

Institut für Rundfunkökonomie
an der Universität zu Köln

Damir Babic, Jörg Hagenah

Werden private Fernsehsender von der Bildungselite genutzt?
Ein Vergleich der Nutzungswahrscheinlichkeiten
der privaten Fernsehsender RTL, Sat.1 und ProSieben
in Abhängigkeit vom Bildungsabschluss

**Arbeitspapiere
des Instituts für Rundfunkökonomie
an der Universität zu Köln**

Heft 268

Köln, im Juli 2010

Arbeitspapiere des Instituts für Rundfunkökonomie

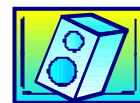
ISSN der Arbeitspapiere: 0945-8999

ISBN des vorliegenden Arbeitspapiers 268: 978-3-938933-74-9

Schutzgebühr 7,- €

Die Arbeitspapiere können im Internet eingesehen
und abgerufen werden unter der Adresse
<http://www.rundfunk-institut.uni-koeln.de>

Mitteilungen und Bestellungen richten Sie bitte per E-Mail an:
rundfunk-institut@uni-koeln.de
oder an die unten genannte Postanschrift



Institut für Rundfunkökonomie
an der Universität zu Köln

Hohenstaufenring 57a

50674 Köln

Telefon: +49 (221) 23 35 36

Telefax: +49 (221) 24 11 34

Damir Babic, Jörg Hagenah

Werden private Fernsehsender von der Bildungselite genutzt?
Ein Vergleich der Nutzungswahrscheinlichkeiten
der privaten Fernsehsender RTL, Sat.1 und ProSieben
in Abhängigkeit vom Bildungsabschluss

1. Einführung ins Thema.....	5
2. Nutzungswahrscheinlichkeiten und MA Intermedia	7
3. Analyse der Nutzungswahrscheinlichkeiten der privaten Fernsehsender RTL, Sat.1 und ProSieben	9
Literatur	18
Technische Angaben.....	19

Schlagnworte: MA-Intermedia, Nutzungswahrscheinlichkeiten, Datenfusion, Privatfernsehen, RTL, Sat.1, ProSieben, Bildung, Bildungselite, Unterschichtenfernsehen, Hauptsendezeit

Abbildungsverzeichnis

<u>Nr.</u>	<u>Titel</u>	<u>Seite</u>
1	Nutzungswahrscheinlichkeiten der Fernsehsender RTL, Sat.1 und ProSieben im Tagesablauf von 15:00 bis 24:00 Uhr	9
2	Nutzungswahrscheinlichkeiten des Senders RTL in Abhängigkeit der Bildungsgruppen.....	10
3	Nutzungswahrscheinlichkeiten des Senders Sat.1 in Abhängigkeit der Bildungsgruppen.....	12
4	Nutzungswahrscheinlichkeiten des Senders ProSieben in Abhängigkeit der Bildungsgruppen.....	13

Tabellenverzeichnis

<u>Nr.</u>	<u>Titel</u>	<u>Seite</u>
1	Nutzungswahrscheinlichkeiten der Fernsehsender RTL, Sat.1 und ProSieben von 15:00 bis 24:00 Uhr	14
2	Zuwachs der Nutzungswahrscheinlichkeiten zu Beginn der Hauptsendezeit (20:00 – 20:30 Uhr) im Vergleich zum Vorabendprogramm (19:30 – 20:00 Uhr)	15
3	Nutzungswahrscheinlichkeiten der Fernsehsender RTL, Sat.1 und ProSieben von 15:00 bis 24:00 Uhr in Abhängigkeit von der Bildung	16
4	Unterschiede zwischen den Nutzungswahrscheinlichkeiten der dominierenden Bildungsgruppe und der Bildungsgruppe „Studium“ ...	17

**Werden private Fernsehsender von der Bildungselite genutzt?
Ein Vergleich der Nutzungswahrscheinlichkeiten
der privaten Fernsehsender RTL, Sat.1 und ProSieben
in Abhängigkeit vom Bildungsabschluss ***

1. Einführung ins Thema

Der vorliegende Medientrend untersucht Ähnlichkeiten und Unterschiede bei den Nutzungswahrscheinlichkeiten der Fernsehsender RTL, Sat.1 und ProSieben für den Tageszeitraum von 20:00 bis 22:00 Uhr in Abhängigkeit von der Bildung. Damit wird die sogenannte Prime Time untersucht, die als Hauptsendezeit das Wesentliche der Senderimages widerspiegelt. Die Untersuchung beruht auf den Daten der MA-Intermedia aus dem Zeitraum von 1998 bis 2007.

Das Motiv des Beitrags besteht darin, die Theorie des Unterschichtenfernsehens aufzugreifen und auf einen Aspekt hinzuweisen, der bei der Debatte intensiver berücksichtigt werden sollte: Das Fernsehnutzungsverhalten der Bildungselite.

In der Theorie zum Unterschichtenfernsehen¹ wird davon ausgegangen, dass Menschen mit niedrigem Bildungsgrad, ein emotional unterhaltendes Programm bevorzugen, während sie ein intellektuell anspruchsvolles Fernsehen nur bedingt konsumieren. Gleichzeitig werden die privaten Sender als Unterhaltungsmedien klassifiziert, während die öffentlich-rechtlichen Sender stärker zu den Informationsmedien gezählt werden. In der Regel wird dann eine Zeitreihenuntersuchung vorgenommen, mit der gezeigt wird, ob sich die Nutzungsanteile der Sender in jeder Bildungsgruppe auseinander bewegen und ob sich die Anteile der Bildungsgruppen zwischen den Sendern unterscheiden.²

Im Unterschied zum üblichen Vorgehen werden in dieser Untersuchung drei Aspekte anders analysiert: Erstens, anstatt die Unterschiede zwischen privaten und öffentlich-rechtlichen Fernsehsendern zu untersuchen, liegt der Fokus nur

* Herr Dr. Hagenah ist Geschäftsführer des Medienwissenschaftlichen Lehr- und Forschungszentrums, Universität zu Köln; Herr Babic ist dort studentischer Mitarbeiter. Der vorliegende Aufsatz ist auch in der von Jörg Hagenah und Heiner Meulemann herausgegebenen Reihe „Medientrends und sozialer Wandel“, Ausgabe Nr. 2/ 2010 vom 6. 7. 2010, erschienen.

