

Fernsehgewohnheiten und Fernsehreichweiten im Jahr 2004

→ **Tendenzen im Zuschauerverhalten**

Von Camille Zubayr und Heinz Gerhard***

Zweifellos gehörten die Übertragungen von den Fußball-Europameisterschaften in Portugal und den Olympischen Sommerspielen in Athen zu den herausragenden Ereignissen des Fernsehjahres 2004. Doch 31 Fußballspiele und 16 olympische Wettkampftage sind gewiss nicht ausreichend, um das Fernsehnutzungsverhalten eines gesamten Jahres entscheidend zu prägen. Welche Sendungen haben die Bundesbürger noch gesehen? Welche Fernsehprogramme haben in der Gunst des Publikums gewonnen, welche verloren? Und wie hat sich das Informationsverhalten im Jahr nach dem Irak-Krieg entwickelt? Diese und weitere Fragen sollen hier – in Fortsetzung früherer Berichte zu diesem Thema – mithilfe des Datenbestands der AGF/GfK Fernsehforschung beantwortet werden. Blickt man dabei zunächst nicht auf die eigentliche Fernsehnutzung, sondern auf die technischen Möglichkeiten der Haushalte, Fernsehprogramme zu empfangen, zeigt sich:

1. Die Auswahlmöglichkeiten für die deutschen Fernsehhaushalte haben sich deutlich vergrößert

Nimmt man die durchschnittliche Anzahl empfangbarer Sender zum Maßstab, so wie sie von der AGF/GfK Fernsehforschung ausgewiesen wird, konnte Ende 2004 zwischen 47 verschiedenen Fernsehsendern ausgewählt werden – im Januar lag dieser Wert noch bei 41 Sendern. Allerdings ist dieser Anstieg weniger auf eine veränderte Angebotsituation zurückzuführen. Neue, frei empfangbare deutschsprachige Sender hat es jedenfalls kaum gegeben. Ausschlaggebend war vielmehr die Entwicklung auf dem Gebiet der Sendetechnik und der Verbreitungswege: Immer mehr Haushalte empfangen ihr Fernsehsignal auf digitalem Wege und können auf diese Weise aus dem bestehenden Angebot mehr Programme auswählen. Waren Ende 2001 2,04 Millionen Haushalte mit einem Digitalreceiver ausgestattet, ist deren Zahl um 350 000 Haushalte im Jahr 2002 und um weitere 810 000 bis zum Ende des Jahres 2003 auf 3,20 Millionen Haushalte gestiegen, was einem Anteil von rund 10 Prozent aller Haushalte entspricht. Im Jahr 2004 verlief diese Entwicklung noch etwas dynamischer: Inzwischen haben 5,27 Millionen Haushalte einen digitalen Kabel-, Satelliten- oder Antennenanschluss, und ihr Anteil an allen Haushalten beträgt nun 16 Prozent.

Zahl im Durchschnitt empfangbarer TV-Programme auf 47 gestiegen

In den bisherigen Jahren waren für diese Entwicklung vor allem die Satellitenhaushalte verantwortlich. Auch im Jahr 2004 wurde hier am häufigsten auf einen digitalen Empfang umgestellt bzw. eine neue digitale Empfangsanlage erworben. Neu ist allerdings, dass eine fast ebenso große Zahl an Haushalten sich im letzten Jahr für den digitalen terrestrischen Empfang (DVB-T) entschieden hat. Nachdem in Berlin und in großen Teilen Brandenburgs bereits 2003 das analoge terrestrische Signal abgeschaltet wurde, und 2004 in Teilen Norddeutschlands, Nordrhein-Westfalens und im Rhein-Main-Gebiet die Pilotphasen begannen, haben inzwischen 870 000 Haushalte vollständig auf den digitalen Empfang per Antenne umgestellt. Da in diesem Jahr in drei weiteren Gebieten DVB-T eingeführt wird, ist mit einer weiteren Zunahme dieser Empfangsart zu rechnen.

Unabhängig von der Empfangsart oder dem Empfangsweg lässt sich anhand der GfK-Nutzungsdaten feststellen, dass das Interesse am Fernsehen weiter zugenommen hat, denn:

2. Im Jahr 2004 wurde mehr ferngesehen als jemals zuvor

An einem Durchschnittstag des vergangenen Jahres hat jeder Bundesbürger dreieinhalb Stunden mit dem Fernsehen verbracht, das sind sieben Minuten mehr als noch im Jahr zuvor. Dieser Mehrkonsum stammt, wie in Tabelle 1 zu sehen ist, fast ausschließlich von den erwachsenen Zuschauern: Kinder hingegen saßen 2004 nicht länger vor den Fernsehgeräten als bisher. Bundesweit wurde für diese Altersgruppe erneut eine tägliche Sehdauer von 93 Minuten gemessen. Dieser Durchschnittswert wird allerdings von zwei gegensätzlichen Entwicklungen in Ost- und Westdeutschland überlagert: Während die Fernsehnutzung der Kinder in Westdeutschland geringfügig um eine Minute zunahm, ging sie bei den Kindern in den neuen Bundesländern um sieben Minuten zurück. Dennoch sehen ostdeutsche Kinder insgesamt noch immer 20 Minuten länger fern als die westdeutschen.

Zahl digitaler TV-Haushalte gestiegen, auch die Verbreitung von DVB-T

TV-Konsum der Erwachsenen weiter gestiegen, Kinder sehen nicht länger fern

Dies gilt im Übrigen auch für alle anderen Altersgruppen: Nach wie vor wird in Ostdeutschland mehr ferngesehen als in Westdeutschland – an einem Durchschnittstag liegt der Mehrkonsum bei 35 Minuten. Mit einer dreiviertel Stunde ist die Differenz bei den 40- bis 49-jährigen Zuschauern am deutlichsten, wohingegen sich die 20- bis 29-Jährigen in Ost und West mit einer Differenz von nur 13 Minuten am ähnlichsten sind (vgl. Tabelle 2).

Weiterhin Ost-West-Unterschiede im Fernsehverhalten

Vor diesem Hintergrund überrascht es auch nicht, dass die ostdeutschen Zuschauer stärker zur Erhöhung des bundesweiten Fernsehkonsums beigetragen haben als die westdeutschen. Während in Westdeutschland eine um sechs Minuten längere Sehdauer gemessen wurde, erhöhte sich der Zeitaufwand in Ostdeutschland um insgesamt neun Minuten.

Dass aber in beiden Landesteilen insgesamt mehr ferngesehen wurde, ist nicht allein auf die erwähnten Sportereignisse zurückzuführen. Zwar sind in den von beiden Sportgroßereignissen geprägten Monaten Juni und August die Sehdauerwerte

Interesse am Fernsehen ist generell gestiegen, nicht nur wegen Sportübertragungen

* Medienforschung Programmdirektion Das Erste, München;
** ZDF-Medienforschung, Mainz.

① Durchschnittliche Sehdauer pro Tag und Tagesreichweiten in Deutschland

Mo-So

| | Sehdauer in Min. | | Zuschauer gesamt | Tagesreichweite in % | | Zuschauer gesamt |
|---------------------------|------------------------|-------------------|---------------------|------------------------|-------------------|---------------------|
| | Erwachsene ab 14 J. | Kinder 3-13 J. | | Erwachsene ab 14 J. | Kinder 3-13 J. | |
| Deutschland gesamt | | | | | | |
| 2002 | 215 | 97 | 201 | 75 | 62 | 73 |
| 2003 | 217 | 93 | 203 | 75 | 60 | 74 |
| 2004 | 225 | 93 | 210 | 76 | 61 | 74 |
| Differenz 2003/2004 | +8 | +0 | +7 | +1 | +1 | +0 |
| Deutschland West | | | | | | |
| 2002 | 210 | 91 | 195 | 75 | 61 | 73 |
| 2003 | 211 | 89 | 197 | 75 | 59 | 73 |
| 2004 | 219 | 90 | 203 | 76 | 60 | 74 |
| Differenz 2003/2004 | +8 | +1 | +6 | +1 | +1 | +1 |
| Deutschland Ost | | | | | | |
| 2002 | 234 | 123 | 223 | 77 | 66 | 76 |
| 2003 | 241 | 116 | 229 | 77 | 64 | 76 |
| 2004 | 251 | 109 | 238 | 77 | 64 | 76 |
| Differenz 2003/2004 | +10 | -7 | +9 | +0 | +0 | +0 |

Quelle: AGF/GfK; PC#TV; Fernsehpanel (D).

im Vergleich zum Vorjahr mit 19 und 13 Minuten am deutlichsten angestiegen, aber: Vom Oktober abgesehen wurde auch in allen anderen Monaten des Jahres 2004 länger ferngesehen. Das Interesse am Fernsehen ist also insgesamt gestiegen (vgl. Tabelle 3).

