

Das Programmjahr 2008

→ **Sparten- und Formattrends im deutschen Fernsehen**

Von Maria Gerhards* und Walter Klingler*

Der Durchschnittsdeutsche verbringt mehr als 20 Tage eines Monats mit mindestens kurzer Fernsehnutzung. (1) Verbunden mit einer Tagesreichweite und einer Nutzungsdauer, die jeweils der des Radios gleicht – womit die beiden elektronischen Medien auf den beiden vorderen Plätzen unter allen Medien stehen –, werden dem Medium Fernsehen vielfältige Funktionen zugeordnet und attestiert, nämlich Information, Unterhaltung, Vermittlung von Gesprächswert und vieles mehr. Gleichzeitig ist das Fernsehen wichtiger Inhaltelieferant für das wesentlich jüngere Internet, wenn man beispielsweise an Videoportale oder Mediatheken denkt.

Analyse der Fernsehnutzung nach Sparten, Genres und Formaten

Im Folgenden soll die Nutzung des klassischen Fernsehens im Mittelpunkt stehen. Der Fokus liegt dabei auf der Nutzung konkreter Sendungen, und zwar auf Sparten-/Genre- oder auf Formatebene. Ergänzend wird auch die Perspektive der non-linearen Nutzung analysiert und dargestellt.

Analyse des Fernsehverhaltens am Beispiel Formate und Sparten

Zentrale Untersuchungsfragen

Zentrale Untersuchungsfragen des folgenden Berichts sind:

- Welche allgemeinen Trends zeigen sich bei der Fernsehnutzung?
- Welche Programmsparten werden von den Zuschauerinnen und Zuschauern genutzt?
- Welche Nutzungsschwerpunkte existieren in den einzelnen Sparten?
- Wie ist die Fernsehnutzung im Wochenablauf, Jahresablauf oder an Feiertagen?
- Wie sieht die Fernsehnutzung nach Zielgruppen aus?

Ergänzend wird die zeitversetzte Fernsehnutzung kurz analysiert und bewertet. Wie stark ist der Anteil der zeitversetzten Nutzung linearer Angebote? Wie werden Fernsehsendungen auf anderen Plattformen genutzt?

20 Programme in der Analyse

Ausgangspunkt der Analyse der linearen Fernsehnutzung ist eine Fortschreibung der in den Vorjahren untersuchten – und im Rahmen der AGF codierten – insgesamt 20 Fernsehprogramme. (2) Im Einzelnen sind dies: Das Erste/ARD, das ZDF, alle sieben Dritten, RTL, Sat.1, ProSieben, VOX, RTL II, kabel eins, Super RTL, DSE, 3sat, Eurosport und N24. Die analysierten Programme deckten im Jahr 2008 wie im Jahr zuvor 88 Prozent der linearen Fernsehnutzung ab.

Dieser Durchschnittswert für die Zuschauerinnen und Zuschauer ab drei Jahren in deutschen

Fernsehhaushalten bedarf der Differenzierung. In den älteren Altersgruppen werden mit dieser Analyse teilweise deutlich mehr der gesamten linearen Fernsehnutzung abgebildet. In den beiden jüngsten Altersgruppen ist eine höhere Marktsegmentierung festzustellen, so dass ein größerer Teil der Fernsehnutzung auf andere, nicht AGF-codierte Programme entfällt. Bei den 14- bis 19-Jährigen werden noch rund 80 Prozent der Fernsehnutzung erfasst, bei den Kindern von drei bis 13 Jahren 68 Prozent. Trotz dieser Einschränkung ist davon auszugehen, dass die Spartennutzung insgesamt und vor allem die quantitativ wichtigsten inhaltlichen Trends in diesen beiden Zielgruppen mit dieser Analyse erfasst werden können. (3)

Die Tagesreichweite des Fernsehens lag im Jahr 2008 bei durchschnittlich 70 Prozent aller Fernsehzuschauer ab drei Jahren (vgl. Tabelle 1). Dies bedeutet gegenüber dem Vorjahr einen leichten Rückgang, gegenüber 2001 – nach zwischenzeitlich höheren Werten – ein Minus von 2 Prozentpunkten. Die durchschnittliche Verweildauer eines Fernsehzuschauers lag 2008 bei 288 Minuten. Aus Tagesreichweite und Verweildauer ergibt sich eine rechnerische Sehdauer für alle Zuschauer ab drei Jahren, egal ob sie am Durchschnittstag ferngesehen haben oder nicht, von 207 Minuten – ein auch im mittelfristigen Vergleich nach wie vor hoher Wert. Den höchsten Fernsehkonsum weisen die beiden Altersgruppen von 50 bis 64 Jahren bzw. ab 65 Jahren auf (vgl. Tabelle 2). Bei der älteren der beiden Gruppen stehen 288 Minuten Sehdauer am Durchschnittstag zu Buche, bei der jüngeren 257 Minuten.

Zusammenfassend bleibt hier festzuhalten: Mit der oben beschriebenen Erfassung von rund 88 Prozent der linearen Fernsehnutzung können damit rund 182 Minuten Sehdauer abgebildet werden. Und: Die Analyse erfasst so gut wie alle Zuschauer eines Tages. So liegt die Tagesreichweite des gesamten Fernsehens bei 70 Prozent, der über die Spartenanalyse generierte Wert liegt bei 69 Prozent – also nur 1 Prozentpunkt unter der Gesamtreichweite.

Im Rahmen des AGF-Codeplans, der hier zu Grunde gelegt wird, ist eine Sendung die kleinstmögliche Analyseseinheit. Auf der ersten Ebene werden insgesamt sechs Programmsparten unterschieden: Information/Infotainment (mit nach wie vor fließenden Grenzen zwischen harter Information und weichen Themen), Fiction, Unterhaltung, Sport, Werbung und Sonstiges (z.B. Programmpräsentation). Bei Werbung ist im Übrigen der Werbeblock die kleinstmögliche Analyseseinheit und im Bereich der Programmpräsentation der Programmtrailer oder der Spot (zur zweiten Ebene vergleiche die folgenden Einzeldarstellungen zu den Sparten).

Der Bereich Information/Infotainment stellt nach wie vor das umfangreichste Angebotssegment dar. 46 Prozent der Sendezeit der untersuchten 20 Programme waren 2008 diesem Genre zuzuordnen (2007 46%) (vgl. Tabelle 3 und Abbildung 1). Der

Hohe Fernsehnutzung 2008 als Ausgangsbasis

AGF-Codeplan Basis der Strukturierung der Angebote

Information/Infotainment und Fiction dominieren bei Angebot und Nutzung

* SWR Medienforschung.

① Tagesreichweiten und Fernsehnutzungsdauer in Deutschland 2001 bis 2008*BRD gesamt, Zuschauer ab 3 J., Mo bis So, 3.00 bis 3.00 Uhr*

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

1) Basis: Gesamtbevölkerung einschließlich Nichtseher.

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

Quelle: AGF/GfK, pc#tv, Fernsehpanel (D+EU).

② Entwicklung der Fernsehdauer in Deutschland 2001 bis 2008*BRD gesamt, Mo bis So, 3.00 bis 3.00 Uhr, in Min.*

	Sehdauer in Min. ¹⁾							
	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Zuschauer gesamt ab 3 J.	192	201	203	210	211	212	208	207
Kinder 3-13 J.	98	97	94	93	91	90	87	86
Erwachsene ab 14 J.								
14-29 J.	134	137	143	142	141	140	133	136
30-49 J.	191	200	204	209	209	209	205	203
50-64 J.	233	245	246	260	267	271	263	257
ab 65 J.	271	286	279	290	287	285	285	288
Frauen ab 14 J.	214	225	228	237	239	239	237	233
Männer ab 14 J.	195	204	206	212	212	213	207	207
Formale Bildungsgruppen								
Volks-/Hauptschule o. Lehre	216	213	210	224	222	220	227	223
Volks-/Hauptschule m. Lehre	237	246	250	258	260	265	258	261
Weiterf. Schule o. Abitur	197	211	215	223	225	225	222	221
Abitur/ Hochsch./ Studium	153	159	162	162	167	165	159	157

1) Basis: Gesamtbevölkerung einschließlich Nichtseher.

Quelle: AGF/GfK, pc#tv, Fernsehpanel (D+EU).

Angebotsanteil für Fiction kam 2008 auf 25 Prozent (2007: 24%). Der Anteil für Unterhaltung lag bei etwas über 8 Prozent (2007: 9%), der für Sport bei 8 Prozent (2007: 7%), für Werbung bei 9 Prozent (konstant). Für Sonstiges waren 4 Prozent (konstant) zu registrieren. Im mittelfristigen Vergleich seit 2001 hat damit erstmals wieder der Fictionanteil (leicht) zugelegt.

Die Verteilung der Nutzung ergibt folgendes Bild: 35 Prozent der analysierten Sehdauer wurden wie im Vorjahr mit Sendungen aus dem Segment Information/Infotainment verbracht. Fiction mit 32 Prozent und Unterhaltung mit 14 Prozent verloren jeweils 1 Prozentpunkt zu Gunsten des Sports, der 8 Prozent erreichte (typisch für Jahre mit Fußball-WM oder -EM). 8 Prozent entfielen wie 2007 auf die Nutzung von Werbung, 3 Prozent ebenfalls wie im Vorjahr auf Sonstiges.

Sendungen aus dem Programmsektor Information/Infotainment erreichten 2008 an einem Durchschnittstag rund 45 Millionen Fernsehzuschauer – oder 62 Prozent aller Menschen ab drei Jahren in Fernsehhaushalten (2007: 63%). Fiktionale Angebote wurden von 42 Millionen oder 57 Prozent gesehen (2007: 59%). Die Nettoreichweite der Sparte Unterhaltung lag 2008 bei 30 Millionen oder 41 Prozent (2007: 44%). Sport kam auf 16 Millionen oder 22 Prozent (2007: 20%), Werbung auf 39 Millionen oder 53 Prozent (55%).

Setzt man Angebots- und Nutzungsanteile in Relation, so bestätigen sich traditionell bekannte Befunde: Unterhaltungsangebote und Fiction werden stärker nachgefragt als angeboten (Indexwert über 100). Dies galt 2008 – wenn auch schwach ausgeprägt – auch für den Sport (Fußball-EM), ebenso wie im Übrigen auch 2006 (Fußball-WM).

Unterschiede nach Zielgruppen waren auch im Jahr 2008 auffällig. Der Nutzungsanteil für Sport beispielsweise lag bei Männern rund doppelt so hoch wie bei Frauen (vgl. Tabelle 4). Beim Vergleich der 14- bis 29-Jährigen mit den ab 65-Jährigen zeigt sich eine massive Verschiebung in den Bereichen Information/Infotainment und Sport (prozentual deutlich stärker von den Älteren genutzt) und bei Fiction (prozentual deutlich stärker bei den Jüngeren). In den Altersgruppen drei bis 13 Jahre, 14 bis 29 Jahre und schließlich bei den 30- bis 49-Jährigen lag der Anteil für Fictionnutzung über dem Zeitbudgetanteil für Information und Infotainment.

