

Zusammenfassungen

Wolfgang Darschin/
Heinz Gerhard

**Tendenzen im Zuschauer-
verhalten**
Fernsehgewohnheiten und Programm-
bewertungen im Jahr
2001.
MP 4/2002,
S. 154-165

Im Jahr 2001 hat sich der Fernsehkonsum der Bundesbürger auf hohem Niveau stabilisiert. So saßen an einem durchschnittlichen Wochentag 74 Prozent aller Erwachsenen und 61 Prozent aller Kinder vor dem Bildschirm. Nach wie vor sehen Ostdeutsche länger fern als Westdeutsche, wobei die geringste Diskrepanz in der Altersgruppe der 20- bis 29-Jährigen besteht. RTL wurde nun wieder zum meistgesehenen Fernsehprogramm vor dem Ersten und dem ZDF.

Auch im Jahr 2001 spielten Informations- und Fictionsendungen die größte Rolle für die Akzeptanz der Fernsehprogramme. Während Shows und Sport die Hitlisten der meistgesehenen Sendungen anführen, ist die Bedeutung der Information für die Akzeptanz der öffentlich-rechtlichen Programme noch weiter angestiegen. Auf den Programmbe-
reich Fiction entfällt der zweitgrößte Anteil der mit öffentlich-rechtlichen Sendern verbrachten Zeit, bei den Privatsendern werden Fictionsendungen am stärksten genutzt.

Insgesamt blieb der Unterhaltungs- und Fictionkonsum der Fernsehzuschauer mit 92 Minuten pro Tag konstant; hier liegen Unterhaltungs- und Rateshows bzw. Unterhaltungs- und Krimireihen auf den vorderen Plätzen. Dagegen stieg die Nachfrage nach Informationssendungen durch die Ereignisse des 11. September und des Afghanistankrieges an, was sich nicht zuletzt in hohen Marktanteilen der öffentlich-rechtlichen Nachrichtensendungen niederschlug. Ihren Informationsbedarf decken die deutschen Fernsehzuschauer auch weiterhin zum größten Teil bei den öffentlich-rechtlichen Programmen.

Die Akzeptanz der öffentlich-rechtlichen Sender hängt unverändert vom politischen Interesse ihrer Zuschauer ab. Wer sich für Politik interessiert, hält auch im Jahr 2001 die öffentlich-rechtlichen Fernsehprogramme in besonderem Maße für unverzichtbar, wobei das Erste auch weiterhin die größte Rolle spielt und das ZDF die zweitgrößte. Je politischer die Fernsehzuschauer, desto größer ist auch die emotionale Bindung an die öffentlich-rechtlichen Sender, je unpolitischer sie sind, desto höher ist die Akzeptanz von RTL, SAT.1 und ProSieben. Das Erste und das ZDF gelten nach wie vor als glaubwürdiger, seriöser und anspruchsvoller als ihre privaten Konkurrenten. Während das Publikumsurteil über die Privatsender von deren Unterhaltungs- und Entspannungsfunktion bestimmt wird, gelten die öffentlich-rechtlichen Programme als Informationssender, ohne jedoch auf diese Funktion reduziert zu werden.

Die Terroranschläge in New York vom 11. September 2001 haben sich auch in Deutschland tief in das Gedächtnis der Menschen eingegraben. Ziel einer Repräsentativbefragung von 1 460 Personen ab 16 Jahren, die vom Institut für Medien- und Kommunikationswissenschaft der TU Ilmenau durchgeführt wurde, war es herauszufinden, wie man von den Ereignissen erfuhr und wie man darauf reagierte. Wie die Ergebnisse zeigen, verbreitete sich die Nachricht von den Anschlägen so rasant, dass innerhalb einer Stunde fast 70 Prozent der deutschen Bevölkerung informiert waren – insbesondere über das Fernsehen, gefolgt vom Radio und interpersonaler Kommunikation; das Internet spielte allenfalls am Arbeitsplatz bzw. bei jungen Leuten eine Rolle. In der Extremsituation des 11. September lebte das Fernsehen von der Kraft der dramatischen Bilder – das Bedürfnis nach Visualisierung dominierte die Wahl des Mediums.