Mehrkonsum vor allem am Nachmittag und Abend

Eine wesentliche Rolle spielten dabei die Abend- und Nachmittagsstunden: Das zumindest legen die GfK-Nutzungsdaten nahe, wenn man die Einschaltkurve für den gesamten Tag ausweist und sie mit der Vorjahreskurve vergleicht (vgl. Abbildung 1). Insgesamt bleiben zwar die bekannten Nutzungsmuster erhalten, wonach die Fernsehaktivitäten der Bundesbürger vom frühen Morgen bis zum Abend kontinuierlich ansteigen, gegen 21.15 Uhr - mit 44 Prozent der Bevölkerung - ihren höchsten Wert erreichen und danach vergleichsweise drastisch zurückgehen. Im Vergleich zu 2003 ist jedoch ein Mehrkonsum vor allem am Abend zwischen 20.30 und 21.45 Uhr und am Nachmittag zwischen 14.00 und 17.00 Uhr zu erkennen, der im Übrigen auch bestehen bleibt, wenn man den Zeitraum der Fußball-EM und der Olympischen Spiele in den Auswertungen statistisch unterdrückt. Der abendliche Zuwachs ist in erster Linie auf die Programmerfolge des ZDF zurückzuführen. Nachmittags war es vor allem der Sender SAT.1, der mit einer Reihe von Gerichts- und Krimserien nicht nur mehr Zuschauer erreichte, sondern dieses Angebot auch auf den Samstagnachmittag erweiterte.

Wenn man nun den Fernsehkonsum der Bundesbürger nach den Anteilen differenziert, die auf die einzelnen Fernsehprogramme entfallen, dann wird deutlich:

3. Das Erste Programm wurde dabei am meisten gesehen

Das Erste führt vor ZDF und RTL Von den 210 Minuten, die im letzten Jahr für das Fernsehen aufgewendet wurden, entfielen fast 30

② Durchschnittliche Sehdauer pro Tag in Deutschland West und Ost 2004

nach einzelnen Altersgruppen, Mo-So, in Min.

| Alter in Jahren | West | Ost | Differenz |
|-----------------|------|-----|-----------|
| 3-13 | 90 | 109 | +20 |
| 14-19 | 106 | 131 | +24 |
| 20-29 | 159 | 172 | +13 |
| 30-39 | 184 | 228 | +43 |
| 40-49 | 217 | 261 | +44 |
| 50-64 | 251 | 291 | +39 |
| ab 65 | 282 | 318 | +36 |

Quelle: AGF/GfK; PC#TV; Fernsehpanel (D).

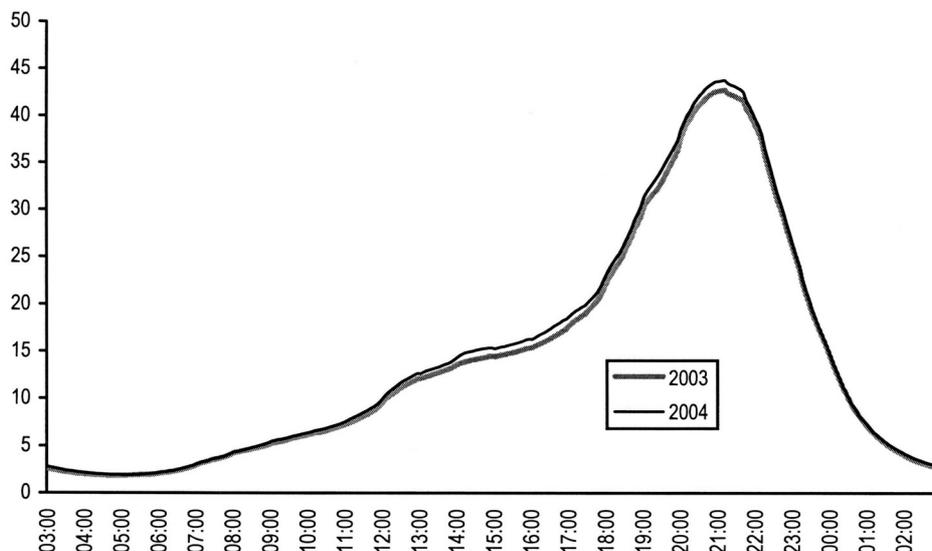
③ Durchschnittliche Sehdauer pro Tag in Deutschland

Zuschauer ab 3 Jahre, Mo-So, in Min.

| | 2003 | 2004 | Differenz |
|-----------|------|------|-----------|
| Januar | 233 | 241 | + 8 |
| Februar | 229 | 236 | + 7 |
| März | 219 | 220 | + 1 |
| April | 200 | 202 | + 2 |
| Mai | 185 | 197 | +12 |
| Juni | 174 | 193 | +19 |
| Juli | 179 | 189 | +10 |
| August | 178 | 191 | +13 |
| September | 188 | 193 | + 5 |
| Oktober | 210 | 209 | - 1 |
| November | 218 | 224 | + 6 |
| Dezember | 224 | 227 | + 3 |

Quelle: AGF/GfK; PC#TV; Fernsehpanel (D).

Abb. 1 Zuschauerreichweiten an einem Durchschnittstag 2003/2004 im Vergleich
Zuschauer ab 3 Jahre, Mo-So, in %



Quelle: AGF/GfK; PC#TV; Fernsehpanel (D).

Minuten bzw. ein Anteil von 14,0 Prozent auf das Erste Programm. Damit war Das Erste das meistgesehene Programm im Jahr 2004. Den zweiten Platz in der Zuschauergunst teilen sich RTL und das ZDF, für die ein Marktanteil von jeweils 13,8 Prozent gemessen wurde. Etwas größer ist der Abstand zu SAT.1 und ProSieben, die 10,3 bzw. 7,0 Prozent der Sehdauer auf sich vereinigen konnten.

Ein Blick auf die Marktanteilstwerte des Vorjahres macht deutlich, dass sich die Zuschauerpräferenzen etwas verändert haben: Mit einem Zuwachs von 0,4 Prozentpunkten konnte das ZDF am meisten hinzugewinnen. RTL II erreichte einen um 0,3 Prozentpunkten höheren Marktanteil, was vor allem auf die tägliche Ausstrahlung der Containershow „Big Brother“ zurückzuführen ist. Ein Zugewinn in gleicher Höhe wurde für VOX gemessen – hier machte sich der gestiegene Erfolg der amerikanischen Krimiserie „CSI“ bemerkbar. Deutlich in der Zuschauergunst verloren hat hingegen RTL: Mit einem Marktanteil von 13,8 Prozent lag der Anspruch für den Kölner Privatsender so niedrig wie seit 14 Jahren nicht mehr. Bisherige Programmerfolge, wie beispielsweise die Nachwuchsshow „Deutschland sucht den Superstar“, die Quizsendung „Wer wird Millionär?“ oder Übertragungen von Formel-1-Rennen wurden etwas weniger eingeschaltet und konnten durch neue Programmansetzungen nicht kompensiert werden (vgl. Tabellen 4 und 5).

die meisten Sender ihre Marktanteilstwerte erhöhen können. Im jeweils eigenen Sendegebiet schneidet dabei das MDR Fernsehen am besten ab: In Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen entfielen 9,4 Prozent der Sehdauer auf das dritte Programm des MDR, 0,2 Prozentpunkte mehr als 2003. An zweiter Stelle – in regionaler Hinsicht – steht das NDR Fernsehen, auf das 8,6 Prozent des Fernsehkonsums in Niedersachsen, Schleswig-Holstein, Mecklenburg-Vorpommern, Hamburg und Bremen entfielen (vgl. Tabelle 6). In nationaler Hinsicht ist aber das NDR Fernsehen das meistgesehene der dritten Programme, gefolgt vom WDR Fernsehen: 3,0 und 2,8 Prozent des bundesweiten Fernsehkonsums wurden für beide Sender registriert – eine Verbesserung um 0,1 bzw. 0,2 Prozentpunkte.

Fasst man die Messwerte aller Dritten Programme zusammen, liegt ihr bundesweiter Marktanteil bei 13,9 Prozent und damit 0,3 Prozentpunkte höher als vor einem Jahr. Zu diesem Anstieg haben in erster Linie die westdeutschen Zuschauer beigetragen. Der zusammengefasste Marktanteil ist nämlich in Westdeutschland von 12,9 auf 13,4 gestiegen, während er in Ostdeutschland mit 15,8 Prozent unverändert geblieben ist. Dennoch hat sich ihre Wettbewerbsposition auch in den neuen Bundesländern verbessert: Da das Interesse für RTL deutlich zurückging, entfiel der größte Teil des ostdeutschen Fernsehkonsums auf die zusammengefassten Dritten Programme (vgl. Tabelle 7).

