

Das Konvergenzthema in Zuschauererwartungen und Expertenmeinungen am Beispiel Niederlande

→ Fernsehnutzung im digitalen Zeitalter*

Von Wim Bekkers**

Manchen Vorstellungen zufolge bedeuten neue technische Entwicklungen wie Digitalisierung, Datenautobahn und Computerisierung das Ende der bisherigen Formen des Fernsehens. Das traditionelle Fernsehen werde verschwinden, der „passive“ dem „aktiven“ Zuschauer Platz machen und der Computer an die Stelle des Fernsehens treten – ein Szenario, das unter dem Thema „Konvergenz“ diskutiert wird (vgl. den Beitrag von Horst Stipp in diesem Heft).

Andere Prognosen setzen Fragezeichen hinter eine schnelle Entwicklung und große Veränderungen als Folge der Digitalisierung, unter anderem mit dem Hinweis auf die Geschichte, die zeige, daß noch nie ein neues Medium ein bestehendes Medium verdrängt hat. Und es gibt Experten, die erklären, daß Fernsehen und Computer als Folge der technologischen Entwicklung eben gerade nicht zusammenwachsen, sondern sich auseinanderentwickeln werden.

Welche Auswirkungen sind von der Digitalisierung zu erwarten?

Mit welcher Entwicklung muß man nun rechnen? Dabei geht es nicht um die Frage, ob die Digitalisierung stattfinden wird – sie hat bereits begonnen –, sondern darum, in welchem Ausmaß und in welcher Geschwindigkeit Auswirkungen zu erwarten sind. Muß sich der öffentlich-rechtliche Rundfunk auf ein Zeitalter vorbereiten, in dem der Zuschauer andere Ansprüche stellen und auf andere Weise mit dem elektronischen Bildmedium umgehen wird? Um diese Frage zu beantworten, sind Erkenntnisse über die Funktionen des Fernsehens und der Fernsehnutzung von großer Bedeutung. Die Art und Weise, wie Menschen heute mit dem Fernsehen umgehen, bietet die nötigen Anknüpfungspunkte für den zukünftigen Gebrauch. Die Praxis lehrt nämlich, daß das Sehverhalten von heute die beste Vorhersagevariable für das Sehverhalten von morgen ist.

Daher ermöglichen Meinungen und Erwartungen von Fernsehpublikum und Fernsehexperten Einsicht in die Faktoren, die im Prozeß der technologischen Erneuerung und Entwicklung eine Rolle spielen können. In diesem Artikel soll keine Zukunftsprognose gestellt werden, vielmehr wird ein mögliches Szenario auf der Basis von bestehenden Einsichten, Fakten und Meinungen skizziert, um die Diskussion und das Denken über den Einfluß von elektronischen Medienentwicklungen zu fördern.

Meinungen und Erwartungen von Publikum und Experten

Im März 1997 führte die NOS-Medienforschung eine Untersuchung mit zwei Stichproben durch. Ziel der Untersuchung war, Meinungen und Erwartungen des Fernsehpublikums und von Experten zu neuen Technologien wie der Digitalisierung des Fernsehens zu erheben. Die repräsentative Publikumsstichprobe bestand aus 606 Personen ab 15 Jahren. Die Expertenstichprobe umfaßte 55 Funktionsträger auf Direktorenebene, die aus dem kommerziellen Rundfunk, dem landesweiten und regionalen öffentlich-rechtlichen Rundfunk, aus Werbeagenturen, unabhängigen Fernsehproduktionsunternehmen, Behörden und anderen audiovisuellen Bereichen kamen.

Die Zusammensetzung der Experten sollte vor allem die der Fernsehprogrammangebotsseite widerspiegeln. Es waren keine Repräsentanten der Medienindustrie beteiligt. Die Erhebung wurde von der für computergestützte Telefoninterviews (CATI) zuständigen Medienforschungsabteilung durchgeführt.

