

Fernsehgewohnheiten und Programmbewertungen im Jahr 2000

→ **Tendenzen im Zuschauerverhalten**

Von Wolfgang Darschin\* und Susanne Kayser\*\*

**Fernsehlandschaft 2000: Einige Sender konnten technische Reichweiten erhöhen**

Im vergangenen Jahr hat sich die Fernsehlandschaft der Bundesrepublik kaum verändert. Was sich verändert hat, ist lediglich die technische Verbreitung einiger kleinerer Programme. So ist die Anzahl der Fernsehhaushalte, die den Spartenkanal Super RTL empfangen können, im Verlauf des Jahres 2000 um eine Million gestiegen. Zugleich ist die Zahl derjenigen, die den öffentlich-rechtlichen Ereigniskanal Phoenix sehen können, um 1,7 Millionen gestiegen, und beim Musikkanal VIVA sind es sogar zehn Millionen mehr. Dazu kommt der private Nachrichtenkanal N-24, der im Januar 2000 seinen Betrieb aufnahm und gegen Ende des Jahres von rund zehn Millionen Fernsehhaushalten in Deutschland empfangen werden konnte.

**Ende 2000 durchschnittlich 38 Programme verfügbar**

Auf diese Weise haben sich die Auswahlmöglichkeiten der Fernsehzuschauer noch einmal leicht erhöht: Zu Beginn des vergangenen Jahres konnte ein durchschnittlicher Fernsehhaushalt 36 verschiedene Programme empfangen – Ende des Jahres waren im Durchschnitt bereits 38 Programme verfügbar. Wie haben die Bundesbürger auf diese Veränderung reagiert? Gibt es Hinweise auf neue Entwicklungen im Zuschauerverhalten? Inwieweit haben die Sportübertragungen des vergangenen

Jahres dazu beigetragen? Werden die Fernsehprogramme anders bewertet als vor einem Jahr? Diese und ähnliche Fragen sollen hier – in Fortsetzung früherer Berichte zu diesem Thema (1) mit den GfK-Ergebnissen des Jahres 2000 beantwortet, durch Befragungsergebnisse ergänzt und in Themenform zusammengefasst werden.

**1. Im Jahr 2000 wurde wieder etwas mehr ferngesehen**  
Nimmt man zunächst die Tagesreichweiten des Fernsehens als Maßstab, dann zeigt sich: An einem durchschnittlichen Wochentag des Jahres 2000 saßen 74 Prozent aller Erwachsenen vor ihren Fernsehgeräten und 62 Prozent aller Kinder – Anteile, die punktgenau mit den Vorjahresergebnissen übereinstimmen oder lediglich um einen Prozentpunkt darüber liegen.

**Tagesreichweiten stabil**

Wählt man jedoch die Sehdauer als Maßstab, dann ergeben sich Werte, die nur bei den Kindern unverändert geblieben sind, bei den Erwachsenen jedoch um fünf Minuten über den Vorjahreswerten liegen. Die westdeutschen Erwachsenen tragen zu dieser Veränderung übrigens etwas mehr bei als die ostdeutschen. Nur bei den Kindern ist es umgekehrt. So haben die westdeutschen Kinder eine Minute weniger mit dem Fernsehen verbracht, aber bei den ostdeutschen sind es sechs Minuten mehr.

**Sehdauer leicht gestiegen**

Die bekannten Unterschiede zwischen ost- und westdeutschen Fernsehzuschauern bleiben dabei im Großen und Ganzen bestehen. So lag die Sehdauer der ostdeutschen Erwachsenen um 15 Prozent über den vergleichbaren Werten der westdeutschen, und bei den Kindern aus Ostdeutschland liegen diese Werte um 35 Prozent über dem Westpegel (vgl. Tabelle 1).

**Ostdeutsche sehen noch immer länger fern, nur 20- bis 29-Jährige nicht mehr**

① **Durchschnittliche Sehdauer pro Tag und Tagesreichweiten in Deutschland**

Mo-So

	Sehdauer in Min.			Tagesreichweite in %		
	Erwachsene ab 14 J.	Kinder 3-13 J.	Zuschauer gesamt	Erwachsene ab 14 J.	Kinder 3-13 J.	Zuschauer gesamt
<b>Deutschland gesamt</b>						
1998	201	99	188	74	62	73
1999	198	97	185	74	61	72
2000	203	97	190	74	62	73
Differenz 1999/2000	+5	0	+5	0	+1	+1
<b>Deutschland West</b>						
1998	195	94	182	74	61	72
1999	192	92	179	73	61	71
2000	198	91	185	74	61	72
Differenz 1999/2000	+6	-1	+6	+1	0	+1
<b>Deutschland Ost</b>						
1998	223	116	209	77	63	75
1999	220	117	207	76	63	74
2000	223	123	211	76	65	74
Differenz 1999/2000	+3	+6	+4	0	+2	0

Quelle: AGF/GfK, PC#TV.

\* Medienschicht Programmleitung Das Erste, München;  
\*\* ZDF-Medienschicht, Mainz.

Allerdings tragen zum höheren Fernsehkonsum in Ostdeutschland nicht mehr alle Zuschauergruppen bei. Schlüsselt man die Sehdauer nach einzelnen Altersgruppen auf, dann bestätigt sich zwar: Die 14- bis 19-jährigen Ostdeutschen sitzen pro Tag 20 Minuten länger vor den Bildschirmen als ihre westdeutschen Altersgenossen. Und bei den über 30-jährigen Zuschauern aus Ostdeutschland sind es sogar 22 bis 41 Minuten mehr. Aber bei den 20- bis 29-jährigen Ostdeutschen liegt der Fernsehkonsum neuerdings um vier Minuten unter dem Westniveau (vgl. Tabelle 2).

## ② Durchschnittliche Sehdauer pro Tag in Deutschland West und Ost 2000

nach einzelnen Altersgruppen, Mo-So, in Min.

Alter in Jahren	West	Ost	Differenz
3-13	91	123	+32
14-19	112	132	+20
20-29	147	143	- 4
30-39	169	191	+22
40-49	200	231	+31
50-64	222	263	+41
ab 65	262	299	+37

Quelle: AGF/GfK, PC#TV.

## 2. Das Sehbeteiligungsverhältnis verschiebt sich leicht zu Gunsten der öffentlich-rechtlichen Programme und der kleineren Privatsender

An einem durchschnittlichen Wochentag des vergangenen Jahres haben die Bundesbürger 27 Minuten mit dem Ersten verbracht, 25 Minuten mit dem ZDF und 24 Minuten mit den acht Dritten Programmen – das ist jeweils eine Minute mehr als 1999. Auch der Zeitaufwand für die kleineren Privatsender wie Kabel 1 ist um eine Minute gestiegen, und bei RTL II waren es zwei Minuten mehr. Bei SAT.1 sind die Messwerte jedoch um eine Minute zurückgegangen, und bei den übrigen Sendern bleiben sie im Großen und Ganzen stabil.

### Anteile am Fernsehkonsum: Das Erste und RTL auf Platz eins, gefolgt vom ZDF

Das Erste wird auf diese Weise – zusammen mit RTL – Marktführer: 14,3 Prozent vom täglichen Fernsehkonsum der Deutschen entfallen demnach auf Das Erste und ebenfalls 14,3 Prozent auf RTL. An dritter Stelle steht – wie im Jahr zuvor – das ZDF mit einem Marktanteil von 13,3 Prozent. Fasst man die acht Dritten Programme zusammen, dann ergibt sich ein Marktanteil von 12,7 Prozent. (2) Für SAT.1 und ProSieben wurden Marktanteile von 10,2 und 8,2 Prozent gemessen, und danach folgen wiederum Kabel 1 und RTL II, die ihre Position zwar verbessern konnten, mit Zuschaueranteilen von 5,5 und 4,8 Prozent aber insgesamt noch eine geringe quantitative Rolle spielen.

Ostdeutsche Fernsehzuschauer haben nach wie vor etwas andere, vom Durchschnitt abweichende Sendervorlieben. Sie haben auch im Jahr 2000 die meiste Zeit mit RTL verbracht, obwohl dieser Privatsender in den neuen Bundesländern Verluste hinnehmen musste.

Unterschiedlich ist ferner, dass die acht Dritten Programme in Ostdeutschland einen größeren Zuspruch finden als in Westdeutschland und dort – wenn man ihre Zuschauerzahlen zusammenrechnet – mehr gesehen werden als Das Erste, SAT.1 und das ZDF. Wer im Westen wohnt, bevorzugt dagegen Das Erste und das ZDF. RTL steht in den alten Bundesländern erst an dritter Stelle in der Zuschauergunst, und auch die Dritten Programme spielen eine deutlich geringere Rolle (vgl. Tabellen 3 und 4).

### Dritte Programme zusammengerechnet im Osten mit mehr Zuspruch als im Westen

## ③ Sehdauer und Anteil am Fernsehkonsum in Deutschland

nach einzelnen Programmen, Zuschauer ab 3 Jahre, Mo-So

	Sehdauer in Min.			Anteil am TV-Konsum in %		
	1998	1999	2000	1998	1999	2000
Deutschland gesamt						
Das Erste	29	26	27	15,4	14,2	14,3
ZDF	26	24	25	13,6	13,2	13,3
Dritte			siehe Tabelle 4			
SAT.1	22	20	19	11,8	10,8	10,2
RTL	28	27	27	15,1	14,8	14,3
ProSieben	16	16	16	8,7	8,4	8,2
RTL II	7	7	9	3,8	4,0	4,8
VOX	5	5	5	2,8	2,8	2,8
Kabel 1	8	10	11	4,4	5,4	5,5
Super RTL	6	5	5	2,9	2,8	2,8
Deutschland West						
Das Erste	30	27	28	16,4	15,1	15,2
ZDF	26	25	26	14,5	14,1	14,1
Dritte			siehe Tabelle 4			
SAT.1	21	19	19	11,5	10,7	10,0
RTL	27	26	26	14,6	14,3	13,8
ProSieben	15	14	15	8,3	8,0	8,0
RTL II	7	7	9	3,6	3,9	4,8
VOX	5	5	5	2,7	2,8	2,8
Kabel 1	8	9	10	4,2	5,1	5,2
Super RTL	5	5	5	2,8	2,7	2,8
Deutschland Ost						
Das Erste	25	23	24	11,9	11,1	11,4
ZDF	22	21	22	10,6	10,3	10,6
Dritte			siehe Tabelle 4			
SAT.1	26	23	23	12,6	11,2	10,9
RTL	35	34	33	16,7	16,4	15,7
ProSieben	21	20	20	10,1	9,7	9,2
RTL II	9	9	11	4,2	4,3	5,0
VOX	7	7	6	3,1	3,1	3,0
Kabel 1	11	14	14	5,0	6,6	6,8
Super RTL	7	7	6	3,5	3,3	3,0

Quelle: AGF/GfK, PC#TV.

