

Eine Analyse der Fernsehforschungsdaten 1997
von Zwölf- bis 19jährigen



Fernseh- und Videonutzung Jugendlicher

Von Maria Gerhards und Walter Klingler*

Jugendliche wachsen
mit elektronischen
Medien auf

In Deutschland lebten 1997 rund sechs Millionen zwölf- bis 19jährige Jugendliche, davon rund 2,9 Millionen Mädchen (47%) und 3,1 Millionen Jungen (53%). Etwa 4,4 Millionen Jugendliche (73%) lebten in den alten Bundesländern, 1,6 Millionen (27%) in den neuen. (1) Die heute zwölf bis 19 Jahre alten Personen wurden seit 1978 geboren und wuchsen deshalb bereits in einer Welt umfassender Haushaltsausstattung mit elektronischen Medien auf.

In der Regel waren für die heute Ältesten aus dieser Gruppe, die jetzt 18- bis 19jährigen, in den ersten Lebensjahren drei oder vier Fernsehprogramme öffentlich-rechtlicher Provenienz verfügbar, im Hörfunk entsprechend drei bis sechs ebenfalls öffentlich-rechtliche Programme, während private Angebote erst Mitte der 80er Jahre hinzukamen. Für die alten Bundesländer bedeutet dies, daß nur die Ältesten – und dies in zeitlich sehr begrenztem Umfang – alleine mit den öffentlich-rechtlichen Programmen aufwuchsen. In aller Regel ist davon auszugehen, daß der größere Teil der Kindheit und Jugend schon in die Zeit des dualen Rundfunksystems fiel, auch bei den Jugendlichen in den neuen Bundesländern.

Die folgende Analyse setzt die Altersgrenzen von Jugendlichen bei zwölf bis 19 Jahren, um verschiedenen Lebenskonstellationen (z.B. Leben in der

Familie der Eltern usw.) und Mediennutzungsgewohnheiten Rechnung zu tragen. Insbesondere durch die Einbeziehung der beiden jüngeren Altersjahrgänge, der Zwölf- und 13jährigen, sollen der Übergang von der Kindheit zur Jugend verdeutlicht und die heute rascheren Reifungsprozesse gerade in diesem Altersabschnitt berücksichtigt werden (vgl. den Beitrag von Sabine Feierabend und Walter Klingler in diesem Heft).

Entwicklung der Fernsehnutzung von Jugendlichen seit 1991

Jugendliche sind im Verhältnis zur Gesamtbevölkerung nach wie vor unterdurchschnittliche Fernsehnutzer. (2) 1991 sahen 68 Prozent aller Deutschen ab drei Jahren an einem Durchschnittstag fern, bei den Jugendlichen von zwölf bis 19 Jahren waren es nur 58 Prozent, die Sehdauerwerte (Basis: die gesamte Populationsgruppe, auch die nicht Fernsehenden) lagen im Vergleich bei 155 Minuten bzw. 91 Minuten. An diesen Relationen hat sich auch im Jahr 1997 kaum etwas verändert. 71 Prozent der Deutschen (im Vergleich zu 1991 + 3 Prozentpunkte) sahen in diesem Jahr an einem Durchschnittstag von Montag bis Sonntag zumindest kurz fern, bei den Jugendlichen waren es 59 Prozent (+ 1 Prozentpunkt). Die Sehdauer hat jedoch in den vergangenen sechs Jahren stark zugenommen und betrug 1997 in der Gesamtbevölkerung ab drei Jahre 183 Minuten (+ 28 Minuten), bei den Jugendlichen 111 Minuten (+ 20 Minuten). Die Zwölf- bis 19jährigen fanden sich nicht nur seltener als der Bevölkerungsdurchschnitt vor dem Fernsehgerät ein, sondern auch die Verweildauer (Basis: nur die an einem durchschnittlichen Tag mindestens eine Minute konsekutiv Fernsehenden) lag mit 187 Minuten bei den Jugendlichen deutlich tiefer als bei der Gesamtbevölkerung mit 258 Minuten (vgl. Tabelle 1).

Jugendliche sehen
seltener und weniger
fern als die Gesamt-
bevölkerung

① Fernsehnutzung Erwachsener und Jugendlicher 1991 bis 1997

Mo–So, 3.00–3.00 Uhr, BRD gesamt

	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997
Haushalte							
Tagesreichweite in %	87	87	88	88	88	88	88
Einschaltdauer in Min.	268	275	286	291	297	312	312
Zuschauer gesamt (ab 3. J.)							
Tagesreichweite in %	68	69	70	70	71	71	71
Sehdauer in Min.	155	158	166	167	175	183	183
Verweildauer in Min.	226	231	236	238	245	257	258
Erwachsene ab 14 Jahre							
Tagesreichweite in %	70	70	72	72	72	73	73
Sehdauer in Min.	163	168	176	178	186	195	196
Verweildauer in Min.	234	239	244	248	258	267	268
Jugendliche 12–19 Jahre							
Tagesreichweite in %	58	59	59	58	60	61	59
Sehdauer in Min.	91	99	100	101	109	114	111
Verweildauer in Min.	158	169	170	174	184	189	187

Quelle: GfK-Fernsehforschung, PC#TV.

* SWF-Medienforschung.

② **Fernsehnutzung Jugendlicher nach Geschlecht und Altersgruppen 1997**

Mo-So, 3.00-3.00 Uhr, BRD gesamt

	Jugendliche gesamt	Jungen	Mädchen	Jugendliche			
				12-13 J.	14-15 J.	16-17 J.	18-19 J.
Tagesreichweite in %	59	61	57	66	64	57	50
Sehdauer in Min.	111	116	105	118	119	107	97
Verweildauer in Min.	187	191	182	179	187	189	194

Quelle: GfK-Fernsehforschung, PC#TV.

Jugendliche Sehdauer liegt nach stetem Anstieg 1997 wieder etwas unter dem Wert des Vorjahres

Während die Seh- und Verweildauer in der Gesamtbevölkerung seit 1991 kontinuierlich angestiegen sind - nur die Sehdauer blieb von 1996 auf 1997 konstant -, wurde im Jahr 1996 bei den Jugendlichen ein bisheriger Spitzenwert in der Fernsehnutzung erreicht.

Fernsehnutzung der Jugendlichen 1997 nach Geschlecht und Alter

Männliche Jugendliche nutzen das Fernsehen intensiver

Männliche Heranwachsende verbringen mehr Zeit mit Fernsehen als Mädchen und junge Frauen. Im einzelnen bedeutet dies eine um 4 Prozentpunkte höhere Tagesreichweite (Jungen 61%, Mädchen 57%), eine um neun Minuten höhere Verweildauer (191 Minuten zu 182 Minuten) und eine in der Doppelwirkung beider Effekte um elf Minuten höhere Sehdauer (vgl. Tabelle 2).

Jüngere Jugendliche sehen öfter aber kürzer fern, ältere hingegen seltener aber länger

Vergleicht man die Fernsehnutzung einzelner Altersgruppen des Jahres 1997, so läßt sich - wie in den vergangenen Jahren - ein deutliches Gefälle feststellen, wobei aber Tagesreichweite und Verweildauer entgegengesetzt verlaufen. Die höchsten Tagesreichweiten erreichten Zwölf- bis 13jährige (66%) wie auch 14- bis 15jährige Jugendliche (64%), dagegen kamen 18- bis 19jährige nur auf 50 Prozent. Bei den Jugendlichen, die tatsächlich fernsahen, stieg die Verweildauer jedoch mit dem Alter deutlich an. Während Zwölf- bis 13jährige 179 Minuten pro Tag vor dem Bildschirm verbrachten, waren es bei den 18- bis 19jährigen 194 Minuten, also eine Viertelstunde täglich mehr. Jüngere Jugendliche sahen demnach häufiger aber kürzer fern, ältere Jugendliche dagegen seltener, aber dann länger.