Publikum (65 %) wie Experten (82%) erwarten in den kommenden zehn Jahren mehrheitlich viele Veränderungen auf dem Gebiet des Fernsehens. Bei den zu erwartenden Veränderungen denkt das Publikum vor allem an die Ausweitung des kommerziellen Programmangebots, gefolgt von Pay-TV-Systemen und technischen Neuerungen wie dem Flachbildschirm, Breitbildfernsehen und das Zusammenwachsen vom Fernsehen und Computer. Nach Auskunft der Experten werden sich die wichtigsten Veränderungen beim Bezahlfernsehen, der Erhöhung der Zahl von Fernsehkanälen sowohl in Gestalt von Zielgruppen- wie von Spartenkanälen und beim interaktiven Fernsehen abspielen.

Publikum und Experten rechnen mit mehr Fernsehkanälen und Pay TV

Auf die qualitative Frage, ob man die neuen Entwicklungen wie digitale Decoder, interaktives Fernsehen und Pay TV gut oder nicht gut findet, antworteten beinahe drei Viertel der befragten Zuschauer (72 %) mit „nicht gut“, 20 Prozent meinten „gut“ und 8 Prozent hatten keine Meinung. Die wichtigsten Argumente für die ablehnende Haltung waren:

- zu teuer, man bezahlt schon genug;
- das bestehende Angebot ist gut genug;
- die Programme müssen für jedermann zugänglich bleiben.

Drei Viertel der befragten Zuschauer halten interaktives Fernsehen und Pay TV nicht für gut

Die Befürworter der neuen Techniken begründeten ihre Haltung mit folgenden Argumenten:

- man kann sein Programm selber bestimmen;
- die Zahl der Auswahlmöglichkeiten steigt;
- Bezahlung für Leistung ist eine positive Entwicklung.

* Übersetzung Media Perspektiven.

** Adviser, Abteilung Programmstrategie und -marketing von NOS, Hilversum.

Die zurückhaltende Reaktion eines großen Teils des Publikums zeigt sich zugleich in der Antwort auf die Frage, ob man die Möglichkeit, Programme auszuwählen, den Zeitpunkt des Sehens zu bestimmen und für das Gesehene extra zu bezahlen, begrüßt. Ein Fünftel (19%) würde dies sehr schätzen, ein Viertel (26%) einigermaßen, und mehr als die Hälfte (54%) würde dies nicht wollen.

Nur geringe Bereitschaft des Publikums, in Zukunft mehr für Fernsehen zu bezahlen

Derzeit bezahlt ein durchschnittlicher holländischer Haushalt jährlich ungefähr 400 Gulden (rund 355 DM) für die Rundfunkgebühr und für das Abonnement eines Kabelanschlusses. Knapp zwei Drittel der befragten Zuschauer (64%) qualifizierten diesen Betrag mit „viel“, nur 6 Prozent hielten dies für „gering“ und ungefähr ein Viertel (28%) fand diesen jährlichen Betrag „gerade richtig“. Die Bereitschaft des Publikums, in Zukunft freiwillig mehr für das Fernsehen zu bezahlen, scheint nicht groß. Zwei Drittel antworten auf die entsprechende Frage, hierzu nicht bereit zu sein, 18 Prozent äußerten sich positiv, und 15 Prozent können bislang keine definitive Antwort geben. Diejenigen, die (eventuell) bereit waren, mehr für Fernsehen zu bezahlen, nannten am häufigsten zwei schon bestehende Dienste, nämlich die Rundfunkgebühr für die öffentlich-rechtlichen Programme und das Kabelabonnement, erst danach folgen Pay per view, Abonnementfernsehen und der digitale Decoder.

Mehrheit der Experten erwartet Pay per view als wichtige Einnahmequelle für den Rundfunk, aber Vollprogramme bleiben dominierend

Die nachfolgenden Befunde beziehen sich ausschließlich auf die Meinungen der befragten Experten. Für 58 Prozent von ihnen werden Pay per view und dergleichen in zehn Jahren eine wichtige Einkommensquelle von Rundfunkveranstaltern sein, für 38 Prozent gilt das nicht, und 4 Prozent wissen es nicht. Nichtsdestotrotz bleibt Werbung nach der Meinung von 40 Prozent der Befragten am wichtigsten, für 31 Prozent sind es Pay-per-view-Dienste, und ein Viertel der Experten erwartet für beide Einkommensquellen ein ähnliches Niveau. Zwei Drittel weisen den Vollprogrammen für das kommende Jahrzehnt eine dominierende Rolle zu, 7 Prozent erklären, daß Spartenkanäle die General-interest-Kanäle überflügeln werden und ein Fünftel geht hier ebenfalls von einem Gleichgewicht aus.

