

## → Zusammenfassungen

Marie Luise Kiefer  
20 Jahre privater  
Rundfunk

Versuch einer Bestandsaufnahme aus medienökonomischer Perspektive.  
MP 12/2004,  
S. 558-568

In den vergangenen 20 Jahren unterlag das Mediensystem massiven Umwälzungen, die bis heute anhalten. Zu erklären sind sie allein im Kontext von Veränderungen des gesellschaftlichen Produktionssystems und der gesellschaftlichen Normen und Leitwerte seit den 1970/80er Jahren. Die Zulassung und Entwicklung privaten Rundfunks und der Wandel des Mediensystems insgesamt in Deutschland und anderswo müssen als Teil der Herausbildung des postfordistischen Kapitalismus begriffen werden. Stichworte für diese Veränderungen im Medienbereich sind neue Informations- und Kommunikationstechniken, Deregulierung und Globalisierung. Der Wohlfahrtsstaat, geprägt auch durch die Theorien von John Maynard Keynes, geriet damit ebenfalls in eine Krise; er wird zunehmend ersetzt durch einen Wettbewerbsstaat, der sich vor allem an der internationalen Standortkonkurrenz orientiert.

Für die Medien bedeutete dieser Wandel vor allem eine Ökonomisierung und eine wachsende Dominanz des Regimes der Wirtschaft über das der Publizistik (Medien als Wirtschafts- und Kulturgüter). Die privaten Rundfunksender sind eingespannt in eine zunehmend komplexe Verwertungsstrategie großer, international operierender Konzerne. Formatisierung des Programms und crossmediale Vermarktung sind Elemente dieses Geschäftsmodells.

Wer zählt 20 Jahre nach dem Startschuss für privaten Rundfunk in Deutschland zu den Gewinnern des dualen Systems? Nach Ansicht der Autorin sind es die Werbewirtschaft sowie die Film- und Fernsehproduktionswirtschaft, nicht jedoch die Sender, nicht die Zuschauer und nicht die Politik, wenn auch politische Wünsche nach einem regierungs-, sprich damals: unionsgeneigten Rundfunk für die Zulassung privaten Rundfunks eine große Rolle spielten. Die Politik unterschätzte die Dynamik der einmal entfesselten Marktkräfte im Zusammenspiel mit neuen Techniken, mit dem Resultat, dass sich der private Sektor zunehmend weniger steuern lässt – gleichzeitig aber auch eine weitgehende Entpolitisierung des Programms erfährt. Um die gesellschaftliche Funktion und die Gemeinwohlorientierung des Rundfunks intakt zu halten, ist daher eine Stärkung der zweiten Säule des so genannten dualen Systems, des öffentlich-rechtlichen Rundfunks, erforderlich. Im Gegensatz zu den USA sind immerhin in Deutschland und Europa hierfür die Strukturen weiterhin vorhanden.

Horst Stipp  
Die Fernsehentwicklung  
in den USA – 10 Jahre  
danach

Was aus einer Prognose aus dem Jahr 1994 wurde.  
MP 12/2004,  
S. 569-575

Im August 1994 legte der Autor in Media Perspektiven eine Prognose über die voraussichtliche Entwicklung des Fernsehens in den kommenden zehn Jahren vor. Diese Prognose unterschied sich in wichtigen Punkten von vielen anderen Voraussagen der damaligen Zeit. Im Gegensatz zu den damals häufig zu vernehmenden Erwartungen, dass das Fernsehen Teil eines „Electronic Superhighway“ werden würde, der sich hauptsächlich

auf den PC stützen und dessen Charakteristikum die „interaktive“ Nutzung durch den Zuschauer sein würde, beruhte die Prognose von 1994 auf der Annahme, dass wesentliche Elemente des gewachsenen Fernsehsystems auf absehbare Zeit ihre Gültigkeit behalten und Veränderungen im Nutzerverhalten daher eher graduell vonstatten gehen würden.

Nach Ablauf der zehnjährigen Frist erweist sich nun, dass diese vorsichtige Prognose im Wesentlichen richtig war, vor allem weil sie in erster Linie von den Einstellungen und Bedürfnissen der Mediennutzer ausging und nicht allein von den technischen Möglichkeiten, die zweifellos durch die Digitalisierung gegeben waren. So zeigte sich beispielsweise, dass zwar der Anteil der Kabel- und Satellitenhaushalte in den USA auf etwa 85 Prozent gestiegen, die Zahl der verfügbaren Fernsehkanäle in diesen Haushalten ebenfalls drastisch gewachsen ist, die Nutzung des Fernsehgeräts sich aber weiterhin vor allem auf „konventionelles“ Fernsehen konzentriert und der Anteil der Pay-TV-Angebote sowie der neuen Dienste an der Nutzung relativ gering geblieben ist. Stärker als vorausgesagt hat sich in den USA die Nutzung des DVD-Players entwickelt. Der Marktanteil der großen Networks ist gegenüber den Kabelkanälen schneller gesunken als erwartet. Kaum vorzusehen war im Jahr 1994 die große Bedeutung, die der elektronische Programmführer (EPG) inzwischen als zentrale Nahtstelle zwischen digitalen Fernsehangeboten und den Nutzern erlangt hat.