## 3. Von dieser Veränderung sind alle Tageszeiten betroffen

Schlüsselt man die Sehbeteiligungswerte nach einzelnen Tageszeiten auf, dann wird zunächst deutlich, dass die Zuschauergewinne der öffentlich-rechtlichen Sender zum größten Teil aus dem

Zugewinne der ö.-r. Sender stammen vor allem aus Tagesprogramm

④ **Sehdauer und Anteile am Fernsehkonsum in Deutschland**

Dritte Programme, Zuschauer ab 3 Jahre, Mo-So

	Sehdauer in Min.			Anteil am TV-Konsum in %		
	1998	1999	2000	1998	1999	2000
<b>Deutschland gesamt</b>						
N3	5	5	5	2,7	2,7	2,7
WDR FS	4	5	5	2,4	2,5	2,5
Hessen FS	1	1	1	0,5	0,6	0,7
SW TV	3	3	3	1,5	1,6	1,6
BFS	4	4	4	1,9	1,9	1,9
B1	1	1	1	0,3	0,3	0,3
MDR FS	5	5	5	2,5	2,5	2,4
ORB FS	1	1	1	0,5	0,5	0,6
Dritte (8 Sender)	23	23	24	12,3	12,5	12,7
<b>Deutschland West</b>						
N3	5	5	5	2,9	2,8	2,8
WDR FS	5	5	5	2,7	2,9	2,8
Hessen FS	1	1	1	0,6	0,7	0,8
SW TV	3	3	4	1,8	1,9	1,9
BFS	4	4	4	2,2	2,2	2,2
B1	0	0	0	0,2	0,3	0,3
MDR FS	2	2	2	1,2	1,1	1,1
ORB FS	0	0	0	0,2	0,2	0,2
Dritte (8 Sender)	21	22	22	11,8	12,1	12,1
<b>Deutschland Ost</b>						
N3	5	5	5	2,3	2,3	2,4
WDR FS	2	2	2	1,1	1,1	1,2
Hessen FS	0	1	1	0,2	0,3	0,3
SW TV	1	1	1	0,5	0,5	0,6
BFS	2	2	2	0,9	0,8	0,9
B1	1	1	1	0,6	0,5	0,6
MDR FS	15	15	14	7,1	7,0	6,8
ORB FS	3	3	4	1,5	1,6	1,8
Dritte (8 Sender)	30	29	31	14,1	14,2	14,7

Quelle: AGF/GfK, PC#TV.

Tagesprogramm stammen, während die kleineren Privatsender wie RTL II auch am Abend etwas mehr gesehen wurden.

**Veränderungen nach Sendern und Tageszeiten**

Von diesen Veränderungen ist RTL nur in der Zeit vor 20.00 Uhr betroffen, während SAT.1 auch in der Zeit nach 20.00 Uhr Zuschauer abgeben

musste. Zugleich gilt jedoch: Trotz der angedeuteten Veränderungen haben die Bundesbürger an den Vormittagen des vergangenen Jahres wieder die meiste Zeit mit dem RTL-Programm verbracht. Am Nachmittag ist RTL jedoch auf den dritten Platz in der Publikumsgunst zurückgefallen. Am Vorabend zwischen 18.00 und 20.00 Uhr liegt das ZDF in der Sehbeteiligung vorne, und nach 20.00 Uhr bleibt es schließlich bei der bekannten Bevorzugung des Ersten (vgl. Tabelle 5).

Weitere Einzelheiten lassen sich an den Verlaufskurven der Sehbeteiligung in Abbildung 1 und 2 ablesen. Dabei bestätigt sich zum Beispiel, dass der Sehbeteiligungsvorsprung von RTL am Vormittag vor allem aus der Zeit zwischen 11.30 und 13.00 Uhr stammt, wo Sendungen wie „Familienduell“ und „Punkt 12“ zu sehen sind.

Außerdem lässt sich ablesen, dass auch die bekannten Nutzungsmuster der öffentlich-rechtlichen Programme erhalten geblieben sind. So erreicht die Sehbeteiligungskurve des ZDF auch im Jahr 2000 ihren ersten Höhepunkt um 19.00 Uhr – wenn die „heute“-Sendung zu sehen ist – und einen weiteren gegen 21.00 Uhr. Und nach wie vor erreicht die entsprechende Kurve des Ersten ihren Spitzenwert um 20.00 Uhr – zur Ausstrahlungszeit der „Tagesschau“ – und erstreckt sich bis 22.00 Uhr.

**4. Die Sehgewohnheiten der ostdeutschen Zuschauer weichen auch weiterhin ab**

Auch in den neuen Bundesländern sind zu allen Tageszeiten leichte Verschiebungen in den Sehgewohnheiten erkennbar, die wiederum von den öffentlich-rechtlichen Programmen und den kleineren Privatsendern ausgehen. Abweichend ist nur, dass die Dritten Programme im Osten – wenn man sie zusammenrechnet – etwas mehr von dieser Veränderung profitieren als im Bundesdurchschnitt.

Die bisher bekannten Unterschiede zwischen ost- und westdeutschen Zuschauern ändern sich dabei nicht wesentlich. An den Vormittagen sind die Differenzen zwar weniger deutlich, denn auch die Ostdeutschen interessieren sich zu dieser Tageszeit vor allem für die Sendungen von RTL (vgl. Abbildung 3). Aber nach 15.00 Uhr gehen die

**Im Osten vormittags weiterhin RTL führend, nachmittags jetzt die acht Dritten**

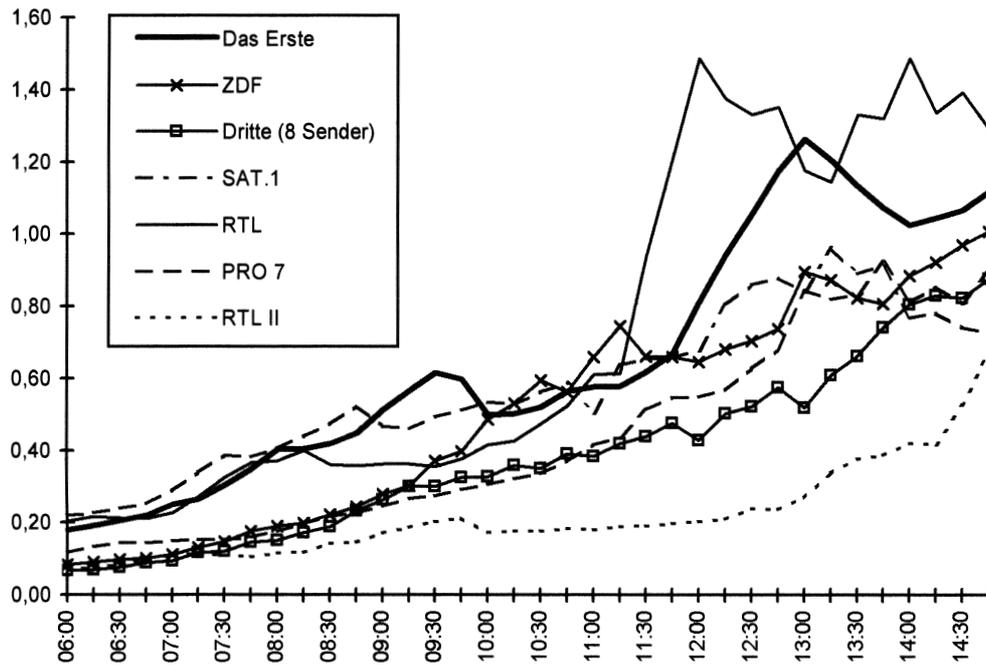
⑤ **Marktanteile der Fernsehprogramme in Deutschland**

nach einzelnen Zeitabschnitten, Zuschauer ab 3 Jahre, in %

	vor 15.00 Uhr		15.00-18.00 Uhr		18.00-20.00 Uhr		20.00-01.00 Uhr	
	1999	2000	1999	2000	1999	2000	1999	2000
Das Erste	12,7	13,3	14,8	14,9	14,2	13,5	14,8	15,0
ZDF	9,4	10,2	12,5	13,3	16,7	16,5	13,9	13,7
SAT.1	13,4	11,9	9,0	8,7	9,1	9,4	10,8	10,3
RTL	15,5	15,0	14,5	12,0	16,1	15,4	14,2	14,3
ProSieben	9,8	9,1	9,6	9,3	5,6	6,2	8,4	8,2
RTL II	4,4	4,7	2,9	4,5	2,7	3,1	4,5	5,5
VOX	2,8	2,7	2,9	3,3	2,5	2,3	2,9	2,8
Kabel 1	5,3	6,1	6,1	6,2	5,9	5,8	5,0	4,8
Super RTL	3,0	3,4	3,4	2,9	3,7	3,7	2,3	2,3