¹ Die Schichten werden dabei über die Kategorie Bildung klassifiziert. Die Unterschicht zeichnet sich demnach besonders durch mangelnde Bildung aus (NOLTE 2004).

² Die Arbeit von HAGENAH und MEULEMANN 2007 untersucht dieses Problem und kommt zur Schlussfolgerung, dass zwar innerhalb der Sender Unterschiede zwischen den Bildungsgruppen existieren, dass diese aber seit der Einführung des dualen Rundfunks konstant geblieben sind. Des Weiteren zeigt die Untersuchung, dass sich der Fernsehsender ProSieben tendenziell zum Oberschichtensender bewegt.



auf privaten Sendern. Zweitens, anstatt die Frage zu stellen, ob die Unterschicht einen bestimmten Sender bevorzugt, wird das Augenmerk auf das Nutzungsverhalten der Oberschicht³ gelegt. Drittens, anstatt einer Zeitreihenuntersuchung, erfolgt eine Analyse des Tagesablaufs.⁴

Unsere Vermutung lautet: Wenn das Bildungsniveau die Fernsehnutzung beeinflusst, dann müsste die Bildungselite im Gegensatz zu anderen Bildungsgruppen ein unterschiedliches Nutzungsverhalten aufweisen und dieses Nutzungsverhalten müsste sich auch im Tagesverlauf widerspiegeln. Unterschichtenfernsehen wäre bei dem Sender zu vermuten, der von der Bildungselite tendenziell abgelehnt und von den bildungsfernen Gruppen stärker bevorzugt wird und diese Ablehnung/Bevorzugung müsste schließlich im Tagesablauf wiedererkennbar sein.

Um dies zu untersuchen wird der vorliegende Medientrend in zwei Teile gegliedert. Im ersten Teil werden die Grundbegriffe erläutert: Die Nutzungswahrscheinlichkeiten, MA-Intermedia und die Kategorisierung der Schulbildung. Im zweiten Teil werden schließlich die Ergebnisse der Untersuchung präsentiert und erläutert.

³ Parallel zur Bestimmung der Unterschicht als bildungsferne Gruppe, wird Oberschicht als Bildungselite verstanden. Damit sind all diejenigen gemeint, die mindestens ein abgeschlossenes Studium haben.

⁴ Damit erhebt diese Untersuchung nicht den Anspruch, die bereits vorhandenen Ergebnisse zu bestätigen oder zu widerlegen. Es handelt sich hier um einen anderen Aspekt, der bei der Debatte um Unterschichtenfernsehen berücksichtigt werden sollte.

2. Nutzungswahrscheinlichkeiten und MA Intermedia

Die Nutzungswahrscheinlichkeiten⁵ sind externe Fernsehdaten, die aus dem AGF/GfK Fernsehpanel⁶ stammen. Dabei werden die Informationen aus dem elektronisch gemessenen Nutzungsverhalten der Panelteilnehmer so nachgebildet, dass für jeden Panelteilnehmer festgehalten wird, an wie vielen Tagen von wie vielen möglichen Tagen er innerhalb einer halben Stunde eines Fernsehprogramms wenigstens eine Minute ununterbrochen gesehen hat.⁷ Auf diese Weise erhält man die Nutzungswahrscheinlichkeit einer Person zur halben Stunde eines Programms, die einen Wert von 0% bis 100% annehmen kann. Eine 100%-ige Nutzungswahrscheinlichkeit eines Senders liegt vor, wenn es zutrifft, dass eine Person, im MA Zeitraum (September – April), jeden Tag, ohne Ausnahme, im gleichen halbstündigen Zeitfenster, mindestens eine Minute des gleichen Fernsehsenders konsumiert. Andererseits bedeutet eine Nutzungswahrscheinlichkeit von 0%, dass eine Person, im gleichen halbstündigen Zeitfenster, an keinem Tag, das Programm des Fernsehsenders konsumiert hat.

Die MA Intermedia⁸ ist ein Datensatz, der den Vergleich einzelner Werbeträger unterschiedlicher Mediengattungen ermöglicht. Sie wird im Rahmen der Media-Analyse (MA) durch Fusion⁹ gebildet. Dabei werden die Daten der medienindividuellen MA-Erhebungstranchen und des AGF/GfK Fernsehpanels der Arbeitsgemeinschaft Fernsehforschung (AGF)¹⁰ in eine gemeinsame Datei zusammengeführt. Als Bindeglieder werden gemeinsame Merkmale zur Demographie, Haushaltsausstattung, zum Freizeitverhalten und allgemeine Angaben zur Mediennutzung genutzt. Damit enthält die MA Intermedia Daten zu Presse-

⁵ Die Nutzungswahrscheinlichkeit ist die Wahrscheinlichkeit, dass ein Mediennutzer Kontakt mit einer Medienausgabe hatte (medialine.de: www.medialine.de/deutsch/wissen/medialexikon.php?snr=4088).

⁶ Das AGF-Fernsehpanel stellt ein verkleinertes Abbild aller Privathaushalte mit mindestens einem Fernsehgerät in Deutschland dar, deren Haupteinkommensbezieher entweder die deutsche Staatsangehörigkeit oder die eines anderen EU-Staates besitzen (vgl. Arbeitsgemeinschaft Fernsehforschung: www.agf.de/fsforschung/methoden).

⁷ Für einen ausführlichen Überblick zur AGF/GfK Fernsehforschung siehe medialine.de: <http://www.medialine.de/deutsch/wissen/medialexikon.php?snr=202>.

