

# Sendertreue

Zuwendungen von Zuschauern zu Programmen hängen zumindest zum Teil ab von der sogenannten *Sendertreue*. Dass Zuschauer immer wieder die gleichen Sender einschalten, ist an Bindungen geknüpft, die sich wiederum dreifach ausbilden können:

- (1) als *Sendertreue* (im engeren Sinne) – als Treue zu einem spezifischen Kanal,
- (2) als *Sendeplatztreue* – als Treue zu einem spezifischen Sendeplatz, insbesondere zu Serien,
- (3) als *Programm- oder Sendungstreue* – als Treue zu einem besonderen Programm, das in aller Regel mit einem festen Sendeplatz koordiniert ist.

Da es ein elementares Ziel von Fernsehsendern ist, Zuschauer an sich zu binden, reflektiert das *Programmieren* genau diese Formen der „Treue“ und darf darum auch als eine der Manifestationen des Sender-Marketing angesehen werden - es geht um die Kunst, ein Fernsehprogramm in einer gewissen stilistischen Homogenität für ein Publikum zu strukturieren, heterogene Bestandteile in eine nachvollziehbare Abfolge zu bringen, Spannungs- und Themenbögen für eine gewisse Adressatengruppe zu konzipieren, und auch, wenn attraktive und populäre oder einfach nur bekannte und angesehene Programme neben unbekannte oder neue platziert werden, steht die Vorstellung eines „rezeptiven Stils“ im intentionalen Hintergrund.

Literatur: Brosius, Hans-Bernd / Wober, Mallory / Weimann, Gabriel: The loyalty of television viewing: How consistent is TV-behavior? In: *Journal of Broadcasting and Electronic Media* 36, 1992, pp. 321-335. – Zubayr, Camille: *Der treue Zuschauer? Zur Programmbindung im deutschen Fernsehen*. München: Reinhard Fischer 1996 (Angewandte Medienforschung. 5.).

From:

<http://filmlexikon.uni-kiel.de/> - **Das Lexikon der Filmbegriffe**

Permanent link:

<http://filmlexikon.uni-kiel.de/doku.php/s:sendertreue-5323>

Last update: **2012/10/13 17:44**