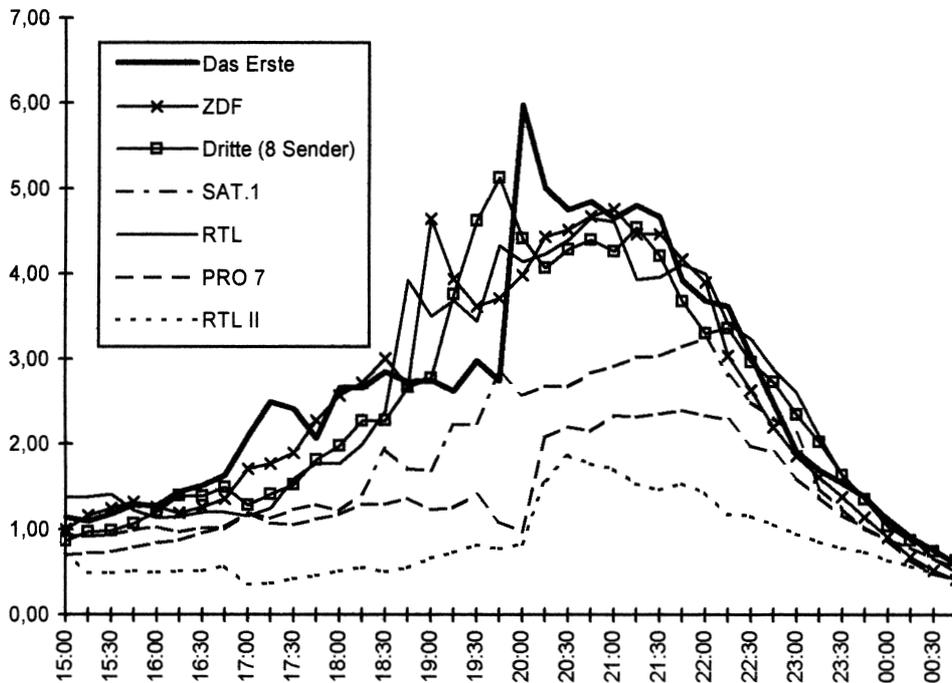
Quelle: AGF/GfK, PC#TV.

**Abb. 1 Personenreichweiten an einem Durchschnittstag in Deutschland 2000**  
Mo-So, vor 15.00 Uhr, in Mio



Quelle: AGF/GfK Fernsehforschung, PC#TV.

**Abb. 2 Personenreichweiten an einem Durchschnittstag in Deutschland 2000**  
Mo-So, nach 15.00 Uhr, in Mio



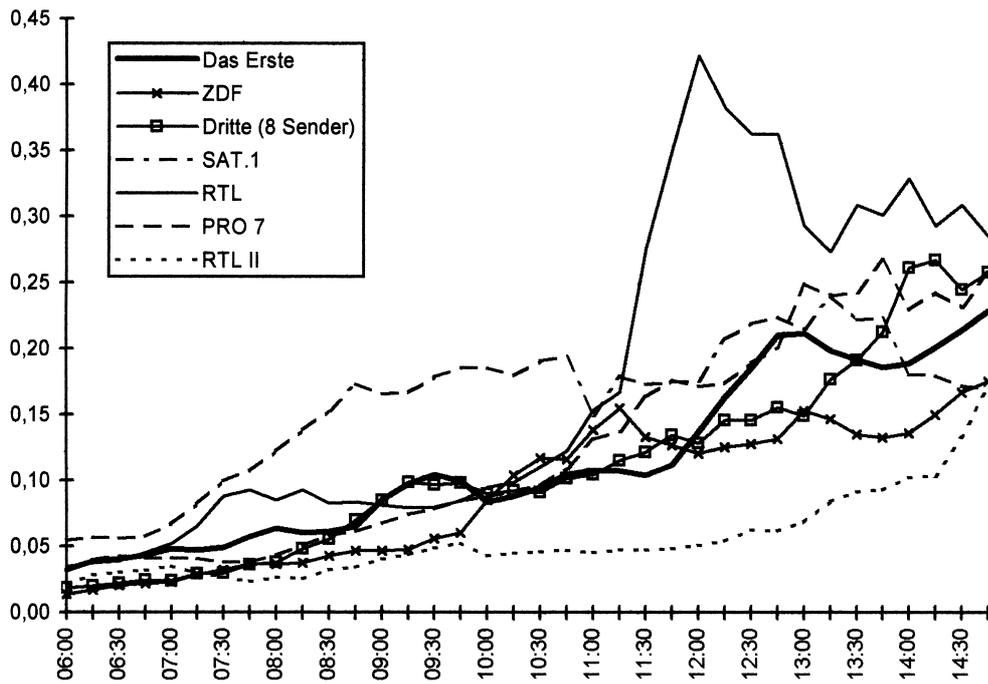
Quelle: AGF/GfK Fernsehforschung, PC# TV.

Sehgewohnheiten deutlich auseinander: Am Nachmittag schalten die meisten Ostdeutschen neuerdings – abweichend vom Bundesdurchschnitt – die Dritten Programme ein, die hier wiederum zusammen gerechnet sind.

Am Vorabend bleibt es bei der bekannten, ebenfalls vom Durchschnitt abweichenden Bevorzugung von RTL. Und auch am Abend weichen die Sehgewohnheiten nach wie vor ab: In dieser Zeit

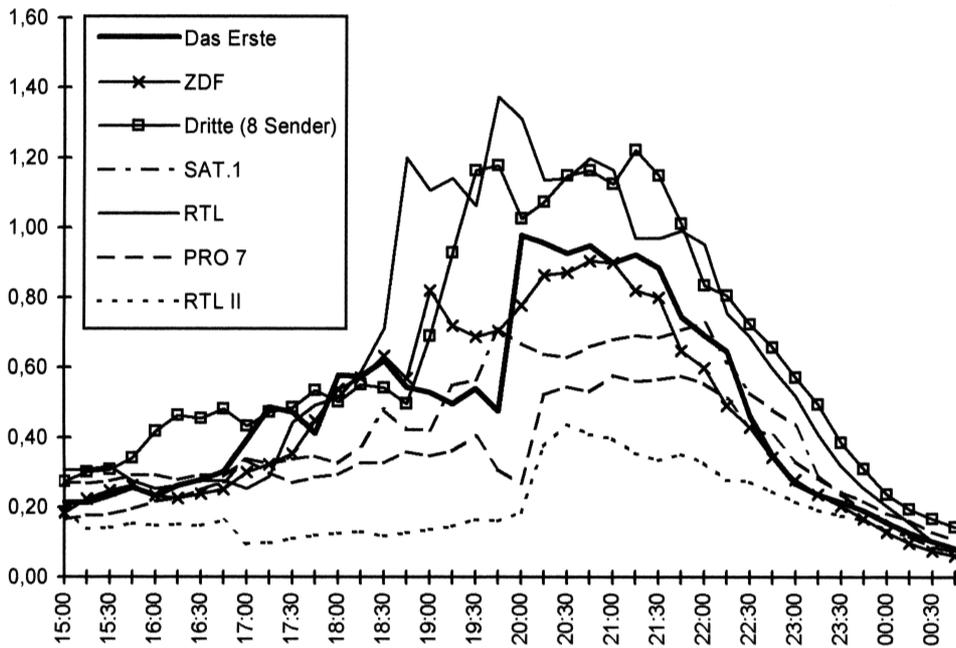
**Am Vorabend dominiert in Ostdeutschland RTL, am Abend führen die Dritten**

**Abb. 3 Personenreichweiten an einem Durchschnittstag in Ostdeutschland 2000**  
Mo-So, vor 15.00 Uhr, in Mio



Quelle: AGF/GfK Fernsehforschung, PC#TV.

**Abb. 4 Personenreichweiten an einem Durchschnittstag in Ostdeutschland 2000**  
Mo-So, nach 15.00 Uhr, in Mio



Quelle: AGF/GfK Fernsehforschung, PC#TV.

stehen die zusammengefassten Dritten Programme an erster Stelle in der Gunst der ostdeutschen Zuschauer – vor RTL und dem Ersten, wie man an den Verlaufskurven in Abbildung 4 ablesen kann.

Obwohl die öffentlich-rechtlichen Hauptprogramme im Osten eine deutlich geringere Rolle spielen, bleiben ihre typischen Einschaltmuster auch im Jahr 2000 erhalten. So liegt der Schwerpunkt der ZDF-Nutzung auch hier am frühen Abend, während die Sehbeteiligungskurve des Ersten ihren Höhepunkt etwas später – zwischen 20.00 und 22.00 Uhr – erreicht. Atypisch ist jedoch, dass die

## ⑥ Rangreihe der meistgesehenen Einzelsendungen des Jahres 2000

Zuschauer ab 3 Jahre

	Datum	Zuschauer in Mio	Marktanteil in %
1. Fußball-EM: Frankreich-Italien (Das Erste)	2. 7.	18,36	58,4
2. Fußball-EM: England-Deutschland (Das Erste)	17. 6.	17,43	63,9
3. Wetten, dass... (ZDF)	29. 1.	16,91	51,2
4. Fußball-EM: Portugal-Deutschland (ZDF)	20. 6.	16,76	60,3
5. Fußball-EM: Deutschland-Rumänien (ZDF)	12. 6.	15,75	68,5
6. Tagesschau (Das Erste)	2. 7.	15,53	49,5
7. Wetten, dass... (ZDF)	26. 2.	14,73	48,0
8. Formel 1 - Brasilien (RTL)	26. 3.	14,00	43,0
9. Fußball-EM: Portugal-Frankreich (Das Erste)	28. 6.	13,68	48,6
10. Wer wird Millionär? (RTL)	30.11.	13,38	43,3

Quelle: AGF/GfK, PC#TV.

