

Hans Paukens
Andreas Schümchen (Hrsg.)

Programmplanung – Konzepte und Strategien der Programmierung im deutschen Fernsehen

Dokumentation einer Veranstaltung
der Adolf Grimme Akademie
vom 15. Oktober 1997
im Rahmen des BLM Rundfunkkongresses

EDITION GRIMME | Band 1
Schriftenreihe des Adolf Grimme Instituts



Mit freundlicher Unterstützung der IP Deutschland

Verlag Reinhard Fischer

Inhalt

Vorwort

Hans Paukens7

Einführung

Programmplanung – Konzepte und Strategien der Programmierung im deutschen Fernsehen

Andreas Schümchen9

Programmplanung als Erfolgsfaktor

Das Ganze ist mehr als die Summe der Teile

Jan Körbelin13

Praxis und Probleme der Programmplanung

Programm ist nicht nur das, was man sieht

Thomas Jansing25

Zielsetzungen der Programmplanung

Eine vielfaltsorientierte Angebotskonzeption verfolgen

Martin Berthoud29

Wer kein Profil hat, wird nicht überleben

Markus Schöneberger36

Die Dramaturgie des Programmtages

Vollprogramme werden wichtiger

Ulrich Anschütz46

Die Dramaturgie des Programmtages

Auf Programmgüte zurückgreifen

Nicolas Paalzow54

Programmplanung in den USA

Mehr Zuschauer in der gewünschten Zielgruppe erreichen

Horst Stipp59

Welche Hilfen stellt die TV-Forschung den Programmplanern zur Verfügung?

Seit 30 Jahren dient Forschung der Programmplanung

Bernward Frank66

Daten, Analysen und Perspektiven für den Programmmerfolg

Hedwig Zehetner71

Was erwarten die Vermarkter von der Programmplanung?

Kontinuität in der Programmierung ist wichtig

Thomas Sudholt76

Der Programmplaner: Helfer zum Erfolg oder »Immer der Schuldige«?

Den Bedarf definieren

Gabriele M. Walther84

Programm-Promotion: Zusammenarbeit zwischen Zuschauermarketing und Programmplanung

Der Käufer diktiert, was gesehen wird

Marcel Mohaupt87

Auf Umwegen zum Zuschauer

Dietmar Zimmermann90

Zusammenfassung

Keine trockene Materie

Frank Thomsen92

Autoren.....102