Deutliche Unterschiede in der Fernsehnutzung nach Zielgruppen

③ **Spartenangebot und -nutzung im deutschen Fernsehen 2001, 2006, 2007 und 2008¹⁾**

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

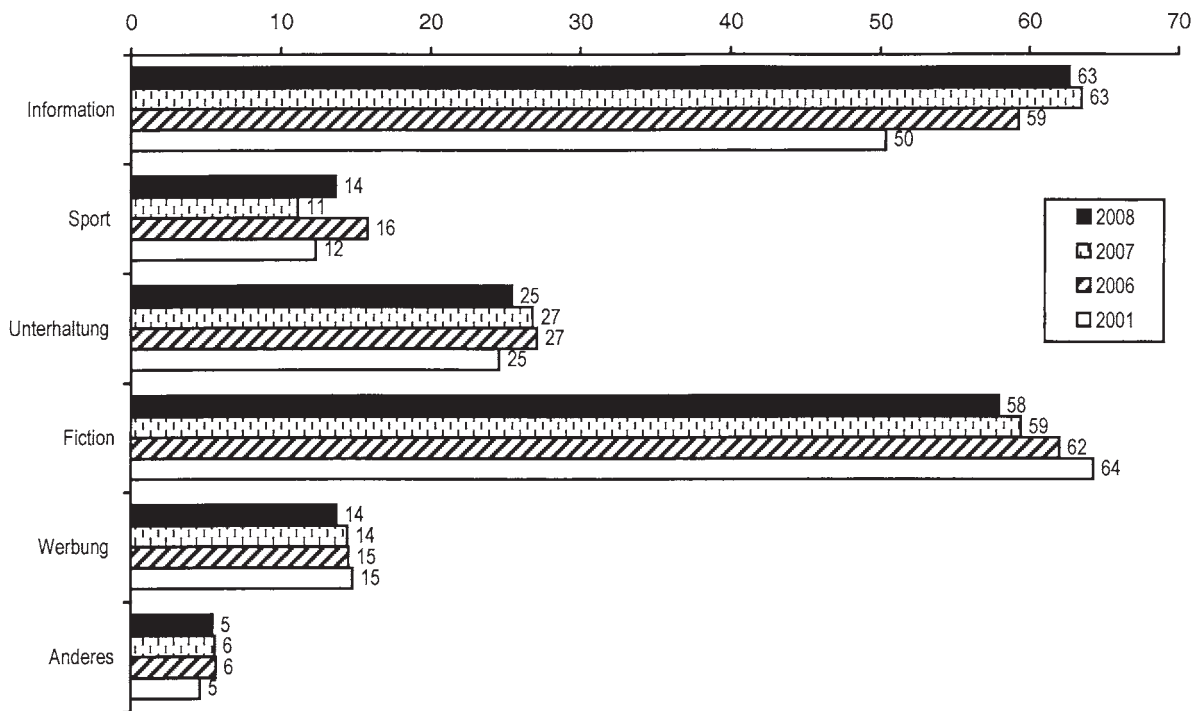
	Angebot				Nutzung				Nettoreichweite ²⁾				Index ³⁾			
	2001	2006	2007	2008	2001	2006	2007	2008	2001	2006	2007	2008	2001	2006	2007	2008
Information	40	45	46	46	29	33	35	35	62	64	63	62	74	73	77	77
Sport	8	8	7	7	7	8	6	8	26	25	20	22	89	112	83	102
Unterhaltung	11	9	9	8	14	15	15	14	46	46	44	41	132	156	166	168
Fiction	27	24	24	25	38	33	33	32	61	60	59	57	138	138	135	127
Werbung	9	10	9	9	9	8	8	8	55	56	55	53	101	80	85	86
Sonstiges	5	4	4	4	3	3	3	3	64	65	64	62	53	70	74	76

- 1) Basis: 2001: 20 Programme: Das Erste/ARD, ZDF, 8 Dritte Programme, 3sat, RTL, Sat.1, ProSieben, kabel eins, RTL II, VOX, Super RTL, DSF, Eurosport. Ab 2005: 20 Programme: Das Erste/ARD, ZDF, 7 Dritte Programme, 3sat, RTL, Sat.1, ProSieben, kabel eins, RTL
- 2) Nettoreichweite: Programmsparte mindestens eine Minute fortlaufend gesehen.
- 3) Indexwerte: Nutzung zu Angebot, Angebot = 100.

Quelle: AGF/GfK, pc#tv, Fernsehpanel (D+EU), eigene Berechnungen.

Abb. 1 Tägliche Spartennutzung 2001, 2006, 2007 und 2008

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



Basis: 2001: 20 Programme: Das Erste/ARD, ZDF, 8 Dritte Programme, 3sat, RTL, Sat.1, ProSieben, kabel eins, RTL II, VOX, Super RTL, DSF, Eurosport.

Basis ab 2006: 20 Programme: Das Erste/ARD, ZDF, 7 Dritte Programme, 3sat, RTL, Sat.1, ProSieben, kabel eins, RTL II, Super RTL, DSF, Eurosport, N24.

Quelle: AGF/GfK, pc#tv, Fernsehpanel (D+EU), eigene Berechnungen.

Seit 2001 gewinnt Information/Infotainment Zeitbudgetanteile

Im mittelfristigen Vergleich – hier im Vergleich 2001 mit 2008 – zeigt sich eine markante Veränderung in der Nutzung der Sparten. (4) Vor allem gilt dies für die Zunahme des (linearen) Fernsehnutzungsanteils für die Sparte Information/Infotainment zu Lasten der anderen Programmsparten von 40 Prozent 2001 auf 46 Prozent 2008. Dieses Phänomen lässt sich im Übrigen in den unterschied-

lichen Zielgruppen feststellen. So lag der Zeitanteil für Information/Infotainment beispielsweise bei den 14- bis 29-Jährigen 2001 bei 22 Prozent, im Jahr 2008 waren es 30 Prozent.

Die Tagesabläufe zeigen sowohl auf Seiten des Angebots wie der Nutzung signifikante Muster (vgl. Abbildungen 2 und 3). Der höchste Angebotsanteil für Information/Infotainment findet sich zwischen 18.00 Uhr und 20.00 Uhr, der niedrigste ist zwischen 13.00 Uhr und 15.00 Uhr sowie nach 20.15

Spartennutzung im Tagesablauf

④ Spartenutzung nach Zielgruppen 2008

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

	Angebots- anteil	Nutzungsanteil für ...								Bildung			
		Gesamt Zusch. ab 3 J.	Geschlecht		Alter				Volks-/ Haupt- schule o. Lehre	Volks-/ Haupt- schule m. Lehre	Weiterf. Schule o. Abitur	Abitur/ Hoch- schule/ Studium	
		Frauen ab 14 J.	Männer ab 14 J.	3-13 J.	14-29 J.	30-49 J.	50-64 J.	ab 65 J.					
Information	46	35	36	35	20	30	32	36	40	34	36	35	37
Sport	7	8	5	11	6	5	7	9	9	7	8	7	9
Unterhaltung	8	14	15	13	13	13	14	16	16	16	15	14	12
Fiction	25	32	33	31	46	37	34	32	28	31	31	33	33
Werbung	9	8	8	7	11	11	10	7	5	8	7	8	7
Sonstiges	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3
Sehdauer in Min ¹⁾		179	209	175	58	113	173	225	262	194	231	192	134

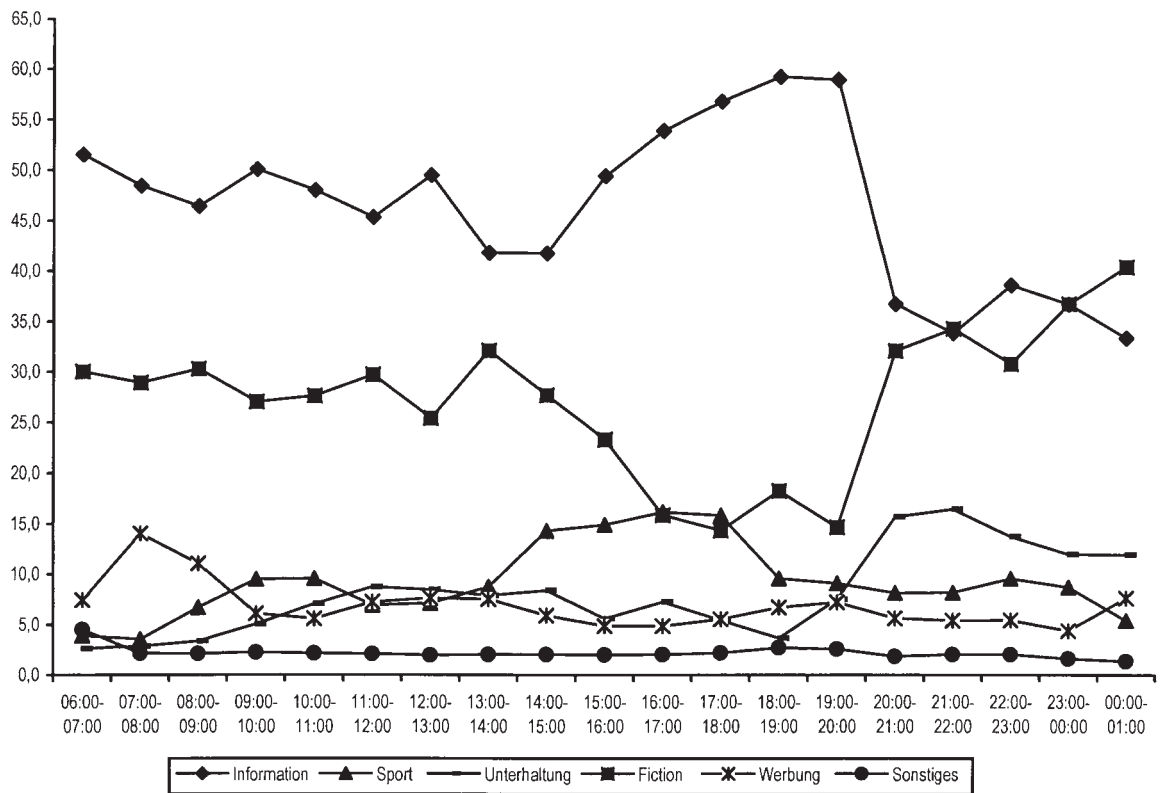
1) Basis: Gesamtbevölkerung einschließlich Nichtseher.

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

Quelle: AGF/GfK, pc#tv, Fernsehpanel (D+EU), eigene Berechnungen.