⁸ Für eine ausführliche Beschreibung der Media-Analyse siehe die MLFZ-Reihe: Dokumentationen zur Aufbereitung der Media-Analyse: <http://www.mlfz.uni-koeln.de/index.php?id=48>. Speziell zur MA-Intermedia siehe BABIC/HAGENAH, 2010.

⁹ Fusion der Daten meint ein Verfahren der Verschmelzung unabhängig erhobener Datensätze über Bindevariablen, die in den unabhängigen Datensätzen gleichermaßen erhoben wurden (KOSCHNICK 2004).

¹⁰ Die Arbeitsgemeinschaft Fernsehforschung (AGF) ist der Zusammenschluss der Sender ARD, ProSieben Sat.1 Media AG, Mediengruppe RTL Deutschland und ZDF zur gemeinsamen Durchführung und Weiterentwicklung der kontinuierlichen quantitativen Fernsehzuschauerforschung in Deutschland (vgl. Arbeitsgemeinschaft Fernsehforschung: www.agf.de).



medien (inkl. Kino), Hörfunk und Fernsehen mit ihren Werbeträger-¹¹ und Werbemittelkontakten.¹² Im Sinne der Werbeträgerkontaktchancen beziehen sie sich auf folgende Kontaktdefinitionen, die pro Mediengattung per Konvention festgelegt wurden (AG.MA THEMEN 2007, S. 5):

- Radio: Hörer pro Stunde (Kontakt mit mindestens einer Viertelstunde in einer Stunde, in der Werbung geschaltet ist)
- Fernsehen: Seher pro halbe Stunde (Kontakt mit mindestens 60 aufeinanderfolgenden Sekunden in einer halben Stunde, in der Werbung geschaltet ist)
- Printmedien (Zeitungen und Zeitschriften): Leser pro Ausgabe (Kontakt mit einer durchschnittlichen Ausgabe, in der Werbung geschaltet ist)

Die in dieser Analyse vorgenommene Kategorisierung der Schulbildung ergibt vier Bildungsklassen:

- Hauptschule (Volksschul-/Grundschul- oder Hauptschulabschluss);
- Mittlere Reife (weiterführender Schulabschluss ohne Abitur);
- Abitur (Hochschulreife);
- Studium (Universität, Hochschule, Fachhochschule, Akademie, Polytechnikum).

¹¹ Unter Werbeträgerkontakten versteht man jede Berührung einer Person oder eines Haushalts mit einem Werbeträger (medialine.de: www.medialine.de/deutsch/wissen/medialexikon.php?snr=6133).

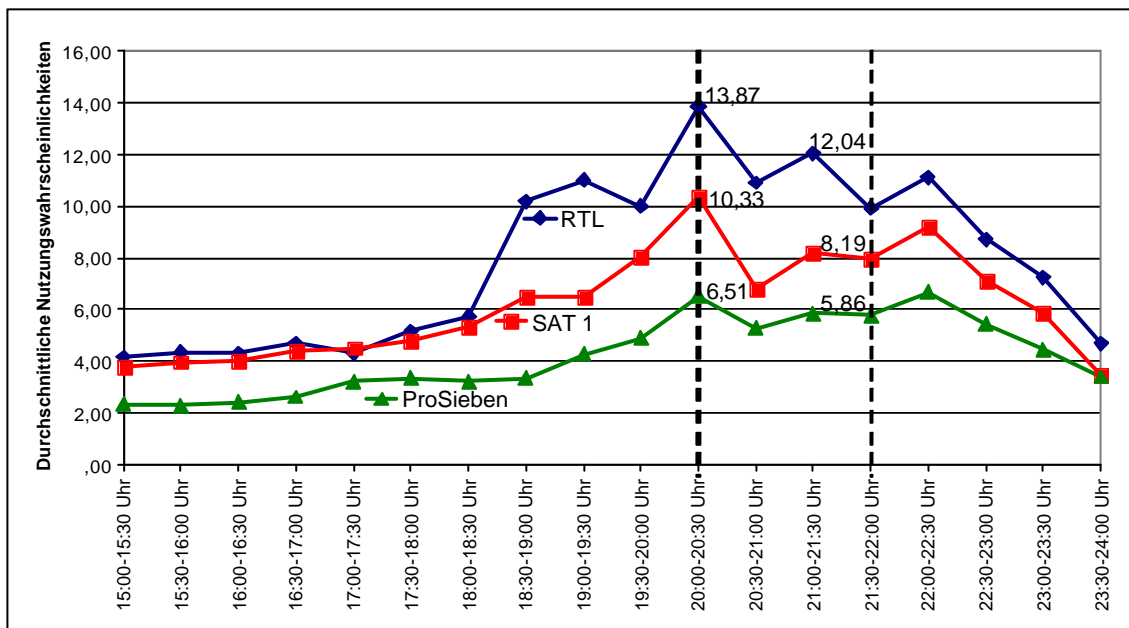
¹² Der Werbemittelkontakt ist die Größe, die angibt, wie viele Nutzer eines Mediums mit einem konkreten Werbemittel Kontakt hatten (ebd.: www.medialine.de/deutsch/wissen/medialexikon.php?snr=6067).

3. Analyse der Nutzungswahrscheinlichkeiten der privaten Fernsehsender RTL, Sat.1 und ProSieben

Die zur Verfügung stehenden Daten der Intermedia decken den Zeitraum von 1998 bis 2007 ab.¹³ Darin enthalten sind Nutzungswahrscheinlichkeiten der reichweitenstärksten privaten Fernsehsender RTL, Sat.1 und ProSieben im Tagesablauf von 15:00 bis 24:00 Uhr. Für unsere Untersuchung werden die durchschnittlichen Nutzungswahrscheinlichkeiten für jede halbe Stunde berechnet. Auf diese Weise kann für jede halbe Stunde eines Fernsehsenders ein Durchschnittswert errechnet werden.

