

„Zur Implementierung von DVB-T in Österreich“

Eine qualitative Studie

Endbericht

an die Rundfunk & Telekom Regulierungs-GmbH (RTR)

Salzburg im April 2005

Projektleitung:

Univ.-Prof. Dr. Ingrid Paus-Hasebrink
Fachbereich Kommunikationswissenschaft
Universität Salzburg
Rudolfskai 42
5020 Salzburg
Tel.: (+43) (0)662-8044-4152
Fax: (+43) (0)662-8044-4190
E-Mail: ingrid.paus-hasebrink@sbg.ac.at

Projektmitarbeiterinnen:

Mag. Eva Hammerer
Schwerpunkt Audiovisuelle Kommunikation
Universität Salzburg
Rudolfskai 42
5020 Salzburg
Tel.: (+43) (0)662-8044-4173
E-Mail: eva.hammerer@sbg.ac.at

Mag. Christina Ortner
Schwerpunkt Audiovisuelle Kommunikation
Universität Salzburg
Rudolfskai 42
5020 Salzburg
Tel.: (+43) (0)662-8044-4195
E-Mail: christina.ortner@sbg.ac.at

Inhaltsverzeichnis

1 Einleitung	4
2 Digital-terrestrisches Fernsehen in Europa (Modul 1)	7
2.1 Europas Vorreiter in Bezug auf DVB-T.....	9
2.1.1 Großbritannien.....	9
2.1.2 Spanien	13
2.1.3 Schweden.....	17
2.1.4 Finnland	19
2.1.5 Niederlande.....	23
2.2 DVB-T in Österreichs Nachbarstaaten.....	26
2.2.1 Deutschland	26
2.2.2 Schweiz.....	30
2.2.3 Italien	32
2.2.4 Tschechien	35
2.2.5 Slowakei	38
2.2.6 Ungarn	40
2.2.7 Slowenien	41
2.3 Resümee	43
3 Digitalisierung aus Sicht der Konsumentenvertreter (Modul 2).....	48
4 Zukünftige Nutzungsszenarien von DVB-T (Modul 3).....	53
4.1 Qualitative Rezeptionsstudie mit (zukünftigen) Nutzern von DVB-T	53
4.1.1 Zur Methode der Gruppendiskussion	53
4.1.2 Methodisches Vorgehen	54
4.1.3 Auswertung der Gruppendiskussionen.....	57
4.2 Ergebnisse der Gruppendiskussionen in Graz	60
4.2.1 Gruppendiskussion Graz 1.....	60
4.2.2 Gruppendiskussion Graz 2.....	73
4.2.3 Resümee.....	89
4.3 Ergebnisse der Gruppendiskussionen mit zukünftigen Nutzern	92
4.3.1 Gruppendiskussion 1: Jugendliche in Salzburger Kleinstadt	92
4.3.2 Gruppendiskussion 2: Technisch Interessierte in Linz.....	99
4.3.3 Gruppendiskussion 3: Technisch Interessierte in Salzburg.....	108
4.3.4 Gruppendiskussion 4: Ländlich geprägte Gemeinde.....	119
4.3.5 Gruppendiskussion 5: Sozial Benachteiligte	129

4.3.6 Gruppendiskussion 6: Senioren	138
4.3.7 Resümee.....	146
5 Zukünftige Nutzertypologien für den Umgang mit DVB-T (Modul 4)	149
5.1 Internationale Nutzertypologie	149
5.1.1 Sekundäranalyse internationaler Rezeptionsstudien	149
5.1.2 Charakteristika internationaler Nutzertypen.....	151
5.2 Derzeitige Nutzertypen zum Umgang mit DVB-T in Österreich	157
5.2.1 Zur Vorgehensweise bei der Typenbildung.....	157
5.2.2 Charakteristika derzeitiger Nutzertypen in Österreich	157
5.3 Resümee	173
6 Resümee:“Zur Implementierung von DVB-T”	175
7 Prognose: Zukünftige Entwicklung in Österreich.....	179
Literaturliste.....	189
Anhang A: Modul 2	200
Anhang B: Modul 3	202
Anhang C: Modul 4	231

1 Einleitung

Die Umstellung aller drei Fernsehübertragungswege auf die digitale Technik wird europa- und weltweit seit einigen Jahren von Politik und Marktteilnehmern zügig vorangetrieben und soll in den meisten Ländern zwischen 2010 und 2015 abgeschlossen sein. Während digitale Programme über Satellit und im Kabel in den meisten Industriestaaten schon erhältlich sind, werden nun auch die terrestrischen Sendernetze umgerüstet. Der Startschuss für DVB-T ist in einigen Ländern schon gefallen, andere befinden sich noch in der Planungsphase und wollen in den kommenden Jahren mit dem Aufbau des digitalen Netzes beginnen. Auch in Österreich wird in Abstimmung mit der europäischen Politik intensiv an der Implementierung von DVB-T gearbeitet.

Mit der neuen Fernsehtechnik eröffnen sich sowohl für Medienunternehmen als auch für die Zuseher eine Reihe von Vorteilen und Möglichkeiten. Neben einer größeren Vielfalt an Programmen, besserer Bild- und Tonqualität werden erstmals auch mobiler und portabler Fernsehempfang sowie interaktive Zusatzdienste über das Fernsehgerät möglich sein. Für die Rezipienten ist mit der Umstellung jedoch auch ein finanzieller Aufwand verbunden, da für den digitalen Empfang zusätzliche Boxen oder neue Fernsehgeräte nötig sind. Dies ist insofern nicht unproblematisch als auf Grund mangelnder Kapazitäten digitales Fernsehen in den terrestrischen Sendernetzen nur umgesetzt werden kann, wenn über kurz oder lang alle analogen Frequenzen abgedreht werden. Fernsehrezipienten werden sich also nicht frei für die verbesserte Technik entscheiden können, sondern sind gezwungen, sich digitale Empfangsgeräte anzuschaffen, wenn sie nicht vollständig auf den Fernsehempfang verzichten wollen. Die Entwicklungen im Bereich des digitalen terrestrischen Fernsehens können und dürfen deshalb nicht an den Endkunden vorbei gehen. Einerseits müssen zukünftige Nutzer sowohl über die Vorteile von DVB-T als auch über die schrittweise Umstellung und die nötige Aufrüstung der Empfangsgeräte informiert werden. Andererseits müssen auf inhaltlicher Ebene wesentliche Anreize für den Umstieg geboten werden. Über die tatsächlichen Bedürfnisse der Rezipienten ist derzeit jedoch noch zu wenig bekannt, um das Vorgehen sinnvoll darauf abstimmen zu können.

Im Mittelpunkt der vorliegenden qualitativen Studie steht daher die Rolle der Rezipienten bei der Implementierung von DVB-T in Österreich. Vor dem Hintergrund von internationalen Erfahrungen werden ihre Kenntnisse, Einstellungen und Interessen betrachtet, um Aussagen über zukünftige Umgangsweisen mit den neuen Angeboten des digitalen Fernsehens abzuleiten. In vier Modulen wird die Studie unter Einsatz unterschiedlicher Methoden den Untersuchungsgegenstand möglichst vielseitig beleuchten und Antworten auf folgende Forschungsfragen liefern:

- *Welche Rückschlüsse können aus den internationalen Entwicklungen von DVB-T auf die Situation in Österreich gezogen werden?*
- *Welche Maßnahmen sind aus Sicht von Konsumentenvertretern in Österreich nötig, um den Umstieg auf die digitale Technik für die Rezipienten zu erleichtern?*
- *Wie sehen vor dem Hintergrund der Wünsche, Vorstellung, Kenntnisse und Erwartungen der Nutzer (zukünftige) Nutzungsszenarien von DVB-T aus?*
- *Wie können zukünftige Nutzertypologien für den Umgang mit DVB-T aussehen?*

Modul 1: Digital-terrestrisches Fernsehen in Europa

Dieser Teil der Studie beschäftigt sich ausführlich mit dem Stand der Digitalisierung allgemein und DVB-T im Besonderen auf europäischer Ebene. Zwar erweist sich der direkte Vergleich einzelner Länder als schwierig, da sich die Ausgangssituationen äußerst unterschiedlich darstellen, dennoch findet die Implementierung von DVB-T in Österreich nicht losgelöst von länderübergreifenden Entwicklungen statt.

Zum einen bildet die EU-Richtlinie ‚Fernsehen ohne Grenzen‘ europaweit die Basis für die Umstellung der Übertragungstechnik, zum andern hängen die Fernsehmärkte auf Grund international agierender Medienunternehmen sowie der Kabel- und Satellitenübertragung, die vermehrt den Empfang ausländischer Programme ermöglicht, eng zusammen. Darüber hinaus sind grenzüberschreitende frequenzplanerische Abstimmungen nötig, um Kapazitäten für den Simulcast-Betrieb frei machen zu können. Nicht zuletzt lassen sich aus den Erfolgen und Misserfolgen in Ländern, in denen die Digitalisierung weit fortgeschritten ist, Tendenzen für die Entwicklung von DVB-T in Österreich ableiten.

Modul 1 leistet daher einen ausführlichen Überblick über den Stand der Digitalisierung der Fernsehdistribution in insgesamt zwölf europäischen Staaten. Besonderes Augenmerk gilt dabei Österreichs Nachbarländern sowie der Vorgehensweise und den Erfahrungen jener acht europäischen Staaten, in denen DVB-T schon eingeführt wurde.

Modul 2: Digitalisierung aus Sicht der Konsumentenvertreter

Der Großteil der zukünftigen Nutzer von digitalem Fernsehen ist sich des derzeitigen Umstellungsprozesses ebenso wenig bewusst wie der damit verbundenen Verbesserungen und Ausgaben.¹ Aus diesem Grund beschäftigt sich Modul 2 mit der Sichtweise von Konsumentenvertretern, die sich mit den Interessen der Rezipienten in Bezug auf die Digitalisierung auseinandersetzen. Mit Hilfe von leitfadengestützten Experteninterviews wird dargestellt, welche Chancen die Digitalisierung für die Fernsehnutzer mit sich bringen kann, welche Maßnahmen gesetzt werden müssen, um den Umstieg für die Zuseher zu erleichtern

¹ In Österreich kennen nur 39% aller Personen über 15 Jahre den Begriff ‚Digitales terrestrisches Fernsehen‘. (Vgl. Fessel-GfK 2004, S.1) Man kann davon ausgehen, dass die Zahl derer, die sich darüber im Klaren sind, dass die analogen Frequenzen bis 2012 abgedreht werden sollen, noch deutlich darunter liegt.

und wie die Umstellung aus Konsumentensicht bestmöglich gestaltet werden kann. Die Einschätzungen der Experten sollen zusätzlich zu den Ergebnissen der Gruppendiskussionen mit zukünftigen Nutzern eine erweiterte Perspektive auf den Untersuchungsgegenstand liefern.

Modul 3: Zukünftige Nutzungsszenarien von DVB-T

Im dritten Teil der Studie werden anhand von qualitativen Erhebungen mittels acht Gruppendiskussionen mit insgesamt 88 Probanden (n=88) zukünftige Nutzungsszenarien von DVB-T entwickelt. Dazu wurden in einem ersten Schritt in Graz zwei Gruppendiskussionen mit insgesamt 15 Teilnehmerinnen und Teilnehmern aus dem DVB-T-Testbetrieb durchgeführt. Zwischenergebnisse aus Modul 4, das sich der Generierung von Nutzertypen für den Umgang mit DVB-T widmet, lieferten dabei die Basis für die Auswahl der Probanden. Hinsichtlich Alter, Geschlecht, Bildung und Einkommen wurde auf eine möglichst große Vielfalt geachtet. Die Ergebnisse der Diskussionsrunden in Graz bildeten in Kombination mit Modul 4 den Grundstock für nachfolgende Erhebungen: Zwischen November 2004 und März 2005 wurden in einem zweiten Schritt weitere sechs qualitative Gruppendiskussionen mit Probanden aus unterschiedlichen gesellschaftlichen Gruppen durchgeführt. Bei der Auswahl der Teilnehmer wurden sowohl regionale Unterscheidungen (Stadt, Land) als auch unterschiedliche soziodemographische und sozioökonomische Kriterien miteinbezogen.

Modul 4: Zukünftige Nutzertypologien für den Umgang mit DVB-T

Die Wünsche und Erwartungen von Rezipienten bezüglich des Fernsehangebotes sind je nach Interessen, Gewohnheiten und Bedürfnissen stark unterschiedlich, weshalb die Betrachtung der Nutzer als einheitliche Gruppe zu kurz greift. Das vierte Modul dieser Studie widmet sich daher der Entwicklung von zukünftigen Nutzertypologien für den Umgang mit DVB-T. Mit Hilfe einer Sekundäranalyse wurden in einem ersten Schritt zehn ausgewählte Rezeptionsstudien zu digitalem Fernsehen im Hinblick auf zentrale Aspekte des Umgangs mit digitalem Fernsehen systematisch abgeglichen, um internationale Nutzertypen zu generieren. In einem zweiten Schritt konnte auf Basis der Daten aus acht Gruppendiskussionen mit zukünftigen Nutzern von DVB-T eine Typologie erstellt werden, die sich auf den derzeitigen Stand in Österreich bezieht. Ein anschließender Vergleich der österreichischen Nutzertypen mit der internationalen Typologie, die sich auf eine Situation bezieht, in der die Digitalisierung schon weiter fortgeschritten ist, lässt vorsichtige Prognosen für die zukünftige Entwicklung der Nutzertypen in Österreich zu.

2 Digital-terrestrisches Fernsehen in Europa (Modul 1)

Nachdem sich die digitale Technik in fast allen Bereichen der Medienproduktion durchgesetzt hat, wird nun weltweit auch die Übertragung des Rundfunks digitalisiert. Die vollständige Umstellung aller drei Distributionswege erweist sich als Herausforderung für Politik und Medienbranche und ist in den verschiedenen Ländern unterschiedlich weit fortgeschritten.²

Der weltweit größte digitale Markt ist derzeit die USA. Die Entwicklung des digitalen Fernsehens wird in den europäischen Staaten jedoch engagiert vorangetrieben und laut einer Prognose des unabhängigen Marktforschungsinstitutes Datamonitor „Digital TV Markets 2004“ wird der europäische Markt im Jahr 2006 mit 63 Mio. digitalen Haushalten den amerikanischen überholt haben. (Vgl. DigiTAG 2004a)

Die Digitalpenetration liegt in Europa laut SES-ASTRA (2004) im Durchschnitt bei 15,2%. Der Großteil der digitalen Haushalte empfängt das Fernsehprogramm via Satellit und die Verkaufszahlen von DVB-S-Decodern weisen weiterhin hohe Wachstumsraten auf. Trotz stockendem Ausbau der Kabelnetze ist die Terrestrik der Verbreitungsweg, der derzeit am wenigsten für digitales Fernsehen verwendet wird. (Vgl. Hans-Bredow-Institut 2003a, S.11, 13) In insgesamt acht europäischen Ländern sind digitale Fernsehsignale über die Hausantenne verfügbar, in allen anderen Staaten wird an der Implementierung von DVB-T gearbeitet. Sofern die Einführung erfolgreich verläuft, wird die Bedeutung des terrestrischen Übertragungswegs für die digitale Rundfunkverbreitung in Zukunft mit Sicherheit steigen.³ Laut einer kürzlich veröffentlichten Studie von *Juniper Research* werden im Jahr 2009 55 Mio. Haushalte in Europa DVB-T nutzen. Das entspricht einem Prozentsatz von 55% der digitalen und 30% sämtlicher Fernsehhaushalte. Besonders weite Verbreitung der digitalen Terrestrik wird in Großbritannien, Finnland, Italien und – trotz der momentanen Schwierigkeiten – in Spanien erwartet. Griechenland, eines jener Länder, in denen der Empfang über Hausantenne eine große Bedeutung hat,⁴ wird als Schlusslicht gesehen. (Vgl. DVB 2004a/ Cornwell 2004a)

Prognosen für Gesamteuropa haben für die Entwicklung in einzelnen Ländern jedoch nur wenig Aussagekraft, da sich die Fernsehmärkte in Bezug auf die Verteilung der Empfangsebenen, die Verbreitung von Pay-TV, die Anzahl verfügbarer Programme sowie die bisherigen Entwicklungen im Bereich der Digitalisierung stark unterscheiden. Aus diesem Grund ist es wichtig, die Länder im Kontext ihrer Rahmenbedingungen zu betrachten.

² Ausführlich widmen sich Brown; Picard (2005) den technologischen, politischen und finanziellen Aspekten von DVB-T in England, Schweden, Spanien, Finnland, Deutschland sowie Italien, Frankreich und Dänemark.

³ Europaweit sind immer noch 47,3% aller Haushalte ausschließlich auf die Hausantenne angewiesen. (Vgl. SES-ASTRA 2004) Darüber hinaus macht DVB-T die Terrestrik auch für Zweit- und Drittgeräte interessanter und eröffnet durch die Möglichkeit des mobilen und portablen Empfangs neue Nutzergruppen.

⁴ Laut SES-ASTRA (2004) empfangen in Griechenland 97% der Haushalte Fernsehen über die Hausantenne.

Dennoch wird der Bereich der Fernsehproduktion und -distribution von international agierenden Unternehmen dominiert. Auf Grund der Satellitenübertragung sind den Zuschauern vermehrt ausländische Programme zugänglich, und aus frequenztechnischen Gründen bedarf der Umstieg auf die digitale Technik der länderübergreifenden Koordination.

Aus diesem Grund wird im Folgenden der Stand der Implementierung von digitalem Fernsehen allgemein und DVB-T im Speziellen europa- und weltweit nachgezeichnet. Besonderes Augenmerk gilt dabei den europäischen Vorreitern in Bezug auf DVB-T sowie sämtlichen österreichischen Nachbarstaaten. Das sind einerseits Großbritannien (DVB-T seit 1998), Schweden und Spanien (DVB-T seit 1999), Finnland und die Niederlande (DVB-T seit 2001) sowie andererseits Deutschland (DVB-T seit 2002), die Schweiz und Italien (DVB-T seit 2003), die Slowakei, Slowenien, Tschechien und Ungarn.

Erst in Finnland, Schweden und Großbritannien ist eine nennenswerte Anzahl von Haushalten auf den digital-terrestrischen Empfang umgestiegen. In der Schweiz, Spanien und den Niederlanden liegt die Zahl der Nutzer von DVB-T noch unter 1% aller TV-Haushalte. Auch in Deutschland ist der Prozentsatz gemessen an der Gesamtbevölkerung noch sehr niedrig. Berücksichtigt man jedoch die technische Reichweite, die auf Grund des Umstiegsszenarios noch sehr klein ist, kann man durchaus von einem Erfolg sprechen. (Vgl. EPRA 2004, S.12) Bis auf Slowenien sind in allen anderen Nachbarländern Österreichs die Vorbereitungsarbeiten weit fortgeschritten, und mit dem Beginn des Regelbetriebes ist in Kürze zu rechnen. Auch in Irland, Frankreich, Dänemark, Norwegen und Litauen sind Regulierungsfragen für den Start von DVB-T geklärt. In einer frühen Phase befinden sich hingegen Kroatien, Bosnien-Herzegowina, Lettland, Estland, Malta, Polen, Portugal, Mazedonien und Rumänien. (Vgl. EPRA 2004, S.10)

Außerhalb von Europa sind die USA und Japan Vorreiter in Bezug auf die Implementierung von DVB-T. In den Vereinigten Staaten strahlen inzwischen die Hälfte aller Sender digital-terrestrisch aus. Da die letzte Frist für den Beginn der digitalen Übertragung im Mai 2003 abgelaufen ist, kontrolliert die amerikanische Regulierungsbehörde *FCC* (Federal Communications Commission) den Fortschritt der verbleibenden Sender streng. (Vgl. Hans-Bredow-Institut 2003b, S.18f) Spätestens 2006 müssen alle TV-Stationen die analoge Distribution einstellen. (Vgl. Hans-Bredow-Institut 2001a, S.4)

Um den Umstieg zu beschleunigen, hat die *FCC* ein Gesetz verabschiedet, das die Geräteindustrie dazu verpflichtet, ab 2007 ausschließlich Geräte herzustellen, die für den digitalen Empfang gerüstet sind. (Vgl. Hans-Bredow-Institut 2002a, S.17f) Anders als in Europa ist in den Vereinigten Staaten die Ausstrahlung von HDTV-Angeboten ein wesentliches Ziel. Auch in Japan soll der Anteil der HDTV-Programme via DVB-T von Beginn an mehr als die Hälfte der Sendezeit betragen, und mobiles sowie portables Fernsehen

soll so bald wie möglich angeboten werden. (Vgl. Hans-Bredow-Institut 2003b, S.14f; Digital TV Group 1999a) Seit Februar 2003 wird der Switchover in Japan Region für Region durchgeführt. Durch die inselweise Umstellung wurden bis Oktober 2004 1,69 Mio. Haushalte erreicht, was einer Digitalpenetration von 40% entspricht. (Vgl. Hans-Bredow-Institut 2004a, S.14) Bis 2009 sollen landesweit alle terrestrischen Programme digitalisiert sein, und für 2011 ist der ATO geplant. (Vgl. Hans-Bredow-Institut 2002b, S.14f) Außer in Japan und den USA wurden auch in Australien, Südkorea, Russland und vor kurzem in Taiwan digitale terrestrische Dienste in Betrieb genommen. (Vgl. Hans-Bredow-Institut 2002b, S.15/ DVB 2004b)