Abb. 2 Spartenangebot im Tagesverlauf 2008

BRD gesamt, Zuschauer ab 3 J., Mo bis So, 6.00 bis 1.00 Uhr, in %

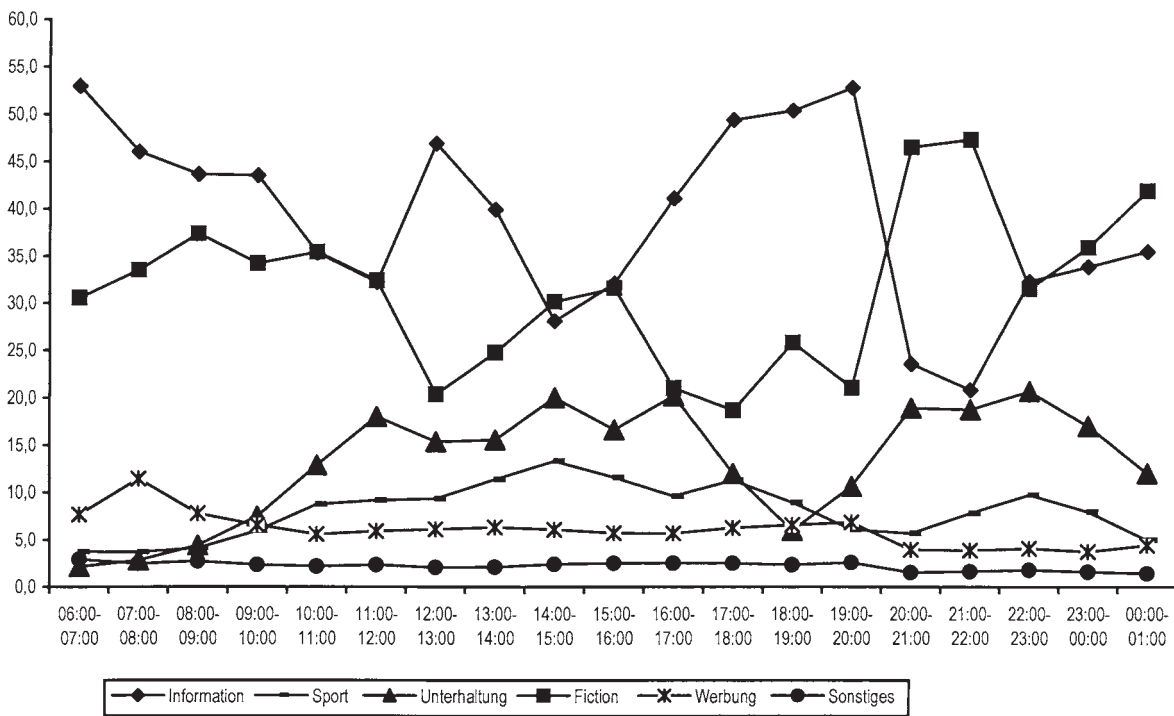


Basis: 20 Programme: Das Erste/ARD, ZDF, 7 Dritte Programme, 3sat, RTL, Sat.1, ProSieben, kabel eins, RTL II, Super RTL, DSF, Eurosport, N24.

Quelle: AGF/GfK, pc#tv, Fernsehpanel (D+EU), eigene Berechnungen.

Abb. 3 Spartennutzung im Tagesverlauf 2008

BRD gesamt, Zuschauer ab 3 J., Mo bis So, 6.00 bis 1.00 Uhr, in %



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

Quelle: AGF/GfK, pc#tv, Fernsehpanel (D+EU), eigene Berechnungen.

Uhr festzustellen. Betrachtet man, in welchen Zeiten Angebots- und Nutzungsanteil jeweils in etwa gleich hoch oder höher sind – also eine intensive Ausschöpfung des Informations-/Infotainmentangebots vorliegt –, so treten die Zeiten am Morgen, am Mittag, gegen 19 Uhr/20 Uhr und schließlich gegen 0.00 Uhr deutlich hervor. Beim Genre Fiction liegt der Nutzungsanteil am Vormittag und von 14.00 Uhr/15.00 Uhr bis 22.00 Uhr erkennbar bis sehr deutlich (insbesondere zwischen 20.00 Uhr und 22.00 Uhr) über dem Angebotsanteil.

Spartennutzung im Wochenverlauf

Traditionell hat das Informations-/Infotainmentangebot an den Werktagen von Montag bis Donnerstag seinen Schwerpunkt. An diesen Tagen liegt der Angebotsanteil der Sparte bei 49 Prozent. Am durchschnittlichen Freitag liegt der Wert mit 47 Prozent knapp darunter. An Samstagen und Sonntagen sind es 38 Prozent bzw. 39 Prozent (vgl. Tabelle 5). Demgegenüber ist der Anteil aller anderen Sparten an den beiden Wochenenden höher. Zwei Ausnahmen: Der Werbezeitanteil und der Anteil für Sonstiges bleiben unverändert.

Die einzelnen Sparten haben – stark durch die Angebotsstruktur ausgelöst – unterschiedliche Nutzungsprofile über die Woche hinweg. Die höchste „Ausschöpfung“, also Index Nutzungsanteil zu Angebotsanteil, wird bei Information/Infotainment

an den Werktagen von Montag bis Donnerstag und am Sonntag erreicht. Bei Sport sind es erwartungsgemäß die beiden Wochenendtage Samstag und Sonntag. Unterhaltung hat seine Schwerpunkte an Freitagen und Samstagen, Fiction an den Freitagen.

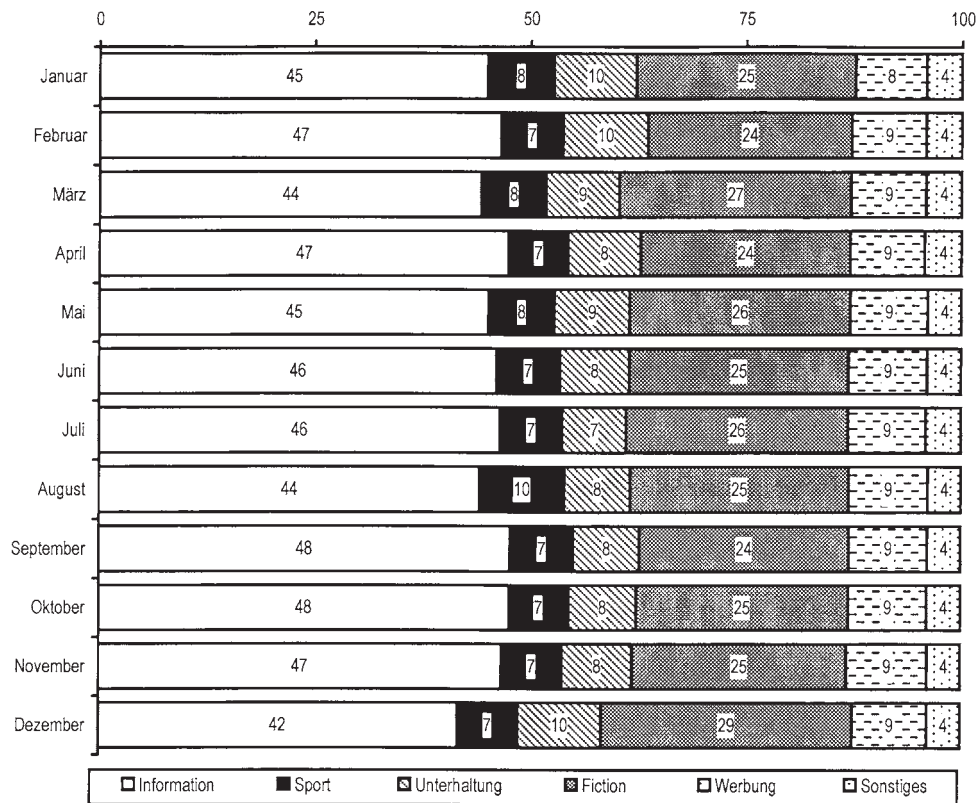
Die Angebotsstrukturen im Jahresverlauf sind – gemessen am Gesamtangebot aller untersuchten Programm – relativ konstant (vgl. Abbildungen 4 und 5), mit zwei wichtigen Ausnahmen: den Olympischen Spielen in Peking im August des Jahres 2008 einerseits und dem überdurchschnittlichen Fictionangebot im Dezember. Die Fußball-Europameisterschaft im Juni/Juli führte nicht zu einer prozentualen Angebotserweiterung im Bereich Sport.

Für einen Vergleich der Systeme – also öffentlich-rechtliches versus privates Fernsehen – bieten sich die vier zuschauerstärksten Programme an: Das Erste der ARD und das ZDF einerseits, RTL und Sat.1 andererseits. Hier gab es 2008 keine Veränderungen gegenüber dem Vorjahr. Knapp die Hälfte des öffentlich-rechtlichen Angebots lässt sich dem Bereich Information/Infotainment zuordnen, beim Privatfernsehen kommen Fiction und Unterhaltung zusammen auf rund 50 Prozent (vgl. Tabelle 6). Darüber hinaus fällt auf, dass beim Ersten/ZDF sehr viel stärker auf Fiction als auf Unterhaltung gesetzt wird, während bei RTL/Sat.1 beide Genres gleich stark vertreten sind.

Olympische Spiele und Weihnachten verändern Angebotsstruktur in entsprechenden Monaten

Spartenangebot und -nutzung nach Systemen

Abb. 4 Spartenangebot im Jahresverlauf 2008
BRD gesamt, Zuschauer ab 3 J., Mo bis So, 3.00 bis 3.00 Uhr, in %



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

Quelle: AGF/GfK, pc#tv, Fernsehpanel (D+EU), eigene Berechnungen.

Bei der Nutzung der Programme liegen bei den Öffentlich-Rechtlichen Information/Infotainment und Fiction gleich auf. Danach folgt Sport (2008 ereignisbedingt mit höherem Gewicht). Bei den kommerziellen Sendern ist die am stärksten genutzte Programmsparte Unterhaltung, gefolgt von Fiction und nur ganz knapp dahinter Information/Infotainment.

Spartennutzung in der Detailanalyse (5)

Information/Infotainment: 63 Minuten Sehdauer entfielen 2008 auf den Angebotsbereich Information/Infotainment im Fernsehen (2007: 63 Min.) (vgl. Tabelle 7). 10 Minuten waren dabei für Nachrichten und Nachrichtenmagazine zu registrieren, 6 Minuten für regionale Nachrichtensendungen/Informationssendungen, 2 Minuten für Frühmagazine, 4 Minuten für Gespräche/Interview/Talk (im Rahmen der Sparte). Auf so genannte spezielle Informationssendungen entfielen insgesamt 41 Minuten, davon 25 Minuten auf den Schwerpunkt Gesellschaft/Boulevard, 8 Minuten auf Natur/Wissenschaft, 5 Minuten auf Politik/Wirtschaft/Geschichte, 3 Minuten auf Kultur. (6)

⑤ Spartenangebot und -nutzung im Wochenverlauf 2008

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

	Mo-So	Mo-Do	Fr	Sa	So
Angebotsanteil					
Information	46	49	47	38	39
Sport	7	7	7	10	9
Unterhaltung	8	7	9	10	11
Fiction	25	24	24	29	28
Werbung	9	9	9	9	8
Sonstiges	4	4	4	4	4
Nutzungsanteil					
Information	35	39	33	24	32
Sport	8	6	5	14	11
Unterhaltung	14	13	18	21	11
Fiction	32	31	34	32	36
Werbung	8	8	8	7	7
Sonstiges	3	3	3	3	3

