11
RTL	20	22	12
SAT.1	9	9	5
ProSieben	15	11	7
Es sehen am liebsten ⁴⁾			
Das Erste	32	38	56
ZDF	29	31	47
Dritte ³⁾	20	24	31
RTL	42	44	30
SAT.1	27	32	21
ProSieben	34	29	22

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

Quelle: ARD/ZDF-Trend, Winter 2001.

19 Beurteilung der Fernsehprogramme anhand ausgewählter Eigenschaftszuschreibungen

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

Der Sender ist ...	Das Erste	ZDF	RTL	SAT.1	ProSieben
seriös	73,8	71,5	25,4	31,6	28,7
glaubwürdig	71,7	67,9	33,7	36,7	33,2
anspruchsvoll	51,2	50,0	25,9	27,1	25,7
erfolgreich	48,9	45,9	58,5	44,9	42,0
unverwechselbar	45,2	38,7	41,5	30,0	30,9
konservativ	48,9	43,4	7,8	8,9	8,1
modern	31,0	32,1	62,5	52,5	49,9
mutig	23,2	22,9	44,0	35,3	32,2
schwerfällig	17,6	14,0	3,9	4,7	4,1
langweilig	16,1	16,8	5,4	7,0	5,3
sensationslüstern	5,6	5,6	54,6	37,2	28,6
frech	4,9	5,4	44,3	29,6	28,3

Quelle: ARD/ZDF-Trend, Winter 2001.

Zusammenhang gilt auch für das Jahr 2001, wie aus den Ergebnissen des ARD/ZDF-Trends hervorgeht – einer regelmäßigen Repräsentativbefragung mit 4 000 Interviews, die zuletzt im Winter 2001 durchgeführt wurde. (4)

Nimmt man dabei zum Beispiel die klassische Frage nach der subjektiven Unentbehrlichkeit der Fernsehprogramme als Maßstab, bei der die Zuschauer erklären sollen, für welches Programm sie sich entscheiden würden, wenn sie nur einen einzigen Fernsehsender empfangen könnten, dann be-

stätigt sich: Wer sich für Politik interessiert, hält auch im Jahr 2001 die öffentlich-rechtlichen Fernsehprogramme in besonderem Maß für unverzichtbar, wobei das Erste auch weiterhin die größte Rolle spielt und das ZDF die zweitgrößte. Je politischer die Fernsehzuschauer, desto größer ist auch die emotionale Bindung an die öffentlich-rechtlichen Sender, wie man an den Antworten auf die Frage nach den beliebtesten Fernsehprogrammen ablesen kann. Und umgekehrt steigt die Akzeptanz von RTL, SAT.1 und ProSieben, je unpolitischer die Fernsehzuschauer sind, wobei es gleichgültig ist, ob man die subjektive Unentbehrlichkeit oder die Beliebtheit der Fernsehprogramme als Maßstab nimmt (vgl. Tabelle 18).

Aber auch unabhängig vom politischen Interesse der Fernsehzuschauer werden die öffentlich-rechtlichen Sender wegen ihrer Informationsfunktion geschätzt. Empirische Belege dafür bieten zunächst die Eigenschaftsprofile, mit denen die Senderimages ermittelt werden. Aus denen lässt sich ablesen, dass das Erste und das ZDF auch im vergangenen Jahr als signifikant glaubwürdiger, seriöser und anspruchsvoller erlebt wurden als RTL, SAT.1 und ProSieben (vgl. Tabelle 19).

Weitere Belege für die Bedeutung der Informationsvermittlung erhält man, wenn man die Zuschauer bittet, die Gesamtleistung der Fernsehsender anhand von Item-Formulierungen genauer zu bestimmen. Das Ergebnis dieser Bestimmung – dargestellt in Tabelle 20 – lautet: Am wichtigsten für die Akzeptanz öffentlich-rechtlicher Sender ist auch im Jahr 2001 die Ausführlichkeit ihrer tagesaktuellen Berichterstattung und die Professionalität ihrer Korrespondenten, die dem Ersten von 75 bis 76 Prozent und dem ZDF von 70 bis 71 Prozent der Deutschen bescheinigt wird.

Fast genauso viele Zuschauer – 70 bis 73 Prozent – attestieren dem Ersten und dem ZDF, mit ihren Informationssendungen „einen schnellen Überblick über das Wichtigste vom Tage“ zu bieten. Außerdem schätzen die Fernsehzuschauer an den öffentlich-rechtlichen Sendern, dass sie nach ihrer Überzeugung „wichtig für die politische Meinungsbildung“ sind, wie es wörtlich heißt.

