

Zeitschrift: Medienwissenschaft Schweiz = Science des mass média Suisse
Band: - (1998)
Heft: 1-2

Artikel: Medienangebot - Mediennutzung : nationale Perspektiven :
Fernsehverhalten
Autor: Jedele, Markus
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-790828>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 10.11.2024

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Medienangebot – Mediennutzung Nationale Perspektiven: Fernsehverhalten

Das Fernsehen hat in den letzten 20 Jahren auch in der Schweiz einen hohen Stellenwert als Informations- und Unterhaltungsmedium im Leben fast der gesamten Bevölkerung erlangt: 95 % der Schweizerinnen und Schweizer hatten 1998 nach eigenen Angaben Zugang zu einem TV-Gerät, täglich sitzen fast drei Viertel von ihnen vor dem Schirm.

Die gerade in der jüngeren Vergangenheit immer schneller verlaufenden Entwicklungen im Medienbereich haben im Hinblick auf das Fernsehen (mit der Gesamtmediensituation beschäftigt sich der Artikel von M. Dähler) zu einigen, z.T. sich widersprechenden Hypothesen geführt:

- Die starke Vermehrung der verfügbaren Kanäle und die damit, zumindest theoretisch, einhergehende höhere Verfügbarkeit und Ausdifferenzierung der vom Publikum nachgefragten Inhalte zieht eine deutliche Ausdehnung des TV-Konsums nach sich, d.h. mehr Angebot generiert auch entsprechend mehr Nachfrage.
- Ergänzende (Video, Teletext) und konkurrenzierende (Internet) neue Medien führen durch ihre hohe Verbreitung zu einem Rückgang der „klassischen“, weitgehend passiven Fernsehnutzung.
- Das grössere und durch die zunehmende Zahl von Voll- wie Spartenprogrammen immer differenziertere Programmangebot führt zu einer fortschreitenden Segmentierung des Publikums, das sich immer mehr aufsplittet und seine Nutzung auf immer mehr Sender verteilt.

Die elektronische Messung der TV-Nutzung durch das Telecontrol-System der SRG SSR idée suisse ermöglicht seit 1985 einen detaillierten Blick auf den Umgang mit diesem wichtigen Medium. Das SRG SSR Telecontrol-Panel umfasste 1998 insgesamt 1'650 Haushalte. Es lieferte damit täglich Informationen über das TV-Verhalten von 3'971 Personen in der deutschen (2'104), französischen (1'289) und italienischen (578) Schweiz.

Das Telecontrol-System produziert also seit 14 Jahren kontinuierlich Daten, die vor allem den quantitativen Aspekt der Fernsehnutzung abdecken. Im folgenden soll deshalb versucht werden, aus dieser verhaltensorientierten Perspektive Erkenntnisse im Hinblick auf die oben zusammengefassten Hypothesen zu formulieren.

Sender/Programmangebot

In der Schweiz erhält, nicht zuletzt wegen der topographischen Gegebenheiten im Alpen- und Vor-

alpenraum, „traditionell“ ein grosser Teil der Haushalte seine TV- und Radioprogramme über ein Kabelnetz. Heute verfügen vier von fünf Haushalten über solch einen Anschluss, bereits vor zehn Jahren waren es fast drei Viertel. Diese hohe Abdeckung begünstigt einerseits die relativ schnelle Verteilung neuer, nicht über die beschränkten terrestrischen Frequenzen ausgestrahlter Programmangebote an grosse Publika, andererseits hemmt sie die Verbreitung von individuellen Satellitenempfangsanlagen (derzeit in etwa jedem zehnten Haushalt vorhanden).