Der erste Vergleich der Fernsehsender zeigt, dass RTL, bis auf die Zeitspanne von 17:00 bis 17:30 Uhr, die höchsten durchschnittlichen Nutzungswahrscheinlichkeiten über den ganzen Tagesablauf aufweist (Abbildung 1). Aus der Abbildung wird zudem ersichtlich, dass das Fernsehen ab 18:30 Uhr intensiver genutzt wird. Das zeigt sich besonders deutlich beim Fernsehsender RTL, der in der Zeit von 18:30 bis 20:00 Uhr besonders hohe Werte aufweist. Auch der Sender Sat.1 kann in derselben Zeitspanne eine hohe Nutzungswahrscheinlichkeit nachweisen. Dagegen wird der Sender ProSieben erst ab 19:00 Uhr tendenziell mehr genutzt.

Abbildung 1:
Nutzungswahrscheinlichkeiten der Fernsehsender
RTL, Sat.1 und ProSieben im Tagesablauf von 15:00 bis 24:00 Uhr



Quelle: MA_IM_gesamt_96_07_MLFZ; Senderspezifische Fernsehdaten 1998 – 2007, eigene Berechnungen (vgl. Tabelle 1)

¹³ Im Analysedatensatz befinden sich 305.111 Befragte (siehe Abschnitt „Technische Angaben“)

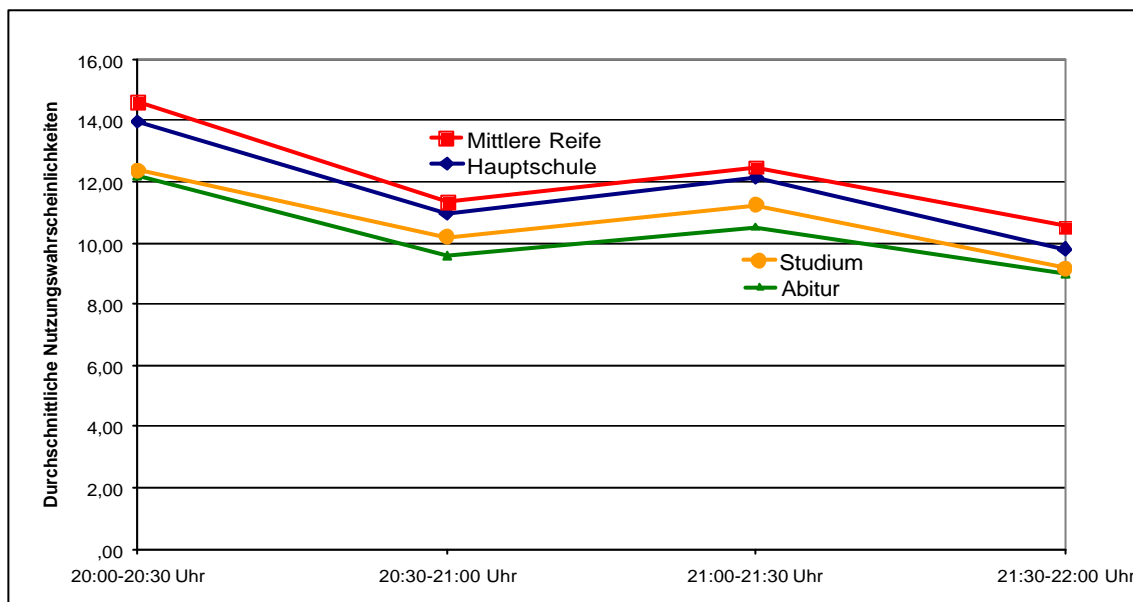


Wie bereits angeführt, liegt das besondere Augenmerk der vorliegenden Untersuchung auf der Hauptsendezeit. Das bedeutet, dass nicht der gesamte Tagesablauf analysiert wird, sondern nur der Zeitabschnitt von 20:00 bis 22:00 Uhr.¹⁴ Das sind insgesamt vier halbstündige Einheiten: (1) 20:00 – 20:30 Uhr, (2) 20:30 – 21:00 Uhr, (3) 21:00 – 21:30 Uhr und (4) 21:30 – 22:00 Uhr.¹⁵

Zu allen vier Zeitabschnitten existieren zwischen den Sendern eindeutige Unterschiede. Der Sender RTL hat dabei durchgehend die höchsten Werte. Dahinter folgt Sat.1 und als Schlusslicht ProSieben (vgl. Tabelle 1).

Im weiteren Verlauf soll überprüft werden, ob die privaten Sender RTL, Sat.1 und ProSieben zur Hauptsendezeit gezielt von den höher gebildeten Schichten abgeschaltet werden.

Abbildung 2:
Nutzungswahrscheinlichkeiten des Senders RTL
in Abhängigkeit der Bildungsgruppen



Quelle: MA_IM_gesamt_96_07_MLFZ; Senderspezifische Fernsehdaten 1998 – 2007, eigene Berechnungen (vgl. Tabelle 3)

Anhand der Nutzungswahrscheinlichkeiten lassen sich beim Fernsehsender RTL keine Indizien dafür finden, dass die höher gebildeten Schichten zur Hauptsendezeit gezielt abschalten.

¹⁴ Im Unterschied zu PULERI 2009, die den Zeitraum von 19:00 bis 23:00 Uhr als Prime-Time betrachtet, steht hier die Kern-Prime-Time von 20:00 bis 22:00 Uhr im Mittelpunkt, die sich nur auf die höchsten Reichweiten konzentriert und die knapp darunter liegenden Reichweiten, davor und danach, vernachlässigt.

¹⁵ Der Sender RTL weist in der Zeit von 18:30 bis 20:00 Uhr einen deutlichen Sprung auf. Dieser Sprung soll in einem der kommenden Medientrends genauer untersucht werden.



Im Folgenden werden pro Sender drei Analyseschritte durchgeführt: Im ersten Schritt wird der Übergang zur Hauptsendezeit quantifiziert. Im zweiten Schritt werden die Nutzungswahrscheinlichkeiten zur Prime Time graphisch veranschaulicht. Im dritten Schritt werden diesbezüglich Hauptschüler und Studenten miteinander verglichen.

