

Freizeit aktuell.

Vom B·A·T Freizeit-Forschungsinstitut.



Herausgeber
Redaktion
Wissenschaft, Berater
Hausanschrift
Kontakte
Postanschrift

B·A·T Cigarettenfabriken GmbH, Presse und Information
Diplom-Volkswirt Rainer Stübenvoll
Prof. Dr. Horst W. Opaschowski
Alsterufer 4, 2000 Hamburg 36
Telefon: (040) 4161-2673, Telex 213456, Telekopierer (040) 41613231, Telegramm: Rowlittan Hamburg
B·A·T, Postfach 200660, 2000 Hamburg 36

Ausgabe

103, 13. Jahrg., 9. April 1992

Blatt

1

Abschied von einem Leitmedium des Freizeitverhaltens

Immer mehr TV-Zuschauer wenden sich anderen Freizeitbeschäftigungen zu

Droht den Fernsehmachern der sanfte Boykott? Während das TV-Programm läuft, schalten immer mehr Zuschauer zwar nicht das Gerät, so doch innerlich ab und auf andere Freizeitbeschäftigungen um. 1991 haben sich noch 44 Prozent der Zuschauer voll auf das TV-Programm konzentriert. In diesem Jahr ist der Anteil der Zuschauer, die an der Gewohnheit "Fernsehen pur" festhalten, weiter auf 38 Prozent gesunken. Die überwiegende Mehrheit der TV-Konsumenten beschäftigt sich mittlerweile beim Fernsehen mit anderen Dingen (1991: 56% - 1992: 62%). Dies ist das Ergebnis einer aktuellen Repräsentativumfrage des B·A·T Freizeit-Forschungsinstituts bei 2.000 Personen ab 14 Jahren im Bundesgebiet West.

Vor allem Familien werden fernsehmüde: Einschlafquote steigt

Die Zeiten, in denen die gesamte Familie vor dem Bildschirm saß, gehören der Vergangenheit an. Vor allem Familien mit Kindern unter 14 Jahren proben den sanften Fernsehboykott und wenden sich anderen Beschäftigungen zu (1991: 63% - 1992: 68%). Einpersonen-Haushalte hingegen demonstrieren bisher noch eine größere TV-Treue. Im Vergleich zu allen anderen Haushalten weisen sie die geringsten "inneren Abschaltwerte" auf, wenn auch hier das Wegsehen im Vergleich zum Vorjahr merklich zunimmt (1991: 49% - 1992: 58%).

"Aus Gewohnheit und Bequemlichkeit bleiben dennoch die meisten TV-Geräte eingeschaltet", so Prof. Dr. Horst W. Opaschowski, der Leiter des B·A·T Instituts. "Dahinter verbirgt sich auch die Angst, vielleicht etwas zu verpassen." Andererseits wird der Feierabend nicht mehr vom Fernsehprogramm beherrscht. Im Gegenteil: Die Freizeitbedeutung des Fernsehens läßt nach, während gleichzeitig die Einschlafquoten steigen. Jeder achte TV-Zuschauer in Familienhaushalten ist vor dem Fernseher "zeitweilig eingeschlafen" (1991: 7% - 1992: 12%).

Freizeit aktuell.

Vom B·A·T Freizeit-Forschungsinstitut.



Herausgeber B·A·T Cigarettenfabriken GmbH, Presse und Information
Redaktion Diplom-Volkswirt Rainer Stubenvoll
Wissenschaftl. Berater Prof. Dr. Horst W. Opaschowski
Hausanschrift Alsterufer 4, 2000 Hamburg 36
Kontakte Telefon (040) 4151-25 73, Telex 213456, Telekopierer (040) 41513231, Telegramm Pwvhtttcn Hamburg
Postanschrift B·A·T, Postfach 300690, 2000 Hamburg 36

Ausgabe

103, 13. Jahrg., 9. April 1992

Blatt

2

Auffallende Unterschiede in den Fernsehgewohnheiten zeigen sich bei den Befragten je nach Schulbildung. Bei Personen mit Haupt- und Volksschulbildung kann sich nur eine knappe Mehrheit (1991: 54% - 1992: 57%) für Nebenbei-Beschäftigungen begeistern. Ganz anders die TV-Gewohnheiten der Befragten mit Abitur: 80 Prozent (1991: 68%) machen das Fernsehen zum Begleitmedium. Während das Gerät läuft, lesen sie intensiv (20%) oder unterhalten sich mit anderen (36%).

Vor allem Werbesendungen und Spielshows flimmern an den Zuschauern vorbei

81 Prozent der Zuschauer wenden sich bei Werbesendungen vom Bildschirm ab (1991: 77%). Hohe innere Abschaltquoten weisen auch die Spielshows auf (1991: 67% - 1992: 78%). Professor Opaschowski: "Die Zuschauer schätzen die Spielshows realistisch als das ein, was sie wirklich sind: bloße Zeitvertreiber". Die Zuschauer können jederzeit ein- und wieder aussteigen, die Sendungen sind austauschbar.

Ein deutlicher Einbruch ist auch in der Aufmerksamkeit bei Spielfilmen feststellbar: Von allen Zuschauern, die sich einen Spielfilm angesehen haben, waren etwa zwei Drittel (1991: 58% - 1992: 68%) mit anderen Dingen beschäftigt - vom Telefonieren (14%) bis zum Zeitunglesen (21%).