2.1 Europas Vorreiter in Bezug auf DVB-T

2.1.1 Großbritannien

In Großbritannien wurde 1927 mit der *BBC* (British Broadcasting Company) der erste Fernsehbetreiber des Landes gegründet. Daneben etablierte sich mit *ITV* (Independent Television) bereits im Jahr 1954 ein privater, kommerzieller Bereich. Großbritannien war damit anderen europäischen Ländern weit voraus, Luxemburg ausgenommen. (Vgl. Humphreys 2002, S.330) Die terrestrische Fernsehübertragung ist in England mit 57,4% weit verbreitet und liegt über dem europäischen Durchschnitt von 47,3%. Die Kabeldichte beträgt 13,9%, Satellitenanschlüsse haben 28,7% der britischen TV-Haushalte. (Vgl. SES-ASTRA 2004) Die Digitalpenetration lag nach Angaben des britischen *Office of Communications* (*Ofcom*) Ende September 2004 bei rund 56% (vgl. Ofcom 2004a)

Auch mit der Einführung des digitalen Rundfunks begann Großbritannien im Vergleich zum Rest von Europa ausgesprochen früh. Schon 1996 wurde der Umstieg auf die digitale Übertragungstechnik beschlossen. Für die Fernsehübertragung via DVB-T wurden sechs Multiplexe zur Verfügung gestellt, auf denen je drei bis vier Programme Platz finden. Über einen gesamten Multiplex verfügt die *BBC*, *Channel 3* (*ITV*) und *Channel 4* kontrollieren einen weiteren Multiplex, und *Channel 5* sowie *S4C* in Wales haben Zugang zu jeweils einem Fernsehkanal. Die übrigen Kapazitäten wurden von der *ITC*⁵ (Independent Television Commission) öffentlich ausgeschrieben. Dabei wurde jenen Bewerbern der Vorzug gegeben, die als besonders geeignet erachtet wurden, digitales Fernsehen zu fördern sowie ein breites Spektrum an neuen Programmdiensten zu bieten. (Vgl. Humphreys 2000, S.389) Religiösen und politischen Organisationen ist es nicht erlaubt, Frequenzen zu erwerben und lokale

⁵ Die *ICT* war vor dem Zusammenschluss der Behörden für die Regulierung des kommerziellen Rundfunks zuständig. Im Jahr 2002 wurden sämtliche Aufsichtorgane für Medien- und Kommunikationsdienste zusammengeschlossen. Seither hat die *Ofcom* die Aufgaben aller vormaligen Regulierungsbehörden für diesen Bereich übernommen (*Ofiel*, *CSC*, *ICT*, *RA*, *Radio Authority*). (Vgl. Hans-Bredow-Institut 2000, S.6f/ Hans-Bredow-Institut 2001a, S.15f)

Zeitungsinhaber dürfen in derselben Region keine Fernsehfrequenz innehaben bzw. Programme ausstrahlen. Die digital-terrestrischen Kapazitäten sind vorwiegend für Rundfunkangebote gedacht und so sind Data-Casting-Services auf 10% des Frequenzspektrums beschränkt. (Vgl. EPRA 2004, S.43)

Anfang 1997 gaben die beiden Unternehmen *British Digital Broadcasting (BDB)*⁶ und *Digital Television Network (DTN)*⁷ Angebote für die ausgeschriebenen digitalen terrestrischen Frequenzen ab. Zugesprochen wurden sie *BDB* unter der Voraussetzung, dass sich Großbritanniens führender Satellitenfernsehanbieter *BSkyB* aus der Gruppe zurückzieht und so eine übermäßige Medienkonzentration verhindert werden konnte. *BSkyB* durfte zwar keine Anteile an *BDB* behalten, das Medienunternehmen aber mit Programmen beliefern. Da *BSkyB* durch diese Entscheidung keine terrestrischen Kapazitäten für die digitale Ausstrahlung zur Verfügung standen, begann der Pay-TV-Sender im Oktober 1998 unter dem Namen *Sky Digital* über eine eigene digitale Satellitenplattform zu senden. Einige Wochen später startete *BDB* die erste digital-terrestrische Plattform in Großbritannien: *ONdigital*. Auch dieses Angebot war nicht frei zugänglich, sondern basierte auf einem Pay-TV-Modell.

Dadurch ergab sich auf dem digitalen Fernsehmarkt in England eine Wettbewerbssituation zwischen zwei Pay-TV-Anbietern, die über verschiedene Distributionswege versuchten, Kunden zu erreichen, wobei *Sky Digital* von Beginn an den größeren Erfolg verzeichnen konnte. Bis zum Mai 1999 konnte *BSkyB* mit dem digitalen Angebot über Satellit 551.000 Abonnenten überzeugen. Das digital-terrestrische Angebot von *ONdigital* abonnierten bis April 1999 hingegen nur 110.000 Haushalte. (Vgl. Humphreys 2000, S.390) Die Konkurrenz zwischen den beiden Anbietern wurde im Mai 1999 noch verschärft, indem *Sky Digital* begann, Set-Top-Boxen an neue Abonnenten gratis zu vergeben. Darüber hinaus kündigte *Sky Digital* „einen großzügigen Nachlass für alle Standardtarif-Telefongespräche und freien Zugang zum Internet“ (Humphreys 2000, S.390) sowie die Abschaltung des analogen Übertragungssystems bis Ende 2002 an. *ONdigital* vergab daraufhin ebenfalls kostenlos Set-Top-Boxen, schuf außerdem die Installationskosten ab und versuchte ab dem Jahr 2000 durch die Möglichkeit der E-Mail-Kommunikation über das Fernsehgerät, neue Abonnenten zu gewinnen. Da diese Maßnahmen jedoch nicht den gewünschten Erfolg brachten, versuchte *BDB* im Jahr 2001 unter dem Namen *ITV Digital* einen Neustart. Damit erreichte der Pay-TV-Sender rund 1,3 Mio. Abonnenten, musste im Frühjahr 2002 jedoch den Sendebetrieb einstellen und Insolvenz anmelden. (Vgl. BBC 2002) *Sky Digital* hingegen nutzten nach Angaben von Broadband TV News (vgl. Clover, Julian 2004) im November 2004 in Irland und Großbritannien rund 7,4 Mio. Haushalte, denen insgesamt 450 Sender zur Auswahl standen. Darunter befinden sich verstärkt jüngere Haushalte bzw. Familien mit Kindern. (Vgl. Hans-Bredow-Institut 2001a, S.11)

⁶ *BDB* bestand aus *Carlton Communication*, der *Granada Group* und *BSkyB*. *BBC* wollte mehrere Kanäle über *BDB* anbieten.

⁷ *DTN* ist Großbritanniens erfolgreichstes Kabelunternehmen und befindet sich im Besitz von *CableTel*.

Nach der Einstellung der ersten digital-terrestrischen Plattform *ONdigital* erfolgte im Jahr 2002 ein neuer Start von DVB-T: *BSkyB*, die *BBC* und *Crown Castle* erwarben gemeinsam die Senderechte von *ITV-Digital* und gründeten *Freeview*. Damit wurde den Rezipienten, wie der Name bereits vermittelt, ein kostenloser Zugang zu digitalen Fernsehprogrammen geboten. „Durch eine veränderte Modulation wurde zwar die Gesamtbandbreite pro Fernsehkanal reduziert, dafür wurde jedoch die Empfangsqualität der DVB-T Signale deutlich verbessert.“ (KommAustria 2003, S.37) *Freeview* bietet bis zu 30 digitale Fernsehkanäle sowie 20 digitale Radiosender an. Daneben stehen den Nutzern digitaler Datentext, TV-Spiele und zusätzliche Video-Streams bei Großevents sowie ‚enhanced TV‘⁸ zur Verfügung. Im Februar 2004 zeigte die *BBC* beispielsweise eine Dokumentation über das Ende des Zweiten Weltkrieges, zu der die Rezipienten als Ergänzung zum Programm erweiterte Exklusivinterviews mit Kriegsveteranen ansehen konnten. Das Programm wies außerdem eine Verbindung zur People’s War Webpage von *BBC* auf. (Vgl. Phillips 2004a) Seit Juli 2004 bietet *BBC* auch Zusatzapplikationen zu den Zehn-Uhr-Nachrichten an. Nach Angaben der *BBC* handelt es sich dabei um das weltweit erste interaktive Angebot zu einer Nachrichtensendung, das den Zusehern täglich die Möglichkeit bietet, sich mit Hintergrundinformationen zu versorgen. (Vgl. Phillips 2004b) Besonders erfolgreich waren die interaktiven Zusatzangebote der *BBC* während der Olympischen Spiele 2004. (vgl. McGougan 2004, S.543)

Das neue Angebot über DVB-T erfreute sich schon früh großer Nachfrage. Bereits in der ersten Woche nach dem Start von *Freeview* wurden 35.000 Boxen verkauft. (Vgl. KommAustria 2003, S.37) Ende September 2004 empfangen fast 56% der britischen TV-Haushalte Digitalfernsehen. Besonders *Freeview* konnte dabei hohe Zuwächse verzeichnen: Im letzten Quartal des Jahres 2003 stiegen die angeschlossenen Haushalte um 41%.⁹ Im Jänner 2005 finden sich bereits in fünf Mio. britischen Haushalten Set-Top-Boxen von *Freeview*. (vgl. Phillips 2005) Die Möglichkeit, Free-TV über Kabel zu beziehen, steht den Nutzern in Großbritannien nicht zur Verfügung. (Vgl. Hans-Bredow-Institut 2004b, S.7) Digital-terrestrisches Fernsehen spielt für viele Haushalte auch bei Zweit- und Drittgeräten eine große Rolle. (Vgl. McGougan 2004, S.539)

Die Möglichkeit, Free-TV über Kabel zu beziehen, steht den Nutzern in Großbritannien nicht zur Verfügung. (Vgl. Hans-Bredow-Institut 2004b, S.7) Während Free-TV vorwiegend über den terrestrischen Verbreitungsweg empfangen wird, investieren die Abonnenten von Pay-TV-Paketen häufig in eine Satellitenschüssel. Über 9,1 Mio. Haushalte nutzen digitales Pay-TV, 75% davon per Satellit und 25% per Kabel, einige wenige über DSL, die Zahlen der DSL-Nutzer sind aber im Sinken begriffen (-11,5% innerhalb eines Quartals). (Vgl. Hans-

⁸ ‚Enhanced programme services‘ liegen vor, wenn es sich um Inhalt handelt, der in Zusammenhang mit dem linearen Fernsehprogramm sowie mit Werbung im Programm steht. (Vgl. Hans-Bredow-Institut 2001a, S.7)

⁹ Die Haushalte, die das digitale Pay-TV-Paket von *Sky Digital* nutzen, stiegen im vierten Quartal 2003 hingegen nur um 2,6% an. (Vgl. Hans-Bredow-Institut 2004b, S.7)

Bredow-Institut 2004b, S.7) Allerdings konnten digitales Pay-TV per Kabel und Satellit im zweiten Quartal 2004 wieder Zuwächse von 135.000 neuen Haushalten verzeichnen. (Vgl. Ofcom 2004b)

Das häufigste Motiv, auf digitale Übertragungssysteme umzusteigen, ist laut einer Studie von *Oftel* sowie der Go-Digital-Studie von *ITC* die größere Auswahl an Kanälen sowie die verbesserte Bildqualität. (Vgl. Hans-Bredow-Institut 2000, S.14/ Hans-Bredow-Institut 2003b, S.5f). Die meiste Nutzung von Zusatzprogrammen erfahren Pay-Per-View-Filme und Radioprogramme, gefolgt von PC-Spielen und kostenpflichtigen Sportübertragungen. Lediglich 4% beteiligen sich an interaktiven Quizshows, ebenso viele nutzen Online-Shopping. Online-Banking und Wetten sind lediglich für 2% der Nutzer von Interesse. Mehr als die Hälfte der digitalen Nutzer greift nicht auf Zusatzdienste zurück. Lediglich 42% sind sich überhaupt darüber bewusst, Online-Dienste nutzen zu können. Nur 7% nutzen zumindest ein Online-Angebot pro Woche. (Vgl. Hans-Bredow-Institut 2001a, S.11)

Auf Grund des Erfolges des kostenlosen Bouquets von *Freeview* kündigte *BSkyB* im Juni 2004 an, auch über Satelliten frei zugängliche Programme anbieten zu wollen. Den Rezipienten sollen dabei ohne eine monatliche Gebühr rund 200 Fernseh- und Radiosender sowie interaktive Angebote zur Verfügung stehen. Die nötige Ausrüstung – bestehend aus Digi-Box, Mini-Schüssel und Viewing-Card – kann für die einmaligen Kosten von 225 Euro (inkl. Installation) direkt von *BSkyB* bezogen werden. Des Weiteren hat das Unternehmen begonnen, ein Premium Paket mit Services für High Definition Television (HDTV) zu entwickeln, das den Rezipienten ab dem Jahr 2006 zur Verfügung stehen soll. Es bietet hohe Bildqualität und ist das bevorzugte Format für eine wachsende Zahl von US-Produktionen in Bereichen wie Sport, Fernsehfilme, Unterhaltung und Nachrichten. Den Zusehern sollen dann sowohl High-Definition-Kanäle als auch einzelne HDTV-Sendungen angeboten werden. (Vgl. Phillips 2004c)

Auch die *BBC* kündigte Mitte 2004 an, gemeinsam mit anderen TV-Stationen kostenfreies Satellitenfernsehen zu planen. Dabei sollen eine breitere Kanalauswahl und ausführlichere interaktive Dienste geboten werden als dies derzeit bei digital-terrestrischem Fernsehen der Fall ist. So sollen auch jene Haushalte erreicht werden, denen es auf Grund der mangelnden technischen Reichweite von DVB-T derzeit nicht möglich ist, digitale Programme terrestrisch zu empfangen. Dies sind immerhin 27% der Haushalte in Großbritannien. (Vgl. Phillips 2004d)

Obwohl digitales Fernsehen in Großbritannien schon weit verbreitet ist, steht der Zeitpunkt für die Abschaltung der analogen Frequenzen im Gegensatz zu anderen Ländern noch nicht fest. Bisher war die Umschaltphase zwischen 2006 und 2010 geplant. Dafür müssen aber zwei Voraussetzungen erfüllt sein: Zum einen müssen alle Haushalte, die gegenwärtig analog-terrestrisch die Programme *BBC1*, *BBC2*, *ITV* und *Channel 4* empfangen können, diese auch

über DVB-T erhalten, was eine große technische Reichweite voraussetzt. Zum anderen muss digitales Fernsehen für die meisten Haushalte finanziell erschwinglich sein. Das bedeutet laut einer Definition der Britischen Regierung, dass 95% der Haushalte mit digitalen Empfangsgeräten ausgestattet sein müssen, bevor der Switchover komplett durchgeführt werden kann. (Vgl. Ofcom 2004b/ Hirschle u.a. 2004, S.38/ Hans-Bredow-Institut 2000, S.17) Trotz des hohen Digitalisierungsgrades in Großbritannien gehen Prognosen von *Ofcom* (vgl. Ofcom 2004a) und der *BBC* (vgl. BBC 2004) von einer sehr geringen Wahrscheinlichkeit aus, dass bis zum Ende des Jahres 2010 95% der Haushalte Zugang zu digitalem Fernsehen haben werden. *Ofcom* bezeichnet den Umstieg auf digitale Übertragungsformen dennoch als „desirable, practical and achievable“. (Vgl. Ofcom 2004a)

Mittlerweile ist die Britische Regierung allerdings nach Warnungen der Geräteindustrie von ihren Plänen abgerückt, den ATO bereits im Jahr 2010 durchzuführen und hat diesen auf das Jahr 2012 verschoben. Der Switch-Off von *BBC*, *ITV*, *Channel 4* und *Channel Five* in einigen Regionen des Landes wird frühestens mit 2007 beginnen können. Ab September 2004 sollen sämtliche im Handel erhältlichen Geräte mit einem Verfallsdatum versehen werden. Mit Hilfe dieser Kennzeichnung („Switchover-Logo“) sollen die Konsumenten darauf hingewiesen werden, dass analoge Fernsehgeräte nur mehr über eine beschränkte Lebensdauer verfügen. (Vgl. DigiTAG 2004b) Außerdem plant die Britische Regierung eine Kampagne, die bisherige Verweigerer von digitalem Fernsehen von der Wichtigkeit der Umstellung überzeugen soll. Laut einer Studie der Generics Group (vgl. Klein u.a. 2004) sind nämlich 6% der Befragten nicht bereit, in ein digitales Empfangsgerät zu investieren, selbst wenn dies für sie das Ende der Fernsehnutzung bedeuten würde. Dies sind immerhin 1,6 Mio. Haushalte in Großbritannien. Die Autoren gehen allerdings davon aus, dass sich diese Zahl beim tatsächlichen Umstieg verringern wird.

Damit die Interessen aller Nutzer bei der Umstellung der Übertragungstechnik weitgehend gewahrt bleiben, hat das Kulturministerium im Jahr 2000 ein Viewer-Panel eingerichtet. Dieses Panel besteht aus 27 Mitgliedern aus unterschiedlichen gesellschaftlichen Gruppen und soll bei den anstehenden Beratungen zum Switchover die Zuschauerperspektive vertreten. (Vgl. Hans-Bredow-Institut 2000, S.17)

2.1.2 Spanien

Die spanische Medienlandschaft wurde bis zum Ende der 70er Jahre vom Regime Francos beeinflusst und gelenkt. Drei Jahre nach dem Tod des Diktators nahm Spanien im Jahr 1978 die Staatsform einer konstitutionellen parlamentarischen Monarchie mit 17 eigenständigen Regionen an. (Vgl. De Mateo 2004, S.649) Schon ein Jahr davor, 1977, erlangten die Medien Informationsfreiheit, der strukturelle und organisatorische Aufbau des Rundfunks blieb bis 1987 allerdings unverändert. Erst 1988 wurde ein Gesetz zum Privatfernsehen beschlossen, das 1999 abgeändert wurde und den Aufbau eines dualen Rundfunksystems ermöglichte.

Mitte der 90er Jahre wurden schließlich Gesetze für Satelliten- und Kabelfernsehen erlassen. (Vgl. De Mateo 2004, S.652)

Landesweit über die Hausantenne sind die öffentlich-rechtlichen Fernsehanbieter *TV1* und *La2* erhältlich, die zu *RadioTelevisión Española* gehören. Die regionalen Sender öffentlichen Rechts hingegen werden von den Körperschaften für Radio und Fernsehen der autonomen Regionen betrieben. (De Mateo 2004, S.653) Zu den wichtigsten regionalen öffentlichen TV-Sendern gehören *TV3*, *C33*, *Canal Sur*, *Tele Madrid*, *TVG*, *ETB1* und *ETB2* sowie *TV Vastilla-La Mancha* und *TVA*. (Vgl. De Mateo 2004, S.653)

In Spanien empfangen laut Angaben von SES-ASTRA (2004) rund 76% der 13,84 Mio. TV-Haushalte Fernsehprogramme über den terrestrischen Weg, 18% über Satellit und etwa 6,1% über Kabel. Die digitale Verbreitung liegt bei 14,4%.¹⁰

In Bezug auf das digitale Fernsehen gehört Spanien zu jenen europäischen Staaten, die schon früh erste Schritte Richtung Umstellung der Übertragungstechnik gesetzt haben. Im Jahr 1997 wurde mit dem Gesetz Nr. 66 die regulative Grundlage für digitales terrestrisches Fernsehen gelegt. Ein Jahr darauf wurde das Umstellungskonzept und der Zeitplan für die Implementierung von DVB-T beschlossen, und ein weiterer Erlass von 1999 enthielt Anpassungen an die europäische Richtlinie ‚Fernsehen ohne Grenzen‘. (Vgl. De Mateo 2004, S.653) Im Mai 2000 konnten schließlich die ersten kommerziellen DVB-T-Programme des Pay-TV-Senders *Quiero TV* ausgestrahlt werden. Wie *ITV Digital* in England musste der spanische Pay-TV-Anbieter jedoch wegen finanzieller Schwierigkeiten im Jahr 2002 den Sendebetrieb einstellen. (Vgl. De Mateo 2004, S.654) DVB-T erwies sich in der Anfangsphase auf Grund von fehlendem Interesse der Rezipienten also als erfolglos. Der Misserfolg lag unter anderem am Mangel an geeigneter Ausrüstung bzw. Adaptern für analoge Fernsehgeräte.

