

Fernsehnachrichten

Reichweiten und Marktanteile

1. Durchschnittliche Reichweiten und Marktanteile der Fernsehnachrichten 2014,2015, 2019

	Zuschauer in Mio			Marktanteil in %		
	2014	2015	2019	2014	2015	2019
heute im ZDF Mo-So, 19.00 Uhr	3,54	3,60		16,0	16,2	
heute gesamt ¹⁾ Mo-So, 19.00 Uhr	3,79	3,84	4,07	17,1	17,3	17,2
Tagesschau im Ersten Mo-So, 20.00 Uhr	4,94	4,99		17,7	17,9	
Tagesschau gesamt ²⁾ Mo-So, 20.00 Uhr	8,96	9,12	9,79	32,0	32,7	35,5
RTL aktuell Mo-So, 18.45 Uhr	3,25	3,14	2,84	15,6	15,1	13,5
Sat.1 Nachrichten Mo-So, 19.55 Uhr	1,47	1,36	1,2	5,4	5,0	4,4
ProSieben Newstime Mo-So, 18.00 Uhr	0,80	0,80	0,63	5,0	4,9	3,7
heute-journal im ZDF Mo-So, 21.45 Uhr	3,72	3,72		13,6	13,6	
heute-journal gesamt ³⁾ Mo-So, 21.45 Uhr	3,90	3,88	3,72	14,2	14,1	14,1
Tagesthemen Mo-So, 22.15 Uhr	2,46	2,44	2,13	11,0	11,0	10,0

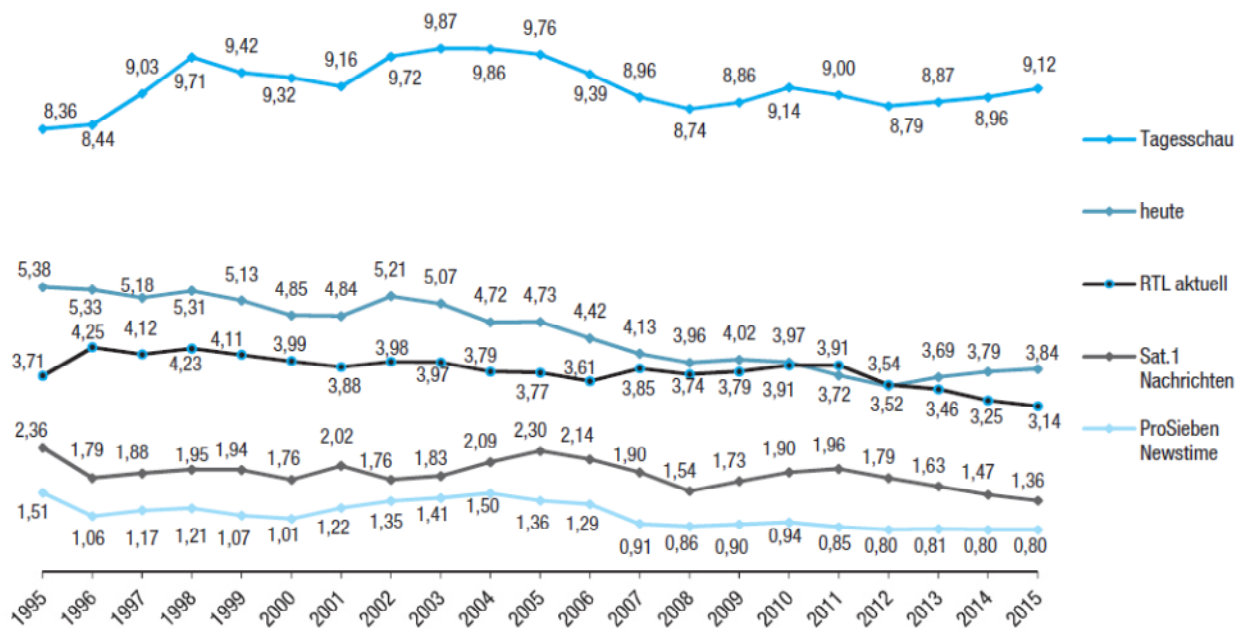
1) Einschließlich 3sat.

2) Einschließlich aller/fünf Dritter Programme, (Tagesschau24, ARD-alpha), 3sat und Phoenix.

3) Einschließlich Phoenix.

