

2 Fernsehen

Im Jahr 2009 (Stand 1. Januar) gab es in Deutschland 35,3 Millionen angemeldete Fernsehhaushalte. Damit gehört der deutsche Fernsehmarkt zu den lukrativsten der Welt. Seit Einführung des Privatfernsehens 1984 gibt es eine Vielzahl von Fernsehsendern, bis dahin musste man sich in Deutschland mit zwei bundesweiten Sendern (ARD, ZDF) sowie je einem landesweiten Programm pro Bundesland begnügen.

2.1 Fernsehsender in Deutschland

▶ Öffentlich-rechtliches Fernsehangebot

16 deutsche Vollprogramme¹, 43 Spartenprogramme²

(enthalten sind auch Programme, die aus dem Ausland einstrahlen, und fremdsprachige Programme)

▶ Bundesweite private Fernsehsender

21 Privatsender

▶ Sonstige Sender

landesweite private Fensterprogramme

Pay-TV-Sender

offene Kanäle, Bürgerfunk

private Ballungsraum-Sender

private lokale TV-Programme

¹ enthalten eine breite Vielfalt an Themen

² konzentrieren sich auf spezielle Themen und Formen

Quelle: ALM (Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten in der Bundesrepublik Deutschland), www.alm.de (ALM Jahrbuch 2008)

2.2 Technik

Der technische Übertragungsweg bediente sich lange Zeit der Funkwellen (Rundfunk), die über die Luft (terrestrisch) gesendet, über eine Antenne empfangen und vom TV-Gerät in Bild und Ton umgesetzt wurden. Erst durch technische Neuerungen wurde eine Vervielfachung der Sender und damit die Einführung des Privatfernsehens möglich. Heute stellt sich die technische Verbreitung der Fernsehangebote folgendermaßen dar:

▶ Terrestrisch

Den Empfang über die Antenne nutzen nur noch rund 11,3 Prozent der Fernsehhaushalte in Deutschland.

Die Bedeutung der TV-Versorgung über die Antenne nimmt immer mehr ab und spielt lediglich in Großstädten und beim mobilen Empfang noch eine Rolle. Seit 2004 ist jedoch auch über die gute alte Antenne digitales terrestrisches Fernsehen, kurz DVB-T (Digital Video Broadcasting Terrestrial), möglich.

▶ Kabel

Über das Kabelnetz sehen rund 52,8 Prozent der Haushalte fern.

▶ Satellit

Den Empfang über eine Satellitenschüssel wählen 42,1 Prozent der Haushalte in Deutschland.

▶ Digitales Fernsehen

Da das analoge Kabelnetz in seiner Kapazität begrenzt ist, wird in Zukunft die digitale Übertragungstechnik weiter an Gewicht gewinnen. Kabel Deutschland bietet derzeit 47 digitale Fernsehsender an. ARD Digital und ZDF Vision haben 24 digitale TV-Programme im Kabelnetz. Mit der Einführung von DVB-T ist Bewegung in die deutsche Fernsehlandschaft gekommen. Im Gegensatz zum Kabelfernsehen ist nämlich DVB-T, abgesehen von den GEZ-Gebühren, bisher kostenfrei. Die Marktanteile des digitalen Fernse-

hens sind seit seiner Markteinführung 2001 kontinuierlich gestiegen. Lag die Verbreitung des digitalen Fernsehens im Jahr 2005 bei 25,7 Prozent, hatten 2009 bereits 32,8 Prozent aller Haushalte DVB-T. Rund 17,42 Millionen TV-Haushalte haben neben dem analogen auch Zugang zu digitalem Fernsehen.

► DSL

Bessere Kompressionsverfahren und schnellerer Datentransfer ermöglichen die digitale Übertragung der TV-Daten über den DSL-Anschluss. Die Anzahl der zu empfangenden Kanäle ist dabei abhängig vom Anbieter. Im Gegensatz zu den klassischen Übertragungskanälen (Satellit, Kabel, Antenne) bietet der DSL-Anschluss die Möglichkeit eines Rückkanals. Fernsehen wird hierdurch interaktiv. Lediglich rund 1 Prozent der Haushalte in Deutschland besitzen als Übertragungsweg DSL.

