

## Web-TV

### Bewegtbildangebote im Netz

Web-TV wird heute oft als Sammelbegriff für alle möglichen Bewegtbildangebote im Internet verwendet. Video-On-Demand-Portale (z. B. RTL NOW) zählen ebenso dazu wie Web-2.0-Videoportale (YouTube, Clipfish, MyVideo) und Mediatheken öffentlich-rechtlicher Sender.

Dienste wie Zattoo, Bablegum und Joost sind ebenfalls Anbieter von Web-TV. Diese sogenannten Web-TV-Portale bieten eine Auswahl an lizenzierten Programmen und Special Interest-Kanälen. Die Vorteile von Internet und Fernsehen werden kombiniert: Die Nutzer erhalten Zugang zu einem Mix unterschiedlicher Kanäle, die sie selbst wählen und zusammenstellen können. Durch Zeitsouveränität und interaktive Komponenten werden sie sozusagen zu ihren eigenen „Programmdirektoren“. Das gilt natürlich nicht für Livestreams, die einige Plattformen ebenfalls anbieten.

Die Anbieter von Internetfernsehen realisieren die Distribution der Bewegtbildinhalte mit Streaming-Technik, als User benötigt man einen Breitbandinternetzugang (in der Regel DSL-Anschluss). Beim Web-TV-Portal Zattoo werden die Bewegtbildübertragungen über ein Peer-to-Peer-Netzwerk abgewickelt (P2P-TV).

Nicht immer sind alle Angebote des Internetfernsehens frei zugänglich. Kostenpflichtig sind etwa viele Inhalte von Video-On-Demand-Portalen deutscher Fernsehsender (z. B. RTL NOW), bei Zattoo muss man sich (in der Regel kostenfrei) registrieren lassen und eine kostenlos erhältliche Software installieren. Mittlerweile können Zattoo-Videos nach dem Einloggen auch direkt im Browser betrachtet werden.

Lizenzrechtliche Einschränkungen begrenzen häufig ebenfalls die Zugänge zu den Bewegtbildangeboten. Zattoo z. B. überprüft die IP-Adresse von Computern, um per Geotargeting eine Lokalisierung vorzunehmen. Ist die Nationalität eines Users ermittelt, kann er nur Angebote konsumieren, für die der Anbieter die entsprechenden länderbezogenen Lizenzen erworben hat. So kann ein Zuschauer aus Deutschland nur Programme sehen, die auch für Deutschland freigegeben sind. Eine freie Verwendung lizenzierter Portalinhalte ist ebenfalls nicht möglich, da ein Digital-Rights-Management-System für Kopierschutz sorgt.

### Web-TV-Angebote im Überblick (2008)

Video-Sharing-Seiten	Web-TV-Angebote der TV-Sender	Spartenkanäle	Web-TV-Portale
<ul style="list-style-type: none"><li>• YouTube</li><li>• MyVideo</li><li>• Clipfish</li><li>• Myspace</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Maxdome</li><li>• RTL NOW</li><li>• Mediatheken (öffentlich-rechtlich)</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• AutoBild TV</li><li>• Mercedes-Benz.tv</li><li>• HSV TV</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Zattoo</li><li>• Joost</li><li>• Bablegum</li></ul>

Quelle: PricewaterhouseCoopers 2008

## Nutzung von Web-TV

Betrachtet man die Nutzungsstatistiken, so gehört Web-TV zweifellos zu den Gewinnern der letzten Jahre. Vor allem jüngere Medienkonsumenten frequentieren Bewegtbildangebote im Internet. Die ARD/ZDF-Onlinestudie 2010 zieht folgende Bilanz: „(...) auch in Deutschland nimmt die Bewegtbildnutzung über das Internet weiter zu. Die wöchentliche Nutzung ist mit einem guten Drittel (36 % der Onliner) bereits recht hoch und im Vergleich zum Vorjahr noch einmal um 2 Prozentpunkte angestiegen – im Vergleich zu 2008 sogar um 12 Prozentpunkte. (...) Bei den Jüngeren zählt die Bewegtbildnutzung schon zum Alltag. Fast jeder Teenager (87 % der 14- bis 19-jährigen Onliner) und über die Hälfte der 20- bis 29-jährigen Onliner (55 %) schauen sich mindestens einmal die Woche bewegte Bilder im Netz an (...). Darüber hinaus gilt: Je älter der Onliner, desto geringer ist seine Präferenz für diese Form der Nutzung. Auch liegt die Nutzung bei Männern ein gutes Drittel höher als bei Frauen (44 % der männlichen Internetnutzer gegenüber 26 % der weiblichen).“ (van Eimeren/Frees 2010, S. 351)

## Zukunft von Web-TV

Web-TV könnte in Zukunft einen weiteren Boom erleben. Der Verkauf von internetfähigen Fernsehern (Hybridfernseher) schreitet zügig voran, so dass die noch dominierende „Zwangskopplung“ von PC/Notebook und Internetfernsehen vermutlich an Bedeutung verlieren wird. Da die neuartige Technik Web-TV direkt in die Wohnzimmer bringt, wird die Konvergenz der Medien weiter vorangetrieben. Eine Annäherung von klassischer TV-Rezeption und Internetrezeption kündigt sich an.

Gute Erfolgsaussichten hat in Deutschland sicherlich das Hybridfernsehen zum „Nulltarif“, das auf die Mediatheken der öffentlich-rechtlichen Sender und auf die schier unerschöpflichen Datenbanken von frei zugänglichen Videoportalen (z.B. YouTube) zurückgreifen kann. Bei Videoportalen zeichnet sich derzeit schon ab, dass das netzbasierte Hybrid- und Free-TV der Zukunft vor allem werbefinanziertes Fernsehen sein wird.

Ob sich auf der Basis von Hybridfernsehen noch weitere gewinnbringende und vor allem langlebige Geschäftsmodelle realisieren lassen, wird die Zukunft zeigen. Die kommerzielle Durchsetzung des neuen Fernsehtyps hängt maßgeblich davon ab, ob die teils doch erheblichen Qualitätsschwankungen von Web-TV-Angeboten reduziert werden können. Außerdem sollten die HD-tauglichen Abspielgeräte im Netz auch ein umfang- und abwechslungsreiches HD-Angebot vorfinden. Weitere ausschlaggebende Faktoren für eine positive Zukunft sind eine vernünftige Kostenpolitik der kommerziellen Bewegtbildanbieter, qualitativ hochwertige deutschsprachige Inhalte sowie nützliche und attraktive Zusatzdienste.

## Quellen

PWC – PricewaterhouseCoopers (Hrsg.) 2008: IPTV – Das neue Fernsehen? Düsseldorf.

van Eimeren, Birgit / Frees, Beate 2010: Bewegtbild im Web – Multioptional im digitalen Zeitalter. In: Media Perspektiven 7–8/2010, S. 350–358. Download unter:

[http://www.media-perspektiven.de/uploads/tx\\_mppublications/07-08-2010\\_Eimeren.pdf](http://www.media-perspektiven.de/uploads/tx_mppublications/07-08-2010_Eimeren.pdf)

van Eimeren, Birgit / Frees, Beate 2011: Bewegtbildnutzung im Internet 2011: Mediatheken als Treiber. Ergebnisse der ARD/ZDF-Onlinestudie 2011. Media Perspektiven 7/8/2011.

Download unter: <http://www.ard-zdf-onlinestudie.de/fileadmin/Online11/FreesEimeren.pdf>