Der terrestrische Anbieter *Quiero TV* war nicht der einzige Pay-TV-Sender Spaniens, der sich 2002 in einer Krise befand. Wegen wirtschaftlicher Probleme wurde im Mai desselben Jahres die digitale Satellitenplattform *Via Digital* in die Firma *Sogecable* integriert, in deren Besitz sich auch die beiden Pay-TV-Sender *Canal Satellite Digital* und *Canal+ España* befinden. Die Regierung akzeptierte diesen Zusammenschluss vor allem wegen der für die Anbieter schwierigen Situation auf Grund der allgemeinen Begrenztheit des einheimischen Fernsehmarktes. Seither gibt es in Spanien nur noch eine digitale Plattform (*Digital +*), die allerdings 34 Übereinkünfte erfüllen muss.¹¹ (Vgl. De Mateo 2004, S.653/ Hans-Bredow-Institut 2002a, S.22) *Digital+* hat sich nach Angaben der Firma *Sogecable* mittlerweile zu einem der führenden internationalen Pay-TV-Unternehmen entwickelt. Neben einer breiten

¹⁰ Die Zahlen zur digitalen Penetration in Spanien differieren innerhalb der Quellen. Laut EPRA (2004) liegt die Zahl der digitalen Haushalte bei 18,1%. Schätzungen der SEK (2003) sprechen gar von über 25%. (Vgl. Hans-Bredow-Institut 2003a, S.13)

¹¹ Darunter fallen beispielsweise die Abonnement-Preise, Bereitstellung von Kanälen an Dritte, Konditionen für Sportveranstaltungen etc. (Vgl. De Mateo 2004, S.654)

Auswahl an Sport, Unterhaltung und Serien stehen den Abonnenten auch interaktive Applikationen zur Verfügung. Ende 2003 hatte *Sogecable* insgesamt über 2,34 Mio. Abonnenten, davon über 1,79 Mio. mit digitalem Anschluss. Dies bedeutet einen Zuwachs von mehr als 100.000 Nutzern. (Vgl. Del Valle Fernandez 2004a)

Ähnlich wie bei der digitalen Satellitenübertragung dominieren auch in den Kabelnetzen Pay-TV-Konzepte zur Refinanzierung der Digitalisierungskosten. Im März 2003 begann *Auna Telecomunicaciones*, einer der größten Kabelbetreiber Spaniens, fünf seiner sechs Kabelnetze auf digitale Technik umzustellen (*Madritel, Menta, Able, Supercable, Med Telecom*). Das Unternehmen will seinen 325.000 Kunden gegen Aufpreis E-Mail- und SMS-Services, Chat, interaktive Spiele und einen Pay-per-View-Dienst mit Namen ‚*Mirador Interactivo*‘ anbieten. Für die Zukunft sind weitere interaktive und multimediale Angebote geplant. Auch der Kabelanbieter *Ono* startete kurz darauf ein digitales Bouquet, allerdings ohne interaktive Anwendungen. (Vgl. Del Valle Fernandez, 2003b)

Terrestrisch konnte sich Pay-TV nach der Insolvenz von *Quiero TV* nicht durchsetzen. Die frei gewordenen DVB-T-Lizenzen wurden 2002 an *Net TV* und *Vevo TV* vergeben, die seit Juni 2002 landesweit über diesen Distributionsweg Free-To-Air senden. Die beiden TV-Stationen haben eine technische Reichweite von 80%, können aber tatsächlich nur 90.000 Haushalte erreichen, denn der Großteil der ehemaligen *Quiero*-Abonnenten wechselte zu DVB-S. Ein wesentliches Problem von *Net TV* und *Vevo TV* ist der Mangel an Kapazitäten, die ihnen für die Distribution von DVB-T-Signalen zur Verfügung gestellt werden. Die Anbieter befürchten, dass die Qualität der Übertragung unter der beschränkten Leistungsfähigkeit leidet und damit in manchen Gegenden sogar schlechter ist als bei analoger Übertragung. Auch interaktive Angebote sind auf Grund der Frequenzknappheit derzeit nicht möglich. (Vgl. DigiTAG 2002) *Net TV* und *Vevo TV* sind per Gesetz dazu verpflichtet, mindestens fünf Stunden pro Tag und 32 Stunden pro Woche zu senden. Für die Übertragung ihrer Signale durch den heimischen Netzbetreiber *Revevision* müssen sie jährlich je 3,6 Mio. Euro zahlen. (Vgl. DigiTAG 2002) Um ein finanzielles Desaster zu verhindern, bieten die beiden TV-Stationen Billigproduktionen an. *Net TV* sendet nicht mehr als die nötigen fünf Stunden täglich und füllt diese mit einer halbstündigen Magazinsendung und Musikvideos. Der Sender kündigte jedoch vor kurzem an, verstärkt eigenproduzierte Inhalte sowie interaktive Applikationen anbieten zu wollen. *Vevo TV* zeigt mit der Sendung *Expansion TV*, die von der Media-Gruppe *Recoletos* produziert wird, Inhalte zu Finanz und Wirtschaft.

Nach dem Zusammenbruch von *Quiero TV* und den schwerwiegenden Problemen der neuen Anbieter ist es um die Einführung von DVB-T in Spanien vorerst still geworden. (Vgl. De Mateo 2004, S.657) „Die bisherige Entwicklungsphase des Digitalfernsehens scheint mehr der Sicherung von Lizenzen für zukünftige Geschäfte gedient zu haben, als den tatsächlichen Startschuss für die Entwicklung dieses Mediums zu geben, die den Gerätemarkt auf der einen Seite und den Inholdmarkt auf der anderen Seite beleben könnte.“ (De Mateo 2004, S.660) Den Grund für den Stillstand des digital-terrestrischen Fernsehmarktes sehen Fernsehanbieter

und Geräteindustrie nicht in mangelndem Interesse der Rezipienten. Viel mehr zeigen sich beide Gruppen davon überzeugt, dass zu wenig Bandbreite zur Verfügung stehe, um attraktive Inhalte anbieten zu können. Sie fordern finanzielle Unterstützung der Regierung sowie zusätzliche digitale Kapazitäten, um DVB-T und den Markt wieder neu beleben zu können. (Vgl. Del Valle Fernandez 2002) Damit dies gelingt wird die spanische Fernsehindustrie sehr viel Geld in die Entwicklung und Vermarktung des Angebots investieren müssen. Nach Angaben der Industrie wurden bereits 250 Mio. Euro in den Markt gesteckt. Schätzungen gehen von weiteren 10 Mrd. Euro bis zum Jahr 2011 aus. (Vgl. DigiTAG 2004c)

Um die Anzahl der potenziellen Nutzer von DVB-T zu erhöhen und somit eine breitere wirtschaftliche Basis zu schaffen, will das Unternehmen *Abertis*, das für die Ausstrahlung des Großteils der Fernsehsignale in Spanien verantwortlich ist, in den kommenden Jahren 350 Mio. Euro ausgeben. Die technische Reichweite von DVB-T soll von derzeit 80% der Bevölkerung auf nahezu 100% ausgedehnt werden. Auch die Entwicklung von interaktivem TV soll in Spanien vorangetrieben werden. Ende 2003 wurden in und um Barcelona in einem dreimonatigen Pilotprojekt namens ‚*Miromercats*‘ erste MHP-Übertragungen über das digital-terrestrische Netzwerk gesendet. 100 Testhaushalte konnten im Rahmen des Projektes den regionalen Sender *TVC* im Format 16:9, digitales Radio sowie einen EPG, einen News-Ticker, Wettervorhersagen, Chat, digitalen Datentext und interaktive Werbung empfangen. (Vgl. Hans-Bredow-Institut 2003b, S.18; Rosés 2003, S.8) Im Juli 2004 wurde das Angebot auf die Region Maresme bei Barcelona ausgeweitet. (Vgl. DigiTAG 2004d)

Des Weiteren ist nach dem britischen Vorbild *Freeview* eine digital-terrestrische Free-To-Air-Plattform unter der Leitung des öffentlich-rechtlichen Senders *RTVE* geplant. Den Rezipienten sollen dabei landesweit 20 bis 30 Kanäle sowie über 1.000 regionale Kanäle in 266 verschiedenen Gebieten zur Verfügung stehen. (Vgl. Del Valle Fernandez 2003a/ Hans-Bredow-Institut 2003b, S.18/ DigiTAG 2004e)

Ob diese Bemühungen ausreichen werden, um den ATO wie geplant 2010 durchführen zu können, ist fraglich. Ursprünglich sollten die analogen Frequenzen in Spanien erst 2012 abgedreht werden. Die Regierung hat den Zeitpunkt des Switch-Off trotz der Schwierigkeiten bei der Implementierung der neuen Technik jedoch vorverlegt. (Vgl. Del Valle Fernandez 2004b/ DigiTAG 2003a) Bis dahin werden außer den beiden privaten Anbietern *Vevo TV* und *Net TV* lediglich die terrestrisch-analogen Kanäle (*TVE, La 2*), sowie zwei lokale öffentlich-rechtliche Kanäle in jeder autonomen Region im Simulcast übertragen. Programme, die bisher nur über Kabel oder Satellit empfangen werden konnten, sowie weitere kommerzielle Sender sind bis 2010 nicht vorgesehen. (Vgl. EPRA 2004, S.30, S.36)

2.1.3 Schweden

In Schweden empfängt laut SES-ASTRA (2004) der Großteil der Haushalte, nämlich 1,72 Mio. (42,4%), Fernsehen über Kabel, weitere 1,33 Mio. (32,8%) über die Terrestrik und 1,01 Mio. (24,8%) über Satellit. Der Digitalisierungsgrad liegt bei rund 26,5%. Zu den meist gesehenen Schwedischen Fernsehkanälen zählen *SVT1*, *SVT2*, *TV4*, *TV3*, *TV1000* und *Canal+*. Die vier wichtigsten Kabelbetreiber sind *com hem*, *UPC*, *Kabelvision* und *Sweden On Line*. Im Bereich der Satellitenübertragung sind die beiden konkurrierenden Unternehmen *Canal Digital* und *Viasat* zu nennen. (Vgl. The Swedish Radio and Television Authority 2002, S.102)

Ähnlich wie Spanien entschied sich auch Schweden früh für die Implementierung von DVB-T und hatte in der Anfangsphase mit Startschwierigkeiten zu kämpfen, wenn auch aus ganz anderen Gründen. Im Gegensatz zu Spanien war DVB-T nicht als Plattform für Pay-TV gedacht, sondern wurde als „Vehikel für den Wandel hin zu einer Informationsgesellschaft“ (Gröndahl 2002, S.460) gesehen. Im Jahr 1996 sprach ein Kommissionsbericht die Empfehlung aus, DVB-T so schnell wie möglich landesweit einzuführen, um der Gefahr vorzubeugen, „dass kommerzielles digitales Satelliten- und Kabelfernsehen die einzige Multikanal-Option für die Fernsehzuschauer“ (Hultén 2000, S.569) bliebe. Die Etablierung von digitalem Fernsehen sollte nicht ohne wesentliche Einflussnahme der Regierung von Statten gehen, da die neue Technik „zur Entwicklung neuer Qualifikationen beitragen sowie insgesamt das Informationsniveau im ganzen Land erhöhen“ (Gröndahl 2002, S.460) könne, wenn die Kapazitäten richtig genutzt würden. Darüber hinaus ist die Terrestrik der einzige Übertragungsweg, der „weiterhin alleiniger schwedischer Kontrolle unterliegt“ (Hultén 2000, S.570), denn das Parlament hat keinerlei Möglichkeit der gesetzlichen Einflussnahme auf Kabel- und Satellitenbetreiber.

Die schwedische Regierung beschloss aus diesen Gründen im April des Jahres 1997 die Einführung von regional beschränktem digital-terrestrischem Fernsehen und beabsichtigte, alle analogen Frequenzen zu digitalen Netzen auszubauen. (Vgl. Hultén 2000, S.560) Obwohl die Politik die Kontrolle über die Inhalte weitgehend bei den Regulierungsbehörden beließ, mussten die Umstellungskosten ausschließlich von den Marktteilnehmern getragen werden. (Vgl. Gröndahl 2002, S.461) Um das digitale Angebot von Beginn an interessant gestalten und die Auslastung der Netze garantieren zu können, wurden Satellitenanbieter aufgefordert, sich am digitalen terrestrischen Netzwerk zu beteiligen. Außerdem wollte die Regierung lokale und regionale Anbieter von Sparten- und Pay-TV-Sendern anspornen, ebenfalls über diesen Distributionsweg zu senden und neue digitale Dienste zu entwickeln. (Vgl. Hultén 2000, S.569) Obwohl DVB-T den Anbietern eine günstigere Übertragung bietet als der bisherige analoge Weg, ist DVB-S weiterhin die kostengünstigere Variante, sodass das Interesse von Satellitenanbietern begrenzt ausfiel.

Darüber hinaus war der Großteil der kommerziellen Sender mit der Vorgehensweise der schwedischen Regierung nicht einverstanden, da die Kosten für die Anbieter zu hoch und die

Entscheidungsfreiheit in Bezug auf die Vermarktung des Programms im Gegenzug zu eingeschränkt waren. Dennoch rückten die Entscheidungsträger nur marginal von ihrem ursprünglichen Plan ab, beschlossen jedoch, digital-terrestrisches Fernsehen etwas langsamer einzuführen als geplant. Der ATO ist in Schweden laut Angaben der EPRA (2004, S.46) nach einer zehnjährigen Simulcast-Phase für Februar 2008 festgelegt worden. Ein Komitee unter Beteiligung aller betroffenen Institutionen und Unternehmen koordiniert den Switch-Off-Prozess. (Vgl. EPRA 2004, S .48)

1998 wurden schließlich DVB-T-Lizenzen für die ersten vier Jahre vergeben, 1999 sowie 2000 wurden zusätzliche Frequenzen frei gemacht, sodass Mitte 2002 vier Multiplexe verfügbar waren. Die Übertragung von drei Multiplexen startete im April 1999 in fünf Regionen, die rund die Hälfte der Bevölkerung umfassen. Das digitale Bouquet bestand aus zehn landesweiten Programmen und je zwei regionale Anbieter pro Sendegebiet. (Vgl. Hultén 2000, S.569/ Jönsson 2002, S.544) Darunter befanden sich die Programme des öffentlich-rechtlichen Senders *Sveriges Television (SVT)*, der sich für einen raschen Umstieg aussprach, sowie der Sender *Canal+*, der Wirtschaftskanal *TV8* und einige kommerzielle Regionalkanäle. Da es Lieferschwierigkeiten bei den Decodern gab, schoben die meisten kommerziellen Anbieter (*TV4*, *TV3* und *Kanal 5*) ihren Sendestart hinaus und brachen damit ihre Lizenzverträge. (Vgl. Hultén 2000, S.569/ Gröndahl 2002, S.462) Erst als sich der Netzbetreiber *Teracom* dazu bereit erklärte, die Sendekosten zu tragen, startete zumindest *TV4* mit der digitalen Ausstrahlung. Die beiden anderen Anbieter weigerten sich weiterhin, ihr Programm via DVB-T zu verbreiten. Inzwischen bietet der öffentlich-rechtliche Rundfunk über das digital-terrestrische Netz zusätzlich zu *SVT1* und *SVT2* einen 24-Stunden-Nachrichtenkanal an. *TV4* speist neben seinem Vollprogramm das Angebot von *CNN International* in das digitale Netz ein und bietet – wenn auch wenig erfolgreich – interaktive Dienste an. Des Weiteren sind noch der Unterhaltungssender *Kanal 5* sowie internationale Sport-, Film- und Musikkanäle erhältlich. Der Shoppingsender *e-TV* sowie der multimediale Bildungskanal *K-World* mussten im Jahr 2002 ihre DVB-T-Lizenz zurückgeben. (Vgl. Gröndahl 2002, S.463)

Einer der wichtigsten schwedischen Privatsender *TV3* und seine Muttergesellschaft *Modern Times Group (MTG)* legten hinsichtlich des digitalen Fernsehens eine kontraproduktive Strategie an den Tag. Als Betreiber der Satellitenplattform *Viasat* kann *MTG* ein gewisses Interesse daran unterstellt werden, den Start des digitalen terrestrischen Fernsehens behindern zu wollen. Dennoch bewarb sich *MTG* im September 1999 um Lizenzen und startete im Frühjahr 2000 mit einigen digitalen Kanälen. Die Gebühr für das eher magere Angebot von *MTG* war jedoch derartig hoch, dass sich der Netzbetreiber *Teracom* gezwungen sah, den wenigen Abonnenten Zuschüsse zu zahlen, um das Image von DVB-T insgesamt nicht zu schädigen. *Teracom* subventionierte *MTG* damit indirekt mit Zahlungen in der Höhe von zehn Mio. Schwedischen Kronen (ca. 1,1 Mio. Euro). Im März 2001 stellte *Teracom* schließlich alle Zuschüsse ein, woraufhin *MTG* sämtliche Programme aus dem digitalen terrestrischen

Netzwerk abzog. Begründet wurde diese Entscheidung mit zu niedrigen Abonnentenzahlen, die *MTG* durch seine Preispolitik aber selbst verursacht hatte. Die frei gewordenen Lizenzen wurden anschließend neu ausgeschrieben und gingen an *Eurosport*, *Nickelodeon*, *MTV Nordic* sowie *Discovery Channel*. (Vgl. Gröndahl 2002, S.463) Mit dieser Strategie blockierte der Satellitenbetreiber *MTG* die terrestrischen Frequenzen für andere Anbieter und verhinderte, dass sich via DVB-T ein attraktives Konkurrenzangebot zu dem eigenen Satellitenpakt *Viasat* etablieren konnte. „Indem es die Entwicklung von digitalem Fernsehen verzögerte, schadete *MTG* [darüber hinaus] auch seinem Hauptkonkurrenten im kommerziellen Sektor, *TV4*, für den ein hinausgeschobenes analoges Switch-Off weitere Kosten bedeutete.“ (Gröndahl 2002, S.462) Trotz der Verhinderungstaktik von *MTG* entwickelte sich die digital-terrestrische Übertragung im letzten Jahr sehr gut. *Boxer*, neben *Teracom* einer der wichtigsten Netzbetreiber, konnte Ende 2004 375.000 Nutzer verzeichnen. Im Jahr 2004 sind 175.000 neue Kunden hinzugekommen, was einer Steigerung um 88% entspricht. Für 2005 wird ein weiterer Zuwachs erwartet. Inzwischen bereitet sich Schweden bereits auf den ATO vor. Schon in der zweiten Hälfte des Jahres 2005 sollen die ersten drei Regionen (Gävle, Motala/Linköping und Gotland) abgedreht werden. (Vgl. DigiTAG 2005)

Via Satelliten waren in Schweden vor allem die digitalen Angebote der beiden Pay-TV-Anbieter *MTG* und *Canal Digital* erfolgreich. Mit gratis Set-Top-Boxen und günstigen Angeboten gelang es *Viasat (MTG)*, das im April 2000 mit digitalen Bouquets gestartet hatte, innerhalb von zwölf Monaten, rund die Hälfte aller Abonnenten auf digitale Empfangsgeräte umzustellen. *Canal Digital* hatte mit seinen digitalen Satellitendiensten schon 1999 begonnen und schaltete seine analogen Kanäle im September 2001 ab. Im Kabel begann die Digitalisierung zwar etwas früher, jedoch weniger erfolgreich. 1997 startete das Telekom Unternehmen *Telia* in seinen Netzen in Stockholm digitale Dienste, 90% der Kunden blieben jedoch beim analogen Kabel. Andere Kabelanbieter stiegen erst später ein. *UPC* strahlte im Jahr 2002 erstmals digitale Fernsehprogramme im Kabel aus, *SOL* bereitet ein Angebot vor, und alle anderen sind noch nicht aktiv geworden. (Vgl. Gröndahl 2002, S.463)

2.1.4 Finnland

Finnland ist eines jener Länder, in dem das duale Rundfunksystem schon sehr früh etabliert wurde. 1957, nur drei Jahre nachdem privates Fernsehen in England startete, wurde Finnlands erster Privatsender *MTV3* gegründet. (Vgl. Österlund-Karinkanta 2004, S.279) Bis heute ist *MTV3* mit einem durchschnittlich Anteil von 37%¹² an der Fernsehnutzung Marktführer, gefolgt von den beiden Programmen des öffentlich-rechtlichen Fernsehens *Yleisradio Oy (YLE)* mit 23,6% und 21,8%. Der vierte Sender, der neben *TV1* und *TV2 (YLE)* sowie *MTV3* analog-terrestrisch ausgestrahlt wird, ist *Kanal 4 (Nelonen)*¹³ mit 11,6%. (Vgl. Österlund-

¹² Diese Angaben beziehen sich auf das Jahr 2002.

¹³ *Kanal 4 (Nelonen)* ging erstmals 1997 auf Sendung. (Vgl. Österlund-Karinkanta 2004, S.297)

Karinkanta 2004, S.300) Darüber hinaus werden analog via Antenne in Teilen des Landes drei lokale Kanäle verbreitet. (Vgl. EPRA 2004, S.18) Auch im Kabel sind eine Reihe lokaler und regionaler Programme erhältlich. Zusätzlich wird ein Großteil der Satellitenprogramme und seit Februar 2000 der Jugendkanal *SubTV (MTV3)* in die Kabelnetze eingespeist. (Vgl. Österlund-Karinkanta 2004, S.300)

Der Fernsehempfang über Satellit hat in Finnland keine große Bedeutung. Da die Übertragung im Norden technisch schwierig ist, nutzen nur 7,3% der Fernsehhaushalte diese Möglichkeit. In den dicht besiedelten Regionen ist daher Kabelfernsehen stark verbreitet. Insgesamt erhalten 36,7% aller finnischen TV-Haushalte ihre Fernsehprogramme über Kabel. Vor allem am Land ist das Kabelnetz jedoch schlecht ausgebaut, sodass der Großteil der Bevölkerung nach wie vor die Hausantenne verwendet. Insgesamt sind 1,18 Mio. Haushalte auf das terrestrische Sendernetz angewiesen und können damit nur vier Programme empfangen. Diese Zahl entspricht 56% der 2,11 Mio. finnischen Fernsehhaushalte. (Vgl. BIPE 2001, S.21/ SES-ASTRA 2004)

Dennoch wird Pay-TV in Finnland, wie auch in Deutschland, Österreich oder der Schweiz, nur von einem kleinen Teil der Bevölkerung genutzt. Offizielle Angaben liegen nicht vor, die Zahl der Abonnenten wird aber ungefähr auf 10% der Bevölkerung geschätzt. (Vgl. Digital TV Group 2000a/ Österlund-Karinkanta 2004, S.300)

Eine Besonderheit des finnischen Fernsehmarktes ist das Finanzierungskonzept des öffentlich-rechtlichen Fernsehens. Seit 1999 darf auf *TV1* und *TV2* keine Werbung mehr ausgestrahlt werden. Seither bezieht *YLE* seine Einnahmen zum einen aus Fernsehgebühren der Zuseher und zum anderen aus einer Betriebsgebühr der kommerziellen Sender.¹⁴ (Vgl. Österlund-Karinkanta 2004, S.294)

Mit der größten Handydichte weltweit und einer ausgesprochen hohen Verbreitung von Internetzugängen gilt Finnland hinsichtlich des technischen Fortschritts im Kommunikationsbereich als eines der führenden Länder Europas. Dies gilt auch für die Digitalisierung des Fernsehens, die zwar noch nicht so weit fortgeschritten ist wie in England, von den zuständigen Behörden sowie den Rundfunkveranstaltern jedoch engagiert vorangetrieben wird und vor allem im letzten halben Jahr Erfolge verzeichnen konnte.