Akzeptanz der Dritten Programme nimmt weiter zu

Die dritten Programme der ARD setzten unterdessen die kontinuierliche Verbesserung ihrer Akzeptanzzahlen auch im Jahr 2004 fort: Sowohl in ihren Sendegebieten als auch bundesweit haben

Darüber hinaus bleiben die wesentlichen Unterschiede im Nutzungsverhalten zwischen ost- und westdeutschen Zuschauern erhalten. Zum einen bleiben RTL in Ostdeutschland und Das Erste in Westdeutschland die jeweils meistgesehenen Einzelsender. Zum anderen sind beide öffentlich-rechtlichen Hauptprogramme im Westen und alle großen Privatsender im Osten erfolgreicher als im jeweils anderen Landesteil.

RTL führt im Osten, Das Erste im Westen

④ Marktanteile der Fernsehprogramme in Deutschland

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

| | Anteil am TV-Konsum in % | | |
|---------------------------|--------------------------|------|------|
| | 2002 | 2003 | 2004 |
| Deutschland gesamt | | | |
| Das Erste | 14,3 | 14,1 | 14,0 |
| ZDF | 13,9 | 13,4 | 13,8 |
| Dritte | siehe Tabellen 6 und 7 | | |
| RTL | 14,6 | 14,9 | 13,8 |
| SAT.1 | 9,9 | 10,2 | 10,3 |
| ProSieben | 7,0 | 7,0 | 7,0 |
| RTL II | 3,8 | 4,6 | 4,9 |
| VOX | 3,3 | 3,4 | 3,7 |
| Kabel 1 | 4,5 | 4,2 | 4,0 |
| Super RTL | 2,4 | 2,7 | 2,7 |
| Kinderkanal ¹⁾ | 2,6 | 1,8 | 1,8 |
| 3sat | 0,9 | 1,0 | 1,0 |
| Arte ²⁾ | 0,6 | 0,4 | 0,5 |
| n-tv | 0,6 | 0,6 | 0,5 |
| Phoenix | 0,5 | 0,6 | 0,5 |
| DSF | 0,9 | 1,0 | 1,1 |
| Eurosport | 0,8 | 0,9 | 0,9 |
| Deutschland West | | | |
| Das Erste | 15,1 | 15,0 | 14,8 |
| ZDF | 14,7 | 14,2 | 14,5 |
| Dritte | siehe Tabellen 6 und 7 | | |
| RTL | 14,2 | 14,2 | 13,3 |
| SAT.1 | 9,8 | 10,1 | 10,1 |
| ProSieben | 6,8 | 6,9 | 6,9 |
| RTL II | 3,7 | 4,5 | 4,7 |
| VOX | 3,2 | 3,4 | 3,7 |
| Kabel 1 | 4,3 | 4,0 | 3,9 |
| Super RTL | 2,5 | 2,7 | 2,8 |
| Kinderkanal ¹⁾ | 2,8 | 2,0 | 1,9 |
| 3sat | 0,9 | 1,0 | 1,0 |
| Arte ²⁾ | 0,6 | 0,4 | 0,5 |
| n-tv | 0,7 | 0,7 | 0,6 |
| Phoenix | 0,5 | 0,6 | 0,5 |
| DSF | 0,9 | 1,1 | 1,1 |
| Eurosport | 0,8 | 0,8 | 0,9 |
| Deutschland Ost | | | |
| Das Erste | 11,6 | 11,2 | 11,3 |
| ZDF | 11,3 | 10,5 | 11,1 |
| Dritte | siehe Tabellen 6 und 7 | | |
| RTL | 16,2 | 17,3 | 15,6 |
| SAT.1 | 10,2 | 10,3 | 10,9 |
| ProSieben | 7,5 | 7,3 | 7,3 |
| RTL II | 4,5 | 5,0 | 5,4 |
| VOX | 3,5 | 3,6 | 4,0 |
| Kabel 1 | 5,0 | 4,9 | 4,6 |
| Super RTL | 2,4 | 2,6 | 2,7 |
| Kinderkanal ¹⁾ | 2,2 | 1,5 | 1,4 |
| 3sat | 0,8 | 0,9 | 0,9 |
| Arte ²⁾ | 0,5 | 0,3 | 0,4 |
| n-tv | 0,4 | 0,5 | 0,4 |
| Phoenix | 0,5 | 0,5 | 0,6 |
| DSF | 0,8 | 1,0 | 1,0 |
| Eurosport | 0,9 | 1,0 | 1,0 |

1) 2002: Bezogen auf die Sendezeit von 6.00–19.00 Uhr, ab 2003: 6.00–21.00 Uhr.

2) 2002: Bezogen auf die Sendezeit von 19.00–3.00 Uhr, ab 2003: 14.00–3.00 Uhr.

Quelle: AGF/GfK; PC#TV; Fernsehpanel (D).

⑤ Marktanteile ausgewählter Fernsehprogramme bei

Kindern

Mo-So, 3.00 – 3.00 Uhr, in %

| | Kinder 5-13 J. | | |
|---------------------------|----------------|------|------|
| | 2002 | 2003 | 2004 |
| Deutschland gesamt | | | |
| Super RTL | 18,7 | 23,1 | 24,2 |
| Kinderkanal ¹⁾ | 16,8 | 14,4 | 14,5 |
| RTL | 12,7 | 12,2 | 10,2 |
| RTL II | 10,9 | 9,1 | 9,0 |
| ProSieben | 9,0 | 8,9 | 8,6 |
| SAT.1 | 6,6 | 6,6 | 6,6 |
| Das Erste | 5,8 | 5,4 | 5,7 |
| ZDF | 5,5 | 4,9 | 5,3 |
| VOX | 2,4 | 2,5 | 2,8 |
| Kabel 1 | 2,0 | 2,2 | 2,3 |
| Deutschland West | | | |
| Super RTL | 19,2 | 23,4 | 24,1 |
| Kinderkanal ¹⁾ | 18,1 | 15,6 | 15,3 |
| RTL | 12,2 | 11,3 | 9,9 |
| RTL II | 10,0 | 8,9 | 8,6 |
| ProSieben | 8,3 | 8,5 | 8,5 |
| SAT.1 | 6,5 | 6,5 | 6,5 |
| Das Erste | 6,2 | 5,8 | 6,2 |
| ZDF | 5,8 | 5,2 | 5,7 |
| VOX | 2,3 | 2,4 | 2,8 |
| Kabel 1 | 2,0 | 2,1 | 2,3 |
| Deutschland Ost | | | |
| Super RTL | 16,8 | 21,9 | 24,8 |
| Kinderkanal ¹⁾ | 12,0 | 9,9 | 11,2 |
| RTL | 14,7 | 15,3 | 11,6 |
| RTL II | 13,9 | 9,8 | 10,9 |
| ProSieben | 11,2 | 10,3 | 9,1 |
| SAT.1 | 6,9 | 7,0 | 7,0 |
| Das Erste | 4,6 | 3,8 | 3,7 |
| ZDF | 4,4 | 3,6 | 3,5 |
| VOX | 2,8 | 2,9 | 3,1 |
| Kabel 1 | 1,9 | 2,4 | 2,5 |

1) 2002: Bezogen auf die Sendezeit von 6.00–19.00 Uhr, ab 2003: 6.00–21.00 Uhr.

Quelle: AGF/GfK; PC#TV; Fernsehpanel (D).

Mindestens so bedeutsam wie die Unterschiede zwischen Ost- und Westdeutschland ist jedoch auch das Alter der Zuschauer: Fasst man beispielsweise den auf ARD, ZDF, die Dritten Programme und 3sat entfallenen Fernsehkonsum zusammen und vergleicht ihn mit dem entsprechenden Summenwert für RTL, SAT.1, ProSieben, RTL II, VOX und Kabel 1, dann wird die Vorliebe der unter 50-jährigen Zuschauer für die Privatsender deutlich – und zwar in beiden Landesteilen. Sowohl im Westen als auch im Osten widmet diese Altersgruppe den größten Teil ihrer Fernsehzeit den Privatsendern. Die entsprechenden Marktanteile unterscheiden sich mit 58,2 Prozent im Westen und 61,2 Prozent im Osten nur kaum. Wer hingegen 50 Jahre und

Altersabhängige Vorlieben für öffentliche bzw. private Sender

⑥ Marktanteile der Dritten Programme in ihren Sendegebieten

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

| | Marktanteil im jeweiligen Sendegebiet | | |
|-----------------------------|---------------------------------------|------|------|
| | 2002 | 2003 | 2004 |
| NDR Fernsehen | 8,2 | 8,5 | 8,6 |
| WDR Fernsehen | 6,8 | 6,8 | 7,3 |
| MDR Fernsehen | 9,5 | 9,2 | 9,4 |
| Bayerisches Fernsehen | 7,6 | 7,9 | 8,3 |
| Südwest Fernsehen | 6,0 | 6,1 | 6,5 |
| HR Fernsehen | 5,2 | 5,5 | 5,8 |
| B1/RBB-Berlin | 6,5 | 6,2 | - |
| ORB/RBB-Brandenburg | 6,8 | 6,1 | - |
| RBB Fernsehen ¹⁾ | - | - | 6,1 |

1) Seit dem 29.2.2004.

