

Das Programmjahr 2010

→ Sparten- und Formattrends im deutschen Fernsehen

Von Maria Gerhards* und Walter Klingler**

Im folgenden Beitrag über das Programmjahr 2010 steht die Spartenutzung im Fernsehen im Mittelpunkt. Mit ihm werden auch die entsprechenden Analysen in Media Perspektiven der vergangenen Jahre fortgesetzt. (1)

**Nach wie vor:
Sieben von zehn
Zuschauern sahen
am Durchschnittstag
fern**

An einem Durchschnittstag des Jahres 2010 sahen rund sieben von zehn in Deutschland lebenden Personen (72%) ab drei Jahren zumindest kurz auf klassischen Wegen fern – also über Kabel, Satellit oder Antenne. 2009 wurden 71 Prozent registriert. Im Durchschnitt waren die Zuschauer 2010 dann 308 Minuten vor dem Fernsehgerät im Wohnzimmer oder einem der anderen Fernsehempfänger im Haushalt anzutreffen. Für die Gesamtbevölkerung in Fernsehhaushalten – also Seher(innen) und Nichtseher(innen) am Durchschnittstag – betrug die Sehdauer statistisch 223 Minuten pro Tag, ein Plus gegenüber dem Vorjahr von 11 Minuten. Wie später zu zeigen sein wird, wurde diese Steigerung insbesondere durch die Mehrnutzung in den Bereichen Sport (Fußball-WM 2010), Unterhaltung und Fiction verursacht.

Hinter dieser Fernsehnutzung steht eine Vielzahl unterschiedlicher Programme, im Schnitt pro Fernsehhaushalt 77 Sender (Stand Ende 2010; zunehmend – unter anderem durch die weitergehende Digitalisierung des Fernsehempfangs), Sendungen, Ein- und Umschaltverhaltensweisen sowie zielgruppenspezifische Segmentationen.

Das stärkste Fernsehprogramm – gemessen an Marktanteilen – war im Jahr 2010 RTL mit 13,6 Prozent vor dem Ersten der ARD mit 13,2 Prozent und dem ZDF mit 12,7 Prozent. Sat.1 kam auf 10,1 Prozent, ProSieben auf 6,3 Prozent, und Vox lag mit 5,6 Prozent noch über der 5-Prozent-Marke. Die Dritten Programme erreichten gemeinsam einen Jahresmarktanteil von 13,0 Prozent. (2)

Im Folgenden steht die Perspektive der genutzten Sparten bzw. der in diesen jeweils besonders stark genutzten Sendungen im Mittelpunkt.

Fragestellungen und methodisches Vorgehen

Wie in den vergangenen Jahren stehen auch für das Programmjahr 2010 folgende zentrale Untersuchungsfragen im Focus:

- Welche allgemeinen Trends zeigen sich bei der Fernsehnutzung?
- Welche Programmsparten wurden von den Fernsehzuschauern genutzt?
- Welche Nutzungsschwerpunkte existieren auf die Sparten bezogen, auch innerhalb der einzelnen Sparten?

* SWR Programmplanung.

** SWR Medienforschung.

- Wie stellt sich die Fernsehnutzung im Tagesverlauf, im Wochenverlauf oder im Jahresrhythmus dar?
- Wie sieht die Fernsehnutzung nach Zielgruppen aus?

Und schließlich: Welche Sendungen bzw. Formate waren in den einzelnen Genres im Jahr 2010 quantitativ besonders erfolgreich (als Maßstab sind die absolute Zahl der Zuschauerinnen und Zuschauer in Form von Hitlisten zugrunde gelegt)? Anzumerken ist, dass diese Form der Auswertung Sendungen in den (großen) nationalen Programmen (3) und Sendungen in den besonders zuschauerstarken Zeitzeilen zwischen 19.00 Uhr und 22.00 Uhr bevorzugt. Für diese Vorgehensweise spricht allerdings, dass gerade die Sendungen, die auf den ersten Plätzen in den Hitlisten stehen, (öffentliche) Aufmerksamkeit auf sich ziehen und binden, häufig Gesprächsstoff sind, in gewisser Weise auch Trends für die Nutzung und Rezeption anderer Sendungen setzen. Sie „zahlen“ auch nicht zuletzt auf den Gesamtmarktanteil und damit auch den quantitativen Erfolg der jeweiligen Sender in besonderer Weise ein. (4)

Eine solche Sparten- bzw. Genreanalyse kann entweder auf der Basis von zufällig/repräsentativ ausgesuchten Programmwochen erfolgen (Inhaltsanalyse) (5) oder – wie hier – über ein im GfK-System existierendes Modul, die so genannte AGF/GfK-Programmcodierung. Diese Codierung stellt eine Systematik dar, die Sendungen Genres zuordnet, so dass auf der Ebene der Programmsparten das Fernsehverhalten in Deutschland analysiert werden kann. Für das Programmjahr 2010 waren 20 der in Deutschland verfügbaren Programme auf diesem Weg darstell- und analysierbar: Das Erste/ARD, ZDF, alle sieben Dritten Programme der Landesrundfunkanstalten, RTL, Sat.1, ProSieben, Vox, RTL II, kabel eins, Super RTL, Sport 1 (vorher DSF), 3sat, Eurosport und N24. Auf diese 20 Programme entfielen 2010 rund 88 Prozent der von der GfK gemessenen gesamten Fernsehnutzung. Damit lässt sich ein belastbares Bild der Fernsehgesamtnutzung zeichnen.

Im Rahmen des AGF-Codeplans, der hier zugrunde gelegt ist, bildet eine Sendung die kleinstmögliche Analyseeinheit. Auf der ersten Ebene werden insgesamt sechs Programmsparten unterschieden: Information/Infotainment (mit in manchen Teilen fließenden Grenzen in andere Genres hinein), Fiction, Unterhaltung, Sport, Werbung und Sonstiges, hinter dem sich beispielsweise auch Elemente der Programmpräsentation verbergen. Bei der Werbung ist der Werbeblock die kleinste Analyseeinheit, im Bereich der Programmpräsentation der Programmtrailer oder der Spot. Zur detaillierten Programmcodierung stehen im AGF-Codeplan

**Analyse auf Basis der
AGF/GfK-Codierung**

① **Tagesreichweiten und Fernsehnutzungsdauer in Deutschland 2001 bis 2010**

BRD gesamt, Zuschauer ab 3 Jahren, Mo bis So, 3.00 bis 3.00 Uhr

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Tagesreichweite in %	72	73	73	74	74	73	72	70	71	72
Sehdauer in Min. ¹⁾	192	201	203	210	211	212	208	207	212	223
Verweildauer in Min. ²⁾	262	270	273	279	283	286	285	288	293	308

1) Basis: Gesamtbevölkerung einschließlich Nichtseher.

2) Zuschauer, die mindestens eine Minute fortlaufend gesehen haben.

Quelle: AGF/GfK, pc#tv, TV-Scope (seit 2009), Fernsehpanel (D+EU).

② **Entwicklung der Fernsehdauer in Deutschland 2001 bis 2010**

BRD gesamt, Mo bis So, 3.00 bis 3.00 Uhr

	Sehdauer in Min.									
	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Zuschauer gesamt ab 3 J.	192	201	203	210	211	212	208	207	212	223
Kinder 3-13 J.	98	97	94	93	91	90	87	86	88	93
Erwachsene ab 14 J.										
14-29 J.	134	137	143	142	141	140	133	136	136	142
30-49 J.	191	200	204	209	209	209	205	203	210	224
50-64 J.	233	245	246	260	267	271	263	257	265	274
ab 65 J.	271	286	279	290	287	285	285	288	292	306
Frauen ab 14 J.	214	225	228	237	239	239	237	233	240	252
Männer ab 14 J.	195	204	206	212	212	213	207	207	210	222
Formale Bildungsgruppen										
Volks-/Hauptschule o. Lehre	216	213	210	224	222	220	227	223	233	244
Volks-/Hauptschule m. Lehre	237	246	250	258	260	265	258	261	272	286
Weiterf. Schule o. Abitur	197	211	215	223	225	225	222	221	225	238
Abitur/Hochsch./Studium	153	159	162	162	167	165	159	157	163	170

Quelle: AGF/GfK, pc#tv, TV-Scope (seit 2009), Fernsehpanel (D+EU).

insgesamt elf Variablen zur Verfügung, beispielsweise wird das Sendungsformat (also z.B. Magazin, Reportage oder Show), das Thema der Sendung (z.B. Geschichte, Tiere oder Reise) oder bei Spielfilmen das Genre (z.B. Krimi, Western oder Heimat), das Produktionsdatum oder Herkunftsland erfasst. Insgesamt ist eine differenzierte Codierung nach dem Baukastenprinzip mit rund 240 Codes möglich.

Die Codierung basiert auf einem Konsens der Fernsehveranstalter, vergleichbare Sendungen auch gleich zu codieren. Die Codierung findet bei den einzelnen Programmanbietern oder in deren eigenen Auftrag statt. Bei Meinungsverschiedenheiten über die Spartenzuordnung eines Formats wird versucht, diese konsensuell zu klären. In der Praxis führt dies zu einem stabilen System mit Unschärfen an den Rändern, teilweise aber auch – nach gemeinsamen Gesprächen – zu so genannten Recodierungen von Formaten. Dazu aus einem konkreten Anlass weiter unten mehr.

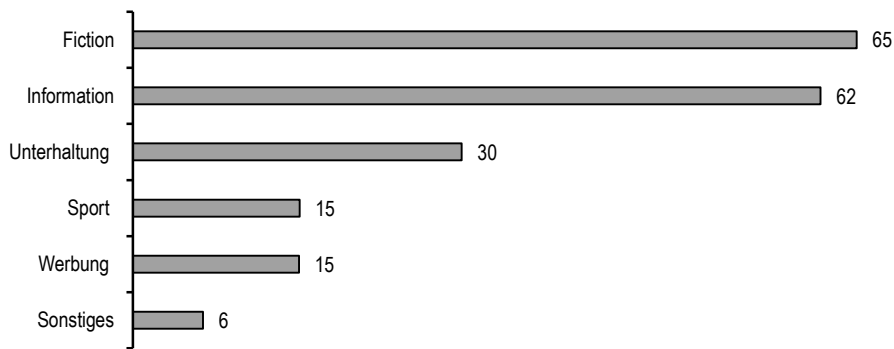
Wie eingangs bereits erwähnt, lag die Tagesreichweite des Fernsehens im Jahr 2010 bei 72 Prozent, nach 71 Prozent im Vorjahr und 70 Prozent – dem schwächsten Wert seit der Jahrtausendwende – im Jahr 2008 (vgl. Tabelle 1). Die Sehdauer betrug 223 Minuten, im vorangehenden Jahr 2009 lag sie bei „nur“ 212 Minuten, 2008 bei 207 Minuten. Während im mittelfristigen Trend damit die Tagesreichweite des Fernsehens – nur auf den klassischen Wegen Antenne, Kabel und Satellit gemessen – auf hohem Niveau bleibt, stieg die Sehdauer auf einen Höchstwert. Dabei fällt die Sehdauer in den einzelnen Zielgruppen traditionell nach wie vor unterschiedlich aus. So sehen im Durchschnitt Frauen eine halbe Stunde länger fern als Männer und insgesamt gilt, je älter die Menschen sind, umso höher ist im Schnitt ihre Fernsehnutzung (vgl. Tabelle 2).

Für das Jahr 2010 lassen sich über die Programmcodierung 194 Minuten von 223 Minuten der Gesamtfernsehnutzung weiteranalysieren. Dies entspricht – wie erwähnt – einem Wert von 88 Prozent. Dieser Anteil ist im Übrigen in den einzelnen Zielgruppen, wie beispielsweise den Altersgruppen, ähnlich groß. Lediglich die Fernsehnutzung von Kindern ist über die AGF/GfK-Codierung nur zu

**Fernsehnutzung
fiel in einzelnen
Zielgruppen unter-
schiedlich aus**

Abb. 1 Tägliche Sehdauer nach Sparten 2010

BRD gesamt, Zuschauer ab 3 Jahren, Mo bis So, 3.00 bis 3.00 Uhr, in Min.



