

Optionen für den Content der Zukunft

Autoren und Produzenten prognostizieren Trends für den Bewegtbildmarkt 2015

Essen/Berlin, 22. November 2010

Fernsehen im Jahre 2015 wird vor allem als Downloadangebot einzelner Sendungen und Beiträge existieren, weil es weitgehend ins Internet eingebettet ist. Dies besagt ein Szenario der Studie "Programmstrategien 2015", die am 19. November in Baden-Baden erstmals vorgestellt wurde. Für die Studie hat das MMB-Institut für Medien- und Kompetenzforschung mehr als 90 Autoren, Produzenten und Programmverantwortliche befragt, die ihre Trends für Bewegtbildmedien in den kommenden fünf Jahren skizzierten.

Erstellt wurde die Studie vom MMB-Institut für Medien- und Kompetenzforschung (Essen/Berlin) in Kooperation mit dem Grimme-Institut. Auftraggeber waren die Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg (LFK), die Hessische Landesanstalt für privaten Rundfunk und neue Medien (LPR) sowie die MFG Filmförderung Baden-Württemberg.

Insgesamt 76 Kreative (Stoffentwickler, Autoren, Produzenten) sowie 15 Programmverantwortliche in Fernsehsendern hat das MMB-Institut für diese Studie mithilfe von Leitfadeninterviews zu Prognosen und Trends für das Fernsehen in fünf Jahren befragt.

Als Fazit der Untersuchung wurden auf Basis der ca. 130 Stunden Interviewmaterial ausgewählte Trends benannt und vier verschiedene Szenarien für das Fernsehen 2015 entworfen.

Im Rahmen des Fernsehfilm-Festivals in Baden-Baden wurden die Ergebnisse der Studie "Programmstrategien 2015" in einer kompakten Abschlussveranstaltung präsentiert und anschließend in einer Experten-Runde diskutiert. Mit dabei waren u.a. Fernsehregisseur und -produzent Volker Heise ("24h Berlin") und Stefan Wieduwilt (Casino Royale).

Die Studie steht unter www.mmb-institut.de zum kostenlosen Download bereit.

PRESSEMITTEILUNG

Zentrale Ergebnisse in Kurzform:

Die Ergebnisse der MMB-Studie prognostizieren unter anderem eine weitgehende Abkehr von linearen Programmen und einen klaren Trend zum Herunterladen von einzelnen Sendungen und Beiträgen. Viele der befragten Experten gehen aber auch davon aus, dass das Fernsehen der Zukunft seine Stärken weiter ausspielt und das tut, was es am besten kann: Zuschauer mit qualitativ hochwertigen Produktionen und verbesserter Technologie (z.B. HDTV, 3D) vor dem Bildschirm vereinen, die sich gerne bei der Rezeption entspannt zurücklehnen.

Nicht nur das Programm, auch einzelne Sendeformate werden sich in den kommenden fünf Jahren wandeln. Zu erwarten ist ein "Wegbrechen des Mitelsegments", wonach qualitativ hochwertige Sendungen und Billigproduktionen das Programm dominieren werden. Viele Angebote werden als Marke ins Internet verlängert bzw. von vornherein für mehrere mediale Verwertungsschienen konzipiert.

Auch auf die AV-Wirtschaft werden sich diese Trends auswirken: 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. Es ist zu erwarten, dass große Unternehmen noch größer werden, es daneben aber gleichwohl gute Chancen für kleine, flexible Produzenten geben wird.

Ansprechpartner:

MMB-Institut für Medien- und Kompetenzforschung
Dr. Lutz P. Michel
Folkwangstraße 1
45128 Essen

Telefon: 02 01 - 720 27-0
Telefax: 02 01 - 720 27-29
E-Mail: info@mmb-institut.de
Internet: www.mmb-institut.de

Auftraggeber:



Über das MMB-Institut:

Das MMB-Institut für Medien- und Kompetenzforschung wurde 1996 von Dr. Lutz P. Michel als "MMB – Michel Medienforschung und Beratung" in Essen gegründet. Das Institut beteiligt sich an der Gestaltung des Wandels zur Wissensgesellschaft – auf Basis verlässlicher Daten, die im Rahmen von Projekten, Studien und empirischen Untersuchungen mit innovativen Instrumenten erhoben werden. Die Ergebnisse präsentieren aktuelle Themen und Trends und bieten eine fundierte Grundlage nachhaltiger Empfehlungen für Entscheider in Politik und Wirtschaft. Als unabhängiges, privates Forschungsinstitut ist MMB u.a. im Auftrag von Unternehmen, Institutionen, Verbänden und öffentlichen Einrichtungen tätig.

Die aktuellen Forschungsthemen des MMB-Instituts beziehen sich auf die Verknüpfung von Arbeitswelt und Medien, auf Berufsbilder sowie auf die Entwicklung und Optimierung von Bildungskonzepten. Im Einzelnen arbeitet MMB derzeit auf den folgenden Themenfeldern:

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

In deren Rahmen führt MMB empirische Untersuchungen durch, veranstaltet Expertenhearings und Workshops, moderiert Gesprächsrunden und leitet daraus Handlungsempfehlungen und Konzepte ab.

Weitere Informationen finden sich im Internet unter www.mmb-institut.de.