## ⑦ Zusammensetzung des täglichen Fernsehkonsums nach Programmparten und Sendern

Deutschland gesamt, Zuschauer ab 3 Jahre, in %

	1999						2000					
	Das Erste	ZDF	Dritte <sup>1)</sup>	SAT.1	RTL	Pro 7	Das Erste	ZDF	Dritte <sup>1)</sup>	SAT.1	RTL	Pro 7
Information	38,6	37,1	57,3	15,7	22,7	22,4	36,2	35,9	58,1	15,9	21,7	20,7
Unterhaltung	15,6	13,6	17,2	21,3	19,3	2,8	15,3	11,9	15,5	22,5	20,8	4,0
Fiction	31,7	35,8	22,2	39,9	37,8	60,4	31,1	33,4	22,5	36,5	32,8	60,6
Sport	11,4	9,8	2,6	7,2	5,0	0,1	13,9	14,1	2,4	6,5	6,8	0
Werbung	2,2	3,3	-	15,9	15,1	14,3	2,0	3,2	-	15,5	14,9	11,4
Sonstiges	0,6	0,5	0,6	0,1	0	0,1	1,6	1,7	1,6	3,2	2,9	3,3
Sehdauer gesamt	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Sehdauer gesamt in Min.	26	24	23	20	27	16	27	25	24	19	27	16

1) Acht Sender.

Quelle: AGF/GfK, PC#TV.

durch die Nachrichten erzeugten Spitzenreichweiten weniger ausgeprägt sind als im gesamtdeutschen Durchschnitt.

##### 5. Informationssendungen und Fictionsendungen spielen auch im Jahr 2000 die größte Rolle für die Akzeptanz der Fernsehsender

#### In Hitlisten dominieren Shows und Sport

Nimmt man die Rangreihe der meistgesehenen Einzelsendungen des Jahres 2000 als Maßstab, dann entsteht allerdings zunächst ein anderer Eindruck, denn unter den ersten hundert Sendungen dieser Rangreihe sind allein 45 Unterhaltungssendungen und 35 Sportübertragungen zu finden.

An der Spitze der Zuschauergunst stehen dabei die Übertragungen von der Fußball-Europameisterschaft 2000. Jedenfalls wurde keine andere Sendung des vergangenen Jahres mehr gesehen als das Endspiel zwischen Frankreich und Italien mit 18,36 Millionen Zuschauern und das Vorrundenspiel England gegen Deutschland mit 17,43 Millionen Zuschauern. Danach folgen Unterhaltungssendungen wie „Wetten, dass...“ und zwei weitere Fußballübertragungen. Ferner sind in dieser Rangreihe die Übertragungen von den Formel-1-Rennen vertreten und Unterhaltungssendungen wie „Wer wird Millionär?“ (vgl. Tabelle 6).

#### Information spielt für Akzeptanz ö.-r. Sender die größte Rolle

Rangreihen wie diese geben jedoch kein vollständiges Bild. Aussagen über die Bedeutung der Sendungsarten für den Erfolg der Fernsehsender

lassen sich daraus jedenfalls nicht ableiten. Dies ist erst dann möglich, wenn man den gesamten Fernsehkonsum der Bundesbürger – nicht nur die hundert meistgesehenen Sendungen – nach Programmparten und Sendern aufschlüsselt. Tabelle 7 fasst das Ergebnis dieser Aufschlüsselung zusammen (3) und zeigt: Die größte Rolle für die Akzeptanz der öffentlich-rechtlichen Sender spielen – trotz der vielgesehenen Übertragungen von der Fußball-EM – immer noch die Informationssendungen. Rund 36 Prozent der gesamten Zeit, die die Fernsehzuschauer mit dem Ersten oder dem ZDF verbracht haben, stammen im Jahr 2000 aus der Nachfrage nach Informationssendungen, und bei den acht Dritten Programmen sind es sogar 58 Prozent.

Fictionsendungen spielen für die Zuschauer der öffentlich-rechtlichen Programme nach wie vor die zweitgrößte Rolle: 31 Prozent der mit dem Ersten verbrachten Zeit kommen im Jahr 2000 aus dem Konsum solcher Sendungen, beim ZDF sind es 33 Prozent und bei den acht Dritten Programmen rund 23 Prozent. Die drittgrößte Rolle spielen die Unterhaltungssendungen, und erst danach folgen die Sportsendungen, die mit Nutzungsanteilen von jeweils 14 Prozent zum Gesamterfolg des Ersten und des ZDF beigetragen haben.

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

**⑧ Durchschnittliche Reichweiten und Marktanteile von Unterhaltungssendungen nach der Größe ihres Publikums 1999/2000<sup>1)</sup>**

Zuschauer ab 3 Jahre

Rangplatz/ Sendung	Zuschauer in Mio	Marktanteil in %
<b>1999</b>		
1. Wetten, dass... (ZDF)	14,99	49,9
2. Geld oder Liebe (Das Erste)	6,71	22,9
3. Feste der Volksmusik (Das Erste)	6,25	23,0
4. Danke Anke (SAT.1)	6,15	19,2
5. Musikantenstadl (Das Erste)	6,04	20,5
6. Ritas Welt (RTL)	5,85	21,1
7. Guinness-Show (Das Erste)	5,25	17,9
8. Zauberhafte Heimat (Das Erste)	5,09	17,3
9. 7 Tage – 7 Köpfe (RTL)	5,02	24,3
10. Kein schöner Land (Das Erste)	4,98	16,4
<b>2000</b>		
1. Wetten, dass... (ZDF)	13,78	44,7
2. Wer wird Millionär? (RTL)	9,50	31,7
3. Feste der Volksmusik (Das Erste)	6,56	23,2
4. Melodien für Millionen (ZDF)	5,60	16,1
5. Musikantenstadl (Das Erste)	5,53	20,2
6. Geld oder Liebe? (Das Erste)	5,08	17,5
7. Ritas Welt (RTL)	4,89	17,3
8. Guinness-Show (Das Erste)	4,86	17,0
9. 7 Tage – 7 Köpfe (RTL)	4,79	22,4
10. Gottschalks TV-Welt (ZDF)	4,74	15,3

1) ohne Karnevalsübertragungen und andere einmalige Programmereignisse.

Quelle: AGF/GfK, PC#TV.

**Bei Privatsendern hat Fiction die größten Anteile am Fernsehkonsum**

Der Erfolg der Privatsender beruht dagegen nach wie vor auf Fictionsendungen. Obwohl die Bedeutung dieser Sendungen leicht zurückgegangen ist, kommen immer noch 33 Prozent vom Fernsehkonsum der Zuschauer, die im vergangenen Jahr RTL gesehen haben, aus Serien oder Filmen, bei SAT.1 sind es rund 37 Prozent und bei ProSieben sogar 61 Prozent. Informationssendungen spielen hier mit Nutzungsanteilen von 16 bis 22 Prozent eine unverändert geringe Rolle.

**6. Die Nachfrage nach Unterhaltungs- und Fictionsendungen hat sich kaum verändert**

An den Reichweiten der regelmäßigen Unterhaltungssendungen, wie sie in Tabelle 8 dargestellt sind, lässt sich zunächst ablesen, dass die meisten Sendungen dieser Art etwas weniger gesehen wurden als im Jahr zuvor. Zugleich lässt sich jedoch ablesen, dass mit der Einführung der Quiz-Show „Wer wird Millionär?“ auch neue Arten von Nachfragen nach Unterhaltungssendungen entstanden sind.

**„Wetten, dass ...“ weiter führend, „Wer wird Millionär?“ neu auf Rang zwei**

Die Unterhaltungspräferenzen der Fernsehzuschauer ändern sich dadurch nicht wesentlich. An erster Stelle in der Gunst deutscher Zuschauer steht vielmehr – wie in früheren Jahren – die Unterhaltungsshow „Wetten, dass...“, die von durchschnittlich 13,78 Millionen Zuschauern gesehen wurde. An zweiter Stelle steht zwar – anders als im Jahr

**⑨ Durchschnittliche Reichweiten und Marktanteile von Fernsehfilmreihen und -serien nach der Größe ihres Publikums 1999/2000**

Zuschauer ab 3 Jahre

Rangplatz/ Sendung	Zuschauer in Mio	Marktanteil in %
<b>1999</b>		
1. Tatort (Das Erste)	7,30	22,5
2. Die Männer vom K3 (Das Erste)	7,24	22,4
3. Der Alte (ZDF)	6,61	23,1
4. Ein Fall für zwei (ZDF)	6,60	23,6
5. Polizeiruf 110 (Das Erste)	6,38	20,2
6. Doppelter Einsatz (RTL)	6,32	19,5
7. Das Traumschiff (ZDF)	6,12	21,4
8. Siska (ZDF)	5,93	21,1
9. Adelheid und ihre Mörder (Das Erste)	5,82	17,6
10. Der Landarzt (ZDF)	5,81	22,1
<b>2000</b>		
1. Tatort (Das Erste)	7,44	22,5
2. Polizeiruf 110 (Das Erste)	7,22	20,8
3. Der Alte (ZDF)	6,35	22,1
4. Das Traumschiff (ZDF)	6,18	19,6
5. Ein Fall für zwei (ZDF)	6,03	20,2
6. Adelheid und ihre Mörder (Das Erste)	5,97	18,7
7. Alarm für Cobra 11 (RTL)	5,62	17,8
8. Siska (ZDF)	5,62	18,7
9. Die Männer vom K3 (Das Erste)	5,56	20,9
10. Julia – eine ungew. Frau (Das Erste)	5,48	17,8

Quelle: AGF/GfK, PC#TV.

zuvor – die erwähnte Quiz-Show „Wer wird Millionär?“ mit durchschnittlich 9,50 Millionen Zuschauern. Aber danach wiederum folgen – wie in früheren Jahren – verschiedene folkloristische Unterhaltungssendungen, Gameshows wie „Geld oder Liebe?“ und Comedyshows wie „Ritas Welt“.

Sinngemäß gilt diese Aussage auch für die regelmäßigen Fictionsendungen. Zwar werden auch hier einige Sendereihen wie „Ein Fall für zwei“ oder „Die Männer vom K3“ etwas weniger gesehen – aber dafür wurden bei den Krimis vom Typ „Tatort“ und „Polizeiruf 110“ etwas mehr Zuschauer gezählt.

