



Medientrends und sozialer Wandel

MLFZ-Reihe mit aktuellen und historischen Medientrends (Quelle: Media-Analyse)

Herausgeber sind Jörg Hagenah und Heiner Meulemann, Autoren die MLFZ-Mitarbeiter.

20/2008 (erstellt am 27.05.2008)

Die Ostdeutschen verbringen mehr Zeit im Heimkino als die Westdeutschen

Die Entwicklung der Sehdauer von 1987/1992 bis 2005 in West- und Ostdeutschland

Von Cristiana Puleri

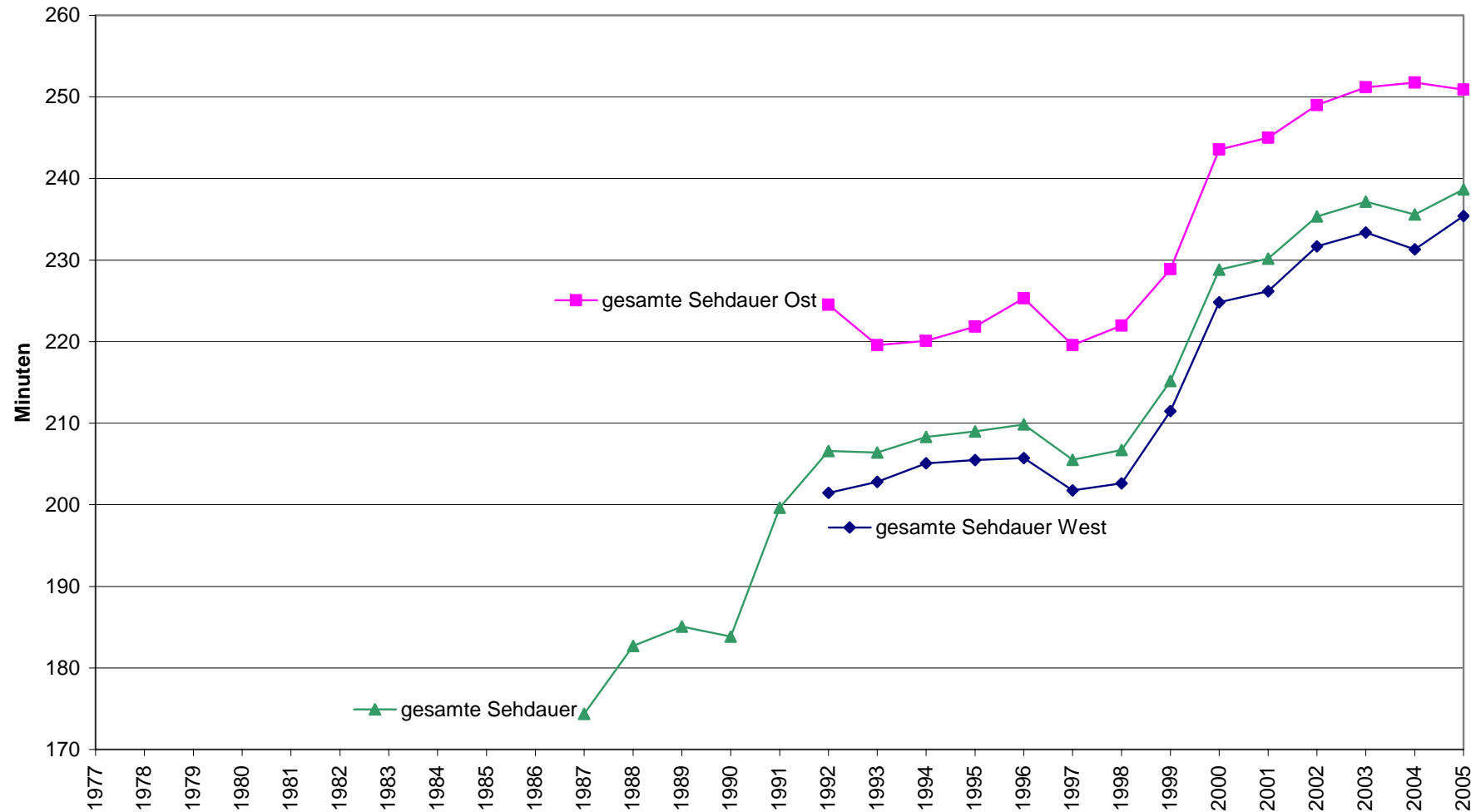
Wie dem Media Analyse Trendchart zu entnehmen ist, steigt die gesamte Sehdauer von 1987 (174 Minuten) bis 2005 (239 Minuten) um insgesamt über eine Stunde an. Von 1989 auf 1990 ist zwar ein leichter Rückgang von einer Minute zu verzeichnen (vgl. Tabelle), hingegen steigt anschließend die Zeit, die vor dem Fernsehapparat verbracht wird, bis zum Jahr 2005 fast kontinuierlich an. Der einzig größere Rückgang ist im Jahr 1997 zu erkennen (von 210 Minuten im Jahr 1996 auf 206 Minuten im Jahr 1997), der aber wohl auf einen Methodeneffekt zurückzuführen ist¹ (vgl. Hagenah 2006).

