



## ***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.

***2/2007 (erstellt am 17.12.2007):***

### **Der Weg des Fernsehens vom Prime Time-Programm zum ständigen Freizeitfüller**

Die Angleichung der Sehhäufigkeit pro Zeitabschnitt an Werktagen von 1987 bis 2005

*Von Jörg Hagenah*

Wie dem Trendchart zu entnehmen ist, hat sich die Anzahl der Fernsehnutzungstage pro Zeitabschnitt 17.00-18.00 Uhr, 18.00 – 19.00 Uhr, 19.00-20.00 Uhr und 20.00 bis 23.00 Uhr in einer normalen Woche von 1987 bis 2005<sup>1</sup> ein wenig angeglichen.

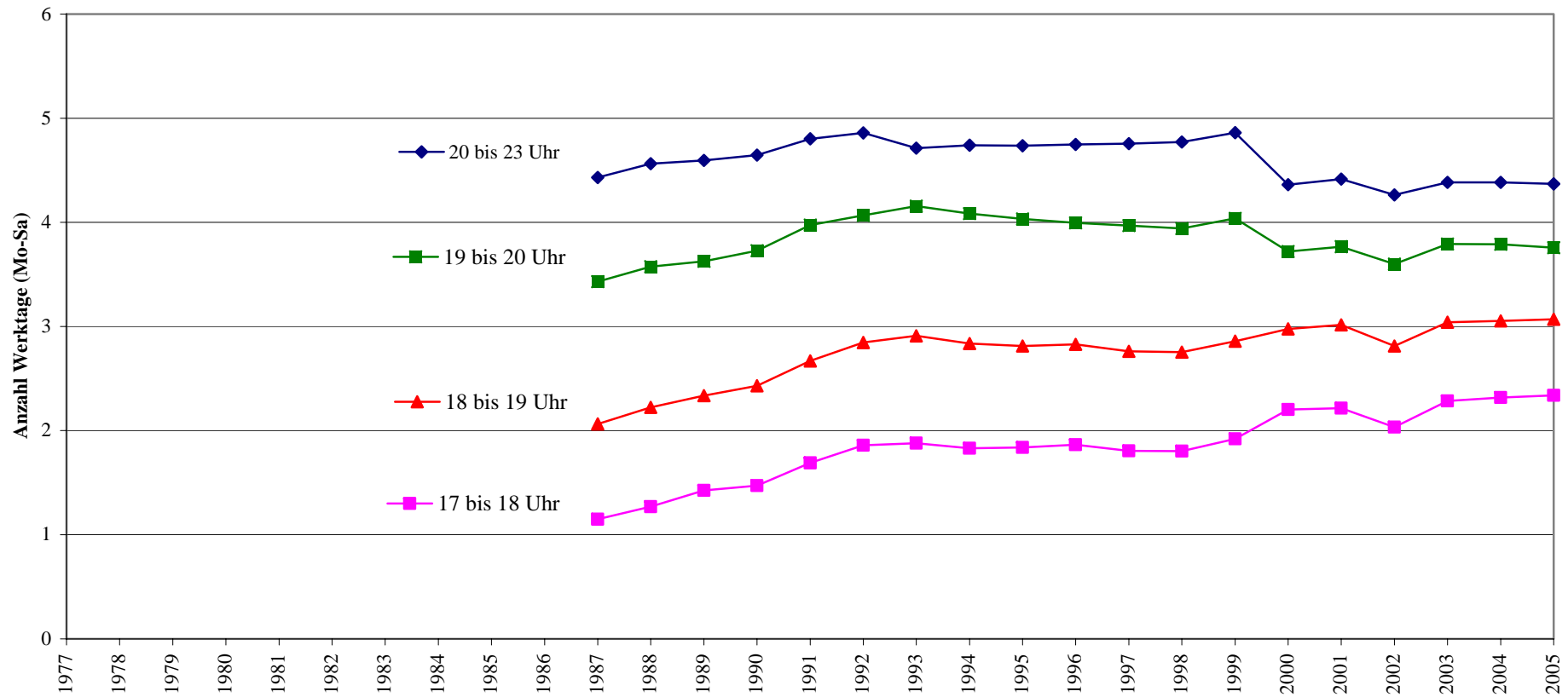
Gestiegen ist insbesondere die Sehhäufigkeit am Vorabend, während die Sehhäufigkeit zur Prime Time eher konstant geblieben ist. Während 1987 zwischen 17.00 und 18.00 Uhr nur an einem Werktag in der Woche ferngesehen wurde (siehe Tabelle), hat sich die Sehhäufigkeit in diesem Zeitabschnitt bis 2005 verdoppelt und lag dann bei ca. 2 Tagen in der Woche. Ähnlich stark ist die Sehhäufigkeit zwischen 18.00 und 19.00 Uhr um einen Fernsehtag pro Woche gestiegen: Von zwei Tagen pro Woche im Jahr 1987 auf drei Tage in der Woche im Jahr 2005. Dagegen werden die beiden späteren Abendabschnitte zwischen 19.00 und 20.00 Uhr sowie die Prime Time zwischen 20.00 und 23.00 Uhr eher gleich bleibend an 3,5 – 4 bzw. an 4,5 Tagen in der Woche genutzt. Somit lässt sich der Anstieg der durchschnittlichen TV-Sehdauer in Minuten pro Tag von ca. 139 Minuten im Jahr 1987 auf ca. 202 Minuten im Jahr 2005 (vgl. Hagenah 2007: Ausgabe 1/2007) teilweise mit der Ausweitung der TV-Nutzung innerhalb der normalen Woche und bezüglich des Vorabendprogramms erklären. Auf diese Weise entwickelt sich das Fernsehen immer mehr vom Prime Time-Programm zum ständigen Freizeitfüller.

