



Institut für Medien- und  
Kompetenzforschung



Grimme  
Institut

## Presseinformation

### Programmstrategien 2015. Ein Szenario Stoffentwickler und ihre Optionen für den Content der Zukunft

Im Auftrag von:



#### Ein Blick ins Jahr 2015

Fragt man die Bewegtbild-Autoren und -Produzenten nach ihren Prognosen für das Fernsehen in fünf Jahren, so wird sich die vertraute Landschaft deutlich verändern. Das Fernsehen wird stark durch das Internet beeinflusst, die Programme verlieren allmählich ihren linearen Charakter. Die Zahl der Produktionsunternehmen wird weiter zurückgehen, aber die Zahl der Autoren wird sich erhöhen, nicht zuletzt durch neue Abspielkanäle im Internet oder auch durch Games. Dies sind erste Ergebnisse einer Studie, die wir Ihnen hier kurz vorstellen möchten.

#### Worum es in der Studie geht

Wie werden Bewegtbild-Programme im Jahr 2015 aussehen? Und was wird das für Autoren, Produzenten und Programmverantwortliche bedeuten? Diese Fragen stehen im Fokus des Projekts "Programmstrategien 2015. Ein Szenario", das vom Grimme-Institut gemeinsam mit dem MMB-Institut für Medien- und Kompetenzforschung durchgeführt wurde.

Auftraggeber des Projekts sind die LFK – Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg, LPR – Hessische Landesanstalt für den Privaten Rundfunk und neue Medien, sowie die MFG Filmförderung Baden-Württemberg.

#### Der besondere Ansatz

Erstmalig hat diese Studie die Personen befragt, die in der langen Kette der AV-Produktion ganz vorne stehen und die am weitesten in die Zukunft blicken müssen, um sich im Wettbewerb zu behaupten: Die Kreativen, die "Stoffentwickler", also Autoren und Produzenten. Insgesamt 76 Kreative standen in ausführlichen

Leitfadeninterviews Rede und Antwort. Zusätzlich zu den Kreativen wurden auch 15 Programmverantwortliche in Fernsehsendern befragt.

### Die Leitfragen

Die Untersuchung hat mit dieser Expertenbefragung sowie mit einer umfassenden Aufarbeitung der Literatur Antworten auf folgende Leitfragen ermittelt:

- Welchen Einfluss haben technologische Entwicklungen auf das Bewegtbild-Angebot? Wie werden sich die Crossmedialität und neue Distributionskanäle auf die Inhalte auswirken?
- Wie werden sich gesellschaftliche Einflüsse, vor allem die demographische Entwicklung auf die Angebote auswirken?
- Wie sehen zukünftig die ökonomische Situation und die Arbeitsprozesse von Autoren und Produzenten aus? Welche Perspektiven sehen sie für ihre Arbeit?

### Ausgewählte Ergebnisse in Kurzform

#### Die Autoren

- Die Zahl der freiberuflichen Stoffentwickler wird sich bis 2015 nach Auskunft vieler Befragter deutlich erhöhen.
- In fünf Jahren wird die Arbeit von Autoren nach deren Einschätzung am stärksten durch technologische Entwicklungen bestimmt werden.
- Trends aus dem Ausland werden der zweitwichtigste Einflussfaktor für die Arbeit als Stoffentwickler.
- Drei Viertel der befragten Autoren sehen für sich positive Berufsperspektiven.

#### Die Produzenten

- Die Zahl der Produktionsfirmen wird weiter sinken; dies betrifft vor allem die Sender-unabhängigen Produzenten.
- Große Unternehmen werden größer.
- Durch neue Produktionstechnologien, Plattformen und Formate entwickeln sich gute Chancen für kleine, flexible Produzenten.
- Die Wertschöpfungskette in der AV-Wirtschaft wird sich ändern; neue Modelle zur Content-Distribution kommen hinzu.
- Einzelne Kreative erproben neue Modelle der Rechteverwertung und Finanzierung.

#### Die Entscheider

- Programmmentscheider denken 2015 noch ökonomischer und orientieren sich noch stärker an Medienforschungsdaten.
- Die Fokussierung auf Qualität, "Markenpflege von Talenten" und eine Ausrichtung auf Zuschauer-Communities können Alternativen zum "Quotendiktat" sein.

## Ausgewählte Trends

Mehrere Trends haben nach Ansicht der Befragten einen besonders starken Einfluss auf die Bewegtbild-Angebote des Jahres 2015. Drei von ihnen werden hier ausführlicher erläutert:

### Dominanz des Internets

Wie auch immer sich das Fernsehen verändern wird - das Internet wird hierbei die wichtigste treibende Kraft sein. An diesem Punkt polarisieren die Meinungen der Befragten. 18% der Befragten - vor allem Autoren - unterstützen die These "Das Internet wird das Fernsehen weitgehend verdrängen" ohne Vorbehalte. Geringer fällt die Unterstützung aus bei Programmverantwortlichen und generell bei älteren Befragten.

Deutlich mehr Befragte tendieren zu der Idee einer Verschmelzung beider Medien (39%). Weitere 26% sehen für das Jahr 2015 eine teilweise Integration („nicht generell“).

### Auflösung linearer Programme

Spontan haben 29 Befragte (von 91) im Interview die Auflösung linearer TV-Programme prognostiziert, in der Mehrheit Produzenten und Autoren. Nur drei Programmverantwortliche können sich diese Entwicklung vorstellen.