Erstens: Zu Beginn der Hauptsendezeit können alle vier Bildungsgruppen einen relativ gleich starken Zuwachs nachweisen. Dabei ist der Zuwachs bei der Bildungselite (Gruppe „Studium“) sogar höher, als bei den anderen drei Bildungsgruppen. Während der Zuwachs bei der Gruppe „Mittlere Reife“ 3,98 Prozentpunkte, bei den Hauptschülern 3,88 Prozentpunkte und bei den Abiturienten 3,23 Prozentpunkte beträgt, so liegt der Zuwachs bei der Gruppe „Studium“ bei 4,06 Prozentpunkten. Insgesamt gesehen ähneln sich die Zuwachswerte eher, als dass man von gravierenden Unterschieden sprechen könnte (vgl. Tabelle 2).

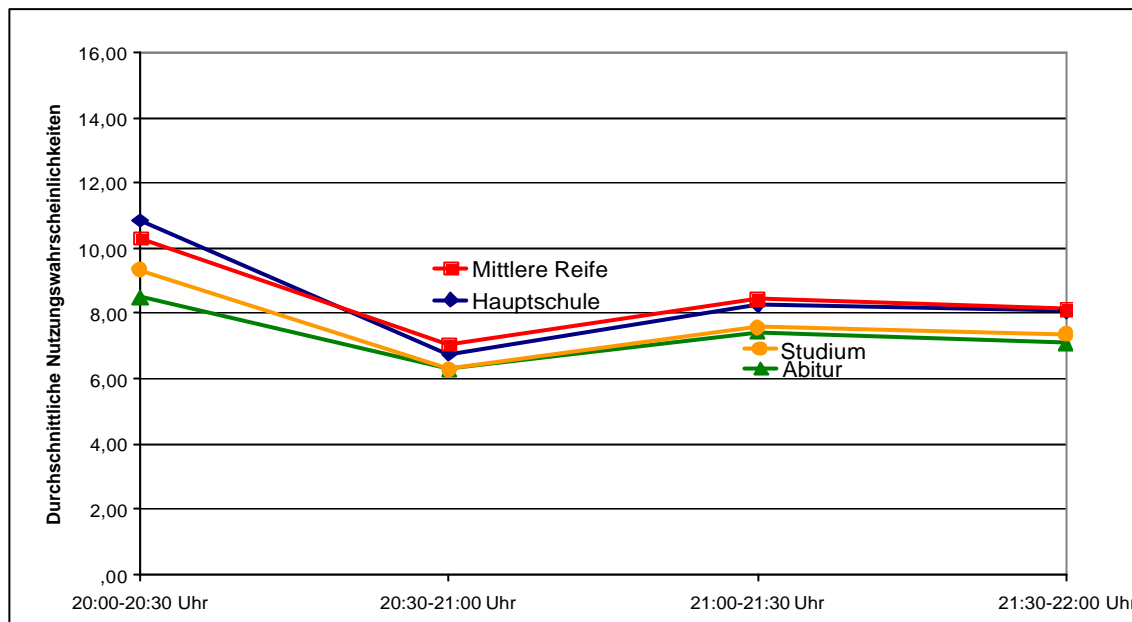
Zweitens: Die Nutzungswahrscheinlichkeiten der Bildungselite folgen für den Rest des Abends dem gleichen Muster, wie bei den anderen drei Bildungsgruppen. Dabei kommt die Bildungselite sogar auf höhere Werte als die Abiturienten. Die Gruppe „Mittlere Reife“ und die Gruppe „Hauptschule“ können zwar höhere Werte nachweisen, aber insgesamt betrachtet liegen die Nutzungswahrscheinlichkeiten aller Bildungsgruppen nah beieinander (vgl. Abbildung 2).

Drittens: Der Vergleich zwischen den Studierten und den Hauptschülern zeigt, dass es sich hier um keinen Unterschichtensender handelt. Dem Gedanken des Unterschichtenfernsehens folgend, sollten gerade hier die größten Unterschiede zu erwarten sein. Die vorliegenden Ergebnisse können diese Vermutung nicht bestätigen. Zwar sind die Nutzungswahrscheinlichkeiten der Hauptschüler höher, aber die Unterschiede bewegen sich zwischen 0,64 und 1,59 Prozentpunkten (vgl. Tabelle 4).

Nun stellt sich die Frage, ob das gleiche Verhaltensmuster auch bei den anderen beiden privaten Sendern wiederzufinden ist.



Abbildung 3:
Nutzungswahrscheinlichkeiten des Senders Sat.1
in Abhängigkeit der Bildungsgruppen



Quelle: MA_IM_gesamt_96_07_MLFZ; Senderspezifische Fernsehdaten 1998 – 2007, eigene Berechnungen (vgl. Tabelle 3)

Die Nutzungswahrscheinlichkeiten der Bildungselite beim Fernsehsender Sat.1 weisen im Tageszeitraum von 20:00 bis 22:00 Uhr eine ähnliche Tendenz auf, wie beim Sender RTL:

Erstens: Der Zuwachs zu Beginn der Hauptsendezeit ist bei allen vier Bildungsgruppen verhältnismäßig gleich stark: „Hauptschule“ 2,27 Prozentpunkte, „Mittlere Reife“ 2,46 Prozentpunkte, „Abitur“ 2,24 Prozentpunkte und „Studium“ 2,15 Prozentpunkte (vgl. Tabelle 2).