Obwohl die zuständigen finnischen Stellen weitaus zurückhaltender agieren als beispielsweise die schwedischen Behörden, wurden schon ausgesprochen früh Entscheidungen im Hinblick auf die Umstellung der Fernsehübertragungstechnik getroffen. (Vgl. Gröndahl 2002, S.460) Bereits 1995 erschien der erste Bericht mit einer Strategie für die Digitalisierung des Rundfunks und 1999 wurde ein Gesetz verabschiedet, in dem die Regulierung des Rundfunks, unter anderem auf Grund der Digitalisierung, neu geregelt wurde. (Vgl. IDATE 2000, S.3/ Österlund-Karinkanta 2004, S.292) Dabei standen weniger ideologische als pragmatische

¹⁴ Diese Betriebsgebühr ist als Zahlung für die Nutzung der Frequenzen gedacht und wird anhand der Höhe des Umsatzes des jeweiligen Senders berechnet. (Vgl. Österlund-Karinkanta 2004, S.295) Schon vor 1999 mussten die finnischen Privatsender ähnliche Gebühren („public service fees“) bezahlen. (Vgl. BIPE 2001, S.23)

Überlegungen im Vordergrund. Sowohl staatliche Stellen, als auch der öffentlich-rechtliche Rundfunk setzten von Anfang an auf ein marktgetriebenes Umstiegsszenario, was dazu geführt hat, dass das politische Konzept im Gegensatz zu Schweden auch vom privatwirtschaftlichen Sektor weitgehend akzeptiert wurde. (Vgl. Gröndahl 2002, S.467, 471)

Wie in den meisten europäischen Ländern waren erste digitale Fernsehprogramme in Finnland via Satellit erhältlich. Den Anfang machte 1997 *TV Finland*, im Oktober 1998 startete *Canal Digital* 19 digitale Pay-TV-Kanäle (mit EPG) über Satelliten und seit April 2000 ist ein Premium Pay-TV-Paket von *VIASAT* erhältlich. (Vgl. IDATE 2000, S.3) Da Bezahlfernsehen in Finnland jedoch wenig genutzt wird und der Satellitenempfang für zahlreiche Haushalte technisch nicht möglich ist, spielen Kabelnetze und vor allen der terrestrische Übertragungsweg hinsichtlich der Digitalisierung eine wichtigere Rolle.

Während sich die Digitalisierung im Kabel als schwierig erweist und nur langsam voran geht,¹⁵ (vgl. BIPE 2001, S.20f) ist der Ausbau des digitalen terrestrischen Netzes inzwischen weit fortgeschritten. Im Dezember 1997 fand der erste DVB-T-Testbetrieb in Espoo Kivenlahti statt. Zwölf Monate später schrieb die Regierung Lizenzen für drei Multiplexe aus, die 1999 vergeben wurden, sodass im August 2001 der Regelbetrieb des terrestrischen digitalen Netzes starten konnte. (Vgl. IDATE 2000, S.3) Einer der drei Multiplexe wurde *YLE* zugesprochen, das zusätzlich zu den beiden Vollprogrammen *TV1* und *TV2* die drei neuen digitalen Sender *YLE24* (Nachrichten), *YLE Teema* (Kultur, Wissenschaft, Bildung) und *FST* (Programm in schwedischer Sprache) in Betrieb nahm. Auf Multiplex B und C sollten neben *MTV3* und *Kanal 4* vier neue Pay-TV-Programme (ein Filmkanal, ein interaktiver Bildungskanal, ein Sportkanal und ein Lifestylekanal) platziert werden. Eine weitere Zulassung ging an ein Netzwerk lokaler Fernsehunternehmen (*City TV Oy*). (Vgl. Gröndahl 2002, S.467f) Die Lizenzen sind seit 1. September 2000 gültig und laufen nach einem Zeitraum von zehn Jahren aus. (Vgl. Digital TV Group 2001)

Einige der TV-Stationen gingen bis Ende 2001 aber nicht auf Sendung, weshalb ihnen die Betriebslizenz im Jänner 2002 wieder entzogen wurde. (Vgl. Österlund-Karinkanta 2004, S.300) Die freigewordenen Frequenzen wurden im März 2003 neu vergeben. Zurzeit sieht das digitale Line-Up wie folgt aus: Auf Multiplex A strahlt *YLE* nach wie vor seine sechs öffentlich-rechtlichen Programme aus, auf Multiplex B sind *MTV3*, *MTV3+*, *SubTV*, *Kanal 4* sowie *Nelonen+* platziert und auf Multiplex C senden *Canal+* (vier Programme) sowie ein Sportkanal, *VIISI*, *Estradi*, *SexTV* und zwei regionale Programme für die Sendgebiete Turku und Lathi. (Vgl. Digitv.fi 2004/ Österlund-Karinkanta 2004, S.301)

Zu Beginn war *YLE* verantwortlich für die Verwaltung und den Betrieb von Multiplex A und B. *SWelcom* wurde die Aufsicht über Multiplex C übergeben. (Vgl. Österlund-Karinkanta 2004, S.300) Ende 2002 teilte das Ministerium für Verkehr und Kommunikation alle drei

¹⁵ Ende 2004 wollen die wichtigsten digitalen, finnischen Kabelanbieter *3KTV*, *TTV*, *Turku Cable* und *VLP* erstmals interaktive Dienste über die Kabelnetze anbieten. (Vgl. Ortikon interactive 2004, S.1) Terrestrisch sind MHP-Dienste schon seit 2001 erhältlich.

Lizenzen für den Betrieb von DVB-T-Sendernetzen *Digita Oy* zu. Das Unternehmen, das sich bis 1998 im Besitz von *YLE* befand und das analoge terrestrische Netz des öffentlich-rechtlichen Senders betrieben hat, ist inzwischen zu 90% privatisiert.¹⁶ So garantiert *Digita Oy* einen chancengleichen Zugang für alle TV-Sender und weist reichlich Erfahrung im Bereich der terrestrischen Distribution von Fernsehsignalen auf. (Vgl. Sellgren 2002)

Von Beginn an waren in Finnland mobile Nutzung sowie interaktive Dienste ein wesentlicher Eckpfeiler der Digitalisierungsstrategie. (Vgl. BIPE 2001, S.20) Aus diesem Grund entschieden sich die Regulierungsbehörden sowie alle beteiligten Rundfunkteilnehmer schon 1999 für die Distribution von MHP-Applikationen. (Vgl. Digital TV Group 1999b) Obwohl zum Zeitpunkt des DVB-T-Sendestarts noch keine MHP-tauglichen Empfangsgeräte erhältlich waren, entwickelte *YLE* eine Reihe von multimedialen Anwendungen, die schon im August 2001 via DVB-T ausgestrahlt wurden. Finnland war damit das erste Land weltweit, das den neuen Standard für interaktives Fernsehen einsetzte. Erst im Mai 2002 kam ein integriertes TV-Gerät auf den Markt, das MHP-Applikationen anzeigen konnte.¹⁷ Billigere MHP-taugliche Set-Top-Boxen folgten im Herbst und Winter 2002.¹⁸ (Vgl. Marshall 2002a)

Auf Grund des Mangels an Empfangsgeräten für die neuen Dienste war der Erfolg von digital-terrestrischem Fernsehen in Finnland zu Beginn nur mäßig. In den letzten Monaten ist der Verkauf von entsprechenden Geräten jedoch rapide angestiegen. Eine Studie im Auftrag der Regulierungsbehörde *FICORA* ergab im Februar 2003 noch eine Anzahl von insgesamt 58.000 Digital-Decodern. (Vgl. Österlund-Karinkanta 2004, S.300) Im Mai 2004 waren laut einer Erhebung des Ministeriums für Verkehr und Kommunikation schon 250.000 Receiver¹⁹ – darunter 20.000 MHP-Boxen – auf dem Markt. Das entspricht einem Anteil von 15% der finnischen Haushalte. (Vgl. eFinland 2004)

Die multimedialen Angebote der verschiedenen Sender sind inzwischen vielfältig und reichen von EPG, Super-Teletext,²⁰ einem 24-Stunden-Nachrichtendienst, Spiele- und Lottodiensten,²¹ Parlamentsinformationen bis hin zu TV-Banking und programmergänzenden Features. (Vgl. Gröndahl 2002, S.468/ Sellgren 2002)

Auch hinsichtlich der technischen Reichweite entwickelte sich das terrestrische digitale Netzwerk in Finnland ausgesprochen schnell. Schon zur Zeit der Markteinführung im August

¹⁶ Nachdem *YLE* schon im Juni 2001 49% von *Digita Oy* an *TDF (Télédiffusion de France)* verkauft hatte, erwarb das französische Unternehmen am 13. August 2003 weitere 41% des finnischen Multiplexbetreibers, sodass sich der Anteil von *TDF* an *Digita* derzeit auf 90% beläuft. (Vgl. TDF 2003)

¹⁷ Das erste MHP-Empfangsgerät war das integrierte TV-Set *Wega NX 100* von *Sony* zu einem Preis von € 4000. (Vgl. Marshall 2002a)

¹⁸ Die erste multimediale Set-Top-Box (*I-Can* von der Firma *ABA*) kostete zu Beginn ca. € 400. (Vgl. Marshall 2002a)

¹⁹ Allein im Dezember 2003 wurden 50.000 Receiver für Digitalfernsehen verkauft. (Vgl. mhp.org 2004)

²⁰ Der Super-Teletext von *YLE* wurde 2002 gestartet und ging 2003 in den Regelbetrieb über. (Vgl. Gröndahl 2002, S.468) Inzwischen haben auch *MTV3* und *Kanal 4* solche Angebote entwickelt und auf den Markt gebracht. (Vgl. Sellgren 2002) Zusätzlich betreibt *Digita* ein eigenes digitales Service-Portal via DVB-T. (Vgl. mhp.org 2004)

²¹ Das finnische Lotterieunternehmen *Veikkaus* hat sich von *Sofia Digital*, dem führenden Anbieter für MHP-Applikationen, ein Lottosystem für digitales TV entwickeln lassen, das über *MTV3* landesweit ausgestrahlt wird. Der nötige Rückkanal erfolgt über eine Internetverbindung. (Vgl. Marshall 2002b)

2001 konnten 50% aller Finnen DVB-T-Signale empfangen, Ende 2001 lag der Versorgungsgrad bei 72% und seit Ende der letzten Ausbauphase im Juli 2004 deckt das terrestrische digitale Sendernetz 94% der Bevölkerung ab. (Vgl. Digitv.fi 2004; Österlund-Karinkanta 2004, S.301) Derzeit bereitet sich *Digita Oy* darauf vor, bis Herbst 2005 99,9% des gesamten Landes mit digitalem Fernsehen abzudecken. (Vgl. Sellgren 2004)

Obwohl Finnland damit als erstes europäisches Land eine flächendeckende Versorgung erreichen wird und die Verkaufszahlen für digitale Empfangsgeräte steigen, ziehen die zuständigen Stellen den Zeitpunkt für die Abschaltung der analogen Frequenzen in Zweifel. In einem Bericht an das Ministerium für Verkehr und Kommunikation empfiehlt eine parlamentarische Arbeitsgruppe Ende 2003, das analoge Netzwerk nicht wie geplant 2006 sondern erst am 31. August 2007 abzdrehen, um den Kunden mehr Zeit für die Aufrüstung der Geräte zu verschaffen. (Vgl. Sellgren 2003)

Während die technische Reichweite und die Verbreitung von digitalen Empfangsgeräten stetig ansteigt, beschäftigen sich Regulierungsbehörden, Rundfunkveranstalter und seit kurzem auch Kabelbetreiber mit der Weiterentwicklung des inhaltlichen Angebots. Der größte finnische Kabelbetreiber *HTV (Helsinki Television)* hat am 8. Juni 2004 in seinen Kabelnetzen mit einem Testbetrieb für HDTV begonnen. Momentan können alle 270.000 Kunden von *HTV* die Testsignale kostenlos empfangen. Die dafür nötigen Set-Top-Boxen sind am europäischen Markt bisher jedoch nur begrenzt erhältlich. (Vgl. Cornwell 2004b)

Auch mobile Anwendungen sollen in Kürze in Finnland getestet werden. Am 15. Dezember 2003 haben sich die finnischen Behörden sowie *Digita Oy*, *YLE*, *MTV3*, *Nelonen*, *Nokia*, *Radioliija* und *TeliaSonera Finland* auf ein gemeinsames Pilotprojekt zur Erprobung des neuen Standards DVB-H geeinigt.²² Bei diesem Probebetrieb, der im Oktober 2004 gestartet ist, sollen nicht nur technische Parameter, sondern mit Hilfe von 500 Testhaushalten auch die Akzeptanz von mobilem Rundfunk getestet werden. (Vgl. Göbel 2004) Zusätzlich zu den derzeit drei Multiplexen in Finnland ist ein vierter in Planung, der ausschließlich mobilen Dienste vorbehalten sein soll. (Vgl. Österlund-Karinkanta 2004, S.301)

2.1.5 Niederlande

Die Organisation von Fernsehen und Hörfunk hat sich in den Niederlanden anders entwickelt, als im Rest von Europa, denn sie basierte – wie alle Bereiche des öffentlichen Lebens – auf dem geschichtlichen Modell der ‚Versäulung‘.²³ Zu Beginn der Fernsehübertragung 1951

²² DVB-H, an dem seit 2002 gearbeitet wird, wurde Ende März 2004 von einer Arbeitsgruppe des DVB-Projektes fertig gestellt und an das ETSI übergeben. (Vgl. Oceania 2004) Voraussichtlich Ende 2004 wird DVB-H von der ETSI als offizieller Standard anerkannt werden. Sowohl *Nokia*, *Samsung*, *NEC* als auch *Sanyo* haben schon Mobiltelefone vorgestellt, die mit Hilfe eines zusätzlichen Empfangsmoduls DVB-H empfangen können. (Vgl. Golem.de 2004)

²³ „In der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts widersetzten sich römisch-katholische und calvinistisch-protestantische Glaubensanhänger und später auch Sozialisten der damaligen Vormachtstellung des liberal-konservativen Establishments. Ihre Anstrengungen, für ihre Anhänger Emanzipation zu erreichen, führte zur

wurde diese besondere gesellschaftliche Ordnung auch auf den TV-Bereich übertragen, was zur Folge hatte, „dass der Rundfunk nicht in den Händen von privaten Firmen oder nationalen Organisationen ist, sondern Vereinen von Zuschauern und Zuhörern gehört.“ (Bardoel; Van Reenen 2004, S.481) Die anfänglichen ‚Säulen‘ sind mittlerweile allerdings der Einteilung der Zuschauer in „Lifestyle-Gruppen“ (Bardoel; Van Reenen 2004, S.481) gewichen. Der Hauptakteur des niederländischen Fernsehmarktes ist das öffentlich-rechtliche Fernsehen mit den Programmen *Nederlande 1, 2 und 3*. Zusammen hatten diese drei landesweiten Vollprogramme im Jahr 2002 einen Marktanteil von rund 38%. *RTL 4* ist mit einem Anteil von 17,1% der größte private Fernsehanbieter des Landes. (Vgl. Bardoel; Van Reenen 2004, S.485)

Was die Distributionswege für Fernsehen betrifft, haben sich die gut ausgebauten Kabelnetze in den Niederlanden klar durchgesetzt. Nach Angaben von SES-ASTRA (2004) empfangen rund 91,5% der TV-Haushalte Fernsehen über Kabel, weitere 6,7% über Satellit und lediglich 1,9% über die Hausantenne. Insgesamt gibt es in den Niederlanden 6,97 Mio. TV-Haushalte, wovon inzwischen 7% digitales Fernsehen empfangen können.

Wie in den meisten anderen europäischen Staaten waren die ersten digitalen Programme in den Niederlanden über Satellit erhältlich. Die Übertragung von DVB-S-Signalen startete schon 1996. Im Bereich des wichtigsten Übertragungswegs, der Kabelnetze, herrschte in Bezug auf die Digitalisierung allerdings lange Zeit Stillstand, was die niedrige Digitalisierungsrate in den Niederlanden erklärt. Im ‚ersten Kabelgesetz‘ setzte sich die Regierung „eine größere Wahlmöglichkeit für die Abonnenten“ (Bardoel; Van Reenen 2004, S.487) zum Ziel, was vor allem durch die Einführung von DVB-C erreicht werden sollte. Erst das Jahr 2000 brachte den Rezipienten digitale Angebote im Kabel, darunter unterschiedliche Premium-Pakete, Pay-per-View-Dienste oder die Möglichkeit des Internetzugangs. Die meisten Kabelbetreiber bieten im digitalen Bereich jedoch hauptsächlich Basis-Dienste an. (Vgl. Bardoel; Van Reenen 2004, S.487) Die Regierung versucht dem entgegen zu wirken, indem sie als Konkurrenz andere Distributionswege wie DVB-T fördert. Derzeit wird die terrestrische Übertragung in den Niederlanden fast ausschließlich für Zweit- und Drittgeräte genutzt, wobei angenommen wird, dass sich diese Tatsache durch die Digitalisierung teilweise ändern könnte. Eine größere Anzahl an Programmen sowie die Möglichkeit interaktiver und multimedialer Dienste könnten vor allem dann ein Anreiz für den Umstieg sein, wenn die Entwicklung im digitalen Kabel weiterhin langsam vorwärts geht. Dennoch liegt der Fokus bei DVB-T in den Niederlanden wie in Deutschland klar auf dem Aspekt der Portabilität und Mobilität.

2001 wurden die ersten fünf Multiplexe für die Übertragung von DVB-T-Signalen für 15 Jahre vergeben. Ein Multiplex ging dabei an den öffentlich-rechtlichen Anbieter *NOS*, die vier übrigen an *Digitenne*, ein Unternehmen das sich zu jeweils 30% in Händen des

Schaffung der ‚Versäulung‘: parallelen, geschlossenen Teilen der Gesellschaft für jede der Hauptideologien, in denen die Weltanschauungen alle Bereiche des Lebens [...] umfasste.“ (Bardoel; Van Reenen 2004, S.481)

Sendernetzbetreibers *Nozema*, der Fernseh- und Studioproduktionsfirma *NOB* sowie der niederländischen Telekom *KPN* befindet. Die verbleibenden 10% teilen sich kommerzielle und öffentlich-rechtliche TV-Stationen aus den Niederlanden. (Vgl. Digital Fernsehen 2004) Seit April 2003 sendet *Digitenne* verschlüsselt 24 öffentlich-rechtliche und private Fernsehsender und 16 Radioprogramme. Die technische Reichweite des digitalen Sendernetzes wird kontinuierlich ausgebaut und umfasst mittlerweile 3 Mio. Haushalte. Mit einer ersten landesweiten Abdeckung wird zwischen 2005 und 2006 gerechnet. Obwohl die Gebühr für das digital-terrestrische Bouquet günstiger ist, als die monatliche Kabelgebühr, hält sich das Interesse von Seiten der Rezipienten in Grenzen. (Vgl. DigiTAG 2003b) Wie viele Haushalte inzwischen auf DVB-T umgestiegen sind, lässt sich jedoch schwer abschätzen, da *Digitenne* mit Abbonnentenzahlen noch hinter dem Berg hält. (Vgl. Infosat 2004) Um das Interesse an dem neuen Angebot zu steigern, bietet *Digitenne* auch einen Kanal mit pornographischen Inhalten an, und in Zukunft sind interaktive Angebote sowie der Ausbau auf 35 Kanäle geplant.

