

→ Zusammenfassungen

Horst Stipp Verdrängt Online-Sehen die Fernsehnutzung?

Zehn aktuelle
Medientrends
in den USA.
MP 5/2009,
S. 226–232

Technologische Neuerungen und ihre Folgen sind oft zuerst in den USA zu beobachten. Welche Trends zeigen sich im dortigen Mediensektor?

Da in den USA der Erwerb neuer Medientechnologien immer weiter ansteigt, erhöht sich in den Haushalten auch die verfügbare Auswahl an Medien. Die verschiedenen Medien werden oftmals gleichzeitig genutzt, das so genannte Multitasking nimmt zu. Das Phänomen Multitasking ist einer der Gründe, warum die Fernsehnutzung trotz vielfältiger neuer Medien nicht gesunken ist. Vielmehr wird in allen Zielgruppen mehr ferngesehen als beispielsweise vor der Verbreitung des Internets. Als Gründe für die anhaltende Attraktivität des Fernsehens sind u. a. auch die gestiegene Programmauswahl – durchschnittlich können US-Bürger 119 Kanäle empfangen – und nicht zuletzt neue Impulse durch HDTV zu sehen.

Einer der wichtigsten Medientrends in den USA ist die Fragmentierung des Fernsehkonsums. Viele Abonnenten digitaler Programmpakete haben mehr als 200 Sender zur Verfügung. In der Konsequenz hat sich der Wettbewerb unter den Sendern verschärft. Hatten die großen Networks vor 20 Jahren noch Marktanteile von 20 bis 25 Prozent, erzielt heute selbst der Marktführer nur noch knapp 11 Prozent. Diese Fragmentierung führt dazu, dass selbst die großen Networks teilweise dazu übergehen, zielgruppenspezifische Sendungen ins Programm zu nehmen anstatt möglichst breite Bevölkerungskreise anzusprechen.

Computer, Onlineaktivitäten und deren Stellenwert für die Konsumenten sind in den USA im Wandel. Das Online-Sehen hat deutlich zugenommen. Allerdings zeigt sich, dass gut vier Fünftel der Online-Seher im Internet Sendungen anschauen, die sie im Fernsehen versäumt haben oder die sie ein weiteres Mal sehen wollen. Das Internet wird hier also als Ergänzung zum Fernsehen eingesetzt.

Ein weiterer wichtiger Trend ist das steigende Interesse an Inhalten auf Abruf und an zeitsouveränem Sehen mittels digitalem Videorecorder (DVR). Durchschnittlich werden im Fernsehen weniger als 5 Prozent aller Sendungen zeitversetzt gesehen. Aber die zeitversetzte Nutzung konzentriert sich auf Primetime-Hits; bei erfolgreichen Serien wie „The Office“, „Grey's Anatomy“ und „CSI“ findet schon über 25 Prozent der Nutzung zeitversetzt statt.

Nicht alle neuen Medientechnologien finden in den USA schnelle Verbreitung. So entwickeln sich Mobile Video (Handy-TV), interaktives Fernsehen und IPTV nur langsam.

Der elektronische Programmführer (EPG) ist unbestritten ein immer wichtiger werdendes Element in der digitalen Fernsehwelt. Eine Analyse des Marktes zeigt jedoch, dass sich der EPG in vielerlei Hinsicht noch in einer frühen Entwicklungsphase befindet. Bisher spielen beispielsweise EPGs bei Anschaffungsentscheidungen der Nutzer für Set-Top-Boxen nur eine geringe Rolle. Auch ein echter Wettbewerb zwischen den Anbietern von EPGs existiert nicht, da Kaufentscheidungen für einen bestimmten Decoder zumeist gleichbedeutend sind mit der Entscheidung für den im Gerät mitgelieferten Navigator. Das Nutzerpotenzial ist außerdem noch weitgehend unerschlossen. Bislang sind es überwiegend technikaffine Early-Adopters, die den EPG umfassend in ihre Programmauswahlstrategien integrieren.

Eine spezielle Untersuchung zur Nutzung von EPGs, in der eine repräsentative Befragung mit qualitativen Gruppendiskussionen kombiniert wurde, zeigt, dass die Integration des EPGs in den Nutzeralltag ein allmählicher Prozess ist. Für Vielseher übernimmt der EPG bereits heute eine wichtige Funktion, um die Nutzung ihres relativ breiten Kanalrepertoires zu steuern. Für viele andere Nutzer ist der EPG bislang vor allem eine kurzfristig genutzte Navigationshilfe, vorhandene weitergehende Funktionen und Personalisierungspotenziale werden nur in geringerem Umfang genutzt. Grundsätzlich steigt mit der Nutzung der weitergehenden Funktionen auch die wahrgenommene Wichtigkeit des EPGs. In Umfang und Art der EPG-Nutzung existieren zurzeit noch geschlechts- und altersspezifische Unterschiede.

Eine verstärkte Nutzung des EPGs – auch als längerfristiges Planungsinstrument – setzt ein höheres Maß an Konvenienz und Komfort voraus, als es bei den jetzigen Systemen zumeist gegeben ist. Größere Schwachpunkte sind zu lange Ladezeiten, unübersichtliche Überblicksdarstellungen, der geringe Visualisierungsgrad und fehlende redaktionelle Programmbewertungen. Um das Potenzial des EPGs als zentrale Programminformationsquelle in der digitalen Fernsehwelt zu realisieren, ist aber auch eine branchenübergreifende Zusammenarbeit und Offenheit erforderlich, da kein Akteur den Markt allein entwickeln kann.