An den bekannten Präferenzen der Fernsehzuschauer hat sich auch auf diesem Gebiet wenig verändert. Am meisten Zuspruch findet nach wie vor die Krimireihe „Tatort“, die im Durchschnitt von 7,44 Millionen Zuschauern gesehen wurde. An zweiter Stelle in der Gunst des Fictionpublikums folgt zwar – abweichend vom bisherigen Trend – die Krimireihe „Polizeiruf 110“ mit durchschnittlich 7,22 Millionen Zuschauern, aber die übrige Rangreihe unterscheidet sich kaum von den vergleichbaren Ergebnissen des Vorjahres, wie man an Tabelle 9 ablesen kann.

Auch insgesamt hat sich der Unterhaltungskonsum der Bundesbürger wenig verändert. An einem Durchschnittstag des Jahres 2000 haben die Fernsehzuschauer nämlich 91 Minuten mit den Unterhaltungs- und Fictionsendungen des Fernsehens

**Bei Fictionserien liegen Krimireihen der ö.-r. Sender vorn**

**Insgesamt entfallen 60% des Unterhaltungs- und Fictionskonsums auf Privatsender**

### ⑩ Zeitaufwand der deutschen Fernsehzuschauer für Unterhaltungs- und Fictionsendungen

pro Tag (Mo-So), Erwachsene ab 14 Jahre, nach Fernsehsystemen<sup>1)</sup>

	Sehdauer in Min.		Anteil am Unterhaltungs- und Fictionkonsum in %	
	1999	2000	1999	2000
Öff.-rechtliche Sender <sup>2)</sup>	36	37	40	40
Privatsender <sup>3)</sup>	54	54	60	60
Unterhaltungs- und Fictionkonsum gesamt	90	91	100	100

1) Deutschland gesamt.

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

3) Zusammengefasste Werte für RTL, SAT.1, Pro 7, RTL II, VOX und Kabel 1.

Quelle: AGF/GfK, PC#TV.

verbracht – das ist lediglich eine Minute mehr als im Jahr zuvor. (4) Auch die Nutzungsrelationen ändern sich dabei nicht. Wie im Vorjahr stammen vielmehr 40 Prozent vom Unterhaltungs- und Fictionkonsum der Bundesbürger aus den öffentlich-rechtlichen Programmen und 60 Prozent aus den Programmen von RTL, SAT.1, ProSieben, RTL II, VOX und Kabel 1. Oder anders ausgedrückt: Auch im Jahr 2000 haben die Fernsehzuschauer ihre Unterhaltungswünsche zum größten Teil bei den Privatsendern befriedigt (vgl. Tabelle 10).

Nachzutragen ist noch, dass die Hinwendung zu den Unterhaltungsangeboten der Privatsender in den neuen Bundesländern nach wie vor am weitesten fortgeschritten ist. Dort haben die Fernsehzuschauer pro Tag 64 Minuten mit den Unterhaltungs- und Fictionprogrammen der Privatsender verbracht – das sind 13 Minuten mehr als in den alten Bundesländern und besagt: 63 Prozent vom Unterhaltungskonsum der Ostdeutschen entfallen auf die Privatsender, während es in Westdeutschland lediglich 59 Prozent sind (vgl. Tabelle 11).

#### 7. Auch im Jahr 2000 haben sich die Fernsehzuschauer vor allem bei den öffentlich-rechtlichen Sendern informiert

#### Hohe Marktanteile der ö.-r. Nachrichtensendungen

Eine Schlüsselrolle spielen dabei nach wie vor die Nachrichtensendungen von ARD und ZDF. So haben sich an einem Durchschnittstag des vergangenen Jahres 9,32 Millionen Bundesbürger bei der „Tagesschau“ um 20.00 Uhr informiert – davon 6,03 Millionen im Ersten und 3,29 Millionen in einigen Dritten Programmen, bei 3sat oder Phoenix, was einem Gesamtmarktanteil von 34 Prozent entspricht, und wenn man nur die „Tagesschau“-Zuschauer des Ersten berücksichtigt, sind es 22 Prozent. Weitere 4,86 Millionen Zuschauer haben die „heute“-Sendung um 19.00 Uhr verfolgt – davon 4,68 Millionen im ZDF und 180 000 bei 3sat, das sind insgesamt 22,6 Prozent aller potenziellen Zuschauer und allein im ZDF 21,8 Prozent.

Die Hauptnachrichten von RTL wurden demgegenüber von 3,99 Millionen Zuschauern (MA 19,8%) konsumiert, während die entsprechenden Sendungen von ProSieben und SAT.1 über 1,01 bis 1,76 Millionen Zuschauer pro Ausgabe verfügten, was Marktanteilen von 3,8 bis 9,5 Prozent entspricht (vgl. Tabelle 12).

### ⑪ Zeitaufwand für Unterhaltungs- und Fictionsendungen in Deutschland West und Ost 2000

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

	Sehdauer in Min.		Anteil am Unterhaltungs- und Fictionkonsum in %	
	West	Ost	West	Ost
Öff.-rechtliche Sender <sup>1)</sup>	36	38	41	37
Privatsender <sup>2)</sup>	51	64	59	63
Unterhaltungs- und Fictionkonsum gesamt	88	103	100	100

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

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

Quelle: AGF/GfK, PC#TV.

Im Vergleich zum Vorjahr wurden die Hauptnachrichten etwas weniger gesehen, während die am späteren Abend ausgestrahlten Nachrichtenmagazine ihr Publikum weitgehend halten konnten. Leichte Reichweitschwankungen sind auch bei den übrigen Informationssendungen zu beobachten. So mussten die aktuellen Hintergrundsendungen „Brennpunkt“ und „ZDF Spezial“, die Wirtschaftsmagazine „WISO“ und „Plusminus“ Zuschauer abgeben, aber auch das Boulevardmagazin „Explosiv“. Die meisten Politikmagazine und Sendungen wie das „Auslandsjournal“ wurden jedoch etwas mehr gesehen – so dass der Eindruck entsteht, die Nachfrage nach Informationssendungen sei im Großen und Ganzen stabil geblieben (vgl. Tabelle 13).

Vor einer Verallgemeinerung dieser Ergebnisse ist allerdings zu beachten, dass das Gesamtangebot an Informationssendungen größer ist als die hier zitierte Sendungsauswahl und dass möglicherweise an anderen Stellen neue Arten von Nachfrage nach informierenden Sendungen entstanden sind. Fasst man daher die gesamte Informationsnutzung der Fernsehzuschauer zusammen, dann ergibt sich, auf eine einfache statistische Formel gebracht: An einem Durchschnittstag des vergangenen Jahres haben die Deutschen 37 Minuten mit den Informationssendungen des Ersten, des ZDF, der acht Dritten Programme oder von 3sat verbracht und 17 Minuten mit den entsprechenden Sendungen der Privatprogramme. Dies sind Messwerte, die bei den öffentlich-rechtlichen Programmen um zwei Minuten über den Vorjahreswerten liegen und bei den Privatsendern völlig unverändert geblieben sind. Auch insgesamt ist die Nachfrage nach Informationssendungen leicht gestiegen, wie man an Tabelle 14 ablesen kann.

Trotz der leichten Veränderung kommen – wie im Jahr zuvor – rund 32 Prozent vom gesamten Informationskonsum der Fernsehzuschauer aus den Programmen von RTL, SAT.1, ProSieben, RTL II, Kabel 1 und VOX. 68 Prozent stammen dagegen

**Nachfrage nach Informations-sendungen im Großen und Ganzen stabil**

**Zuschauer decken Informationsbedarf zu mehr als zwei Dritteln aus ö.-r. Programmen**

⑫ **Durchschnittliche Reichweiten und Marktanteile der Fernsachrichten 1998 bis 2000**

Zuschauer ab 3 Jahre

	Zuschauer in Mio			Marktanteile in %		
	1998	1999	2000	1998	1999	2000
heute im ZDF	5,16	4,95	4,68	23,5	23,3	21,8
Mo-So, 19.00 Uhr						
heute gesamt <sup>1)</sup>	5,34	5,13	4,86	24,4	24,1	22,6
Mo-So, 19.00 Uhr						
Tagesschau im Ersten	6,75	6,28	6,03	24,3	23,2	22,0
Mo-So, 20.00 Uhr						
Tagesschau gesamt <sup>2)</sup>	9,71	9,41	9,32	35,0	34,8	34,0
Mo-So, 20.00 Uhr						
heute-journal	3,65	3,72	3,61	13,3	13,9	13,3
Mo-Sa, 21.45 Uhr						
Tagesthemen	2,32	2,27	2,21	12,2	12,5	12,1
Mo-So, 22.30 Uhr						
heute nacht	0,61	0,56	0,60	8,7	8,9	9,5
Mo-Fr, 0.00 Uhr						
ARD-Nachtmagazin	0,52	0,45	0,48	11,0	11,0	10,8
Mo-Fr, 0.30 Uhr						
RTL aktuell	4,23	4,11	3,99	20,6	20,6	19,8
Mo-So, 18.45 Uhr						
RTL Nachtjournal	1,00	1,05	1,05	15,0	15,8	14,8
Mo-Fr, 0.00 Uhr						
SAT.1 18.30	1,95	1,94	1,76	10,5	10,7	9,5
So-Fr, 18.30 Uhr						
ProSieben Nachrichten	1,21	1,07	1,01	5,0	4,6	3,8
Mo-So, 20.00 Uhr						

1) Einschließlich 3sat.

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

Quelle: AGF/GfK, PC#TV.

aus dem Ersten, dem ZDF, den Dritten Programmen oder 3sat, so dass auch weiterhin gilt: Ihren Informationsbedarf decken die deutschen Fernsehzuschauer zum größten Teil aus den öffentlich-rechtlichen Programmen.