Da die mobile und portable Nutzung für die Implementierung von DVB-T in den Niederlanden besonders zentral ist, startete der Netzbetreiber *Digitenne* im Mai 2004 in Zusammenarbeit mit *Nokia* und unter Beteiligung des Forschungsinstitutes *TNO* einen Testversuch zur Übertragung von DVB-H-Signalen auf tragbare Fernsehgeräte und mobile Handsets. *Digitenne* stellt für dieses Pilotprojekt seine gesamten Senderanlagen im westlichen Teil des Landes zur Verfügung. Als Startjahr für kommerzielle, mobile Dienste in den Niederlanden wird frühestens 2007 angesetzt. (Vgl. Phillips 2004e/ ebd. 2004f) Im selben Jahr war auch die endgültige Abschaltung aller analogen terrestrischen Frequenzen geplant. (Vgl. DigiTAG 2003b) Der öffentlich-rechtliche Rundfunkveranstalter hat der niederländischen Regierung im Mai jedoch mitgeteilt, dass er die analoge terrestrische Übertragung seiner drei Programme schon 2006 einstellen will, da der vorgezogene ATO Einsparungen in der Höhe von 14 Mio. Euro bedeutet. (Vgl. DigiTAG 2004f)

2.2 DVB-T in Österreichs Nachbarstaaten

2.2.1 Deutschland

In Deutschland verfügen nach Angaben von SES-ASTRA (2004) 55,6% der Haushalte über einen Kabelanschluss, rund 39,9% über eine Satellitenschüssel und 4,5% über terrestrische Empfangsgeräte. In den vergangenen 20 Jahren hat die analog-terrestrische Übertragungsform von Fernsehsignalen in Deutschland stark an Bedeutung verloren. Allein im letzten Jahr sank die Anzahl der terrestrischen Haushalte trotz Einführung von DVB-T um ca. 3%. Kabel- und vor allem die Satellitenübertragung haben dagegen dazu gewonnen.

Die Digitalpenetration beträgt 13% (vgl. SES-ASTRA 2004), wobei diese in größeren Städten weitaus höher sein kann. In München lag der Anteil der digitalen Haushalte beispielsweise schon 2003 bei 20%, obwohl dort DVB-T noch nicht erhältlich ist. (Vgl. Krieger 2003a) Der Großteil der Nutzer von Digitalfernsehen empfängt seine Programme über Satellit, denn über diesen Verbreitungsweg ist in ganz Deutschland schon ein vielseitiges Angebot zugänglich. Es werden nicht nur sämtliche analoge Fernsehprogramme im Simulcast übertragen, darüber hinaus gibt es auch rein digitale Dienste wie den *ARD-Onlinekanal* oder den *ZDFdigitext*. Die Digitalisierung im Kabel geht dagegen etwas langsamer voran, da auf Grund mangelnder Refinanzierungskonzepte der nötige Ausbau der Kabelnetze stockt. Dennoch sind in den meisten Kabelnetzen inzwischen digitale Fernsehprogramme erhältlich, sodass fast alle Kabel- und Satellitennutzer, also 95,5% der deutschen Haushalte (vgl. SES-ASTRA 2004), digitales Fernsehen empfangen könnten, wenn Sie das nötige Empfangsgerät kaufen würden.

Mit der vollständigen Umstellung der terrestrischen Übertragung auf die digitale Technik in Berlin-Brandenburg, hat Deutschland nun auch mit der Umsetzung eines ehrgeizigen Konzeptes zur Implementierung von DVB-T begonnen. Weltweit wurden dabei erstmals in einer Region sämtliche analogen Frequenzen abgedreht. Laut dem Positionspapier zur Einführung des digitalen Rundfunks, das die Landesmedienanstalten im Oktober 1999 herausgebracht haben, sollen nach Berlin so bald als möglich auch andere Ballungszentren vollständig umgestellt werden. Anschließend sollen weniger dicht besiedelte Gebiete folgen. (Vgl. Hans-Bredow-Institut 1999, S.14)

Berlin eignete sich deshalb als Vorreiter, weil in der Region rund um die Hauptstadt im Vergleich zum Rest des Landes eine große Anzahl von Haushalten nur über den terrestrischen Verbreitungsweg versorgt wurde. Das ist unter anderem darauf zurückzuführen, dass in diesem Gebiet schon vor der Umstellung ein ausgeprägtes terrestrisches Angebot verfügbar war. Bereits 1997 wurde in Berlin ein technischer DVB-T-Testbetrieb gestartet. Zwei Forschungsprojekte in den Jahren 1999 und 2000 sollten die Akzeptanz von DVB-T bei der Bevölkerung erheben. (Vgl. ARD/ ZDF-Projektgruppe Digital 2003, S.558)

Im Dezember 2001 beschloss der Medienrat der Medienanstalt Berlin-Brandenburg (MABB) eine finanzielle Subventionierung für den Umstieg aus Anteilen der Rundfunkgebühr. Dies umfasste unter anderem die Umrüstung der Sendeanlagen sowie Zuschüsse für die Ausstattung sozial schwächerer Haushalte mit Set-Top-Boxen. Außerdem waren Abkommen getroffen worden, dass die Geräteindustrie den Konsumenten einen Teil der notwendigen Boxen zu einem Preis von unter 200 Euro anbietet. Unter diesen Voraussetzungen erklärten sich neben den öffentlich-rechtlichen Sendern auch die wichtigsten privaten TV-Anbieter bereit, den Umstieg mit zu tragen. Im Februar 2002 unterzeichneten die Projektpartner eine Vereinbarung für den Umstieg auf DVB-T und im Frühjahr 2002 erfolgte die Ausschreibung der digitalen Frequenzen, sodass Anfang November 2002 zwei erste leistungsstarke Kanäle umgestellt und der Regelbetrieb eingeleitet werden konnte. Wie geplant fand am 28. Februar 2003 die analoge Übertragung privater Fernsehprogramme ihr Ende. Die Programme der öffentlich-rechtlichen Sender wurden auf schwächere Kanäle verlegt und die freigewordenen Frequenzen konnten für den Ausbau des digitalen Bouquets verwendet werden.²⁴ (Vgl. ARD/ZDF-Projektgruppe Digital 2003, S.558) Am 4. August 2004 wurden schließlich alle verbleibenden analogen Frequenzen in Berlin-Brandenburg abgedreht. Seither können dort 28 Fernsehkanäle über DVB-T empfangen werden, darunter 14 öffentlich-rechtliche, zwölf kommerzielle sowie *BBC World* und *Eurosport*. Im Mai hat die Landesmedienanstalt Berlin-Brandenburg angekündigt, dass weitere Kapazitäten für DVB-T zur Verfügung gestellt werden sollen. Diese können entweder für Fernsehen, Radio oder multimediale Dienste verwendet werden. (Vgl. Krieger 2004) Das Line-Up in Berlin war Anfang 2004 schon in seinem anfänglichen Ausbau europaweit das umfangreichste Programmangebot via DVB-T.²⁵ (Vgl. EPRA 2004, S.51) Der digital-terrestrische Übertragungsweg steht in dem stark ausdifferenzierten deutschen Fernsehmarkt jedoch in Konkurrenz mit einem vielfältigen digitalen und analogen Programmangebot über Kabel- und Satellit.

Die breite Auswahl an Sendern und die sinkenden Kosten für Set-Top-Boxen haben dennoch dazu beigetragen, dass DVB-T in Berlin vom Großteil der Bevölkerung akzeptiert wurde. Zwar wechselte jeder dritte Haushalt, der vorher über Antenne ferngesehen hatte, auf Kabel- oder Satellitenempfang, dafür nutzen seit der Digitalisierung weitaus mehr Personen den terrestrischen Verbreitungsweg für ihre Zweit- und Drittgeräte.²⁶ (Vgl. ARD/ZDF-Projektgruppe Digital 2003, S.560) Gerade für diese Nutzergruppe spielte auch die Möglichkeit der mobilen Nutzung eine zentrale Rolle. (Vgl. ARD/ZDF-Projektgruppe Digital 2003, S.568) Somit wurde eine wesentliche Zielgruppe erreicht, denn der Fokus hinsichtlich

²⁴ Nur *SFBI* nutze weiterhin wie gehabt Kanal 39 für die analoge Übertragung. (Vgl. ARD/ZDF-Projektgruppe Digital 2003, S.558)

²⁵ Nur England, Schweden und die Niederlande bieten mit 24 Sendern ein ähnlich vielfältiges Bouquet über DVB-T an. Selten sind jedoch alle angebotenen Programme unverschlüsselt und somit kostenlos empfangbar. (Vgl. EPRA 2004, S.51)

²⁶ Vor der Umstellung nutzten 9% aller Haushalte mehr als einen Empfangsweg. Nach der Umstellung stieg die Anzahl der Haushalte, die zusätzlich zu Kabel oder Satellit einen zweiten Distributionsweg verwenden, auf 13,2% an. (Vgl. ARD/ZDF-Projektgruppe Digital 2003, S.561)

DVB-T liegt in Deutschland auf Grund der geringen Bedeutung der Terrestrik als Hauptempfangsweg auf dem Aspekt der Mobilität und Portabilität. (Vgl. BIPE 2001, S.48)

Schon im Frühjahr 2004 hat der Umstieg auf DVB-T in anderen Regionen Deutschlands begonnen: Am 24. Mai 2004 ist der Sendestart von digital-terrestrischen Programmen in Nordrhein-Westfalen (Köln/ Bonn) und in Norddeutschland (Hannover/ Braunschweig und Bremen/ Unterweser) erfolgreich über die Bühne gegangen. In der Region Köln/ Bonn wurde ab diesem Zeitpunkt ein digitales terrestrisches Bouquet mit 20 Programmen ausgestrahlt, das von Anfang an gut angenommen wurde. Bereits im Startmonat wurden im Empfangsgebiet 100.000 Set-Top-Boxen verkauft. (Vgl. Kloiber; Pasch 2004) Am 8. November wurden noch weitere vier Programme dazu geschaltet. Das Angebot in den Gebieten Hannover/ Braunschweig und Bremen/ Unterweser bestand zu Beginn aus 16 Programmen und wurde ebenfalls am 8. November auf 23 ausgeweitet. Zu diesem Zeitpunkt begann auch der digitale Regelbetrieb in Düsseldorf/ Ruhrgebiet sowie in Hamburg/ Lübeck mit einem Bouquet von je 20 Programmen. Die analogen Frequenzen in den betreffenden Gebieten sollen im Frühjahr 2005 abgedreht werden. (Vgl. Thiele 2004)

Noch bevor der Umstieg in Norddeutschland und in Nord-Rheinwestfalen abgeschlossen war, wurde am 4. Oktober 2004 die digital-terrestrische Übertragung im Rhein-Main-Gebiet begonnen. Ab diesem Zeitpunkt wurden in Frankfurt, Mainz, Wiesbaden und dem Umland acht öffentlich-rechtliche Programme digital-terrestrisch übertragen. Am 6. Dezember 2004 wurde das Angebot um private Anbieter erweitert, sodass derzeit 20 Sender via DVB-T erhältlich sind. Gleichzeitig wurden im Ballungsraum Rhein-Main die analogen Frequenzen vollständig abgedreht. (Vgl. DVB-T: DasÜberallFernsehen 2005)

In Mitteldeutschland (Leipzig/ Halle; Erfurt/ Weimar) ist die Umstellung auf die neue Technik im Frühjahr 2005 geplant, und auch Bayern will 2005 auf DVB-T umsteigen. Vertreter der Landesmedienanstalt sowie des öffentlich-rechtlichen und privaten Fernsehens unterzeichneten am 28. Mai 2004 eine Vereinbarung zur Einführung von digital-terrestrischem Fernsehen in den Regionen München und Nürnberg im Mai 2005. (Vgl. ZDF heute 2004)

Spätestens 2010 sollen in ganz Deutschland die letzten analogen Frequenzen abgedreht werden können. (Vgl. Thiele 2004) Zu diesem Zeitpunkt werden nach Schätzungen der Regulierungsbehörde Telekom und Post (*RegTP*) nahezu 100% der Bevölkerung technisch erreichbar sein. 60% werden mit ‚portable indoor‘ versorgt werden können. (Vgl. Hans-Bredow-Institut 2004b, S.6)

Interaktive Dienste werden in Deutschland via DVB-T derzeit nur in abgeschwächter Form angeboten. Sowohl in Berlin, als auch in Norddeutschland und dem Ruhrgebiet ist neben dem *ZDFdigitext*²⁷ nur ein EPG verfügbar, der über Sendungstitel, Sendezeit, Genrebezeichnung

²⁷ Der *ZDFdigitext* ist der digitale Datendienst des zweiten Deutschen Fernsehens, der auf MHP-Basis betrieben wird und via DVB-S schon seit 2000 erhältlich ist.

und eine kurze Inhaltsbeschreibung hinaus keine Funktionen oder Zusatzinformationen bietet. (Vgl. EPRA 2004, S.51) Pläne für die Ausweitung von MHP-Diensten in den digitalen terrestrischen Bouquets liegen bisher nicht vor. Über die anderen beiden Fernsehübertragungswege werden interaktive und multimediale Applikationen in Zukunft aber sicher eine wesentliche Rolle spielen.²⁸ Bezüglich des Standards haben sich die Anbieter *ARD*, *ZDF*, *KirchGruppe* und *RTL* sowie die Landesmedienanstalten im September 2001 (Mainzer Erklärung) auf MHP geeinigt. (Vgl. Hans-Bredow-Institut 2001b, S.7) Neben *ZDF*, *ARD* und *RTL*, die ihre Applikationen schon seit 2002 auf MHP-Basis ausstrahlen, wollte im Laufe des Jahres 2004 auch die *ProSiebenSat1-Gruppe* erste interaktive MHP-Applikationen anbieten. (Vgl. Hans-Bredow-Institut 2004b, S.20f) Außer in Testbetrieben wurden bisher aber keine interaktiven Dienste der *ProSiebenSat1-Gruppe* ausgestrahlt. Auch *Premiere* hat sich nicht an die Vereinbarungen gehalten und hat die Middleware ihrer d-Box nicht umgestellt.²⁹

Der Schwerpunkt hinsichtlich DVB-T liegt in Deutschland weniger auf dem Aspekt der Interaktivität als auf Mobilität und Portabilität, da nur mehr 4,5% aller Haushalte (vgl. SES-ASTRA 2004) die Terrestrik als Hauptempfangsweg verwenden. Für Fernsehnutzung über Zweit- und Drittgeräte oder mobile Empfangsgeräte (Smartphones, PDAs, Laptops, tragbare Fernsehgeräte) kann DVB-T jedoch neue Möglichkeiten eröffnen. Aus diesem Grund ist Deutschland auch bei der Erprobung des neuen mobilen Standards DVB-H weltweit unter den ersten Ländern. In Berlin wurde von Juli bis September 2004 ein DVB-H-Pilotprojekt durchgeführt, bei dem Technik, Fernsehbild sowie erste mobile Dienste getestet wurden. Kernpartner des Projekts mit dem Namen *bmco* waren die Endgerätehersteller *Nokia* und *Philips*, das Telekommunikationsunternehmen *Vodafone* und der Inhalteanbieter *Universal Studios*. (Vgl. *bmco* 2005) Die Angebote der TV-Sender *13th Street*, *N24*, *Eurosport*, *RTL Shop* und *Vivaplust* wurden vom Fernsehturm am Alexanderplatz ausgestrahlt und konnten von 40 Testpersonen empfangen werden. (Vgl. *Golem.de* 2004/ *Heise Online* 2004) Claus Sattler, Leiter des Projekts, ist mit den Ergebnissen zufrieden: Die Technik funktioniere gut und das Interesse von Seiten der Nutzer sei groß. Vor allem Sport und Nachrichten hätten sich als attraktive Inhalte für die mobile Nutzung herausgestellt. Eine zusätzliche Umfrage bei 1500 Leuten habe ergeben, dass 80% mobiles Fernsehen für eine ‚gute‘ oder ‚hervorragende‘ Idee halten. (Vgl. *Heise Online* 2004) Erste mobile Endgeräte werden voraussichtlich 2005 auf den Markt kommen und mit der Einführung kommerzieller DVB-H-Dienste wird anlässlich der Fußballweltmeisterschaft 2006 gerechnet. (Vgl. *Golem.de* 2004)

²⁸ Schon seit 2000 betreiben *ARD* und *ZDF* über Satelliten erste multimediale TV-Dienste. *RTL World* startete etwas später ein digitales Fernsehportal und der Pay-TV-Sender *Premiere*, dem es inzwischen gelungen ist, fast alle Abonnenten auf digitalen Empfang umzustellen, bietet vor allem bei Sportsendungen programmbegleitende Features an.

²⁹ Georg Kofler, Geschäftsführer von *Premiere*, ließ im August 2003 mit der Aussage aufhorchen, der Pay-TV-Sender werde mit Sicherheit nicht vor 2005 in die Umstellung auf MHP investieren. (Vgl. *Heise Online* 2003)

2.2.2 Schweiz

In der Schweiz ist der überwiegende Teil der Bevölkerung mit einer großen Anzahl von privaten sowie öffentlich-rechtlichen, kostenlosen Sendern versorgt. 94,4% der TV-Haushalte haben über Kabel oder Satellit mindestens 50 Kanäle zur Verfügung. Die Kabelnetze sind gut ausgebaut und mit einem Anteil von 72,8% aller Fernsehhaushalte der wichtigste Verbreitungsweg. Über Satellit empfangen 21,6% der insgesamt 2,98 Mio. Schweizer TV-Haushalte ihr Fernsehprogramm, während nur mehr 5,6% ausschließlich auf das terrestrische Sendernetz angewiesen sind. (Vgl. SES-ASTRA 2004) Für Zweit- und Drittgeräte verwenden Schätzungen zur Folge weitere 25% der Bevölkerung die Hausantenne. (Vgl. Bakom 2003a) Wichtigster Akteur am Schweizer Fernsehmarkt ist die öffentlich-rechtliche Radio- und Fernsehgesellschaft *SRG SSR idée suisse*, die 18 Radio- und sieben Fernsehprogramme ausstrahlt. (Vgl. Maier 2004, S.599) Neben je zwei Sendern in Deutsch (*SF1*, *SF2*), Französisch (*TSR1*, *TSR2*) und Italienisch (*TS11*, *TS12*) produziert das *SF DRS* (Schweizer Fernsehen der Deutschen und Rätoromanischen Schweiz) seit 1999 zusammen mit *Presse TV* einen Wiederholungskanal für Informationssendungen (*SF Info*).³⁰ Darüber hinaus werden auf *SF1* regelmäßig Beiträge in der vierten Amtssprache Rätoromanisch ausgestrahlt.³¹ (Vgl. Maier 2004, S.602)

Kommerzielle Fernsehanbieter sind in der Schweiz auf regionaler Ebene seit Mitte der 80er Jahre zugelassen. (Vgl. Maier 2004, S.596) Inzwischen werden 85 kommerzielle Sender terrestrisch ausgestrahlt. Einen landesweiten Schweizer Privatsender gibt es jedoch bis heute weder über Kabel, Satellit noch über das terrestrische Netz. (Vgl. EPRA 2004, S.36) Ähnlich wie in Deutschland und Österreich hat sich auch Pay-TV auf Grund der guten Versorgung mit kostenlosen Programmen kaum durchgesetzt. Nur rund 90.000 Schweizer Fernsehhaushalte³² (vgl. Maier 2004, S.600) nutzen das Angebot des einzigen Anbieters *Teleclub*, der 2002 dennoch Gewinne erwirtschaften konnte. (Vgl. Bentz 2002)

Mit zwischen 40% und 44%³³ Marktanteil in der Prime-Time ist die *SRG SSR* Marktführer und setzt sich erfolgreich gegen die kommerziellen Anbieter durch. Diese erreichen zusammen nur zwischen 2% und 4%. Ausländische Anbieter aus Deutschland, Österreich, Italien und Frankreich haben je nach Sprachregion zwischen 52% und 58% Marktanteil. (Vgl. Maier 2004, S.603)

Digitales Fernsehen, das in der Schweiz inzwischen über alle drei Verbreitungswege ausgestrahlt wird, wurde im Jahr 2003 laut SES-ASTRA-Satellitenmonitor (2004) von 11,6% der Schweizer TV-Haushalte genutzt. Im Gegensatz zu den meisten anderen Ländern spielt dabei nicht die Satellitenübertragung, sondern die Distribution über die gut ausgebauten

³⁰ *SF Info* ist nicht terrestrisch, sondern nur im Kabel im deutschsprachigen Gebiet sowie über Satellit in der ganzen Schweiz erhältlich. (Vgl. SRG SSR 2004)

³¹ Dabei handelt es sich um die beiden Sendungen *Telesguard* und *Cuntrasts*. (Vgl. SRG SSR 2004)

³² Das sind ca. 3% der 2,98 Mio Schweizer TV-Haushalte. (Vgl. SES-ASTRA 2004)

³³ Die Marktanteile werden in der Schweiz nach den drei Sprachregion berechnet.