Keine Einigkeit unter Experten zu zukünftigen Formen des Fernsehens

Die Experten sind uneinig über den zukünftigen Einfluß von digitalen Decodern, interaktivem Fernsehen, Pay per view und dergleichen auf das herkömmliche Fernsehen. Eine knappe Mehrheit (55%) erwartet, daß die derzeitigen Fernsehformen stark beeinflußt werden, während 42 Prozent glauben, daß man nur von einem begrenzten Einfluß sprechen kann. Betrachtet man die Auflistung der in diesem Zusammenhang für

am wichtigsten gehaltenen Entwicklungen, so kann man die meistgenannte, nämlich die Erhöhung der Zahl von General-interest- und von Spartenkanälen, nicht gerade als revolutionär bezeichnen:

- Steigende Zahl von Voll-/ Spartenprogrammen 40%
- Pay per view 29%
- interaktive Anwendungen 11%
- alle drei Dienste ungefähr gleich 15%
- weiß nicht 6%

Auffallend ist, daß die Experten Bedienerfreundlichkeit für einen weniger wichtigen kritischen Erfolgsfaktor der Entwicklung der digitalen Decoder halten als ein attraktives Programmangebot oder einen annehmbaren Preis. Wichtigste Erfolgsfaktoren sind nach Ansicht der Experten:

- Attraktives Programmangebot 36%
- annehmbarer Preis 36%
- Bedienerfreundlichkeit 15%

Eine knappe Mehrheit (55%) erwartet, daß Computer und Fernsehen zusammenwachsen werden, während ungefähr ein Drittel der Experten (31%) glaubt, daß beide Systeme getrennt bleiben werden. Für eine ziemlich große Gruppe (15%) ist dies noch eine offene Frage.

Die Sachverständigen, die an ein Zusammenwachsen glauben, nennen hierfür folgende Gründe:

- Die Technik macht es möglich;
- es ist eine logische Kombination;
- es gibt eine teilweise Integration;
- Nutzung von Computer und Fernsehen wachsen zusammen.

Die meistgenannten Gründe für getrennte Systeme sind:

- Nutzung von Computer und Fernsehen sind völlig verschieden;
- Fernsehen steht für Geselligkeit;
- Fernsehen ist ein Massenmedium, der Computer dagegen ein Individualmedium;
- die Vorstellung von der Konvergenz ist ein typisches Beispiel für reines Technikdenken.

Schließlich wurde gefragt, ob Computerentwicklungen und das Internet Einfluß auf das derzeitige Fernsehnutzungsverhalten haben werden. Zwei Drittel der Experten (65%) sehen in der Tat Einflüsse auf die Fernsehnutzung voraus, jedoch im begrenzten Umfang. Ein Viertel glaubt, daß die Entwicklung und der Gebrauch des Computers einen starken Einfluß auf den Stellenwert des Fernsehens haben werden, und 11 Prozent erwarten kaum einen Einfluß. Zwei Prozent haben keine Meinung.

Soviel zu den Meinungen und Erwartungen von Publikum und Experten. Deutlich ist geworden, daß bei der Allgemeinheit kein großer Enthusiasmus für die neuen Techniken besteht. Man

Wichtigster Erfolgsfaktor ist attraktives Programmangebot

Wachsen Computer und Fernsehen zusammen?

Experten sehen begrenzten Einfluß von Computer und Internet auf Fernsehnutzungsverhalten voraus

Publikum und Experten ohne Begeisterung für neue Techniken

befürchtet höhere Kosten, findet das bestehende Angebot groß genug und will, daß Fernsehprogramme für jedermann zugänglich bleiben. Es besteht daher auch wenig Neigung, in Zukunft freiwillig mehr für Fernsehdienste zu bezahlen. Alles in allem scheint es große Hindernisse für eine schnelle Entwicklung von neuen Multimediaanwendungen zu geben. Es wird erheblicher Anstrengungen bedürfen, um Akzeptanz beim breiten Publikum zu erreichen. Man begreift sehr gut, daß der bestehende offene Fernsehmarkt viel für wenig Geld zu bieten hat. Unter solchen Marktgegebenheiten sind Forschung und Marketing unabdingbar.