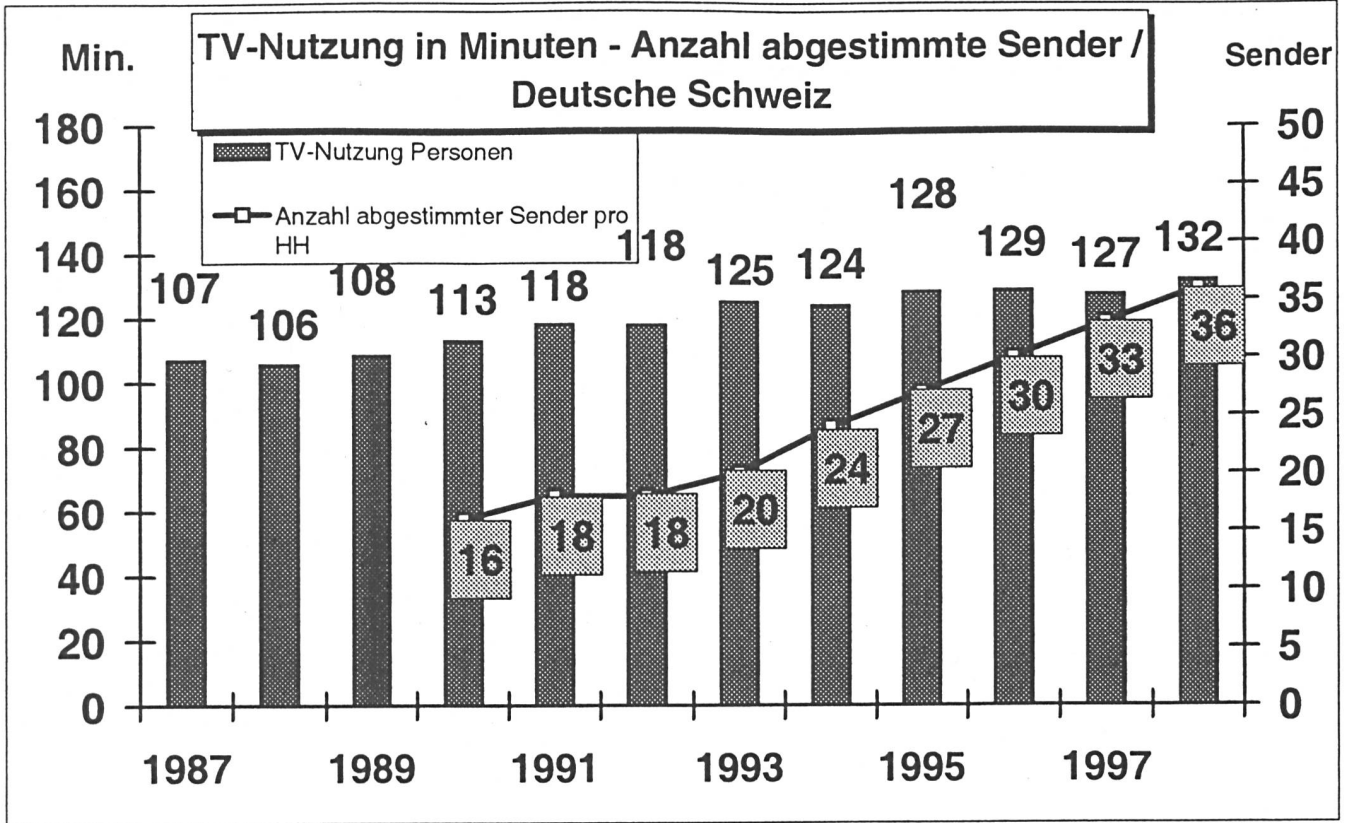
Gerade die letzten Jahre brachten im Hinblick auf das verfügbare Angebot eine deutliche Vermehrung der zur Auswahl stehenden Sender: Seit 1991 hat sich in allen drei Landesteilen die Anzahl der im Mittel auf den TV-Geräten abgestimmten Sender verdoppelt: In der deutschen Schweiz von 18 auf 36 Programme, in der Suisse romande von 14 auf 28 und in der Svizzera italiana von 15 auf 30.

Diese Entwicklung ist zum einen auf die Etablierung dualer TV-Märkte in den jeweils angrenzenden, gleichsprachigen Nachbarländern in den 80er und 90er Jahren zurückzuführen. Andererseits schaffte die Entwicklung der Technologie der (Direkt-) Satelliten die nötigen Verbreitungsmittel, die die entsprechenden Programme auch weit über die jeweiligen nationalen Grenzen hinaus empfangbar machten (Graphik 1: TV Nutzung in Minuten – Abgestimmte Sender/Deutsche Schweiz).