Kabelnetze die Vorreiterrolle. Der Empfang der digitalen Angebote ist allerdings meist nicht kostenlos möglich. Seit 2002 bietet der größte Kabelanbieter des Landes (*Cablecom*) einen digitalen Pay-Per-View-Dienst mit dem Namen *Cablecom Digital Cinema* an. (Vgl. Hans-Bredow-Institut 2002b, S.15) Im Near-Video-On-Demand-Verfahren werden dabei Top-Movies und Erotikfilme ausgestrahlt, die für einen Preis von mindestens CHF 7,50 (ca. 4,91 Euro) per Fernbedienung oder Telefon bestellt werden können. (Vgl. Cablecom 2004) Auch das digitale Pay-TV-Angebot von *Teleclub* ist seit Dezember 2002 im Kabel erhältlich, nachdem anfängliche Streitigkeiten mit *Cablecom* wegen des proprietären Standards der benötigten Set-Top-Boxen (d-box von *Premiere*) gelöst wurden. (Vgl. Hans-Bredow-Institut 2002a, S.21) Darüber hinaus bietet *Swisscom Broadcast* den Schweizer Kabelnetzbetreibern seit April 2004 ein digitales Premium-Bouquet an, das diese entweder komplett oder auszugsweise in ihre lokalen Netzwerke einspeisen und an ihre Kunden weiter vermarkten können. (Vgl. Kleinreport 2004)

Vorrangiges Ziel der Medienpolitik ist trotz der großen Bedeutung der Kabelnetze die Umstellung der terrestrischen Fernsehübertragung auf die digitale Technik. Obwohl nur mehr 5,6% der TV-Haushalte ihr Programm über die Hausantenne empfangen (vgl. SES-ASTRA 2004), sieht die Schweizer Regierung das terrestrische Sendernetz auch in Zukunft als Hauptpfeiler der Grundversorgung. Zur Förderung der Digitalisierung lancierte das Bakom (Bundesamt für Kommunikation) im Mai 2000 eine DVB-Plattform, die Vertretern von Medienunternehmen, Netzbetreibern, Informatikunternehmen und Regulierungsbehörden als Forum zum Austausch von Informationen und Erfahrungen dienen soll. 2001 wurden erstmals konkrete Schritte gesetzt, indem die Regulierungsbehörde der *SRG SSR* eine Konzession für einen technischen Testbetrieb im Kanton Engadin genehmigte. Um die nötigen Frequenzen für den Beginn des Regelbetriebs zur erhalten, erlaubte das UVEK (Ministerium für Umwelt, Verkehr, Energie und Kommunikation) dem öffentlich-rechtlichen Sender im März 2002, den Sprachausgleich teilweise einzustellen. Das bedeutet, dass die *SRG SSR* nicht mehr – wie bisher – dazu verpflichtet ist, über Antenne alle sieben Programme in den drei Amtssprachen flächendeckend auszustrahlen, sondern nur mehr die Programme in der Nationalsprache der jeweiligen Region. (Vgl. Bakom 2003a) Im Juni desselben Jahres wurden in Folge dieser Entscheidung die ersten analogen Frequenzen abgedreht. Über Kabel und Satellit³⁴ sind weiterhin sämtliche TV-Programme sowie alle 18 Radioprogramme der *SRG SSR* in der ganzen Schweiz empfangbar. (Vgl. SRG SSR 2004)

Im Jänner 2003 wurde anlässlich der alpinen Weltmeisterschaft in St. Moritz in der ersten Region der Schweiz (Oberengadin) der DVB-T-Regelbetrieb begonnen. (Vgl. Bakom 2003a) Der Kanton Engadin wurde als Startgebiet für digitales terrestrisches Fernsehen ausgewählt, weil er zu jenen Teilen des Landes gehört, in denen das Kabelnetz nur mangelhaft ausgebaut

³⁴ Aus urheberrechtlichen Gründen sind die Programme, die über Hotbird Eutelsat abgestrahlt werden, jedoch verschlüsselt.

ist. Einen Monat, nachdem der *SRG SSR* die offizielle Zulassung für die Einführung von DVB-T in der Schweiz erteilt wurde, (vgl. Hans-Bredow-Institut 2003b, S.17) folgte im August der Kanton Tessin. Auf den Frequenzen, die früher der Ausstrahlung der fremdsprachigen Sender dienten, wird seither ein digitales Bouquet mit den Programmen *TSI1*, *TSI2*, *SF1* und *TSR1* sowie einem digitalen Teletext verbreitet. (Vgl. SRG SSR 2003)

Neben dem DVB-T-Netz des öffentlich-rechtlichen Senders existiert seit Ende 2003 auch ein privates Netzwerk, das die deutschsprachigen Orte des Kantons Wallis über die Hausantenne mit digitalen Fernsehprogrammen versorgt. Ein Gruppe von 80 lokalen, kommerziellen Schweizer Fernsehanbietern (*Zweckverband Valaiscom*) erhielt die Genehmigung, die vier terrestrischen Kanäle in der schwach verkabelten Region vollständig durch digitale zu ersetzen (vgl. Krieger 2003b) und strahlt nun ein digitales Paket aus 37 TV- und 31 Radioprogrammen aus.³⁵ (Vgl. Bakom 2003a) Darüber hinaus bietet der private Rundfunkbetreiber *Tele Rätia* im Kanton Grinon ein digitales Bouquet an, das via Hausantenne empfangen kann. (Vgl. Krieger 2003b)

Ein erstes digitales Netz soll laut Bakom (2003b) im Jahr 2009 die Schweiz flächendeckend mit je vier SRG-Programmen versorgen. Auf diesem Sendernetz werden auch private Anbieter die Möglichkeit haben, ihre Programme zu verbreiten, vorausgesetzt sie beteiligen sich anteilmäßig an den Übertragungskosten und die Distribution der öffentlich-rechtlichen Programme wird nicht gestört. (Vgl. Bakom 2003b) Im Endausbau nach dem ATO sind, je nach Ergebnissen der Stockholmer Nachfolgekonzferenz, vier bis fünf landesweite Multiplexe mit bis zu 20 TV-Programmen vorgesehen. Pläne für digitale Zusatzprogramme oder interaktive Dienste liegen in der Schweiz derzeit nicht vor. (Vgl. Krieger 2003c) Entscheidungen darüber, zu welchem Zeitpunkt und unter welchen Voraussetzungen die letzten analogen Frequenzen abgedreht werden sollen, müssen vom Bundesrat erst getroffen werden und auch Eckpunkte der Lizenzvergabe und Finanzierung sind noch nicht beschlossen. (Vgl. Bakom 2003a) Das Bundesgesetz über Radio und Fernsehen (RTVG), das die offenen Regulierungsfragen klären soll, wird derzeit überarbeitet und wird frühestens 2006 in Kraft treten. (Vgl. Maier 2004, S.597)

2.2.3 Italien

In Italien startete der reguläre Fernsehbetrieb mit dem öffentlich-rechtlichen Anbieter *Rai* im Jahr 1954 und lief dem Hörfunk relativ schnell den Rang ab. In den 70er Jahren etablierte sich das duale Rundfunksystem im Land, doch erst im Jahr 1990 wurde mit dem ‚Mammí-Gesetz‘ eine Regelung für öffentlichen und kommerziellen Rundfunk erlassen. In Italien herrscht ein Duopol bestehend aus der öffentlich-rechtlichen *Rai* und der kommerziellen *Mediaset* (im

³⁵ Darunter befinden sich sowohl inländische als auch deutsche, österreichische und italienische öffentlich-rechtliche sowie kommerzielle Sender. (Vgl. Krieger 2003b)

Besitz von Silvio Berlusconi) vor, das bisher von keinem anderen italienischen Anbieter durchbrochen werden konnte. Beide Medienunternehmen verfügen über jeweils drei national verbreitete Kanäle. (Vgl. Natale 2004, S.375f) Insgesamt gibt es 13 Programme, die landesweit empfangbar sind, davon drei öffentlich-rechtliche und zehn private. Zu den wichtigsten Sendern zählen neben *Rai Canale 5*, *Italia 1*, *La 7* und *MTV* (ehemals *Telemontecarlo*) sowie der Pay-TV-Sender *Telepiù Bianco*. Die Anbieter *Telepiù Nero* (Pay-TV) und *Rete 4 (Mediaset)* verfügten nur über zeitlich beschränkte, terrestrische Lizenzen, die Ende 2003 ausgelaufen sind. Danach sollten die beiden Sender laut Gesetz Nr. 249/ 97 auf Satellitenbetrieb umgestellt werden. Durch eine Abstimmung im Parlament erhielt Silvio Berlusconi jedoch die Genehmigung, seinen Sender *Rete 4* bis Ende April 2004 weiter auszustrahlen und im Mai erfolgte der Beschluss, dass *Rete 4* sogar bis 2006 terrestrisch übertragen werden darf. (Vgl. DigiTAG 2004g) Dies ist deshalb von großer Bedeutung, weil in Italien die terrestrische Übertragung von Fernsehangeboten überwiegt. Über 78,3% der Fernsehhaushalte empfangen ihre Programme auf diese Weise, weitere 21,1% über Satellit und lediglich 0,6% über Kabel. Die Digitalisierungsrate lag 2004 laut SES-ASTRA (2004) bei 18,2%.

Sowohl digitales Kabel als auch digitaler Satellit starteten in Italien im Jahr 1996. (Vgl. Hans-Bredow-Institut 1999, S.3) Da die Verbreitung der Kabelnetze sehr gering ist, sendeten die beiden Pay-TV-Anbieter *Telepiù* und *Stream*³⁶ aber hauptsächlich über digitalen Satelliten. Seit der Fusion 2003 bieten sie ihren Abonnenten unter dem Namen *Sky TV* 30 digitale Hörfunk- und 80 digitale TV-Kanäle an, darunter Sportkanäle mit den Übertragungen aller italienischen Meisterschaftsspiele, sämtlicher Formel 1 Rennen und Tennis-Turniere. Das digitale Satellitenbouquet konnte Ende 2003 rund 2,5 Mio. Kunden aufweisen. Free-TV ist in digitaler Form weder über Satellit noch in den Kabelnetzen erhältlich.

Mit dem Gesetz Nr. 66/ 01 wurde im Jahr 2001 auch der Umstieg auf DVB-T festgelegt. Die vollständige Digitalisierung der terrestrischen Übertragung soll bis zum Jahr 2006 vollzogen werden. Die Simulcast-Phase beträgt folglich lediglich vier Jahre, was für ein Land, in dem der Großteil der Bevölkerung auf die Terrestrik angewiesen ist, ausgesprochen kurz ist.³⁷ (Vgl. Natale 2004, S.376)

Wichtigstes Ziel der Umstellung in Italien ist die effektivere Nutzung des Frequenzspektrums. Durch zusätzliche, billigere Kapazitäten sollen neue Anbieter gefördert und das duale System von *Rai* und *Mediaset* aufgeweicht werden. (Vgl. BIPE 2001, S.84) Im November 2001 legte die italienische Regulierungsbehörde AGCOM einen Frequenzplan für DVB-T vor, der einen Versorgungsgrad von 95% gewährleisten soll. (Vgl. Hans-Bredow-Institut 2003b, S.13f) Für

³⁶ *Telepiù* startete mit der analogen Übertragung 1991 und wechselte 1996 auf digitalen Satelliten. *Stream* begann mit der Ausstrahlung per Kabel im Jahr 1997. Der Wechsel zur Satellitenübertragung erfolgte im Jahr 1998. (Vgl. Natale 2004, S.378)

³⁷ In anderen terrestrisch geprägten Ländern wie Spanien und Großbritannien wurden weitaus längere Zeiträume für den Simulcast-Betrieb angesetzt. (Vgl. EPRA 2004, S.48)

die Frequenzvergabe besteht in Italien eine Sonderregelung: Sämtliche Kapazitäten werden Multiplex-Betreibern zugeteilt, die die Frequenzen wiederum an TV-Stationen weiterverkaufen. Erst für die Zeit nach dem ATO ist ein Multiplex für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk sichergestellt. Davor muss die *Rai* – wie alle anderen Sender – DVB-T-Frequenzen käuflich erwerben. Der Netzbetreiber ist jedoch verpflichtet, Kanälen, die von der Regulierungsbehörde als Programme ‚von besonderem Wert‘ deklariert werden, zu angemessenen Bedingungen Frequenzen anzubieten. (Vgl. EPRA 2004, S.39ff) Ein verbindliches Startdatum ist den Lizenznehmern in Italien nicht vorgeschrieben, die technische Reichweite muss jedoch mindestens 50% der Bevölkerung betragen. (Vgl. EPRA 2004, S.37)

Im September 2002 hat das Unternehmen *Mediaset* bekannt gegeben, Lizenzen für einen landesweiten Multiplex erworben zu haben und 200 Mio. Euro in den Aufbau investieren zu wollen. (Vgl. Hans-Bredow-Institut 2002a, S.20) Mit 1. Jänner 2004 wurde der DVB-T-Betrieb in Italien schließlich begonnen. Die technische Reichweite lag von Beginn an bei 50% der Bevölkerung. Über vier Multiplexe (*Rai*, *Mediaset*, *Telecom Italian Media*, *D-Free*) werden 20 digital-terrestrische Programme ausgestrahlt, darunter acht öffentlich-rechtliche, sechs kommerzielle und sechs internationale. Im April 2004 wurde das Angebot auf dem Multiplex von *D-Free*³⁸ um den neuen italienischen Popmusik-Kanal *Radio Italia TV* erweitert. (Vgl. Pekic 2004) *Rai* plant in Kürze, auch *Arte*, *Sat 2000* und *CCTV 9* in das DVB-T-Bouquet aufzunehmen. Nach Angaben des öffentlich-rechtlichen Senders können derzeit 61% der Bevölkerung (28 Mio.) den Multiplex der *Rai* empfangen. Im Lauf des Jahres 2005 soll die Abdeckung auf 70% ausgeweitet werden. Das Angebot von *Mediaset* deckt ca. 51% der Bevölkerung ab und soll bis Ende 2005 80% erreichen können. In manchen Teilen des Landes, wie in den Abruzzen und auf Sardinien, wird das Programm aber nach wie vor nicht erhältlich sein. Alle 20 digitalen Programme können momentan nur Bewohner der 15 größten italienischen Ballungsräume empfangen, darunter Rom, Pisa, Turin und Venedig. (Vgl. Pekic 2004)

Im Oktober 2004 startete RTV38³⁹ als erster italienischer Sender mit der Distribution von MHP-Diensten via DVB-T. Das Angebot besteht aus lokalen Regierungsinformationen, einem Wetterdienst, interaktiver Werbung, einem E-Mail- sowie einem SMS-Service. Weitere Dienste wie T-Learning, Voting und interaktive Nachrichten sollen in Kürze folgen. (Vgl. DigiTAG 2004h) Auch die *Rai* kündigte MHP-Dienste an, darunter ein erweitertes Teletextservice namens ‚Supertelvideo‘ sowie einen EPG, und von *TelecomTV International* wird seit einiger Zeit ein Testbetrieb mit 4.000 Haushalten durchgeführt, wobei verschiedene rückkanalfähige MHP-Applikationen sowie hybride Netze aus GPRS, ADSL und DVB-T erprobt werden. (Vgl. Pekic 2004) Außerdem haben die italienische *Telekom*, das IT-

³⁸ *D-Free* befindet sich im Besitz des aus Tunesien stammenden Geschäftsmannes Tarek Ben Ammar sowie des französischen Rundfunkanbieters *TF1*. (Vgl. Pekic 2004)

³⁹ RTV38 ist einer von 600 regionalen italienischen Sendern und erreicht in den Regionen Toskana, Umbrien, Marken, Nord Latium und Ost Ligurien fünf Mio. Menschen. (Vgl. DigiTAG 2004h)

Unternehmen *Sun Microsystems* und die italienische Forschungsgruppe *CSP ICT Innovation* ein offenes Labor eingerichtet, in dem interaktive Angebote für DVB-T getestet werden können. (Vgl. Phillips 2004g)

Um die Umstellung auf die digitale Übertragungstechnik bis 2006 tatsächlich erfolgreich über die Bühne zu bringen, hat die Regierung eine Maßnahme gesetzt, die bisher in Europa einzigartig ist. Im Februar 2004 wurde eine Förderung eingeführt, die jeden Käufer einer MHP-tauglichen Set-Top-Box mit 150 Euro unterstützt. (Vgl. Hans-Bredow-Institut 2004b, S.17) Zusammen mit einer intensiven Werbekampagne von *Rai* und *Mediaset* hat diese Initiative großes Interesse bei der Bevölkerung ausgelöst und den Verkauf der Set-Top-Boxen in der Anfangsphase stark angekurbelt. (Vgl. DigiTAG 2004i) In den ersten vier Monaten wurden bereits 170.000 Set-Top-Boxen verkauft, was die Erwartungen der italienischen Regierung weit überstieg. (Vgl. DigiTAG 2004j) In vielen italienischen Städten gab es sogar lange Wartezeiten beim Kauf von Set-Top-Boxen. (Vgl. DigiTAG 2004i) Auf Grund des enormen Erfolges hat die italienische Regierung im Oktober bekannt gegeben, die Subventionierungsaktion auch im Jahr 2005 fortzusetzen. (Vgl. DigiTAG 2004k) Da die Preise für MHP-taugliche Boxen stark gesunken sind, wird der Förderbetrag pro Box jedoch voraussichtlich von 150 Euro auf 70 oder 80 Euro herabgesetzt. (Vgl. DigiTAG 2004l)

2.2.4 Tschechien

Tschechien war nach dem Zerfall des kommunistischen Regimes und der Trennung von der Slowakei 1993 das erste postkommunistische Land, das das öffentliche Rundfunkmonopol abgeschafft und privaten Rundfunk nicht nur auf lokaler, sondern auch auf nationaler Ebene eingeführt hat. 1994 musste die öffentliche Fernsehanstalt *Ceská televize (CT)* dem ersten Privatsender *TV Nova* die Frequenz seines ersten Programms zur Verfügung stellen. (Vgl. Smid 2002, S.607f) Zwischen 1993 und 1999 wurde *CT2* schrittweise von einem regionalen zu einem flächendeckenden Programm ausgebaut, sodass heute wieder zwei öffentlich-rechtliche Kanäle ausgestrahlt werden können. (Vgl. Smid 2000, S.611)

Der größte private Sender Tschechiens und unumstrittener Marktführer ist *TV Nova*. Seit seiner Gründung befindet er sich im Besitz des kleinen, tschechischen Unternehmens *CET21*, das später mit finanzstarken Partnern – unter anderen *CME* – die Gesellschaft *CNTS (Ceská nezavisla televizni spolecnost)* gründete. Nach einem Streit zwischen dem *CET21*-Geschäftsführer Vladimír Zelezný und *CME* löste sich der Lizenzinhaber jedoch von *CNTS*, was langwierige Prozesse und hohe Schadenersatzzahlungen an *CME* zur Folge hatte. (Vgl. Smid 2002, S.610f) Im Mai 2003 zog Zelezný schließlich die Konsequenzen und trat als Geschäftsführer zurück. (Vgl. Martin 2003)

Prima TV ist der zweite Privatveranstalter, der terrestrisch beinahe flächendeckend ausgestrahlt wird. Er lag mit einem Marktanteil von 13% 2001 an dritter Stelle hinter *TV Nova* und *CT1*. Bis 1997 operierte der Sender, der sich aus einem regionalen Programm entwickelt hat, unter dem Namen *Premiéra TV*. (Vgl. Smid 2002, S.611f) Zusätzlich zu *CT1*,

CT2, *TV Nova* und *TV Prima* gibt es noch eine Reihe kleiner Sender mit begrenzter technischer Reichweite. Die Versuche des regionalen Anbieters *TV3* (früher *Galaxy*), nach der Einspeisung ins Kabel und der Übertragung per Satellit auch terrestrisch in ganz Tschechien vertreten zu sein, (vgl. BIPE 2001, S.159) scheitern an der Frequenzknappheit. Diese hat sich in Tschechien nach der Trennung von der Slowakei 1993 noch verschärft, da die vormaligen gemeinsamen Kanäle teilweise wegen Überlappungen unter den beiden Nachbarstaaten aufgeteilt werden mussten. (Vgl. Smid 2000, S.609)

Dies ist insofern von großer Bedeutung, da der Empfang über die Hausantenne in Tschechien nach wie vor den wichtigsten Verbreitungsweg darstellt. Im Jahr 2004 erhielten 70,4% der insgesamt 3,93 Mio. tschechischen TV-Haushalte ihr Fernsehprogramm terrestrisch, 11,4% über Satelliten und 18,1% per Kabel. (Vgl. SES-ASTRA 2004)

Der Anteil an Kabelhaushalten wird auch in Zukunft voraussichtlich nicht steigen, da die Ballungsräume schon abgedeckt sind und für die Kabelbetreiber kein finanzieller Anreiz besteht, das Netz in dünn besiedelte Gebiete auszudehnen. (Vgl. Smid 2000, S.612) Als Folge davon können nur ca. 30% mehr als die vier nationalen Free-TV Programme *CT1*, *CT2*, *TV Nova* und *TV Prima* empfangen. (Vgl. EPRA 2004, S.23) Trotz der geringen Anzahl an terrestrischen Sendern ist die Verbreitung der beiden in Tschechien erhältlichen Pay-TV-Plattformen *HBO* und *Hallmark* gering. (Vgl. BIPE 2001, S.157)

Die erste Übertragung von digitalen Fernsehsignalen in Tschechien erfolgte durch die *CDG* (*Czech Digital Group*),⁴⁰ die unter dem Namen *CzechLink* seit einigen Jahren die Programme *CT1*, *CT2*, *Prima TV*, *Hallmark* und *TV3* digital über den Satelliten verbreitet. Dieses Bouquet wurde lange Zeit ausschließlich für die Distribution des Fernsehsignals zu den terrestrischen Sendern und Kabelnetzen verwendet und war nicht für den individuellen Empfang bestimmt. Erst seit September 2000 sind digitale Programme für Endverbraucher über die Satellitenplattform *UPC Direkt* zugänglich. Die Abonnenten des digitalen Bouquets von *UPC Direct*, das über Eurobird 2 abgestrahlt wird, werden kostenlos mit den nötigen Set-Top-Boxen ausgestattet. Inzwischen können Zuseher, die mit den passenden Decodern ausgerüstet sind, auch das Angebot von *CzechLink* nutzen. Zwar ist das Signal mit dem Eurocrypt-System verschlüsselt, die Smart-Card für die tschechischen Free-TV-Programme ist jedoch gratis erhältlich. (Vgl. Smid 2002, S.612)

