



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.

4/2008 (erstellt am 29.01.2008):

Sender-Boom und Zuschauer-Knappheit: Trotz steigender Sehdauer sinken durch die steigende Senderanzahl die Zuschaueranteile pro Sender

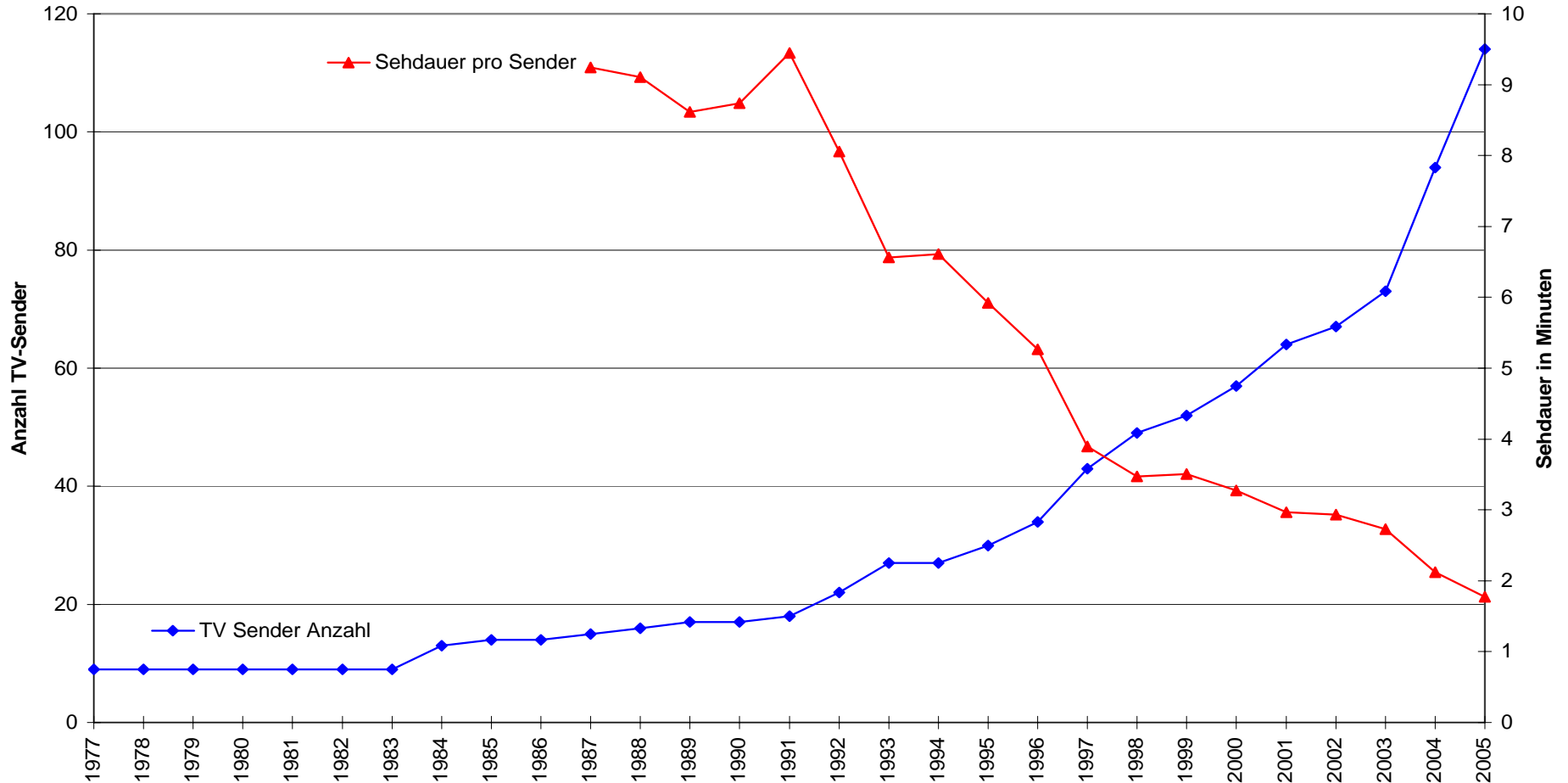
Während sich die Anzahl an TV-Sendern von 1977 bis 2005 verzwölffacht hat, ist die Sehdauer pro Sender auf ein Viertel gesunken.

Von Jörg Hagenah

Wie dem Trendchart (www.mlfz.uni-koeln.de/) zu entnehmen ist, ist die Anzahl an ausgestrahlten Fernsehern von 9 im Jahr 1977 auf 114 im Jahr 2005 gestiegen (siehe Tabelle), somit hat sich das TV-Angebot mehr als verzwölffacht. In der Folge ist die Gesamtsehdauer am Tag von 139 Minuten im Jahr 1987 auf 202 Minuten im Jahr 2005 deutlich gestiegen (siehe Tabelle; ausführlicher bei Hagenah 2007: Ausgabe 1/2007). Ein Blick auf die Sehdauer pro Sender zeigt jedoch: Der TV-Hunger der Konsumenten ist weit weniger gewachsen als der TV-Kuchen. Während 1987 noch durchschnittlich 9 Minuten am Tag für jeden Sender übrig blieben, sind es 2005 nicht mal 2 Minuten. Aber auch diese Analyse verschleiert – aus der Sicht des Zuschauers - die Entwicklung, da sich die Zuschauer nach Gerhard und Klingler (2007: 300) in der Regel auf ihr so genanntes „Relevant Set an TV-Programmen“ konzentrieren und ihre TV-Zeit laut AGF/GfK-Daten auf in der Regel maximal zehn bis zwölf Programme verteilen. Man kann also davon ausgehen, dass diese Anteile größtenteils zugunsten der großen öffentlich-rechtlichen und privaten Sender wie ARD, ZDF und ARD3, bzw. RTL, Sat.1 und Pro7, etc. aufgewendet werden. Somit lässt sich schlussfolgern, dass ca. 100 Programme von den meisten Zuschauern so gut wie gar nicht gesehen werden und die Signale – aus ihrer Sicht - selig im Nirvana entschwinden.