Fernsehnutzung der Jugendlichen im Osten höher als im Westen

Nicht nur in der Gesamtbevölkerung, sondern auch bei den Jugendlichen ist die Fernsehnutzung im Osten Deutschlands höher als im Westen. Bezogen auf alle Zuschauer lag die Tagesreichweite 1997 im Osten (74%) um 3 Prozentpunkte über der im Westen (71%). Entsprechend lag die Sehdauer pro Tag in Ostdeutschland (203 Minuten) um 25 Minuten und die Verweildauer (275 Minuten) um 24 Minuten über der in Westdeutschland (vgl. Tabelle 3).

In bezug auf die Seh- und Verweildauer gelten diese Relationen im großen und ganzen auch für die Jugendlichen, während die Nettoreichweite - also der Anteil an Jugendlichen, die mindestens eine Minute fortlaufend am Tag fernsehen - fast iden-

tisch ist (BRD West: 59%, BRD Ost: 60%). Vergleicht man die verschiedenen Altersgruppen von Jugendlichen, ergibt sich ein differenziertes Bild. Zum einen fällt auf, daß es doch eine jugendliche Altersgruppe gibt, in der die Tagesreichweite im Osten deutlich über der im Westen liegt, nämlich die 16- bis 17jährigen (West: 56%, Ost: 60%). In dieser Altersgruppe sind auch - ähnlich wie bei den 14- bis 15jährigen - die Unterschiede in der Seh- und Verweildauer zwischen West und Ost besonders hoch: Wenn 16- bis 17jährige Jugendliche in Ostdeutschland fernsahen, verweilten sie im Laufe des Jahres 1997 rund 33 Minuten pro Tag länger vor dem Fernsehgerät als ihre Altersgenossen im Westen der Bundesrepublik. Wesentlich geringer war dieser Unterschied bei den Zwölf- bis 13jährigen (15 Minuten) wie auch bei den ältesten der hier betrachteten Jugendlichen, den 18- bis 19jährigen (17 Minuten).

③ **Fernsehnutzung Jugendlicher in West- und Ostdeutschland 1997**

Mo-So, 3.00-3.00 Uhr

	Tagesreichweite in %	Sehdauer in Min.	Verweildauer in Min.
Jugendliche 12-19 Jahre			
BRD gesamt	59	111	187
BRD West	59	106	180
BRD Ost	60	124	205
Jugendliche 12-13 Jahre			
BRD gesamt	66	118	179
BRD West	66	115	175
BRD Ost	65	125	190
Jugendliche 14-15 Jahre			
BRD gesamt	64	119	187
BRD West	64	113	178
BRD Ost	64	135	212
Jugendliche 16-17 Jahre			
BRD gesamt	57	107	189
BRD West	56	101	180
BRD Ost	60	128	213
Jugendliche 18-19 Jahre			
BRD gesamt	50	97	194
BRD West	50	94	190
BRD Ost	50	104	207
Zuschauer gesamt (ab 3 J.)			
BRD gesamt	71	183	256
BRD West	71	178	251
BRD Ost	74	203	275

Quelle: GfK-Fernsehforschung, PC#TV.

**Tagesreichweite
abhängig vom Alter
und außerhäuslichen
Freizeitaktivitäten**

Insgesamt wurden Jugendliche, gemessen an der Tagesreichweite, an allen Wochentagen fast in gleichem Umfang vom Fernsehen erreicht (59% bzw. 60%). Während jedoch die meisten Jungen sonntags das Fernsehgerät einschalteten (63%), sahen Mädchen von Montag bis Freitag etwas häufiger fern (58%) als am Wochenende. Je älter Jugendliche sind, desto weniger werden sie vom Fernsehen erreicht. Außerdem kristallisiert sich bei den 14- bis 17jährigen der Samstag als Tag mit der geringsten Erreichbarkeit durch das Fernsehen heraus, das heißt, die Jugendlichen gehen vermehrt anderen Tätigkeiten nach. Schließlich sahen nur weniger als die Hälfte der 18- bis 19jährigen von Montag bis Samstag fern, lediglich der Sonntagswert liegt etwas darüber (vgl. Tabelle 4).

**Am Wochenende
verweilen Jugend-
liche am längsten
vor dem Bildschirm**

In der Seh- und Verweildauer sind bei Jungen und Mädchen wie auch in den verschiedenen Altersgruppen ähnliche Nutzungsmuster vorzufinden: Während an normalen Werktagen (Montag bis Donnerstag) kürzer ferngesehen wurde, stieg der Fernsehkonsum bereits am Freitag deutlich an, um am Wochenende seinen Höhepunkt zu erreichen. Jungen sahen am Wochenende (samstags und sonntags je 226 Minuten) deutlich länger fern als Mädchen (208 bzw. 205 Minuten). In der Altersgruppe der

zwölf- bis 19jährigen Jugendlichen wurde an einem Samstag durchschnittlich 218 Minuten und an einem Sonntag 217 Minuten ferngesehen.

Vor allem für die jüngste Gruppe, die Zwölf- bis 13jährigen, ist der Samstag der herausragende Fernsehtag: Jugendliche dieses Alters verbrachten, wenn sie fernsahen, durchschnittlich 221 Minuten vor dem Gerät, sonntags immerhin noch 199 Minuten. Bei den 14- bis 15jährigen konnte sich der Samstag gerade noch gegenüber dem Sonntag als Spitzenfernsehtag behaupten (Verweildauer von 222 Minuten), hingegen sahen 16- bis 19jährige sonntags länger fern als samstags. Jugendliche im Alter von 18 bis 19 Jahren, die sich sonntags dem Fernsehen widmeten, investierten hierfür im Durchschnitt fast vier Stunden (234 Minuten) – die höchste Verweildauer aller hier untersuchten jungen Menschen.

Die Kernzeit der Fernsehnutzung im Tagesablauf liegt – teilt man zur Analyse den durchschnittlichen Sendetag (Montag bis Sonntag) in Drei-Stunden-Einheiten ein – bei Jugendlichen in der Zeit von 18.00 Uhr bis 21.00 Uhr. Zu dieser Abendzeit befanden sich pro durchschnittliche Minute 19 Prozent der Zwölf- bis 19jährigen vor dem Bildschirm (Bruttoreichweite), 40 Prozent aller Jugendlichen sahen an einem durchschnittlichen Wochentag (Montag bis Sonntag) in dieser Zeit zumindest kurz fern (Nettoreichweite). In diesem reichweitenstärksten Zeitfenster schalteten durchschnittlich 2,4 Millionen Jugendliche ein. Weitere Kernzeiten sind 21.00 Uhr bis 24.00 Uhr (14% Bruttoreichweite, 31% Nettoreichweite) und 15.00 Uhr bis 18.00 Uhr (11% bzw. 29%). Vergleicht man die Geschlechter miteinander, schauten Jungen im Durchschnitt auch noch später fern als Mädchen, während sich über den Tag hinweg die Nutzungsintensität kaum unterschied. Auch waren ältere Jugendliche im Vergleich zu jüngeren Altersgruppen zu später Stunde stärker vor dem Fernseher versammelt. Während man zum Beispiel in der Zeit von 0.00 Uhr bis 3.00 Uhr 3 Prozent der Zwölf- bis 13jährigen zumindest kurz vor dem Fernsehgerät antraf, waren es bei den 18- bis 19jährigen 9 Prozent (vgl. Tabelle 5).