Über das Kabel ist es derzeit noch nicht möglich, digital fern zu sehen. *UPC*, die nicht nur die digitale Satellitenplattform *UPC Direct* betreibt, sondern auch der größte Kabelanbieter des Landes ist, ist allerdings seit 2001 dabei, die Kabelnetze für das Digitalfernsehen auszubauen. (Vgl. BIPE 2001, S.157) Digitale Nutzer sind in Tschechien daher ausschließlich digitale Satellitennutzer. Die Digitalpenetration liegt derzeit bei 2%. (Vgl. SES-ASTRA 2004)

⁴⁰ Die *CDG* besteht aus der öffentlich-rechtlichen Fernsehanstalt *CT* und dem Privatsender *Prima TV* (Vgl. Dziadul 2003a) und betreibt neben dem digitalen Satellitenpaket *CzechLink* seit 2000 einen Testbetrieb für DVB-T in Prag und Umgebung. (Vgl. Dziadul 2003b)

Terrestrisches, digitales Fernsehen sollte in Tschechien noch 2004 in den Regelbetrieb übergehen. Der Startzeitpunkt hat sich jedoch verschoben und wird derzeit Mitte 2005 erwartet. Schon im Frühjahr und Sommer 2000 starteten in Prag und Umgebung unabhängig voneinander zwei Versuchsprojekte zur Übertragung von DVB-T-Signalen, die beide ein Gebiet von ca. 50 km Radius rund um die Hauptstadt abdecken. (Vgl. DVB 2004d)

Den Anfang machte im März 2000 die *CRA*, der wichtigste Akteur bei der Distribution von Fernseh- und Radioprogrammen (vgl. Dziadul 2003b), mit einem SFN-Netz bestehend aus zwei Sendern im Zentrum von Prag und in Cukrák. (Vgl. The Council for Radio and Television Broadcasting 2004, S.23) Zurzeit werden über dieses Netzwerk die fünf Fernsehprogramme *CT1*, *CT2*, *TV Nova*, *TV Prima* und *Óčko* sowie die drei öffentlich-rechtlichen Radioprogramme *CRO1*, *CRO2* und *CRO3* in digitaler Form ausgestrahlt. Seit Februar 2003 enthalten die Tests auch interaktive Anwendungen, unter anderem einen EPG, TV-Spiele, ausländische und inländische Nachrichten sowie Sport- und Wetterinformationen. (Vgl. The Council for Radio and Television Broadcasting 2004, S.23) Volle Interaktivität durch einen Rückkanal über die Telefonleitung ist seit September 2003 in Erprobung. (Vgl. The Council for Radio and Television Broadcasting 2004, S.98)

Im August 2003, nur wenige Monate nach dem Beginn dieses Projekts, startete auch die *CDG* (*Czech Digital Group*) mit einem Testbetrieb in und um Prag. Über ein SFN-Netz mit drei Sendern in Strahov, Ládví und Zelený werden vier Fernseh- (*CT1*, *CT2*, *TV Prima*, *TV Nova*) und drei Radioprogramme (*CRO1*, *CRO2* und *Radio Proglas*) verbreitet. (Vgl. The Council for Radio and Television Broadcasting 2004, S.23) Schon nach der Verlängerung der Lizenz 2002 hat die *CDG* begonnen, in Kooperation mit *Czech TV* und dem Internetportal *iDnes* lokale Zusatzapplikationen auf MHP-Basis zu testen. (Vgl. Dziadul 2003b) Neben Nachrichten, Wetterinformationen und Spielen sind auch eine E-Mail-Anwendung über den TV-Bildschirm sowie unterschiedliche Typen von MHP-tauglichen Set-Top-Boxen in Erprobung. (Vgl. The Council for Radio and Television Broadcasting 2004, S.98) Die *CDG* überlegt, in Zukunft auch die Nutzer von DVB-T in das Projekt einzubinden und 300 Haushalte probeweise mit MHP-Boxen von Alticast auszustatten. (Vgl. Dziadul 2003a)

Sowohl die *CDG* als auch die *CRA* wollten schon 2003 in den Regelbetrieb übergehen, was auf Grund von Verzögerungen bei den Frequenzverhandlungen und fehlender gesetzlicher Rahmenbedingungen nicht möglich war. Aus diesem Grund wurden die Lizenzen für beide Testbetriebe vorerst für das Jahr 2004 verlängert. Inzwischen hat auch das tschechische Telekommunikationsunternehmen *Ceske Telecom* den Behörden gegenüber Interesse an Frequenzen für zwei landesweite Multiplexe geäußert. (Vgl. Phillips 2004h, Dziadul 2004b) Im Juli 2004 hat die tschechische Regulierungsbehörde (*CTO*) auch der *Ceske Telecom* Lizenzen für einen Probebetrieb in Prag und Brünn erteilt. (Vgl. DigiTAG 2004m; ebd. 2004n) Im Oktober 2004 vergab die *CTO* schließlich drei Lizenzen für den regulären Betrieb von DVB-T-Sendernetzen an die *CRA*, die *CDG* und die *Ceske Telecom*. Alle drei Marktteilnehmer wollten innerhalb weniger Monate mit dem Regelbetrieb beginnen und nicht nur in Prag, sondern auch in anderen Teilen Tschechiens kommerzielle DVB-T-Dienste

anbieten (Vgl. Tew 2004a), es kam aber erneut zu Verzögerungen. Inzwischen wurden allein auf Grund der Distribution im Rahmen der beiden Testbetriebe in der Region Prag schon 1.000 Set-Top-Boxen verkauft, und die Verkaufszahlen steigen weiter an. (Vgl. The Council for Radio and Television Broadcasting 2004, S.98)

Den Zeitpunkt, an dem die letzten analogen Frequenzen abgedreht werden sollen, setzt die Regulierungsbehörde für das Jahr 2015 an. (Vgl. The Council for Radio and Television Broadcasting 2004, S.99) Experten schätzen jedoch, dass der ATO schon 2010 bis 2012 stattfinden könnte. (Vgl. Tew 2004a) Über den Ablauf des Switchovers liegen noch keine Entscheidungen vor. (Vgl. EPRA 2004, S.46)

Besondere Schwierigkeiten bereiten den Behörden immer noch die Frequenzplanung und die Koordination mit den angrenzenden Ländern. Der Plan, für die Implementierung von DVB-T von Beginn an zwei Multiplexe mit 70-80% Abdeckung zur Verfügung zu stellen, musste wegen Engpässen fallen gelassen werden. (Vgl. Dziadul 2003a) Derzeit sind Lösungen für zwei Multiplexe mit 77% und 30% Abdeckung ausgehandelt worden. Verhandlungen über ein drittes Sendernetz, das 65% der Bevölkerung erreichen soll, sind am Laufen und hängen von den Entscheidungen der polnischen Behörden ab. Ein flächendeckender Ausbau aller drei Netze ist erst 2007 realistisch, wenn die Ergebnisse der Stockholmer Nachfolgekonferenz vorliegen. (Vgl. The Council for Radio and Television Broadcasting 2004, S.98f)

2.2.5 Slowakei

Mit dem Niedergang des kommunistischen Regimes 1989 wurden Presse, Radio und Fernsehen in der Slowakei aus der strikten, staatlichen Kontrolle entlassen und in freie, unabhängige Medien umgewandelt. (Vgl. Brecka 2002, S.570) Als Folge der Umwandlung der Medienlandschaft wurden 1991 erstmals auch private Rundfunkveranstalter zugelassen. (Vgl. Brecka 2000, S.589) Der wichtigste Marktteilnehmer neben dem öffentlichen slowakischen Fernsehen *Slovenská televízia (STV)* ist der Privatsender *TV Markíza*, der 1996 gegründet wurde und von Beginn an hohe Einschaltquoten aufweisen konnte, obwohl er terrestrisch nur 63% der Slowakei abdeckt. (Vgl. Brecka 2000, S.589) Neben *STV1*, *STV2*, *TV Markíza* sowie zahlreichen lokalen Programmen kann ein Teil der Slowaken über Hausantenne auch tschechische, ungarische und polnische Sender empfangen.⁴¹ (Vgl. Brecka 2000, S.588) Seit März 2000 bietet eine Kette von 30 regionalen Anbietern unter dem Namen *TV Global* ein gemeinsames Vollprogramm mit täglich drei Stunden Regionalprogramm an. *TV Global* ist über Satellit und Kabel empfangbar, erreicht mit seinem Angebot jedoch nur etwa 1% der Bevölkerung. (Vgl. Brecka 2002, S.580) In den darauf folgenden zwei Jahren

⁴¹ 35% der Bevölkerung können die tschechischen Sender *TV Nova* und *CT1* empfangen, 18% *CT2*. (Vgl. Brecka 2000, S.587) *TV Nova* war 2001 in der Slowakei nach *TV Markíza* und *STV1* sogar der Sender mit der drittgrößten Reichweite und lag damit noch vor dem zweiten öffentlich-rechtlichen Programm *STV2*. (Vgl. Brecka 2002, S.580)

nahmen darüber hinaus noch *JoyTV* sowie der Nachrichtensender *TA3* den Sendebetrieb via Kabel und Satellit auf. (Vgl. Dziadul 2002a)

Im Gegensatz zu Tschechien, wo 70,4% der Bürger ihr Programm über Antenne empfangen, konnten sich Kabel- und Satellitenübertragung in der Slowakischen Republik schnell durchsetzen. Im Jahr 2004 nutzten 37,9% der TV-Haushalte Kabelnetze und 22,1% Satelliten für den Fernsehempfang. Die Terrestrik lag mit 40% der insgesamt 2,07 Mio. slowakischen Fernsehhaushalte nur mehr knapp davor. (Vgl. SES-ASTRA 2004)

Digitales Fernsehen ist in der Slowakei bisher nur über Satellit erhältlich. Im Jahr 2000 startete *UPC Slovensko*, der größte slowakische Kabelanbieter und Betreiber von Satellitenfernsehen, die digitale Plattform *UPC Direct*, für die er bis Mitte 2001 13.600 Abonnenten gewinnen konnte. (Vgl. BIPE 2001, S.177) Laut Satellitenmonitor von SES-ASTRA (2004) misst die Digitalpenetration im Jahr 2004 schon 2,5%.

Terrestrisches digitales Fernsehen befindet sich in der Slowakei zurzeit noch in der Testphase, soll aber schon 2005 in den Regelbetrieb übergeführt werden. (Vgl. TOSR 2003, S.13) Ein erster DVB-T-Testbetrieb zur Erprobung technischer Parameter über ein SFN-Netz wurde 1999 in Bratislava erfolgreich durchgeführt. (Vgl. BIPE 2001, S.177) In der zweiten Hälfte 2004 waren drei weitere Tests in Bratislava, Banská Bystrica, Zvolen, Presov und Košice vorgesehen. (Vgl. TOSR 2003, S.10) Drei Jahre lang sollte dabei ein digitales Paket mit sechs Programmen, darunter ein HDTV- und zwei Free-To-Air-Kanäle sowie ein Data-Casting-Service, ausgestrahlt werden. Die Kosten werden auf 2,2 Mio. Euro geschätzt. (Vgl. Dziadul 2004c) Tatsächlich wurde der Sendebetrieb bisher aber erst in Presov und Košice begonnen. (Vgl. ebd. 2004b)

Bis zum kommerziellen Start von DVB-T in der Slowakei müssen noch eine Reihe regulatoriver und vor allem frequenztechnischer Probleme gelöst werden. Das Ministerium für Transport, Post und Telekommunikation erarbeitet derzeit eine Strategie sowie technische Kriterien für die Implementierung von DVB-T. (Vgl. Digital TV Group 2000b) Die Frequenzplanung und Koordination erweist sich auf Grund des Frequenzmangels und der Überlappungen mit Österreich als äußerst schwierig und bedarf auch noch der Abstimmung mit Polen und der Ukraine. (Vgl. Dziadul 2004c/ Hans-Bredow-Institut 2003b, S.18)

Von Beginn an sollen zwei Netze mit 100% Abdeckung sowie zusätzliche Frequenzen für die Ballungszentren zur Verfügung stehen. (Vgl. ERO 2004) Ein landesweiter Multiplex wird den kommerziellen Anbietern zur Verfügung gestellt, während der zweite für die beiden öffentlich-rechtlichen Programme gedacht ist. (Vgl. EPRA 2004, S.39) Die letzten analogen Frequenzen sollen spätestens 2015 unter der Voraussetzung abgedreht werden, dass mindestens 80% der Bevölkerung technisch erreichbar sind. (Vgl. EPRA 2004, S.46)

2.2.6 Ungarn

In Ungarn hatte der Rundfunkmarkt als Folge einer progressiven Phase der Medienpolitik in den 80er Jahren schon vor der politischen Wende liberale Züge. Das erste kommerzielle Radio (*Danubius Rádío*) wurde 1986 in Betrieb genommen und Radio- und Fernsehsender in ausschließlich privater Hand (*Calypso Radió, Sió TV, Nap TV*) starteten erstmals 1989 den Sendebetrieb. Die rechtliche Grundlage für die Dualisierung von Hörfunk und Fernsehen wurde jedoch erst 1996, fünf Jahre nach dem Fall des kommunistischen Regimes, mit dem 1. Mediengesetz festgelegt. (Vgl. Szekfü u.a. 2000, S.636) Als Folge davon musste das öffentlich-rechtliche Fernsehen *MTV (Magyar Televízió)* die Frequenzen seines zweiten Programms (*MTV2*) für private, kommerzielle Anbieter freigeben und sendet seither nur mehr *MTVI* landesweit über Antenne.⁴² (Vgl. BIPE 2001, S.166) 1997 teilte die Nationale Rundfunk- und Fernsehkörperschaft *ORTT (Országos Rádió-Televízió Testület)* zwei terrestrische Frequenzen *TV2* und *Magyar RTL Rt. (RTL Klub)* zu. Die beiden privaten Sender mit hoher ausländischer Beteiligung⁴³ erreichten von Beginn an große Zuschaueranteile und reklamieren beide die Marktführerschaft für sich. Das öffentlich-rechtliche Fernsehen verlor hingegen innerhalb weniger Monate zwei Drittel seiner Zuseher und befindet sich seither in einer finanziellen Krise. (Vgl. Szekfü 2002, S.634) Neben den drei landesweiten Sendern hat sich in den letzten Jahren eine Reihe von lokalen und regionalen Sendern etabliert.⁴⁴

Der wichtigste Übertragungsweg in Ungarn ist das Kabelnetz, das 53,9% der Bevölkerung mit Fernsehen versorgt. Mit 28,8% der 3,78 Mio. TV-Haushalte ist der Empfang über das terrestrische Netz, das von *Antenna Hungaria* betrieben wird, im Vergleich zu anderen Kabelländern noch weit verbreitet. 17,3% der ungarischen Haushalte empfangen im Jahr 2004 ihre Fernsehprogramme über den Satelliten. (Vgl. SES-ASTRA 2004)

Abgesehen von den Regionen, in denen *Antenna Hungaria* DVB-T-Testbetriebe durchführt, ist in Ungarn der Empfang von digitalem Fernsehen derzeit nur über Satellit möglich. Seit 1997 sendet *Antenna Hungaria* ein digitales Bouquet Free-To-Air über den Satelliten AMOS. (Vgl. BIPE 2001, S.166) Darüber hinaus nutzten im April 2004 108.900 ungarische Satellitenhaushalte das digitale Pay-TV-Paket von *UPC Direkt*. (Vgl. UGC 2004) Insgesamt lag die Digitalpenetration in Ungarn im Jahr 2004 laut SES-ASTRA-Satellitenmonitor (2004) bei 3,5% aller TV-Haushalte. In den Kabelnetzen erfolgt die Fernsehübertragung bis auf vereinzelte DVB-C-Pilotprojekte derzeit noch vollständig analog. (Vgl. Kárp R páti 2003)

Die Umstellung des terrestrischen Sendernetzes auf die digitale Technik ist in Vorbereitung. Seit 9. Juli 1999 betreibt *Antenna Hungaria* in Budapest einen Testbetrieb zur Erprobung technischer Parameter auf Kanal 43, 64 und 28. Im Laufe des Testbetriebes wurde die

⁴² *MTV2* ist seither nur mehr über Kabel und Satellit empfangbar. (Vgl. BIPE 2001, S.166)

⁴³ *TV2* wird von *MTM-SBS Televízió Rt.* betrieben, das zu 61,5% in Händen von amerikanischen, schwedischen und deutschen Unternehmen liegt. Ausländische Anteile an *RTL Klub* belaufen sich auf insgesamt 69%. (Vgl. Szekfü 2002, S.634)

⁴⁴ Ende 2003 zählte die ungarische Fernsehlandschaft 52 lokale Sender. (Vgl. EPRA 2004, S.18)

Reichweite kontinuierlich erweitert und neben der Hauptstadt wird nun auch das erste ländliche Gebiet (Kabhegy) mit einem digitalen Bouquet versorgt. (Vgl. Antenna Hungaria 2004)

Der rechtliche Rahmen für den Übergang zur digitalen Technik wurde durch das neue Kommunikationsgesetz von Jänner 2004 festgelegt, und die internationale Frequenzkoordination ist voll im Gange. (Vgl. Dziadul 2004d) Während sich die Behörden in Verhandlungen mit den Nachbarländern befinden, arbeitet der DVB-Circle, der sich aus ungarischen Behörden, Vertretern der Rundfunkveranstalter und Netzbetreibern zusammensetzt, einen Zeitplan sowie eine Strategie für die Abschaltung der analogen Frequenzen aus. (Vgl. Dziadul 2002b) Für den Simulcast-Betrieb werden zwei bis drei Multiplexe mit einer Abdeckung von 80% der ungarischen Bevölkerung zur Verfügung stehen. (Vgl. EPRA 2004, S.39) Von Beginn an sollen alle drei öffentlich-rechtlichen Programme (*MTV1*, *MTV2* und *Duna-TV*) sowie die privaten Sender *RTL Klub* und *TV2* im digitalen Bouquet vertreten sein. Nach dem Switchover zwischen 2010 und 2014 sind bis zu sechs Multiplexe geplant. (Vgl. DVB 2004e)

2.2.7 Slowenien

Nach der Öffnung des Rundfunks für private Anbieter als Folge des Zusammenbruchs des kommunistischen Regimes 1990 hat sich der kommerzielle Fernsehmarkt in Slowenien schnell entwickelt. (Vgl. Hrvatin; Milosavljevic 2002, S.588) Heute existieren neben dem öffentlichen Fernsehveranstalter *RTV Slovenia*, der zwei nationale und zwei regionale Programme betreibt,⁴⁵ drei private Kanäle mit mehr als 50% technischer Reichweite.

Der Marktführer *Pop TV* sowie der erste private Sender Sloweniens, *Kanal A*, konnten 2002 von 85% und 81% der Bevölkerung empfangen werden und befinden sich beide unter der Kontrolle des international agierenden Medienunternehmens *CME*. (Vgl. BIPE 2001, S.179) *TV3*, der dritte Sender mit überregionaler Reichweite, befindet sich in kirchlicher Hand, kann jedoch nur einen verschwindend kleinen Marktanteil von 1,2% verzeichnen. Daneben gibt es noch eine große Anzahl kommerzieller Sender,⁴⁶ die nur ein kleines Sendegebiet abdecken. (Vgl. Hrvatin; Milosavljevic 2002, S.590)

Auch die Entwicklung der neuen Medien geht in Slowenien zügig voran. Nutzten im Jahr 1998 noch 18% der Bevölkerung regelmäßig das Internet, (vgl. Hrvatin; Milosavljevic 2000, S.596) hatten 2002 schon 31,3% aller Slowenen Zugang zum Netz, (vgl. Hrvatin; Milosavljevic 2002, S.591) was im Vergleich zu anderen früheren Ostblockstaaten sehr viel ist. In Bezug auf die Verbreitung von ADSL-Anschlüssen liegt Slowenien mit 7% sogar vor England, Irland und Portugal. (Vgl. EPRA 2004, S.21)

⁴⁵ Es sind dies *SLO1*, *SLO2*, *TV Koper Capodistria* für eine italienische Minderheit in der Primorska-Region und seit 2002 ein regionaler Sender in Maribor. (Vgl. Dziadul 2002c)

⁴⁶ 2001 bestand der slowenische Markt aus insgesamt 47 verschiedenen Fernsehanstalten. (Vgl. Hrvatin; Milosavljevic 2002, S.590)

Der wichtigste Distributionsweg für Fernsehen in Slowenien ist das Kabelnetz, über das 55,2% aller TV-Haushalte ihre Programme beziehen. Die Satellitenübertragung hat sich nicht so stark durchgesetzt und hält 2004 bei 14,2% der insgesamt 670.000 Fernsehhaushalte. Mit 30,6% liegt der Empfang über Antenne zwar deutlich unter dem europäischen Durchschnitt, im Vergleich zu anderen Kabelländern wie beispielsweise Deutschland, Belgien, den Niederlanden oder der Schweiz kommt der Terrestrik jedoch eine nicht unbedeutende Rolle zu. (Vgl. SES-ASTRA 2004)

Seit 2002 besteht für Teile der slowenischen Bevölkerung die Möglichkeit, Fernsehprogramme über Satellit oder Kabel auch digital zu empfangen. Bisher nutzen jedoch nur 0,52% aller Satellitenhaushalte das digitale Angebot. (Vgl. EPRA 2004, S.26) Die Anzahl der Abonnenten des digitalen Bouquets, das *Ljubljanski Kabel* für seine 160.000 Kunden in der Hauptstadt zugänglich gemacht hat, ist derzeit nicht bekannt. In Kooperation mit anderen Kabelunternehmen möchte *Ljubljanski Kabel* Digitalfernsehen auch in anderen Teilen des Landes einführen. (Vgl. Dziadul 2002c) Insgesamt liegt die Digitalpenetration in Slowenien laut SES-ASTRA bei 1,6%. (2004)

Terrestrisch werden bis auf einen Testbetrieb, den *RTV Slo* seit Oktober 2000 in Krim nahe Ljubljana durchführt, bisher alle Programme ausschließlich analog ausgestrahlt. Bei diesem Pilotprojekt wird auf Kanal 37 die Übertragung von digitalen Programmen mit DVB-T getestet. Zurzeit bestehen Pläne, einen weiteren Sender in Krvavec, ebenfalls in der Nähe von Ljubljana, in Betrieb zu nehmen, um Erkenntnisse über die Funktionsweise von SFN-Netzen zu erhalten. (Vgl. Dziadul 2002c) Anschließend soll dieses Sendernetzwerk mit Rücksichtnahme auf die Frequenzplanung, die im Jänner 2000 begonnen wurde, beinahe flächendeckend auf ganz Slowenien ausgebaut werden. Geplant sind insgesamt sechs Multiplexe, wobei ein nationales SFN-Netz 95% und drei zusätzliche Netzwerke 80% Abdeckung erreichen sollen. Im Endausbau soll die gesamte Bevölkerung mit einem Signal versorgt werden, das ‚portable indoor‘, wenn möglich sogar mobile Nutzung sicherstellt. Spätestens 2015 sollen alle analogen terrestrischen Frequenzen abgedreht werden. (Vgl. BIPE 2001, S.179)

Abgesehen von diesen Zielvorgaben sind die rechtlichen Rahmenbedingungen für den Übergang von der analogen auf die digitale Fernsehübertragung aber noch völlig ungeklärt. Im April 2003 wurde ein Entwurf für ein neues Kommunikationsgesetz vorgelegt, das Regulierungsfragen im Zusammenhang mit der Digitalisierung klären soll. (Vgl. Dziadul 2004e) *RTV Slo* möchte so schnell wie möglich kommerzielle Dienste über DVB-T anbieten, und auch *Pop TV* und *Kanal A* haben Interesse an einer digitalen terrestrischen Ausstrahlung ihrer Programme geäußert. (Vgl. Dziadul 2003c) Der Beginn des Regelbetriebes hängt jedoch von den Regulierungsbehörden ab.