Andere sind der Meinung, dass es trotz Festplattenrekorder und Internet-Download weiterhin lineare Vollprogramme und lineare Ausstrahlung von Sendungen geben wird. Für viele hängt dies von den jahrelang eingeübten Sehgewohnheiten ab - oder von der momentanen Befindlichkeit, sich entweder berieseln zu lassen ("lean back") oder aktiv nach Inhalten zu suchen ("lean forward").

### Übertragung des „Lagerfeuer-Effekts“ ins Virtuelle

Rund ein Drittel der Befragten bejahen die Aussage "Eine Individualisierung in der Mediennutzung wird einen starken Einfluss auf neue Medienformate und Inhalte nehmen."

Eine zunehmende Individualisierung der Rezeption und damit eine klare Abkehr vom "Lagerfeuer-Effekt", bei dem die ganze Familie sich um den Fernseher schart, sehen vor allem die Programmverantwortlichen in den Sendern. Die Produzenten hingegen rechnen weiterhin mit einem integrativen Programm für viele Zuschauer (Beispiele: "Schlag den Raab", "Stromberg").

Manche Befragten prognostizieren eine andere Integrationsfunktion des Fernsehens: Verschiedene Nutzer sehen die gleichen Inhalte zeitversetzt und auf verschiedenen Kanälen (DVD, TV, Video-Portale im Internet). Hierdurch könnte sich die programmbezogene Anschlusskommunikation sogar durch Social Networks und Microblogging zukünftig noch verstärken. Damit würde aus dem klassischen Lagerfeuer ein "virtuelles Lagerfeuer".

## Vier Szenarien zeigen die mögliche Zukunft 2015

Als Fazit der Studie werden auf Basis von ca. 130 Stunden Interviews sowie umfassenden Hintergrundrecherchen insgesamt vier Szenarien formuliert, wie die AV-Produktion im Jahr 2015 aussehen kann. Für verschiedene Szenario-Varianten wird gezeigt, welches Gewicht ihnen die Experten zumessen. Weiterhin werden Wege aufgezeigt, wie man als Bewegtbild-Anbieter auf die prognostizierte Situation reagieren kann.

### Szenario 1: Kontinuitäts-Programm ("Stay Tuned")

- Das Fernsehen von 2015 sieht weitgehend so aus wie 2010.
- Internet und Fernsehen sind zwei voneinander unabhängige Säulen im Mediensystem.
- Die Programme bleiben linear.
- Die Genres wechseln kaum bzw. bleiben den üblichen Modezyklen unterworfen.
- Zuschauer sind überwiegend an passiver Rezeption interessiert.
- Die Aussagen von rund einem Fünftel der Befragten passen zu diesem Szenario.

### Szenario 2: Kernkompetenz-Programm ("Reduce to the max")

- Das Fernsehen baut seine Stärken aus bzw. besinnt sich wieder auf sie.
- Fernsehen steht für hohes emotionales Involvement der Zuschauer.
- Programme werden durch qualitätsverbessernde Technologien aufgewertet (Dolby Surround, 3D, HDTV).
- Programm wird geprägt durch qualitativ hochwertige Sendungen: Live-Events, Spielfilme, Dokus.
- Andere Funktionen werden ins Internet verlagert.
- Auch dieses Szenario deckt sich mit den Aussagen von etwa einem Fünftel der Befragten.

### Szenario 3: Konvergenz-Programm ("All in one")

- Das Internet beginnt, das Fernsehen aufzusaugen.
- Fernsehen findet immer weniger linear statt, sondern überwiegend als Download-Angebot einzelner Sendungen.
- Programm ist sowohl auf dem Fernseher, dem Rechner und mobilen Endgeräten zu empfangen.
- Begleitende interaktive Angebote, Zusatzmaterial, Communities, Spiele sind selbstverständlich.
- Dieses Szenario deckt sich mit den Aussagen von etwa drei Fünfteln der Befragten.

## Szenario 4: Kompensations-Programm ("In the mood")

- Zuschauer wählen Programmangebote nicht mehr anhand von Sendungen oder Sendern aus, sondern nach Gefühlslagen, die sie bedienen.
- Ein Programmguide bietet ähnlich wie bei Musikfarben im Web-Radio Kanäle nach "Stimmungen" ab, die erzielt werden sollen, z.B. "Live suspense".
- Diese Möglichkeit der Programmgestaltung wird nur von sehr wenigen Befragten angesprochen, bietet aber eine interessante Alternative.

### Auftraggeber

Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg (LFK)

Hessische Landesanstalt für den Privaten Rundfunk und neue Medien (LPR – Hessen)

MFG Filmförderung Baden-Württemberg

### Projektbearbeitung

Grimme-Akademie  
Eduard-Weitsch-Weg 25  
45768 Marl

Telefon: 02365 / 9189-45  
Telefax: 02365 / 9189-89  
E-Mail: engler@grimme-institut.de  
Internet: www.grimme-akademie.de  
Projektleitung:  
Aycha Riffi

MMB-Institut für Medien- und Kompetenzforschung  
Folkwangstraße 1  
45128 Essen

Telefon: 0201 / 72027-0  
Telefax: 0201 / 72027-29  
E-Mail: info@mmb-institut.de  
Internet: www.mmb-institut.de

Projektleitung:  
Dr. Lutz P. Michel / Dr. Lutz Goertz