TV-Nutzung

Während dem Publikum nun also im Durchschnitt zweimal so viele Sender zur Verfügung stehen, hat sich die TV-Nutzung pro Kopf seit 1991 in der deutschen und der französischen Schweiz nur um 12 % gesteigert, in der italienischen Schweiz immerhin um 20 %. Mit einem täglichen Fernsehkonsum von 132 Minuten bilden die Deutschschweizerinnen und Deutschschweizer in Bezug auf die Nutzungsdauer auch 1998 wieder das europäische Schlusslicht, das Publikum der Suisse romande (154 Min.) und der Svizzera italiana (164 Min.) rangiert im europäischen Vergleich weiterhin noch im unteren Drittel. 1991 fiel in der deutschen Schweiz theoretisch (bei einer

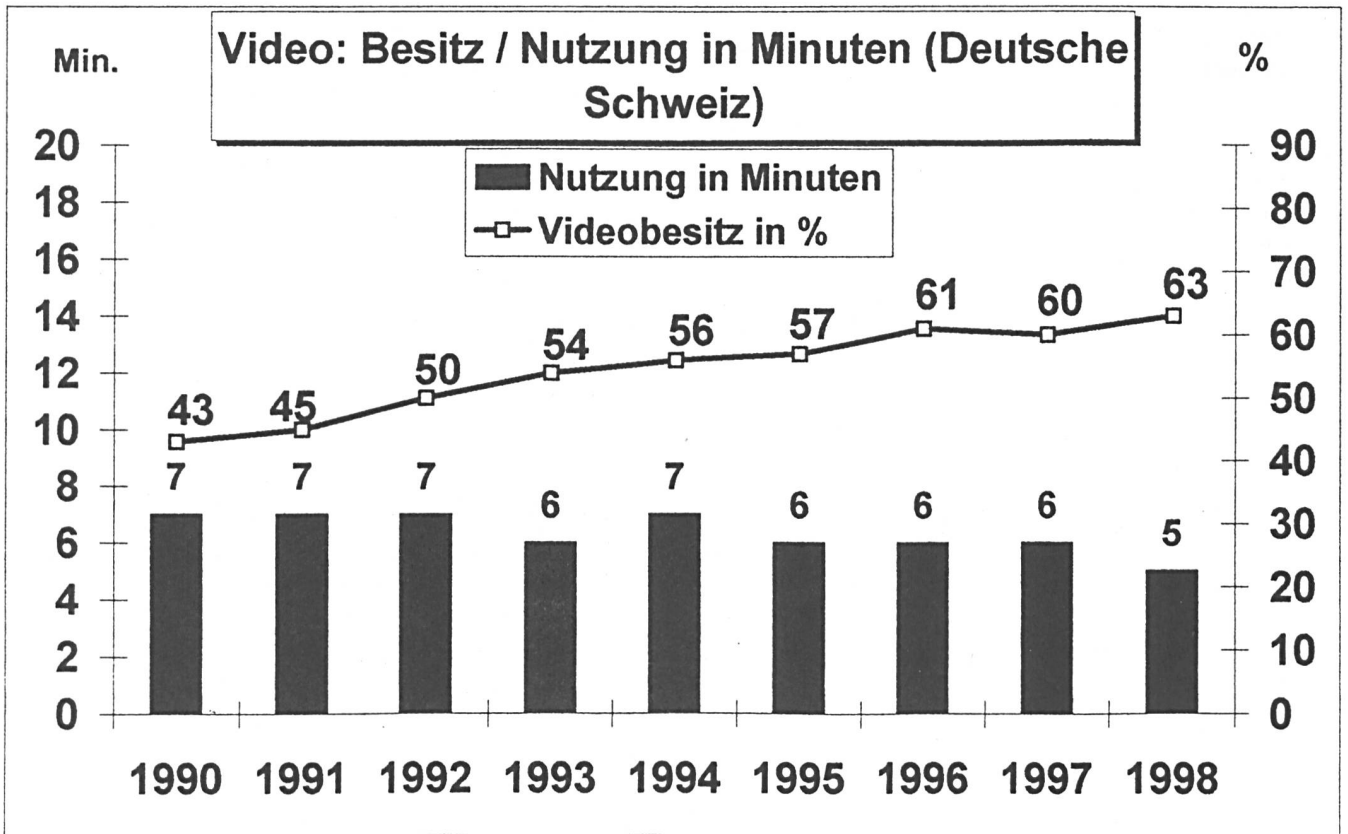
Graphik 1: TV-Nutzung in Minuten – Anzahl abgestimmte Sender/Deutsche Schweiz