Am schnellsten von der Katastrophe informiert waren Jüngere, höher Gebildete, Erwerbstätige und Männer. Zwar wurden nur wenige Menschen durch das Internet von diesem Extremereignis in Kenntnis gesetzt (2 %), von diesen jedoch hatte ein hoher Prozentanteil (44 %) die Nachricht bereits nach 15 Minuten erhalten. Am Arbeitsplatz verbreitete sich die Nachricht häufig zunächst durch das Radio und danach interpersonal wie ein Lauffeuer.

Insgesamt hing die Quelle der Erstinformation vom Alter und der Berufstätigkeit der Befragten ab. Während etwa das Fernsehen vor allem für die ab 50-Jährigen wichtig war, lieferte das Radio für die 30- bis 49-Jährigen häufig die Erstinformation. Formal niedriger Gebildete gaben häufiger das Fernsehen als erste Informationsquelle an, während bei den höher Gebildeten die interpersonale Kommunikation eine größere Rolle spielte. Das Extremereignis des 11. September führte dazu, dass fast 60 Prozent der Bevölkerung ab 16 Jahren andere davon in Kenntnis setzten, wovon knapp die Hälfte persönlich zu anderen ging und nahezu 60 Prozent zum Telefon griffen. Letzteres praktizierten insbesondere Frauen und Hochgebildete, was beim Faktor Bildung auf die jeweilige Situation am Arbeitsplatz zurückzuführen sein dürfte.

Martin Emmer/
Christoph Kuhlmann/
Gerhard Vowe/
Jens Wolling

**Der 11. September –
Informationsverbrei-
tung, Medienwahl,
Anschlusskommuni-
kation**

Ergebnisse einer
Repräsentativbefra-
gung zu einem Ere-
ignis mit extremem
Nachrichtenwert.
MP 4/2002,
S. 166-177

Udo Michael Krüger/
Thomas Zapf-
Schramm

**Öffentlich-rechtliches
und privates Fern-
sehen: Typische**

**Unterschiede bleiben
bestehen**

Programmanalyse
2001/1.
MP 4/2002,
S. 178–189

Erstmals auf Basis einer Vollerhebung aller Sendungen des Jahres 2001 vergleicht die kontinuierliche Programmanalyse des Kölner Instituts für empirische Medienforschung (IFEM) die Programmmangebote der fünf zuschauerstärksten Programme Das Erste/ARD, ZDF, RTL, SAT.1 und ProSieben. Damit können Verzerrungen des Gesamtbildes, wie sie durch besondere, zu Programmänderungen und Sondersendungen führende Ereignisse in Stichprobenwochen entstehen können, vermieden werden.

Auch auf dieser Basis zeigen sich die typischen Unterschiede zwischen öffentlich-rechtlichen und privaten Programmen. Das Erste und das ZDF bleiben mit stabilen Programmprofilen die führenden Informationsanbieter und unterscheiden sich damit wesentlich von den Privatsendern. RTL, SAT.1 und ProSieben bleiben die führenden Unterhaltungsanbieter mit deutlich mehr Fiction und nonfiktionaler Unterhaltung im Programm als ARD/ZDF.

Betrachtet man den Informationssektor genauer, werden die Unterschiede zwischen öffentlich-rechtlichen und kommerziellen Programmen noch deutlicher: Das Erste und das ZDF bieten dem Zuschauer eine weitaus größere Vielfalt an informierenden Sendeformen und auch ein umfangreicheres Angebot in all diesen Formaten. Beispielsweise ist der Anteil an monothematischen Sendungen wie Dokumentationen, Berichten und Features um das Zehnfache höher als bei den Privaten. Gerade diese Sendeformen können Einzelthemen ausführlicher behandeln, mehr Hintergrund liefern und journalistisch tiefer greifen. Zugleich zeigen Rangordnung und Anteil der wichtigsten Sendungen im Informationsangebot die hohe Bedeutung, die die Öffentlich-rechtlichen den aktuellen sowie politisch und gesellschaftlich relevanten Informationen unverändert zumessen.

Die Betrachtung auf Basis der Vollerhebung zeigt übrigens auch: Zwar hat die Sonderberichterstattung über die Terroranschläge vom 11. September 2001 den Informationsanteil des Fernsehens in den Tagen danach massiv erhöht, im Jahresdurchschnitt macht sich diese Erhöhung jedoch kaum bemerkbar.