Quelle: Zubayr / Gerhard 2016, S. 148 / 2020, S. 117

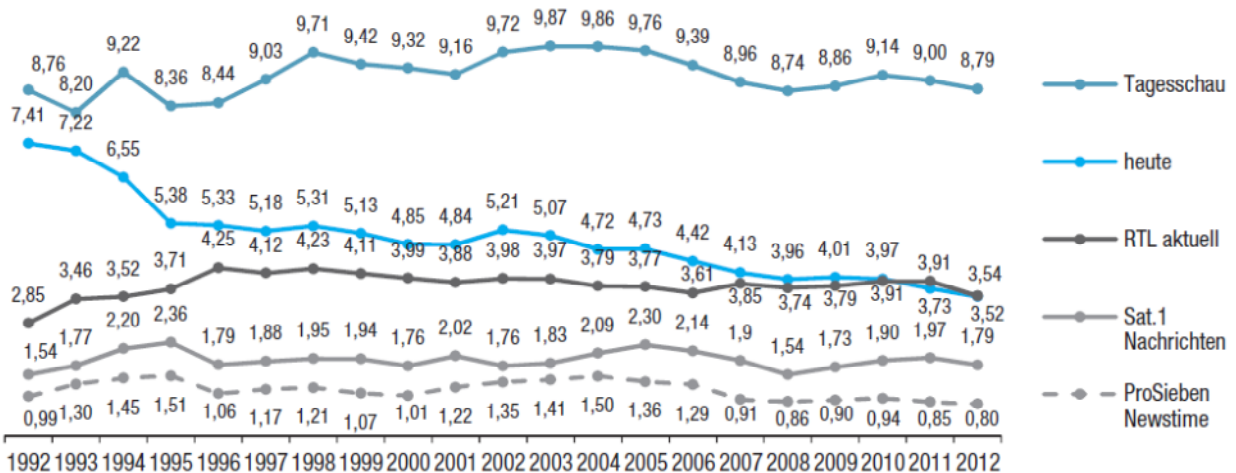
2. Entwicklung der durchschnittlichen Reichweiten der Fernsehnachrichten 1995 bis 2015 (Zuschauer in Mio.)



Quelle: AGF in Zusammenarbeit mit GfK, TV Scope, bis 2000 Fernsehpanel (D), ab 2001 Fernsehpanel (D+EU).

Quelle: Zubayr / Gerhard 2015, S. 148.

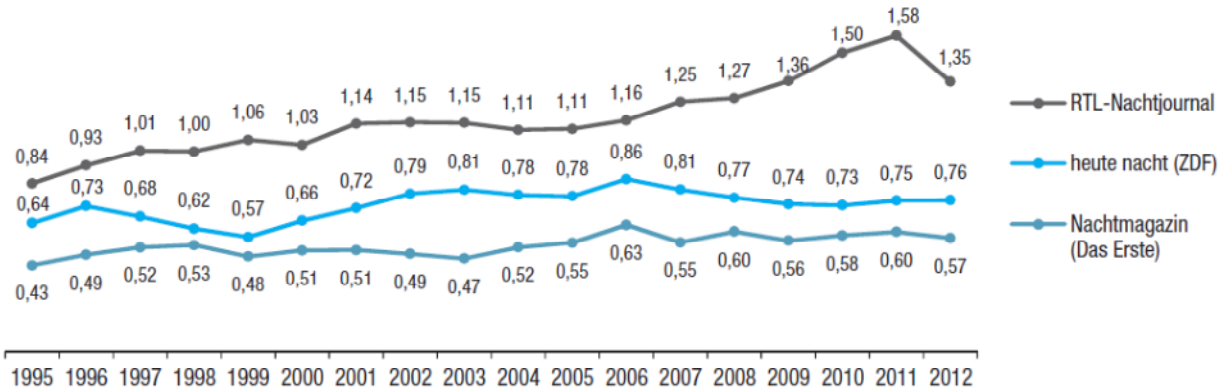
3. Entwicklung der durchschnittlichen Reichweiten der Nachrichtenmagazine 1992 bis 2012 (Zuschauer in Mio.)



Quelle: AGF in Zusammenarbeit mit GfK, pc#tv/TV Scope, bis 2000 Fernsehpanel (D), ab 2001 Fernsehpanel (D+EU).

Quelle: Zubayr / Geese 2013, S. 328.

4. Entwicklung der durchschnittlichen Reichweiten der Nachtmagazine 1992 bis 2012 (Zuschauer in Mio.)



Quelle: AGF in Zusammenarbeit mit GfK, pc#tv/TV Scope, bis 2000 Fernsehpanel (D), ab 2001 Fernsehpanel (D+EU).

Quelle: Zubayr / Geese 2013, S. 328.

5. Kumulierte Reichweiten der Nachrichten insgesamt an einem Durchschnittstag 2012

Tab. 1 Kumulierte Reichweiten der Fernsehnachrichten an einem Durchschnittstag 2012¹⁾

	Alter				Politisches Interesse		
	ab 14 J.	14–29 J.	30–49 J.	ab 50 J.	gering	mittel	hoch
in Mio	32,50	3,17	8,90	20,42	4,31	13,64	14,62
in % aller Personen	50	24	42	67	40	48	56
in % der täglichen Fernsehzuschauer	70	47	59	82	60	68	76

1) Folgende Sender wurden berücksichtigt: Das Erste, ZDF, Dritte Programme, 3sat, Phoenix, RTL, Sat.1, ProSieben, RTL II, kabel eins, VOX, n-tv und N24.

