

Mediatheken

Netzfernsehen auf Abruf und live

Mediatheken sind zu einem festen Bestandteil der Fernsehlandschaft geworden. Sowohl öffentlich-rechtliche als auch private TV-Sender bieten Bewegtbildangebote im Netz an. Verpasste Sendungen können so jederzeit am PC, Tablet oder Smartphone angeschaut. Meist finden sich nicht alle Inhalte des jeweiligen Sendertages in der Mediathek wieder sondern nur eine bestimmte Auswahl. Parallel dazu bieten die meisten Mediatheken auch Live-Streams des aktuellen Programms an. Das ZDF stellte 2001 die erste Mediathek eines deutschen TV-Senders ins Netz, 2007 folgte RTL mit dem Onlineangebot RTL NOW (seit 03/2016: TV NOW). 2008 ging die ARD mit der finalen Version ihrer Mediathek online.

Vorteile von Mediatheken

Mediatheken bieten für die Sender zahlreiche Vorteile. Vor allem jüngere Medienkonsumenten, die sich häufig und lange im Internet aufhalten und z. T. kaum noch Fernsehen schauen, können auch jenseits der traditionellen Verbreitungskanäle angesprochen und an die Sendeanstalten mittel- bis langfristig gebunden werden. Außerdem können Sendungen aufgrund des Video-On-Demand-Prinzips überall und jederzeit abgerufen werden. Die Zuschauer müssen sich daher an keinen festen Programmablauf mit statischen Sendezeiten halten.

Aus öffentlich-rechtlicher Sicht kann mit den frei verfügbaren Angeboten der Programm- und Bildungsauftrag auf effiziente Weise umgesetzt werden. Die Vorteile für die Privatsender liegen primär im kommerziellen Bereich. Sie nutzen ihre Mediatheken als Plattformen für Internetwerbung, gleichzeitig können Programminhalte nach der Ausstrahlung im TV weiterverwertet werden. TV NOW bietet z. B. ausgewählte Sendungen 7 bis 30 Tage nach der Ausstrahlung kostenlos an, danach ist eine Sichtungsg Gebühr von 0,99 € zu entrichten (Stand: Oktober 2016). Auch ein monatliches Abo für 2,99 Euro wird angeboten, mit dem weitere Inhalte und Live-Streams abgerufen werden können.

Nutzung und aufgerufene Inhalte

Laut Digitalisierungsbericht 2016 rangieren die Mediatheken der TV-Sender bei den Video-On-Demand-Angeboten auf Rang zwei hinter YouTube. Von den regelmäßigen VoD-Nutzern greifen 79,2 % auf Mediatheken zu. Davon nutzen ca. 70 % die Mediatheken der öffentlich-rechtlichen Sendeanstalten, knapp 41 % die Mediatheken der privaten Fernsehsender. Zu den beliebtesten Inhalten, die zeitversetzt angeschaut werden, gehört die Tatort-Reihe. Unter 50 am häufigsten zeitversetzt genutzten Sendungen im Jahr 2015 findet sich 38mal der Tatort. Grundlage waren allerdings nicht nur Abrufe der Sendungen in Mediatheken sondern z. B. auch zeitversetzte Aufnahmen per Festplattenrecorder. Den Spitzenplatz belegte dabei der Tatort „Schwanensee“ vom 08.11.2015 mit 0,82 Mio. Abrufen, davon ca. 500.000 Abrufe über die ARD-Mediathek. Da der Tatort auch die Einschaltquoten im linearen Fernsehen dominiert, verwundert dieser Spitzenplatz nicht. Die am häufigsten zeitversetzt aufgerufene Sendung privater Sender war Folge 14 von „Ich bin ein Star – Holt mich hier raus“ vom 29.01.2015 mit 0,35 Mio. Zuschauern.

Der Nutzungshöhepunkt beim zeitversetzten Fernsehen liegt zwischen 21 und 22 Uhr. Im Vergleich zur Live-Nutzung des Fernsehens, die um 20 Uhr ihren Spitzenwert erreicht, beträgt der „Zeitversatz“ rund ein bis zwei Stunden.

Anfang 2008 hat das ZDF eine Inhaltsanalyse für Mediatheken in Auftrag gegeben. Sie kommt zu dem Ergebnis, dass sich die programmliche Ausrichtung der TV-Sender auch im Internet widerspiegelt. Bei den öffentlich-rechtlichen Mediatheken dominieren Nachrichten und Information, die Privaten konzentrieren sich auf ausgewählte Unterhaltungsangebote. Im nonfiktionalen Bereich decken öffentlich-rechtliche Online-Angebote politische Themen im weitesten Sinne ab. Die Mediatheken der Privatsender fokussieren vor allem Alltagsthemen. Vor allem Real-Life-Formate sind derzeit in den Online-Videotheken äußerst präsent.