Die Expertenmeinungen über den Einfluß, den Decoder, interaktive Dienste und Pay per view auf die derzeitigen Formen des Fernsehens haben werden, sind geteilt und widersprüchlich. Mehr als die Hälfte glaubt, daß Fernsehen und Computer zusammenwachsen werden, nichtsdestotrotz erwartet eine Mehrheit lediglich einen begrenzten Einfluß auf die traditionelle Fernsehnutzung.

Trotz der Mißerfolge dreier Spartenkanäle in den Niederlanden sagen Experten weitere Expansion voraus

Angesichts der kürzlichen Mißerfolge einzelner Special-interest-Kanäle in den Niederlanden – Sport 7, Wetterkanal und Euro 7 – und der finanziellen Probleme einzelner kommerzieller Networks ist es bemerkenswert, daß die Experten eine steigende Anzahl von Special-interest-Kanälen erwarten. Dem steht gegenüber, daß man für die kommenden zehn Jahre den Fernsehvollprogrammen aber eine dominante Position vorausagt.

Daten zur Fernsehnutzung in den Niederlanden

Im Herbst 1997 war ein niederländischer Haushalt folgendermaßen mit Geräten der Unterhaltungselektronik ausgestattet: 73 Prozent besaßen einen Videorecorder, 82 Prozent verfügten über Videotext, 94 Prozent über eine Fernbedienung, in 44 Prozent der Haushalte gab es einen Computer und 37 Prozent besaßen ein zweites Fernsehgerät. Videorecorder, Fernbedienung und Videotext hielten Ende der 70er/Anfang der 80er Jahre in den Haushalten Einzug; es hat mithin also ungefähr 20 Jahre gedauert, bevor man von einer massenhaften Verbreitung sprechen konnte.

Nur 6% der Fernsehzeit entfallen auf Zweitgerätenutzung

Auffallend ist die begrenzte Zahl der Fernsehweitgeräte. Es sind in den Niederlanden mehr Haushalte mit einem Computer als mit einem zweiten Fernseher ausgestattet. Offensichtlich wird in den meisten Haushalten wenig Wert auf die Möglichkeit gelegt, gleichzeitig verschiedene Fernsehprogramme anzuschauen. Von der gesamten Fernsehzeit entfallen derzeit 6 Prozent auf das Sehen an den Zweitgeräten. Vor dem Zweitfernseher sitzen vor allem die jüngeren Zuschauer. An zweiter Stelle rangiert die Nutzung von Zweitgeräten im Schlafzimmer, die später am Abend eingeschaltet werden (nachdem man das Hauptgerät im Wohnzimmer ausgeschaltet hat).

Im Vergleich zu der geringen Ausstattung mit Fernsehweitgeräten verfügt eine knapp doppelt so große Anzahl von Haushalten über einen Videorecorder. Mit dem Videorecorder ist es möglich, ganz nach seinem eigenen Geschmack ein selbstgewähltes Programmenü zusammenzustellen. Die individuelle Programmauswahl unabhängig vom Programmschema der Fernsehveranstalter ist faktisch also schon eine geraume Zeit möglich. In der Praxis scheint aber diese Möglichkeit für die meisten Zuschauer wenig wichtig zu sein. In den Niederlanden entfallen seit Jahr und Tag nur 4 Prozent der Fernsehnutzungszeit auf den Videorecorder, in Großbritannien lautet der entsprechende Wert 5 Prozent, in der Schweiz sind es 4 Prozent und in Spanien 3 Prozent. Studien weisen darauf hin, daß in Deutschland 80 Prozent der Videorecorderbesitzer nicht in der Lage sind, ihren Apparat richtig zu programmieren. Alles in allem ist dies eine ziemlich paradoxe Situation: Es gibt viele Videorecorder, aber nur eine geringe Nutzung.