**Kernzeit der
Fernsehnutzung liegt
zwischen 18.00 Uhr
und 21.00 Uhr**

④ Fernsehnutzung Jugendlicher an verschiedenen Wochentagen 1997

Mo-So, 3.00-3.00 Uhr, BRD gesamt

	Mo-So	Mo-Do	Fr	Sa	So
12-19 Jahre gesamt					
Tagesreichweite in %	59	59	60	59	60
Sehdauer in Min.	111	101	112	128	130
Verweildauer in Min.	187	171	187	218	217
12-19 Jahre Jungen					
Tagesreichweite in %	61	60	61	61	63
Sehdauer in Min.	116	104	116	139	142
Verweildauer in Min.	191	173	189	226	226
12-19 Jahre Mädchen					
Tagesreichweite in %	57	58	58	56	57
Sehdauer in Min.	105	98	107	116	117
Verweildauer in Min.	182	169	185	208	205
12-13 Jahre gesamt					
Tagesreichweite in %	66	66	67	66	65
Sehdauer in Min.	118	106	128	145	129
Verweildauer in Min.	179	161	191	221	199
14-15 Jahre gesamt					
Tagesreichweite in %	64	64	64	62	64
Sehdauer in Min.	119	109	122	138	141
Verweildauer in Min.	187	170	192	222	219
16-17 Jahre gesamt					
Tagesreichweite in %	57	57	57	56	58
Sehdauer in Min.	107	100	104	120	129
Verweildauer in Min.	189	176	181	214	221
18-19 Jahre gesamt					
Tagesreichweite in %	50	49	50	50	52
Sehdauer in Min.	97	90	90	106	121
Verweildauer in Min.	194	182	182	214	234

Quelle: GfK-Fernsehforschung, PC#TV.

Die Fernsehnutzungskurve im Tagesverlauf von Jugendlichen ähnelt vom Rhythmus her der Gesamtzuschauerschaft. Zu unterscheiden ist jedoch neben dem insgesamt geringeren Niveau die Plateauphase am Nachmittag, das heißt, Jugendliche schalten am frühen Nachmittag im Gegensatz zur Gesamtzuschauerschaft und vor allem zu älteren Zuschauern nicht gleichermaßen kontinuierlich in die Fernsehangebote ein. Das Fernsehnutzungsverhalten von Jugendlichen zeichnete sich 1997 durch einen ab 6.00 Uhr langsam ansteigenden Fernsehkonsum aus, der am Nachmittag zwischen 14.00 Uhr und 17.00 Uhr einen ersten Höhepunkt erfuhr. Die höchste Fernsehnutzung (Nettoreichweite von

**Fernsehnutzungs-
kurve bei Jugend-
lichen weist im
Tagesverlauf zwei
Gipfel auf**

⑤ **Fernsehnutzung Jugendlicher zu verschiedenen Tageszeiten 1997**

Mo-Sa, 3.00-3.00 Uhr, BRD gesamt

	Uhrzeit								
	3.00 - 6.00	6.00 - 9.00	9.00 - 12.00	12.00 - 15.00	15.00 - 18.00	18.00 - 21.00	21.00 - 0.00	0.00 - 3.00	3.00 - 3.00
12-19 Jahre gesamt									
Bruttoreichweite in %	1	2	4	9	11	19	14	2	8
Nettoreichweite in %	2	8	13	25	29	40	31	6	59
12-19 Jahre Jungen									
Bruttoreichweite in %	1	2	5	9	11	19	15	3	8
Nettoreichweite in %	2	9	14	25	30	40	33	8	61
12-19 Jahre Mädchen									
Bruttoreichweite in %	0	1	4	9	11	19	12	1	7
Nettoreichweite in %	1	6	12	24	29	40	29	4	57
12-13 Jahre gesamt									
Bruttoreichweite in %	0	2	5	9	12	22	13	1	8
Nettoreichweite in %	1	11	16	27	31	48	32	3	66
14-15 Jahre gesamt									
Bruttoreichweite in %	0	2	5	10	12	20	15	2	8
Nettoreichweite in %	1	9	15	28	31	44	35	5	64
16-17 Jahre gesamt									
Bruttoreichweite in %	1	1	4	9	11	17	14	3	7
Nettoreichweite in %	2	6	12	24	29	37	31	8	57
18-19 Jahre gesamt									
Bruttoreichweite in %	1	1	3	7	10	16	12	3	7
Nettoreichweite in %	3	5	10	19	26	32	27	9	50
Zuschauer gesamt¹⁾									
Bruttoreichweite in %	1	3	5	10	15	32	30	5	13
Nettoreichweite in %	3	9	15	23	32	55	54	15	71

Bruttoreichweite = Reichweite pro durchschnittlicher Minute in diesem Zeitraum.
 Nettoreichweite = Mindestens 1 Minute fortlaufend in diesem Zeitraum ferngesehen.
 1) Ab 3 Jahre.

Quelle: GfK-Fernsehforschung, PC#TV.

fast 25%) wurde von 20.00 Uhr bis 21.00 Uhr erreicht. Nach 21.30 Uhr traf man deutlich weniger Jugendliche vor dem Bildschirm an, bis es um ca. 0.00 Uhr unter 5 Prozent waren.

In der Regel lagen die Werte im Tagesablauf (Montag bis Sonntag) für die 12- bis 13jährigen und für die 14- bis 15jährigen höher als der Durchschnittsverlauf bei den Jugendlichen insgesamt, die der 18- bis 19jährigen teilweise deutlich darunter. Lediglich am frühen Morgen bei allerdings insgesamt sehr geringem Niveau und späten Abend ab ca. 22.00 Uhr bis 23.00 Uhr sahen ältere Jugendliche eher fern als jüngere (vgl. Abbildung 1).

Am Wochenende wird abends länger ferngesehen

Im Tagesverlauf zeigen sich erwartungsgemäß auch massive Unterschiede in der Wochentaganalyse. An einem normalen Werktag (Montag bis Donnerstag) wird im allgemeinen weniger ferngesehen als an einem durchschnittlichen Wochenendtag. Zudem

wird mit Wochenendbeginn am Freitag und Samstag abends deutlich länger ferngesehen. So waren im Laufe des Jahres 1997 beispielsweise am Samstagabend zwischen 22.30 Uhr und 24.00 Uhr noch ca. 10 Prozent aller 18- und 19jährigen vor dem Fernsehgerät anzutreffen.

Im Vergleich der Tagesabläufe für einen durchschnittlichen Wochentag (Montag bis Sonntag) wird deutlich, daß sich die Zwölf- bis 19jährigen in den neuen Bundesländern fast über den gesamten Tag stärker dem Fernsehen zuwendeten als in den alten Bundesländern. Lediglich am späten Abend etwa ab 22.45 Uhr bis morgens um 5.30 Uhr lag die Fernsehnutzung der Jugendlichen in Westdeutschland geringfügig höher als in Ostdeutschland (vgl. Abbildung 2).