Vergleicht man die Nutzungsdauer zwischen West- und Ostdeutschland, so fällt auf, dass die ostdeutsche Sehdauer stets über der westdeutschen liegt. Im Vergleich zu den Westdeutschen beträgt die zusätzliche absolute Sehdauer im Zeitraum von 1992 bis 2005 bis zu 23 Minuten (1992). Zwar ist bei den Ostdeutschen von 1992 auf 1993 ein Rückgang von 5 Minuten zu verzeichnen, jedoch steigt deren Sehdauer danach nahezu parallel zu derjenigen der Westdeutschen stetig an. Dabei sehen die Ostdeutschen mindestens 15 Minuten länger fern als die Westdeutschen (vgl. Früh / Stiehler 2002).

Schlagworte: Fernsehen, Sehdauer, Westdeutschland, Ostdeutschland

¹ Bis 1996 wurde jeder einzelne TV-Sender abgefragt. Danach gibt es keine senderspezifischen Abfragen mehr, sondern nur noch eine allgemeine Fernsehfrage. Dies könnte dazu geführt haben, dass die Sehdauer 1997 um knapp 5 Minuten gesunken ist.

Trendchart: Sehdauer aller Zuschauer in Minuten von 5-24 Uhr (West- und Ostdeutschland)



Anmerkungen: Quelle MA-Gesamt-MLFZ 1977 – 2005 (Elektronische Medien)

Die (Tages-) Sehdauer von 5.00 bis 24.00 Uhr kann erst ab dem Jahr 1987 dargestellt werden, da in den Jahren zuvor nur die Sehdauer von 17.00-20.00 Uhr abgefragt wurde. Die Unterscheidung zwischen Ost und West kann erst ab 1992 erfolgen, da die neuen Bundesländer erst ab diesem Zeitpunkt in die Befragungen der Media Analyse mit eingeschlossen wurde.

Tabelle: Sehdauer aller Zuschauer in Minuten von 5-24 Uhr (West- und Ostdeutschland)

	Gesamte Sehdauer	Gesamte Sehdauer West	Gesamte Sehdauer Ost	Differenz West-Ost
1977				
1978				
1979				
1980				
1981				
1982				
1983				
1984				
1985				
1986				
1987	174,38			
1988	182,71			
1989	185,06			
1990	183,85			
1991	199,63			
1992	206,60	201,46	224,52	-23,06
1993	206,40	202,81	219,58	-16,77
1994	208,30	205,09	220,08	-14,99
1995	208,99	205,50	221,84	-16,34
1996	209,84	205,72	225,32	-19,6
1997	205,51	201,78	219,57	-17,79
1998	206,71	202,64	221,96	-19,32
1999	215,18	211,49	228,90	-17,41
2000	228,82	224,82	243,56	-18,74
2001	230,17	226,18	244,99	-18,81
2002	235,34	231,70	249,00	-17,3
2003	237,14	233,38	251,16	-17,78
2004	235,57	231,32	251,77	-20,45
2005	238,67	235,41	250,91	-15,5

Anmerkungen: *Quelle MA-Gesamt-MLFZ 1977 – 2005 (Elektronische Medien)*

Die (Tages-) Sehdauer von 5.00 bis 24.00 Uhr kann erst ab dem Jahr 1987 dargestellt werden, da in den Jahren zuvor nur die Sehdauer von 17.00-20.00 Uhr abgefragt wurde. Die Unterscheidung zwischen Ost und West kann erst ab 1992 erfolgen, da die neuen Bundesländer erst ab diesem Zeitpunkt in die Befragungen der Media Analyse mit eingeschlossen wurde.

Literatur

- Früh / Stiehler (2002). Fernsehen in Ostdeutschland. Eine Untersuchung zum Zusammenhang zwischen Programmangebot und Rezeption. Berlin: Arbeitsgemeinschaft der mitteldeutschen Landesmedienanstalten (AML)
- Hagenah, Jörg (2006). Möglichkeiten der Nutzung von Media-Analyse-Fernsehdaten für Sekundäranalysen von 1972 bis heute. Medien- & Kommunikationswissenschaft 54, 2006/4, 637-653

Kontaktadresse:

Cristiana Puleri
 Studentische Hilfskraft
 Universität zu Köln
 Medienwissenschaftliches Lehr- und Forschungszentrum
 der Wirtschafts- und Sozialwissenschaftlichen Fakultät
 Greinstr. 2
 D-50939 Köln
 Fon: +49(0)221 470-4232
 Fax: +49(0)221 470-5169
 E-Mail: mlfz@wiso.uni-koeln.de
<http://www.mlfz.uni-koeln.de/>