Quelle: AGF/GfK; PC#TV; Fernsehpanel (D).

älter ist, bevorzugt – unabhängig davon, in welchem Landesteil er lebt – die öffentlich-rechtlichen Sender (vgl. Tabelle 8).

Wechselt man die Perspektive – von den Sendern zu den Sendungen – und wertet das Nutzungsverhalten nach den meistgesehenen Einzelsendungen aus, ergibt sich zunächst:

4. Die Übertragungen von den Fußball-Europameisterschaften fanden insgesamt das größte Interesse

Unter den zehn Einzelsendungen mit den höchsten Zuschauerzahlen finden sich im Jahr 2004 sechs Fußballübertragungen (vgl. Tabelle 9). Alle sechs sind von ARD oder ZDF ausgestrahlte Begegnungen der Europameisterschaft in Portugal. Die meistgesehene mit einer durchschnittlichen Sehbeteiligung von 24,74 Millionen Zuschauern war das Endspiel zwischen Portugal und Griechenland, das am 4. Juli im ZDF zu sehen war. Zwei weitere Spiele übertrafen ebenfalls deutlich die Schwelle von 20 Millionen Zuschauern. Hierbei handelte es sich um die Vorrundenspiele der deutschen Auswahl gegen Tschechien und die Niederlande, die von 24,08 Millionen und 23,57 Millionen Zuschauern verfolgt wurden. Ein weiteres Spiel der deutschen Mannschaft – am 19. Juni gegen Lettland – blieb, auch weil es bereits um 18.00 Uhr begann, mit 19,63 Millionen hinter den Messwerten der anderen Begegnungen zurück, erreichte aber mit 73,2 Prozent den höchsten Marktanteil aller Europameisterschafts-

⑦ Marktanteile der Dritten Programme in Deutschland

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

| | Anteil am TV-Konsum in % | | |
|-----------------------------|--------------------------|------|------|
| | 2002 | 2003 | 2004 |
| Deutschland gesamt | | | |
| NDR Fernsehen | 2,8 | 2,9 | 3,0 |
| WDR Fernsehen | 2,6 | 2,6 | 2,8 |
| MDR Fernsehen | 2,4 | 2,4 | 2,4 |
| Bayerisches Fernsehen | 2,0 | 2,1 | 2,2 |
| Südwest Fernsehen | 1,7 | 1,8 | 1,9 |
| HR Fernsehen | 0,8 | 0,8 | 0,9 |
| B1/RBB-Berlin | 0,4 | 0,4 | - |
| ORB/RBB-Brandenburg | 0,7 | 0,7 | - |
| RBB Fernsehen ¹⁾ | - | - | 0,8 |
| Summe | | | |
| Dritte Programme | 13,3 | 13,6 | 13,9 |
| Deutschland West | | | |
| NDR Fernsehen | 2,8 | 3,0 | 3,0 |
| WDR Fernsehen | 2,9 | 3,0 | 3,2 |
| MDR Fernsehen | 1,1 | 1,1 | 1,1 |
| Bayerisches Fernsehen | 2,3 | 2,4 | 2,5 |
| Südwest Fernsehen | 2,0 | 2,1 | 2,2 |
| HR Fernsehen | 0,9 | 0,9 | 1,0 |
| B1/RBB-Berlin | 0,3 | 0,3 | - |
| ORB/RBB-Brandenburg | 0,3 | 0,3 | - |
| RBB Fernsehen ¹⁾ | - | - | 0,5 |
| Summe | | | |
| Dritte Programme | 12,6 | 12,9 | 13,4 |
| Deutschland Ost | | | |
| NDR Fernsehen | 2,7 | 2,8 | 2,9 |
| WDR Fernsehen | 1,2 | 1,2 | 1,3 |
| MDR Fernsehen | 7,1 | 6,9 | 7,1 |
| Bayerisches Fernsehen | 1,0 | 1,0 | 1,2 |
| Südwest Fernsehen | 0,7 | 0,7 | 0,7 |
| HR Fernsehen | 0,4 | 0,4 | 0,5 |
| B1/RBB-Berlin | 0,7 | 0,7 | - |
| ORB/RBB-Brandenburg | 2,1 | 2,0 | - |
| RBB Fernsehen ¹⁾ | - | - | 2,1 |
| Summe | | | |
| Dritte Programme | 15,9 | 15,8 | 15,8 |

1) Seit dem 29.2.2004.

Quelle: AGF/GfK; PC#TV; Fernsehpanel (D).

spiele. In die so genannte Hitliste haben es über die Fußballspiele hinaus nur noch vier Ausgaben der Unterhaltungsshow „Wetten, dass ..?“ geschafft. Die langjährige ZDF-Sendung haben im Jahr 2004 bis zu 15,41 Millionen Zuschauer eingeschaltet.

⑧ Marktanteile der Fernsehprogramme nach Sendersystemen 2004

Mo-So, 3.00-3.00 Uhr, in %

| | 14- bis 49-jährige | | 50-jährige und älter | |
|--|--------------------|----------------|----------------------|----------------|
| | Westdeutschland | Ostdeutschland | Westdeutschland | Ostdeutschland |
| Öffentlich-rechtliche Sender ¹⁾ | 26,2 | 23,6 | 60,6 | 55,0 |
| Privatsender ²⁾ | 58,2 | 61,2 | 30,3 | 36,3 |

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

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

Quelle: AGF/GfK; PC#TV; Fernsehpanel (D).

EM-Fußballspiele führen die Liste der meistgesehenen Sendungen an

⑨ Rangreihe der meistgesehenen Einzelsendungen des Jahres 2004

Zuschauer ab 3 Jahre

| Rangplatz/Sender | Datum | Zuschauer in Mio | Marktanteil in % |
|--|----------|---------------------|---------------------|
| 1. ZDF Fußball-EM: Portugal – Griechenland | 04.07.04 | 24,74 | 68,4 |
| 2. ARD Fußball-EM: Deutschland – Tschechien | 23.06.04 | 24,08 | 69,3 |
| 3. ZDF Fußball-EM: Deutschl. – Niederlande | 15.06.04 | 23,57 | 68,0 |
| 4. ARD Fußball-EM: Lettland – Deutschland | 19.06.04 | 19,63 | 73,2 |
| 5. ZDF Fußball-EM: Griechenland – Tschechien | 01.07.04 | 18,68 | 59,7 |
| 6. ARD Fußball-EM: Portugal – Niederlande | 30.06.04 | 17,03 | 56,6 |
| 7. ZDF Wetten, dass ..? | 27.03.04 | 15,41 | 49,4 |
| 8. ZDF Wetten, dass ..? | 28.02.04 | 14,50 | 44,4 |
| 9. ZDF Wetten, dass ..? | 11.12.04 | 14,30 | 47,1 |
| 10. ZDF Wetten, dass ..? | 24.01.04 | 14,25 | 45,3 |

Quelle: AGF/GfK; PC#TV; Fernsehpanel (D).

⑩ Zusammensetzung des täglichen Fernsehkonsums¹ nach Programmsparten

Zuschauer ab 3 Jahre, Sehdauer in Min.

| Programmsparte | Deutschland gesamt | | | Deutschland West | | | Deutschland Ost | | |
|----------------|--------------------|------|-----------|------------------|------|-----------|-----------------|------|-----------|
| | 2003 | 2004 | Differenz | 2003 | 2004 | Differenz | 2003 | 2004 | Differenz |
| Information | 63 | 66 | (+3) | 62 | 64 | (+2) | 68 | 72 | (+4) |
| Unterhaltung | 29 | 33 | (+4) | 28 | 31 | (+3) | 34 | 38 | (+4) |
| Fiction | 65 | 63 | (- 2) | 63 | 61 | (- 2) | 73 | 71 | (- 2) |
| Sport | 11 | 13 | (+2) | 11 | 14 | (+3) | 10 | 12 | (+2) |
| Werbung | 15 | 15 | (+0) | 14 | 15 | (+1) | 18 | 19 | (+1) |
| Sonstiges | 5 | 6 | (+1) | 5 | 5 | (+0) | 6 | 7 | (+1) |

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

Quelle: AGF/GfK; PC#TV; Fernsehpanel (D).