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

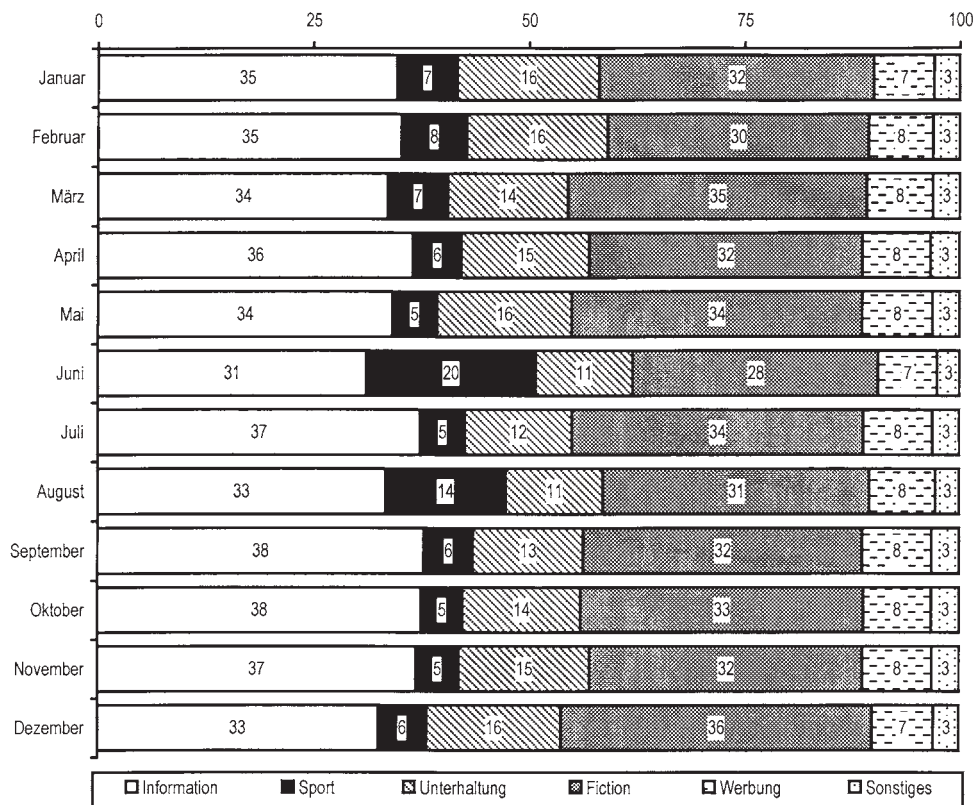
Quelle: AGF/GfK, pc#tv, Fernsehpanel (D+EU), eigene Berechnungen.

Öffentlich-rechtliche Nachrichten und Nachrichtenmagazine dominieren Top-Liste

Die Hitliste der meistgenutzten Nachrichten bzw. Nachrichtenmagazine wird 2008 von Angeboten im Ersten oder im ZDF dominiert (vgl. Tabelle 8). Dabei liegen im Übrigen auf den ersten 17 Plätzen durchweg Sendungen, deren originäre Beginnzeit

Abb. 5 Spartennutzung im Jahresverlauf 2008

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



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

Quelle: AGF/GfK, pc#tv, Fernsehpanel (D+EU), eigene Berechnungen.

⑥ Sparteangebot und -nutzung 2001, 2006, 2007 und 2008 nach Systemen

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

	ARD/ZDF				RTL/Sat.1			
	2001	2006	2007	2008	2001	2006	2007	2008
Angebotsanteil in %								
Information	44	47	49	49	20	22	24	26
Sport	9	8	6	7	3	1	1	1
Unterhaltung	12	6	6	5	22	27	28	26
Fiction	32	35	35	34	34	24	24	24
Werbung	1	1	1	1	17	21	19	18
Sonstiges	3	3	3	3	4	5	5	5
Nutzungsanteil in %								
Information	38	34	37	36	19	21	22	23
Sport	10	17	10	16	7	4	3	3
Unterhaltung	14	9	9	8	24	31	32	31
Fiction	34	36	39	36	32	25	24	24
Werbung	2	2	2	2	15	15	15	14
Sonstiges	2	2	2	2	4	4	4	5
Durchschnittliche tägliche Sehdauer in Min.								
Information	19	20	20	19	9	10	10	11
Sport	5	10	6	9	3	2	1	1
Unterhaltung	7	5	5	4	11	15	15	14
Fiction	17	21	21	20	15	12	11	11
Werbung	1	1	1	1	7	7	7	7
Sonstiges	1	1	1	1	2	2	2	2

Quelle: AGF/GfK, pc#tv, Panel (D+EU), eigene Berechnungen.

⑦ Nutzung von Information nach Untersparten 2005, 2006, 2007 und 2008

BRD gesamt, Zuschauer ab 3 J., Mo bis So, 3.00 bis 3.00 Uhr

	2005		2006		2007		2008	
	Sehdauer in Min.	Nettoreich- weite in %	Sehdauer in Min.	Nettoreich- weite in %	Sehdauer in Min.	Nettoreich- weite in %	Sehdauer in Min.	Nettoreich- weite in %
Information/Infotainment	61	65	61	64	63	63	63	62
Nachrichten allgemein	11	49	11	48	10	46	10	45
Nachrichten	8	43	7	42	7	39	7	38
Nachrichtenmagazin	4	22	3	22	3	21	3	20
Regionale Nachrichten-/Informationssendungen	7	26	7	25	6	23	6	21
Frühmagazine (ohne Sportthemen)	2	8	2	7	2	7	2	7
Schul-/Bildungsfernsehen	0	1	0	1	0	0	0	1
Gespräch/Interview/Talk	4	15	4	13	4	13	4	13
Information speziell	37	60	38	59	41	58	41	57
Schwerpunkt: Politik/Wirtschaft/Geschichte	6	24	5	21	5	22	5	20
Schwerpunkt: Kultur	3	15	3	15	3	14	3	13
Schwerpunkt: Natur/Wissenschaft	7	26	8	27	9	28	8	27
Schwerpunkt: Gesellschaft	20	47	21	47	24	47	25	46
Wetter	1	24	0	23	1	23	0	22

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

Quelle: AGF/GfK, pc#tv, Fernsehpanel (D+EU), eigene Berechnungen.

auf Grund aktueller sportlicher Ereignisse verschoben wurde, so zum Beispiel auf Platz eins das „heute-journal“ am 25. Juni 2008 um 21.35 Uhr, in der Pause des EM-Spiels Deutschland gegen die Türkei. (7)

Info-Talk: Rangliste der zuschauerstärksten Sendungen ebenfalls öffentlich-rechtlich geprägt Die Rangliste wird eindeutig dominiert von „Anne Will“ im Ersten (alle zehn vorderen Plätze). Generell dominiert das Erste das Genre mit den erfolgreichsten Info-Talksendungen „Anne Will“, „Hart aber fair“ und „Farbe bekennen“. Nur das ZDF konnte sich hier 2008 ergänzend zum Ersten unter den Top 50 platzieren, mit „Maybrit Illner“ allerdings nur wenige Male.

Breites Spektrum der Informations-/Infotainmentangebote im Fernsehen Die anderen Bereiche der Sparte Information/Infotainment lassen sich unter verschiedenen thematischen Perspektiven zusammenfassen. Zunächst ein kurzer Überblick:

- Zu den Sendungen/Formaten aus dem Themenfeld Politik/Wirtschaft/Geschichte gehören Politik Inland und Politik Ausland ebenso wie Wahlen und Demoskopie, Arbeitswelt und Wirtschaft, Umwelt und Ökologie, Geschichte, aber beispielsweise auch die Befassung mit dem Thema Krieg und Terrorismus.

- Der Bereich Kultur umfasst Literatur, Theater und Sprachen ebenso wie Kunst, Design, Architektur, Religion bzw. Kirche, Musik, Brauchtum und Medien (im Weiteren nicht differenziert dargestellt).

- Unter der Bezeichnung Natur und Wissenschaft sind Sendungen mit den Themen Tiere, Geografie, Wissenschaft, Forschung und Zukunft zusammengefasst.

- Ein letzter, sehr vielfältiger Bereich firmiert unter dem Begriff Gesellschaft/Boulevard. Er reicht von Recht und Kriminalität über Unfälle und Katastrophen, Skandale und Affären hin zu Verbraucher-

fragen im Alltag, Ernährung und Küche, Mode, Freizeit und Hobby, Sexualität und Partnerschaft. Außerdem gehören Servicesendungen bzw. -themen in dieses Segment.

20 Prozent (2007: 22%) aller bundesdeutschen Fernseh Zuschauer ab drei Jahren hatten 2008 am Durchschnittstag Kontakt mit mindestens einer Sendung aus der Subsparte Politik, Wirtschaft und Geschichte innerhalb des Themenbereichs Information/Infotainment. Dies entspricht rund 3 Prozent der gesamten bundesdeutschen Sehdauer. Das Durchschnittsalter der Seher lag 2008 bei 58 Jahren (Tagesdurchschnitt aller Zuschauer über alle Sparten: 51 Jahre).

Wie im Jahr 2007 wurde die Top-50-Liste in diesem Angebotsbereich national – gemessen an allen Zuschauern – vom Ersten/ARD und vom ZDF geprägt (vgl. Tabelle 9). Am häufigsten war in dieser Liste die wöchentliche Sendung „Plusminus“ des Ersten vertreten, die bereits seit 1975 im Programm ist. Die zehnteilige Reihe des ZDF „Die Deutschen“ konnte sich mit allen Teilen in dieser Rangreihe positionieren.

27 Prozent (2007: 28%) aller bundesdeutschen Fernseh Zuschauer ab drei Jahren hatten am Durchschnittstag 2008 Kontakt mit mindestens einer Sendung aus der Subsparte Natur/Wissenschaft innerhalb des Themenbereichs Information/Infotainment. Dies entspricht rund 4 Prozent der gesamten bundesdeutschen Sehdauer. Das Durchschnittsalter dieser Zuschauergruppe lag 2008 bei 52 Jahren und damit fast im Schnitt aller Zuschauer.

Öffentlich-rechtliche Angebote zu Politik, Wirtschaft und Geschichte stark genutzt

⑧ Die 25 zuschauerstärksten Nachrichtensendungen 2008

BRD gesamt, Zuschauer ab 3 J., Mo bis So, 3.00 bis 3.00 Uhr, Rangreihe nach Sehbeiligung in Mio.

Platz	Sender	Titel	Tag	Datum	Beginn	Dauer	Mio	Marktanteil in %
1	ZDF	heute-journal	Mi	25.06.2008	21:35:08	00:07:47	25,25	69,4
2	ARD	Tagesthemen	So	29.06.2008	21:34:58	00:05:34	22,63	65,2
3	ARD	Tagesthemen	Do	19.06.2008	21:33:23	00:05:16	22,12	61,4
4	ARD	Tagesthemen	Mo	16.06.2008	21:35:34	00:05:27	21,68	58,8
5	ZDF	heute-journal	So	08.06.2008	21:32:46	00:08:46	20,12	58,3
6	ARD	Tagesthemen	Do	26.06.2008	21:36:29	00:06:54	15,15	45,2
7	ZDF	heute-journal	So	22.06.2008	21:31:50	00:08:50	13,97	42,0
8	ZDF	heute-journal	Di	17.06.2008	21:35:53	00:09:02	13,54	41,7
9	ARD	Tagesthemen	Mo	09.06.2008	21:33:28	00:06:34	12,02	38,3
10	ARD	Tagesthemen	Fr	20.06.2008	21:36:13	00:06:55	11,96	39,7
11	ZDF	heute-journal	Mi	11.06.2008	21:32:17	00:08:56	11,92	38,5
12	ZDF	heute-journal	Sa	21.06.2008	21:31:46	00:08:47	10,90	41,5
13	ARD	Tagesthemen	Fr	13.06.2008	21:33:12	00:07:04	10,89	35,9
14	ZDF	heute-journal	Do	12.06.2008	21:33:53	00:09:07	10,79	34,6
15	ZDF	heute-journal	So	15.06.2008	21:37:55	00:09:52	10,27	29,9
16	ZDF	heute-journal	Mi	19.11.2008	21:38:55	00:10:06	9,87	32,0
17	ARD	Tagesthemen	Mi	18.06.2008	21:33:18	00:07:39	9,83	33,0
18	ARD	Tagesschau	Fr	13.06.2008	19:59:58	00:15:33	9,77	36,7
19	ARD	Tagesschau	Sa	14.06.2008	20:00:00	00:15:10	9,71	40,1
20	ARD	Tagesthemen	Di	10.06.2008	21:34:47	00:07:31	9,64	32,0
21	ARD	Tagesschau	So	29.06.2008	19:59:52	00:15:10	9,34	39,4
22	ZDF	heute-journal	Mi	26.03.2008	21:34:51	00:10:23	9,02	27,2
23	ZDF	heute	Do	12.06.2008	20:18:06	00:04:22	8,79	30,2
24	ARD	Tagesschau	Mo	09.06.2008	20:00:00	00:15:04	8,71	34,1
25	ZDF	heute-journal	Mi	15.10.2008	21:32:55	00:11:25	8,52	27,0

Quelle: AGF/GfK, pc#tv, Fernsehpanel (D+EU).