Basis: 20 Programme: Das Erste/ARD, ZDF, 7 Dritte Programme, 3sat, RTL, Sat.1, ProSieben, kabel eins, RTL II, VOX, Super RTL, DSF, Eurosport, N24.

Quelle: AGF/GfK, TV Scope, Fernsehpanel (D+EU), eigene Berechnungen.

③ Spartenangebot und -nutzung im deutschen Fernsehen 2006 bis 2010

BRD gesamt, Zuschauer ab 3 Jahren, Mo bis So, 3.00 bis 3.00 Uhr, in %

	Angebot					Nutzung					Index ¹⁾				
	2006	2007	2008	2009	2010	2006	2007	2008	2009	2010	2006	2007	2008	2009	2010
Information	45	46	46	46	44	33	35	35	36	32	73	77	77	77	73
Sport	8	7	7	7	7	8	6	8	6	8	112	83	102	82	113
Unterhaltung	9	9	8	9	10	15	15	14	14	15	156	166	168	158	156
Fiction	24	24	25	26	27	33	33	32	34	34	138	135	127	130	125
Werbung	10	9	9	8	9	8	8	8	7	8	80	85	86	93	86
Sonstiges	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	70	74	76	91	100

1) Indexwerte: Nutzung zu Angebot, Angebot = 100.

Basis: 20 Programme: Das Erste/ARD, ZDF, 7 Dritte Programme, 3sat, RTL, Sat.1, ProSieben, kabel eins, RTL II, VOX, Super RTL, DSF, Eurosport, N24.

Quelle: AGF/GfK, pc#tv, TV-Scope (seit 2009), Fernsehpanel (D+EU).

④ Tägliche Spartennutzung 2007 bis 2010BRD gesamt, Zuschauer ab 3 Jahre,
Mo bis So, 3.00 bis 3.00 Uhr, in Min.

	2007	2008	2009	2010
Information	63	63	66	62
Sport	11	14	11	15
Unterhaltung	27	25	25	30
Fiction	59	58	62	65
Werbung	14	14	14	15
Sonstiges	6	5	6	6
Gesamt	181	179	184	194

Basis: 20 Programme: Das Erste/ARD, ZDF, 7 Dritte Programme, 3sat, RTL, Sat.1, ProSieben, kabel eins, RTL II, VOX, Super RTL, DSF, Eurosport, N24.

Quelle: AGF/GfK, pc#tv, TV-Scope (seit 2009), Fernsehpanel (D+EU).

einem deutlich geringeren Teil analysierbar, da hier die Segmentierung durch spezielle Kinderprogramme zu beachten ist – so wird zum Beispiel der ARD/ZDF-Kinderkanal KIKa nicht codiert.

Wegen der insgesamt hohen Stabilität des codierten Anteils ist auch ein Vergleich des Programmjahres 2010 mit früheren Jahren möglich.

Programmsparten – Angebot und Nutzung

Nimmt man die mittels der AGF/GfK-Codierung analysierbaren Programme als Basis, so waren im Jahr 2010 rund 44 Prozent der angebotenen Sendeminuten dem Bereich Information und Infotainment zuzuordnen (2009: 46%). (6) 27 Prozent des Angebots entfielen auf Fiction (2009: 26%), 10 Prozent auf Unterhaltung (9%), 9 Prozent auf Werbung (8%), 7 Prozent auf Sport (7%) und 3 Prozent auf Sonstiges (4%).

Die zwischen 2009 und 2010 über alle untersuchten Programme hinweg festzustellende Verschiebung von Information/Infotainment zu Unterhaltung und Fiction hat zeitbudgetmäßig mit einer Ursache in der Umcodierung von Sendungen. 2009 waren die RTL-Formate „Betrugsfälle“, „Die Schulermittler“, „Familien im Brennpunkt“, „Mitten im Leben“ und „Verdachtsfälle“ noch als Information und hier dem Sendungsformat Reportage/Dokumentation zugeordnet worden. Im Laufe des Jahres 2011 gab es dann einen Konsens der Fernsehveranstalter inklusive RTL, diese Sendungen der Sparte

⑤ **Spartennutzung nach Zielgruppen 2010**

BRD gesamt, Zuschauer ab 3 Jahren, Mo bis So, 3.00 bis 3.00 Uhr, in %

	Angebots- anteil	Nutzungsanteil für					
		Gesamt Zusch. ab 3 J.	Alter		Bildung		Abitur/ Hochsch./ Studium
			3-13 J.	14-29 J.	30-49 J.	50-64 J.	
Information	44	32	17	25	29	33	38
Sport	7	8	6	6	7	9	9
Unterhaltung	10	15	14	15	15	15	16
Fiction	27	34	48	38	36	33	29
Werbung	9	8	11	11	10	7	5
Sonstiges	3	3	4	4	4	3	3
Sehdauer in Min. ¹⁾		194	61	120	191	241	279

	Zusch. ab 14 J.	Geschlecht		Bildung		Weiterf. Schule o. Abitur	Abitur/ Hochsch./ Studium
		Frauen ab 14 J.	Männer ab 14 J.	Volks-/ Hauptschule o. Lehre	Volks-/ Hauptschule m. Lehre		
Information	33	33	32	31	34	32	34
Sport	8	5	11	6	8	7	10
Unterhaltung	15	17	14	18	16	15	13
Fiction	33	34	32	33	32	34	34
Werbung	8	8	7	8	7	8	7
Sonstiges	3	3	3	3	3	3	3
Sehdauer in Min. ¹⁾	208	227	188	215	255	207	146

1) Basis: Gesamtbevölkerung einschließlich Nichtseher.

Basis: 20 Programme: Das Erste/ARD, ZDF, 7 Dritte Programme, 3sat, RTL, Sat.1, ProSieben, kabel eins, RTL II, VOX, Super RTL, DSF, Eurosport, N24.

Quelle: AGF/GfK, TV Scope, Fernsehpanel (D+EU).

Unterhaltung zuzuweisen – und hier dem Format Dokumentation mit fiktionalen Hilfsmitteln. Für RTL bedeutet dies eine nicht unbeträchtliche Verschiebung im Mengengerüst der Sparten Information/Infotainment und Unterhaltung. Insgesamt – also auf Basis der 20 untersuchten Programme – fällt diese Verschiebung auf Angebots- und Nutzungsseite zwar weniger deutlich ins Gewicht, trägt aber zu den beschriebenen Veränderungen in den Sparten Information/Infotainment und Unterhaltung bei.

Gemessen an der Nutzung sehen die Relationen wie folgt aus: Das Programmangebot aus dem Bereich Information/Infotainment platziert sich zwar mit 44 Prozent deutlich vor den anderen Sparten, in der tatsächlichen Nutzung liegt die Sparte Fiction mit 34 Prozent (Angebot: 27%) etwas über dem Nutzungsanteil von Sendungen aus der Sparte Information/Infotainment, auf die 32 Prozent der Nutzung entfallen. Unterhaltung wird deutlich überproportional genutzt (Nutzung: 15%, Angebot: 10%). Werbung (Nutzung: 8%, Angebot: 9%) und Sport (Nutzung: 8%, Angebot: 7%) sowie Sonstiges (Nutzung: 3%, Angebot: 3%) verändern sich jeweils nur leicht. Damit liegen einzig die beiden Programmsparten Unterhaltung (Index 156, 2009:

158) und Fiction (Index 125, 2009: 130) bei höheren Nutzungs- als Angebotsanteilen (vgl. Tabelle 3). (7)

Nimmt man die über die AGF/GfK-Codierung analysierbaren 194 Minuten als Basis, so sahen durchschnittliche Fernsehzuschauer(innen) am Tag rund 62 Minuten Information/Infotainment, 65 Minuten Fiction, 30 Minuten Unterhaltung, je 15 Minuten Sport und Werbung und 6 Minuten Sonstiges (vgl. Abbildung 1). Von dem Anstieg in der Sehdauer um rund 10 Minuten im Vergleich zu 2009 profitierten vor allem die Sparten Unterhaltung, Fiction und Sport (vgl. Tabelle 4).

Gemessen an Spartenanteilen der Fernsichtnutzung ist die prägendste soziodemografische Segmentierung nicht das Geschlecht oder die Bildung, sondern eindeutig das Alter. 48 Prozent der Fernsichtnutzung der Drei- bis 13-Jährigen (8) entfielen im Jahr 2010 bei den analysierten Kanälen auf Fiction, 17 Prozent auf Information/Infotainment (vgl. Tabelle 5). Bei den 14- bis 29-Jährigen sind 38 Prozent für Fiction zu registrieren, immerhin 25 Prozent für Information/Infotainment. Diese gegenläufige Entwicklung mit steigendem Alter – Abnahme des Fictionanteils bei Zunahme des Information/Infotainmentanteils – setzt sich fort, so dass schließlich bei den ab 65-Jährigen 38 Prozent auf Information/Infotainment und 29 Prozent auf Fiction entfallen.

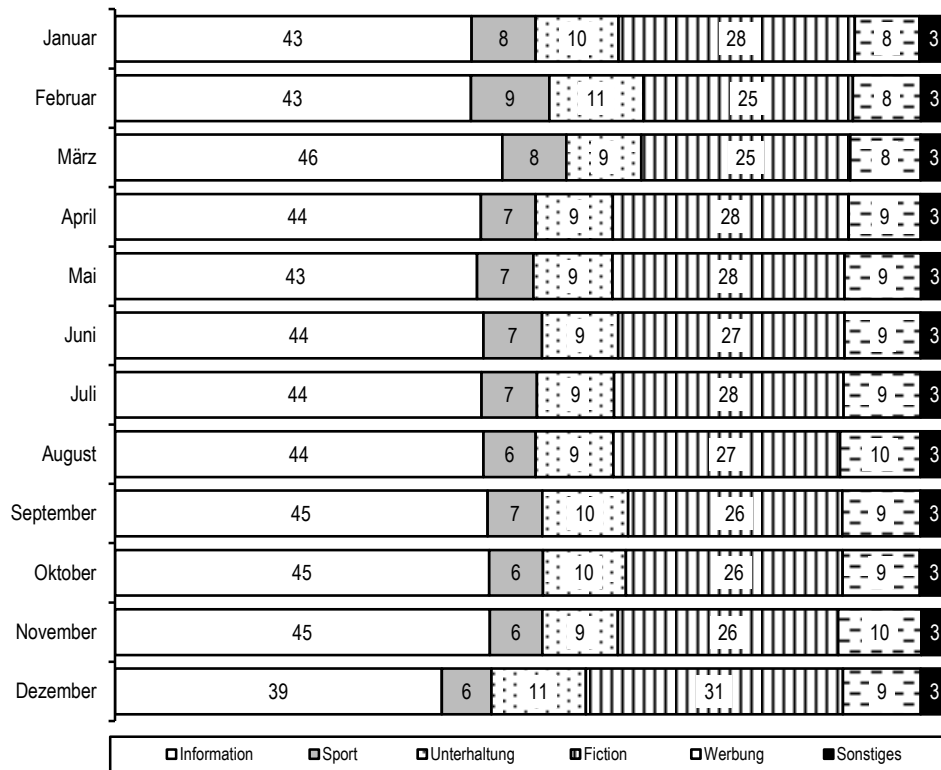
Die weitere Analyse rückt – weil Daten für 20 Sender zusammengefasst dargestellt werden – das Durchschnittsverhalten der deutschen Fernsehzu-

**Weiter gilt:
Nur bei Unterhaltung
und Fiction ist die
Nutzung prozentual
höher als das
Angebot**

**Alter prägt
die Spartenutzung
am stärksten**

Abb. 2 Spartenangebot im Jahresverlauf 2010

BRD gesamt, Zuschauer ab 3 Jahren, Mo bis So, 3.00 bis 3.00 Uhr, in %



Basis: 20 Programme: ARD/Das Erste, ZDF, 7 Dritte Programme, 3sat, RTL, Sat.1, ProSieben, kabel eins, RTL II, VOX, Super RTL, DSF, Eurosport, N24.

Quelle: AGF/GfK, TV Scope, Fernsehpanel (D+EU), eigene Berechnungen.

schauer(innen) ab drei Jahren in den Mittelpunkt – wohl wissend, dass der Fernsehmarkt deutliche Zielgruppensegmentierungen aufweist.