Die durchschnittliche tägliche Fernsehnutzungszeit pro Person liegt in den Niederlanden bei etwa 160 Minuten. Drei Viertel der Fernsehnutzung finden zwischen 18.00 und 24.00 Uhr statt, 7 Prozent morgens und 19 Prozent am Nachmittag. Die Sehbeteiligung ist tagsüber bis etwa 16.00 Uhr begrenzt auf durchschnittlich 3 bis 5 Prozent. Nach 16.00 Uhr steigt der Fernsehkonsum deutlich an. Die Zeit, die tagsüber mit Fernsehen verbracht wird, nimmt in den letzten Jahren nicht mehr zu, trotz des tagsüber stark gewachsenen Programmvolumens.

Untersuchungen zeigen, daß Fernsehen vor allem abends, in der wichtigsten Fernsehzeitphase, in hohem Maße eine soziale Aktivität ist. Es wird häufig zusammen mit anderen Personen ferngesehen. So wird zwischen 18.00 und 24.00 Uhr in Mehrpersonenhaushalten ungefähr die Hälfte der Fernsehzeit mit gemeinsamem Sehen mit zwei oder mehr Personen verbracht. Während der Prime time von 19.00 bis 22.00 Uhr steigt dieser Anteil auf über 50 Prozent. Für die wichtigsten niederländischen Vollprogramme werden zwischen 19.00 und 22.00 Uhr in Mehrpersonenhaushalten folgende Anteile für gemeinsames Fernsehen gemessen:

- Nederland 1	63 %
- Nederland 2	54 %
- Nederland 3	58 %
- RTL 4	59 %

Auffallend in der Liste der von Frauen meistgesehenen Programme im Jahr 1997 ist der große Anteil von Fußballspielen; zehn Sendungen in den Top 40 sind Fußballübertragungen. In der Liste der bei Frauen beliebtesten Programme

Videorecorder werden trotz hoher Haushaltsausstattung kaum genutzt

Abends wird in Mehrpersonenhaushalten häufig gemeinsam ferngesehen

Bei Frauen hat gemeinsames Fernsehen häufig Priorität vor eigenen Programmwünschen

kommt dagegen kein einziges Fußballspiel vor. Aus Meinungsumfragen während der Fußball-Europameisterschaften im Juni 1996 weiß man, daß nur eine Minderheit von Frauen am Fußball interessiert ist. Und doch wird Fußball massenhaft durch Frauen gesehen. Und obwohl sie dergleichen Sendungen nicht besonders schätzen, wird dem gemeinsamen Sehen von Fußballübertragungen oft der Vorzug vor Alternativen wie dem alleine Anschauen anderer Programme auf einem Zweitgerät gegeben.

Fazit

Was kann man aus diesen teilweise gegenläufigen Untersuchungsbefunden herauslesen? An erster Stelle erweist sich Fernsehen zum Zwecke des Zeitvertreibs im hohen Maße als Abendmedium. In den meisten Haushalten wird häufig gemeinsam am Hauptgerät im Wohnzimmer ferngesehen. Fernsehen ist keine Aktivität, die man vorzugsweise allein ausübt, die begrenzte Zahl von Zweitgeräten weist darauf hin. Da Frauen regelmäßig Fußballspiele ansehen, wird deutlich, daß gemeinsames Fernsehen häufig Priorität vor den eigenen Programmwünschen hat.

Fernsehen ist Abendmedium, das häufig gemeinsam genutzt wird

Von den Rundfunkanbietern zusammengestellte Programme haben Vorrang vor individuellem Programmieren

Die meisten Zuschauer bevorzugen ein Programmangebot, wie es die bestehenden Netzwerke zusammengestellt haben. Untersuchungen zeigen, daß dabei vor allem Unterhaltung und aktuelle Informationen bevorzugt werden. Daß man sich mit Hilfe des Videorecorders selbst ein individuelles Programm zusammenstellt - unabhängig von den Programmschemata der Veranstalter -, kommt in der Praxis kaum vor. Der Videorecorder hätte das Sehverhalten vollständig ändern können, das ist jedoch nicht geschehen. Im Gegenteil, bei näherer Betrachtung ist die Nutzung des Videorecorders marginal geblieben. Viele selbstaufgenommene Programme werden schlußendlich nicht ein einziges Mal gesehen.