**Natur/Wissenschaft:
Zwei Sendeplätze
im Ersten bzw. ZDF
mit besonderer
Bedeutung**

Auch in diesem Programmsegment dominieren die öffentlich-rechtlichen Programme eindeutig die Gesamtitelliste. Die beiden prägendsten Plätze sind der ZDF-Sendetermin am Sonntag um 19.30 Uhr und der im Ersten am Montag um 20.15 Uhr nach der „Tagesschau“. Der ZDF-Sendeplatz war 2008 mit unterschiedlichen Reihen erfolgreich. Unter anderem ist dies der angestammte Platz von „Terra X“. Außerdem wurden auf diesem Platz auch die „ZDF Expedition“ gesendet sowie die Doku-Sendereihe „Faszination Erde“ (vgl. Tabelle 10).

Auf den Sendeplätzen im Ersten am Montag um 20.15 Uhr waren besonders die Sendungen aus dem Subgenre Natur erfolgreich, so „Die Wüsten-elefanten von Namibia“, „Der Rothirsch – König der Alpen“ und „Bären, Trapper, Bisons – Winter in Yellowstone“.

2008 war auch „Galileo“ bei ProSieben wieder in der Liste der Top 50 vertreten, anders als im Vorjahr, wenn auch – gemessen an allen Zuschauern ab drei Jahren – auf den hinteren Rängen.

47 Prozent (2007: 46%) aller bundesdeutschen Fernsehzuschauer ab drei Jahren hatten 2008 am Durchschnittstag Kontakt mit mindestens einer Sendung aus der Subsparte Gesellschaft/Boulevard innerhalb des Themenbereichs Information/Info-

tainment. Dies entsprach 14 Prozent der gesamten bundesdeutschen Sehdauer. Das Durchschnittsalter dieser Zuschauergruppe lag 2008 im Übrigen bei 49 Jahren – und war damit das jüngste Durchschnittsalter aller Infosparten.

Anders als die beiden anderen im Detail beschriebenen Infosparten Politik, Wirtschaft und Geschichte und Natur/Wissenschaft ist dieses Programmsegment eindeutig – wenn man erneut die Top 50 zugrunde legt – von RTL dominiert (vgl. Tabelle 11). Nur zwei „ARD-Brennpunkte“ im Ersten („Tod unter Trümmern – China nach dem Beben“, 13.05.2008 und „Flugzeugunglück in Madrid“, 20.08.2008) sowie die ZDF-Sendung „Aktenzeichen XY“ mit sieben Ausgaben wurden auch diesem Bereich zugeordnet.

Wie im Jahr 2007 war auch 2008 die Coachingsendung „Raus aus den Schulden“ auf RTL das am stärksten in der Top-50-Liste vertretene Format. Daneben lebt RTL in dieser Programmsparte von einer über die letzten Jahre hinweg ausdifferenzierten Produktpalette. Die Real-Life-Doku-Serie „Vermisst“ startete im November 2007. Die Doku-Soap „Rach der Restauranttester“ gehört unter den in den Top 50 vertretenen Formaten zu den etablierten: Start war im September 2005, seit diesem Termin ist die Sendung kontinuierlich oben platziert. „Helfer mit Herz“ gehörte 2008 ebenfalls zu den in der Top-Liste häufiger vertretenen Sendeplätzen, die Reality-Sendung entstammt ebenfalls dem RTL-Programm.

**Bereich Gesellschaft/Boulevard
herausgehobener
Schwerpunkt bei RTL**

⑨ **Formattrends bei den 50 zuschauerstärksten Informationsendungen mit Schwerpunkt Politik/Wirtschaft/Geschichte 2003, 2005, 2007 und 2008**

BRD gesamt, Zuschauer ab 3 J., Mo bis So, 3.00 bis 3.00 Uhr

Sender	2003	2005	2007	2008
Das Erste	ARD Brennpunkt: ... (25) Monitor Weihnachtsansprache des Bundespräsidenten Plusminus	ARD Brennpunkt: ... (8) Monitor Panorama (2) Report Mainz Weihnachtsansprache des Bundespräsidenten Plusminus (3) Charles und Camilla Das Erste – Wahl 05 Wahl 05: Vor dem TV-Duell Die Tirpitz Großer Zapfenstreich für den Bundeskanzler Mätressen – Die geheime Macht der Frauen Folge 3	ARD Brennpunkt: ... (3) Monitor (2) Panorama (3) Contergan Weihnachtsansprache des Bundespräsidenten Plusminus (10) Diana – Königin der Herzen Die Frau vom Checkpoint Charlie – Die Dokumentation Hitlers letzte Opfer	ARD Brennpunkt: ... (3) Monitor Panorama (3) Helmut Schmidt – Mein Jahrhundert Weihnachtsansprache des Bundespräsidenten Plusminus (13) Majestät wird 70 Mogadischu – Die Dokumentation
ZDF	Album 2003 – Bilder eines Jahres ZDF Expedition: ... (3) ZDF spezial: ... (4) Berlin direkt (3) Frontal 21 Aufbruch ins russische Eis (2) Der Bombenkrieg Die Gefangenen König von Beruf Stalingrad Folge 1 Stalingrad Folge 2 Wahl spezial Wahlen in Hessen und Niedersachsen	Album 2005 – Bilder eines Jahres ZDF Expedition: ... (7) ZDF spezial: ... (3) Berlin direkt (3) Frontal 21 (6) auslandsjournal Bundestagswahl 2005 Das Drama von Dresden Das TV-Duell: Schröder – Merkel Der Sturm Folge 1 Die letzte Schlacht Wahl in Schleswig-Holstein	Album 2007 – Bilder eines Jahres ZDF Expedition: ... (7) ZDF spezial: ... (2) Berlin direkt (2) Frontal 21 (6) Dianas Hochzeit – Die wahre Geschichte Die Königskinder (6) Momella – Eine Farm in Afrika Folge 1 Der 11. September 2001	Album 2008 – Bilder eines Jahres ZDF Expedition: Terra X (3) Die Deutschen (10) Berlin direkt Die Gustloff – Die Dokumentation (2) Flug 93 – Die Dokumentation Frontal 21 (4) Wahl in Hamburg Wahl in Bayern Wahlen in Hessen und Niedersachsen (2)
RTL	Die Bismarck – Geheimnisvolle Expedition zur deutschen Titanic Folge 2			
Sat.1		Die Luftbrücke – Berlin gibt nicht auf Folge 1		

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

Quelle: AGF/GfK, pc#tv, Fernsehpanel (D+EU).

**Fiction neben Infor-
mation/Infotainment
quantitativ wichtig-
ster TV-Bereich**

Die Gesamtreichweite der Programmsparte Fiction lag 2008 wie beschrieben bei 42 Millionen oder 57 Prozent aller Personen ab drei Jahren in Fernsehhaushalten (vgl. Tabelle 12). Nimmt man Serien allein, so liegt die Zuschauerzahl bei 47 Prozent (natürlich mit Überschneidungen zu den anderen Fictiongenres). Etwa zu gleichen Teilen tragen dazu Unterhaltungs- und Krimiserien bei. (Kino-)Spielfilme kommen auf eine Tagesreichweite von 19 Millionen oder 26 Prozent aller Zuschauer, Fernsehspiele und TV-Movies auf 14 Millionen bzw. 20 Prozent. In beiden Fällen – bei Spielfilmen und Fernsehspielen/TV-Movies – sind Krimiinhalte bzw. spannende Stoffe die Angebotssegmente mit der höchsten Reichweite.

Die Liste der zuschauerstärksten Spielfilme/Fernsehfilme/TV-Movies wurde im Jahr 2008 von „Ice Age 2 – Jetzt taut's“, gezeigt auf RTL, angeführt (vgl. Tabelle 13). Der Film kam auf rund 8,5 Millionen Zuschauer und auf einen Marktanteil von 27,6 Prozent. Dieser Zuschauererfolg war erwartbar: „Ice Age 2“ war als er 2006 in die Kinos kam mit 8,7 Millionen Zuschauern der erfolgreichste Film in Deutschland in diesem Jahr.

⑩ **Formattrends bei den 50 zuschauerstärksten Informationsendungen mit Schwerpunkt Natur-/Wissensendungen 2003, 2005, 2007 und 2008**

BRD gesamt, Zuschauer ab 3 J., Mo bis So, 3.00 bis 3.00 Uhr

Sender	2003	2005	2007	2008
Das Erste	ARD-exklusiv: ... (3) W wie Wissen Die Pyramide Europas wilder Osten Tiere vor der Kamera Winterzauber im Thüringer Wald Wunder der Erde Zuflucht Wildnis	ARD-exklusiv: Ein Herz für Nicole W wie Wissen (2) Elefant, Tiger & Co. ARD-Ratgeber: Technik Deep Blue Expeditionen ins Tierreich	ARD-Exklusiv: Kampf ums Augenlicht Sendeplatz Natur: Mo., 20.15 Uhr (22) Elefant, Tiger & Co.(3) Auf der Transsib Folge 2	Sendeplatz Natur: Mo, 20:15 Uhr (13) Panda, Gorilla & Co. Am Rande der Welt – Bärenleben in der Arktis Wissen vor 8 (2)
ZDF	ZDF Expedition (11) Faszination Erde (3) Faszination Universum (3) Abenteuer Wissen (2) The Future is Wild (2) Abenteuer Forschung ZDFreportage: Wilde Tiere in der Stadt! Insel im Sturm	ZDF Expedition (9) Faszination Erde (3) Faszination Universum (3) Abenteuer Wissen (6) Joachim Bublath (3) Im Auge des Sturms (2) Kampf der Dinosaurier (2) Der Vierwaldstätter See Einsteins Erben und das Rätsel von Ladakh Grönland – die gefrorene Zeit Im Land der Dünen Inseln im Eis Folge 1 Magische Nächte ZDF spezial: Vogelgrippe – Gefahr für den Menschen? ZDFreportage: Die Pferdeflüsterin	ZDF Expedition (10) Faszination Erde (6) 2030 – Aufstand der Alten Herr der Himmelscheibe Joachim Bublath Mississippi – Fluss der Träume Zauberland Kappadokien	ZDF Expedition (13) Faszination Erde (5) Terra X: Expedition Erde (5) Abenteuer Wissen (2) Kieling – Expeditionen zu den Letzten ihrer Art Folge 1 Kieling – Expeditionen zu den Letzten ihrer Art Folge 2 Rückkehr der Sintflut Folge 1
RTL	Bibi und Rolli Welt der Wunder	Die letzten Jahre der Dinosaurier – Der Vulkanausbruch (2) Galileo Spezial: ... (2)	Die Reise der Pinguine	
ProSieben	Galileo Im Reich der Urmenschen	End Day – Der Letzte Tag Wunderwelt Wissen		Galileo (4) Galileo Mystery
RTL II		Welt der Wunder		

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

Quelle: AGF/GfK, pc#tv, Fernsehpanel (D+EU).