Regulierung der öffentlich-rechtlichen Mediatheken

Die expandierenden Angebote der öffentlich-rechtlichen Sender stehen seit einiger Zeit in der öffentlichen Kritik. Der Verband Privater Rundfunk und Telemedien (VPRT) z. B. befürchtete 2008 eine gebührenfinanzierte Marktverdrängung im Internet und monierte, dass die Onlinedienste der Öffentlich-Rechtlichen längst mehr als nur programmbegleitende Informationen anbieten würden. Die teils marktstrategische, teils rundfunkpolitische Debatte, in die auch die EU-Kommission involviert war, beeinflusste maßgeblich die Gesetzgebung. Der 12. Rundfunkänderungsstaatsvertrag, der am 1. Juni 2009 in Kraft trat, regelt die Online-Aktivitäten von ARD und ZDF neu. So dürfen die Rundfunkanstalten ihre Programme und Begleitinformationen in der Regel nur noch bis zu sieben Tage nach der TV-Ausstrahlung online stellen. Ausnahmen sind allerdings erlaubt, wenn sie in ein sogenanntes Telemedienkonzept der Rundfunkanstalt aufgenommen sind und den neu eingeführten Drei-Stufen-Test bestanden haben. So sind z. B. Tatort-Folgen seit November 2015 30 statt 7 Tage in der ARD-Mediathek abrufbar. Die ARD begründete dies mit der hohen Resonanz auf die Ausstrahlung der Sendereihe.

Die Regulierungen des Staatsvertrags umfassen darüber hinaus ein Verbot presseähnlicher Angebote öffentlich-rechtlicher Sender, unzulässig sind ebenso Anzeigenportale, Partnerbörsen und Routenplaner. Gekaufte Spielfilme und Serien dürfen überhaupt nicht online gestellt werden.

Quellen / weitere Informationen

12. Rundfunkänderungsstaatsvertrag. Download unter:
<http://www.ard.de/download/138948/index.pdf>

ARD/ZDF Onlinestudie 2016. Download unter:
http://www.ard-zdf-onlinestudie.de/fileadmin/Onlinestudie_2016/Kern-Ergebnisse_ARDZDF-Onlinestudie_2016.pdf

Die Medienanstalten / ALM GbR (Hrsg.) 2015: Jahrbuch 2015/2016 – Landesmedienanstalten und privater Rundfunk in Deutschland. Berlin. Download unter:
http://www.die-medienanstalten.de/fileadmin/Download/Publikationen/ALM-Jahrbuch/Jahrbuch_2016/Jahrbuch_2015-2016_Die_Medienanstalten_-_Daten_und_Fakten.pdf

Die Medienanstalten / ALM GbR (Hrsg.) 2016: Digitalisierungsbericht. Kreative Zerstörung oder digitale Balance: Medienplattformen zwischen Wettbewerb und Kooperation. VISTAS Verlag. Download unter:
http://www.die-medienanstalten.de/fileadmin/Download/Publikationen/Digitalisierungsbericht/2016/Digitalisierungsbericht_2016_deutsch.pdf

Kupferschmitt, Thomas 2016: Ergebnisse der ARD/ZDF-Onlinestudie 2016. Online-Videoreichweite steigt bei weiter geringer Nutzungsdauer. In: Mediaperspektiven 9/2016 S. 448 - 459. Download unter: http://www.ard-werbung.de/fileadmin/user_upload/media-perspektiven/pdf/2016/09-2016_Kupferschmitt.pdf

Meyer-Lucht, Robin / Gollatz, Kirsten 2008: Öffentlich-rechtliche Online-Angebote der nächsten Generation. Medien Digital / Friedrich-Ebert-Stiftung Berlin. Download unter: <http://library.fes.de/pdf-files/stabsabteilung/05385.pdf>

Turecek, Oliver / Roters, Gunnar 2016: Videomarkt und Videonutzung 2015 Home-Entertainment-Branche bleibt stabil. In: Mediaperspektiven 7/8/2016, S. 383 - 391. Download unter: http://www.ard-werbung.de/fileadmin/user_upload/media-perspektiven/pdf/2016/07082016_Turecek_Roters.pdf