Würde man diese Rangliste nicht auf die ersten zehn Plätze beschränken, sondern um einige erweitern, kämen weitere Großereignisse, wie die Olympischen Spiele, Formel-1-Rennen oder der Eurovision Song Contest hinzu. Allerdings: So gut sich Hitlisten eignen, um Fernseh-Höhepunkte des vergangenen Jahres abzubilden, so schlecht eignen sie sich zur angemessenen Darstellung der regulären, alltäglichen Fernsehnutzung. Denn wenn man den Fernsehkonsum des gesamten Jahres nach den gesehenen Sendungsarten unterteilt, ergibt sich ein anderes Bild:

5. Die meiste Zeit verbringen die Bundesbürger aber mit Informationssendungen

Jeder Bundesbürger ab 14 Jahre hat sich an einem Durchschnittstag des vergangenen Jahres 66 Minuten mit Informationssendungen beschäftigt. (1) Damit ist die Nachfrage nach Sendungen diesen Typs nicht nur am größten – sie erhöhte sich auch im Vergleich zum Jahr 2003 um weitere drei Minuten (vgl. Tabelle 10). Rückläufig ist hingegen der Zeitaufwand für Fictionsendungen, der sich von 65 auf 63 Minuten verringerte, aber nach wie vor die zweitgrößte Bedeutung für den Fernsehkonsum der Deutschen besitzt. Die drittgrößte Rolle spielen Unterhaltungssendungen, die durchschnittlich 33 Minuten eingeschaltet wurden – vier mehr als bisher.

Erst an vierter Stelle kommt die Nachfrage nach Sportsendungen, auf die 13 Minuten des Fernsehkonsums entfiel. Das sind täglich zwei Minuten mehr als im Jahr zuvor – als keine Olympischen Spiele oder entsprechend große Fußballturniere stattfanden. Insgesamt kann also der gestiegene Fernsehkonsum im Jahr 2004 nicht allein auf die großen Sportereignisse zurückgeführt werden. In noch stärkerem Maße ist nämlich das Interesse an Informations- und Unterhaltungssendungen gestiegen. Diese Befunde sind im Übrigen in beiden Landesteilen zu beobachten, das heißt sowohl das ost- als auch das westdeutsche Fernsehpublikum hat zu Lasten von Filmen und Serien etwas häufiger Informations-, Sport- und Unterhaltungssendungen gesehen.

Nachfolgend sollen die Programmsparten getrennt voneinander betrachtet werden. Eine genauere Auswertung zunächst des Informationsverhaltens bestätigt dabei frühere Ergebnisse:

6. In erster Linie informieren sich die Bundesbürger bei den öffentlich-rechtlichen Sendern

Zwar wurde der größte Teil des erhöhten Informationskonsums für Privatsender wie ProSieben und RTL II registriert. Aber hier ist – wie schon in den vergangenen Jahren – zu beachten, dass nicht nur

Informationsbedarf der Bundesbürger zum größten Teil von ö.-r. Sendern gedeckt

Der größte Teil des TV-Konsums entfällt auf Informationssendungen

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

| | Sehdauer in Min. | | Anteil am Informationskonsum in % | |
|--|------------------|------|-----------------------------------|------|
| | 2003 | 2004 | 2003 | 2004 |
| Öffentlich-rechtliche Sender ¹⁾ | 43 | 43 | 67 | 65 |
| Privatsender ²⁾ | 21 | 23 | 33 | 35 |
| Informationskonsum gesamt | 63 | 66 | 100 | 100 |

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

Quelle: AGF/GfK; PC#TV; Fernsehpanel (D).

Sendungen mit einem klassischen Informationsangebot in diese Kategorie fallen. Auch Formate wie „Frauentausch“ oder „The Swan“ werden von diesen Sendern als Informationssendungen eingestuft. Auf diese Weise erhöht sich der Anteil der Privatsender am Informationskonsum der Bundesbürger geringfügig von 33 auf 35 Prozent. Umgekehrt bedeutet dies aber, dass der Informationsbedarf des Fernsehpublikums weiterhin zum größten Teil bei den öffentlich-rechtlichen Sendern gedeckt wird. In Zahlen ausgedrückt entfallen 65 Prozent der mit Informationssendungen verbrachten Zeit auf entsprechende Angebote im Ersten, dem ZDF, den Dritten Programmen und 3sat (vgl. Tabelle 11).

Eine wesentliche Rolle für den Informationskonsum im Fernsehen spielen nach wie vor die Nachrichten. Zwar wurden einige Hauptausgaben etwas weniger eingeschaltet als im Jahr 2003. Aber diese Zuschauerbewegungen sind vor dem Hintergrund des vom Irak-Krieg geprägten Vorjahres eher ereignisbedingt denn als struktureller Trend zu bewerten. Die „Tagesschau“ ist nach wie vor die meistgesehene Nachrichtensendung im deutschen Fernsehen: Ihre durchschnittliche Zuschauerzahl von zusammengenommen 9,73 Millionen aus dem Ersten, einigen Dritten Programmen, 3sat und Phoenix weicht nur geringfügig vom Vorjahresergebnis ab. Mit 4,67 Millionen Zuschauern im ZDF und auf 3sat behauptet die „heute“-Sendung ihren zweiten Platz. „RTL Aktuell“ erreichte täglich 3,71 Millionen Zuschauer. Die Hauptnachrichtensendungen von SAT.1 und ProSieben werden von 2,06 bzw. 1,44 Millionen eingeschaltet. Die Bilanz der Nachrichtenmagazine ist weitgehend stabil. Die „Tagesthemen“ im Ersten erreichen 2,25 Millionen Zuschauer. Das „heute-journal“ im ZDF ist mit durchschnittlich 3,67 Millionen nach wie vor das meistgesehene Nachrichtenmagazin (vgl. Tabelle 12).

Etwas stärker verändert haben sich die Informationsgewohnheiten der Deutschen in anderer Hinsicht: Unabhängig von den Nachrichten wurden einige Informationssendungen, die in erster Linie über politische Themen berichten, im Jahr 2004 etwas weniger eingeschaltet als im Jahr zuvor (vgl. Tabelle 13). Dies betrifft nicht nur die aktuellen Hintergrundsendungen „ARD-Brennpunkt“ und „ZDF-spezial“, die zwar auch im Jahr 2004 zu den

„Tagesschau“ und „heute“ behaupten ihre Spitzenpositionen

Politische Informationssendungen wurden etwas weniger gesehen als 2003

12 Durchschnittliche Reichweiten und Marktanteile der Fernsehnachrichten 2002 bis 2004
Zuschauer ab 3 Jahre

| | Zuschauer in Mio | | | Marktanteile in % | | |
|------------------------------------|------------------|------|------|-------------------|------|------|
| | 2002 | 2003 | 2004 | 2002 | 2003 | 2004 |
| heute im ZDF | 4,98 | 4,82 | 4,45 | 22,8 | 21,9 | 19,6 |
| Mo-So, 19.00 Uhr | | | | | | |
| heute gesamt ¹⁾ | 5,17 | 5,02 | 4,67 | 23,6 | 22,8 | 20,5 |
| Mo-So, 19.00 Uhr | | | | | | |
| Tagesschau im Ersten | 6,00 | 6,11 | 5,90 | 21,7 | 22,1 | 21,0 |
| Mo-So, 20.00 Uhr | | | | | | |
| Tagesschau gesamt ²⁾ | 9,62 | 9,75 | 9,73 | 34,8 | 35,4 | 34,7 |
| Mo-So, 20.00 Uhr | | | | | | |
| RTL aktuell | 3,89 | 3,88 | 3,71 | 18,8 | 18,7 | 17,3 |
| Mo-So, 18.45 Uhr | | | | | | |
| SAT.1 News | 1,73 | 1,80 | 2,06 | 9,4 | 9,5 | 10,6 |
| So-Fr, 18.30 Uhr | | | | | | |
| ProSieben Newstime | 1,30 | 1,34 | 1,44 | 4,8 | 4,9 | 5,2 |
| Mo-So, 19.30/19.55 Uhr | | | | | | |
| heute-journal | 3,61 | 3,76 | 3,61 | 13,1 | 13,9 | 13,0 |
| Mo-So, 21.45 Uhr | | | | | | |
| heute-journal gesamt ³⁾ | 3,70 | 3,83 | 3,67 | 13,5 | 14,1 | 13,2 |
| Mo-So, 21.45 Uhr | | | | | | |
| Tagesthemen | 2,25 | 2,23 | 2,25 | 12,1 | 11,6 | 11,3 |
| Mo-So, 22.30 Uhr | | | | | | |

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

Quelle: AGF/GfK; PC#TV; Fernsehpanel (D).