Schlagworte: Fernsehen, Mediennutzungshäufigkeit, öffentlich-rechtliche Sender, private Sender, Sehdauer

Trendchart: Anzahl Fernsehsender und Sehdauer pro Sender in Minuten



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

Die Variable „TV Sender Anzahl“ (GöfaK Medienforschung, 2007) setzt sich zusammen aus bundesweit verbreiteten privaten Voll-, Sparten-, Dritt-, Teleshopping- und Pay TV-Programmen und enthält eine Kategorie „sonstiges privates Programmangebot“. Außerdem enthalten sind bundesweit verbreitete öffentlich-rechtliche Voll- und Spartenprogramme sowie transnational und landesweit verbreitete öffentlich-rechtliche Programme. Nicht enthalten sind landesweit oder lokal verbreitete private Programm(fenster), Bürgerfernsehen sowie im Ausland verbreitete öffentlich-rechtliche Programme. Die Variable gibt lediglich die kumulierte Zahl der Neustarts an, Programmeinstellungen sind nicht erfasst.

Die abgefragte Sehdauer pro Tag in Minuten bezieht sich auf die Zeit zwischen 05.00 und 24.00 Uhr.

Tabelle: Anzahl TV-Sender pro Jahr, Sehdauer pro Sender und Sehdauer in Minuten

| Jahr | TV-Anzahl gesamt | Sehdauer pro Sender | Sehdauer gesamt |
|-------------|-------------------------|----------------------------|------------------------|
| 1977 | 9 | | |
| 1978 | 9 | | |
| 1979 | 9 | | |
| 1980 | 9 | | |
| 1981 | 9 | | |
| 1982 | 9 | | |
| 1983 | 9 | | |
| 1984 | 13 | | |
| 1985 | 14 | | |
| 1986 | 14 | | |
| 1987 | 15 | 9,24 | 138,62 |
| 1988 | 16 | 9,1 | 145,68 |
| 1989 | 17 | 8,62 | 146,46 |
| 1990 | 17 | 8,74 | 148,52 |
| 1991 | 18 | 9,45 | 170,04 |
| 1992 | 22 | 8,05 | 177,18 |
| 1993 | 27 | 6,56 | 177,17 |
| 1994 | 27 | 6,61 | 178,43 |
| 1995 | 30 | 5,92 | 177,66 |
| 1996 | 34 | 5,27 | 179,02 |
| 1997 | 43 | 3,9 | 167,55 |
| 1998 | 49 | 3,47 | 170,00 |
| 1999 | 52 | 3,5 | 182,22 |
| 2000 | 57 | 3,28 | 186,72 |
| 2001 | 64 | 2,97 | 189,87 |
| 2002 | 67 | 2,93 | 196,44 |
| 2003 | 73 | 2,73 | 199,09 |
| 2004 | 94 | 2,12 | 199,68 |
| 2005 | 114 | 1,77 | 202,31 |

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

Die Variable „TV Sender Anzahl“ (GöfaK Medienforschung, 2007) setzt sich zusammen aus bundesweit verbreiteten privaten Voll-, Sparten-, Dritt-, Teleshopping- und Pay TV-Programmen und enthält eine Kategorie „sonstiges privates Programmangebot“. Außerdem enthalten sind bundesweit verbreitete öffentlich-rechtliche Voll- und Spartenprogramme sowie transnational und landesweit verbreitete öffentlich-rechtliche Programme. Nicht enthalten sind landesweit oder lokal verbreitete private Programm(fenster), Bürgerfernsehen sowie im Ausland verbreitete öffentlich-rechtliche Programme. Die Variable gibt lediglich die kumulierte Zahl der Neustarts an, Programmeinstellungen sind nicht erfasst.

Die abgefragte Sehdauer pro Tag in Minuten bezieht sich auf die Zeit zwischen 05.00 und 24.00 Uhr.

Literatur

Gerhard, M. & Klingler, W. (2007). Mediennutzung in der Zukunft. *Media Perspektiven*, 6, 295-309.

GöfaK Medienforschung (2007). Sendebeginn von Fernsehprogrammen in Deutschland (1954 bis 30. April 2007). Internetquelle: http://www.alm.de/fileadmin/forschungsprojekte/GSPWM/Tabellen_Sendestarts_2.6.07.pdf (letzter Abruf: 14.01.08)

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 [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

<http://www.mlfz.uni-koeln.de/>