SRG SSR Telecontrol

Grundgesamtheit: Personen ab 3 Jahren in TV-Haushalten

Graphik 2: Video: Besitz/Nutzung in Minuten (Deutsche Schweiz)



angenommenen gleich langen Zuwendung zu allen verfügbaren Programmen) noch auf jeden abgestimmten Sender eine Nutzung von 6,6 Minuten, 1998 waren es noch 3,8 Minuten.

Bei der Tagesreichweite, also dem Anteil der Personen, die an einem Durchschnittstag mindestens kurz (30'') vom Fernsehen erreicht werden, hat sich seit 1991 ebenfalls eine leichte Ausdehnung ergeben: Die Tagesreichweite lag 1998 in der deutschen und französischen Schweiz je bei 73 %, im italienischsprachigen Landesteil bei 74 %. Somit ergibt sich seit 1991 eine Steigerung von 3 % (DS), 4 % (SR) bzw. 5 % (SI). (Graphik 2: Besitz und Nutzung Video/Deutsche Schweiz).

Die Nutzung von Teletext (2') und Videoabspielungen (7'-10') hat sich in den letzten Jahren auf relativ niedrigem Niveau eingependelt und verändert sich kaum. Das inzwischen immer weiter verbreitete Internet wird derzeit offensichtlich mehrheitlich im Büro und weniger zuhause genutzt. Es hat sich von daher noch nicht zu einem Konkurrenzfaktor für den häuslichen TV-Konsum entwickelt, der den Trend einer im internationalen Vergleich niedrigen, aber auch gerade deshalb weiterhin leicht zunehmenden Fernsehnutzung brechen könnte. (Graphik 3: Nutzungsort Internet).

Ein interessantes Detail: In allen drei Regionen wurde auch 1998 mit zunehmendem Alter deutlich mehr Zeit vor dem TV-Gerät verbracht. Während die 3- bis 14-jährigen im Mittel 82 (DS)/92 (SR)/82 (SI) Minuten pro Tag fernsahen, verfolgten die 65 und mehr Jahre alten Personen durchschnittlich während 206 (DS)/255 (SR)/247 (SI) Minuten die TV-Programme. In allen drei Landesteilen sassen zudem die Frauen etwas länger vor dem Bildschirm als die Männer.

Der Stellenwert, den das Fernsehen im Leben der Bevölkerung einnimmt, steigt also, zumindest was den Umfang der Nutzung anbelangt, seit längerem relativ stetig an. Das Tempo des Zuwachses hat allerdings, gerade in den letzten Jahren, bei weitem nicht mit der explosionsartigen Zunahme des Angebots Schritt gehalten.

Marktanteile

Die Betrachtung nach Marktanteilen, also die Verteilung der TV-Nutzung auf die einzelnen Sender, zeigt 1998 für alle drei Sprachregionen, zumindest was die Werte der SRG SSR Programme anbelangt, eine ähnliche Situation: über 24 Stunden entfällt jeweils ein gutes Drittel des TV-Konsums auf die SRG SSR Angebote, in der Prime-time (18h-23h) sind es sogar 42 % - 43 %.