⑬ Durchschnittliche Reichweiten und Marktanteile von Informationssendungen nach der Größe ihres Publikums 2003/2004

Zuschauer ab 3 Jahre

| Rangplatz/Sendung | | Zuschauer in Mio | Marktanteil in % | Rangplatz/Sendung | | Zuschauer in Mio | Marktanteil in % |
|-------------------|---------------------------------|---------------------|---------------------|-------------------|---------------------------------|---------------------|---------------------|
| 2003 | | | | 2004 | | | |
| 1. | ARD ARD-Brennpunkt, 20.15 Uhr | 5,30 | 17,1 | 1. | ARD ARD-Brennpunkt, 20.15 Uhr | 4,96 | 16,6 |
| 2. | ZDF ZDF-spezial, 19.25 Uhr | 4,59 | 17,2 | 2. | ZDF ZDF-Expedition | 3,89 | 13,5 |
| 3. | ZDF Frontal 21 | 3,76 | 12,5 | 3. | ZDF ZDF-spezial, 19.25 Uhr | 3,88 | 15,3 |
| 4. | ZDF ZDF Expeditionen | 3,74 | 13,2 | 4. | ZDF Frontal 21 | 3,75 | 12,3 |
| 5. | ARD Monitor | 3,66 | 13,2 | 5. | ZDF Dokumentationen am Dienstag | 3,67 | 12,1 |
| 6. | ZDF Dokumentationen am Dienstag | 3,60 | 12,3 | 6. | ARD Report Mainz | 3,58 | 11,3 |
| 7. | ARD Panorama | 3,59 | 13,3 | 7. | ARD Fakt | 3,53 | 11,1 |
| 8. | ARD Fakt | 3,55 | 11,5 | 8. | ARD Monitor | 3,44 | 12,2 |
| 9. | ZDF ZDF-Expedition | 3,54 | 13,0 | 9. | ZDF ZDF-Reporter | 3,32 | 11,2 |
| 10. | ARD Report Mainz | 3,41 | 11,2 | 10. | ARD Plusminus | 3,28 | 12,5 |
| 11. | ARD Report München | 3,30 | 10,8 | 11. | ZDF Berlin direkt | 3,28 | 12,4 |
| 12. | ZDF Berlin direkt | 3,23 | 12,7 | 12. | ARD Report München | 3,25 | 10,6 |
| 13. | ARD Kontraste | 3,18 | 11,9 | 13. | ARD Kontraste | 3,05 | 11,3 |
| 14. | ZDF ZDF-Reporter | 3,08 | 10,3 | 14. | ARD Panorama | 3,04 | 11,1 |
| 15. | ARD Plusminus | 2,96 | 11,8 | 15. | ZDF WISO | 3,00 | 11,1 |
| 16. | ZDF Auslandsjournal | 2,95 | 10,3 | 16. | ARD Dokumentationen am Montag | 2,97 | 11,1 |
| 17. | ARD Dokumentationen am Montag | 2,84 | 10,7 | 17. | ZDF Auslandsjournal | 2,97 | 10,0 |
| 18. | RTL Stern TV | 2,83 | 16,2 | 18. | ARD ARD-Exklusiv | 2,82 | 10,2 |
| 19. | ARD ARD-Exklusiv | 2,78 | 10,6 | 19. | ARD Weltspiegel | 2,81 | 10,3 |
| 20. | ZDF WISO | 2,79 | 10,7 | 20. | RTL Stern TV | 2,59 | 14,8 |
| 21. | ARD Weltspiegel | 2,70 | 10,4 | 21. | ARD W wie Wissen | 2,32 | 9,0 |
| 22. | SAT.1 Akte 03 | 2,70 | 13,8 | 22. | Pro 7 Welt der Wunder | 2,27 | 8,4 |
| 23. | ZDF Abenteuer Forschung | 2,30 | 10,5 | 23. | ZDF ZDF-Reportage | 2,25 | 9,6 |
| 24. | ZDF 37 Grad | 2,25 | 11,0 | 24. | ZDF Politbarometer | 2,25 | 9,4 |
| 25. | ARD W wie Wissen | 2,18 | 8,6 | 25. | ZDF Joachim Bublath | 2,21 | 10,5 |
| 26. | ZDF Abenteuer Wissen | 2,18 | 10,1 | 26. | ZDF Abenteuer Wissen | 2,20 | 10,2 |
| 27. | Pro 7 Welt der Wunder | 2,16 | 8,3 | 27. | RTL Spiegel TV | 2,15 | 11,0 |
| 28. | ZDF ZDF-Reportage | 2,14 | 9,7 | 28. | SAT.1 Akte 2004 | 2,13 | 11,8 |
| 29. | RTL Spiegel TV | 2,06 | 10,2 | 29. | ZDF 37 Grad | 2,07 | 8,7 |
| | | | | 30. | SAT.1 24 Stunden | 2,04 | 8,7 |

Quelle: AGF/GfK; PC#TV; Fernsehpanel (D).

meistgesehenen Informationssendungen gehörten, aber naturgemäß während des Irak-Kriegs häufiger ausgestrahlt und damals von noch mehr Zuschauern gesehen wurden. Ähnliches gilt für die meisten Diskussionssendungen: „Sabine Christiansen“ und „Berlin Mitte“ sind nach wie vor die meistgesehenen Sendungen ihrer Art, hatten aber im Jahr 2003 ein etwas größeres Publikum als 2004 (vgl. Tabelle 14). Und auch die meisten politischen Magazine haben einige Zuschauer verloren. Stabil geblieben ist die Zuschauerzahl bei „Frontal 21“, das auch 2004 das meistgesehene politische Magazin war.

Informationsbedarf der Zuschauer hat sich verschoben

Daraus zu schließen, dass der Informationsbedarf der Deutschen insgesamt rückläufig ist, wäre jedoch falsch, denn er hat sich inhaltlich nur verschoben. Dies belegen die gestiegenen Zuschauerzahlen für Informationssendungen zu anderen Themen: Beispielsweise haben die Wirtschaftsmagazine von ARD und ZDF, „Plusminus“ und „WISO“, 320 000 bzw. 210 000 Zuschauer gewinnen können. Für die Reportage-Reihen „ARD-Exklusiv“, „ZDFreportage“ und „Spiegel TV“ wurden auch etwas mehr Zuschauer gemessen. Das Gleiche gilt für die Auslandsmagazine „Weltspiegel“ und „Auslandsjour-

nal“ sowie die Wissenschaftssendungen „W wie Wissen“ und „Abenteuer Wissen“. Ob sich diese Momentaufnahme zu einem längerfristigen Trend entwickelt, kann derzeit nicht beantwortet werden. Zuverlässige Aussagen können erst im Verlauf des aktuellen Jahres, spätestens aber im Jahr 2006 – wenn die nächste Bundestagswahl ansteht – gemacht werden.

Auf dem Gebiet der Unterhaltungssendungen sind andere Entwicklungen zu beobachten:

7. Der gestiegene Unterhaltungskonsum geht vor allem von den Privatsendern aus

Von den durchschnittlich 33 Minuten, die die Deutschen täglich mit Unterhaltungssendungen verbrachten, entfällt mit 22 Minuten die meiste Zeit auf das Angebot der Privatsender. Ein Drittel bzw. elf Minuten des Unterhaltungskonsums stammt dagegen aus der Nutzung der öffentlich-rechtlichen

Gestiegenes Unterhaltungsinteresse wird von Privatsendern befriedigt

14 Durchschnittliche Reichweiten und Marktanteile politischer Diskussionsendungen nach der Größe ihres Publikums 2003/2004
Zuschauer ab 3 Jahre

| Rangplatz/Sendung | | Zuschauer in Mio | Marktanteil in % |
|-------------------|-------------------------|------------------|------------------|
| 2003 | | | |
| 1. | ARD Sabine Christiansen | 4,76 | 18,0 |
| 2. | ZDF Was nun ..? | 3,31 | 13,8 |
| 3. | ZDF Berlin Mitte | 2,77 | 13,9 |
| 4. | ARD Presseclub | 1,55 | 13,7 |
| 5. | ARD Friedman | 1,13 | 8,3 |
| 6. | WDR Hart aber fair | 1,04 | 3,5 |
| 7. | ARD Gabi Bauer | 1,03 | 7,4 |
| 8. | ZDF Halb 12 | 0,95 | 8,9 |
| 2004 | | | |
| 1. | ARD Sabine Christiansen | 4,17 | 15,1 |
| 2. | ZDF Was nun ..? | 2,54 | 10,5 |
| 3. | ZDF Berlin Mitte | 2,40 | 12,2 |
| 4. | ARD Farbe bekennen | 2,33 | 10,0 |
| 5. | WDR Hart aber fair | 1,31 | 4,3 |
| 6. | ARD Presseclub | 1,37 | 11,8 |
| 7. | ZDF Halb 12 | 0,67 | 6,4 |

Quelle: AGF/GfK; PC#TV; Fernsehpanel (D).

Sender. Da im vergangenen Jahr der Messwert für den öffentlich-rechtlichen Unterhaltungskonsum auch bei elf Minuten lag, ist das oben erwähnte größere Unterhaltungsinteresse ausschließlich bei den Privatsendern gedeckt worden (vgl. Tabelle 15).