**8. Ostdeutsche Fernsehzuschauer haben auch weiterhin etwas andere Informationsgewohnheiten**

**Ö.-r. Nachrichten in Ostdeutschland weniger genutzt**

In früheren Auswertungen zu diesem Thema wurde wiederholt festgestellt, dass die Nachrichtensendungen von ARD und ZDF im Osten etwas weniger beachtet werden als im Westen. Diese innerdeutschen Differenzen im Informationsverhalten der Fernsehzuschauer gelten auch für das Jahr 2000. So wurde die „Tagesschau“-Hauptausgabe im vergangenen Jahr von 37 Prozent aller potenziellen Zuschauer aus den alten Bundesländern gesehen – aber nur von 23 Prozent aus den neuen Bundesländern. Bei der „heute“-Sendung des ZDF liegen die Zuschaueranteile um 8 Prozentpunkte unter dem Westniveau, während die entsprechenden Anteile der RTL-Nachrichten um 9 Prozentpunkte über dem Westpegel liegen (vgl. Tabelle 15).

Ähnliche Differenzen ergeben sich bei den übrigen Informations- und Infotainmentsendungen. So bevorzugen die westdeutschen Fernsehzuschauer auch weiterhin die klassischen Informationssendungen von ARD und ZDF, wobei – wenn man von den Nachrichtensendungen absieht – die aktuellen Hintergrundsendungen „Brennpunkt“ und „ZDF-Spezial“, die Diskussionssendung „Sabine Christiansen“ und Politikmagazine wie „Frontal“ oder „Monitor“ die größte Rolle spielen.

Bei den Ostdeutschen steht jedoch – wie in den Jahren zuvor – das Boulevardmagazin „Explosiv“ an erster Stelle in der Zuschauergunst. Dieses bei RTL ausgestrahlte Magazin wurde in Ostdeutschland von rund 23 Prozent aller verfügbaren Zuschauer gesehen – im Westen dagegen nur von 15 Prozent. Auch die bei SAT.1 und RTL ausgestrahlten Magazine „Akte 2000“ und „Spiegel TV“ werden in den neuen Bundesländern mehr gesehen als in den alten (vgl. Tabelle 16).

**RTL-Boulevardmagazin „Explosiv“ im Osten führend**

Wenn man die gesamte Informationsnutzung in den neuen und alten Bundesländern zusammenfasst, lassen sich diese Differenzen noch etwas genauer quantifizieren. Dabei ergibt sich: In den alten Bundesländern stammen lediglich 31 Prozent vom täglichen Zeitaufwand für Informationssendungen aus den Privatprogrammen – in den neuen Ländern dagegen 37 Prozent. Zugleich gilt jedoch: Auch die ostdeutschen Fernsehzuschauer decken

**Insgesamt fallen auch in Ostdeutschland 63 % des Informationskonsums auf ö.-r. Sender**

⑬ **Durchschnittliche Reichweiten und Marktanteile von Informationssendungen nach der Größe ihres Publikums 1999/2000**  
Zuschauer ab 3 Jahre

Rangplatz/ Sendung	Zuschauer in Mio	Marktanteil in %
1. Brennpunkt (Das Erste)	5,56	19,0
2. Sabine Christiansen (Das Erste)	4,41	17,8
3. Explosiv (RTL)	4,09	18,6
4. ZDF-spezial	3,98	18,2
5. Report aus München (Das Erste)	3,57	12,2
6. Fakt (Das Erste)	3,45	11,8
7. Frontal (ZDF)	3,40	11,6
8. Report aus Mainz (Das Erste)	3,38	11,3
9. Panorama (Das Erste)	3,22	11,3
10. Die Reportage (ZDF)	3,18	11,3
11. Bonn/Berlin direkt (ZDF)	3,15	13,7
12. Monitor (Das Erste)	3,15	11,4
13. WISO (ZDF)	3,15	12,3
14. Stern TV (RTL)	2,74	16,9
15. Weltspiegel (Das Erste)	2,73	10,8
16. Auslandsjournal (ZDF)	2,73	9,7
17. Kontraste (Das Erste)	2,67	9,8
18. Akte 99 (SAT.1)	2,65	14,9
19. ARD-Exklusiv	2,62	10,5
20. Plusminus (Das Erste)	2,56	9,6
<b>2000</b>		
1. Brennpunkt (Das Erste)	5,39	18,8
2. Sabine Christiansen (Das Erste)	4,44	17,2
3. Explosiv (RTL)	3,76	17,0
4. Fakt (Das Erste)	3,66	12,0
5. Monitor (Das Erste)	3,62	12,7
6. ZDF-spezial	3,54	15,3
7. Frontal (ZDF)	3,48	11,7
8. Report aus Mainz (Das Erste)	3,45	11,4
9. Berlin direkt (ZDF)	3,43	13,7
10. Report aus München (Das Erste)	3,40	11,5
11. Panorama (Das Erste)	3,36	12,0
12. Die Reportage (ZDF)	3,18	11,1
13. WISO (ZDF)	3,02	11,7
14. Auslandsjournal (ZDF)	2,89	10,2
15. ARD-Exklusiv	2,85	11,1
16. Kontraste (Das Erste)	2,78	9,8
17. Stern TV (RTL)	2,64	15,7
18. Weltspiegel (Das Erste)	2,63	10,1
19. Akte 00 (SAT.1)	2,58	13,7
20. Spiegel TV (RTL)	2,33	11,1

Quelle: AGF/GfK, PC#TV.

ihren Informationsbedarf zum größten Teil bei den öffentlich-rechtlichen Sendern. 63 Prozent ihres täglichen Informationskonsums stammen im Jahr 2000 jedenfalls aus dem Ersten, dem ZDF, den Dritten Programmen oder 3sat (vgl. Tabelle 17).

**9. Die Akzeptanz der öffentlich-rechtlichen Sender hängt nach wie vor mit dem politischen Interesse ihrer Zuschauer zusammen**

**Zuschauerbindung:** Aus den regelmäßigen Trendbefragungen von ARD und ZDF (5) ergibt sich zunächst: Das Erste ist für die deutschen Fernsehzuschauer – deutlicher als im Jahr zuvor – das wichtigste, subjektiv am

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

	Sehdauer in Minuten		Anteil am Informationskonsum in %	
	1999	2000	1999	2000
öff.-rechtliche Sender <sup>1)</sup>	35	37	68	68
Privatsender <sup>2)</sup>	17	17	32	32
Informationskonsum gesamt	52	54	100	100

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

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

Quelle: AGF/GfK, PC#TV, jeweils bezogen auf Erwachsene ab 14 Jahre.

⑮ **Durchschnittliche Reichweiten und Marktanteile der Fernheftnachrichten in Deutschland West und Ost 2000**

	Zuschauer in Mio		Marktanteile in %	
	West	Ost	West	Ost
heute im ZDF	3,86	0,82	23,5	16,1
Mo-So, 19.00 Uhr				
heute gesamt <sup>1)</sup>	4,01	0,85	24,5	16,7
Mo-So, 19.00 Uhr				
Tagesschau im Ersten	5,02	0,99	23,8	15,5
Mo-So, 20.00 Uhr				
Tagesschau gesamt <sup>2)</sup>	7,84	1,47	37,2	23,2
Mo-So, 20.00 Uhr				
heute-journal	3,10	0,51	14,5	8,7
Mo-Sa, 21.45 Uhr				
Tagesthemen	1,91	0,30	13,0	8,4
Mo-So, 22.30 Uhr				
RTL aktuell	2,76	1,31	18,0	27,0
Mo-So, 18.45 Uhr				
SAT.1 18:30	1,31	0,45	9,4	10,1
So-Fr, 18.30 Uhr				
Pro 7 Nachrichten	0,73	0,28	3,6	4,5
Mo-So, 20.00 Uhr				

1) Einschließlich 3sat.

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

Quelle: AGF/GfK, PC#TV.

wenigsten verzichtbare Fernsehprogramm. Diese subjektive Unverzichtbarkeit kommt zum Beispiel darin zum Ausdruck, dass die meisten Bundesbürger auf eine entsprechende Testfrage erklärten, sie würden sich für Das Erste entscheiden, wenn sie nur noch einen einzigen Fernsehsender empfangen könnten. Zweitwichtigstes Fernsehprogramm ist demnach RTL – gefolgt von ZDF, ProSieben und SAT.1.

Gegenüber dem Vorjahr ist die Wertschätzung des Ersten und von ProSieben gestiegen, während die übrigen Sender weniger wichtig genommen werden. Fragt man jedoch nach dem Lieblingssender der Fernsehzuschauer, dann werden alle Sender

**Lieblingssender:  
Nur ProSieben besser  
beurteilt als 1999**

**16 Durchschnittliche Reichweiten ausgewählter Informations- und Infotainmentsendungen nach der Größe ihres Publikums in Deutschland West und Ost 2000**