Ebenfalls für alle drei Märkte lässt sich feststellen, dass die SRG SSR Kanäle nicht, wie in der deutschen und französischen Schweiz noch vor einigen Jahren, besonders von einem grossen Konkurrenten bedrängt werden.

Es ist vielmehr jeweils eine Gruppe „mittlerer“, kleinerer und kleinster Sender, mehrheitlich ausländischer Herkunft, die dem grossen nationalen Anbieter zu schaffen machen. Im Detail ergab sich 1998 folgende Aufteilung auf die einzelnen Anbieter:

24 Stunden

In der Deutschen Schweiz (DS) lag der 24-Stunden-Marktanteil von *SF DRS* (*SF1+SF2*) 1998 bei 33,8 %. Zwischen *SF1* und dem neu konzipierten *SF2* (seit 1.9.1997) kam es zu einer gewissen Umlagerung des Publikums: *SF1* erreichte einen Marktanteil von 26,3 % (1997: 27,5 %) und verzeichnete damit einen leichten Rückgang zugunsten von *SF2*, das mit 7,5 % (1997: 4,9 %) klar zulegen konnte. Insgesamt verzeichnete die *SRG SSR* (inkl. *TSR* und *TSI*) mit 34,6 % ein besseres Resultat als 1997.

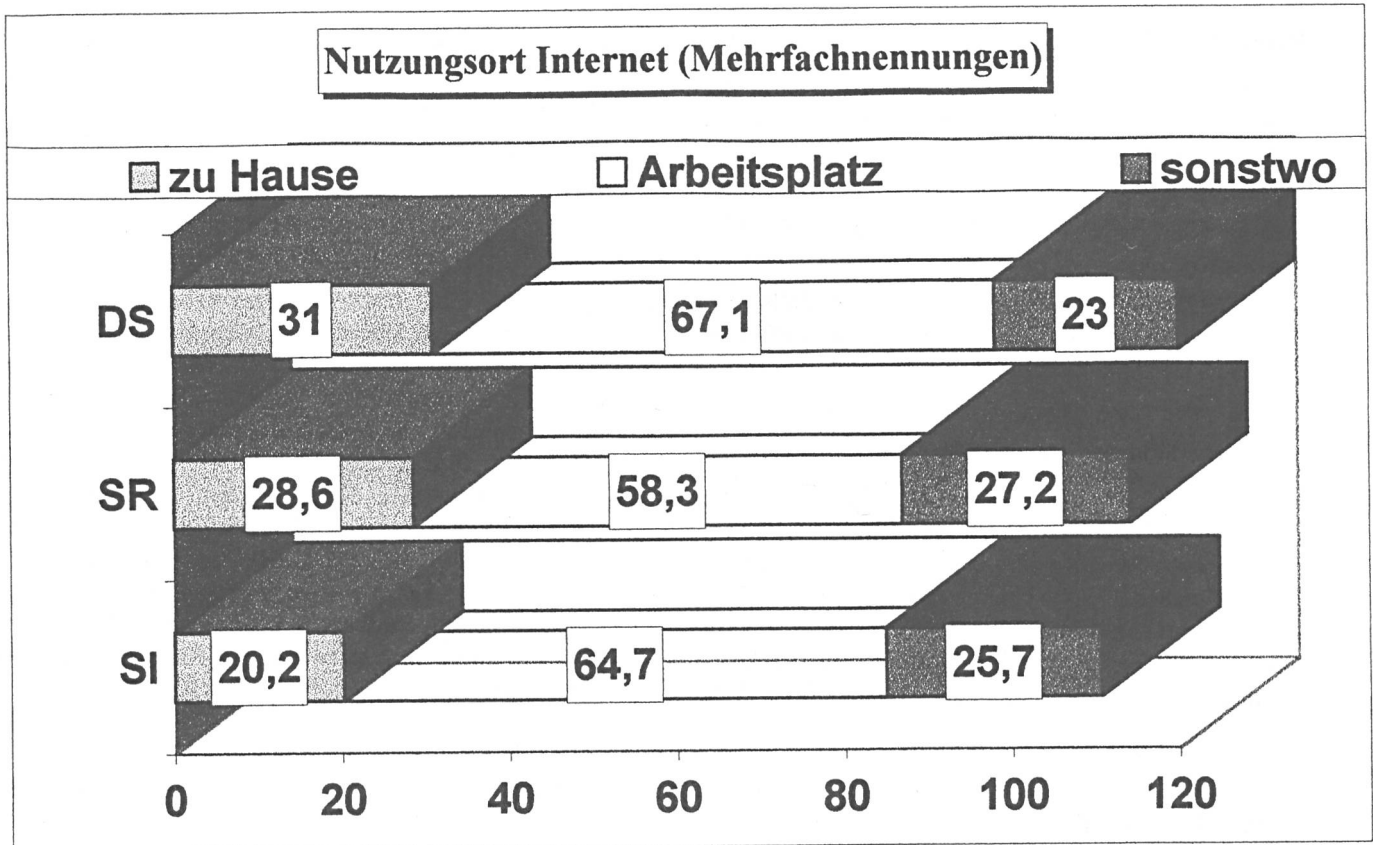
Bei den ausländischen Stationen erlitten alle grösseren Kanäle leichte Verluste, die bei den privaten deutlicher ausfielen als bei den öffentlich-rechtlichen (Ausnahme: *ORF1*). Damit bestätigte sich ein weiteres mal der Trend der letzten Jahre.