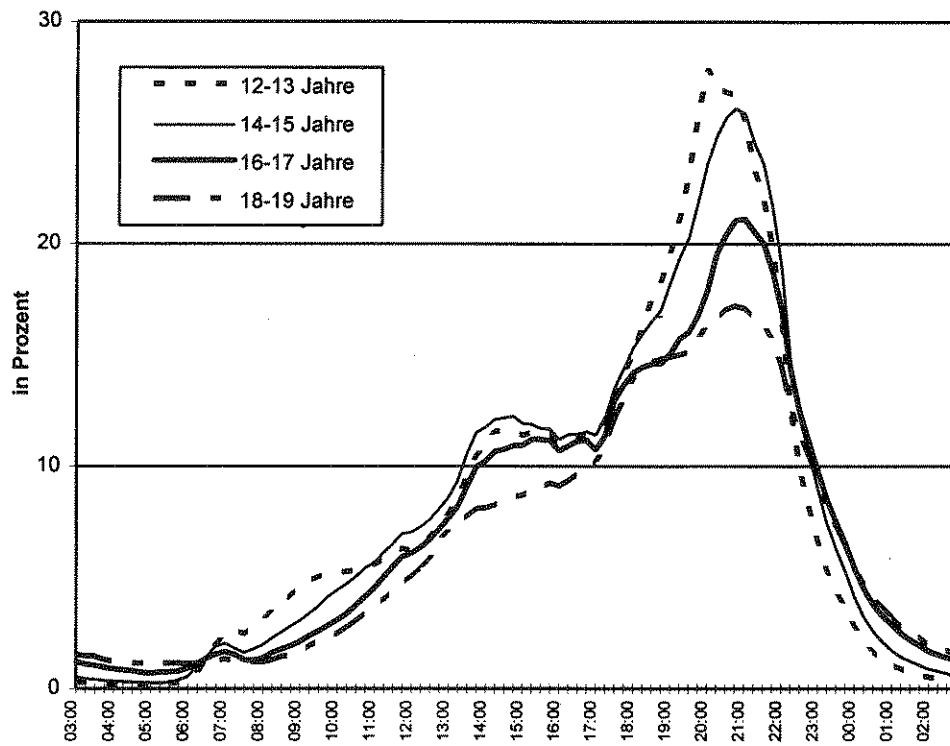
Verweildauer vor dem Fernsehgerät

Schlüsselt man die durchschnittliche tägliche Fernsehnutzung in Verweildauerintervalle auf, ergeben sich folgende Zuwendungszeiten der Jugendlichen vor dem Bildschirm. Die fernsehenden Personen an einem Tag als Basis umfaßten rund 3,6 Millionen Jugendliche im Alter von zwölf bis 19 Jahren, die pro Tag konsekutiv mindestens eine Minute fernge-

Höherer Fernsehkonsum in den neuen Bundesländern

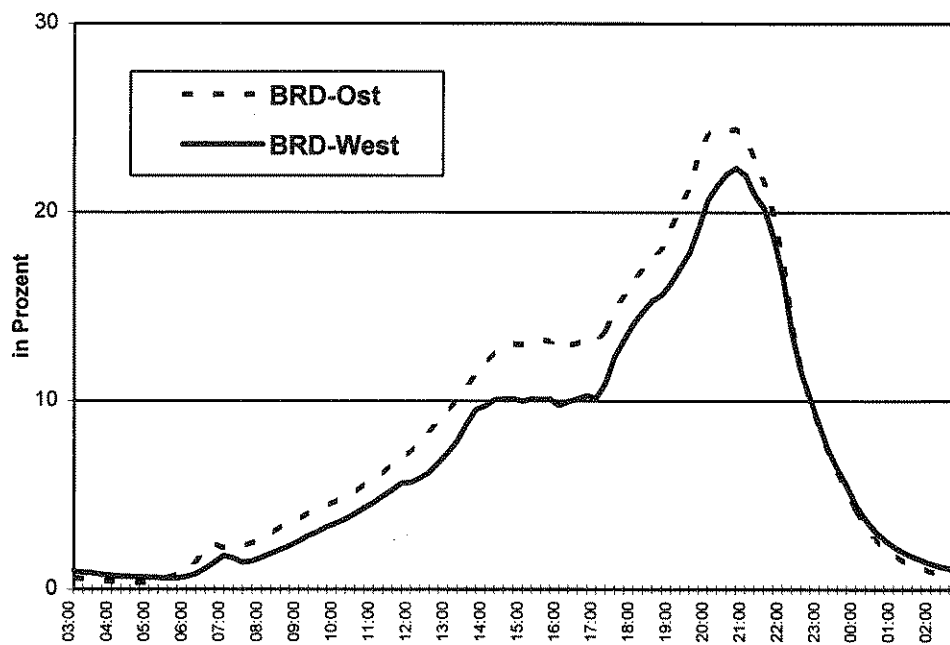
Jeder zehnte Jugendliche sieht täglich mehr als drei Stunden fern

**Abb.1 Fernsehnutzung von Jugendlichen im Tagesverlauf 1997
nach Altersgruppen
BRD gesamt**



Quelle: GfK-Fernsehforschung, PC#TV.

**Abb.2 Fernsehnutzung von Jugendlichen im Tagesverlauf 1997
in Ost- und Westdeutschland
12-19 Jahre**



Quelle: GfK-Fernsehforschung, PC#TV.

⑥ **Verweildauerintervalle Jugendlicher 1997**

Mo-So, 3.00-3.00 Uhr, BRD gesamt, in %

Ferngesehen	Jugendl. ges.	Jungen	Mädchen	Jugendliche ges.			
	12-19 J.	12-19 J.	12-19 J.	12-13 J.	14-15 J.	16-17 J.	18-19 J.
Basis: Alle Personen der Bevölkerungsgruppe							
1 Sek. bis 5 Min.	1,4	1,6	1,3	1,3	1,5	1,5	1,4
5 bis 15 Min.	3,5	3,9	3,1	3,3	3,6	3,6	3,5
15 bis 30 Min.	6,3	6,6	6,1	6,8	6,6	6,3	5,6
1/2 bis 1 Std.	12,7	12,8	12,5	14,9	13,4	12,1	10,1
1 bis 2 Std.	19,2	19,2	19,2	22,5	21,3	18,0	14,7
2 bis 3 Std.	9,2	9,5	9,0	10,1	10,3	8,7	7,7
3 bis 4 Std.	3,8	4,0	3,5	4,0	4,1	3,6	3,4
4 bis 5 Std.	1,6	1,7	1,5	1,5	1,7	1,6	1,7
5 Std. und mehr	0,7	0,8	0,6	0,7	0,6	0,7	0,7
Gesamt ¹⁾	59	61	57	66	64	57	50
Basis: Fernsehende Personen							
1 Sek. bis 5 Min.	2,4	2,6	2,3	2,0	2,4	2,6	2,9
5 bis 15 Min.	6,0	6,4	5,5	5,1	5,7	6,3	7,3
15 bis 30 Min.	10,8	10,9	10,7	10,4	10,4	11,3	11,6
1/2 bis 1 Std.	21,6	21,3	22,0	22,8	21,3	21,5	20,6
1 bis 2 Std.	32,9	32,0	33,8	14,5	33,7	32,1	30,1
2 bis 3 Std.	15,8	15,8	15,9	15,6	16,3	15,5	15,7
3 bis 4 Std.	6,5	6,7	6,2	6,2	6,5	6,5	6,9
4 bis 5 Std.	2,8	2,9	2,6	2,4	2,7	2,8	3,4
5 Std. und mehr	1,2	1,3	1,0	1,0	1,0	1,3	1,5
Ø Verweildauer in Min.	187	191	182	179	187	189	194

1) Rundungsdifferenzen möglich.

Quelle: GfK-Fernsehforschung, PC#TV.

sehen haben. Die durchschnittliche Verweildauer betrug 187 Minuten, also über drei Stunden. Weniger als fünf Minuten haben nur 2 Prozent der Jugendlichen (86 000 Personen) ferngesehen, während sich dieser Beschäftigung 17 Prozent (605 000) zwischen fünf und 30 Minuten widmeten. Einen durchschnittlichen täglichen Fernsehkonsum von einer halben bis zu einer Stunde verzeichneten 22 Prozent der Jugendlichen (778 000). Ein Drittel (33%) und somit die meisten fernsehenden Jugendlichen verbrachten zwischen einer und zwei Stunden vor dem Fernsehgerät. Immerhin 16 Prozent der jungen Leute verfolgte das Fernsehgeschehen zwei bis drei Stunden am Tag. Jeder zehnte Jugendliche (378 000) gehörte mit einem Fernsehkonsum von über drei Stunden tagesbezogen zu den ausgesprochenen Vielsehern, wobei die Jungen um einen Prozentpunkt stärker vertreten waren als die Mädchen (vgl. Tabelle 6).