Hierbei handelt es sich jedoch nicht immer um große Unterhaltungsshows im Abendprogramm. Zwar konnten RTL am späten Abend mit der Dschungelshow „Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!“ und RTL II um 19.00 Uhr mit der ganzjährigen Variante von „Big Brother“ Zuschauer gewinnen. Der größte Zuwachs wurde jedoch für SAT.1 gemessen und ist in erster Linie auf den gestiegenen Erfolg der nachmittäglich ausgestrahlten Gerichtssendungen sowie der Beratungsshow „Zwei bei Kallwass“ zurückzuführen, die zudem seit Mai auch samstags zu sehen sind.

„Wetten, dass ..?“ bleibt aber auch 2004 Unterhaltungsspitzenreiter

Die meistgesehenen Unterhaltungssendungen im deutschen Fernsehen sind aber andere: Wie auch bisher rangiert die ZDF-Sendung „Wetten, dass ..?“ an der Spitze der Zuschauergunst. Die insgesamt sieben Ausgaben wurden von durchschnittlich 13,71 Millionen Zuschauern verfolgt. An zweiter Stelle platzierte sich mit 11,13 Millionen Zuschauern der einmal im Jahr stattfindende europäische Gesangswettbewerb „Eurovision Song Contest“ (ARD), der damit erstmals seit dem Jahr 2000 mehr als zehn Millionen Zuschauer erreichte (vgl. Tabelle 16).

Auf dem Gebiet der Filme und Serien ist, wie oben erwähnt, die Gesamtnachfrage etwas geringer

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

| | Sehdauer in Min. | | Anteil am Unterhaltungskonsum in % | |
|--|------------------|------|------------------------------------|------|
| | 2003 | 2004 | 2003 | 2004 |
| Öffentlich-rechtliche Sender ¹⁾ | 11 | 11 | 38 | 33 |
| Privatsender ²⁾ | 18 | 22 | 62 | 67 |
| Unterhaltungskonsum gesamt | 29 | 33 | 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; Fernsehpanel (D).

16 Durchschnittliche Reichweiten und Marktanteile von Unterhaltungssendungen nach der Größe ihres Publikums 2003/2004
Zuschauer ab 3 Jahre

| Rangplatz/Sendung | | Zuschauer in Mio | Marktanteil in % |
|-------------------|---|------------------|------------------|
| 2003 | | | |
| 1. | ZDF Wetten, dass ..? | 14,72 | 47,4 |
| 2. | ARD Eurovision Song Contest* | 8,66 | 38,9 |
| 3. | RTL Wer wird Millionär? | 8,47 | 27,3 |
| 4. | RTL Die 80er-Show – Best of* | 8,30 | 36,4 |
| 5. | ARD Pisa – Der Ländertest* | 7,92 | 26,0 |
| 6. | RTL 2003! Menschen, Bilder, Emotionen* | 7,82 | 25,8 |
| 7. | ARD Loriots 80. Geburtstag* | 7,78 | 23,7 |
| 8. | ARD Mainz bleibt Mainz, wie es singt und lacht* | 7,37 | 27,3 |
| 9. | ZDF 25 Jahre „Ein Herz für Kinder“** | 7,36 | 25,0 |
| 10. | RTL Die Grips-Show* | 6,85 | 21,9 |
| 2004 | | | |
| 1. | ZDF Wetten, dass ..? | 13,71 | 45,7 |
| 2. | ARD Eurovision Song Contest* | 11,13 | 43,7 |
| 3. | ZDF Gottschalks große Benimm-Show* | 8,19 | 27,1 |
| 4. | ZDF Mainz bleibt Mainz, wie es singt und lacht* | 8,15 | 30,1 |
| 5. | RTL Wer wird Millionär? | 7,65 | 24,7 |
| 6. | RTL 2004! Menschen, Bilder, Emotionen* | 7,52 | 25,6 |
| 7. | ARD Krone der Volksmusik | 7,12 | 22,2 |
| 8. | ARD Bambi-Verleihung* | 7,10 | 24,8 |
| 9. | ARD Pisa – Der Ländertest* | 7,05 | 23,2 |
| 10. | ARD Karneval in Köln | 6,89 | 22,3 |

* Einzelsendung.

Quelle: AGF/GfK; PC#TV; Fernsehpanel (D).

ausgefallen als vor einem Jahr. Dies betrifft aber in erster Linie die Privatsender, denn:

8. Im fiktionalen Bereich wurde das Angebot von ARD und ZDF etwas stärker nachgefragt

Zwei Entwicklungen sind für das Jahr 2004 kennzeichnend: Zum einen haben die Privatsender in deutlich geringerer Zahl fiktionale Produktionen angeboten als bisher. Es waren vor allem RTL, SAT.1 und ProSieben, die die entsprechenden Sendeplätze durch diverse Comedy-, Nostalgie- und Musikshows ersetzten. Dass der Fictionkonsum entsprechend rückläufig ist, kann daher nicht über-

Privatsender bieten weniger Fiction an, ö.-r. Fictionangebote werden stärker genutzt

17 **Zeitaufwand der deutschen Fernsehzuschauer für Fictionsendungen**
pro Tag (Mo-So), Erwachsene ab 14 Jahre, nach Sendersystemen

| | Sehdauer in Min. | | Anteil am Fictionkonsum in % | |
|--|------------------|------|------------------------------|------|
| | 2003 | 2004 | 2003 | 2004 |
| Öffentlich-rechtliche Sender ¹⁾ | 28 | 29 | 43 | 46 |
| Privatsender ²⁾ | 37 | 34 | 57 | 54 |
| Fictionkonsum gesamt | 65 | 63 | 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; Fernsehpanel (D).

raschen (vgl. Tabelle 17). Zum anderen konnte aber eine Reihe von fiktionalen Angeboten der öffentlich-rechtlichen Sender mehr Zuschauer gewinnen: An erster Stelle sind die Fernsehfilme des ZDF am Sonntagabend zu nennen. Für diesen von der „Traumschiff“-Reihe und Rosamunde Pilcher-Verfilmungen geprägten Sendetermin wurden mit durchschnittlich 6,11 Millionen Zuschauern rund 700 000 Zuschauer mehr gezählt als bisher. Auch die Krankenhausserie im Abendprogramm des Ersten, „In aller Freundschaft“, verzeichnete einen solchen Reichweitenanstieg. Ähnliches – nur in unterschiedlichem Ausmaß – gilt für die Fernsehfilme des Ersten am Mittwoch, die Krimireihe „Tatort“ am Sonntagabend sowie für die Fernsehfilme des ZDF am Montagabend. Darüber hinaus strahlt das ZDF seit November 2004 werktäglich um 16.15 Uhr eine so genannte Telenovela aus, die mit über zwei Millionen Zuschauern ein etwa doppelt so großes Publikum erreicht wie die bisherigen Serienwiederholungen auf diesem Platz.

Insgesamt gehören die Krimis aus der Reihe „Tatort“ um 20.15 Uhr nach wie vor zu den meistgesehenen Fernsehfilmreihen und -serien. 7,70 Millionen Zuschauer verfolgten im Jahr 2004 die Ermittlungen in der ältesten Krimireihe Deutschlands. Auf dem zweiten Platz steht mit „Pfarrer Braun“ eine weitere Reihe aus dem Krimi-Genre. Ebenfalls mehr als sieben Millionen Zuschauer schalteten regelmäßig die Kloster-Serie „Um Himmels Willen“ sowie die Verfilmungen der Romane von Rosamunde Pilcher im ZDF ein (vgl. Tabelle 18). Der meistgesehene Einzelfilm im Jahr 2004 war „Der Schuh des Manitu“. 11,86 Millionen Zuschauer verfolgten bei ProSieben die Westernkomödie, die von fast genauso vielen bereits im Kino gesehen wurde. Das zweitgrößte Publikum (9,64 Mio.) versammelte sich am 11. Januar, um eine Ausgabe des „Traumschiff“ im ZDF zu sehen (vgl. Tabelle 19).