Die Privatsender spielen auf diesem Gebiet immer noch eine deutlich geringere Rolle. RTL gilt zwar bei 53 Prozent der Befragten ebenfalls als ein Sender, der „einen schnellen Überblick über das Wichtigste vom Tage (bietet)“. Aber im Übrigen wird das Publikumsurteil über die Privatsender nahezu unverändert von ihrer Unterhaltungs- und Entspannungsfunktion bestimmt, wobei vor allem RTL auch im Jahr 2001 mehrheitlich als Vermittler von „Spaß und guter Laune“ gilt und als Sender, der „zum Entspannen ideal“ ist.

Zu beachten ist dabei: Wir haben es hier mit Senderimages zu tun, die zwar durch die Erfahrung der Fernsehzuschauer bestätigt werden – sonst wären sie nicht so langlebig –, die aber naturgemäß sehr pauschal sind.

Senderimages:
Öffentlich-rechtliche sind glaubwürdig, seriös, anspruchsvoll

Tagesaktuelle Berichterstattung und Professionalität geschätzt

Publikumsurteil über Privatsender zielt auf Unterhaltung und Entspannung

⑩ **Beurteilung der Fernsehprogramme anhand ausgewählter Items 2001**

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

Der Sender ...	Das Erste	ZDF	RTL	SAT.1	Pro 7
bringt ausführliche und gründliche Berichte über die Tagesereignisse	76,0	70,2	46,1	40,0	29,6
hat sachkundige Korrespondenten	75,0	71,2	44,0	39,1	29,6
bietet einen schnellen Überblick über das Wichtigste vom Tage	72,5	69,5	52,9	45,2	36,5
ist wichtig für die politische Meinungsbildung	54,0	43,4	17,0	16,2	10,5
ist ein unverzichtbarer Bestandteil der Kultur in Deutschland	49,1	40,7	17,6	17,4	12,6
spricht die ganze Familie an	46,6	49,0	48,7	43,9	38,1
hat ein kompetent gemachtes Sportprogramm	34,9	36,7	31,3	38,6	9,8
macht ein gutes Vorabendprogramm	33,2	31,5	34,6	27,2	25,5
ist zum Entspannen ideal	27,3	30,3	45,4	35,9	35,4
vermittelt Spaß und gute Laune	26,4	31,4	50,5	40,6	42,2
bringt Sendungen, die mir auch am Tag danach noch durch den Kopf gehen	25,4	21,9	18,6	13,9	14,7
bringt zuviele Wiederholungen	25,3	22,0	23,4	22,3	17,0
zeigt viele gut gemachte Spielfilme	24,1	29,6	48,6	40,7	49,7
zeigt Shows, bei denen echt was los ist	17,6	31,2	48,1	36,8	24,3
ist nur auf Einschaltquoten aus	14,1	16,5	59,3	52,5	46,1
macht auch gute Daily Soaps	13,3	9,2	26,0	18,3	14,7
bringt Talkshows, in denen die Menschen bloßgestellt werden	8,3	7,1	43,4	35,3	29,0
nimmt es mit der Wahrheit nicht so genau	6,3	6,9	26,2	16,5	15,2

Quelle: ARD/ZDF-Trend, Winter 2001.

Ö.-r. Programme gelten als Informations-, Private als Unterhaltungssender

Die hier skizzierten Unterschiede im Publikumsurteil über die Fernsehsender wiederholen sich aber auch dann, wenn man die pauschalen Senderbewertungen konkretisiert, 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: Das Erste wird – wie in den Jahren zuvor – von einer großen Mehrheit als das Fernsehprogramm mit den besten Nachrichten, Politikmagazinen und Reportagen sowie den besten Ratgeber- und Verbrauchersendungen angesehen – jeweils gefolgt vom ZDF. Die Wirtschafts- und Wissenschaftssendungen werden vor allem beim ZDF geschätzt. Außerdem gelten das Erste und das ZDF als kompetenteste Sender für Dokumentationen und Kulturmagazine. Dazu kommt, dass die Publikumsmeinung über die Dritten Programme – noch etwas deutlicher als im

Jahr zuvor – von ihrer Informationsfunktion für das eigene Bundesland bestimmt wird.