Zuschauer ab 3 Jahre

Deutschland West			Deutschland Ost		
Rangplatz Sendung	Zuschauer in Mio	Marktanteile in %	Rangplatz Sendung	Zuschauer in Mio	Marktanteile in %
Brennpunkt (Das Erste)	4,48	20,3	Explosiv (RTL)	1,23	22,8
Sabine Christiansen (Das Erste)	3,80	18,5	Brennpunkt (Das Erste)	0,91	13,9
ZDF-Spezial	3,11	16,9	Fakt (Das Erste)	0,76	10,9
Frontal (ZDF)	2,96	12,8	Berlin direkt (ZDF)	0,67	11,4
Monitor (Das Erste)	2,96	13,4	Monitor (Das Erste)	0,67	10,4
Fakt (Das Erste)	2,93	12,3	Report aus Mainz (Das Erste)	0,64	9,5
Report aus Mainz (Das Erste)	2,81	12,0	Sabine Christiansen (Das Erste)	0,63	12,0
Report aus München (Das Erste)	2,79	12,0	ZDF-Spezial	0,62	11,0
Berlin direkt (ZDF)	2,77	14,5	Panorama (Das Erste)	0,61	9,7
Panorama (Das Erste)	2,75	12,6	Report aus München (SAT.1)	0,60	9,0
Die Reportage (ZDF)	2,60	11,8	Die Reportage (ZDF)	0,58	8,8
Explosiv (RTL)	2,54	15,1	Akte 2000 (SAT.1)	0,57	15,5
WISO (ZDF)	2,52	12,8	Spiegel TV (RTL)	0,54	12,9
Auslandsjournal (ZDF)	2,38	10,9	Kontraste (Das Erste)	0,53	8,2
ARD-Exklusiv (Das Erste)	2,33	11,7	ARD-Exklusiv	0,53	9,2
Kontraste (Das Erste)	2,25	10,3	Stern TV (RTL)	0,52	15,7
Weltspiegel (Das Erste)	2,17	10,9	Frontal (ZDF)	0,52	7,7
Stern TV (RTL)	2,12	15,6	WISO (ZDF)	0,51	8,2
Akte 2000 (SAT.1)	2,01	13,2	Auslandsjournal (ZDF)	0,51	7,9
Plusminus (Das Erste)	1,93	10,0	Weltspiegel (Das Erste)	0,46	7,5
Berlin Mitte (ZDF)	1,88	12,0	Plusminus (Das Erste)	0,40	7,8
Spiegel TV (RTL)	1,81	10,7	Berlin Mitte (ZDF)	0,33	8,5

Quelle: AGF/GfK, PC#TV.

**17 Zeitaufwand für Informationssendungen in Deutschland West und Ost 2000**

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

	Sehdauer in Minuten		Anteil am Informationskonsum in %	
	West	Ost	West	Ost
öff.-rechtliche Sender <sup>1)</sup>	37	36	69	63
Privatsender <sup>2)</sup>	16	22	31	37
<b>Informationskonsum gesamt</b>	<b>53</b>	<b>58</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

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

Quelle: AGF/GfK, PC#TV.

mit Ausnahme von ProSieben etwas weniger freundlich beurteilt als im Vorjahr. An der bisher bekannten Reihenfolge der beliebtesten Fernsehsender ändert sich bei dieser etwas „weicheren“ Fragestellung, die vor allem die emotionale Seite der Senderbindung betrifft und mehrere Nennungen erlaubt, allerdings wenig, wie man an Tabelle 18 ablesen kann.

**Politisches Interesse beeinflusst Senderpräferenz**

Erneut bestätigt hat sich dabei, dass die Akzeptanz der Fernsehsender in einem deutlichen Zusammenhang mit dem politischen Interesse ihrer Zuschauer steht: Wer sich für Politik interessiert, hält

**18 Unentbehrlichkeit und Beliebtheit der Fernsehsender im Vergleich**

in %

	1998	1999	2000
Es würden sich entscheiden für... <sup>1)</sup>			
Das Erste	23,5	19,2	22,6
ZDF	13,9	16,3	14,9
Dritte <sup>2)</sup>	10,7	9,3	8,7
RTL	18,4	18,5	17,0
SAT.1	9,3	9,4	9,8
ProSieben	14,0	11,3	12,3
Es sehen am liebsten... <sup>3)</sup>			
Das Erste	50,5	46,2	42,1
ZDF	44,2	44,9	36,1
Dritte	29,4	26,6	24,0
RTL	45,3	47,7	38,9
SAT.1	35,2	37,0	30,8
ProSieben	32,4	28,9	29,1

1) Dabei war nur eine Sendernennung erlaubt.  
 2) Acht zusammengerechnete Sender.  
 3) Hier waren maximal 3 Nennungen möglich.

Quelle: ARD/ZDF-Trend, Winter 1998-2000.

auch im Jahr 2000 die öffentlich-rechtlichen Sender in besonderem Maß für unverzichtbar, wobei wiederum Das Erste die größte Rolle spielt und das ZDF - abweichend vom Durchschnitt - die zweitgrößte. Und umgekehrt steigt die Akzeptanz von RTL, ProSieben und SAT.1, je unpolitischer die Fernsehzuschauer sind - wobei es gleichgültig ist, ob man die subjektive Unentbehrlichkeit oder die

Beliebtheit der Fernsehsender als Kriterium wählt (vgl. Tabelle 19).

**10. Auch unabhängig davon werden die öffentlich-rechtlichen Sender vor allem wegen ihrer Informationsleistung geschätzt**

**Senderimages:  
Öffentlich-rechtliche  
sind seriös, glaub-  
würdig, anspruchs-  
voll**

Einen ersten Hinweis auf die besondere Bedeutung der Informationsleistung von ARD und ZDF liefern die Eigenschaftsprofile, mit denen die Senderimages ermittelt werden. Aus denen lässt sich ablesen: Das Erste und das ZDF wurden auch im Jahr 2000 signifikant glaubwürdiger, seriöser und anspruchsvoller wahrgenommen als RTL, SAT.1 oder ProSieben (vgl. Tabelle 20).

**Tagesaktuelle  
Berichterstattung  
und Professionalität  
geschätzt**

Weitere Hinweise auf die Bedeutung der Informationssendungen ergeben sich dann, wenn man die Zuschauer bittet, die Leistungen der einzelnen Fernsehsender anhand von Item-Formulierungen genauer zu bestimmen. Dabei bestätigt sich: Was die Fernsehzuschauer am meisten an den öffentlich-rechtlichen Programmen schätzen, ist die Ausführlichkeit ihrer tagesaktuellen Berichterstattung und die Professionalität ihrer Korrespondenten, die dem Ersten von 77 bis 78 Prozent und dem ZDF von 72 Prozent aller Bundesbürger attestiert werden.

**19 Unentbehrlichkeit und Beliebtheit der Fernsehsender nach politischem Interesse 2000**

in %

	aktives politisches Interesse <sup>1)</sup>		
	gering	durchschnittlich	hoch
Es würden sich entscheiden für <sup>2)</sup>			
Das Erste	13,6	22,0	28,5
ZDF	9,2	12,6	21,1
Dritte <sup>3)</sup>	8,5	7,3	10,6
RTL	20,8	20,4	10,2
SAT.1	12,8	10,2	7,6
ProSieben	17,1	13,7	7,8
Es sehen am liebsten <sup>4)</sup>			
Das Erste	28,8	38,9	54,2
ZDF	23,4	32,4	48,4
Dritte <sup>3)</sup>	15,7	20,3	33,8
RTL	45,1	44,1	28,3
SAT.1	34,4	33,4	25,2
ProSieben	33,9	32,9	21,3

1) Kombinierte Werte für das Interesse an Politik und die Beteiligung an politischen Diskussionen.

2) Nur eine Sendernennung erlaubt.

3) Acht zusammengerechnete Sender.

4) Bis zu 3 Nennungen möglich.

Quelle: ARD/ZDF-Trend, Winter 2000.

**20 Beurteilung verschiedener Programme anhand ausgewählter Eigenschaftszuschreibungen**

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

	Das Erste	ZDF	RTL	SAT.1	Pro 7
seriös	71,7	71,6	22,4	29,3	27,0
glaubwürdig	71,6	72,0	30,7	37,6	33,3
anspruchsvoll	50,1	52,5	24,7	27,9	26,9
erfolgreich	48,6	49,0	56,8	49,9	49,7
unverwechselbar	46,8	40,6	38,8	32,8	32,8
konservativ	46,4	42,3	7,5	6,7	7,3
modern	28,2	32,6	61,8	55,4	52,0
mutig	22,8	21,6	44,5	35,5	32,8
schwerfällig	17,4	14,1	4,4	3,8	4,6
langweilig	16,3	14,9	5,5	5,1	3,7
sensationslüstern	6,2	5,0	58,1	41,4	29,6
frech	5,1	4,2	45,8	29,3	30,8

Quelle: ARD/ZDF-Trend, Winter 2000.

Fast genauso wichtig für die Akzeptanz ist der Eindruck der Fernsehzuschauer, dass die öffentlich-rechtlichen Programme den schnellsten „Überblick über das Wichtigste vom Tage“ bieten. Damit hängt zusammen, dass ihnen auch die wichtigste Rolle bei der politischen Meinungsbildung zugeschrieben wird.

Laune“ geschätzt, und besonders RTL werden „Shows, bei denen echt was los ist“ zugeschrieben (vgl. Tabelle 21).