Fernsehnutzung im Jahresverlauf

Darstellungen, die das gesamte Jahr, Wochentage usw. beleuchten, können grundlegende Strukturen deutlich machen. Sie sind aber mindestens an einem Punkt - wenn es um Zuwendungsmuster

zum Medium Fernsehen insgesamt geht - durch jahreszeitliche Effekte zu ergänzen. Bei derartigen Vergleichen ist allerdings zu berücksichtigen, daß die Schulfertien der einzelnen Bundesländer in den Monaten Juni, Juli, August und zum Teil bis in den September hinein Auswirkungen auf die heimische Fernsehnutzung haben. Trotzdem sprechen diese Zahlen beispielsweise schon im Mai für massive jahreszeitliche Effekte.

Insgesamt schwankte die Tagesreichweite des Mediums Fernsehen bei den Jugendlichen (Montag bis Sonntag) zwischen 55 Prozent im Juli/August und 63 Prozent im November/Dezember 1997. Ähnlich groß waren die jahreszeitlichen Schwankungsbreiten, wenn man sich die einzelnen Wochenabschnitte - also Montag bis Donnerstag, Freitag, Samstag und Sonntag - anschaut.

Die Verweildauerwerte signalisieren ebenfalls Unterschiede im Jahresverlauf. Die höchste Verweildauer bei Jugendlichen wurde in den Wintermonaten Januar/Februar (200 Minuten) und November/Dezember (194 Minuten) erreicht, während im Mai/Juni (174 Minuten) und September/Okttober (179 Minuten) am wenigsten ferngesehen wurde. Zwar waren in den Sommermonaten Juli/August mit 53 Prozent deutlich weniger Jugendliche vor dem Fernsehgerät anzutreffen als im Winter (62 bis 63 Prozent), aber wenn im Juli/August ferngesehen wurde, dann immerhin 188 Minuten am Tag. Dies

Tagesreichweite jahreszeitlich beeinflusst

Jugendliche verweilen im Winter länger vor dem Fernsehgerät

⑦ **Fernsehnutzung Jugendlicher im Jahresverlauf 1997**

Mo-So, 3.00-3.00 Uhr, BRD gesamt

	Januar/ Februar	März/ April	Mai/ Juni	Juli/ August	September/ Oktober	November/ Dezember
Mo-So						
Sehdauer in Min. ¹⁾	123	110	101	99	108	122
Tagesreichweite in % ²⁾	62	60	58	53	61	63
Verweildauer in Min. ³⁾	200	185	174	188	179	194
Mo-Do						
Sehdauer in Min.	111	99	96	95	96	110
Tagesreichweite in %	61	59	53	53	60	62
Verweildauer in Min.	181	167	164	179	161	176
Fr						
Sehdauer in Min.	124	115	99	100	113	120
Tagesreichweite in %	62	60	58	53	61	64
Verweildauer in Min.	200	191	170	188	184	188
Sa						
Sehdauer in Min.	149	128	109	102	133	148
Tagesreichweite in %	62	60	55	51	62	63
Verweildauer in Min.	243	214	197	200	216	235
So						
Sehdauer in Min.	147	131	115	111	133	145
Tagesreichweite in %	62	61	58	53	62	64
Verweildauer in Min.	257	215	198	212	214	225

1) Basis: Alle Jugendlichen von 12 bis 19 Jahren.

2) Mindestens 1 Minute fortlaufend an einem durchschnittlichen Tag ferngesehen.

3) Basis: Nur diejenigen Jugendlichen von 12 bis 19 Jahren, die an einem durchschnittlichen Tag ferngesehen haben.

Quelle: GfK-Fernsehforschung, PC#TV.

dürfte trotz der warmen Witterung und dem länger andauernden Tageslicht, was in der Regel außerhäusliche Aktivitäten unterstützt, vor allem mit den zu dieser Zeit andauernden Schulferien zusammenhängen (vgl. Tabelle 7).

**Spitzenwerte der
Fernsehnutzung
werden an Winter-
feiertagen erreicht**

Betrachtet man die Fernsehnutzung von Jugendlichen an ausgewählten Feiertagen im Jahr 1997, so ist eine überdurchschnittliche Tagesreichweite lediglich am ersten Weihnachtsfeiertag (64% gegenüber 59% im Jahresdurchschnitt) festzustellen. Deutlich unter dem Durchschnitt lag dagegen mit einer

Nettoreichweite von 53 Prozent der Ostermontag. Neben den bereits oben beschriebenen Jahreszeiteffekten dürften hier auch die Wetterbedingungen am jeweiligen Feiertag eine Rolle gespielt haben.

Die Verweildauer von Jugendlichen ist vor allem an den Feiertagen in den Wintermonaten beträchtlich. Während fernsehende Zwölf- bis 19jährige im Jahr 1997 pro Tag durchschnittlich 187 Minuten vor dem Fernsehgerät verbrachten, betrug die Verweildauer am ersten Weihnachtsfeiertag 231 Minuten und am zweiten Weihnachtsfeiertag 241 Minuten, also rund vier Stunden, sowie am Neujahrstag fast viereinhalb Stunden (265 Minuten) (vgl. Tabelle 8).

⑧ **Fernsehnutzung Jugendlicher an ausgewählten Feiertagen 1997**

Mo-So, 3.00-3.00 Uhr, BRD gesamt

	Jugendliche Tagesreichweite in % ¹⁾	Sehdauer in Min. ²⁾	Verweildauer in Min. ³⁾
Neujahr (1. Januar)	59	157	265
Ostermontag (31. März)	53	103	193
Tag der Arbeit (1. Mai)	58	116	200
Weihnachten (25. Dezember)	64	147	231
Weihnachten (26. Dezember)	59	143	241
Jahresdurchschnitt	59	111	187

1) Basis: Alle Jugendlichen von 12 bis 19 Jahren.

2) Mindestens 1 Minute fortlaufend an einem durchschnittlichen Tag ferngesehen.

3) Basis: Nur diejenigen Jugendlichen von 12 bis 19 Jahren, die an einem durchschnittlichen Tag ferngesehen haben.

Quelle: GfK-Fernsehforschung, PC#TV.

9 Marktanteile der Fernsehprogramme bei Jugendlichen 1996 und 1997

Mo-So, 3.00-3.00 Uhr, BRD gesamt, in %

Programm	Jugendliche 12-19 Jahre		Jungen 12-19 Jahre		Mädchen 12-19 Jahre		Jugendliche 12-13 Jahre		14-15 Jahre		16-17 Jahre		18-19 Jahre	
	1996	1997	1996	1997	1996	1997	1996	1997	1996	1997	1996	1997	1996	1997
ARD	8,6	8,0	7,8	7,0	9,5	9,2	8,5	7,8	8,5	7,7	8,2	7,9	9,8	8,8
ZDF	6,7	5,4	6,5	5,3	6,9	5,6	6,7	5,5	6,7	5,2	6,3	5,4	7,2	5,5
ARD 3	5,0	5,3	5,0	5,2	4,9	5,3	4,2	4,5	5,4	5,5	5,0	5,8	5,4	5,4
3sat	0,6	0,5	0,7	0,5	0,5	0,5	0,5	0,4	0,7	0,5	0,7	0,6	0,8	0,7
RTL	19,6	18,8	17,9	17,4	21,7	20,5	19,5	19,1	18,8	18,6	20,1	18,4	20,5	19,1
RTL 2	7,9	7,8	7,3	6,9	8,5	8,9	9,5	8,2	8,3	8,7	7,3	7,2	5,8	6,7
Super RTL	3,2	3,6	4,1	4,3	2,1	2,6	5,3	5,9	3,2	3,4	2,2	2,3	1,6	2,2
SAT.1	12,4	11,0	12,8	10,7	11,9	11,3	11,6	9,6	11,9	10,2	12,9	12,2	13,6	12,4
PRO SIEBEN	17,9	20,3	18,8	22,9	16,9	17,0	19,0	19,8	18,0	20,2	17,9	20,9	16,6	20,2
VOX	2,7	3,1	2,9	3,0	2,4	3,2	2,4	2,6	2,5	2,9	2,7	3,3	3,2	3,7
Kabel 1	3,5	3,1	3,5	3,0	3,5	3,2	4,1	3,0	3,7	3,3	3,2	3,1	2,9	2,7
Gesamt	88,2	86,7	87,5	86,3	89,0	87,2	91,0	86,4	87,4	86,1	86,5	87,1	87,4	87,4
Sonstige	11,8	13,3	12,5	13,7	11,0	12,8	9,0	13,6	12,6	13,9	13,5	12,9	12,6	12,6

Rundungsdifferenzen sind möglich.