Birgit Stark
Digitale Programmnavigation
Eine Bestandsaufnahme der Marktlage und der Nutzungsgewohnheiten der Zuschauer.
MP 5/2009,
S. 233–246

*Oliver Turecek/
Helmut Bärner/
Gunnar Roters*
**Videomarkt und
Videonutzung 2008**
Optimistische Prognosen trotz leichter Umsatzrückgänge.
MP 5/2009,
S. 247–256

Trotz leichter Umsatzrückgänge blickt die Home-Entertainment-Branche – nicht zuletzt aufgrund des neuen Hoffnungsträgers Blu-Ray-Disc – optimistisch in die Zukunft. Prognosen gehen in den nächsten Jahren von hohen Zuwachsraten beim DVD-Nachfolger aus. Fraglich ist allerdings, ob die Blu-Ray-Disc nicht eines der letzten optischen Speichermedien ist, sollten sich Videoportale in Internet und IPTV weiter verbreiten. Zudem haben die Videoverleiher mit einer Reihe von Problemen zu kämpfen, wie insbesondere der Trend zu verkürzten Auswertungsfenstern und der Schaden durch Raubkopien. Die Lage auf dem Verkaufsmarkt stellt sich jedenfalls deutlich besser dar als auf dem Verleihmarkt. So erfreut sich der DVD-Verkauf ungebrochener Attraktivität, während die Fußball WM 2008 und die Finanzkrise das Verleihgeschäft beeinträchtigen. In den letzten Jahren hat sich die DVD-Technik in den deutschen Privathaushalten rasant verbreitet, sodass die Vollversorgung mit DVD-Geräten nahezu erreicht ist. Auch bei Festplattenrecordern gab es Zuwächse.

In den Top-10 des Verleih- wie auch des Verkaufsmarkts spiegelt sich die deutsche Kino- und Filmlandschaft wider. Auf die größte Publikumsresonanz stießen vorwiegend internationale Produktionen vor allem US-amerikanischen Ursprungs. Aber auch Sendungen, Serien und Filme aus dem aktuellen Fernsehprogramm sowie TV-Klassiker, die zusätzlich auf DVD herausgebracht werden, sind inzwischen eine feste Größe im Videomarkt geworden.

Aus den Daten des GfK-Fernsehpanels, das noch auf Daten zur Nutzung der privaten VHS-Recorder beschränkt ist, ergibt sich, dass die Präferenz für Kaufkassetten gegenüber Eigenaufnahmen nach wie vor anhält. Die Hauptnutzungszeit ist weiterhin zwischen 21.00 und 22.00 Uhr. Bei den Eigenaufnahmen überwiegen fiktionale Inhalte, das heißt Spielfilme, Fernsehfilme und Serien.

Die Qualität von Fernsehnachrichten wird – wie Medienqualität generell – als multidimensionales Konstrukt begriffen: Vielfalt, Relevanz, Professionalität, Akzeptanz sowie Rechtmäßigkeit sind die Dimensionen, die in der maßgeblichen Literatur der journalistischen Profession wie der wissenschaftlichen Auseinandersetzung als Qualitätskriterien diskutiert werden. Die Befunde der bestehenden empirischen Forschung decken die Vielfalt der Qualitätsindikatoren längst nicht ab. Der Schwerpunkt der Untersuchungen befasst sich vorrangig mit den thematischen Strukturen der Sendungen.

Allerdings belegt der empirische Forschungsstand dennoch eindeutig nach wie vor bestehende Qualitätsunterschiede der Nachrichtensendungen von öffentlich-rechtlichen und privaten Anbietern: Öffentlich-rechtliche Sendungen haben ihren Relevanzschwerpunkt eindeutig in der Politikberichterstattung, während die privaten Anbieter auch in den letzten Jahren auf nicht-politische Themen setzen. Zudem ist bei ihnen ein verstärkter Trend zur Visualisierung von Emotionen zu verzeichnen.

Gleichwohl haben die privaten Anbieter auf dem Gebiet der Akzeptanz, indiziert durch Qualitätsurteile der Fernsehzuschauer und operationalisiert durch Befragungen, zweifellos aufgeholt, wenn auch den Hauptnachrichtensendungen von ARD und ZDF nach wie vor die höchste Kompetenz zugeschrieben wird. Die privaten Sender setzten – da der Publikumszuspruch für sie die zentrale Währung ist – stärker als die Öffentlich-rechtlichen auf boulevardeske Elemente. Dies entspricht der Anforderung des „Grundstandards“ an die privaten Anbieter, wie sie das Bundesverfassungsgericht formuliert hat und bedeutet im dualen System einen Zuwachs außenpluraler Nachrichtenvielfalt für den Fernsehzuschauer. Es muss allerdings bezweifelt werden, dass die Summe aller privaten Nachrichtensendungen in ihrer momentanen Ausprägung als außenplurales Substitut öffentlich-rechtlicher Nachrichten fungieren könnte. Legt man die derzeitigen Qualitätsunterschiede der Sendungen zugrunde, muss man folgern: Ohne öffentlich-rechtliche Nachrichtensendungen wäre derzeit die von der Gesellschaft eingeforderte Qualität des Fernsehnachrichtenangebotes in Deutschland nicht mehr gewährleistet.

Gregor Daschmann
Qualität von Fernsehnachrichten: Dimensionen und Befunde
Eine Forschungsübersicht.
MP 5/2009,
S. 257–266