Sparten im Zeitverlauf: Angebot und Nutzung

Schwankungen im Jahresverlauf

Der Angebotsverlauf war im Jahr 2010 relativ gleichförmig. Das Informationsangebot lag zwischen 39 Prozent (traditionell mit dem geringsten Wert im Dezember) und 46 Prozent im März (vgl. Abbildung 2). Fiction machte zwischen 25 Prozent im Februar/März und 31 Prozent im Dezember aus. Das Unterhaltungsangebot schwankte anteilmäßig zwischen 9 und 11 Prozent, Sport zwischen 6 und 9 Prozent. Damit ergeben sich vom vorangehenden Jahr her bekannte bzw. traditionelle Differenzierungen im Jahresverlauf.

Der Sport führt schließlich – trotz der begrenzten Angebotsschwankungen im Jahresverlauf – zu drastischen Nutzungsunterschieden. So entfielen 20 Prozent der kompletten Fernsehnutzung im Juni 2010, dem Monat der Fußball-Weltmeisterschaft, auf die Sportberichterstattung (vgl. Abbildung 3). 12 Prozent waren es noch durch die verbliebenen Spiele im Juli. Ereignisbedingt ebenfalls 12 Prozent waren es auch im Februar 2010, ausgelöst durch die Olympischen Winterspiele. Ansonsten folgen die Nutzungsanteile der einzelnen Sparten in großen Zügen den geschilderten Angebotsverläufen. (9)

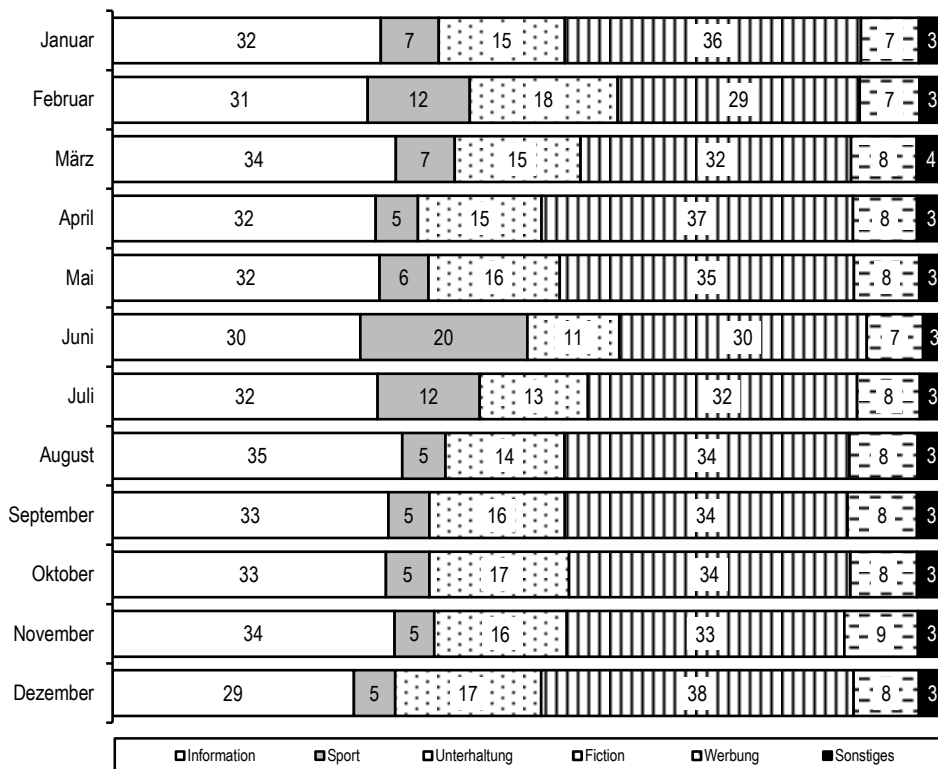
Die Wochenabschnitte haben in Angebot und Nutzung traditionelle Schwerpunkte, die unter anderem sehr stark durch die Anforderungen im Alltag der Menschen mitbestimmt werden. Am einfachsten lässt sich dies durch die unterschiedlichen Befunde an Arbeitstagen und an Wochenenden verdeutlichen. Dies korreliert mit der Senderprogrammierung bzw. der Fernsehnutzung. Und sie werden zusätzlich durch Ereignisschwerpunkte (beispielsweise Sportschwerpunkt am Wochenende) unterstützt.

Die Wochentage Montag bis Donnerstag sind gemessen am Angebot stärker von Informations- bzw. Infotainmentangeboten geprägt als die Samstage oder die Sonntage. Dies gilt wie in den vergangenen Jahren auch für das Jahr 2010 (vgl. Tabelle 6). Der Freitag hat eine eigene Struktur, liegt aber näher an den anderen Werktagen als an den beiden Wochenendtagen. Das Fictionangebot ist am Samstag am höchsten. Innerhalb der Sparte Fiction zeigen sich im Vergleich der Werktage mit den Wochenendtagen deutliche Verschiebungen: So dominiert Montag bis Donnerstag das Serienangebot und seine Nutzung, am Samstag und Sonntag hingegen das Spielfilmangebot. Sonntags liegt der Nutzungsanteil für Spielfilme etwa dreimal

Spartennutzung im Wochenverlauf

Abb. 3 Spartennutzung im Jahresverlauf 2010

BRD gesamt, Zuschauer ab 3 Jahren, Mo bis So, 3.00 bis 3.00 Uhr, in %



Basis: 20 Programme: ARD/Das Erste, ZDF, 7 Dritte Programme, 3sat, RTL, Sat.1, ProSieben, kabel eins, RTL II, VOX, Super RTL, DSF, Eurosport, N24.

Quelle: AGF/GfK, TV Scope, Fernsehpanel (D+EU), eigene Berechnungen.

⑥ Spartenangebot und -nutzung im Wochenverlauf 2010

BRD gesamt, Zuschauer ab 3 Jahren, Mo bis So, 3.00 bis 3.00 Uhr, in %

	Mo-So	Mo-Do	Fr	Sa	So
Angebotsanteil					
Information	44	47	43	37	39
Sport	7	6	6	9	9
Unterhaltung	10	8	11	12	12
Fiction	27	26	27	31	28
Werbung	9	9	9	8	8
Sonstiges	3	3	3	3	3
Nutzungsanteil					
Information	32	36	28	22	30
Sport	8	6	6	14	11
Unterhaltung	15	13	20	22	12
Fiction	34	33	35	32	37
Werbung	8	8	8	7	6
Sonstiges	3	4	3	3	3

Basis: 20 Programme: Das Erste/ARD, ZDF, 7 Dritte Programme, 3sat, RTL, Sat.1, ProSieben, kabel eins, RTL II, VOX, Super RTL, DSF, Eurosport, N24.

Quelle: AGF/GfK, TV Scope, Fernsehpanel (D+EU).

höher als Montag bis Donnerstag. Auch das Unterhaltungsangebot liegt am Wochenende über den Werten für Montag bis Donnerstag. Die „Sporttage“ sind ebenfalls die beiden Wochenendtage Samstag und Sonntag, an denen auch die Zeiten für die Berichterstattung über die Fußball-Bundesliga zu Buche schlagen.

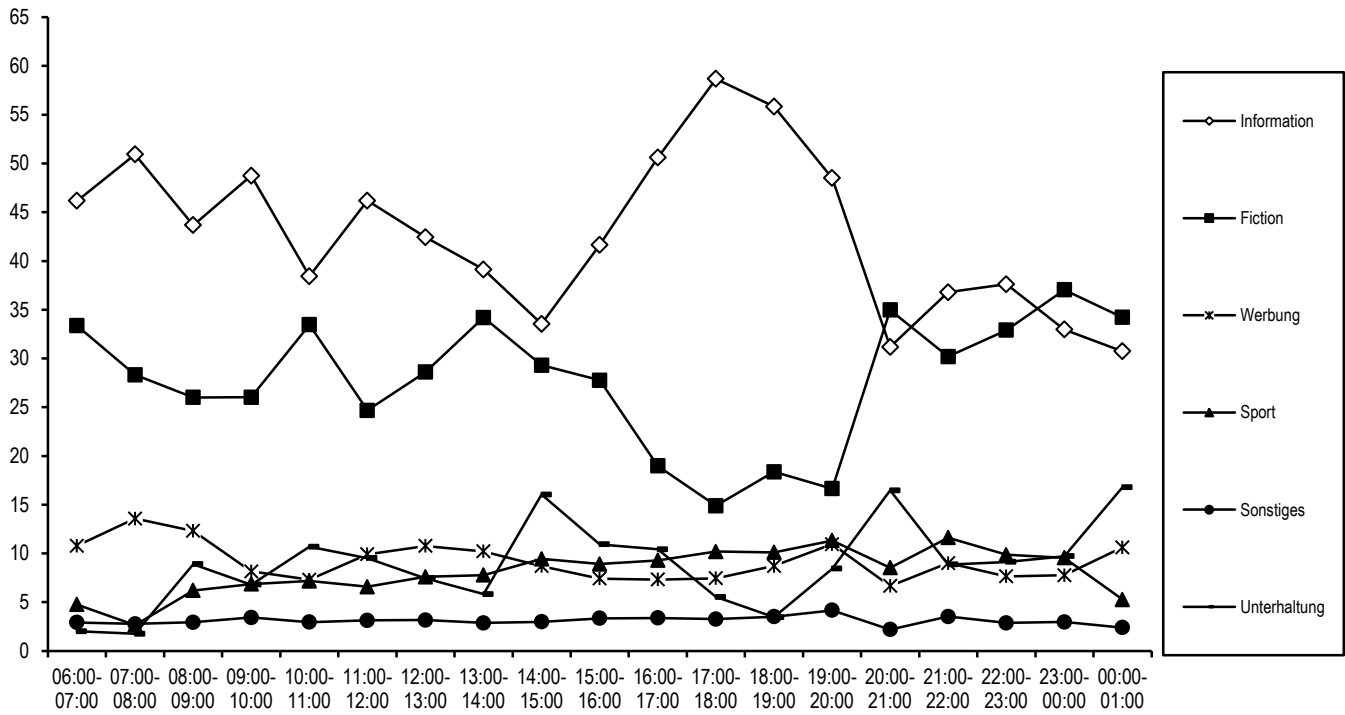
Nimmt man nur die Nutzungsverteilung der Sparten über die Woche hinweg als Maßstab, so sind die Wochentage Montag bis Donnerstag – wie beim Angebot – überdurchschnittlich die Tage für Information und Infotainment. Der Samstag ist der „Unterhaltungstag“ und auch der „Sporttag“. Der Sonntag ist der „Fictiontag“, gefolgt vom Freitag.

Über den Tag hinweg (Basis: Montag bis Sonntag, 6.00 Uhr bis 1.00 Uhr) dominieren beim Angebot Information/Infotainment und Fiction insgesamt deutlich (vgl. Abbildung 4). Gegen 20.00 Uhr und am weiteren Abend sind der Fictionanteil und der Anteil der Informationssparte ungefähr gleich groß. Davor dominiert der Informations-/Infotainmentanteil. Es folgt über den Tag hinweg der Fictionanteil. Die Unterhaltungsspitzen liegen am Nachmittag und zwischen 20.00 Uhr und 22.00 Uhr.