Quelle: ALM (www.alm.de) Digitalisierungsbericht 2009, www.agf.de

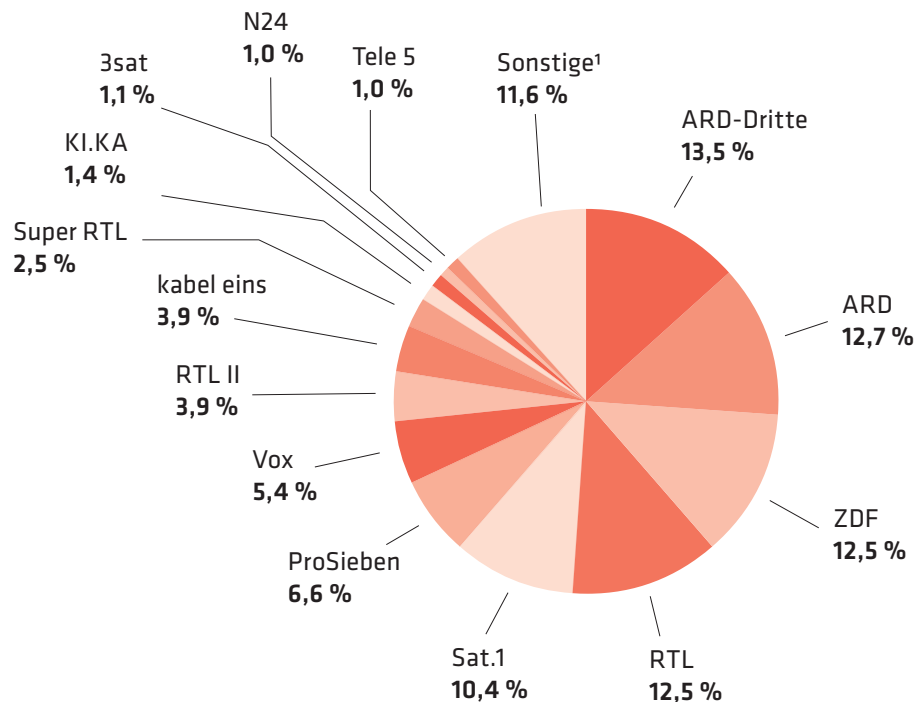
2.3 Reichweiten und Nutzungsverhalten

In Deutschland sehen 72,2 Millionen Menschen ab 3 Jahren regelmäßig fern. Der durchschnittliche Zuschauer tut dies 208 Minuten am Tag; Personen ab 50 Jahren liegen dabei genau in diesem Durchschnitt, jüngere Menschen zumeist knapp bis weit darunter. Gut 40 Prozent der Nutzung entfallen auf die öffentlich-rechtlichen Programme, 60 Prozent auf die privaten Fernsehsender (Stand: Januar 2010). Der Fernseher wird hauptsächlich zur Informationsgewinnung, für das Anschauen fiktiver Filme und Serien, ferner für die reine Unterhaltung und zur Verfolgung von sportlichen Ereignissen genutzt.

Quelle: AGF/GfK Fernsehforschung (AGF/GfK Fernsehpanel; in Deutschland wird die kontinuierliche quantitative Fernseherschwerforschung von der GfK Fernsehforschung, Nürnberg, durchgeführt; im Auftrag und unter Kontrolle der Arbeitsgemeinschaft Fernsehforschung, AGF, einem Zusammenschluss aller großen öffentlich-rechtlichen und privaten TV-Sender)

2.4 Marktanteile 2008

Angaben für 2008 in Prozent der Bevölkerung



Quelle: AGF/GfK Fernsehforschung: Fernsehpanel D + EU