Quelle: AGF in Zusammenarbeit mit GfK, Fernsehpanel (D+EU), Kumulations- und Frequenzanalyse, Methode Seher, eigene Berechnungen.

Quelle: Zubayr / Geese 2013, S. 324.

6. Zum Vergleich: Durchschnittliche Reichweiten und Marktanteile ausgewählter Informationssendungen nach der Größe ihres Publikums 2014 (Zuschauer ab 3 Jahren)

Rangplatz	Sender	Sendung	Zuschauer in Mio	Marktanteil in %
1.	ARD	Brennpunkt	4,51	15,4
2.	RTL	Team Wallraff	4,05	14,3
3.	ZDF	Terra X	3,82	13,3
4.	ARD	Markencheck	3,46	11,5
5.	ARD	Report München	3,45	12,4
6.	ARD	Report Mainz	3,37	12,4
7.	ARD	Fakt	3,15	11,6
8.	ZDF	Berlin direkt	3,07	11,6
9.	ARD	Kontraste	2,87	10,7
10.	RTL	Extra – Das RTL-Magazin	2,77	13,6
11.	ARD	Plusminus	2,76	10,4
12.	ZDF	Politbarometer	2,74	10,7
13.	ZDF	ZDFzeit	2,68	8,8
14.	ARD	Monitor	2,67	10,1
15.	ARD	Panorama	2,66	9,9
16.	ZDF	ZDF spezial	2,65	13,8
17.	ZDF	WISO	2,62	9,7
18.	ZDF	Was nun,...?	2,56	11,0
19.	ZDF	Frontal 21	2,53	8,2
20.	RTL	Das Jenke-Experiment	2,42	10,7
21.	RTL	Exklusiv – Weekend	2,38	11,7
22.	RTL	Stern TV	2,25	12,1
23.	RTL	Exklusiv – Das Star Magazin	2,24	12,2
24.	ZDF	Leute heute	2,22	15,5
25.	ZDF	Terra Xpress	2,19	9,7
26.	ZDF	auslandsjournal	2,17	10,6
27.	ARD	Weltspiegel	2,16	7,7
28.	ZDF	37 Grad	2,15	9,6
29.	RTL	Undercover Deutschland	2,07	7,3
30.	RTL	Explosiv – Weekend	1,98	8,7

Quelle: AGF in Zusammenarbeit mit GfK, TV Scope, Fernsehpanel (D+EU).

Quelle: Zubayr / Gerhard 2015, S. 121.

7. Zum Vergleich: Durchschnittliche Reichweiten und Marktanteile von Unterhaltungssendungen nach der Größe ihres Publikums 2014 (Zuschauer ab 3 Jahren)

Rangplatz	Sender	Sendung	Zuschauer in Mio	Marktanteil in %
1.	ARD	Eurovision Song Contest 2014*	8,90	34,3
2.	RTL	Ich bin ein Star – holt mich hier raus!	7,94	30,7
3.	ZDF	Wetten, dass..?	6,64	22,4
4.	ZDF	Die Helene Fischer-Show	6,59	21,4
5.	ARD	2014 – Das Quiz*	6,44	20,9
6.	RTL	Bauer sucht Frau	6,26	19,7
7.	ZDF	Mainz bleibt Mainz, wie es singt und lacht	5,72	21,1
8.	RTL	30 Jahre RTL – Die Jubiläumsshow*	5,32	17,6
9.	ARD	Einer wird gewinnen*	5,21	18,6
10.	ARD	Das große Fest zum Jubiläum*	5,02	16,8

* Einzelsendung.

Quelle: AGF in Zusammenarbeit mit GfK, TV Scope, Fernsehpanel (D+EU).

Quelle: Zubayr / Gerhard 2015, S. 124.

Quellen

Zubayr, Camille / Gerhard, Heinz: Tendenzen im Zuschauerverhalten. Fernsehgewohnheiten und Fernsehreichweiten im Jahr 2015. In: Media Perspektiven 3/2016. Download unter: https://www.ard-werbung.de/fileadmin/user_upload/media-perspektiven/pdf/2016/03-2016_Zubayr_Gerhard.pdf

Zubayr, Camille / Geese, Stefan: Die Informationsqualität der Fernsehnachrichten aus Zuschauersicht. Ergebnisse einer Repräsentativbefragung zur Bewertung der Fernsehnachrichten 2012. In: Media Perspektiven 6/2013. Download unter: https://www.ard-werbung.de/fileadmin/user_upload/media-perspektiven/pdf/2013/06-2013_Zubayr_Geese.pdf

Zubayr, Camille / Haddad, Denise / Hartmann, Lea: Tendenzen im Zuschauerverhalten. Nutzungsgewohnheiten und Reichweiten im Jahr 2019. In: Media Perspektiven 3/2020. Download unter: https://www.ard-werbung.de/fileadmin/user_upload/media-perspektiven/pdf/2020/0320_Zubayr_Haddad_Hartmann.pdf