Die Spartenutzung bietet im Tagesablauf ein wechselhaftes Bild. Nachfolgend werden nur die jeweils am stärksten genutzten Programmsparten ge-

Spartennutzung im Tagesverlauf

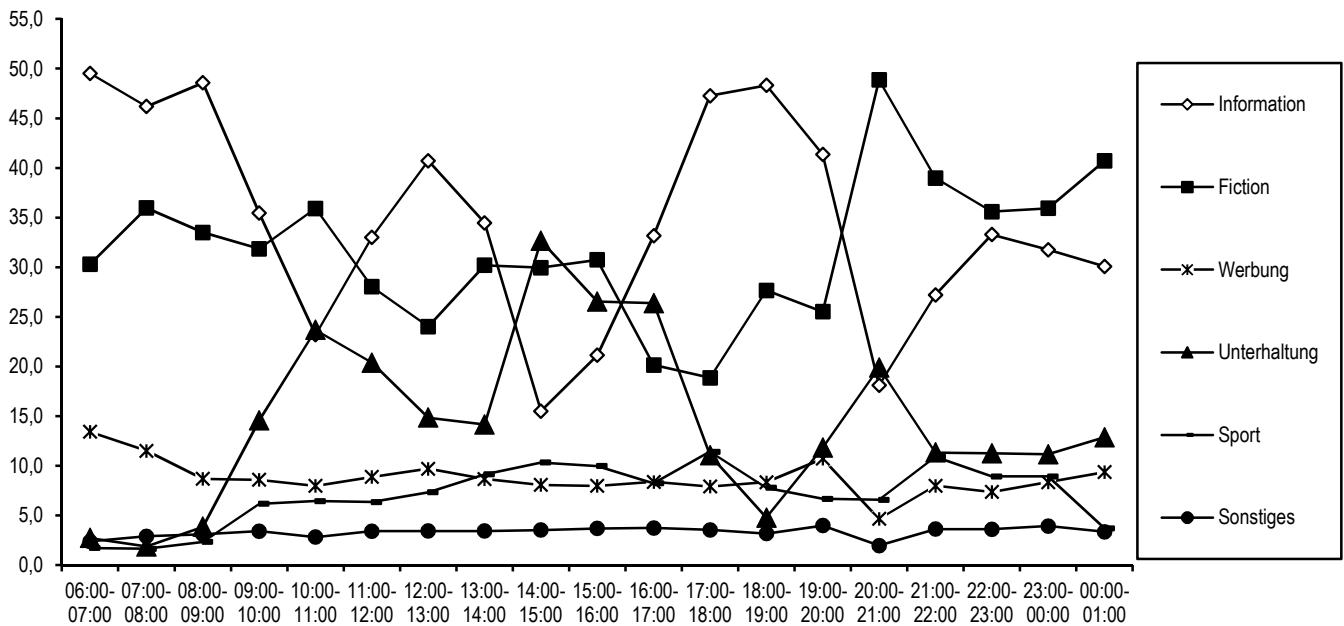
Abb. 4 Spartenangebot im Tagesverlauf 2010
BRD gesamt, Zuschauer ab 3 Jahren, Mo bis So, 6.00 bis 1.00 Uhr, in %



Basis: 20 Programme: Das Erste/ARD, ZDF, 7 Dritte Programme, 3sat, RTL, Sat.1, ProSieben, kabel eins, RTL II, VOX, Super RTL, DSF, Eurosport, N24.

Quelle: AGF/GfK, TV Scope, Fernsehpanel (D+EU), eigene Berechnungen.

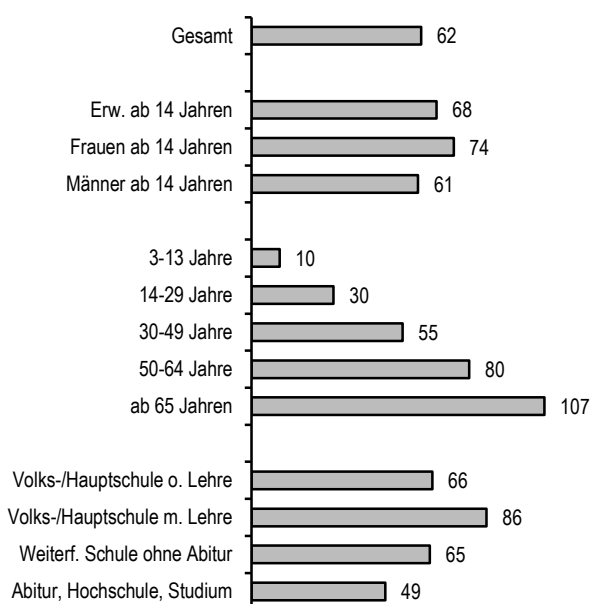
Abb. 5 Spartennutzung im Tagesverlauf 2010
BRD gesamt, Zuschauer ab 3 Jahren, Mo bis So, 6.00 bis 1.00 Uhr, in %



Basis: 20 Programme: Das Erste/ARD, ZDF, 7 Dritte Programme, 3sat, RTL, Sat.1, ProSieben, kabel eins, RTL II, VOX, Super RTL, DSF, Eurosport, N24.

Quelle: AGF/GfK, TV Scope, Fernsehpanel (D+EU), eigene Berechnungen.

Abb. 6 Tägliche Sehdauer von Information/Infotainment 2010 nach Zielgruppe
BRD gesamt, Zuschauer ab 3 Jahren, Mo bis So, 3.00 bis 3.00 Uhr, in Min.



Basis: 20 Programme: Das Erste/ARD, ZDF, 7 Dritte Programme, 3sat, RTL, Sat.1, ProSieben, kabel eins, RTL II, VOX, Super RTL, DSF, Eurosport, N24.

Quelle: AGF/GfK, TV Scope, Fernsehpanel (D+EU), eigene Berechnungen.

⑦ Sehdauer von Information nach Untersparten 2005 bis 2010

BRD gesamt, Zuschauer ab 3 Jahren, Mo bis So, 3.00 bis 3.00 Uhr, Sehdauer in Min.

	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Information/Infotainment	61	61	63	63	66	62
davon:						
Nachrichten allgemein	11	11	10	10	10	11
Nachrichten	8	7	7	7	7	7
Nachrichtenmagazin	4	3	3	3	3	3
Regionale Nachrichten-/Informationssendungen	7	7	6	6	6	6
Frühmagazine (ohne Sportthemen)	2	2	2	2	2	2
Schul-/Bildungsfernsehen	0	0	0	0	0	0
Gespräch/Interview/Talk	4	4	4	4	4	4
Information speziell	37	38	41	41	44	40
Schwerpunkt: Politik/Wirtschaft/Geschichte	6	5	5	5	6	6
Schwerpunkt: Kultur	3	3	3	3	3	3
Schwerpunkt: Natur/Wissenschaft	7	8	9	8	8	7
Schwerpunkt: Gesellschaft	20	21	24	25	27	24
Wetter	1	0	1	0	0	1

Basis: 20 Programme: Das Erste/ARD, ZDF, 7 Dritte Programme, 3sat, RTL, Sat.1, ProSieben, kabel eins, RTL II, VOX, Super RTL, DSF, Eurosport, N24.

Quelle: AGF/GfK, pc#tv, TV-Scope (seit 2009), Fernsehpanel (D+EU).

nannt. Bis ca. 9.00 Uhr dominiert Information/Infotainment, gefolgt von Fiction und ab ca. 11.00 Uhr bis ca. 14.00 Uhr erneut Information/Infotainment (vgl. Abbildung 5). Am frühen Nachmittag stehen Unterhaltung und Fiction gleichauf an der Spitze. Ab ca. 16.00 Uhr bis ca. 20.00 Uhr/20.15 Uhr führt eindeutig die Programmsparte Information/Info-

tainment, anschließend ist Fiction wieder die am stärksten genutzte Programmsparte.

62 Minuten der Fernsehnutzung pro Tag entfielen im Jahr 2010 auf die Programmsparte Information/Infotainment (vgl. Tabelle 7). Hiervon sind 11 Minuten für Nachrichten und Nachrichtenmagazine zu registrieren, 6 Minuten darüber hinaus für regionale Nachrichten bzw. Informationssendungen.

**Spartennutzung
Information und
Untersparten**

⑧ Durchschnittliche Reichweiten und Marktanteile der Fernsehnachrichten 2009 und 2010

Zuschauer ab 3 Jahren

	Zuschauer in Mio		Marktanteile in %	
	2009	2010	2009	2010
heute im ZDF				
Mo-So, 19.00 Uhr	3,77	3,75	17,1	16,6
heute gesamt ¹⁾				
Mo-So, 19.00 Uhr	4,02	3,97	18,2	17,6
Tagesschau im Ersten				
Mo-So, 20.00 Uhr	5,26	5,34	19,2	18,9
Tagesschau gesamt ²⁾				
Mo-So, 20.00 Uhr	8,86	9,14	32,3	32,4
RTL aktuell				
Mo-So, 18.45 Uhr	3,79	3,91	18,2	18,2
Sat.1 Nachrichten				
Mo-So, 18.30/20.00 Uhr	1,73	1,90	6,5	6,8
ProSieben Newstime				
Mo-So, 18.00/20.00 Uhr	0,90	0,94	5,6	5,6
heute-journal				
Mo-So, 21.45 Uhr	3,38	3,52	12,3	12,3
heute-journal gesamt ³⁾				
Mo-So, 21.45 Uhr	3,51	3,66	12,8	12,8
Tagesthemen				
Mo-So, 22.15/ 23.15/ 22.15 Uhr	2,26	2,42	10,7	11,2

1) Einschließlich 3sat.

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

3) Einschließlich Phoenix.

Quelle: AGF/GfK, TV Scope, Fernsehpanel (D+EU), eigene Berechnungen.

Hinzu kommen 4 Minuten Gespräche/Talk/Interviews und 2 Minuten Nutzung von Frühmagazinen. Zusammen machten diese Bereiche 2010 rund 23 Minuten – also mehr als ein Drittel – der Informations- bzw. Infotainmentnutzung aus.

Von den 40 Minuten für die Nutzung von „Information speziell“ entfielen (das Minus von 3 Minuten gegenüber dem Vorjahr hängt eng mit der bereits thematisierten Umcodierung zusammen) 6 Minuten auf die thematischen Schwerpunkte Politik/Wirtschaft/Geschichte, 3 Minuten auf Kultur im engeren und weiteren Sinne, 7 Minuten auf Natur/Wissenschaft und schließlich 24 Minuten auf Sendungen, die mit dem inhaltlichen Schwerpunkt Gesellschaft gekennzeichnet sind.

Hinter den insgesamt 62 Minuten Information/Infotainment verbergen sich deutliche soziodemografische Differenzierungen. Dies soll hier am Beispiel Alter verdeutlicht werden: Ab 65-Jährige kommen bei dieser Programmsparte auf eine Nutzungsdauer von 107 Minuten, 50- bis 64-Jährige auf 80 Minuten, 30- bis 49-Jährige auf 55 Minuten, 14- bis 29-Jährige schließlich auf 30 Minuten und Kinder von drei bis 13 Jahren auf 10 Minuten (vgl. Abbildung 6).

Nutzung von Nachrichtensendungen und -magazinen: „Tagesschau“ führend

Nachrichtensendungen und -magazine sind eine Programmsparte, in der Das Erste und das ZDF traditionell die besten Kompetenzzuschreibungen erreichen. (10) Im Jahresdurchschnitt verteidigte die „Tagesschau“ im Jahr 2010 ihren ersten Platz unter den Nachrichtensendungen mit durchschnittlich 5,3 Millionen Zuschauern im Ersten. Auf der

Basis aller sie übernehmenden Programme kommt die „Tagesschau“ für die 20.00-Uhr-Ausgabe auf eine Tagesreichweite von 9,14 Millionen (und kann damit knapp 300 000 Zuschauer zulegen) (vgl. Tabelle 8). Auf Platz 2 folgt „heute“ um 19.00 Uhr mit 3,97 Millionen (ZDF einschl. 3sat) vor „RTL aktuell“ um 18.45 Uhr mit 3,91 Millionen. Das „heute-journal“ erreichte im Jahresmittel 2010 rund 3,66 Millionen Zuschauer, die „Tagesthemen“ 2,42 Millionen vor den „Sat.1 Nachrichten“ mit 1,90 Millionen und der „ProSieben Newstime“ mit 940 000 Sehern. Insgesamt bleiben damit Nachrichten und Nachrichtenmagazine aus Sicht der Zuschauer ein Kernbestandteil des Fernsehens. (11)

Formattrends bei den zuschauerstärksten**Informationssendungen nach Schwerpunkten**

Im Bereich der harten Information spielt das Themensegment Politik/Wirtschaft/Geschichte eine zentrale – und öffentlich-rechtlich dominierte – Rolle. Daran hat sich auch 2010 nichts geändert. Das Erste und das ZDF teilen sich die aktuellen Formattrends, hier definiert über die nach absoluten Zahlen bei Zuschauern ab 3 Jahren 50 zuschauerstärksten Sendungen (vgl. Tabelle 9). Zwei Stränge werden deutlich: Zum einen Sendungen, die in besonderer Weise die Hitliste prägen – sei es durch ihren aktuellen Bezug, sei es durch ihren hohen Stellenwert bei den Zuschauern. Und zum anderen