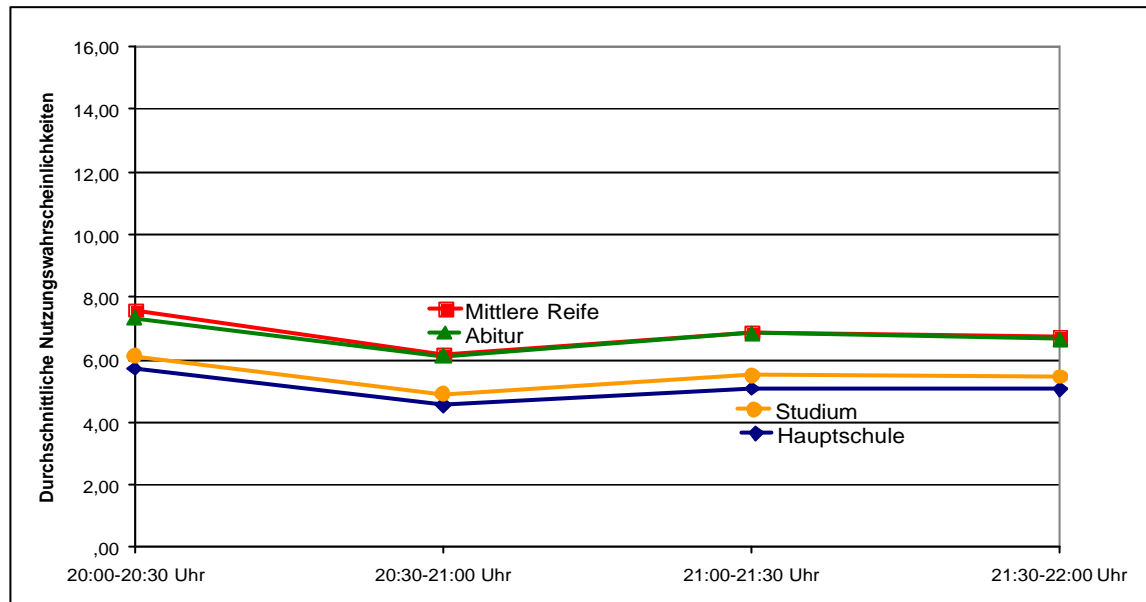
Zweitens: Die Nutzungswahrscheinlichkeiten der Bildungselite unterscheiden sich im weiteren Verlauf des Abendprogramms kaum von denjenigen der anderen drei Bildungsgruppen. Die vorhandenen Differenzen zwischen den Werten sind minimal, so dass eher von Ähnlichkeiten, als von Unterschieden gesprochen werden kann (vgl. Abbildung 3).

Drittens: Die Unterschiede zwischen der Bildungsgruppe „Hauptschule“ und der Bildungsgruppe „Studium“ bewegen sich auch hier zwischen 0,47 und 1,51 Prozentpunkten. Von einem Unterschichtenfernsehen kann also nicht die Rede sein (vgl. Tabelle 4).

Schon in der Einleitung in der Fußnote 2 wurde das Ergebnis der Untersuchung von HAGENAH und MEULEMANN 2007 aufgeführt, welches nahelegt, dass sich der Sender ProSieben zum Oberschichtensender entwickelt hat. Es konnte gezeigt werden, dass ProSieben Anhänger unter den Hauptschülern verliert und Anhänger in den höheren Bildungsgruppen (Mittlere Reife und Abitur) ge-

winnt. Aus diesem Grund wird erwartet, dass sich dieses Ergebnis im Nutzungsverhalten des Tagesverlaufs widerspiegelt.

Abbildung 4:
Nutzungswahrscheinlichkeiten des Senders ProSieben
in Abhängigkeit der Bildungsgruppen



Quelle: MA_IM_gesamt_96_07_MLFZ; Senderspezifische Fernsehdaten 1998 – 2007, eigene Berechnungen (vgl. Tabelle 3)

Erstens: Der Zuwachs der Nutzungswahrscheinlichkeiten zu Beginn der Hauptsendezeit ist auch bei ProSieben für die einzelnen Bildungsgruppen relativ ähnlich: Sie steigen bei der Gruppe „Hauptschule“ um 1,36 Prozentpunkte, bei Personen mit mittlerer Reife um 1,98 Prozentpunkte, bei Abiturienten um 1,95 Prozentpunkte und bei der Gruppe „Studium“ um 1,47 Prozentpunkte (vgl. Tabelle 2).

Zweitens: Das Muster der Nutzungswahrscheinlichkeiten ist bei allen vier Bildungsgruppen identisch. Auch hier sind die Differenzen zwischen den einzelnen Nutzungswahrscheinlichkeiten sehr gering (vgl. Abbildung 4).

Drittens: Die Bildungselite weist beim Sender ProSieben sogar höhere Nutzungswahrscheinlichkeiten auf als die Hauptschüler. Allerdings bewegen sich die Unterschiede lediglich zwischen 0,36 und 0,42 Prozentpunkten (vgl. Tabelle 4).

Der vorliegende Beitrag hat gezeigt, dass das Fernsehverhalten der Bildungselite wenig Argumente für eine Untermauerung des Klischees vom Unterschichtenfernsehen bei den privaten Sendern liefert. Zwar weisen die einzelnen privaten Fernsehsender Differenzen im Nutzungsverhalten der verschiedenen Bildungsgruppen auf, doch von großen Unterschieden kann nicht die Rede sein. Auffallend ist lediglich, dass der Fernsehsender ProSieben von den Hauptschülern verhältnismäßig geringer in Anspruch genommen wird, was die Untersuchungsergebnisse von HAGENAH und MEULEMANN 2007 stützt. Allerdings wird ProSieben auch von den Studierenden weniger gesehen, so



wird ProSieben auch von den Studierten weniger gesehen, so dass der Sender nicht als Oberschichtensender bezeichnet werden kann, da er hauptsächlich von der (gehobenen) Mittelschicht gesehen wird.

Insgesamt betrachtet kann die Theorie des Unterschichtenfernsehens weder bestätigt noch widerlegt werden. Die vorgelegten Daten weisen allerdings darauf hin, dass die Theorie des Unterschichtenfernsehens noch differenzierter zu betrachten ist. Anstatt die Unterschiede in Abhängigkeit der Bildung zu erwarten, ist es vielleicht sinnvoller zukünftig stärker Kohortenanalysen und Habitualisierungsprozesse in den Mittelpunkt zu stellen (Vgl. MEULEMANN/HAGENAH/GILLES 2009).