Die Schweizer Privatsender insgesamt (2,8 %) und besonders die „anderen“, kleineren Sender (15,0 %) konnten dagegen, wie schon in den Vorjahren, wieder zulegen. *Tele24*, seit Anfang Oktober 1998 als sprachregionaler privater Schweizer Anbieter in der DS auf Sendung, erreichte im vierten Quartal 1998 einen Marktanteil von 1,8 %.

In der Suisse romande (SR) verzeichnete 1998 die *TSR* (*TSR1+TSR2*) einen 24-Stunden-Marktanteil von 33,8 %. Insgesamt kamen die Sender der *SRG SSR* mit 36,4 % in der Suisse romande auf ein etwas besseres Resultat als in der DS und der SI. Bei den französischen Stationen zeigte sich 1998 für den Privatsender *TF1* mit einem Marktanteil von 15,4 % nach Jahren rückläufiger Tendenz seit längerem erstmals wieder ein stabilisiertes Ergebnis. *F2* (9,8 %), *F3* (6,5 %) und auch *M6* (7,8 %) und *TNT* (2,3 %) realisierten dagegen Verluste. *RTL9* (4,3 %) und besonders die „autres chaînes“ (16,2%) konnten zulegen. Der Marktanteil von *TV5* (1,3 %) war weitgehend stabil.