Politik/Wirtschaft/Geschichte sind Domäne von Das Erste und ZDF

⑨ **Formattrends bei den 50 zuschauerstärksten Informationsendungen mit Schwerpunkt Politik/Wirtschaft/Geschichte im Zeitverlauf 2003 bis 2010**

BRD gesamt, Zuschauer ab 3 Jahren, Mo bis So, 3.00 bis 3.00 Uhr

Sender	2003	2005	2007	2009	2010
Das Erste	ARD Brennpunkt: ... (25) Monitor Weihnachtsansprache des Bundespräsidenten Plusminus	ARD Brennpunkt: ... (8) Monitor Panorama (2) Report Mainz Weihnachtsansprache des Bundespräsidenten Plusminus (3) Charles und Camilla Das Erste - Wahl 05 Wahl 05: Vor dem TV-Duell Die Tirpitz Großer Zapfenstreich für den Bundeskanzler Mätressen - Die geheime Macht der Frauen, Folge 3	ARD Brennpunkt: ... (3) Monitor (2) Panorama (3) Contergan Weihnachtsansprache des Bundespräsidenten Plusminus (10) Diana - Königin der Herzen Die Frau vom Checkpoint Charlie - Die Dokumentation Hitlers letzte Opfer	Ein Fest für Obama ARD-Brennpunkt: ... (6) Bundestagswahl 2009 Plusminus (7) Hungerwinter Report München Panorama	Weihnachtsansprache des Bundespräsidenten ARD-Brennpunkt: ... (4) Album 2010 - Bilder eines Jahres Neujahrsansprache der Bundeskanzlerin Kontraste Plusminus (8) Panorama ARD-exklusiv: Die KiK-Story
ZDF	Album 2003 - Bilder eines Jahres ZDF Expedition: ... (3) ZDF spezial: ... (4) Berlin direkt (3) Frontal 21 Aufbruch ins russische Eis (2) Der Bombenkrieg Die Gefangenen König von Beruf Stalingrad, Folge 1 Stalingrad, Folge 2 Wahl spezial Wahlen in Hessen und Niedersachsen	Album 2005 - Bilder eines Jahres ZDF Expedition: ... (7) ZDF spezial: ... (3) Berlin direkt (3) Frontal 21 (6) auslandsjournal Bundestagswahl 2005 Das Drama von Dresden Das TV-Duell: Schröder - Merkel Der Sturm Folge 1 Die letzte Schlacht Wahl in Schleswig-Holstein	Album 2007 - Bilder eines Jahres ZDF Expedition: ... (7) ZDF spezial: ... (2) Berlin direkt (2) Frontal 21 (6) Dianas Hochzeit - Die wahre Geschichte Die Königskinder (6) Momella - Eine Farm in Afrika, Folge 1 Der 11. September 2001	Krupp - Mythos und Wahrheit Das Fest der Freiheit Terra X (22) Album 2009 - Bilder eines Jahres ZDF spezial: ... (2) Berlin direkt Die Fürsten von Monaco (2) Die Windsors - Triumph und Tragödie, Folge 2 Raus aus den Schulden-Spezial: Was verdient Deutschland, Folge 3	Krönung einer Liebe Königliche Hochzeit: Ein Prinz für Victoria Die Deutschen II (4) Terra X (16) Wahl in Nordrhein-Westfalen Berlin direkt (8) ZDF spezial: Stuttgart 21 - Der Schlichterspruch
RTL	Die Bismarck - Geheimnisvolle Expedition zur deutschen Titanic, Folge 2				
Sat.1		Die Luftbrücke - Berlin gibt nicht auf, Folge 1			

Zahl in Klammern = Anzahl Sendungen; keine Klammer = 1 Sendung unter den Top 50.

Quelle: AGF/GfK, pc#tv, TV-Scope (seit 2009), Fernsehpanel (D+EU).

Einzelndungen, die programmlich wichtige Ereignisse des Jahres widerspiegeln, wie zum Beispiel die Landtagswahl in Nordrhein-Westfalen oder das Bahnprojekt Stuttgart 21.

**„Terra X“ (ZDF)
wieder mitprägend**

Unter den zuschauerstärksten Informationssendungen ragte „Terra X“ (ZDF) in 2010 zum zweiten Mal nach dem Vorjahr in besonderer Weise heraus. Im vorangegangenen Jahr 22 mal unter den Top-50, kam die Sendung 2010 16-mal in dieses Spitzenfeld. Hierbei muss hinzugefügt werden, dass das Format zusätzlich – thematisch codiert – achtmal in der Hitliste unter der Kategorie Informationssendungen mit Schwerpunkt Natur-/Wissenssendungen auftaucht, insgesamt damit im Vergleich zum Vorjahr mindestens seine Position gehalten, wenn nicht ein wenig ausgebaut hat. 1982 als Dokumentations-Fernsehreihe mit dem Schwerpunkt „Rätsel der Geschichte“ gestartet, lief der Programmplatz im ZDF am Sonntag um 19.30 Uhr ursprünglich unter dem Namen „ZDF-Expedition“. Das Jubiläum von „Terra X“ im Herbst 2008 wurde dazu genutzt, diesen Namen als Programmmarke für alle Sendungen auf diesem Sendeplatz zu etablieren – unabhängig vom Thema. Die herausgehobene Rolle von „Terra X“ in den Jahren 2009/2010 erklärt sich damit sowohl aus den Reichweitenerfolgen als auch aus dieser Markenführung. Die Marke „Terra X“ erfuhr 2011 eine Erweiterung unter anderem mit „Terra Xpress“ (wird seit Juni 2011 ausgestrahlt), „Terra X für Kids“, die „Terra X Show“ und als spezieller Mehrteiler: „Unterwegs in der Weltgeschichte – mit Hape Kerkeling“.

**„Plusminus“
und „Brennpunkt“
im Ersten sowie
„Berlin direkt“ und
„Die Deutschen II“
im ZDF weitere
Schwerpunkte**

In der weiteren Hitliste liegen „Berlin direkt“ vom ZDF (sonntags, 19.30 Uhr) mit acht Ausgaben und „Plusminus“ im Ersten (dienstags, 21.50 Uhr) mit ebenfalls acht Sendungen auf den Rangplätzen 2 und 3. Mehrfach vertreten waren auch die ereignisbezogenen „ARD-Brennpunkte“ und die zweite Staffel „Die Deutschen“ im ZDF, vom 14. November bis zum 14. Dezember 2010 sonntags um 19.30 Uhr bzw. dienstags um 20.15 Uhr ausgestrahlt (vgl. Tabelle 9).

**Hitliste Natur- und
Wissenssendungen
öffentlich-rechtlich
geprägt**

Wie der Bereich Politik/Wirtschaft/Geschichte gehören Sendungen aus dem Angebotssegment Natur/Wissen traditionell zum öffentlich-rechtlichen Repertoire, was sich auch in den Hitlisten der Jahre seit 2003 zeigt. Insgesamt wurde dieses Themenfeld 2010 erneut vom Ersten der ARD und vom ZDF angeführt, ProSieben war 2010 erkennbar präsent, wenn auch schwächer als im Vorjahr (vgl. Tabelle 10).

**Naturfilm am Montag
im Ersten 22-mal
unter den Top-50**

Im Ersten nahm die führende Position – wie in den vergangenen Jahren – der Natur-Sendeplatz am Montag um 20.15 Uhr ein, der sich 22-mal auf den vorderen Plätzen positionieren konnte. Im Detail waren dies Mehrteiler (z.B. „Die größten Naturschauspiele der Erde“, „Die Südsee“) oder einzelne Sendungen.

„Terra X“ (siehe auch Politik/Wirtschaft/Geschichte) gelangte achtmal unter die Top-50. „Galileo“ (ProSieben) auf sechs Positionierungen, „Aben-

teuer Wissen“ (ZDF) war viermal, und „Faszination Erde“ (ZDF) dreimal, „Galileo spezial“ (ProSieben) zweimal vertreten. Die anderen Platzierungen entfielen auf einzelne Sendungen jenseits dieser Reihen bzw. Formate und Sendeplätze.

„Terra X“ punktete hier mit seinen Ausgaben beispielsweise über „Universum der Ozeane – mit Frank Schätzing“, „Supertiere – mit Dirk Steffens“ und (ebenfalls) einem Mehrteiler „Deutschland von oben“. „Faszination Erde“ und „Abenteuer Wissen“ gehören zu den weiteren vom ZDF in diesem Genre etablierten Sendeplätzen.

„Galileo“ und „Galileo spezial“ platzieren sich seit einigen Jahren regelmäßig in den Top-50. „Galileo spezial“ am 31. Januar 2010 beschäftigte sich mit Harry Potters Zauberkräften, die Spezialausgabe vom 14. März 2010 mit den „spektakulärsten Piratenmythen“.

Die Kategorie Informationssendungen mit Schwerpunkt Gesellschaft/Boulevard ist insgesamt die „weichste“ Informationskategorie, wenn auch Das Erste mit seinen „Brennpunkten“ hier jeweils mit Aktualität und „harten“ Themen vertreten ist (vgl. Tabelle 11). Die angesprochenen elf Top-Platzierungen, die Das Erste mit den „ARD-Brennpunkten“ erzielt, sind thematisch in unterschiedlichen Bereichen der Aktualität zu finden. So beschäftigten sich die Sendungen zum Beispiel mit den Themen „Winterchaos lähmt Europa“, „Vulkanwolke – Europa weiter am Boden“, „Tödliche Loveparade – Der Tag danach“, „Haiti – Tag 2 nach dem Erdbeben“ und „Polen in Trauer: Präsidentenmaschine abgestürzt“. Achtmal fand sich im Übrigen „Aktenzeichen XY“ vom ZDF unter den ersten 50.

Der Bereich Gesellschaft/Boulevard ist seit vielen Jahren mehrheitlich von RTL-Formaten geprägt, wenn sich auch Inhalte und Formen seit 2003 deutlich verändert haben. Damals beherrschte „Explosiv – Das Magazin“ das Genre (30 mal in den Top-50). In den Folgejahren differenzierte RTL seine Angebotspalette in diesem Segment und war damit erfolgreich. Im Vergleich mit 2009 blieben die Formate bei RTL relativ konstant. RTL erreichte 2010 in dieser Programmsparte rund drei Fünftel aller Top-Platzierungen. 2010 kam „Vermiss“ neunmal unter die Top-50, „Rach – der Restauranttester“ achtmal – ergänzt um sechs Ausgaben von „Rachs Restaurantschule“. „Extra – Das RTL-Magazin“, „Einsatz in vier Wänden-Spezial“ und „Extra spezial: Zwischen Windeln und Wahnsinn!“ runden das Bild ab. Hierbei handelt es sich um aus den letzten Jahren her bekannte und erfolgreiche Formate.

Neu bei RTL war 2010 ein Format um den Restauranttester Christian Rach, nämlich „Rachs Restaurantschule“, in dem um die Eröffnung eines Lokals mit einem Team von Arbeitslosen ging. Auch dieses Format konnte sich in der Zuschauer-gunst gleich mit vorne platzieren.

