

Absatzmarkt Zuschauer: Das Diktat der Einschaltquote- Entwicklung der Marktanteile im Deutschen Fernsehen

Die Bedeutung von Quote und Marktanteil

Einschaltquote: Anteil der zu einem Programm eingeschalteten Empfangsgeräte

Marktanteil: Anteil eines Senders an der gesamten durchschnittlichen Sehdauer pro Tag

Die Quote liefert eine von allen Marktpartnern anerkannte Währung.

Sie ist die Grundlage für die Ausrichtung des Programms in den Sendern und dient der Mediaplanung und –optimierung bei Werbetreibenden und Agenturen.

Mediadaten sind inzwischen hinsichtlich der Mediaplanung und Erfolgskontrolle unverzichtbar geworden .

Die Entwicklung der Marktanteile

Beginn der Fernsehzuschauerforschung

Die Fernsehzuschauerforschung wurde ab 1963 zu einem wichtigen Instrument zur Erfolgskontrolle einzelner Sender. Vor diesem Zeitpunkt gab es dafür keine Notwendigkeit, da erst mit der Gründung des ZDF die Monopolstellung der ARD aufgehoben wurde.

Von 1963-1984 wurde die Fernsehzuschauerforschung allein im Auftrag der öffentlich-rechtlichen Sender durchgeführt.

Die Weiterentwicklung der Marktanteile in Einbeziehung des dualen Rundfunksystems

Ab 1984 traten die ersten werbefinanzierten Privatsender in Form von RTL und Sat.1 in Erscheinung. Dies verhalf der Fernsehzuschauerforschung zu einer vollkommen neuen Bedeutung.

Die ursprüngliche Funktion der Quote, ein zuschauerorientiertes Programm zu schaffen, änderte sich nach Aufkommen des dualen Rundfunksystems und wurde in erster Linie zu einer unumgänglichen Richtlinie für die werbetreibende Industrie.

Wichtige Eckpunkte der Marktanteilsentwicklung

- vor 1984: Der Marktanteil von ARD (sowie dessen dritte Programme) und ZDF beträgt 100%, da keine weitere Konkurrenz vorhanden ist.
- 1984: RTL und Sat.1 gehen mit einem Marktanteil unter 1% auf Sendung.
- 1988: RTL und Sat.1 gewinnen enorm an Marktanteil, da ihr Signal von nun an terrestrisch empfangen werden kann.
- 1990/91: Erhebliche Marktanteilssteigerung der privaten Sender durch Erschließung der neuen „Zielgruppe Ost“.
- 1993: RTL übernimmt das erste Mal mit 18,9% die Marktführerschaft und kann diese weitestgehend behaupten.
- ab 1994: Relativ konstante Marktverhältnisse in sämtlichen Bereichen (Öffentlich-Rechtliche Sender 40% - Private Sender 60%).

Die Konkurrenz im dualen Rundfunksystem

Die Konkurrenz findet wider allen anfänglichen Erwartungen größtenteils zwischen den einzelnen privaten Sendern statt und nicht, wie ursprünglich angenommen, zwischen den Öffentlich-rechtlichen und den Privaten. Während RTL, Sat.1 und ProSieben sich vehement zur Finanzierung ihres Programms um Zuschauerzahlen bemühen müssen, sind die öffentlich-rechtlichen Medienanstalten aufgrund der gesicherten Einnahmen durch Rundfunkgebühren nicht primär von Werbeerträgen abhängig.

Zukunftsperspektiven

Wie in den letzten Jahren zu beobachten war, gestaltet sich die Lage auf dem Fernsehmarkt konstant, sodass von keinen großen Abweichungen und Umschwüngen ausgegangen werden kann.