Einleitung

Autor(en): **Steinmann, Matthias**

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Medienwissenschaft Schweiz = Science des mass média Suisse**

Band (Jahr): **- (1995)**

PDF erstellt am: **25.05.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-790629

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.
Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.
Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

http://www.e-periodica.ch

Einleitung

In letzter Zeit entstand der Begriff ***«Super Highway der Daten»***, der nach Ansicht Mancher direkt in die schöne neue Welt führt. Wie wird aber diese Welt beschaffen sein? Darf man angesichts der bereits feststellbaren Trends und Entwicklungen überhaupt noch Prognosen wagen? Ich meine schon, aber mit Sicherheit haben wir es bei der Beurteilung der künftigen Entwicklungen im Bereich der elektronischen Massenmedien mit einer schwierigen Sache zu tun, die äusserst differenziert betrachtet werden muss – gerade wenn es um das Aufzeigen von ***möglichen Konsequenzen*** gehen soll.

Die ***Verbreitung von Programmen über Satelliten*** hat sich insbesondere im Fernsehbereich als interessant erwiesen. Zwar werden auch Radioprogramme quasi als Nebenprodukt mittels analogen Hilfsträgern übermittelt, jedoch konnte sich bis anhin der Radioempfang via Satellit noch nicht definitiv etablieren. Dies sollte sich in Zukunft ändern, zumal die Digitalisierung der Signale eine wesentlich bessere Tonqualität zur Folge hat.

Die ***digitale Signalverbreitung*** ermöglicht es in Zukunft, die Anzahl der Programme, die über einen einzelnen Satellitentransponder verbreitet werden, um einen Faktor von zehn zu erhöhen. Gleichzeitig werden die Ausstrahlungskosten für ein Programm von 12 Millionen auf etwa 1.2 Millionen Franken verringert. Durch diese Entwicklungen werden die Angebote wohl stark zunehmen, für die FernsehkonsumentInnen kann die Qual der Programmwahl effektiv entstehen. Zu denken geben muss diese technische Fernsehrevolution mit dem Bereitstellen von immer neuen Kanalkapazitäten auch einem öffentlich-rechtlichen Anbieter wie der SRG. Die Frage lautet: Wenn immer neue zusätzliche Programmangebote in den Markt drängen, die das Massenpublikum des Fernsehens in immer kleinere Einheiten fragmentieren, ist dann nicht die ***Zukunft der traditionellen Vollprogramme***, wie sie die SRG anbietet, gefährdet? Man kann die Frage auch direkter stellen: Zerfällt das Massenpublikum, das sich heute in der Deutschschweiz vor allem auf SF DRS, drei öffentlich-rechtliche ausländische sowie drei grosse private Anbieter verteilt, künftig in unübersehbar viele kleine Zielgruppen-Einheiten für ebenso viele spezialisierte Spartenanbieter? Und wenn ja, sollte sich die SRG nicht rechtzeitig in eine solche ***Marktnische*** zurückziehen, um dort ungestört von den Niederungen des kommerziellen Fernsehbetriebs ihre ureigensten Stärken der Information, der Bildung und der Regionalberichterstattung auf hohem qualitativem Niveau zu frönen?

Nun, diese pessimistische Vision wird wohl kaum eintreffen. Einerseits zeigt die ***kontinuierliche Fernsehforschung*** der SRG, dass zum Beispiel die Tagesreichweite von SF DRS seit Mitte der achtziger Jahre stabil und in letzter Zeit sogar im Steigen begriffen ist, dies trotz des Aufkommens der privaten Anbieter in dieser Zeitperiode. Andererseits setzen die permanent steigenden Programmkosten der ***Fragmentierung in Zielgruppen*** eine natürliche Grenze. Wer hohe Marktanteile hat, zieht automatisch einen grossen Teil der Werbegelder an, im Zweifelsfall wird lieber bei einer grösseren Zielgruppe geworben. Schon etliche Neuanbieter haben diese schmerzhafte Erfahrung machen müssen!

Zudem existieren beim Publikum klare ***Grenzen der Nutzung***. Das Zeitbudget ist beschränkt und angesichts der immensen Programmfülle wird die Auswahl der Angebote zunehmend schwieriger. Dies ist denn auch eine weitere Chance für die traditionellen Vollprogramme der SRG. Sie nehmen dem Benutzer die Auswahlarbeit ab und vermitteln zudem ein kollektives Fernseherlebnis. Gerade die ältere Bevölkerung, deren Anteil stetig zunimmt, schätzt Vollprogramme. Für dieses Publikumssegment interessieren sich die kommerziellen Anbieter denn auch kaum, weil es von den Werbetreibenden oftmals als zu wenig kaufkräftig eingeschätzt wird.

Interessant ist hier sicherlich auch das ***Beispiel der Vereinigten Staaten***, die hinsichtlich der Entwicklungen im Medienbereich den mitteleuropäischen Ländern gut zehn Jahre voraus eilen. Das ***Multi-Kanal-System*** hat sich dort etabliert und in mancher Hinsicht bereits Marktsättigungstendenzen erreicht. Trotzdem vermögen die breiten General-Interest-Programme einen stabilen Marktanteil zwischen zwei Dritteln und drei Vierteln auf sich zu vereinen. Somit zeigt sich, dass Narrowcasting das Broadcating auch auf Dauer nicht verdrängt, sondern lediglich ergänzt. In letzter Zeit sind aber Tendenzen in Richtung ***Verschmelzung von Fernmeldebereich*** und Medienbranche zu beobachten. Damit scheint das Zeitalter des Super Highway im Sinne einer virtuellen Datenstrasse, durch deren Kabelnetze und Rechner ungeahnte Mengen von Informationen fliessen können, definitiv angebrochen. Ob das Publikum in der Schweiz diese Entwicklung schätzen wird, ist allerdings fraglich. Eine Repräsentativbefragung des Instituts FORSA im Frühling 1994 in Deutschland zeigt sehr deutliche Resultate. 72% der Befragten waren der Meinung, dass 25 Programme, die derzeit über Kabel zu empfangen seien, schon zuviel sind. Dementsprechend hielten 69% weitere technische Entwicklungen, die darauf abzielen noch mehr Programme empfangbar zu machen, für überflussig.

Das Publikum empfindet eine solch grosse Programmvielfalt als Qual, die vielleicht noch grösseren Qualen könnte diese Entwicklung aber den Anbietern bereiten, die sich in einem verschärften Marktkampf behaupten müssen.

Prof. Dr. Matthias Steinmann, SRG Forschungsdienst