



Unsinn in den Medien – Vom allzu sorglosen Umgang mit Daten: Prozentangaben

48,9 % Marktanteil: Jeder 2. Deutsche Seher unter 49 dabei

Millionen bei RTL-Urwaldspielchen

Deutschland blieb da wach: 5,48 Millionen Zuschauer wollten Montag um 23 Uhr auf RTL sehen, wie „leider nein“-Superstar Daniel Külböck, seinen Kopf ins „Terroraquarium“ steckte, und so den Kakerlaken Gelegenheit bot, über sein Gesicht zu spazieren.

Der Marktanteil in

der für die Werbung interessanten Zielgruppe der 14-49-Jährigen erreichte bei den Nachbarn den atemberaubenden Wert von 48,9 %. Das bedeutet, dass bei einem Angebot von über 35 Sendern jeder 2. Deutsche das spätabendliche tolle Treiben verfolgte.

In Österreich sahen

immerhin auch 166.000 zu.

Daniel Külböck brach zwar die Dschungelprüfung ab und wurde dann von den Zuschauern durch das Telefon-Voting vor weiteren Unannehmlichkeiten bewahrt. An seiner Stelle musste die Moderatorin Caroline Beil in ein Straußen-Gehege.

Foto: RTL

(KRONEN-ZEITUNG, 14.1.2004)

Kommentar: Wirklich unglaublich: 5,48 Millionen Deutsche blieben *dafür* wach! Ein Marktanteil von 48,9 % unter den 14- bis 49-Jährigen würde jedoch laut Definition des Marktanteils bedeuten, dass unter jenen Deutschen dieser Altersklasse, die um diese Uhrzeit noch fern gesehen haben, (fast) jeder 2. „das spätabendliche tolle Treiben verfolgte“. Das ist natürlich ganz etwas anderes als einfach (fast) „jeder 2. Deutsche“: Letzteres würde bedeuten, dass ca. 40 Millionen Deutsche zugesehen hätten. Da ähnelt die Qualität des Zeitungsartikels wohl jener der RTL-„Show“.

(Für den Kommentar verantwortlich: Andreas Quatember, IFAS)