Nach wie vor werden die öffentlich-rechtlichen Sender jedoch nicht auf ihre Informationsfunktion reduziert. So schreibt man dem Ersten zugleich die besten musikalischen Unterhaltungssendungen, die besten Krimis und die besten deutschen Kino- oder Fernsehfilme zu, während das ZDF bei Unterhaltungssendungen und bei Familien- oder Unterhaltungsserien am besten bewertet wird. Diese und die übrigen in Tabelle 21 zusammengestellten Kompetenzzuschreibungen sind ein Hinweis darauf, dass die öffentlich-rechtlichen Sender insgesamt vielfältiger wahrgenommen werden als RTL, SAT.1 oder ProSieben.

Die Privatsender werden nämlich auch im Detail vor allem wegen ihrer unterhaltenden Sendungen geschätzt. RTL zum Beispiel gilt wegen „Wer wird Millionär?“ als das weitaus beste Fernsehprogramm

Ö.-r. Sender werden vielfältiger wahrgenommen als private

Senderimages der Privaten beschränken sich im Wesentlichen auf Unterhaltung

② **Spartenkompetenz der Fernsehprogramme aus Sicht der Zuschauer**

„Welcher Sender bringt Ihnen persönlichen Eindruck nach die besten Sendungen dieser Art?“	Das Erste	ZDF	Dritte ¹⁾	RTL	SAT.1	Pro7
Politikmagazine und -reportagen	73,2	62,6	14,0	18,9	11,4	7,5
Volksmusik- und Schlagersendungen	70,8	68,1	39,0	10,6	8,2	1,7
Nachrichten	65,9	44,4	12,1	24,1	10,3	6,8
Ratgeber- und Verbrauchersendungen	64,1	47,1	38,3	10,2	8,5	5,5
Wirtschaftsmagazine und -reportagen	60,9	61,6	17,8	12,0	7,6	7,7
Talkshows am Abend	54,7	40,8	23,7	25,3	18,0	10,9
Deutsche Kino- und Fernsehfilme	52,7	51,8	14,4	31,6	30,3	19,2
Dokumentationen	52,4	48,0	32,8	12,5	8,5	9,8
Kulturmagazine und Reportagen über kulturelle Ereignisse	52,3	44,3	36,0	9,4	7,2	5,7
Krimis und Krimiserien	51,9	48,5	7,3	39,1	32,0	23,0
Natur- und Tiersendungen	48,1	40,6	43,1	11,9	10,3	10,0
Magazine und Reportagen zu Wissenschaft und Technik	45,1	47,5	28,1	9,9	9,5	21,5
Familien- und Unterhaltungsserien	45,0	48,2	11,5	39,7	28,2	19,2
Satire- und Kabarettssendungen	43,3	21,9	24,9	23,4	24,0	16,2
Unterhaltungsshows	42,6	62,3	9,4	37,7	24,9	12,2
Sportsendungen	37,5	40,5	8,1	33,9	41,9	2,5
Arzt- und Krankenhausserien	31,7	26,5	6,6	42,1	50,7	21,4
Boulevardmagazine	31,0	23,4	15,0	57,4	32,6	18,4
Quizshows, Ratesendungen	25,4	19,5	2,8	76,7	34,8	6,8
Talkshows am Nachmittag	20,3	10,6	3,8	61,7	48,5	46,2
Gerichtssendungen	15,8	28,1	4,5	43,1	56,1	6,5
Amerikanische Kino- und Fernsehfilme	12,8	13,5	3,5	46,2	34,3	55,7
Sendungen über das Bundesland, in dem Sie leben	12,6	6,1	87,3	5,0	2,9	1,4
Zeichentrickfilme und -serien	9,3	8,1	3,8	20,5	14,7	28,2
Realityshows	6,8	7,5	4,1	62,1	29,2	22,2
Comedyssendungen und -shows	5,3	4,1	3,8	52,2	41,6	49,2
Sciencefiction-Filme und -serien	3,6	3,3	1,4	30,5	46,5	49,3

1) 8 zusammengerechnete Sender.

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

Quelle: ARD/ZDF-Trend, Winter 2001

für Quizshows und Ratesendungen. Außerdem werden RTL immer noch die besten Talkshows am Nachmittag zugeschrieben, aber auch die besten Realityshows, Boulevardmagazine und Comedyshows.

SAT.1 wiederum gilt – in Übereinstimmung mit dem tatsächlichen Zuschauerverhalten – als Sender

mit den besten Gerichtssendungen, den besten Arzt- und Krankenhaussendungen und den besten Sportsendungen. Und zu den besonderen Stärken von ProSieben gehören schließlich die amerikanischen Kino- und Fernsehfilme, Sciencefictionfilme oder -serien und die besten Zeichentrickfilme.