Es bestätigt sich damit die Erkenntnis, dass Prognosen im Medienbereich auf den Interessen der Nutzer und Konsumenten aufsetzen müssen und nicht auf technikdeterminierten Modellen. In der mittleren Sicht dürfte das breitbandige Internet zumindest in den USA eine stärkere Rolle spielen; außerdem ist ein Anstieg des „Multi-tasking“, der gleichzeitigen Nutzung verschiedener Medien zu erwarten. Die Nutzerinteressen ändern sich jedoch relativ langsam, weshalb in den USA auch der analoge Switch-off von 2006 auf 2009 verschoben wurde. Prognosen für die kommenden zehn Jahre sollte man daher skeptisch gegenüberstehen.

Seit 1998 erfasst das Dortmunder FORMATT-Institut die Auftragsproduktionen aller deutscher Fernsehsender. Die Basisdaten dieser Langzeitstudie zeigen programmliche Trends, Stärken und Schwächen einzelner Produktionsstandorte wie auch die programmwirtschaftlichen Potenziale in Deutschland. Mittlerweile spielen die so genannten Auftragsproduktionen eine wichtige Rolle für die Programme der Fernsehsender. Die mit Abstand volumenstärkste Produktionsgruppe ist die RTL Group geblieben, die nun nach dem Zerfall der KirchMedia-Gruppe weit an der Spitze steht.

Naturngemäß spielen die Aufträge der privaten Fernsehsender für die Produktionsbranche eine dominierende Rolle. Aber auch die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten vergeben immer mehr

Ulrich Pätzold/  
Horst Röper  
Fernsehproduktions-  
markt Deutschland  
2001 bis 2002

Fortschreibung der FORMATT-Studie über Konzentration und regionale Schwerpunkte der Auftragsproduktionsbranche.  
MP 12/2004,  
S. 576-583

Aufträge an Produktionsunternehmen. Gerade diese Aufträge bleiben unverzichtbar, um das Qualitätsniveau in der Produktionsbranche zu sichern.

Der Beitrag beschreibt die Anlage der Studie und stellt ausgewählte Ergebnisse aus den Jahren 2001 und 2002 in einen vergleichenden Zusammenhang mit den Ergebnissen der Vorläuferstudie. So war das Gesamtvolumen der Auftragsproduktion in den Jahren 2001 und 2002 weniger rückläufig als befürchtet. Während die Aufträge für das Genre Fiction kontinuierlich gestiegen sind, wurden die Informationsgenres weniger beauftragt. Besondere Beachtung finden die Verschiebungen zwischen den Standorten Nordrhein-Westfalen, Bayern, Berlin und Hamburg. Einbezogen in diese Produktionsstudie ist auch der Kinofilm, dessen strukturelle Voraussetzungen nach wie vor unbefriedigend bleiben.

*Maria Gerhards/  
Walter Klingler*  
**Programmangebote  
und Spartenutzung im  
Fernsehen 2003**  
Analyse auf Basis  
der AGF/GfK-Pro-  
grammcodierung.  
MP 12/2004,  
S. 584-593

Bei leicht zugenommener Fernsehnutzung (Tagesreichweite, Seh- und Verweildauer) ist die Verteilung der Angebote und der Nutzung der TV-Programmsparten 2003 im Vergleich zu den Vorjahren stabil geblieben. Information/Infotainment überwiegt im Angebot, Fiction nimmt den ersten Platz in der Nutzung ein. Die hohen Verweildauern führen allerdings dazu, dass rund zwei Drittel aller Bundesdeutschen am Tag zumindest kurz Kontakt mit der Programmsparte Information haben.

Auf der Basis von 20 Fernsehprogrammen, die zusammen 91 Prozent der Fernsehnutzung reprä-

sentieren, erlaubt die Analyse der AGF/GfK-Programmcodierung Aussagen über die Programmangebote und Spartenutzung im deutschen Fernsehen. So entfiel im Jahr 2003 mit 47 Prozent der angebotenen Sendeminuten der größte Anteil auf die Angebotssparte Information/Infotainment, 24 Prozent auf Fiction, 10 Prozent auf Unterhaltung, 8 Prozent auf Werbung, 7 Prozent auf Sport und 5 Prozent auf Sonstiges. Am stärksten genutzt wurde mit 35 Prozent der gesamten Fernsehnutzung der fiktionale Bereich, dicht gefolgt vom Bereich Information/Infotainment (33%) sowie von Unterhaltung (15%), Werbung (8%), Sport (7%) und Sonstiges (3%).

Während die Nutzung von Information/Infotainment mit zunehmendem Alter ansteigt, ist der Fictionanteil umso höher, je jünger die Zuschauer sind. Bezogen auf den gesamten Fernsehtag ist ein durchschnittlicher Zuschauer 50 Jahre alt; der durchschnittliche Informations-/Infotainmentseher ist 54 Jahre alt, bei der Programmsparte Fiction beträgt das Durchschnittsalter 47 Jahre, bei Unterhaltung 51 Jahre und bei Sport 53 Jahre. Bezogen auf soziodemographische Gruppen und die Bevölkerungstypologie nach Sinus-Milieus gilt nach wie vor eine deutliche Segmentierung in den Bedürfnissen der Zuschauer.

Hinsichtlich des Angebots und der Nutzung dominieren ARD und ZDF die informationsorientierten Programmbereiche eindeutig. In einem Vergleich mit dem Jahr 1998 zeigt sich sogar, dass der öffentlich-rechtliche Rundfunk hier seine Position weiter ausgebaut hat.