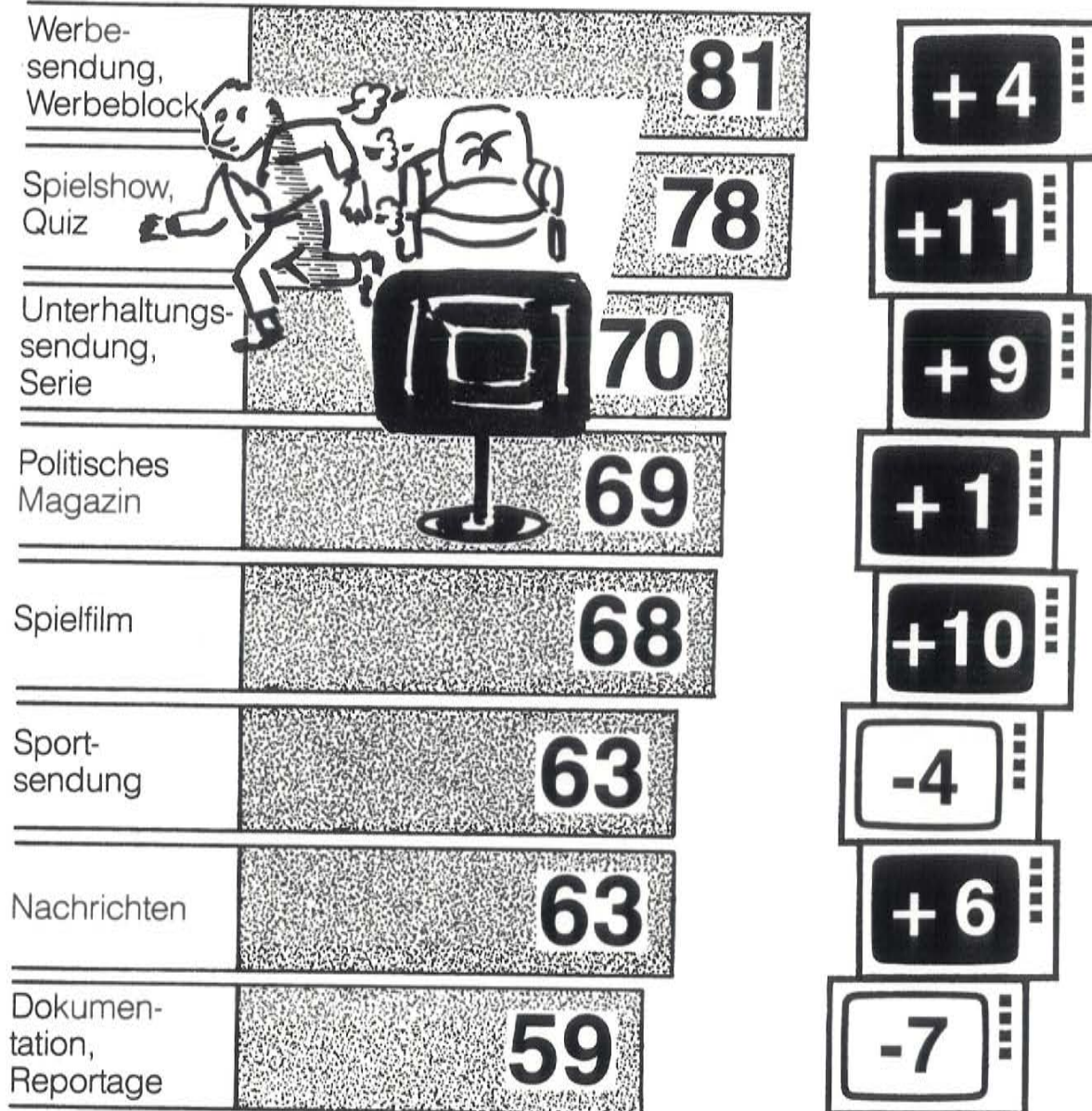
Relativ stabil in der Zuschauergunst erweisen sich TV-Sendungen mit Live-Charakter: Politische Magazine, Sportsendungen, Nachrichten sowie Dokumentationen und Reportagen. Diese Sendungen spiegeln unmittelbar Aktualität wider. Im gleichen Maße, wie das Fernsehen als Unterhaltungsmedium durch die Konkurrenz anderer Freizeitangebote immer entbehrlicher wird, wächst seine Bedeutung als aktuelles Informationsmedium. Die Information durch Wort und Bild hat keine Konkurrenz zu fürchten. Bei informativen Live-Sendungen hat das Fernsehen seinen Ereignischarakter bewahrt.

Der sanfte Fernsehboykott

TV-Zuschauer wenden sich anderen
Freizeitaktivitäten zu

Von je 100 Befragten,
die „gestern ferngesehen“ haben,
haben sich **während der Sendung**
mit anderen Dingen beschäftigt (1992):

Veränderung zu 1991



Repräsentativbefragung von 2000 Personen ab 14 Jahren im Bundesgebiet West

Quelle: B · A · T Freizeit-Forschungsinstitut 1992