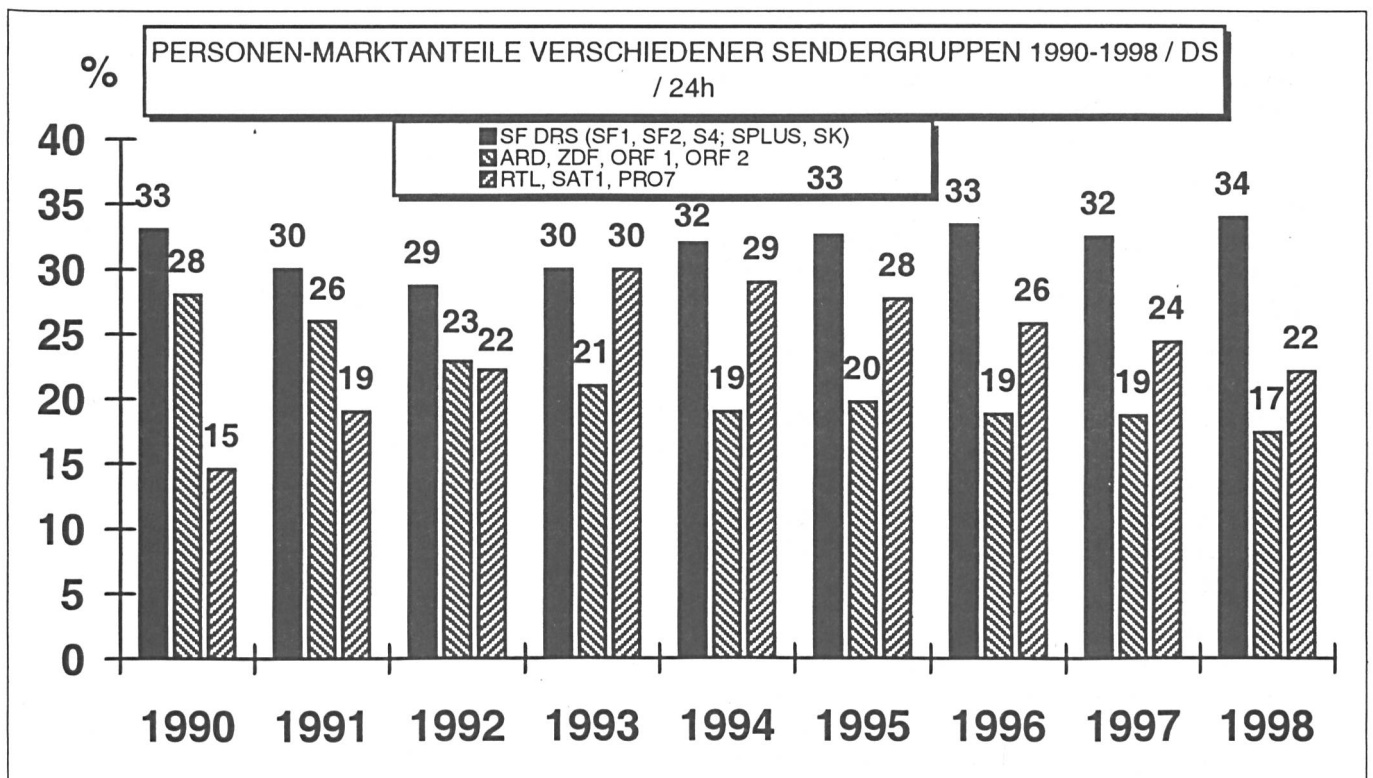
In der Svizzera italiana (SI) betrug der Marktanteil der *TSI* (*TSI 1+TSI 2*) 1998 31,9 %. Auch hier fand eine deutliche Verlagerung vom ersten Kanal (*TSI 1*: 26,4 %) auf den zweiten Kanal (*TSI 2*: 5,5 %) statt. Die Sender der *SRG SR* kamen zusammen auf 35,2 %. Bei den aus Italien einstrahlenden Konkurrenzsendern konnten *RAI1* (9,9 %), *RAI2* (9,2 %), *RAI3* (5,7 %) und der Privatsender *Italia1* (8,8 %) Marktanteile gewinnen. Verluste verbuchten die Privaten *Canale5* (12,3 %) und *Rete4* (6,2 %). *TMC* (2,1 %) und die „altre“ (10,6 %) blieben stabil.

Graphik 3: Nutzungsort Internet



Grundgesamtheit: Weitester NutzerInnenkreis Internet

Graphik 4: Personen-Marktanteile verschiedener Sendergruppen 1990-1998/DS/24h



Prime-time (18h-23h)

SF DRS verzeichnete auch 1998 mit 42,5 % in der Prime-time einen klar höheren Marktanteil als über 24 Stunden. Hier fand ebenfalls eine Umlagerung des Publikums von SF1 (34,9 %) auf SF2 (7,6 %) statt. Alle Sender der SRG SSR kamen zusammen auf 43,2 %.

Die TSR (TSR1+TSR2) lag mit 39,1% ebenfalls über dem Wert des ganzen Tages, alle Sender der SRG SSR erreichten zusammen 42,1 %.

Die TSI (TSI 1+TSI 2) kam auf 38,2 %, TSI 1 (32,7 %) gab dabei Marktanteile zugunsten von TSI 2 (5,5 %) ab. Alle Sender der SRG SSR erzielten zusammen 41,6 %.