**Breite thematische
Palette beim
„Brennpunkt“**

**Gesellschaft/
Boulevard-Formate
von RTL geprägt**

⑩ **Formattrends bei den 50 zuschauerstärksten Informationsendungen mit Schwerpunkt Natur-/Wissensendungen im Zeitverlauf 2003 bis 2010**

BRD gesamt, Zuschauer ab 3 Jahren, Mo bis So, 3.00 bis 3.00 Uhr

Sender	2003	2005	2007	2009	2010
Das Erste	ARD-exclusiv: ... (3) W wie Wissen Die Pyramide Europas wilder Osten Tiere vor der Kamera Winterzauber im Thüringer Wald Wunder der Erde Zuflucht Wildnis	ARD-exclusiv: Ein Herz für Nicole W wie Wissen (2) Elefant, Tiger & Co. ARD-Ratgeber: Technik Deep Blue Expeditionen ins Tierreich	ARD-Exclusiv: Kampf ums Augenlicht Sendeplatz Natur: Mo., 20.15 Uhr (22) Elefant, Tiger & Co.(3) Auf der Transsib, Folge 2	ARD-Brennpunkt: Schweinegrippe erfasst Deutschland Sendeplatz Natur: Mo, 20:15 Uhr (15) Die Reise der Pinguine Killerbrut Wissen vor 8 W wie Wissen	Sendeplatz Natur: Mo, 20:15 Uhr (22) W wie Wissen
ZDF	ZDF Expedition (11) Faszination Erde (3) Faszination Universum (3) Abenteuer Wissen (2) The Future is Wild (2) Abenteuer Forschung ZDF.reportage: Wilde Tiere in der Stadt! Insel im Sturm	ZDF Expedition (9) Faszination Erde (3) Faszination Universum (3) Abenteuer Wissen (6) Joachim Bublath (3) Im Auge des Sturms (2) Kampf der Dinosaurier (2) Der Vierwaldstätter See Einsteins Erben und das Rätsel von Ladakh Grönland – die gefrorene Zeit Im Land der Dünen Inseln im Eis, Folge 1 Magische Nächte ZDF spezial: Vogelgrippe – Gefahr für den Menschen? ZDF.reportage: Die Pferdeflüsterin	ZDF Expedition (10) Faszination Erde (6) 2030 – Aufstand der Alten Herr der Himmelscheibe Joachim Bublath Mississippi – Fluss der Träume Zauberland Kappadokien	ZDF spezial: Angst vor der Schweinegrippe 37 Grad: Bis zur letzten Sekunde Die Rückkehr der Wölfe Abenteuer Forschung (5) Hintern Horizont geht's weiter Abenteuer Wissen (5)	Das Geheimnis der Wale – Die Dokumentation Terra X: ... (8) Faszination Erde (3) Kieling – Expeditionen zu den Letzten ihrer Art Abenteuer Wissen (4) Der Supersegler – Rekordrausch auf dem Meer
RTL	Bibi und Rolli Welt der Wunder	Die letzten Jahre der Dinosaurier – Der Vulkan- ausbruch (2) Galileo Spezial: ... (2)	Die Reise der Pinguine		
ProSieben	Galileo Im Reich der Urmenschen	End Day – Der Letzte Tag Wunderwelt Wissen		Galileo spezial (2) Galileo Big Pictures – Die spektakulärsten Bilder des Jahres	Unsere Erde Galileo spezial (2)
Sat.1				Galileo (13)	Galileo (6)
RTL II		Welt der Wunder			

Zahl in Klammern = Anzahl Sendungen; keine Klammer = 1 Sendung unter den Top 50.

Quelle: AGF/GfK, pc#tv, TV-Scope (seit 2009), Fernsehpanel (D+EU).

⑪ Formattrends bei den 50 zuschauerstärksten Informationssendungen mit Schwerpunkt Gesellschaft/Boulevard im Zeitverlauf 2003 bis 2010

BRD gesamt, Zuschauer ab 3 Jahren, Mo bis So, 3.00 bis 3.00 Uhr

Sender	2003	2005	2007	2009	2010
ARD	ARD-Brennpunkt: ... (7)	ARD-Brennpunkt: ... (11)	ARD-Brennpunkt: ... (5)	ARD-Brennpunkt: ... (4) Abschied von Robert Enke	ARD-Brennpunkt: ... (11)
ZDF	Aktenzeichen XY ... (3) ZDF spezial: ... (2) Masuren (2) Wie aus Tausendundeiner Nacht ...	Aktenzeichen XY ... (5) ZDF spezial: ... (3) Wahnsinn am Watzmann ZDF.reporter	Aktenzeichen XY ... (3) ZDF spezial: ... (2) Leute heute spezial	Aktenzeichen XY ... (5)	Aktenzeichen XY ... (7)
RTL	Explosiv - Das Magazin (30)	Explosiv - Das Magazin (5) Einsatz in vier Wänden - Spezial (12) Extra - Das RTL-Magazin (2) Die Supernanny (5) Die Supernanny Spezial	Raus aus den Schulden (12) Einsatz in vier Wänden - Spezial (2) Extra - Das RTL-Magazin (2) Die Supernanny Helfer mit Herz (10)	Rach - Der Restauranttester (16) Vermisst (2) Einsatz in vier Wänden - Spezial (8) Die Ausreißer - Der Weg zurück (2) Extra - Das RTL-Magazin (7)	Rach - Der Restauranttester (8) Vermisst (9) Einsatz in vier Wänden - Spezial (2) Rachs Restaurant- schule (6) Extra - Das RTL-Magazin (4) Extra spezial: Zwischen Windeln und Wahnsinn!
		Stern TV	Rach - Der Restauranttester (8) Vermisst Teenager außer Kontrolle - letzter Ausweg Wilder Westen	Raus aus den Schulden (3) Die Lawine - Wir haben überlebt! Folge 9 Exklusiv Spezial: Vorteil Becker - Traum- hochzeit in St. Moritz	

Sat.1

24 Stunden

Zahl in Klammern = Anzahl Sendungen; keine Klammer = 1 Sendung unter den Top 50.
Sendungen unter 6 Minuten sind nicht berücksichtigt

Quelle: AGF/GfK, pc#tv, TV-Scope (seit 2009), Fernsehpanel (D+EU).

Spartennutzung Fiction

**Serien werden am
meisten genutzt,
Spielfilme eher am
Wochenende**

65 Minuten des hier dargestellten täglichen Fernsehkonsums entfielen 2010 auf die Programmsparte Fiction. Den höchsten Anteil nahm dabei mit insgesamt 37 Minuten das Serienangebot auf den unterschiedlichen Kanälen ein (vgl. Tabelle 12). Rund 18 Minuten entfielen 2010 auf die Spielfilmmutzung, 11 Minuten auf Fernsehfilme/TV-Movies. Dabei zeigen sich auch hier im Wochenverlauf unterschiedliche Programmierungen bzw. Nutzungen: Zwischen Montag und Donnerstag dominieren die Serien, auf sie entfallen rund zwei Drittel der gesamten Fictionnutzung. Samstags und sonntags ist der Anteil, der auf die Nutzung von Serien entfällt, nahezu halbiert - zugunsten der Nutzung von Spielfilmen und TV-Movies.

Spielfilme und Serien erreichten im Schnitt ein soziodemografisch erkennbar unterschiedliches Publikum, wenn man die Sehdauern gegenüberstellt (vgl. Abbildung 7). Während für die Gesamtbevölkerung 37 Minuten Seriennutzung zu Buche stehen, ist diese bei Frauen (45 Minuten) und bei den Älteren ab 65-Jährigen (46 Minuten) überdurchschnittlich ausgeprägt. Die 14- bis 29-Jährigen wid-

⑫ Nutzung von Fiction nach Untersparten 2005 bis 2010

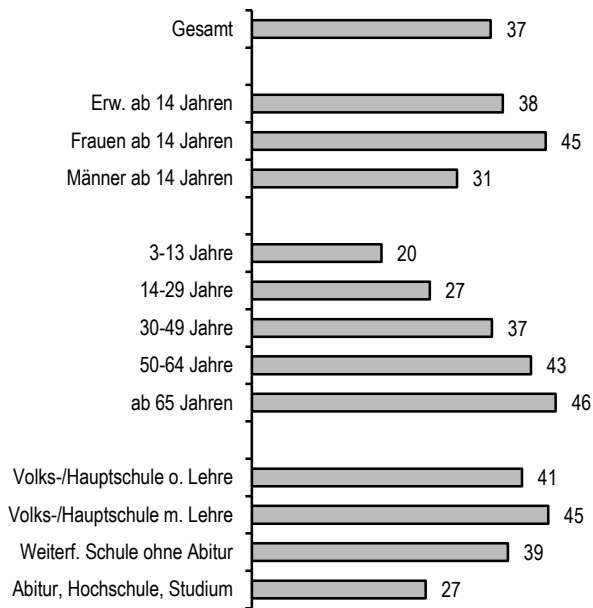
BRD gesamt, Zuschauer ab 3 Jahren, Mo bis So, 3.00 bis 3.00 Uhr,
Sehdauer in Min.

	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Fiction	64	62	59	58	62	65
Serie	36	35	34	32	35	37
Fernsehspiel/TV-Movie	9	10	10	10	10	11
Spielfilm	18	17	15	16	17	18
Kurzfilm	0	0	0	0	0	0
Theater	0	0	0	0	0	0
Musical/Oper/Ballett	0	0	0	0	0	0

Basis: 20 Programme: Das Erste/ARD, ZDF, 7 Dritte Programme, 3sat, RTL, Sat.1, ProSieben, kabel eins, RTL II, VOX, Super RTL, DSF, Eurosport, N24.

Quelle: AGF/GfK, pc#tv, TV-Scope (seit 2009), Fernsehpanel (D+EU).

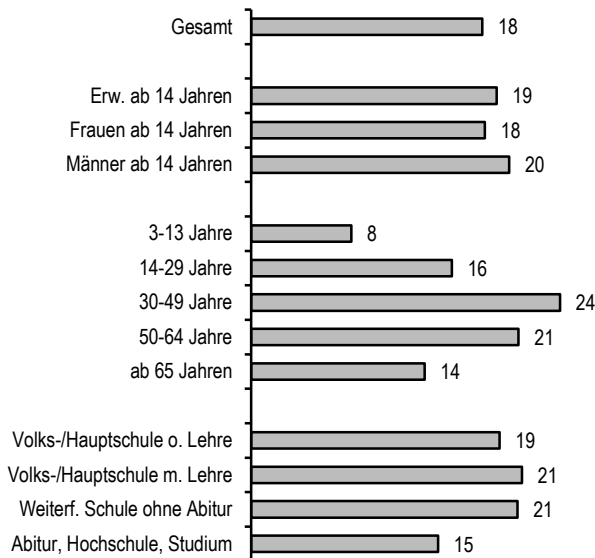
Abb. 7 Tägliche Sehdauer der Serien 2010 nach Zielgruppen
BRD gesamt, Zuschauer ab 3 Jahren, Mo bis So, 3.00 bis 3.00 Uhr, in Min.



Basis: 20 Programme: Das Erste/ARD, ZDF, 7 Dritte Programme, 3sat, RTL, Sat.1, ProSieben, kabel eins, RTL II, VOX, Super RTL, DSF, Eurosport, N24.

Quelle: AGF/GfK, TV Scope, Fernsehpanel (D+EU), eigene Berechnungen.

Abb. 8 Tägliche Sehdauer der Spielfilme 2010 nach Zielgruppen
BRD gesamt, Zuschauer ab 3 Jahren, Mo bis So, 3.00 bis 3.00 Uhr, in Min.



Basis: 20 Programme: Das Erste/ARD, ZDF, 7 Dritte Programme, 3sat, RTL, Sat.1, ProSieben, kabel eins, RTL II, VOX, Super RTL, DSF, Eurosport, N24.

Quelle: AGF/GfK, TV Scope, Fernsehpanel (D+EU), eigene Berechnungen.

meten sich dagegen „nur“ 27 Minuten den Serien im Fernsehen. Bei ihnen spielt allerdings im Vergleich aller Zielgruppen die Nutzung des Genres via Mediathek/Internet die mit Abstand größte Rolle.

Während der Schwerpunkt der Seriennutzung damit bei den Frauen und Älteren liegt, sieht das Bild bei Spielfilmen deutlich anders aus (vgl. Abbildung 8). Im Vergleich die meiste Zeit mit Filmen verbringen die 30- bis 64-Jährigen, die Unterschiede zwischen Männern und Frauen sind nicht so deutlich.

Zuschauerstärkste Spielfilme/Fernsehfilm/TV-Movies bei Das Erste, ZDF und Sat.1

Die Liste der zehn zuschauerstärksten Spielfilme, Fernsehfilme und TV-Movies war in den vergangenen Jahren immer durch Eigenproduktionen einerseits und große internationale Kinoerfolge andererseits geprägt, wobei die Eigenproduktionen dominierten. Ähnlich ist das Bild in den Top-10 im Jahr 2010 – erneut mit deutlichem Gewicht auf den Eigenproduktionen (vgl. Tabelle 13).

