

Juli 2006

## Fernsehen weiter an der Spitze

Langzeitstudie von ARD und ZDF belegt steigende Fernsehnutzung

*Angesichts der Vielfalt angekündigter oder schon realer digitaler Mediendienste und neuer Programmformate wird von manchen vorschnellen Auguren schon das baldige Ende des Fernsehens vorhergesagt. Daß dem aber keineswegs so ist, belegte unlängst die „Langzeitstudie Massenkommunikation“ von ARD und ZDF. Sie ergab, daß das klassische Fernsehen sich auch im Boom der Medienentwicklung erfolgreich behauptet, ja sogar kontinuierlich Zuwachsraten aufweist.*

Zehn Stunden täglich verbringen die Menschen heute in Deutschland mit den Medien, das ist gegenüber dem Jahr 2000 nochmals ein Zuwachs von 98 Minuten. Dies ist eines der Ergebnisse der ARD/ZDF-Langzeitstudie, deren „9. Welle 2005“ unlängst auf einer Fachtagung mit Gästen aus Medien, Wissenschaft und Politik an der Universität in Frankfurt vorgestellt wurde. Gegenüber der ersten Welle 1964 hat sich die Mediennutzung damit verdreifacht! Fernsehen und Radio sind heute mit jeweils fast 3 3/4 Stunden pro Tag nach wie vor die am meisten genutzten Medien. Demgegenüber bringt es das Internet derzeit nur auf knapp eine dreiviertel Stunde, allerdings mit starkem Wachstum.

Bei der Fachtagung ging es aber nicht nur um die Darstellung der Ergebnisse von gestern, sondern auch um künftige Entwicklungen. Trotz der positiven Ergebnisse für das klassische Fernsehen zeige man sich neuen Entwicklungen gegenüber durchaus aufgeschlossen: „Wir wollen und müssen dabei sein,“ meinte Prof. **Markus Schächter**, Intendant des ZDF, mit Blick auf Entwicklungen wie z.B. Handy-TV oder IPTV, allerdings müsse der Aufwand überschaubar bleiben. Er zeigte sich überzeugt, dass die Digitalisierung in den nächsten vier Jahren mehr Veränderungen bringen werde als es in der gesamten Fernsehlandschaft in den letzten 40 Jahren gab! Die Frage sei nur, **wie** sich die Medienlandschaft verändern werde: „Werden wir eine Verdrängung erleben oder eher eine Ergänzung?“, stellte Schächter die offene Frage in den Raum.

... weiter / 2

Auch sein Kollege von der ARD, Dr. **Helmut Reitze** (Intendant des Hessischen Rundfunks und stv. Vorsitzender der ARD/ZDF-Medienkommission), hält die durch die Digitalisierung ausgelöste Medien-„Konvergenz“ für die wichtigste Entwicklung der kommenden Jahre. Allerdings „erfordert die Konvergenz auch einen neuen regulatorischen Rahmen“, stellte er die diesbezügliche Position der ARD klar. Reitze betonte, dass die neuen digitalen Verbreitungswege dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk neue Chancen eröffneten.

In diesem Zusammenhang formulierte er jedoch den Anspruch der ARD, mit *einem* Content grundsätzlich auf *allen* künftigen Plattformen präsent zu sein. Außerdem müssten „die Programme der Öffentlich-rechtlichen für die Zuschauer einfach und schnell auffindbar sein“, was einen einerseits vielseitigen, andererseits auch leicht zu bedienenden EPG (= Electronic Program Guide) erforderlich macht.

Mit Bezug auf das mobile Fernsehen wies Reitze darauf hin, daß die 1:1 Umsetzung bestehender Programme nicht erfolgsversprechend sei. „Hierfür brauchen wir neue Inhalte, z.B. in Form von Kurzbeiträgen und speziell aufbereiteten Nachrichten,“ umriß er die diesbezügliche Position der ARD. Und schließlich: Einer Grundverschlüsselung der Programme, wie sie von den privaten Anbietern derzeit gefordert wird, erteilte Reitze für die Öffentlich-rechtlichen eine klare Absage.

Die Ergebnisse der Studie Massenkommunikation 2005 sind im Buch „Massenkommunikation VII“ dokumentiert, das als Band 19 der Schriftenreihe Media Perspektiven im Nomos-Verlag erschienen ist. Auszüge der Studie sind in der Zeitschrift Media Perspektiven unter: [www.media-perspektiven.de](http://www.media-perspektiven.de) abrufbar.

\* \* \*

---

Sie finden diese Presselinformation auch im Internet unter: <http://www.tv-plattform.de/presse>  
Dort steht auch ein Foto zur Verfügung

**Weitere Informationen:**

Deutsche TV-Plattform  
Referat Öffentlichkeitsarbeit  
Dr. Michael Thiele  
Clausewitzstraße 6  
**10629** Berlin

Tel: 030 / 88 67 96 94  
Fax: 030 / 88 67 96 93  
mobil: 0171 / 47.49.406  
eMail: [info @ tv-plattform.de](mailto:info@tv-plattform.de)