Die Resultate bestätigen auch 1998, dass die SRG SSR besonders am Abend – also in der Zeit, auf die ca. 60 % der täglichen TV-Nutzung entfallen – mit ihren Programmen trotz zunehmender Konkurrenz nach wie vor einen grossen Teil des Publikums an sich binden kann. (Graphik 4: Personen-Marktanteile verschiedener Sendergruppen 1990-1998/Deutsche Schweiz).

Segmentierung (Beispiel: Deutsche Schweiz)

Betrachtet man die Entwicklung über einen längeren Zeitraum hinweg, so stellt sich die Frage nach dem Einfluss des so deutlich vergrösserten Angebots an Sendern auf die Entwicklung der Marktanteile. 1988 verteilten sich in der deutschen Schweiz (24h) noch 84 % des Markts auf die SRG SSR Sender (43 %) sowie die öffentlich-rechtlichen ARD, ZDF, ORF1 und ORF2 (41 %). Mit dem Eintritt der kommerziellen deutschen Privatstationen in den Schweizer Markt Ende der 80er bzw. Anfang der 90er Jahre kam es zu einer drastischen Umschichtung: 1990 vereinigten die „klassischen“ Service public Sender noch zwei Drittel des Markts auf sich, seit 1992 ist es jeweils noch gut die Hälfte.

Der SRG SSR ist es dabei, nicht zuletzt durch den Aufbau eines zweiten Kanals, gelungen, ihre Position ab 1994 stabil zu halten (24h: ca. 34 %, 18h-23h: 42 % - 43 %). Sie musste allerdings zwischen 1988 (24h. 43 %) und 1992 (24h: 31 %) ebenfalls deutlich Marktanteile abgeben. ARD, ZDF, ORF1 und ORF2 registrierten zusammen 1988 41 %, 1990 28 %, 1994 19 % und 1998 17 % Marktanteil (jeweils 24h).

Der Dreierblock der „klassischen“ Privatsender SAT1, RTL und PRO7 kann 1993 30% (24h) bzw. 26 % (18h-23h) des Markts auf sich vereinigen, 1998 sind es nur noch 22 % bzw. 19 %. Die privaten Pioniere müssen also auch in der zweiten Hälfte der 90er Jahre stetig Anteile an die immer grösser werdende Zahl kleinerer (RTL2, Kabel1, Super RTL, Tele 24) und kleinster privater Sender abgeben, während – wie gesehen – die SRG SSR und weitgehend auch die grossen ausländischen öffentlich rechtlichen Sender ihre

Position in den letzten fünf Jahren auf einem, im Vergleich zu den 80er Jahren deutlich reduzierten Niveau stabilisieren konnten.

Einen interessanten Aspekt stellt auch in diesem Zusammenhang das Verhalten der Kinder (3-14 Jahre) dar: 1995 deckten sie in der deutschen Schweiz mit 8 Sendern 80 % ihres TV-Konsums ab. 1998 verteilten sich die vier Fünftel der TV-Nutzung bereits auf 14 Sender.

Eine klare Segmentierung hat also Ende der 80er bzw. Anfang der 90er Jahre durch das Auftauchen der privaten kommerziellen Sender aus Deutschland in den Schweizer Kabelnetzen stattgefunden. Deckten 1988 noch fünf Sender vier Fünftel der TV-Nutzung ab, so verteilte sich diese Nutzung 1993 bereits auf 9 Sender, 1998 sogar auf 12 Sender. (Allerdings betrug diese Nutzung 1998 132 Minuten pro Kopf, 1988 waren es erst 105 Minuten.). Einem mehr als doppelt so grossen Angebot an Sendern seit 1988 steht nur eine Zunahme von 25 % bei der Nutzung gegenüber, wobei sich diese auf deutlich mehr Kanäle verteilt.

Markus Jedele, SRG Forschungsdienst, Leiter Fernsehforschung, Postfach, 3000 Bern 15, e-mail: markus.jedele@srg-ssr-idee-suisse.ch