Platz 1 belegte 2010 mit 9,87 Millionen Zuschauern „Die Wanderhure“ (Sat.1). Der Film basiert auf dem gleichnamigen Roman, der unter dem Pseudonym Iny Lorentz 2004 veröffentlicht wurde. Die Handlung spielt im mittelalterlichen Süddeutschland. Die Erstaussstrahlung erfolgte am 5. Oktober 2010 (Sat.1 und ORF/Koproduktion). Eine Fortsetzung ist für 2012 geplant. Platz 2 belegte der Film „Bis nichts mehr bleibt“ im Ersten mit 8,79 Millionen Zuschauern. Der Fernsehfilm basiert auf Aussteigerberichten von ehemaligen Scientologen. Auf Platz 3 kam „Die Säulen der Erde“ (Folge 1) auf Sat.1. Wie bei der „Wanderhure“ liegt auch hier eine Handlung im Mittelalter zugrunde, nämlich der Bau der Kathedrale von Salisbury in England. Auf Basis dieses Stoffes entstand ein mehrteiliger deutsch-kanadischer Fernsehfilm, der in Deutschland bei Sat.1 als Vierteiler ausgestrahlt wurde.

Die weiteren Plätze von 4 bis 10 belegten: „Die Spätzünder“ (Das Erste), eine deutsch-österreichische Filmkomödie mit 8,13 Millionen Fernsehzuschauern, „Das Traumhotel – Chiang Mai“ (Das Erste) mit 7,77 Millionen, „Kreuzfahrt ins Glück“ (ZDF) mit 7,75 Millionen, „Mörder auf Amrum“ (ZDF) mit 7,47 Millionen, „Wer zu lieben wagt“ (Das Erste) mit 7,33 Millionen, „Rosamunde Pilcher: Im Zweifel für die Liebe“ (ZDF) mit 7,31 Millionen und schließlich „Harry Potter und der Orden des Phoenix“ mit 7,29 Millionen Zuschauern.

Zuschauerstärkste Serien unverändert „Tatort“ und „Um Himmels Willen“

Seit Jahren wird die Rangliste der zuschauerstärksten Serien(-folgen), gemessen am Gesamtpublikum ab drei Jahren, von den immer gleichen Marken geprägt: Ausgaben von „Tatort“, „Um Himmels Willen“, „Polizeiruf“ (wieder stärker) und einigen Folgen des „Traumschiffs“. Auch 2010 änderte sich an diesem Bild nichts (vgl. Tabelle 14). Die Rangliste der „Tatorte“ im Jahr 2009 war mit fast zehn Millionen Zuschauern (9,86 Mio) angeführt worden von der Folge „Tempelräuber“, in der Kommissar Frank Thiel und Prof. Karl-Friedrich Boerne gemeinsam mit Nadeshda Krusenstern, Silke Haller („Alberich“) und Wilhelmine Klemm einen Fall rund um einen toten Priester zu klären hatten. 2010 wurde diese Zuschauermarke vom selben Team übertroffen. 10,60 Millionen Zuschauer sahen den Tatort „Spargelzeit“ am 10. Oktober. „Der Fluch der Mumie“ – erneut ein Münsteraner Tatort – kam mit 10,26 Millionen auf den zweiten Platz des vergangenen Jahres. Auf Platz 3 folgte dann der Tatort „Kaltes Herz“ mit dem Kölner Tatort-Team Ballauf/Schenk. Die Zuschauerzahl erreichte annähernd die 10-Millionen-Marke (9,90 Mio).

„Um Himmels Willen“ wird bereits seit dem Jahr 2001 produziert. Insgesamt zehnmal schaffte

es die Serie im Jahr 2010 unter die Top-50. Dabei lagen die absoluten Zahlen immer zwischen 7 und 8 Millionen Zuschauern. Fünf „Polizeirufe“ runden das Bild des Ersten unter den Top-50 ab.

Das ZDF kam mit dem „Traumschiff“ zweimal in die Liste der meistgesehenen Sendungen dieser Sparte. Wieder in der Weihnachtszeit erreichte die Episode am 1. Januar 2010 9,81 Millionen Zuschauer, die am 26. Dezember 2010 ausgestrahlte 7,49 Millionen.

Spartennutzung Unterhaltung

Auf Unterhaltungssendungen entfielen im Jahr 2010 rund 30 Minuten Nutzung am Durchschnittstag, gegenüber dem Vorjahr ein deutliches Plus. Zehn Minuten der 30 Minuten (plus ca. 3 Min. – aufgrund der Umcodierungen bei RTL, siehe oben) entfallen auf Unterhaltendes im Bereich Dokumentation/Reportage/Magazin, 8 Minuten auf Show, 5 Minuten auf Ratespiel/Quiz/Gameshow, 4 Minuten auf Musik, 2 Minuten auf unterhaltenden Talk und je 1 Minute auf Satire/Kabarett bzw. Real-Life-Inszenierungen (vgl. Tabelle 15).

Platz 1 unter den Unterhaltungssendungen – mit deutlichem Vorsprung – erreichte der „Eurovision Song Contest 2010“ (Das Erste) mit 14,73 Millionen Zuschauer (vgl. Tabelle 16). In Oslo gewann Lena Meyer-Landrut als deutsche Vertreterin und machte diese Zuschauerzahl möglich, die gleichzeitig einen Marktanteil von 49 Prozent bedeutete.

Die folgenden Plätze werden von RTL mit einer Reihe von Formaten und vom ZDF mit „Wetten, dass..?“ geprägt. Wie im Vorjahr kam RTL auf 41 Positionierungen unter den Top-50. Am erfolgreichsten waren im Schnitt die beiden „Wer wird Millionär-Prominenten-Specials“, gefolgt von „Bauer sucht Frau“ und „Das Supertalent“ sowie „Wer wird Millionär?“ und „Deutschland sucht den Superstar“. Gemessen an der Zahl der Platzierungen ist „Das Supertalent“ mit 14 Platzierungen das erfolgreichste Format. Seit 2007 als deutsche Version der US-amerikanischen Castingshow „America's Got Talent“ im Programm, wurde 2010 die vierte und – gemessen an den Spitzenplätzen – bisher erfolgreichste Staffel ausgestrahlt; allerdings war sie mit 15 Episoden auch die längste. Zu den weiteren erfolgreichen Formaten von RTL gehören „Wer wird Millionär?“, „Bauer sucht Frau“ und „Deutschland sucht den Superstar“.

„Wetten, dass..?“ kam wie im Vorjahr siebenmal unter die Top-50. Hinzu kam ein Special mit Stars und Musik aus „Wetten, dass..?“, das am 4. Dezember 2010 um 20.45 Uhr eingesetzt wurde, als aufgrund des schweren Unfalls eines Wettkandidaten die Sendung abgebrochen wurde.

Starke Segmentierung im Unterhaltungsbereich

Unterhaltung RTL-geprägt, aber ESC 2010 im Ersten ganz vorn

„Wetten, dass..?“ erneut stark präsent

13 Die zehn zuschauerstärksten Spielfilme/Fernsehfilme/TV Movies im Zeitverlauf 2003 bis 2010

BRD gesamt, Zuschauer ab 3 Jahren, Mo bis So, 3.00 bis 3.00 Uhr

Sender	2003	2005	2007	2009	2010
Das Erste	Der Job seines Lebens	Kein Himmel über Afrika, Folge 1 Kein Himmel über Afrika, Folge 2	Die Flucht, Folge 1 Die Flucht, Folge 2 Die Frau vom Checkpoint Charlie, Folge 1 Die Frau vom Checkpoint Charlie, Folge 2	Annas zweite Chance	Bis nichts mehr bleibt Die Spätzünder Das Traumhotel - Chiang Mai Wer zu lieben wagt
ZDF	Chocolat R. Pilcher: Paradies der Träume Napoleon, Folge 1 Napoleon, Folge 2 Napoleon, Folge 4 Rosa Roth	Die Patriarchin, Folge 3 Harry Potter und die Kammer des Schreckens Stubbe - Von Fall zu Fall R. Pilcher: Vermächtnis der Liebe Inga Lindström: Inselsummer Die Schwarzwaldklinik - Die nächste Generation	Afrika, mon amour, Folge 1 Kreuzfahrt ins Glück Afrika, mon amour, Folge 2 Afrika, mon amour, Folge 3 Moppel-Ich R. Pilcher: Wiedersehen am Fluss	Harry Potter und der Feuerkelch Stubbe - Von Fall zu Fall Krupp - Eine deutsche Familie, Folge 1 Rosamunde Pilcher: Gezeiten der Liebe Ein Mann, ein Fjord! Bella Block, Folge 2 Inga Lindström: Sommermond Rosamunde Pilcher: Lass es Liebe sein	Kreuzfahrt ins Glück Mörder auf Amrum Rosamunde Pilcher: Im Zweifel für die Liebe
RTL	Erin Brokovich	Harry Potter und der Stein der Weisen		Stirb langsam 4.0	
Sat.1	Das Wunder von Lengede I Das Wunder von Lengede II	Die Luftbrücke - Nur der Himmel war frei, Folge 1			Die Wanderhure Die Säulen der Erde Folge 1
ProSieben					Harry Potter und der Orden des Phönix

Quelle: AGF/GfK, pc#tv, TV-Scope (seit 2009), Fernsehpanel (D+EU).

14 Formattrends bei den 50 zuschauerstärksten Serien im Zeitverlauf 2003 bis 2010

BRD gesamt, Zuschauer ab 3 Jahren, Mo bis So, 3.00 bis 3.00 Uhr

Sender	2003	2005	2007	2009	2010
ARD	Tatort (25) Um Himmels Willen (10) Polizeiruf 110 (6) Stahlnetz	Tatort (31) Um Himmels Willen (13) Polizeiruf 110 (3) In aller Freundschaft	Tatort (28) Um Himmels Willen (10) Polizeiruf 110 (4) In aller Freundschaft (3) Schimanski	Tatort (32) Um Himmels Willen (12) Polizeiruf 110 Familie Dr. Kleist	Tatort (32) Um Himmels Willen (10) Polizeiruf 110 (5) In aller Freundschaft
ZDF	Das Traumschiff (3) Ein Fall für zwei Der Alte (2)	Das Traumschiff (2)	Das Traumschiff (2) Ein Fall für zwei Forsthaus Falkenau	Das Traumschiff (3)	Das Traumschiff (2)
RTL	Alarm für Cobra 11 - Die Autobahnpolizei (2)				

Zahl in Klammern = Anzahl Sendungen; keine Klammer = 1 Sendung unter den Top 50.

Quelle: AGF/GfK, pc#tv, TV-Scope (seit 2009), Fernsehpanel (D+EU).

⑮ **Tägliche Sehdauer von Unterhaltung nach Untersparten im Zeitverlauf 2005 bis 2010**

BRD gesamt, Zuschauer ab 3 Jahren, Mo bis So, 3.00 bis 3.00 Uhr, Sehdauer in Min.

	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Unterhaltung gesamt	29	27	27	25	25	30
Show	7	8	7	6	7	8
Ratespiel/Quiz/Gameshow (ohne Werbung)	5	5	5	4	4	5
Satire/Kabarett	0	1	1	1	1	1
Talk	4	3	3	3	2	2
Real-Life-Inszenierung	1	0	0	1	1	1
Dokumentation/Reportage/Magazin	9	7	7	7	7	10
Musik	4	3	4	4	4	4

Basis: 20 Programme: Das Erste/ARD, ZDF, 7 Dritte Programme, 3sat, RTL, Sat.1, ProSieben, kabel eins, RTL II, VOX, Super RTL, DSF, Eurosport, N24.

Quelle: AGF/GfK, pc#tv, TV-Scope (seit 2009), Fernsehpanel (D+EU).