Tabelle 1:
Nutzungswahrscheinlichkeiten der Fernsehsender RTL,
Sat.1 und ProSieben von 15:00 bis 24:00 Uhr

	RTL	SAT 1	ProSieben
15:00-15:30 Uhr	4,17	3,79	2,34
15:30-16:00 Uhr	4,33	3,96	2,28
16:00-16:30 Uhr	4,32	3,99	2,40
16:30-17:00 Uhr	4,68	4,40	2,62
17:00-17:30 Uhr	4,32	4,52	3,21
17:30-18:00 Uhr	5,15	4,81	3,33
18:00-18:30 Uhr	5,75	5,33	3,23
18:30-19:00 Uhr	10,18	6,47	3,33
19:00-19:30 Uhr	11,01	6,46	4,25
19:30-20:00 Uhr	9,99	8,02	4,88
20:00-20:30 Uhr	13,87	10,33	6,51
20:30-21:00 Uhr	10,91	6,78	5,26
21:00-21:30 Uhr	12,04	8,19	5,86
21:30-22:00 Uhr	9,91	7,93	5,77
22:00-22:30 Uhr	11,13	9,22	6,65
22:30-23:00 Uhr	8,71	7,11	5,42
23:00-23:30 Uhr	7,25	5,86	4,47
23:30-24:00 Uhr	4,68	3,45	3,39

Quelle: MA_IM_gesamt_96_07_MLFZ; Senderspezifische Fernsehdaten 1998 – 2007;
eigene Berechnungen



Tabelle 2:
Zuwachs der Nutzungswahrscheinlichkeiten
zu Beginn der Hauptsendezeit (20:00 – 20:30 Uhr)
im Vergleich zum Vorabendprogramm (19:30 – 20:00 Uhr)

	RTL			Sat.1			ProSieben		
	19:30 – 20:00 Uhr	20:00 – 20:30 Uhr	Zuwachs RTL (in P.P.)	19:30 – 20:00 Uhr	20:00 – 20:30 Uhr	Zuwachs Sat.1 (in P.P.)	19:30 – 20:00 Uhr	20:00 – 20:30 Uhr	Zuwachs ProSieben (in P.P.)
Haupt- schule	10,08	13,96	3,88	8,59	10,85	2,27	4,35	5,71	1,36
Mittlere Reife	10,62	14,60	3,98	7,87	10,33	2,46	5,61	7,56	1,98
Abitur	8,99	12,22	3,23	6,28	8,52	2,24	5,10	6,68	1,95
Studi- um	8,31	12,37	4,06	7,19	10,33	2,15	4,01	6,64	1,47

Anmerkung: P.P. = Prozentpunkte;
Quelle: MA_IM_gesamt_96_07_MLFZ; Senderspezifische Fernsehdaten 1998 – 2007;
eigene Berechnungen



Tabelle 3:
Nutzungswahrscheinlichkeiten der Fernsehsender RTL, Sat.1 und ProSieben
von 15:00 bis 24:00 Uhr in Abhängigkeit von der Bildung

	RTL				Sat.1				ProSieben			
	Haupt- schule	Mittlere Reife	Abitur	Studi- um	Haupt- schule	Mittlere Reife	Abitur	Studi- um	Haupt- schule	Mittlere Reife	Abitur	Studi- um
15:00 – 15:30 Uhr	4,56	4,02	3,29	3,47	4,10	3,69	3,02	3,30	2,16	2,71	2,64	1,73
15:30 – 16:00 Uhr	4,74	4,17	3,45	3,62	4,28	3,85	3,12	3,54	2,12	2,63	2,55	1,68
16:00 – 16:30 Uhr	4,71	4,18	3,51	3,55	4,29	3,91	3,14	3,58	2,23	2,76	2,65	1,84
16:30 – 17:00 Uhr	5,06	4,56	3,89	3,86	4,81	4,23	3,31	3,92	2,42	2,99	2,86	2,09
17:00 – 17:30 Uhr	4,37	4,53	4,03	3,58	4,97	4,35	3,39	3,87	2,88	3,75	3,70	2,64
17:30 – 18:00 Uhr	5,30	5,36	4,63	4,19	5,27	4,61	3,76	4,18	2,95	3,88	3,95	2,81
18:00 – 18:30 Uhr	6,06	5,81	4,84	4,85	5,80	5,16	4,13	4,68	2,88	3,74	3,95	2,67
18:30 – 19:00 Uhr	11,09	9,76	7,74	9,16	7,02	6,17	5,08	5,99	2,95	3,85	4,17	2,74
19:00 – 19:30 Uhr	11,77	10,86	8,72	9,78	6,73	6,50	5,42	5,87	3,74	4,94	5,04	3,81
19:30 – 20:00 Uhr	10,08	10,61	8,99	8,31	8,59	7,87	6,28	7,19	4,35	5,61	5,37	4,65
20:00 – 20:30 Uhr	13,96	14,60	12,22	12,37	10,85	10,34	8,52	9,34	5,71	7,59	7,32	6,12
20:30 – 21:00 Uhr	10,99	11,34	9,59	10,20	6,76	7,07	6,29	6,29	4,54	6,19	6,11	4,91
21:00 – 21:30 Uhr	12,16	12,47	10,52	11,25	8,27	8,45	7,41	7,57	5,07	6,87	6,84	5,49
21:30 – 22:00 Uhr	9,80	10,53	9,01	9,16	8,06	8,13	7,09	7,36	5,04	6,71	6,66	5,46
22:00 – 22:30 Uhr	11,11	11,65	10,07	10,32	9,39	9,40	8,25	8,56	5,89	7,64	7,60	6,28
22:30 – 23:00 Uhr	8,70	9,03	8,08	8,22	7,18	7,26	6,54	6,73	4,82	6,16	6,28	5,17
23:00 – 23:30 Uhr	7,25	7,46	6,81	6,88	5,91	5,94	5,53	5,60	4,01	5,02	5,20	4,27
23:30 – 24:00 Uhr	4,58	4,88	4,64	4,52	3,32	3,61	3,60	3,41	3,03	3,79	3,96	3,33

