

Adolf-Grimme-Institut

Das Adolf-Grimme-Institut zählt zum kleinen Kreis renommierter Forschungs- und Dienstleistungseinrichtungen in Europa, die sich mit Fragen der Medienpolitik und Kommunikationskultur befassen.

Das Institut versteht sich als Forum für die kommunikationspolitische Debatte in der Bundesrepublik Deutschland und leistet medientheoretische und medienpraktische Bildungsarbeit.

Seine Aufgaben liegen in der Beobachtung, Analyse und Bewertung von Medienangeboten und -entwicklungen – vom Fernsehen über den Hörfunk bis zu Multimedia – sowie im Kompetenz- und Wissenstransfer zwischen den gesellschaftlichen Gruppen.

MMB-Institut für Medien- und Kompetenzforschung

Das unabhängige, private Forschungsinstitut wurde 1996 als "Michel Medienforschung und Beratung" in Essen gegründet und arbeitet im Auftrag von Unternehmen, Institutionen und öffentlichen Einrichtungen derzeit auf folgenden Themenfeldern:

- Medienforschung
- Bildungs- und Kompetenzforschung
- Qualifikationsbedarfs- und Berufsforschung
- Arbeitsmarktforschung
- Begleitforschung / Evaluation
- Standortanalysen
- Digitales Lernen

Auftraggeber

LfK – Landesanstalt für Kommunikation
Baden-Württemberg

LPR – Hessische Landesanstalt für den
Privaten Rundfunk

MFG – Medien- und Filmgesellschaft
Baden-Württemberg

Projektbearbeitung

Adolf-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:
Heinz Günter Clobes / 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

Studie

Programmstrategien 2015. Ein Szenario

Stoffentwickler und ihre
Optionen für den Content
der Zukunft



Adolf
Grimme
Institut



Institut für Medien- und
Kompetenzforschung

Programmstrategien 2015.

Ein Szenario

Stoffentwickler und ihre Optionen für den Content der Zukunft

Ziel

Änderungen in den Nutzungsgewohnheiten, neue Bewegtbildangebote im Internet und auf mobilen Endgeräten – auch als Testplattformen für TV – sowie demographische Entwicklungen wirken sich auf die Entwicklung neuer Medieninhalte aus. Programmanbieter sind deshalb auf der Suche nach neuen Strategien.

Die Studie "Programmstrategien 2015. Ein Szenario" wird die Frage beantworten, welche Programmstrategien Contentanbieter zukünftig verfolgen müssen, um auf dem sich rasch wandelnden Markt bestehen zu können.

Um hierfür aktuelle und künftige Trends zu erfassen und die Rahmenbedingungen zu ermitteln, setzt die Studie ganz vorne in der Produktionskette an – bei der Entwicklung von Inhalten und bei den Programmplanern.

Zum Begriff "Stoffentwickler"

Zu den "Stoffentwicklern" zählen in dieser Studie alle Personen, die am kreativen Prozess der Entwicklung von AV-Content beteiligt sind. Dazu gehören Ideenlieferanten und

-produzenten für Inhalte (Rechercheure, Autoren etc.), Producer, Dramaturgen, Regisseure und andere Beteiligte. Wir erweitern so die Gruppe der Stoffentwickler auf alle Entwickler von Content. Damit tragen wir einem veränderten arbeitsteiligen Prozess Rechnung und berücksichtigen die crossmedialen Anforderungen, die Inhalte zunehmend erfüllen müssen.

Inhalt

Die Studie untersucht, wie die Beteiligten die derzeitige Situation der Contententwicklung und des Drehbuchschreibens einschätzen – und wie sie in ca. sechs Jahren aussehen wird. Zwei Schwerpunkte machen die Studie aus:

1. Prozesse der Stoffentwicklung und ihre Rahmenbedingungen im deutschen Fernsehmarkt der Zukunft:
 - Kreativer Prozess der Stoff- bzw. Contententwicklung.
 - Inhalte, Themen, auch Einfluss gesellschaftlicher Trends.
 - Implikationen technologischer Entwicklungen.
 - Contententwicklung medienspezifisch/crossmedial.
 - Rolle und Einfluss der Programmentscheider in TV-Sendern.
 - Rolle und Einfluss von Erkenntnissen der Markt- und Medienforschung.

2. Arbeitsmarkt, Tätigkeiten und Qualifikationsprofile von Stoff- bzw. Contententwicklern in Deutschland:

- Charakterisierung der Tätigkeitsfelder von Stoffentwicklern.
- Beschäftigungsverhältnisse.
- Beruflicher Werdegang, Berufsbiografien, Qualifikationsprofile.
- Berufliche Zukunftsoptionen.

Vorgehen

Für die Studie wurde ein Mehrmethodenansatz gewählt, der qualitative und quantitative sozialwissenschaftliche Methoden kombiniert:

- Leitfadengestützte, mündlich-persönliche bzw. mündlich-telefonische Befragung von Contententwicklern und Programmplanern.
- Eine umfangreiche Sekundäranalyse zu zentralen Themen der Studie wie z.B. zukünftigen Programmstrategien, Daten zu Arbeitsmarkt und Qualifizierung von Contententwicklern.
- Zwei Workshops zu den Ergebnissen mit ausgewählten Branchenkennern.

Nach Fertigstellung der Studie werden die Ergebnisse der Fachöffentlichkeit zur Verfügung gestellt.