⑯ **Formattrends bei den 50 zuschauerstärksten Unterhaltungssendungen im Zeitverlauf 2003 bis 2010**

BRD gesamt, Zuschauer ab 3 Jahren, Mo bis So, 3.00 bis 3.00 Uhr

Sender	2003	2005	2007	2009	2010
Das Erste	Eurovision Song Contest	Mainz bleibt Mainz Fest der Volksmusik (2)	Eurovision Song Contest Mainz bleibt Mainz ... Das Winterfest der Volksmusik Quiz mit J.Pilawa Starquiz mit J. Pilawa Der große Schultest mit J. Pilawa Das unglauabl. Quiz der Tiere Karnevalissimo	Eurovision Song Contest 2009 2009 - Das Quiz	Eurovision Song Contest 2010
ZDF	Wetten, dass..? (6)	Wetten, dass..? (6) Wetten, dass..? Open air	Wetten, dass..? (6) Wetten, dass..? Open air	Wetten, dass..? (7)	Wetten, dass..? (7) Stars und Musik aus Wetten, dass..?
		Die Traumschiff-Gala	Die Traumschiff-Gala		
RTL	Wer wird Millionär (35) WWM Prominenten Special	Wer wird Millionär (35) WWM Prominenten Special (2)	Wer wird Millionär (27) WWM Prominenten Special (2)	WWM Prominenten Special (2) Bauer sucht Frau (9) Das Supertalent (6)	WWM Prominenten Special (2) Bauer sucht Frau (9) Das Supertalent (14)
	DSDS (4)		DSDS (3)	Wer wird Millionär (22) Ich bin ein Star - holt mich hier raus WWM - Blind Date special	Wer wird Millionär (11) DSDS - Das große Finale DSDS (3)
	DSDS: Entscheidung (2)				
	DSDS: Finale				Bauer sucht Frau - Die Hochzeitsreise
		Domino Day	Domino Day		

Zahl in Klammern = Anzahl Sendungen; keine Klammer = 1 Sendung unter den Top 50.

Quelle: AGF/GfK, pc#tv, TV-Scope (seit 2009), Fernsehpanel (D+EU).

Liveberichte von der Fußball-WM 2010 erzielten sehr hohe Reichweiten

Spartennutzung Sport

Während sich in den Top-10 des Jahres 2009 bereits nur zwei Sportarten, nämlich Fußball und Boxen, befanden, hat sich dieses Bild im Jahr darauf durch die Fußball-Weltmeisterschaft 2010 noch einmal zugespitzt. Unter den Sportsendungen mit den höchsten Zuschauerzahlen finden sich aus-

schließlich Liveberichte von Fußballspielen bei der Weltmeisterschaft 2010 in Südafrika - teilweise in der Hitliste unterbrochen durch Studiogespräche in den Spielpausen oder direkt danach (vgl. Tabelle 17). Das absolute Highlight war dabei mit 31,1 Mil-

17 Die zehn zuschauerstärksten Sportsendungen 2010

BRD gesamt, Zuschauer ab 3 Jahren, Mo bis So, 3.00 bis 3.00 Uhr

Rangplatz	Datum	Tag	Sender	Beginn	Dauer	Titel	Sehbet. in Mio	Marktanteil in %
1.	07.07.2010	Mi	Das Erste	20:28	01:39	Fußball-WM 2010 live: Deutschland – Spanien	31,10	83,0
2.	23.06.2010	Mi	Das Erste	20:28	01:37	Fußball-WM 2010 live: Ghana – Deutschland	29,30	79,6
3.	13.06.2010	So	ZDF	20:30	01:34	ZDF FB WM live: Deutschland – Australien	28,03	74,4
4.	03.07.2010	Sa	ZDF	16:00	01:32	ZDF FB WM live: Argentinien – Deutschland	26,01	89,0
5.	27.06.2010	So	Das Erste	15:58	01:36	Fußball-WM 2010 live: Deutschland – England	25,67	87,2
6.	11.07.2010	So	ZDF	20:30	02:11	ZDF FB WM live: Niederlande – Spanien	25,03	71,2
7.	10.07.2010	Sa	Das Erste	20:29	01:37	Fußball-WM 2010 live: Uruguay – Deutschland	23,67	77,0
8.	13.06.2010	So	ZDF	20:18	00:26	ZDF FB WM live: Moderation	22,19	65,1
9.	18.06.2010	Fr	ZDF	13:30	01:34	ZDF FB WM live: Deutschland – Serbien	22,11	84,8
10.	03.07.2010	Sa	ZDF	15:47	00:27	ZDF FB WM live: Moderation	20,31	79,9

In der Hitliste wurden nur Sendungen über einer Sendungslänge von 2 Minuten berücksichtigt.

Quelle: AGF/GfK, TV Scope, Fernsehpanel (D+EU).

lionen Zuschauer und einem Marktanteil von 83 Prozent das Halbfinalspiel Deutschland gegen Spanien. Aber auch alle anderen Spiele unter Beteiligung der deutschen Mannschaft erreichten allein bei der Nutzung vor den heimischen Bildschirmen mehr als 20 Millionen Menschen und Marktanteile von rund 75 Prozent oder mehr. Und dabei ist im Messsystem der GfK die Nutzung „außer Haus“, das so genannte Public Viewing auf Großleinwänden oder beispielsweise in Gaststätten, nicht eingerechnet. (12) Natürlich hatte das Sportjahr 2010 noch weitere Highlights, aber in der Hitliste der quotenmäßig attraktivsten Sendungen hatten diese gegenüber dem Fußball keine Chance.

Fazit

2010 war aus Sicht der Zuschauer ein Jahr ungebrochener Attraktivität des Fernsehens. Durchschnittlich 77 Sender führten zur großen Programmauswahl, bekannte und stark genutzte Marken trugen zu einer hohen Programmbindung bei, Events wie die Fußballweltmeisterschaft oder auch der Eurovision Song Contest 2010 steigerten die Sehdauer.

Unverändert hohe Zuwendung zum Fernsehen

Nutzungsanstieg bei Sport, Unterhaltung und Fiction

Die Fußball-Weltmeisterschaft 2010 führte zu einer erkennbaren Zunahme der Nutzung der Fernsehsparte Sport (plus 4 Min.). Höher als im Vorjahr lag auch die Nutzung von Unterhaltung (siehe Umcodierung, plus 5 Min.) und von Fiction (plus 3 Min.). Insgesamt ist Fiction die Programmsparte, mit der die deutschen Zuschauerinnen und Zuschauer am meisten Zeit verbringen.

Zentrale Programmmarken wurden weiter ausgebaut

Seit Jahren ist der Trend auffällig, Sendungen als Marken zu verstehen und diese immer weiter auszubauen. Dies geht über die Positionierung in den Programmen, über Wiederholungsstrategien (bei-

spielsweise „Terra X“ in ZDF neo) bis hin zu Off-air-Strategien und Marketingmaßnahmen. Hinzu kommen Onlineauftritte, die gleichermaßen auf hauseigenen Seiten wie auch auf Distributionsstrategien basieren (Stichwort u.a. Mediatheken und YouTube).

Neben dem Eventfernsehen – zum Beispiel große Sportereignisse oder Unterhaltungsformate – entscheidet damit immer mehr die Stärke und Entwicklung der Sendungsmarken den Wettbewerb zwischen den Programmen und Anbietern sowie die Bindung an die unterschiedlichen Programme. In Zeiten des bedeutenden Einflusses des Audience Flows auf die Gesamtnutzung eines Programms stützen diese starken Marken dann auch quotenmäßig schwächere Teile des eigenen Angebots.

Die Analysen auf Basis von Sparten, Genres und Hitlisten zeigen erneut – wie in den vergangenen Jahren – deutliche Unterschiede zwischen den angebotenen Inhalten der öffentlich-rechtlichen Programme und den privatrechtlichen. Nach wie vor existiert im Informationsbereich eine eindeutige Dominanz der öffentlich-rechtlichen Sendungen.

Systemunterschiede bleiben im inhaltlichen Angebot erhalten

Anmerkungen:

- 1) Vgl. dazu Gerhards, Maria/Walter Klingler: Sparten- und Formatrends im deutschen Fernsehen. Rückblick auf das Programmjahr 2009. In: Media Perspektiven 1/2011, S. 36-54.
- 2) Gemessen an Marktanteilen würde beispielsweise eine Sendung wie „Fastnacht in Franken“ im Bayerischen Fernsehen hoch in der Rankingliste stehen. 2010 kam die dreieinhalbstündige Livesendung in ihrem Sendegebiet auf einen Marktanteil von 47,4 Prozent. Die Sehbeteiligung erreichte in Bayern 2,33 Millionen, bundesweit waren es 3,98 Millionen.
- 3) Zu aktuellen Zuschauerzahlen vgl. Zubayr, Camille/Heinz Gerhard: Tendenzen im Zuschauerverhalten. Fernsehgewohnheiten und Fernsehreichweiten im Jahr 2010. In: Media Perspektiven 3/2011, S. 126-138. Zum Stellenwert des Fernsehens generell vgl. Eimeren, Birgit van/Christa Maria Ridder: Trends in der Nutzung und Bewertung von Medien 1970 bis 2010. Ergebnisse der ARD/ZDF Langzeitstudie Massenkommunikation. In: Media Perspektiven 1/2011, S. 2-15.
- 4) Vgl. ARD-Forschungsdienst: Die kommunikative Bedeutung von Marken. In: Media Perspektiven 6/2009, S. 325-330.
- 5) Vgl. zum Beispiel Krüger, Udo Michael: Profile und Funktionen deutscher Fernsehprogramme. Programmanalyse 2010 – Teil 1: Sparten und Formen. In: Media Perspektiven 4/2011, S. 204-224;

- ders.: Sendungsformen, Themen und Akteure im Nonfictionangebot von ARD, ZDF, RTL und Sat.1. Programmanalyse 2010 – Teil 2. In: Media Perspektiven 5/2011, S. 251–266.
- 6) Insgesamt umfasst die Aggregation von 20 Sendern ein Programmvolumen von täglich rund 28 000 Minuten bzw. deren Nutzung.
- 7) Bis 2008 konnte in den Überblicksartikeln immer auch die Netto Reichweite einer Programmsparte über alle Programme hinweg ausgewiesen werden. Das ist zur Zeit rechnerisch nicht mehr möglich. Zum Beispiel betrug 2008 die Tagesreichweite der Sparte Information/Infotainment 62 Prozent, Sonstiges 62 Prozent, Fiction 57 Prozent, Werbung 53 Prozent, Unterhaltung 41 Prozent und Sport 22 Prozent. Nach Veränderungen in der Auswertungssoftware ist dies seit 2009 leider nicht möglich.
- 8) Vgl. Feierabend, Sabine/Walter Klingler: Was Kinder sehen. Eine Analyse der Fernsehnutzung Drei- bis 13-jähriger 2010. In: Media Perspektiven 4/2011, S. 170–181.
- 9) Zur Vernetzung der Formate im deutschen Fernsehen mit dem Ausland (auch zu Markenstrategien) vgl. Hallenberger, Gerd: Fernsehformate und internationaler Formathandel. In: Hans-Bredow-Institut (Hrsg.): Internationales Handbuch Medien. Baden-Baden, 28. Auflage 2009, S. 155–165. Vgl. zum Thema auch Esser, Andrea: Formatiertes Fernsehen. Die Bedeutung von Formaten für Fernsehsender und Produktionsmärkte. In: Media Perspektiven 11/2010, S. 502–514.
- 10) Vgl. Zubayr, Camille/Stefan Geese: Die Fernsehsender im Qualitätsurteil des Publikums. Ergebnisse einer Repräsentativbefragung. In: Media Perspektiven 5/2011, S. 230–241; Reitze, Helmut/Christa-Maria Ridder (Hrsg.): Massenkommunikation VIII. Eine Langzeitstudie zur Mediennutzung und Medienbewertung 1964–2010. Baden-Baden 2011, S. 115ff. (Beurteilungen zur Informationskompetenz).
- 11) Zu den Inhalten der Nachrichtensendungen vgl. Krüger, Udo Michael: InfoMonitor 2010: Fernsehnachrichten bei ARD, ZDF, RTL und Sat.1. Themen, Ereignisse und Akteure. In: Media Perspektiven 2/2011, S. 91–114. Vgl. außerdem zu den einzelnen Sendeplätzen die Informationen auf den Websites der Sendungen bzw. Anbieter.
- 12) Vgl. Gerhard, Heinz/Bernhard Kessler/Claudia Gscheidle: Die Fußball-Weltmeisterschaft 2010 im Fernsehen. Daten zur Rezeption und Bewertung. In: Media Perspektiven 9/2010, S. 382–389.