**Deutsche
TV-Produktionen und
US-amerikanische
Spielfilme in den
Tops**

Platz zwei in der TV-Hitliste erreichte die erste Folge des ZDF-Zweiteilers „Die Gustloff“, Platz drei der zweite Teil von „Im Meer der Lügen“ im Ersten. Insgesamt dominieren erneut – wie im Vorjahr – die TV-Produktionen. Anders als ein Jahr zuvor kamen allerdings wieder drei internationale Spielfilm-Highlights unter die Top 10. Das waren außer „Ice Age – Jetzt taut’s“, wie beschrieben auf Platz eins, „Der Da Vinci Code“ und „Das Vermächtnis der Tempelritter“, ein von der Walt Disney Company 2004 produzierter Abenteuerfilm.

Die Liste der insgesamt am stärksten gesehnen langen Fictionformate verbirgt allerdings deut-

liche Zielgruppenunterschiede. Dies wird bei einer Analyse beispielsweise nach Altersgruppen deutlich. Zu den Top 10 bei den 14- bis 19-jährigen gehören Spielfilme wie „Ice Age 2“, „Der Babynator“, eine kanadisch-US-amerikanische Filmkomödie aus dem Jahr 2005, und „Star Wars Episode III – Die Rache der Sith“. Insgesamt stammen die Top 10 in dieser Generation durchgängig aus dem Kino – und erreichen in dieser Zielgruppe hohe Zuschauerzahlen trotz einer vorherigen Vermarktung via DVD.

Bei den ab 60-Jährigen zeigen sich durchgängig andere Spitzenplätze. Hier gehören „Der Besuch der alten Dame“ (eine TV-Neuverfilmung von Dürrenmatts Tragikomödie aus dem Jahr 1955 mit der 70-jährigen Christiane Hörbiger in der Hauptrolle), der Film „Pfeile der Liebe“ aus der Rosamunde-Pilcher-Reihe des ZDF und beispielsweise der Film „Zwei Ärzte sind einer zu viel“ – ursprünglich im

⑪ Formattrends bei den 50 Zuschauerstärksten Informationsendungen mit Schwerpunkt Gesellschaft/Boulevard 2003, 2005, 2007 und 2008

BRD gesamt, Zuschauer ab 3 J., Mo bis So, 3.00 bis 3.00 Uhr

Sender	2003	2005	2007	2008
ARD	ARD-Brennpunkt: ... (7)	ARD-Brennpunkt: ... (11)	ARD-Brennpunkt: ... (5)	ARD-Brennpunkt: ... (2)
ZDF	Aktenzeichen XY ... (3) ZDF spezial: ... (2) Masuren (2) Wie aus Tausendundeiner Nacht ...	Aktenzeichen XY ... (5) ZDF spezial: ... (3) Wahnsinn am Watzmann ZDFreporter	Aktenzeichen XY ... (3) ZDF spezial: ... (2) Leute heute spezial	Aktenzeichen XY ... (7)
RTL	Explosiv-Das Magazin (30)	Explosiv-Das Magazin (5) Einsatz in vier Wänden-Spezial (12) Extra-Das RTL-Magazin (2) Die Supernanny (5) Die Supernanny Spezial Stern TV	Raus aus den Schulden (12) Einsatz in vier Wänden-Spezial (2) Extra-Das RTL-Magazin (2) Die Supernanny Helfer mit Herz (10) Rach - Der Restauranttester (8) Vermisst Teenager außer Kontrolle - letzter Ausweg Wilder Westen	Raus aus den Schulden (9) Einsatz in vier Wänden-Spezial (5) Extra-Das RTL-Magazin (5) Die Supernanny Helfer mit Herz (4) Rach - Der Restauranttester (6) Vermisst (6) Exclusiv Spezial: Das Leben der Superreichen. Formel 1 - China, nach dem Rennen Die Ausreißer - Der Weg zurück

Sat.1 24 Stunden

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

Quelle: AGF/GfK, pc#tv, Fernsehpanel (D+EU).

⑫ Nutzung von Fiction nach Untersparten 2005, 2006, 2007 und 2008

BRD gesamt, Zuschauer ab 3 J., Mo bis So, 3.00 bis 3.00 Uhr

	2005		2006		2007		2008	
	Sehdauer in Min.	Nettoreich- weite in %	Sehdauer in Min.	Nettoreich- weite in %	Sehdauer in Min.	Nettoreich- weite in %	Sehdauer in Min.	Nettoreich- weite in %
Fiction	64	62	62	60	59	59	58	57
Serie	36	51	35	50	34	48	32	47
Fernsehspiel/TV-Movie	9	21	10	21	10	20	10	20
Spielfilm	18	29	17	28	15	26	16	26
Kurzfilm	0	0	0	0	0	0	0	0
Theater	0	4	0	3	0	3	0	2
Musical/Oper/Ballett	0	1	0	1	0	1	0	1

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

Quelle: AGF/GfK, pc#tv, Fernsehpanel (D+EU), eigene Berechnungen.

ZDF als einzelner Film geplant und Ende 2006 erstmalig ausgestrahlt, wegen des großen Erfolges dann aber als Reihe fortgesetzt.

„Das Traumschiff“ (ZDF), als Fernsehserie mittlerweile schon seit 1981 im Programm, und „In aller Freundschaft“ im Ersten, mit seinem Starttermin 1998 ebenfalls eher ein „Oldtimer“ unter den Fernsehformaten, sowie „Polizeiruf 110“ (Das Erste).

Das Erstes dominiert die Hitliste im Bereich der Serien

Die Top-50-Liste der Serien des Jahres 2008 für das Gesamtpublikum ab drei Jahren wird von den Öffentlich-rechtlichen dominiert, konkreter gesagt vom Ersten. 28 Mal finden sich die im Rahmen der AGF-Codierung als Serie zugeordneten „Tatorte“, sonntags um 20.15 Uhr im Ersten beheimatet, unter den Top 50 (vgl. Tabelle 14). Ferner finden sich hier noch „Um Himmels Willen“ (Das Erste)

13 Die zehn zuschauerstärksten Spielfilme/Fernsehfilme/TV Movies 2003, 2005, 2007 und 2008

BRD gesamt, Zuschauer ab 3 J., Mo bis So, 3.00 bis 3.00 Uhr

Sender	2003	2005	2007	2008
Das Erste	Der Job seines Lebens	Kein Himmel über Afrika Folge 1 Kein Himmel über Afrika Folge 2	Die Flucht Folge 1 Die Flucht Folge 2 Die Frau vom Checkpoint Charlie Folge 1 Die Frau vom Checkpoint Charlie Folge 2	Im Meer der Lügen Folge 2 Schimanski: Schicht im Schacht
ZDF	Chocolat R. Pilcher: Paradies der Träume Napoleon Folge 1 Napoleon Folge 2 Napoleon Folge 4 Rosa Roth	Die Patriarchin Folge 3 Harry Potter und die Kammer des Schreckens Stubbe - Von Fall zu Fall R. Pilcher: Vermächtnis der Liebe Inga Lindström: Inselsummer Die Schwarzwaldklinik - Die nächste Generation	Afrika, mon amour Folge 1 Kreuzfahrt ins Glück Afrika, mon amour Folge 2 Afrika, mon amour Folge 3 Moppel-Ich R. Pilcher: Wiedersehen am Fluss	Die Gustloff Folge 1 Das Wunder von Berlin Die Gustloff Folge 2 Kreuzfahrt ins Glück Zwei Ärzte sind einer zu viel
RTL	Erin Brokovich	Harry Potter und der Stein der Weisen		Ice Age 2 - Jetzt taut's
Sat.1	Das Wunder von Lengede I Das Wunder von Lengede II	Die Luftbrücke - Nur der Himmel war frei Folge 1		
ProSieben				The Da Vinci Code - Sakrileg Das Vermächtnis der Tempelritter

Quelle: AGF/GfK, pc#tv, Fernsehpanel (D+EU).

14 Formattrends bei den 50 zuschauerstärksten Serien 2003, 2005, 2007 und 2008

BRD gesamt, Zuschauer ab 3 J., Mo bis So, 3.00 bis 3.00 Uhr

Sender	2003	2005	2007	2008
ARD	Tatort (25) Um Himmels Willen (10) Polizeiruf 110 (6) Stahlnetz	Tatort (31) Um Himmels Willen (13) Polizeiruf 110 (3) In aller Freundschaft	Tatort (28) Um Himmels Willen (10) Polizeiruf 110 (4) In aller Freundschaft (3) Schimanski	Tatort (28) Um Himmels Willen (13) Polizeiruf 110 (4) In aller Freundschaft (2)
ZDF	Das Traumschiff (3) Ein Fall für zwei Der Alte (2)	Das Traumschiff (2)	Das Traumschiff (2) Ein Fall für zwei Forsthaus Falkenau	Das Traumschiff (3)
RTL	Alarm für Cobra 11 - Die Autobahnpolizei (2)			

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

Quelle: AGF/GfK, pc#tv, Fernsehpanel (D+EU).

Unterschiedliche Präferenzen der Zuschauer nach Altersgruppen

Auch hier wieder ein kurzer Blick auf die unterschiedlichen Zielgruppen. Die Serienwelt der 14- bis 19-jährigen und die der ab 60-jährigen erweist sich als wenig kompatibel. In der Top-50-Liste der 14- bis 19-jährigen ist die wichtigste Serie der US-amerikanische Zeichentrickdauerbrenner „Die Simpsons“. 2008 war er bei ProSieben im Pro-

gramm. Ihr deutschsprachiger Start war im Übrigen 1991 beim ZDF. Ebenfalls Spitzenplätze bei den jüngeren Zuschauern erreichten „Dr. House“ und „Desperate Housewives“. Anders das Bild bei den ab 60-jährigen. „In aller Freundschaft“ im Ersten kam 23-mal unter die Top 50 dieser Altersgruppe, „Um Himmels Willen“ ebenfalls im Ersten 13 mal. Hinzu kommen - aus dem Ersten - „Tierärztin Dr. Mertens“, „Tatort“, ein „Polizeiruf 110“, „Familie Dr. Kleist“ sowie aus dem ZDF „Das Traumschiff“, „Der Bergdoktor“ und „Der Alte“.