Quelle: GfK-Fernsehforschung, PC#TV.

**RTL gab erstmals
Marktführerschaft an
PRO SIEBEN ab**

Marktanteile im Jahr 1997

Um die 111 Sehdauerminuten der Jugendlichen an einem durchschnittlichen Wochentag (Montag bis Sonntag, 3.00 bis 3.00 Uhr) bemühten sich 1997 in einem Haushalt in der Bundesrepublik durchschnittlich rund 30 Fernsehprogramme. Den höchsten Marktanteil erzielte dabei 1997 PRO SIEBEN mit 20,3 Prozent (im Vergleich zu 1996 + 2,4 Prozentpunkte), gefolgt von RTL mit 18,8 Prozent (- 0,8 Prozentpunkte), SAT.1 mit 11,0 Prozent (- 1,4 Prozentpunkte), dem Ersten Programm der ARD mit 8,0 Prozent (- 0,6 Prozentpunkte) und RTL 2 mit 7,8 Prozent (- 0,1 Prozentpunkte). Auf den weiteren Plätzen folgten das ZDF mit 5,4 Prozent (- 1,3 Prozentpunkte) und die Summe aller Dritten Programme mit 5,3 Prozent (+ 0,3 Prozentpunkte) (vgl. Tabelle 9). RTL hat im Jahr 1997 erstmals und über alle Altersgruppen der Jugendlichen hinweg seine Spitzenposition eingebüßt.

Bei den Mädchen erfreute sich RTL (20,5%) - trotz geringer Verluste (- 1,2 Prozentpunkte) - höherer Beliebtheit als PRO SIEBEN (17,0%), ein Erfolg, der nicht zuletzt auf bestimmte Serien zurückzuführen ist. Bei den Jungen lag PRO SIEBEN (22,9%) mit deutlichem Vorsprung vor RTL (17,4%) auf Platz eins. Platz drei nahm bei Mädchen und Jungen SAT.1 ein. Diese Gewichtung zwischen den Geschlechtern ist auch in den einzelnen Altersgruppen zu erkennen.

Die Hitliste von Jugendlichen 1997

**„Wetten, daß ...?“,
Spielfilme und Sport
sind sehr gefragt**

An der Spitze der Liste der 30 Sendungen mit der höchsten Zahl jugendlicher Zuschauer stand 1997 die „Wetten, daß ...?“-Sendung (ZDF) vom 13. Dezember 1997. (3) Der Marktanteil bei den Zwölf- bis 19jährigen lag bei 66 Prozent, in absoluten Zah-

len waren dies 1,11 Millionen Jugendliche. An zweiter Stelle folgten die Spielfilme „Forrest Gump“ mit 1,05 Millionen zwölf- bis 19jährigen Zuschauern (61% Marktanteil) und „Speed“ mit 1,03 Millionen und 63 Prozent (PRO SIEBEN). Unter den ersten zehn Plätzen befanden sich zweimal „Wetten, daß ...?“-Sendungen, fünf Spielfilme und drei Sportereignisse. Ähnlich stellte sich die Situation auf den folgenden Plätzen dar, wobei sich die Serie „Gute Zeiten, schlechte Zeiten“ (RTL) ab Platz 14 mehrmals plazieren konnte. Vergleicht man die Hitliste der Zwölf- bis 19jährigen mit dem jeweiligen Zuwendungsgrad der Zuschauer ab drei Jahre insgesamt, so treffen hohe Marktanteilswerte bei „Wetten, daß ...?“ und den Sportereignissen zusammen, ein Indiz für absolute Publikumsmagnete (vgl. Tabelle 10).

Spartennutzung von Jugendlichen 1997

In der Gunst am höchsten stehen bei Jugendlichen Spielfilme, Serien, (große) Unterhaltungssendungen und Sportübertragungen. Der Spielfilm mit der höchsten absoluten Sehbeteiligung von Jugendlichen im Alter von zwölf bis 19 Jahren war im Jahr 1997 - wie bereits erwähnt - „Forrest Gump“ (PRO SIEBEN) mit 1,05 Millionen Zuschauern in dieser Gruppe. Der actionorientierte Thriller „Speed“ (PRO SIEBEN) folgte knapp dahinter auf Platz zwei, vor „Jurassic Park“ (PRO SIEBEN), „Richie Rich“ (RTL) und „Sister Act 2“ (ARD). Männliche Jugendliche präferierten stärker Action, Abenteuer und Science fiction, während Mädchen eher Spielfilme mit unterhaltend-familiärem Charakter anschauten.

Im Segment der Serien dominierte 1997 - gemessen an den höchsten Reichweiten - „Gute Zeiten - Schlechte Zeiten“ von RTL. Diese Serie besetzte alle fünf Spitzenplätze und erreichte 680 000 bis 740 000 Zuschauer von zwölf bis 19 Jahren. Differenziert man jedoch nach männlichen und weiblichen