Nachzutragen ist noch, dass sich das Publikumsurteil über die Nachrichtenkompetenz der Privatsender im vergangenen Jahr nicht spürbar verbessert hat. Auch nach den Ereignissen des 11. Sep-

Publikumsurteil über Nachrichtenkompetenz der Privaten hat sich kaum verbessert

22 Nachrichtenkompetenz der Fernsehprogramme aus Sicht der Zuschauer

in %¹⁾

Welcher Sender hat die besten Nachrichten?	Gesamt	Alter in Jahren		Senderbindung ²⁾		Aktives politisches Interesse ³⁾		
		14-49	ab 50	ö.-r.	priv.	gering	durchschnittlich	hoch
Das Erste	65,9	56,7	76,4	83,8	46,1	56,2	64,2	74,3
ZDF	44,4	35,0	55,1	59,2	27,7	41,5	43,7	47,5
RTL	24,1	31,4	15,6	8,2	43,5	28,8	25,9	18,5
SAT.1	10,3	13,7	6,4	3,0	19,5	8,3	14,7	5,5
ProSieben	6,8	10,7	2,3	1,1	13,4	8,9	8,4	3,3

1) Basis: Personen, denen Nachrichten besonders wichtig oder wichtig sind = 95 % aller Zuschauer.

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

3) Zusammengefasste Werte für das Interesse an Politik und die Beteiligung an politischen Diskussionen.

Quelle: ARD/ZDF-Trend, Winter 2001.

tember und nach Beginn des Afghanistan-Krieges waren lediglich 24 Prozent aller Personen, die sich für tagesaktuelle Fernsehinformationen interessieren (5), der Meinung, RTL verfüge über die besten Nachrichten – im Jahr zuvor waren es 23 Prozent.

Wie bei den pauschalen Senderbewertungen gibt es dabei wiederum einen Zusammenhang mit dem politischen Interesse der Fernsehzuschauer, aber auch mit ihrem Alter und ihren Sendervorlieben, wie Tabelle 22 belegt. Wer älter als 49 Jahre ist, einen der öffentlich-rechtlichen Sender für unverzichtbar hält oder ein ausgeprägtes politisches Interesse besitzt, beurteilt die Nachrichtenkompetenz des Ersten und des ZDF am positivsten. Zugleich gilt jedoch: Auch die 14- bis 49-jährigen Zuschauer und die politisch weniger Interessierten sind mehrheitlich der Meinung, das Erste und das ZDF hätten die besten Nachrichten. Und selbst diejenigen Zuschauer, die RTL oder SAT.1 zu ihrem wichtigsten, am wenigsten verzichtbaren Fernsehprogramm erklären, halten vor allem das Erste in dieser Frage für kompetenter als ihren eigenen Lieblingssender.

Anmerkungen:

- 1) Die in Tabelle 8 genannten Zahlen sind Ergebnis einer Sonderauswertung der GfK Fernsehforschung nach Sparten. Dabei handelt es sich um Durchschnittswerte für 2000 und 2001, die sich auf alle Zuschauer ab 5 Jahre beziehen.
- 2) Diese und die folgenden, in den Tabellen 11, 12 und 15 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.
- 3) Für weitere Details zu den Ost-West-Differenzen im Informationsverhalten der Bundesbürger wird auf folgenden Beitrag verwiesen: Frey-Vor, Gerlinde/Heinz Gerhard/Annette Mende: Daten der Mediennutzung in Ost- und Westdeutschland. Ergebnisse von 1992 bis 2001 im Vergleich. In: Media Perspektiven 2/2002, S. 54-69.
- 4) Die folgenden Zahlenangaben sind der Winterwelle des ARD/ZDF-Trend entnommen, die von NFO/InfraTest (München) zwischen dem 22. Oktober und 3. Dezember 2001 bei rund 4 000 Personen über 14 Jahren in Form von Face-to-Face-Interviews (CAPI) durchgeführt wurde. Die Vergleichsergebnisse für die früheren Jahre beziehen sich ebenfalls auf die Wintermonate. Vgl. dazu Darschin, Wolfgang/Susanne Kayser: Tendenzen im Zuschauerverhalten. Fernsehgewohnheiten und Programmbewertungen im Jahr 2000. In: Media Perspektiven 4/2001, S. 162-175, hier: S. 171ff.
- 5) 93 Prozent aller Personen über 14 Jahre sind nach den Ergebnissen des ARD/ZDF-Trends 2001 an Nachrichten im Fernsehen interessiert. Auf diese 59,6 Millionen Erwachsene umfassende Zuschauergruppe beziehen sich die hier dargestellten Ergebnisse zur Nachrichtenbewertung.