15 Nutzung von Unterhaltung nach Untersparten 2005, 2006, 2007 und 2008

BRD gesamt, Zuschauer ab 3 J., Mo bis So, 3.00 bis 3.00 Uhr

	2005		2006		2007		2008	
	Sehdauer in Min.	Nettoreich- weite in %	Sehdauer in Min.	Nettoreich- weite in %	Sehdauer in Min.	Nettoreich- weite in %	Sehdauer in Min.	Nettoreich- weite in %
Unterhaltung	29	47	27	46	27	44	25	41
Show	7	22	8	25	7	22	6	19
Ratespiel/Quiz/Gameshow (ohne Werbung)	5	16	5	17	5	18	4	15
Satire/Kabarett	0	3	1	3	1	3	1	3
Talk	4	12	3	10	3	10	3	9
Real-Life-Inszenierung	1	5	0	5	0	4	1	5
Dokumentation/Reportage/Magazin	9	20	7	17	7	15	7	14
Musik	4	10	3	9	4	9	4	10

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

Quelle: AGF/GfK, pc#tv, Fernsehpanel (D+EU), eigene Berechnungen.

Rückläufige Reichweiten in fast allen Unterhaltungssparten

Die Tagesreichweite der Sparte Unterhaltung sank 2008 erneut. 2005 hatte sie bei 47 Prozent aller Zuschauer gelegen. 2008 waren noch 41 Prozent zu verzeichnen (vgl. Tabelle 15). Vom Rückgang sind im Prinzip alle Unterhaltungsbereiche gleichermaßen betroffen: Der Bereich der Shows, der der Ratespiele und Quizsendungen, Satire und Kabarett, Talk, Real-Life-Inszenierung, aber auch die als Unterhaltung codierten Magazine, Reportagen und Musiksendungen.

„Wer wird Millionär“ und „Wetten, dass...?“ ganz oben in der Top-Liste

In den Top 50 der meistgesehenen Unterhaltungssendungen platzierte sich 2008 im Vergleich zum Vorjahr kein neues Format. Am häufigsten fand sich erneut die mehrmals wöchentlich ausgestrahlte Sendung „Wer wird Millionär?“ auf RTL auf den vorderen Rängen, ergänzt um „WWM Prominenten Special“ und „WWM - Blind Date Special“ (vgl. Tabelle 16). Die durchschnittliche Zuschauerzahl von „Wer wird Millionär?“ lag im Übrigen 2008 bei 6,43 Millionen. Mit allen sechs Sendungen unter den Top 50 platziert war „Wetten, dass ...?“ mit im Schnitt 10,65 Millionen Zuschauern. Häufiger – auch häufiger im Programm – findet sich „Bauer sucht Frau“ auf RTL auf den vorderen Plätzen. 2008 sahen im Schnitt 7,73 Millionen Menschen die einzelnen Folgen. „Bauer sucht Frau“ ist seit Oktober 2005 auf RTL zu sehen. Die Süddeutsche Zeitung hat die Frage des Ursprungsformats mit der Überschrift versehen „Wer hat's erfunden?“ 1983 bereits wurde im Schweizer Fernsehen eine Sendung mit dem Titel „Bauer sucht Bäuerin“ ausgestrahlt. Die genetisch engere Verbindung von „Bauer sucht Frau“ existiert aber zum britischen Format „Farmer Wants a Wife“, das 2001 bei ITV1 startete. Die weiteren Top-50-Teilnehmer waren Einzelsendungen oder schafften es nur einmal – so zum Beispiel „Deutschland sucht den Superstar“ – in die Hitliste.

Das Sportjahr 2008: Fußball schlägt Boxen und Formel 1

Der Angebotsanteil des Sports lag 2008 bei 7 Prozent, der Nutzungsanteil bei 8 Prozent, die durchschnittliche Tagesreichweite bei 22 Prozent (2007: 20%). Sport ist die Programmsparte, die wie keine andere Spitzenreichweiten produzieren kann. Tra-

ditionell prägen große Sportevents die genreübergreifende Jahreshitliste mit oder bestimmen sie im Falle der Fußball-Europameisterschaften weitgehend alleine: Auf der Rangliste der Sportsendungen lag 2008 das EM-Spiel Deutschland gegen Türkei auf Platz eins (29,46 Mio, 81,5% Marktanteil), auf den Plätzen zwei bis vier weitere EM-Spiele mit deutscher Beteiligung, Platz fünf eine Moderation zu einem Spiel der deutschen Mannschaft. Auf Platz acht das Spiel Spanien gegen Russland (19,24 Mio). Auf den weiteren Rängen: EM-Spiele, Moderationen zu EM-Spielen, Studiogespräche rund um die EM oder zu EM-Spielen, schließlich WM-Qualifikationsspiele. Der vorderste Rang einer anderen Sportart: die Nachlese zu einem Boxkampf auf Platz 48.

Nutzung der Programmsparten

Wie bereits bei einigen Programmsparten dokumentiert, lässt sich das Fernsehverhalten auch nach dem Durchschnittsalter der Nutzer der unterschiedlichen Genres analysieren, gerechnet über alle untersuchten Programme hinweg. Dabei schlagen naturgemäß auch Programmpräferenzen und Images von Sendern mit durch. Das Durchschnittsalter der Zuschauer an einem Durchschnittstag liegt bei 51 Jahren. Die oberen und unteren Plätze sind auf der einen Seite besetzt mit Animationsserien (Durchschnittsalter der Nutzer: 26 Jahre), auf der anderen Seite mit E-Musik/Musik-Show/Konzerte mit einem Durchschnittsalter der Nutzer von 65 Jahren.

Im Bereich Information/Infotainment lag das Durchschnittsalter bei Nachrichten bei 59 Jahren, bei den regionalen Nachrichten bei 62 Jahren. Sendungen aus dem Bereich Gesellschaft/Boulevard kamen mit 49 Jahren auf den jüngsten Altersdurchschnitt aus dem Infobereich, gefolgt von Natur/Wissenschaft mit 52 Jahren, Kultur mit 56 und Politik/Wirtschaft/Geschichte mit 58 Jahren.

Animationsserien mit jüngstem, E-Musik mit ältestem Publikum

16 **Formattrends bei den 50 zuschauerstärksten Unterhaltungssendungen 2003, 2005, 2007 und 2008**

BRD gesamt, Zuschauer ab 3 J., Mo bis So, 3.00 bis 3.00 Uhr

Sender	2003	2005	2007	2008
Das Erste	Eurovision Song Contest	Mainz bleibt Mainz ... Fest der Volksmusik (2)	Eurovision Song Contest Mainz bleibt Mainz ... Das Winterfest der Volksmusik Quiz mit J. Pilawa Starquiz mit J. Pilawa Der große Schultest mit J. Pilawa Das ungläubl. Quiz der Tiere Karnevalissimo	2008 - Das Quiz Das Adventsfest der Volksmusik Starquiz mit Jörg Pilawa
ZDF	Wetten, dass...? (6) Wetten, dass...? Open air	Wetten, dass...? (6) Wetten, dass...? Open air Die Traumschiff-Gala	Wetten, dass...? (6) Mainz bleibt Mainz ... Die Traumschiff-Gala	Wetten, dass...? (6)
RTL	Wer wird Millionär (35) WWM Prominenten Special DSDS (4) DSDS: Entscheidung (2) DSDS: Finale	Wer wird Millionär (35) WWM Prominenten Special (2) Domino Day	Wer wird Millionär (27) WWM Prominenten Special (2) DSDS (3) Domino Day Bauer sucht Frau (4)	Wer wird Millionär (27) WWM Prominenten Special (2) WWM - Blind Date special DSDS Bauer sucht Frau (9)

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

Quelle: AGF/GfK, pc#tv, Fernsehpanel (D+EU).

Den Blick auf den spartenspezifischen durchschnittlichen Marktanteil, zeigt, dass die - mengenmäßig sehr begrenzte - Untersparte der Gewinnzahlen 2008 auf einen durchschnittlichen Marktanteils wert von 13,8 Prozent kam und damit auf dem ersten Platz dieses Segments landete, gefolgt von den Frühmagazinen, die es im Schnitt über das Jahr hinweg auf 12,4 Prozent brachten. Weitere sehr erfolgreiche Subsparten waren beispielsweise die Nachrichten im Segment Information/Infotainment mit 5 Prozent Marktanteil vor Sendungen aus dem Bereich Gesellschaft/Boulevard mit 4,5 Prozent.

Bei Fiction kamen Dramaserien (z.B. „Sturm der Liebe“ im Ersten oder „Wege zum Glück“ im ZDF) mit im Schnitt 8,2 Prozent Marktanteil auf Platz eins, gefolgt von Krimiserien mit 7,9 Prozent und Fernsehkrimis mit 7,8 Prozent, vor Erotikspiel-filmen mit im Schnitt 7,6 Prozent.

Im Bereich Unterhaltung erreichten Talksen-dungen 9,5 Prozent, Real-Life-Inszenierungen 7,2 Prozent und Ratespiele/Quiz 7 Prozent Marktanteil. Den höchsten Marktanteil erzielten hier jedoch Sendungen aus dem Segment Magazine/Reporta-gen/Dokumentationen mit im Schnitt 11,2 Prozent Marktanteil. Darunter fallen beispielsweise die so genannten Gerichtsshows wie „Richter Alexander Hold“ oder „Niedrig und Kuhnt - Kommissare er-mitteln“, beide im Programm von Sat.1 beheimatet.

Und wie sieht die Gesamtliste der erfolgreichsten Sendungen 2008 aus? In der Rangreihe der Top 10 finden sich ausschließlich Fußballspiele im Rah-men der Europameisterschaft in Österreich bzw. der Schweiz sowie Nachrichtensendungen/-magazi-

ne, die in die Halbzeitpausen der entsprechenden Spiele fielen. Die höchste Zuschauerzahl erreichte - wie bereits bei der Betrachtung der Sportsendun-gen ausgeführt - das Spiel Deutschland gegen die Türkei am 25. Juni 2008 mit 29,46 Millionen, ent-sprechend einem Marktanteil von 81,5 Prozent. Auf Platz zwei kam das Spiel Deutschland gegen Spanien mit 28,05 Millionen Zuschauern und 82,0 Prozent Marktanteil. Platz drei ging an die Über-tragung Österreich gegen Deutschland: 27,96 Mil-lionen und 76,8 Prozent. Auch die weiteren Spiele unter den Top 10 weisen alle deutsche Beteiligung auf: Zu den sechs Fußballspielen gesellen sich in der Hitliste ein „heute-journal“ (Pause Deutschland gegen Türkei) und drei Mal die „Tagesthemen“ (in den Pausen von Deutschland gegen Spanien, Por-tugal gegen Deutschland und Österreich gegen Deutschland).