**„Forrest Gump“
bei Jugendlichen
Publikumsmagnet**

**Männliche und
weibliche Jugend-
liche präferieren
unterschiedliche
Serien**

⑩ Die 30 meistgesehenen Sendungen Jugendlicher 1997

Platz	Programm	Titel der Sendung	Datum	Beginn	Dauer in Std.Min.	12 - 19 Jahre		Zuschauer gesamt	
						in Mio	MA in %	in Mio	MA in %
1	ARD	Wetten, daß ...?	Sa 13.12.	20.16	2:44	1,11	65,6	16,45	51,7
2	PRO 7	Forrest Gump	Sa 1.11.	20.14	2:09	1,05	60,5	8,39	27,5
3	PRO 7	Speed	Sa 27.9.	20.15	1:46	1,03	62,5	7,60	26,1
4	RTL	Formel I - Europa, Das Rennen	So 26.10.	13.55	1:28	1,01	64,0	15,41	68,0
5	ZDF	Wetten, daß ...	Sa 8.11.	20.16	2:19	1,00	53,1	15,43	47,6
6	PRO 7	Jurassic Park	So 12.1.	19.30	2:11	0,92	53,3	9,87	26,8
7	RTL	Richie Rich	So 5.10.	20.14	1:29	0,92	53,1	6,42	18,8
8	ARD	Sister Act 2 - In göttlicher Mission	Mi 1.1.	20.16	1:39	0,91	46,3	9,24	24,1
9	RTL	Anpfliff extra: C.L. Finale: 2. HZ Dortmund - Turin	Mi 28.5.	21.33	0:51	0,86	60,3	16,82	56,2
10	RTL	Formel I - Europa, Die Sieger	So 26.10.	15.45	0:09	0,80	58,1	12,74	57,7
11	ARD	Cool runnings - Dabeisein ist alles	So 30.3.	20.17	1:32	0,79	46,8	5,87	19,6
12	PRO 7	Taschengeld	Sa 4.10.	20.15	1:40	0,78	58,8	5,37	18,9
13	ZDF	Wetten, daß ...	Sa 18.1.	20.16	2:37	0,75	44,4	15,60	46,6
14	RTL	Gute Zeiten, schlechte Zeiten	Do 18.12.	19.38	0:25	0,74	44,1	5,76	20,1
15	RTL	Anpfliff extra: C.L. Finale: 1. HZ Dortmund - Turin	Mi 28.5.	20.24	0:54	0,72	50,6	13,81	47,1
16	RTL	Stargate	So 26.10.	20.15	1:50	0,72	44,3	8,60	25,5
17	RTL	Junior	So 14.9.	20.14	1:40	0,72	42,9	5,93	17,8
18	RTL	Gute Zeiten, schlechte Zeiten	Mi 19.11.	19.38	0:24	0,72	46,0	5,58	19,7
19	PRO 7	Kevin - allein in New York	Sa 6.12.	20.15	1:50	0,71	45,2	4,99	15,8
20	RTL	Dennis	So 19.1.	20.14	1:30	0,71	45,5	6,04	17,0
21	RTL	Stirb langsam: Jetzt erst recht	So 28.12.	22.04	1:56	0,71	61,1	8,00	35,4
22	RTL	Eine Familie names Beethoven	So 5.1.	20.14	1:20	0,71	38,5	7,80	20,7
23	RTL	Gute Zeiten, schlechte Zeiten	Do 13.11.	19.38	0:25	0,70	43,8	5,59	19,5
24	SAT.1	Live-ran I. Mailand - FC Schalke	Mi 21.5.	20.40	1:39	0,70	53,1	13,69	47,8
25	RTL	Hilfe, es weihnachtet sehr	So 30.11.	20.15	1:30	0,70	40,8	6,62	18,3
26	ZDF	Wetten, daß ...?	Sa 22.2.	20.16	0:25	0,69	41,8	15,13	47,5
27	PRO 7	Die Abenteuer des Odysseus - Schlacht der Titanen	Fr 14.11.	20.15	0:16	0,69	44,8	6,36	20,5
28	PRO 7	Die Addams Family in verrückter Tradition	Fr 31.10.	20.15	1:31	0,69	43,0	3,92	12,8
29	RTL	Gute Zeiten, schlechte Zeiten	Mi 12.2.	19.38	0:25	0,68	43,9	5,95	20,4
30	RTL	Die Flintstones	Do 1.5.	20.14	1:23	0,68	43,3	6,82	22,0

Quelle: GfK-Fernsehforschung, PC#TV.

Jugendlichen, wird deutlich, daß „Gute Zeiten - Schlechte Zeiten“ zwar die Hitliste der jungen Frauen dominierte, aber nicht unter den ersten fünf Spitzenplätzen bei den jungen Männern auftauchte. Vier der fünf ersten Plätze nahm bei den männlichen Jugendlichen „Akte X - Die unheimlichen Fälle des FBI“ (PRO SIEBEN) ein. Auf den dritten Platz kam hier „Eine schrecklich nette Familie“ (PRO SIEBEN). Entsprechend große Unterschiede waren auch zwischen jüngeren und älteren Jugendlichen zu beobachten. Bei den Zwölf- bis 13jährigen befanden sich in der Hitliste der Serienfolgen 1997 auf den ersten fünf Plätzen ausschließlich Sendungen der Serie „Gute Zeiten - Schlechte Zeiten“. 18- bis 19jährige präferierten dagegen „Akte X“ (Platz 1 und 2), „Eine schrecklich nette Familie“ (Platz 3 und 4) sowie „Verbotene Liebe“ (ARD, Platz 5).

Außer „Wetten, daß ...?“ keine einheitliche Präferenz der Jugendlichen bei Shows

Bei den Unterhaltungsshow wird - klammert man einmal die über alle Gruppen hinweg mit Abstand erfolgreichste Ausgabe von „Wetten, daß ...?“ am 13. Dezember 1997 aus - die Bevorzugung unterschiedlicher Angebote zwischen den Geschlechtern und in den einzelnen Jahrgängen deutlich. Die auf

Rang zwei bis fünf platzierten Unterhaltungsshow lauten für die Zwölf- bis 19jährigen „Gottschalks Weihnachts-Party“ (SAT.1), „Geld oder Liebe“ (ARD), „1997 - das Quiz“ (RTL) und „RTL Samstag Nacht“ (RTL). Die weiblichen Jugendlichen bevorzugten allerdings im Unterschied zu den Jungen die Formate „Geld oder Liebe“ (ARD), „Mini-Playback-Show“ (RTL) oder auch „Nur die Liebe zählt“ (SAT.1). Die älteren Jugendlichen unterschieden sich wiederum von den Zwölf- bis 19jährigen durch die Präferenz der „Knoff-Hoff-Show“ (ZDF) und einer Ausgabe von „Pleiten, Pech und Pannen“ (ARD).

Videonutzung Jugendlicher

Von den rund sechs Millionen Jugendlichen in der Bundesrepublik verfügen rund 80 Prozent zu Hause über einen Videorecorder. Mit diesen Geräten werden sowohl gekaufte bzw. entliehene Videocassetten als auch Mitschnitte von Fernsehsendungen angesehen. Die folgenden Ausführungen beziehen sich

Spielfilme und Musikkonzerte werden auf Video aufgezeichnet

ausschließlich auf die in GfK-Haushalten ausgezeichneten und von Zwölf- bis 19jährigen angesehenen Video-Mitschnitte.

In der Hitliste der von Jugendlichen per Video gesehene Sendungen (4) befinden sich zum einen beliebte Titel, die auch in der Fernsehnutzung auf den vorderen Plätzen lagen, wie etwa „Sister Act 2 – In göttlicher Mission“ (ARD) mit 190 000 Mitschnitten oder „Forrest Gump“ (PRO SIEBEN, 180 000), „Jurassic Park“ (PRO SIEBEN, 160 000) und „Robin Hood – Helden in Strumpfhosen“ (RTL, 160 000). Zum anderen wurden aber auch Sendungen aufgezeichnet, die sich auf einem späten Sendepplatz befanden. So führt die Hitliste der 1997 von Zwölf- bis 19jährigen aufgezeichneten Sendungen ein um Mitternacht ausgestrahlter Konzertmitschnitt in Südwest 3 mit 350 000 (meist männlichen) Zuschauern an. 95 Prozent der Jugendlichen, die diese Sendung überhaupt sahen, nutzten hierfür den Videorecorder. Der Anteil der Videonutzung an der Gesamtnutzung lag bei den anderen genannten Spitzenreitern dagegen nur bei 10 bis 20 Prozent (vgl. Tabelle 11).

Auch bei der Videonutzung werden die aus der Fernsehnutzung bekannten Unterschiede zwischen männlichen und weiblichen Jugendlichen sichtbar. Während bei den Jungen das Konzert von „Metallica“ (bei den Mädchen nicht unter den ersten 30) vor „Die Flintstones“ (nicht unter den ersten 30), „Stargate“ (nicht unter den ersten 30), „Police Academy I – Dämmer als die Polizei erlaubt“ (nicht unter den ersten 30) und „Forrest Gump“ (Platz 4) die Hitliste anführt, sahen sich Mädchen auf Video vor allem „Sister Act 2“ (bei den männlichen Jugendlichen auf Platz 20), „Robin Hood“ (Platz 28), „Interview mit einem Vampir“ (nicht unter den ersten 30), „Forrest Gump“ (Platz 5) und „Jurassic Park“ (Platz 15) an.

