

## Programmvielfalt

### Marktanteile ausgewählter Fernsehprogramme

In den letzten Jahrzehnten, insbesondere Ende der 1980er- und Anfang der 1990er- Jahre, nahm die Anzahl der verfügbaren Fernsehprogramme erheblich zu. Im Jahr 2009 konnten die Fernsehzuschauer in Deutschland durchschnittlich 73 Programme empfangen (vgl. Zubayr u. Gerhard 2010). Die Nutzung verteilt sich aber sehr unterschiedlich. In den letzten Jahren schalteten die Zuschauer vor allem fünf Programme ein: zum einen die öffentlich-rechtlichen Anbieter Das Erste und ZDF, andererseits die Privatsender RTL, Sat.1 und ProSieben. Insgesamt hatten diese Programme 2009 einen Marktanteil von über 50 %. Mit anderen Worten heißt das: Mehr als die Hälfte der Zeit, die die Zuschauer ab einem Alter von drei Jahren fernsehen, schauen sie sich die Angebote von Das Erste, ZDF, RTL, Sat.1 und ProSieben an. Auffällig sind allerdings Unterschiede, die sich hinsichtlich der Sendervorlieben von Jung und Alt sowie den neuen und alten Bundesländern zeigen.

Marktanteile – Anteil am TV-Konsum von Zuschauern ab 3 Jahren, Mo. bis So., 3.00 bis 3.00 Uhr, Jahr 2009 (Angaben in Prozent)						
Fernsehprogramme	3- bis 13-Jährige	14- bis 49-Jährige	ab 50-Jährige	Deutschland West	Deutschland Ost	Deutschland gesamt
Das Erste	4,1	6,6	18,2	13,0	11,4	12,7
ZDF	3,5	6,3	18,1	13,0	10,7	12,5
RTL	9,1	16,9	9,3	12,2	13,5	12,5
Sat.1	5,9	10,8	10,4	10,2	10,9	10,4
ProSieben	9,2	11,9	2,2	6,6	6,4	6,6
RTL II	4,3	6,2	2,1	3,8	4,4	3,9
VOX	3,2	7,5	3,9	5,5	5,1	5,4
kabel eins	2,5	6,1	2,2	3,8	4,2	3,9
SuperRTL	21,3	2,7	0,8	2,5	2,2	2,5
KiKA	15,5	2,0	0,5	2,1	1,9	2,1
3sat	*	0,8	1,4	1,1	1,1	1,1
Arte	*	0,6	0,8	0,7	0,8	0,7
n-tv	*	1,0	0,8	0,9	0,7	0,9
N24	*	1,3	0,8	1,0	0,9	1,0
Phoenix	*	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0
DSF	*	0,9	0,9	0,9	0,8	0,9
Eurosport	*	0,7	1,0	0,9	0,9	0,9
Dritte gesamt	2,4	6,5	19,9	15,7	12,9	13,5
Sonstige	*	10,7	5,8	7,9	7,4	7,5

Datenbasis: AGF/GfK, TV Scope, Fernsehpanel (D+EU) (vgl. Feierabend / Klingler 2010 und Zubayr / Gerhard 2010)

### Quellen

Feierabend, Sabine / Klingler, Walter 2010: Was Kinder sehen. Eine Analyse der Fernsehnutzung Drei- bis 13-Jähriger 2009. In: Media Perspektiven, Heft 4/2010, S. 182-194. Download unter:

[http://www.media-perspektiven.de/uploads/tx\\_mppublications/04-2010\\_Feierabend.pdf](http://www.media-perspektiven.de/uploads/tx_mppublications/04-2010_Feierabend.pdf)

Zubayr, Camille / Gerhard, Heinz 2010: Tendenzen im Zuschauerverhalten.

Fernsehgewohnheiten und Fernsehreichweiten im Jahr 2009. In: Media Perspektiven, Heft 3/2010, S. 106-118. Download unter:

[http://www.media-perspektiven.de/uploads/tx\\_mppublications/03-2010\\_Zubayr\\_01.pdf](http://www.media-perspektiven.de/uploads/tx_mppublications/03-2010_Zubayr_01.pdf)