Bei Diskussion um interaktives TV wird vergessen, daß Fernsehen vor allem der Entspannung dient

Dies alles zeigt, daß Fernsehnutzung für die meisten Menschen eine Form der Freizeitbetätigung ist, für die man nicht allzu viele Anstrengungen unternehmen muß. Die Programmwahlentscheidung des breiten Publikums legt auch nahe, daß man gerade besonders zu schätzen weiß, daß ein anderer, nämlich der Sender, das Programmangebot zusammenstellt. Veranstalter, die voll auf diese wesentlichen Fernsehfunktionen setzen und ein Programm aus Unterhaltung und aktuellen Informationen anbieten, sind dann auch im Vorteil. Angesichts des großen Aufgebens, das um die (interaktive) Fernseh Zukunft gemacht wird, kann leicht in Vergessenheit geraten, daß die meisten Menschen Fernsehen vornehmlich dazu nutzen, um sich nach einem anstrengenden Tag angenehm zu entspannen.

Hängt die Zukunft am Decoder?

Der digitale Decoder wird zweifellos kommen. Für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk, der sich weiter entwickeln und Anschluß behalten will an gesellschaftliche und technische Neuerungen, ist es eine geschäftliche Selbstverständlichkeit, sich ernsthaft mit den Möglichkeiten, welche die neuen Techniken für das Publikum bieten, zu befassen. Sich zu verweigern, würde von schlechtem Geschäftsgebahren zeugen und bedeuten, mögliche Wirkungen und neue Anwendungen nicht wahrzunehmen. Dabei geht es mit Blick auf das breite Publikum aller Wahrscheinlichkeit nach um langfristige Prozesse. Auf kurze Sicht sind keine revolutionären Veränderungen zu erwarten bei den wichtigsten Fernsehfunktionen und der Art und Weise, wie das Publikum mit Fernsehen umgeht. Videorecorder, die das Fernsehverhalten schon hätten radikal verändern können, haben dies nicht getan.

Decoderanwendungen wie Pay per view und interaktives Fernsehen erfordern vom Zuschauer ebenso wie der Computer Aktivität. Bislang ist nicht nachgewiesen, daß das Fernsehpublikum dazu viel Bereitschaft zeigt. Experimente haben bis jetzt eher enttäuschende Befunde erbracht. Fernsehen zeichnet sich gerade durch die Möglichkeit aus, größtenteils passiv zu bleiben.

Was sind also die Perspektiven für neue digitale Dienste wie Bezahlfernsehen in Ländern mit einem hochentwickelten, offenen Fernsehmarkt wie Holland oder auch Deutschland? Folgende Hindernisse stehen einer schnellen Entwicklung im Weg:

1. Der Zuschauer will nicht aktiv sein. Fernsehen ist ein impulsgesteuertes Verhalten; Telefonieren, um Programme zu bestellen, verlangt schon zuviel.
2. Dem Zuschauer steht bereits ein sehr umfangreiches Free-TV-Angebot zur Verfügung. Die beliebtesten Genres sind frei empfangbar. Mit anderen Worten, die notwendige Bedingung für eine schnelle Entwicklung für Pay per view ist die Verlagerung dieser beliebten Genres vom Free TV ins Bezahlfernsehen, das nur über den Decoder zugänglich ist. Das Debakel mit Sport 7 in den Niederlanden hat gezeigt, daß eine solche Verlagerung kaum zu realisieren ist. Es entstand eine Art Volksaufstand gegen das Vorhaben, nationale Fußballereignisse dem Free TV wegzunehmen und via Decoder nur gegen Extrabehaltung zur Verfügung zu stellen.

Es ist alles in allem doch noch sehr die Frage, ob digitale Decoder und alles, was sie an individueller Programmauswahl möglich machen, wie interaktives Fernsehen und ähnliches, weiterreichende Folgen für die Fernsehnutzung haben werden, als sie der Videorecorder hatte. Darum: Sich orientieren und einstellen auf neue Technologien? Ja. - Kurzfristig hohe Erwartungen haben? Nein.

Öffentlich-rechtlicher Rundfunk sollte Entwicklung beobachten und langfristige Prozesse begleiten

Hindernisse für neue digitale Dienste in den Niederlanden und in Deutschland

Digitalisierung wird kurzfristig kaum Einfluß auf die Fernsehnutzung haben