Zwischen den Zwölf- bis 13jährigen und den 18- bis 19jährigen ergeben sich im Vergleich der über Video gesehene Sendungen gemessen an den fünf Spitzenplätzen wie auch in der weiteren Reihenfolge keine bzw. nur geringe Überschneidungen. Die Videonutzung entspricht also auch differenziert nach dem Alter weitgehend der Fernsehnutzung. Zusammenfassend läßt sich somit festhalten, daß es

Unterschiedliche Videonutzung bei männlichen und weiblichen Jugendlichen

Vorlieben bei Videoaufzeichnungen und bei Fernsehnutzung innerhalb der Altersgruppen weitgehend identisch

⑪ Die 30 am häufigsten von Jugendlichen auf Video angesehenen Fernsehsendungen 1997

Platz	Programm	Titel der Sendung	Tag	Datum	Beginn	Dauer in Std.:Min.	Video-Wiedergabe in Mio	Direkte Fernsehnutzung in Mio
1	SW3	Metallica	Sa	23.8.	0.05	1:35	0,35	0,36
2	ARD	Sister Act 2 – In göttlicher Mission	Mi	1.1.	20.16	1:59	0,19	1,10
3	PRO 7	Forrest Gump	Sa	1.11.	20.14	2:09	0,18	1,23
4	PRO 7	Jurassic Park	So	12.1.	19.30	2:11	0,16	1,08
5	RTL	Robin Hood – Helden in Strumpfhosen	So	21.9.	20.15	1:35	0,16	0,79
6	RTL	Die Flintstones	Do	1.5.	20.14	1:23	0,15	0,83
7	PRO 7	Speed	Sa	27.9.	20.15	1:46	0,14	1,17
8	RTL	Eine Familie namens Beethoven	So	5.1.	20.14	1:20	0,13	0,84
9	RTL	Richie Rich	So	5.10.	20.14	1:29	0,13	1,05
10	PRO 7	Werner – Beinhart	Mo	10.3.	20.15	1:32	0,13	0,72
11	ARD	Cool runnings – Dabeisein ist alles	So	30.3.	20.17	1:32	0,12	0,91
12	PRO 7	Schindlers Liste	Fr	28.3.	20.15	3:07	0,12	0,69
13	RTL	Outbreak: Lautlose Killer	Do	25.12.	20.14	2:00	0,12	0,60
14	RTL	Interview mit einem Vampir	Fr	31.10.	22.18	1:53	0,12	0,46
15	PRO 7	In einem Land vor unserer Zeit	Fr	12.12.	20.15	1:09	0,11	0,67
16	RTL	Stargate	So	26.10.	20.15	1:50	0,11	0,83
17	PRO 7	Top Gun – Sie fürchten weder Tod noch Teufel	Fr	14.2.	22.21	1:40	0,10	0,43
18	RTL	Stirb langsam: Jetzt erst recht	So	28.12.	22.04	1:56	0,10	0,81
19	RTL 2	Die Maske	Fr	3.10.	19.30	1:30	0,10	0,75
20	SAT1	Michael Jackson in Ghosts	Sa	16.8.	23.00	0:39	0,10	0,34
21	Nickelodeon	The one (Folge 25)	Sa	22.11.	12.00	0:05	0,09	0,10
22	PRO 7	Hot Shots – Die Mutter aller Filme	Sa	6.9.	20.16	1:22	0,09	0,49
23	PRO 7	Police Academy I – Dämmer als die Polizei erlaubt	Di	18.3.	20.15	1:28	0,08	0,53
24	RTL	Police Academy 7	So	23.3.	20.14	1:18	0,08	0,74
25	RTL 2	Bravo Super Show '97	So	23.2.	15.58	1:40	0,08	0,57
26	RTL	Judge Dredd	Fr	26.12.	22.56	1:27	0,08	0,45
27	PRO 7	Wayne's World 2	So	9.2.	20.15	1:25	0,08	0,57
28	RTL	Asteroid – Tod aus dem All	So	16.11.	20.14	1:25	0,08	0,57
29	PRO 7	Dumm und Dümmer	Do	25.12.	20.15	1:56	0,07	0,74
30	PRO 7	In einem Land vor unserer Zeit	Fr	19.12.	20.15	1:07	0,07	0,68

Quelle: GfK-Fernsehforschung, PC#TV.

sich bei der Videorecordernutzung von Jugendlichen weitestgehend um zeitversetztes Fernsehen bei identischen inhaltlichen Präferenzen und Erwartungen handelt. Aufgezeichnet werden bevorzugt Sendungen, die um 20.15 Uhr beginnen, ab und zu aber auch solche, die zu später Stunde ausgestrahlt werden.

Fazit

Mit einer Tagesreichweite von 59 Prozent, einem Sehdauerwert von 111 Minuten und einer Verweildauer von 187 Minuten ist das Medium Fernsehen für Zwölf- bis 19jährige Alltag, aber verglichen mit anderen Bevölkerungsgruppen oder mit dem Bevölkerungsdurchschnitt generell zeitlich weniger dominant. Die Zuwendungszeit ist wie in anderen Zielgruppen in den letzten Jahren gestiegen, bei innerhalb der Gruppe gleichbleibenden Verteilungsstrukturen. In den neuen Bundesländern wurde auch 1997 mehr gesehen als in den alten, von Jungen mehr als von Mädchen, von Jungen gemessen an der Tagesreichweite häufiger, von den älteren Jugendlichen gemessen an der Verweildauer deutlich länger. Insgesamt zeigt die geringere Erreichbarkeit durch das Fernsehen bei den älteren Jugendlichen, also bei den 18- bis 19jährigen, wie eng die Verzahnung des Mediums mit den individuellen Bedürfnissen und deren Veränderungen ist. So führt der Loslösungsprozeß vom Elternhaus, die damit einhergehende außerhäusliche Orientierung quasi automatisch zu einer Verringerung der Fernsehnutzung (im elterlichen Haushalt).

Fernsehnutzung bei Jugendlichen aufgrund außerhäuslicher Interessen unterdurchschnittlich

Fernsehen ist ein Medium, von dem Jugendliche – nimmt man die Hitlisten als Maßstab – Spielfilme, Serien, Sport und große Unterhaltung erwarten und die – wie in der Hitliste abzulesen ist – entsprechend häufig angesehen werden. Diese Ausrichtung bestätigt sich auch bei weitergehenden Analysen, wobei das Medium durchaus – wenn auch in unterschiedlichem Umfang – weitergehende Interessen, beispielsweise im Bereich der Musik abdeckt. Folglich sind auch die Kanäle in der jungen Zuschauergruppe Marktführer, die entsprechende inhaltliche Angebote in quantitativ erheblichen Umfang zu ihrem Sendeprogramm zählen.

Wie weitergehende Analysen zur Videonutzung von Jugendlichen gezeigt haben, entspricht der Konsum mitgeschnittener Fernsehsendungen weitgehend der allgemeinen Fernsehnutzung.

Anmerkungen:

- 1) Basis der Untersuchung sind die repräsentativ ausgewählten deutschen Privathaushalte, deren Fernsehnutzung durch die automatische, sekundengenaue Datenerfassung der GfK-Fernsehforschung im Auftrag der Arbeitsgemeinschaft Fernsehforschung (AGF) ermittelt werden.
- 2) Vgl. dazu auch Eimeren, Birgit van/Brigitte Maier-Lesch: Mediennutzung und Freizeitgestaltung von Jugendlichen. Ergebnisse einer Repräsentativbefragung von rund 1 000 Jugendlichen zwischen zwölf und 19 Jahren. In: Media Perspektiven 11/1997, S. 590-603.
- 3) In der „Wetten, daß ...?“-Ausgabe vom 13. Dezember 1997 traten unter anderem die Spice Girls, Nadja Auermann, Pierce Brosnan und Steffi Graf auf.
- 4) Im folgenden werden als „über Video gesehen“ alle Sendungen gewertet, die innerhalb von maximal 100 Tagen gesehen wurden.

Jugendliche erwarten vom Fernsehen Spielfilme, Serien, Sport und Shows