*Schlagworte: Fernsehen, Freizeit, Mediennutzungshäufigkeit, Sehhäufigkeit*

---

<sup>1</sup> Das MLFZ bereitet Daten zur Entwicklung der Nutzung der Pressemedien von 1954 bis 2005 und bei elektronischen Medien von 1977 bis 2005 auf. Diese Zeiträume bilden immer den Rahmen der Abbildungen. Falls in einigen Jahren keine Ergebnisse abgetragen sind, liegt es daran, dass keine Daten dazu vorhanden sind.

**Trendchart: Durchschnittliche Sehhäufigkeit pro Zeitabschnitt in einer normalen Woche  
(Anzahl Werktage, Mo –Sa)**



**Anmerkungen:** Quelle MA-Gesamt-MLFZ 1977 bis 2005

Zeitabschnitt 20 bis 23 Uhr: von 1987 bis 1992 wurde diese Variable aus Daten zu den Zeitabschnitten 20 bis 21 Uhr, 21 bis 22 Uhr und 22 bis 23 Uhr konstruiert; 1977-1986: Keine Daten vorhanden;

2000: Methodenwechsel (Wechsel der Erhebung von persönlich-mündlicher Befragung zu CATI, vgl. Best & Hagenah 2006).

**Tabelle: Durchschnittliche Sehhäufigkeit pro Zeitabschnitt in einer normalen Woche  
(Anzahl Werktagen, Mo –Sa)**

<b>Jahr</b>	<b>17 bis 18 Uhr</b>	<b>18 bis 19 Uhr</b>	<b>19 bis 20 Uhr</b>	<b>20 bis 23 Uhr</b>
1987	1,15	2,07	3,43	4,43
1988	1,27	2,22	3,57	4,56
1989	1,43	2,34	3,63	4,59
1990	1,47	2,43	3,73	4,65
1991	1,69	2,67	3,97	4,80
1992	1,86	2,85	4,07	4,86
1993	1,88	2,91	4,16	4,71
1994	1,83	2,84	4,08	4,74
1995	1,84	2,81	4,03	4,74
1996	1,86	2,83	3,99	4,75
1997	1,80	2,76	3,97	4,76
1998	1,80	2,75	3,94	4,77
1999	1,92	2,86	4,04	4,86
2000	2,20	2,98	3,72	4,36
2001	2,21	3,02	3,77	4,42
2002	2,03	2,81	3,60	4,26
2003	2,28	3,04	3,79	4,38
2004	2,32	3,05	3,79	4,38
2005	2,34	3,07	3,76	4,37

**Anmerkungen:** Quelle MA-Gesamt-MLFZ 1977 bis 2005

Zeitabschnitt 20 bis 23 Uhr: von 1987 bis 1992 wurde diese Variable aus Daten zu den Zeitabschnitten 20 bis 21 Uhr, 21 bis 22 Uhr und 22 bis 23 Uhr konstruiert; 1977-1986: Keine Daten vorhanden;

2000: Methodenwechsel (Wechsel der Erhebung von persönlich-mündlicher Befragung zu CATI, vgl. Best & Hagenah 2006).

## Literatur

Best, H. & Hagenah, J. (2006). Vom persönlichen zum telefonischen Interview: Probleme der Stichproben-Zusammensetzung und des Antwortverhaltens: In J. Hagenah & H. Meulemann (Hrsg.). *Sozialer Wandel und Mediennutzung in der Bundesrepublik Deutschland*. (S. 35 – 56). LIT Verlag: Münster.

Hagenah, J. (2007). Zeiträuber Fernsehen: Mittlerweile wird über ein Drittel der Freizeit mit dem Fernsehgerät verbracht. In: J. Hagenah & H. Meulemann (Hrsg.). *Medientrends und sozialer Wandel. MLFZ-Reihe mit aktuellen und historischen Medientrends*, Ausgabe 1/2007, [www.mlfz.uni-koeln.de](http://www.mlfz.uni-koeln.de) [erstellt am 02.12.2007].

## Kontaktadresse:

Dr. Jörg Hagenah  
Geschäftsführer  
Universität zu Köln  
Medienwissenschaftliches Lehr- und Forschungszentrum  
der Wirtschafts- und Sozialwissenschaftlichen Fakultät  
Greinstr. 2  
D-50939 Köln  
Fon: +49(0)221 470-6163  
Fax: +49(0)221 470-5169  
E-Mail: [mlfz@wiso.uni-koeln.de](mailto:mlfz@wiso.uni-koeln.de)  
<http://www.mlfz.uni-koeln.de/>