Diese deutlichen Differenzen im Publikumsurteil über die Fernsehsender bleiben auch dann erhalten, wenn man nach der Bewertung einzelner Sendungsarten fragt und dabei diejenigen Zuschauer aussondert, die sich dafür nicht interessieren. Auch bei diesen Testfragen, bei denen die Zuschauer entscheiden sollen, welches Fernsehprogramm die besten Sendungen in den einzelnen Sparten ausstrahlt, werden die öffentlich-rechtlichen Program-

**Private in erster Linie  
Unterhaltungssender**

**Informationskompe-  
tenz der Privatsender  
deutlich geringer ein-  
geschätzt**

Die Privatsender spielen auf diesem Gebiet dagegen eine unverändert geringe Rolle. Vor allem RTL gilt bei den deutschen Fernsehzuschauern als ein Sender, der „es mit der Wahrheit nicht so genau“ nimmt und „nur auf Einschaltquoten aus“ ist. Das Publikumsurteil über die Privatsender wird nämlich nach wie vor von ihrer Unterhaltungs- und Entspannungsfunktion geprägt. Sie werden auch im Jahr 2000 als Verbreiter von „Spaß und guter

21 Beurteilung verschiedener Programme anhand ausgewählter Items 2000

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

	Das Erste	ZDF	RTL	SAT.1	Pro 7
hat sachkundige Korrespondenten	77,5	72,4	40,9	38,9	32,3
bringt ausführliche und gründliche Berichte über die Tagesereignisse	76,7	72,4	43,1	38,3	33,2
bietet einen schnellen Überblick über das Wichtigste vom Tage	75,7	68,5	50,6	45,9	37,4
ist wichtig für die politische Meinungsbildung	56,5	48,3	17,0	14,5	11,5
spricht die ganze Familie an	49,1	50,4	45,9	43,0	40,8
ist ein unverzichtbarer Bestandteil der Kultur in Deutschland	47,8	40,6	15,4	13,9	11,9
hat ein kompetent gemachtes Sportprogramm	39,5	43,4	32,1	39,6	8,6
macht ein gutes Vorabendprogramm	34,7	32,5	32,2	28,4	28,4
ist zum Entspannen ideal	26,7	31,5	42,7	39,3	42,2
vermittelt Spaß und gute Laune	26,5	29,7	50,5	43,5	46,8
zeigt viele gut gemachte Spielfilme	25,4	28,7	45,2	43,6	55,8
bringt zuviele Wiederholungen	23,3	20,2	23,4	19,5	15,3
zeigt Shows, bei denen echt was los ist	21,3	31,6	52,1	40,0	26,4
machen auch gute Daily Soaps	14,0	7,0	22,5	13,5	14,0
ist nur auf Einschaltquoten aus	12,2	14,0	63,7	52,6	45,3
bringt bei Sportsendungen zuviele Unterbrechungen	8,0	7,2	52,1	46,3	19,5
bringt Talkshows, in denen die Menschen bloßgestellt werden	6,5	6,0	46,9	36,7	30,9
nimmt es mit der Wahrheit nicht so genau	5,2	3,9	25,3	16,0	12,1

Quelle: ARD/ZDF-Trend, Winter 2000.

22 Spartenkompetenz der Fernsehsender aus Sicht der Zuschauer

„Welcher Sender bringt Ihrem persönlichen Eindruck nach die besten Sendungen dieser Art?“	Das Erste	ZDF	Dritte 1)	RTL	SAT.1	Pro 7
Politikmagazine und -reportagen	73,8	63,5	15,1	17,5	10,0	8,1
Nachrichten	67,8	45,2	12,7	22,9	10,0	7,8
Volksmusik- und Schlagersendungen	67,7	68,2	35,8	11,1	6,4	1,6
Ratgeber- und Verbrauchersendungen	65,2	49,4	31,3	13,2	9,9	6,1
Wirtschaftsmagazine und -reportagen	63,8	65,9	15,5	12,1	6,9	6,9
Dokumentationen	57,1	53,1	29,0	14,1	12,1	10,1
Kulturmagazine und Reportagen über kulturelle Ereignisse	53,8	46,6	34,6	13,2	11,1	8,5
Krimis und Krimiserien	52,3	44,6	6,7	40,8	34,6	23,8
Talkshows am Abend	49,4	33,1	29,7	26,3	23,0	12,6
Magazine und Reportagen zu Wissenschaft und Technik	46,2	51,7	22,0	11,6	9,7	20,1
Familien- und Unterhaltungsserien	46,1	45,4	9,0	43,6	29,9	21,4
Natur- und Tiersendungen	45,1	41,1	39,1	12,8	10,3	15,5
Satire- und Kabarettssendungen	39,4	21,7	22,6	28,6	27,0	19,2
Sportsendungen	37,8	41,1	7,4	32,0	44,2	1,9
Anspruchsvolle Kino- und Fernsehfilme	36,1	37,0	8,4	33,6	29,1	38,8
Volks- und Bauerntheater	33,0	27,2	45,1	11,9	5,3	1,4
Arzt- und Krankenhausserien	32,2	30,5	5,3	37,6	53,7	17,0
Boulevardmagazine	31,3	26,7	12,7	53,7	36,4	20,3
Unterhaltende Kino- und Fernsehfilme	27,8	29,4	7,3	41,7	35,8	47,9
Talkshows am Nachmittag	23,6	10,7	3,4	62,4	48,4	39,7
Shows und Quizsendungen	20,8	33,5	2,9	67,0	44,4	9,1
Sendungen über das Bundesland, in dem Sie leben	15,9	7,5	84,9	4,9	2,9	1,0
Realityshows	11,4	7,2	2,4	56,8	26,4	21,5
Zeichentrickfilme und -serien	9,9	9,8	4,2	22,5	17,3	37,8
Comedyssendungen und -shows	7,8	7,5	4,3	49,4	48,2	46,0
Science-Fiction-Filme und -Serien	3,7	4,6	1,2	34,2	53,3	51,5

1) Acht zusammengerechnete Sender.

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

Quelle: ARD/ZDF-Trend, Winter 2000.

me vor allem als Informationssender verstanden und die Privatprogramme als Unterhaltungssender.

Im Einzelnen (vgl. Tabelle 22) zeigt sich dabei: Das Erste wird – klarer noch als im Jahr zuvor – als das Fernsehprogramm mit den besten Politikmagazinen, Nachrichten, Ratgeber- und Verbrauchersendungen angesehen. Außerdem gilt: Das

Erste ist – mit geringem Vorsprung vor dem ZDF – kompetentester Sender für Dokumentationen, Kulturmagazine und Natursendungen, während die Wirtschaftsmagazine, die Wissenschafts- und Techniksendungen am meisten beim ZDF geschätzt werden. Dazu kommt, dass die Dritten Programme – ebenfalls klarer als im Vorjahr – als die besten Vermittler regionaler Informationen verstanden werden.

**ARD und ZDF werden die besten Familien- und Unterhaltungsserien zugeschrieben, dem Ersten auch die besten Krimis und Abend-Talks**

Allerdings werden die öffentlich-rechtlichen Sender auch im Jahr 2000 nicht auf ihre Rolle als Informationsvermittler reduziert. So schreibt man dem Ersten zugleich die besten Talkshows am Abend zu, die besten Krimis und – zusammen mit dem ZDF – auch die besten Familien- und Unterhaltungsserien. Und beim ZDF schätzt man außerdem besonders die musikalischen Unterhaltungssendungen und die Sportsendungen.

**RTL bei Shows, Quiz und Nachmittags-Talks geschätzt**

Bei den Shows- und Quizsendungen denkt die große Mehrheit der Fernsehzuschauer dagegen neuerdings an RTL. Mehr als zwei Drittel der Fernsehzuschauer waren im Winter 2000 der Ansicht, RTL bringe die besten Sendungen auf diesem Gebiet, was in Zusammenhang mit dem Erfolg von „Wer wird Millionär?“ zu sehen ist. Außerdem werden dem RTL-Programm immer noch die besten Talkshows am Nachmittag zugeschrieben, aber auch die besten Realityshows und Boulevardmagazine.

**SAT.1-Stärke sind Arzt- und Krankenhausserien; ProSieben: Filme**

Zu den besonderen Stärken von SAT.1 gehören nach Meinung der Fernsehzuschauer immer noch die Arzt- und Krankenhausserien – zusammen mit den Sportsendungen, und bei ProSieben sind es schließlich die unterhaltenden Kino- und Fernsehfilme, aber auch die Zeichentrickfilme.

**Öffentlich-rechtlich wird mehrheitlich Kompetenz bei Kultur- und Information zugesprochen**

Auch bei diesen Kompetenzzuschreibungen gibt es einen Zusammenhang mit dem politischen Interesse der Fernsehzuschauer – aber auch mit ihrem Alter, worauf hier im Einzelnen nicht eingegangen werden kann. Nur soviel sei angedeutet: Wer älter

als 49 Jahre ist oder ein ausgeprägtes Interesse für die Politik und das öffentliche Leben besitzt, beurteilt die Programmleistung der öffentlich-rechtlichen Sender am positivsten, wobei die Informationssendungen wiederum eine Schlüsselrolle spielen. Aber auch die unter 50-Jährigen und die politisch weniger Interessierten sind mehrheitlich der Meinung, das Erste und das ZDF hätten die besten Nachrichten, Politikmagazine, Verbrauchersendungen, Dokumentationen, Kulturmagazine, Wissenschafts-, Technik- oder Natursendungen.

Anmerkungen:

- 1) Vgl. zuletzt Darschin, Wolfgang/Susanne Kayser: Tendenzen im Zuschauerverhalten. Fernsehgewohnheiten und Programmbewertungen 1999. In: Media Perspektiven 4/2000, S. 146-158.
- 2) Der bundesweite Marktanteil der Dritten Programme von 12,7 Prozent ergibt sich aus der Addition der Marktanteile der acht Dritten Programme, die diese im gesamten Bundesgebiet erzielen. Tabelle 4 zeigt, wie diese Berechnung im Einzelnen zustande kommt.
- 3) Die in Tabelle 7 genannten Zahlen sind Ergebnis einer Sonderauswertung der AGF/GfK Fernsehforschung nach Sparten. Dabei handelt es sich um Durchschnittswerte für 1999 und 2000, die sich auf alle Zuschauer ab drei Jahren beziehen.
- 4) Diese und die folgenden, in den Tabellen 10, 11 und 14 zusammengefassten Zahlen zum Unterhaltungs- und Informationskonsum der Fernsehzuschauer sind ebenfalls Ergebnisse einer Sonderauswertung der AGF/GfK Fernsehforschung nach Sparten, beziehen sich jedoch hier aus Vergleichsgründen auf die Erwachsenen ab 14 Jahre.
- 5) Die folgenden Zahlenangaben sind der Winterwelle des ARD/ZDF-Trend entnommen – einer regelmäßigen Repräsentativbefragung zur Bewertung der Fernsehprogramme von Infratest/München, die vom 24. Oktober bis 7. Dezember 2000 bei rund 4000 Personen ab 14 Jahre in Form von Face-to-face-Befragungen (CAP) durchgeführt wurde. Die Vergleichsergebnisse für die früheren Jahre beziehen sich ebenfalls auf die Zeit von Oktober bis Anfang Dezember. Vgl. dazu Darschin (Anm. 1), S. 155ff.