Zeitversetzte Fernsehnutzung, Mediatheken, Videoportale

Die zeitversetzte Nutzung konnte in der Vergan-genheit, und dies meint auch das Jahr 2008, nur sehr eingeschränkt gemessen werden. Seit der Um-stellung des GfK-Panels Mitte 2009 lassen sich hier - nun insbesondere auch durch die Einbeziehung von Videorecordern, DVD und Festplattenrecor-dern - differenziertere Daten ausweisen. Ein Blick auf die aktuellen Daten erlaubt auch eine nachträgliche Einschätzung für das Jahr 2008. (8) Nach Ergebnissen für August bis Oktober 2009 macht die zeitverzögerte/-versetzte Nutzung in der Altersgruppe von 14 bis 49 Jahren zur Zeit knapp ein halbes Prozent der gesamten Fernsehnutzung aus (die oben für TV Gesamt angegebenen Seh-dauerwerte 2008 sind ohne Einberechnung dieser wenigen Minuten). In der Gesamtbevölkerung

Nur geringe zeitversetzte Nutzung feststellbar

Der Zuschauerhit 2008: Die Fußball-Europameisterschaft

dürfte der Wert eher noch niedriger liegen. Rund die Hälfte dieser Zeit entfällt dabei auf die so genannte „zeitverzögerte“ Nutzung (gleicher Tag/Abend), ebenfalls rund die Hälfte auf zeitversetzte Nutzung (ein Tag danach oder später). Unter dem Aspekt der Spartenutzung bleibt festzuhalten, und dies deckt sich mit Videorecorderauswertungen der letzten Jahre, dass der höchste Zuschauerzuwachs bei Daily Soaps und Serien festzustellen ist. Zeitverzögerte bzw. zeitversetzte Nutzung stärkt also insbesondere Fiction um einige Sehminuten in der Gesamtbilanz. (9)

Mediatheken, Videoportale – ergänzende und alternative Wege der Fernsehnutzung

Die Medienwelt verändert sich stark, unterliegt vielfältigen alten und neuen Konkurrenz- und Wechselbeziehungen. (10) Neben die zeitverzögerte und/oder zeitversetzte Nutzung sind andere Nutzungswege getreten, so zum Beispiel Mediatheken im Netz oder auch Videoportale. Diese Aspekte können hier nur angedeutet werden.

ARD/ZDF-Online-studie gibt Hinweise auf Video- und TV-Nutzung im Internet

Im Jahr 2008 haben 55 Prozent aller Onliner (2009: 62%) zumindest gelegentlich Videos/TV im Internet genutzt, so die ARD/ZDF Onlinestudien 2008 und 2009. (11) Dies waren genauer aufgeschlüsselt 51 Prozent bei Videoportalen (52%), 14 Prozent bei Fernsehsendungen/Videos (21%), 12 Prozent bei Live fernsehen im Internet (18%) und 7 Prozent Videopodcasts (6%).

Nimmt man die deutschsprachige Wohnbevölkerung von 14 bis 64 Jahren in Privathaushalten als Basis (D+EU), so galt im Frühjahr 2009 (12): Von denjenigen, die schon einmal Onlineportale bzw. -archive von Fernsehangebietern genutzt haben, stimmten 50 Prozent der Aussage, es sei „praktisch, verpasste Sendungen später noch anschauen zu können“ mit „stimme voll und ganz“ zu. Weitere 30 Prozent sagten „stimme teilweise zu“. Mit insgesamt 80 Prozent Zustimmung war dies das wichtigste Motiv für die Nutzung von Mediatheken. Mit insgesamt 61 Prozent kommt gleich dahinter auf Platz zwei die Zustimmung zu „interessant, weil ich dort Informationen recherchieren kann“.

Nutzungsschwerpunkte deuten sich an: Information vor Filmen und Serien

Auf Basis dieser Studie lassen sich Schwerpunkte der genutzten Inhalte andeuten. Die nach den Angaben der Befragten wichtigsten Genres in der zeitversetzten Nutzung über Fernsehportale/-archive sind Nachrichten (insgesamt 25% der Nutzerschaft mindestens einmal in der Woche genutzt), Dokumentationen/Reportagen (15%), Filme (15%), Sport/Sportberichterstattung (13%) und TV-Serien (10%). Auch hier ändert sich wieder das Bild, wenn man die Jüngeren, hier beispielsweise nur die 14- bis 29-Jährigen, nimmt: Platz eins nehmen Filme (43%) ein, Platz zwei Nachrichten (39%), Platz drei Dokumentationen/Reportagen (30%) vor TV-Serien (25%) und Sport/Sportberichterstattung (19%).

Eine andere Studie aus dem Jahr 2009 (13) sieht Fernsehhalte im Netz als die beliebtesten Inhalte (egal ob über Mediatheken oder über Videoportale). 74 Prozent derjenigen, so die Studie, die im Netz Bewegtbildinhalte nutzen, sehen sich TV-Inhalte an. 49 Prozent sind es bei Privatvideos.

Insgesamt – so zeigen die unterschiedlichen Studien – reproduzieren sich hier aus dem linearen Fernsehen her bekannte Spartenutzungsmuster, die allerdings über Sendungsbindungen massiv verstärkt werden. (14)

Fazit: Das Programmjahr 2008

Fernsehen war für Zuschauerinnen und Zuschauer auch im Jahr 2008 ein unverzichtbares Medium. Dies drückt sich in der hohen Tagesreichweite, aber auch in der Seh- und Verweildauer aus. Speziell für die Nutzung der Sparten im Jahr 2008 bleibt festzuhalten:

- Information/Infotainment und Fiction dominierten weiter das Fernsehangebot, bei deutlichen Unterschieden in den Nutzungsgewohnheiten unterschiedlicher Zielgruppen.

- Festzuhalten bleibt auch, dass seit 2001 der Nutzungsanteil von Information/Infotainment steigt.

- Nach wie vor gelten die Differenzierungen nach den Systemen. Der öffentlich-rechtliche Rundfunk steht für ein informationsorientiertes Angebotsprofil, bei den privatrechtlichen Sendern dominieren Fiction und Unterhaltung. Dies bestätigte sich erneut.

- Den Systemen entsprechend zeigen sich auch die Top-Positionierungen in den einzelnen Genres. Öffentlich-rechtliche Sendungen prägten die Nutzung bei Nachrichten und Nachrichtenmagazinen, ebenso beim Politik-Talk, im Angebotssegment Politik/Wirtschaft/Geschichte und bei Natur/Wissenschaft. Von den privaten Anbietern, insbesondere von RTL, dominiert waren die Nutzungsmuster im Angebotsbereich Gesellschaft/Boulevard.

- Im Fictionbereich sind nach wie vor deutsche TV-Produktionen stark, gerade auch die der öffentlich-rechtlichen Sender. Bei den jüngeren Zuschauern schneiden US-amerikanische Spielfilme und Serien besser ab, die deutlich häufiger bei den Privaten in den Programmen sind.

- Sport war 2008 eindeutig geprägt durch die Fußball-EM in Österreich und der Schweiz.

Zeitverzögerte und zeitversetzte Nutzung findet nur in geringem Umfang statt, sie stärken eher die Fictionnutzung (insbesondere Dailys oder andere Serien). Mediatheken oder Videoportale wurden und werden verschiedenen Studien zufolge auch stark informationsorientiert genutzt

Insgesamt starke Stabilität der Angebots- und Nutzungsstrukturen

Zeitverzögerte und zeitversetzte Nutzung nur gering

Anmerkungen:

- 1) Die Zahl der „fernsehabsinenten“ Tage hat sich im Vergleich 2005 zu 2008 damit nur um einen Tag, von acht auf neun, erhöht. Diese Zahl variiert im Übrigen sehr stark nach unterschiedlichen Zielgruppen. Bei den Kindern von drei bis 13 Jahren beispielsweise und bei den beiden Altersgruppen 14 bis 19 Jahre und 20 bis 29 Jahre wird fast an jedem zweiten Tag nicht ferngesehen. Bei den ab 30-Jährigen sind dann jeweils mehr als 20 Tage eines Durchschnittsmonats des Jahres 2008 mit Fernsehnutzung verbunden. Vgl. Zubayr, Camille/Heinz Gerhard: Tendenzen im Zuschauerverhalten. Fernsehgewohnheiten und Fernsehreichweiten im Jahr 2008. In: Media Perspektiven 5/2009, S. 98–112.

- 2) Vgl. Gerhards, Maria/Walter Klingler: Fernseh- bzw. Bewegtbildnutzung 2007. Programmangebote, Spartennutzung und Formattrends. In: Media Perspektiven 11/2008, S. 550-567.
- 3) Vgl. zur Medien-/Fernsehnutzung der Kinder Feierabend, Sabine/Walter Klingler: Ergebnisse der KIM-Studie 2009. Mediennutzung und soziokulturelle Verortung bei Kindern. In: Media Perspektiven 8/2009, S. 398-412.
- 4) Vgl. Gerhards, Maria/Walter Klingler: Programmangebote und Spartennutzung im Fernsehen 2002. Analyse auf Basis der AGF/GfK-Programmcodierung. In: Media Perspektiven Heft 11/2003, S. 500-509.
- 5) Formatdetails basieren in der Regel auf den Angaben der jeweiligen Programmanbieter und auf Recherchen im Internet zu den Sendungen. Zu (fast) allen erfolgreichen Formaten finden sich beispielsweise bei Wikipedia mehr oder minder detaillierte Beschreibungen.
- 6) Vgl. zu dieser Thematik auch Krüger, Udo Michael/Thomas Zapf-Schramm: Politikthematisierung und Alltagskultivierung im Infoangebot. In: Media Perspektiven 4/2009, S. 201-222 sowie Krüger, Udo Michael: InfoMonitor 2008: Fernsehnachrichten bei ARD, ZDF, RTL und Sat.1. Themen, Ereignisse und Akteure in der Nachrichtenberichterstattung. In: Media Perspektiven Heft 2/2009, S. 73-94.
- 7) Die Hitliste orientiert sich ausschließlich an der Ausstrahlung im Ursprungsprogramm, bezieht also beispielsweise die zusätzliche Nutzung der „Tagesschau“ über Dritte Programme, 3sat und Phoenix nicht mit ein.
- 8) Vgl. Wagner, Matthias: Der AGF-Währungswechsel – Status Quo und Ergebnisse zu den neuen Nutzungsformen. AGF-Forum 2009.
- 9) Vgl. auch Kloppenburg, Gerhard/Erk Simon/Melanie Vogt/Daniel Schmeisser: Der flexible Zuschauer? – Zeitversetztes Fernsehen aus Sicht der Rezipienten. In: Media Perspektiven 1/2009, S. 2-8. Zur besonderen Perspektive Videorecorder und Videomarkt vgl. Turecek, Oliver/Helmut Bärner/Gunnar Roters: Videomarkt und Videonutzung 2008. Optimistische Prognosen trotz leichter Umsatzrückgänge. In: Media Perspektiven 5/2009, S. 247-256.
- 10) Vgl. z.B. Boecker, Maren: Vom Fernseher zum individuellen „Allround-Entertainer“. Eine qualitative Akzeptanzstudie zum Fraunhofer FOKUS-Showcase. Durchgeführt im Auftrag von IP Deutschland.
- 11) Vgl. van Eimeren, Birgit/Beate Frees: Der Internetnutzer 2009 – multimedial und total vernetzt? Ergebnisse der ARD/ZDF-Online-studie 2009. In: Media Perspektiven 7/2009, S. 334-348.
- 12) Vgl. TNS Convergence Monitor, Ergebnisbericht Welle 2009.
- 13) Vgl. SevenOneMedia: MedienRadar 2009.
- 14) Vgl. auch Stipp, Horst: Verdrängt Online-Sehen die Fernsehnutzung? Zehn aktuelle Medientrends in den USA. In: Media Perspektiven 5/2009, S. 226-232.