Quelle: MA_IM_gesamt_96_07_MLFZ; Senderspezifische Fernsehdaten 1998 – 2007;
eigene Berechnungen



Tabelle 4:
Unterschiede zwischen den Nutzungswahrscheinlichkeiten
der dominierenden Bildungsgruppe und der Bildungsgruppe „Studium“

	RTL				Sat.1				ProSieben			
	20:00 – 20:30 Uhr	20:30 – 21:00 Uhr	21:00 – 21:30 Uhr	21:30 – 22:00 Uhr	20:00 – 20:30 Uhr	20:30 – 21:00 Uhr	21:00 – 21:30 Uhr	21:30 – 22:00 Uhr	20:00 – 20:30 Uhr	20:30 – 21:00 Uhr	21:00 – 21:30 Uhr	21:30 – 22:00 Uhr
N.W. Hauptsch.	13,69	10,99	12,16	9,80	10,85	6,76	8,27	8,06	5,71	4,54	5,07	5,05
N.W. Studium	12,37	10,20	11,25	9,16	9,34	6,29	7,57	7,36	6,12	4,91	5,49	5,46
Differenz (in P.P.)	1,59	0,79	0,92	0,64	1,51	0,48	0,70	0,70	0,41	0,36	0,42	0,41

Anmerkung: P.P. = Prozentpunkte;

Quelle: MA_IM_gesamt_96_07_MLFZ; Senderspezifische Fernsehdaten 1998 – 2007;
eigene Berechnungen



Literatur

AGF Fernsehforschung,

<http://www.agf.de>, letzter Zugriff: 07. 05. 2010;

<http://www.agf.de/fsforschung/methoden>, letzter Zugriff: 07. 05. 2010

agma.themen. Methoden-Steckbrief zur Berichterstattung.

MA 2007 Intermedia/Fernsehen, http://www.agma-mmc.de/files/agma-themen_ma_2007_Intermedia_und_Fernsehen.pdf,

letzter Zugriff: 05. 06. 2008

Babic, Damir, Hagenah, Jörg: MA-Intermedia, in: Dokumentation zur Aufbereitung der Media-Analyse, 5/2010: <http://www.mlz.uni-koeln.de/assets/files/Dokumentation/MA-Intermedia.pdf>

Hagenah, Jörg/Meulemann, Heiner: Unterschichtenfernsehen? Integration und Differenzierung von bildungsspezifischen Teilpublika, in: Publizistik, 2/2007, S. 154 – 173

Medienwissenschaftliches Lehr- und Forschungszentrum: <http://www.mlz.uni-koeln.de/index.php?id=48>

Meulemann, Heiner/Hagenah, Jörg/Gilles, David: Neue Angebote und alte Gewohnheiten. Warum das deutsche Publikum zwischen 1987 und 1996 vom öffentlich-rechtlichen auf das private Fernsehen gewechselt hat, in: Publizistik, 2/2009, S. 240 – 264

Nolte, Paul: Generation Reform. Jenseits der blockierten Republik. Verlag C. H. Beck: München 2004

Puleri, Cristiana: Diffusion öffentlich-rechtlicher und privater Informations- und Unterhaltungssendungen nach der Einführung des dualen Rundfunks in Deutschland. Eine Untersuchung der Media-Analyse von 1987 bis 1996, unveröffentlichte Magisterarbeit, Universität zu Köln, 2009

Wissen – Medialexikon – FOCUS medialine.de:

<http://www.medialine.de/deutsch/wissen/medialexikon.php?snr=6133>,

<http://www.medialine.de/deutsch/wissen/medialexikon.php?snr=6067>,

<http://www.medialine.de/deutsch/wissen/medialexikon.php?snr=4088>,

<http://www.medialine.de/deutsch/wissen/medialexikon.php?snr=202>,

letzter Zugriff: 07. 05. 2010

Technische Angaben

Datensatz	MA_IM_gesamt_96_07_MLFZ.sav (Senderspezifische Fernsehdaten 1998 – 2007)
Datenquelle	Arbeitsgemeinschaft Media Analyse (ag.ma) / Media Micro Census GmbH
N	305111
Repräsentanz	Gesamtbevölkerung in Deutschland ab 14 Jahren
Gewichtung	Gewichtet mit dem Personengewicht pgew (weitere Informationen unter http://www.mlfz.uni-koeln.de/assets/files/download/MA_Gewichtung.pdf) ¹⁶
Verwendete Variablen	schule (Höchster allgemeiner Schulabschluss); rtlx151, rtlx152, rtlx161, rtlx162, rtlx171, rtlx172, rtlx181, rtlx182, rtlx191, rtlx192, rtlx201, rtlx202, rtlx211, rtlx212, rtlx221, rtlx222, rtlx231, rtlx232 (Nutzungswahrscheinlichkeiten des Fernsehsenders RTL); sat1x151, sat1x152, sat1x161, sat1x162, sat1x171, sat1x172, sat1x181, sat1x182, sat1x191, sat1x192, sat1x201, sat1x202, sat1x211, sat1x212, sat1x221, sat1x222, sat1x231, sat1x232 (Nutzungswahrscheinlichkeiten des Fernsehsenders Sat.1); pro7x151, pro7x152, pro7x161, pro7x162, pro7x171, pro7x172, pro7x181, pro7x182, pro7x191, pro7x192, pro7x201, pro7x202, pro7x211, pro7x212, pro7x221, pro7x222, pro7x231, pro7x232 (Nutzungswahrscheinlichkeiten des Fernsehsenders ProSieben).

¹⁶ Es gibt Befürworter und Kritiker von Gewichtungsverfahren. In diesem Beitrag werden ungewichtete Kennziffern präsentiert, die aber mit der erwähnten Gewichtung abgeglichen wurden: Letztlich zeigten sich nur kleinere Differenzen im niedrigen Nachkommabereich.

ISBN 978-3-938933-74-9

ISSN 0945-8999