Fictionnutzung verteilt sich etwa gleichmäßig auf ö.-r. und private Angebote

Alles in allem verteilt sich die Nutzung von Filmen und Serien etwas gleichmäßiger auf die beiden Sendersysteme, als es bei Informations- und Unterhaltungssendungen der Fall ist. Während auf die Privatsender 34 der insgesamt 63 Minuten Fictionkonsum entfallen, sind es mit 29 Minuten für die öffentlich-rechtlichen Sender nur geringfügig weniger. Dementsprechend liegen die Nutzungsan-

18 **Durchschnittliche Reichweiten und Marktanteile von Fernsehfilmreihen und -serien nach der Größe ihres Publikums 2003/2004**

Zuschauer ab 3 Jahre

| Rangplatz/Sendung | | Zuschauer in Mio | Marktanteil in % |
|-------------------|--|------------------|------------------|
| 2003 | | | |
| 1. ARD | Polizeiruf 110 | 7,54 | 22,5 |
| 2. ARD | Tatort, 20.15 Uhr (ES+Wdh.) | 7,35 | 22,3 |
| 3. ARD | Um Himmels Willen | 7,18 | 22,0 |
| 4. ZDF | Das Traumschiff, 20.15 Uhr (ES+Wdh.) | 6,78 | 21,7 |
| 5. ZDF | Der Alte, 20.15 Uhr | 6,23 | 21,2 |
| 6. ZDF | Rosamunde Pilcher, 20.15 Uhr (ES+Wdh.) | 6,13 | 19,0 |
| 7. RTL | Alarm für Cobra 11 | 5,94 | 19,4 |
| 8. ZDF | Stubbe – Von Fall zu Fall, 20.15 Uhr (ES+Wdh.) | 5,70 | 21,6 |
| 9. ZDF | Ein Fall für zwei, 20.15 Uhr | 5,66 | 19,9 |
| 10. ARD | Adelheid und ihre Mörder | 5,60 | 19,2 |
| 2004 | | | |
| 1. ARD | Tatort 20.15 Uhr (ES+Wdh.) | 7,70 | 22,4 |
| 2. ARD | Pfarrer Braun | 7,51 | 25,5 |
| 3. ARD | Um Himmels Willen | 7,38 | 22,2 |
| 4. ZDF | Rosamunde Pilcher 20.15 Uhr (ES+Wdh.) | 7,14 | 20,7 |
| 5. ARD | Polizeiruf 110 | 7,00 | 20,3 |
| 6. ZDF | Inga Lindström | 6,97 | 19,1 |
| 7. ZDF | Stubbe – Von Fall zu Fall | 6,91 | 23,0 |
| 8. ZDF | Das Traumschiff, 20.15 Uhr (ES+Wdh.) | 6,75 | 20,8 |
| 9. ARD | Dr. Kleist | 6,64 | 23,1 |
| 10. ARD | Donna Leon, 20.15 Uhr | 6,43 | 20,3 |

ES: Erstausstrahlung; Wdh.: Wiederholung.

Quelle: AGF/GfK; PC#TV; Fernsehpanel (D).

teile bei 54 Prozent für die privaten Sender und bei 46 Prozent für die öffentlich-rechtlichen, die damit ihren Anteil um 3 Prozentpunkte erhöhen können.

Abschließend sollen die Nutzungsanteile, die auf die einzelnen Sendungsarten entfallen, nicht mehr zwischen den Sendersystemen, sondern zwischen den großen Sendern unterschieden werden. Die bekannte vom Publikum gemachte funktionelle Differenzierung bleibt dabei auch im Jahr 2004 erhalten:

9. Insgesamt spielen Informationssendungen für die Akzeptanz der öffentlich-rechtlichen Sender die wichtigste Rolle

Trotz der Sportgroßereignisse im Jahr 2004 entfällt mit 34 Prozent nämlich der größte Teil des ARD-Konsums auf Informationssendungen. Und auch für das ZDF gilt, dass es vor allem wegen des Informationsangebots eingeschaltet wird: Der entsprechende Nutzungsanteil liegt bei 36 Prozent.

ARD und ZDF wurden vor allem wegen ihres Informationsangebots eingeschaltet

19 Rangreihe der meistgesehenen Fernseh- und Spielfilme 2003/2004

Zuschauer ab 3 Jahre

| Rangplatz/Sender | Datum | Zuschauer in Mio | Marktanteil in % |
|---|----------|------------------|------------------|
| 2003 | | | |
| 1. ZDF Das Traumschiff „Sambia“ | 01.01.03 | 10,08 | 27,5 |
| 2. ARD Tatort „Bienzle und der Tod im Teig“ | 02.03.03 | 9,61 | 27,1 |
| 3. SAT.1 Das Wunder von Lengede II | 10.11.03 | 9,41 | 28,0 |
| 4. ARD Tatort „Im Visier“ | 23.11.03 | 9,36 | 26,2 |
| 5. ARD Tatort „Schattenlos“ | 27.04.03 | 9,32 | 26,8 |
| 6. SAT.1 Das Wunder von Lengede I | 09.11.03 | 9,23 | 26,0 |
| 7. ARD Tatort „Hexentanz“ | 13.04.03 | 9,13 | 26,8 |
| 8. ZDF Napoleon Teil 1 | 06.01.03 | 9,03 | 25,5 |
| 9. ARD Tatort „Mutterliebe“ | 23.03.03 | 8,96 | 25,3 |
| 10. ARD Polizeiruf 110 „Kopf in der Schlinge“ | 16.03.03 | 8,95 | 24,7 |
| 2004 | | | |
| 1. Pro 7 Der Schuh des Manitu | 07.03.04 | 11,86 | 31,7 |
| 2. ZDF Das Traumschiff „Sri Lanka“ | 11.01.04 | 9,64 | 25,7 |
| 3. ARD Tatort „Herzversagen“ | 17.10.04 | 9,43 | 26,5 |
| 4. ARD Tatort „Märchenwald“ | 24.10.04 | 9,28 | 25,9 |
| 5. ARD Tatort „Verlorene Töchter“ | 21.11.04 | 9,11 | 24,7 |
| 6. ARD Polizeiruf 110 „Rosentod“ | 21.03.04 | 8,91 | 24,9 |
| 7. ARD Tatort „Eine Leiche zuviel“ | 05.12.04 | 8,89 | 24,6 |
| 8. ARD Tatort „Odins Rache“ | 11.07.04 | 8,86 | 27,3 |
| 9. ARD Tatort „Stirb und werde“ | 10.10.04 | 8,85 | 25,0 |
| 10. ARD Tatort „Heimspiel“ | 29.02.04 | 8,79 | 23,4 |

Quelle: AGF/GfK; PC#TV; Fernsehpanel (D).

20 Zusammensetzung des täglichen Fernsehkonsums nach Programmparten und Sendern

Deutschland gesamt, Zuschauer ab 3 Jahre, in %

| | 2003 | | | | | | 2004 | | | | | |
|-----------------|-----------|-------|--------|-------|-------|------------|-----------|-------|--------|-------|-------|------------|
| | Das Erste | ZDF | Dritte | RTL | SAT.1 | Pro-Sieben | Das Erste | ZDF | Dritte | RTL | SAT.1 | Pro-Sieben |
| Information | 37,3 | 39,7 | 60,0 | 21,5 | 13,4 | 30,9 | 34,2 | 36,4 | 59,9 | 22,7 | 13,3 | 34,0 |
| Unterhaltung | 13,3 | 8,6 | 13,7 | 26,1 | 35,5 | 6,9 | 12,8 | 8,4 | 14,0 | 27,7 | 41,5 | 11,2 |
| Fiction | 32,1 | 36,9 | 22,0 | 28,5 | 27,8 | 45,9 | 30,9 | 35,2 | 22,2 | 26,3 | 23,4 | 38,0 |
| Sport | 13,8 | 10,3 | 2,5 | 5,3 | 3,5 | 0,0 | 18,1 | 15,6 | 2,2 | 4,7 | 2,1 | 0,0 |
| Werbung | 1,8 | 2,6 | - | 14,8 | 15,6 | 12,5 | 2,1 | 2,2 | - | 14,7 | 15,5 | 12,8 |
| Sonstiges | 1,7 | 2,1 | 1,8 | 3,7 | 4,1 | 3,8 | 2,0 | 2,2 | 1,7 | 3,9 | 4,3 | 4,0 |
| 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 |

Quelle: AGF/GfK; PC#TV; Fernsehpanel (D).

Deutlich mehr sind es sogar bei den Dritten Programmen der ARD, für die zusammengenommen 60 Prozent gemessen wurden. Anders bei den Privatsendern: SAT.1 wird in erster Linie wegen seines Unterhaltungsangebots genutzt. 42 Prozent der SAT.1-Nutzung gilt dieser Sendungsart – ein im Übrigen deutlicher Anstieg seit 2003. Bei ProSieben dominiert nach wie vor die Film- und Serienutzung mit 38 Prozent der Sehdauer, die aber zugunsten des Informations- und Unterhaltungskon-

sums zunehmend an Bedeutung verliert. Schließlich wird die Nachfrage nach RTL fast gleichermaßen vom Unterhaltungs- und Fictionangebot getragen: Mit 28 bzw. 26 Prozent liegt das Interesse an diesen Programmparten auch bei RTL vor der Nutzung entsprechender Informationssendungen (vgl. Tabelle 20).

Anmerkungen:

1) Basis dieser Sonderanalysen war der auf folgende Sender entfallene Fernsehkonsum: Das Erste, ZDF, Dritte Programme, 3sat, RTL, SAT.1, ProSieben, RTL II, Kabel 1 und VOX. Die Nutzung dieser Sender repräsentiert rund 87 Prozent der gesamten Fernsehnutzung von Erwachsenen ab 14 Jahre.

