

Hansjörg Bessler:
Hörer- und Zuschauerforschung

Deutscher
Taschenbuch
Verlag



1. Einführung	9
2. Die Anfänge der Hörerforschung in der Weimarer Republik	17
3. Die Hörer- und Zuschauerforschung im Dritten Reich	
3.1. <i>Die sicherheitsdienstlichen Erkundungen der Hörermeinung</i>	34
3.2. <i>Hörerbefragungen und akademische Rundfunklehre</i>	41
3.3. <i>Erste Ansätze einer Zuschauerforschung</i>	43
4. Neuanfänge der Hörer- und Zuschauerforschung nach dem Zweiten Weltkrieg: 1945–1955	
4.1. <i>Der Einfluß der amerikanischen Umfrageforschung auf die Hörerforschung in Deutschland</i>	46
4.2. <i>Der Einfluß der British Broadcasting Corporation (BBC) auf die Hörerforschung in Deutschland</i>	50
4.3. <i>Die Methodendiskussion in der deutschen Hörerforschung</i>	54
4.4. <i>Vergebliche Bemühungen um eine Institutionalisierung der Hörerforschung in der ARD</i>	66
4.5. <i>Die Hörerforschung der Landesrundfunkanstalten</i> ..	71
4.5.1. <i>Nordwestdeutscher Rundfunk (NWDR)</i>	71
4.5.2. <i>Süddeutscher Rundfunk (SDR)</i>	88
4.5.3. <i>Bayerischer Rundfunk (BR)</i>	98
4.5.4. <i>Hessischer Rundfunk (HR)</i>	102
4.5.5. <i>Südwestfunk (SWF)</i>	105
4.6. <i>Der Beginn des Fernsehens: Erste Ergebnisse der Zuschauerforschung und Auswirkungen des Fernsehens auf die Hörfunknutzung</i>	105
5. Niedergang und Neuorientierung der Hörer- und Zuschauerforschung: Interimsphase 1956–1962	
5.1. <i>Trends in der Interimsphase</i>	120
5.2. <i>Die Hörer- und Zuschauerforschung zwischen kommerzieller Marktforschung und akademischer Publizistikwissenschaft</i>	123
5.3. <i>Hörerforschung in der Interimsphase</i>	127

5.3.1. Regionale Hörerbefragungen in der Bundesrepublik	127
5.3.2. Der Sonderfall West-Berlin: Die Hörerforschung von RIAS Berlin und SFB	130
5.3.3. Erste gemeinsame ARD-Tagesablaufstudie 1960/61	134
5.3.4. Vorbereitungen für eine eigenständige Werbefunkhörerforschung	136
5.4. Die Entwicklung zur kontinuierlichen Zuschauerforschung	
5.4.1. Zuschauerforschung in wechselnden Händen	139
5.4.2. Telefonische Zuschauerbefragungen des BR	148
6. Demoskopische Rezipienten- und Medienforschung: 1963-1974	
6.1. Hörer- und Zuschauerforschung zwischen Kontinuität und Kritik	152
6.2. Hörerforschung für die Programmplanung	
6.2.1. WDR: Qualitative Panel- und quantitative Interessen- und Reichweitenforschung	161
6.2.2. NDR: Neue Programmdefinitionen aufgrund von Umfrageergebnissen	169
6.2.3. SFB und RIAS Berlin: Geteilter Hörermarkt in West-Berlin	170
6.2.4. BR und HR: Reichweitenveränderungen durch sogenannte Servicewellen	172
6.2.5. SDR und SWF: Gemeinsame Stichtagkontrollen für konkurrierende und kooperierende Anstalten im Südwesten	179
6.2.6. SR: Grenzüberschreitende Hörerbefragungen	182
6.2.7. Die Hörerforschung der Rundfunkanstalten des Bundesrechts: DW und DLF	184
6.3. Werbefunkhörer- und Funkmedienanalysen	
6.3.1. Die Werbefunkhöreranalysen des Zentralausschusses der Werbewirtschaft (ZAW)	187
6.3.2. Kombinierte Hörfunk- und Fernsehforschung für Werbung und Programm in der Funkmedienanalyse 1974	191
6.3.3. Der Tagesablauf am Stichtag: Paradigma der Reichweitenforschung für den Hörfunk?	194
6.4. Kontinuierliche Zuschauerforschung für die Landesrundfunkanstalten, ihre Werbegesellschaften und für das ZDF	199

6.4.1. Die Messungen der Geräteeinschaltzeiten (Infratam-Einschaltquoten)	199
6.4.2. Die Erfragung des Zuschauerurteils (Infratest-Index)	209
6.4.3. Berichte über Einschaltquoten, Urteilsindizes und ergänzende Befragungsergebnisse	213
6.4.4. Analysen und Zusatzuntersuchungen zur kontinuierlichen Zuschauerforschung	224
6.5. Projekte der ZDF-Forschungsabteilung	229
6.6. Besondere Forschungsaktivitäten einzelner Landesrundfunkanstalten, ihrer Werbegesellschaften und der ARD	
6.6.1. Fernsehforschung für das ARD-Gemeinschaftsprogramm	237
6.6.2. Fernsehforschung für die regionalen Vorabendprogramme und das Werbefernsehen	242
6.6.3. Fernsehforschung für die Dritten Programme	246
6.6.4. ARD-Studie »Massenkommunikation 1964–1970–1974«	254
6.7. Forschungsprojekte der Medienkommission von ARD und ZDF	
6.7.1. Die Bildung einer gemeinsamen Kommission von ARD und ZDF für die Medienforschung	261
6.7.2. Die Gutachten zur Fernsehforschung	266
6.7.3. Fernsehen als Sozialisationsfaktor – Ein Forschungsprojekt zu den Gewaltdarstellungen im Fernsehen ...	270
6.7.4. Sonderuntersuchungen	276
6.7.5. Die Ausschreibung der kontinuierlichen Zuschauerforschung ab 1975	285
6.8. Forschungsprojekte zu speziellen Programmangeboten von Hörfunk und Fernsehen im Bildungsbereich	288
7. Hörer- und Zuschauerforschung im Wandel: 1975–1979	
7.1. Neue Ansätze in der Hörerforschung der Landesrundfunkanstalten	299
7.2. Die Funkmedienanalyse 1976 (FMA '76)	307
7.2.1. Hörerforschung für Minderheitensendungen	307
7.2.2. Mündliche Stichtag- und schriftliche Anhebefragungen	310
7.3. Grundlagenstudie und Nachrichtenuntersuchung des Hans-Bredow-Instituts	314

7.4. Die kontinuierliche teleskopie-Zuschauerforschung	
7.4.1. Der Aufbau des teleskopie-Systems	321
7.4.2. Die Erweiterung des teleskopie-Systems	327
7.4.3. Das teleskopie-Berichtswesen	334
7.4.4. teleskopie-Sonderauswertungen	342
7.5. Ausblick	348
Quellen- und Literaturverzeichnis	362
Verzeichnis der Dokumente, Abbildungen, Tabellen und Graphiken	392
Abkürzungen	397
Register	399