

Unterhaltungsangebote im Fernsehen

Programmstrukturen der Fernsehsender

In den letzten Jahrzehnten, insbesondere Ende der 1980er und Anfang der 1990er Jahre, nahm die Anzahl der verfügbaren Fernsehprogramme und -sender erheblich zu. Die Nutzung verteilt sich aber nicht gleichmäßig – in den letzten Jahren schalteten die Zuschauer vor allem fünf Sender ein, wenn sie fern sahen: Zum einen die öffentlich-rechtlichen Anbieter Das Erste und ZDF, zum anderen die Privatsender RTL, Sat.1 und ProSieben. Zusammengenommen haben diese Programme in den letzten Jahren i. d. R. einen Marktanteil von über 50 % erreicht; rechnet man die Dritten Programme noch hinzu, dann sind es sogar deutlich über 60 %. Mit anderen Worten heißt das: Mehr als Hälfte der Zeit, die die Zuschauer ab einem Alter von drei Jahren fern sehen, schauen sie sich Angebote von Das Erste, ZDF, RTL, Sat.1 und ProSieben an.

Die Zusammensetzung der Programme dieser Sender wird regelmäßig untersucht. Die Ergebnisse werden von der Fachzeitschrift „Media Perspektiven“ veröffentlicht, online unter <http://www.ard-werbung.de/nc/media-perspektiven/publikationen/fachzeitschrift/alle-ausgaben/>.

Beiträge zum Thema sind z. B.:

Udo Michael Krüger 2016: Programmanalyse 2015 (Teil 1): Profile deutscher Fernsehprogramme – Tendenzen der Angebotsentwicklung. Download unter:

<http://www.ard-werbung.de/media-perspektiven/publikationen/fachzeitschrift/2016/artikel/programmanalyse-2015-teil-1/>

Udo Michael Krüger 2016: Funktionsteilung im dualen System: Sendungsformen, Themen und Akteure im Nonfictionangebot von ARD, ZDF, RTL und Sat.1. Programmanalyse 2015 –

Teil 2. Download unter: <http://www.ard-werbung.de/media-perspektiven/publikationen/fachzeitschrift/2016/artikel/funktionsteilung-im-dualen-system-sendungsformen-themen-und-akteure-im-nonfictionangebot-von-ard/>

Camille Zubayr/Heinz Gerhard 2016: Tendenzen im Zuschauerverhalten. Fernsehgewohnheiten und Fernsehreichweiten im Jahr 2015. Download unter: <http://www.ard-werbung.de/media-perspektiven/publikationen/fachzeitschrift/2016/artikel/tendenzen-im-zuschauerverhalten-19/>

Udo Michael Krüger 2015: Profile deutscher Fernsehprogramme - Tendenzen der Angebotsentwicklung. Programmanalyse 2014 – Teil 1: Sparten und Formen. Download

unter: <http://www.ard-werbung.de/media-perspektiven/publikationen/fachzeitschrift/2015/artikel/profile-deutscher-fernsehprogramme-tendenzen-der-angebotsentwicklung-3/>

Udo Michael Krüger 2015: Sendungsformen, Themen und Akteure im Nonfictionangebot von ARD, ZDF, RTL und Sat.1. Programmanalyse 2014 – Teil 2. Download unter:

<http://www.ard-werbung.de/media-perspektiven/publikationen/fachzeitschrift/2015/artikel/sendungsformen-themen-und-akteure-im-nonfictionangebot-von-ard-zdf-rtl-und-sat1-4/>

Camille Zubayr/Heinz Gerhard 2015: Tendenzen im Zuschauerverhalten. Fernsehgewohnheiten und Fernsehreichweiten im Jahr 2014. Download unter: <http://www.ard-werbung.de/media-perspektiven/publikationen/fachzeitschrift/2015/artikel/tendenzen-im-zuschauerverhalten-18/>