2.3 Resümee

Vergleicht man die Entwicklungen im Bereich der Digitalisierung des terrestrischen Fernsehens europa- und weltweit so zeigt sich, dass beinahe jedes Land unterschiedliche Strategien und Ziele verfolgt. Der Grund für die Vielfalt an Vorgehensweisen bei der Implementierung von digital-terrestrischem Fernsehen ist vor allem die Tatsache, dass die verschiedenen Rahmenbedingungen hinsichtlich des Fernsehmarktes und der Verbreitung der Empfangsebenen die Übernahme von erfolgreichen Konzepten erschweren. Dennoch lassen sich zusammenfassend zwei wesentliche Positionen in Bezug auf DVB-T unterscheiden:

Zum einen wird digital-terrestrisches Fernsehen als TV-Grundversorgung gesehen, die das bisherige analoge Angebot ablöst und im Kern, wenn auch in verbesserter Bild- und Tonqualität, dieselben Leistungen erbringen soll. Diese Position zieht eine nur marginale inhaltliche Erweiterung nach sich und bedeutet vorwiegend die Ausstrahlung bestehender Programme in digitaler Form. (Schweiz, Niederlande)

Zum anderen wird DVB-T als völlig neues Angebot betrachtet, das sich durch die Möglichkeiten der digitalen Technik wesentlich vom bisherigen analogen Fernsehen unterscheidet, einen entscheidenden Mehrwert für die Nutzer beinhaltet und auch neue Zielgruppen ansprechen kann. (Deutschland, Finnland, Großbritannien) Damit verbunden waren – vor allem in der Anfangsphase – oft Pay-TV-Konzepte. (Großbritannien, Spanien)

Ein Großteil der Länder hat sich noch nicht auf eine klare Vorgehensweise festgelegt. Neben Tschechien, der Slowakei, Ungarn und Slowenien, wo der Regelbetrieb noch nicht aufgenommen wurde, trifft das auch auf Spanien zu. Dort wird die Strategie nach dem Scheitern des ersten terrestrisch-digitalen Anbieters *Quiero* derzeit neu überdacht. Für den Großteil Europas stellt sich also noch die Frage, welche Schwerpunkte hinsichtlich DVB-T gesetzt werden sollen. Dabei kann sowohl der Blick auf Erfolge, als auch auf Misserfolge in anderen Ländern förderlich sein.

Obwohl digitales Fernsehen zuerst von Pay-TV-Sendern via Kabel und Satellit mit teilweise großem Engagement eingeführt wurde und in den Köpfen der Menschen oft mit Bezahlfernsehen gleichgesetzt wird, hat sich herausgestellt, dass dieses Geschäftsmodell für terrestrisches Fernsehen zumindest zu Beginn keinen Erfolg verspricht. Sowohl in Großbritannien als auch in Spanien, wo Pay-TV traditionell einen hohen Verbreitungsgrad aufweist, waren die ersten Angebote via DVB-T bezahlpflichtig. In beiden Ländern musste der Sendebetrieb jedoch 2002 wegen mangelnden Erfolgs eingestellt werden. Auch in den Niederlanden ist das Interesse an dem kostenpflichtigen, digital-terrestrischen Bouquet ausgesprochen gering. Eine kürzlich erschienene Studie von Juniper Research schätzt die Chancen für Pay-TV-Angebote via DVB-T auch für die nächsten Jahre als sehr niedrig ein. (Vgl. DVB 2004a)

Als förderlich für die Entwicklung des digitalen Fernsehens hat sich hingegen eine führende Rolle der öffentlich-rechtlichen Sender erwiesen. Je mehr gesetzliche und finanzielle Spielräume ihnen offen stehen, um den Digitalisierungsprozess voranzutreiben und neue Angebote zu entwickeln, desto schneller setzt sich DVB-T auch bei den Nutzern durch. Die Arbeitsgruppe zu digitalem terrestrischen Fernsehen der EPRA sieht sogar einen direkten Zusammenhang zwischen der Rolle der öffentlich-rechtlichen Sender und dem Erfolg von DVB-T. (Vgl. EPRA 2004, S.31) Dennoch können TV-Anstalten öffentlichen Rechts die Umstellung auf die neue Technik nicht alleine tragen. Es hat sich daher als wesentlich erwiesen, auch kommerzielle Sender von Beginn an in das Umstiegskonzept mit einzubeziehen.

Bei einem Ländervergleich zeigt sich des Weiteren, dass ein früher Startzeitpunkt und der rasche Ausbau der Netze nicht allein zur schnellen Verbreitung von digitalem Fernsehen beitragen können. Erste kommerzielle Dienste wurden in Spanien schon 2000 eingeführt, und derzeit können immerhin 80% der Bevölkerung DVB-T-Signale empfangen. Dennoch nutzten Ende 2003 weniger als 1% der Spanier diese Möglichkeit des Fernsehempfangs (vgl. EPRA 2004, S.12), sodass beinahe alle anderen Länder, in denen digital-terrestrisches Fernsehen erhältlich ist, inzwischen mehr Nutzer verzeichnen können. In Deutschland wurde die erste Startinsel hingegen erst 2003 umgestellt und die technische Reichweite beschränkt sich zurzeit auf die Hauptstadt, das Rhein-Main-Gebiet und Teile von Norddeutschland und Nord-Rhein-Westfalen. Dennoch ging die Umstellung in Berlin trotz vollständigem ATO erfolgreich über die Bühne, und in den neuen Startgebieten ist das Interesse an DVB-T groß. Die technische Reichweite genügt also nicht, um die Nutzer zu einem Umstieg auf die neue Technik zu überzeugen, solange sich die digitale Übertragung in einem reinen Simulcast-Betrieb erschöpft und der analogen Ausstrahlung somit nur in Bild- und Tonqualität überlegen ist. Digitale terrestrische Distribution als verbesserte Grundversorgung, wie sie zurzeit in der Schweiz und den Niederlanden betrieben wird, setzt sich nur sehr langsam durch. An eine schnelle Umstellungsphase ist daher nur zu denken, wenn man entweder wie in Deutschland den ATO inselweise durchsetzt, ohne eine gewisse Marktdurchdringung vorauszusetzen, oder dem Zuseher überzeugenden Mehrwert bietet, wie es in Großbritannien gelungen ist.

Dieser Zusatznutzen kann sehr unterschiedlich aussehen, und welche Schwerpunkte in den einzelnen Ländern gesetzt werden, hängt sowohl von den beteiligten Medienunternehmen, den Marktbedingungen, als auch von politischen Entscheidungen ab. Bei der Implementierung von DVB-T waren bisher vor allem Großbritannien, Finnland und zuletzt auch Deutschland und Italien erfolgreich.

In Großbritannien ist digital-terrestrisches Fernsehen seit dem Start der Plattform *Freeview* im Jahr 2002 äußerst beliebt. Der Vorteil des digitalen Angebots von *Freeview* besteht vor allem in der Vielzahl frei verfügbarer Sender, die in Großbritannien über Kabel und Satellitenübertragung weder analog noch digital zur Verfügung stehen. Darüber hinaus sind

via DVB-T auch eine Reihe interaktiver Services wie Online-Shopping, Online-Banking, Wetter, Spiele, digitaler Teletext sowie Zusatzapplikationen zum laufenden Programm erhältlich.

Ebenfalls auf interaktive und multimediale Dienste als Mehrwert gegenüber der analogen TV-Übertragung baut Finnlands Umstiegskonzept. Finnland war 1999 das erste Land, das sich für den Standard MHP entschied und schon früh Applikationen entwickelte und via DVB-T ausstrahlte. Nach einer langsamen Anlaufphase auf Grund von Gerätemangel steigen die Verkaufszahlen digitaler Set-Top-Boxen in Finnland seit einigen Monaten stark an. In Zukunft soll darüber hinaus die mobile und portable Nutzung eine wichtige Rolle spielen.

In Deutschland hingegen wird der Mehrwert von DVB-T nicht in interaktiven Zusatzdiensten gesehen. Dort setzt man zurzeit auf ein möglichst vielfältiges Programm, das zwar weiterhin hinter dem Angebot über Kabel und Satellit zurück bleiben muss, gegenüber der analogen Technik jedoch einen enormen Vorteil bedeutet. Um von Anfang an ein umfangreiches Bouquet bieten zu können, werden die analogen Frequenzen in den DVB-T-Inseln innerhalb weniger Monate abgeschaltet. Längerfristig besteht die Zielgruppe jedoch aus Nutzern von Zweit- und Drittgeräten sowie tragbaren Endgeräten wie Laptops, Smartphones und PDAs. In Berlin wurden deshalb 2004 technische Tests mit DVB-H, dem neuen Standard für mobiles und portables Fernsehen, durchgeführt.

Italien wiederum misst der Möglichkeit mobiler und portabler Nutzung wenig Bedeutung bei. Als Land mit einer ausgesprochen hohen Verbreitung der Terrestrik stehen dort nicht Randzielgruppen, sondern die gesamte Bevölkerung im Mittelpunkt. Ende 2003 hat die digitale terrestrische Ausstrahlung mit einem umfangreichen Bouquet begonnen. Interaktive Zusatzdienste auf MHP-Basis sind für einen Teil der Bevölkerung seit Oktober 2004 erhältlich. Italien ist bisher das einzige Land, das nicht nur versucht, die Nutzer durch einen Mehrwert von digitalem Fernsehen zu überzeugen, sondern zusätzlich durch Subventionierung beim Kauf von MHP-tauglichen Set-Top-Boxen die Kosten für den Konsumenten reduziert. Diese Strategie hat sich als großer Erfolg erwiesen: die Verkaufszahlen von MHP-tauglichen Set-Top-Boxen liegen weit über den Erwartungen und DVB-T scheint sich in Italien schnell durchzusetzen.

Eine weitere Möglichkeit, einen Mehrwert gegenüber dem analogen Fernsehen zu erzeugen, wird in den USA, Japan und Australien engagiert verfolgt. Dort sollen zumindest Teile des Fernsehangebots über das digital-terrestrische Sendernetz im HDTV-Format ausgestrahlt werden. In Europa ist HDTV via DVB-T momentan auf Grund des engen Frequenzspektrums kein Thema und wird als Domäne der Kabel- und vor allem der Satellitenübertragung betrachtet.

Welche Vorteile der digitalen Technik in Österreich für einen Zusatznutzen für die Rezipienten sorgen sollen, ist noch nicht abzusehen. Sicher ist, dass ein reiner Simulcast-Betrieb der beiden *ORF*-Programme sowie *ATV+* und regionaler Anbieter ausgesprochen wenige Zuseher vom Kauf einer Set-Top-Box überzeugen wird. Mit Sicherheit muss in Österreich von Beginn an ein Anreiz für den Umstieg auf die neue Technik gegeben sein,

wenn die vollständige Umstellung bis 2012 gelingen soll. Der Versuch, wie in Deutschland durch eine große Anzahl an Programmen zu überzeugen, erweist sich in Österreich als schwierig. Einerseits müssten dafür von Anfang an genügend Frequenzen bereit stehen, andererseits lässt sich Vielfalt auf Grund der geringen Anzahl attraktiver österreichischer Programme nur mit Hilfe deutscher Sender verwirklichen. Sowohl die öffentlich-rechtlichen als auch die privaten deutschen TV-Station haben jedoch voraussichtlich geringes Interesse, in eine Übertragung ihrer Programme via DVB-T in Österreich zu investieren.⁴⁷ Abgesehen davon, ist die Stärkung der einheimischen Medienlandschaft ein erklärtes politisches Ziel, sodass die vorhandenen Ressourcen dazu genutzt werden sollen, Impulse für den Medienstandort Österreich zu setzen.

Da Vielfalt in Österreich also schwierig umzusetzen ist, werden zusätzlich zum klassischen Fernsehen andere inhaltliche Schwerpunkte nötig sein. Eine Möglichkeit, die im Rahmen des Testbetriebs in Graz erfolgreich erprobt wurde, sind interaktive und multimediale Zusatzdienste zum Fernsehprogramm. Zwar haben Studien in Großbritannien ergeben, dass interaktive Services vorerst nicht zur Kaufentscheidung beitragen, selbst wenn sie durchaus angenommen werden (vgl. Pace Report 2001), in Finnland haben sich MHP-Applikationen jedoch als erfolgreiche Strategie zur Implementierung von DVB-T erwiesen. Auch eine kürzlich veröffentlichte Prognose von Forrester Research sieht für diesen Bereich Zukunftschancen und schätzt, dass 2007 44% der europäischen Haushalte interaktives TV empfangen werden können. (Vgl. Hans-Bredow-Institut 2002c, S.3) Nicht zuletzt zeigen die Begleitforschung zum Testbetrieb in Graz sowie die Ergebnisse der vorliegenden Studie, dass zumindest in Teilen der österreichischen Bevölkerung Interesse an interaktiven und multimedialen Zusatzdiensten vorhanden ist.

Des Weiteren stellt sich die Frage, welche Rolle mobile und portable Nutzung für DVB-T in Österreich spielen kann. Eine Positionierung, die sich vorrangig an Besitzern von Zweit- und Drittgeräten sowie von tragbaren Empfangsgeräten ausrichtet, scheint für Österreich zu kurz zu greifen, da das terrestrische Sendernetz zumindest in Bezug auf die *ORF*-Programme stärker den Charakter einer Grundversorgung hat als in Deutschland. Mit fortschreitender Digitalisierung der Satellitenübertragung wird diese Funktion jedoch in den Hintergrund treten. Auch ist die Anzahl der Haushalte, die das terrestrische Sendernetz als Hauptversorgung verwenden, immer noch stetig im Sinken begriffen. Längerfristig ist die mobile und portable Fernsehnutzung daher sicher eine zentrale Stärke der terrestrischen Übertragung, die neue Nutzungskontexte eröffnen kann. Erfahrungswerte bezüglich der Akzeptanz mobiler Dienste liegen in anderen Ländern derzeit nur eingeschränkt vor. Die Testnutzer des Projekts *bmco*, bei dem 2004 in Berlin eine Reihe von multimedialer mobiler Dienste sowie der mobile Empfang herkömmlicher Fernsehangebote getestet wurden, zeigten laut Angaben des Projektleiters Sattler jedoch großes Interesse an mobilem Fernsehen. (Vgl. Heise Online 2004)

⁴⁷ Siehe dazu genauer die Ausführungen von Hirschle u.a. 2004, S.25f, 29.

Um auszuloten, wie das Angebot über DVB-T speziell in Österreich aussehen muss, damit der Zusatznutzen größere Teile der Bevölkerung zum Kauf eines Empfangsgerätes bewegt, und welche begleitenden Maßnahmen förderlich und nötig sind, genügt der Blick über die Landesgrenzen jedoch nicht. Es ist daher wesentlich, die Aufmerksamkeit verstärkt den zukünftigen Nutzern von digitalem Fernsehen, ihren Fernsehgewohnheiten und ihren Wünschen und Erwartungen an das TV-Angebot der Zukunft zu widmen.

3 Digitalisierung aus Sicht der Konsumentenvertreter (Modul 2)

Der überwiegende Teil der zukünftigen Nutzer von digitalem Fernsehen ist derzeit nur schlecht über die Unterschiede zwischen analogem und digitalem TV informiert und kann weder die Vorteile noch die Ausgaben abschätzen, die durch die Umstellung auf sie zukommen. Bedenken sind unter Fernsehzuschauern zwar vorhanden und müssen auch ernst genommen werden, wenn die Digitalisierung zügig vorangehen soll. Da sie aber teilweise auf falschen oder mangelnden Informationen beruhen, können sie nur eingeschränkt Aufschluss darüber geben, welche Schwierigkeiten sich für die Nutzer während der Umstiegsphase tatsächlich ergeben und wie sie vermieden bzw. abgefedert werden können. Aus diesem Grund wurden Experteninterviews mit Konsumentenvertretern geführt, die sich mit der Digitalisierung auseinandersetzen. Die Einschätzung der Experten liefert ergänzend zu den Ergebnissen der Gruppendiskussionen und Einzelinterviews mit zukünftigen Nutzern eine erweiterte Perspektive auf den Untersuchungsgegenstand. Gesprächspartner waren Mag. Mathias Grandosek (AK Wien, Informationsgesellschaft und Telekom, Medienpolitik), Mag. Daniela Zimmer (AK Wien, Konsumentenpolitik) und Mag. Johann Maier (Nationalratsabgeordneter und Konsumentenschutzsprecher der SPÖ).

Dazu wurde ein qualitativer Leitfaden⁴⁸ entworfen, in dem folgende Fragedimensionen enthalten sind:

- *Grundsätzliche Einstellung zur Digitalisierung in Österreich*
- *Chancen der Digitalisierung für die Konsumenten*
- *Problembereiche aus Sicht der Konsumenten*
- *Digitalisierungskonzept*

Die Expertengespräche wurden am 11. und 13. Oktober in Wien und Salzburg durchgeführt, im Folgenden transkribiert und ausgewertet. Dazu wurden sämtliche Aussagen der Experten den vier Dimensionen des Leitfadens systematisch zugeordnet.

Grundsätzlich Einstellung zur Digitalisierung in Österreich

Grundsätzlich stehen alle drei Interviewpartner der Digitalisierung der Fernsehübertragung in Österreich zuallererst neutral gegenüber. Dies gilt sowohl für die Umstellung des terrestrischen Sendernetzes als auch für die Übertragungswege Kabel und Satellit. Daniela Zimmer meint, sie verstehe den Hintergrund der Überlegungen, und es sei ihres Erachtens keinesfalls sinnvoll, dass Österreich ein „analoges Inselchen“ bleibe. Auch Johann Maier hat Verständnis für das Interesse der Wirtschaft an einer raschen Umstellung.

⁴⁸ Der Leitfaden befindet sich im Anhang.

Chancen der Digitalisierung für die Konsumenten

Trotz des Einverständnisses mit dem Umstieg auf die neue Distributionstechnik sind sowohl Maier, Zimmer als auch Grandosek in Bezug auf Chancen, die die Digitalisierung für die Konsumenten bereithält, jedoch skeptisch. Das liegt vor allem daran, dass derzeit kaum abschätzbar ist, welche Veränderungen die Digitalisierung im Hinblick auf das inhaltliche Angebot in Österreich mit sich bringen wird. Mathias Grandosek vermisst nachhaltige Überlegungen, wie die Dienste aussehen sollen, mit denen die erweiterten Kapazitäten gefüllt werden. Er meint, diese Diskussion dürfe nicht erst geführt werden, wenn die Infrastruktur schon bereitstehe, denn die Entscheidung für eine Technik sei nur gerechtfertigt, wenn sie auch qualitativ hochwertigere Dienste verspreche und eine größere Angebotsvielfalt nach sich ziehe. Zimmer äußert die Befürchtung, dass der Content zum Zeitpunkt der Umstellung keinen Mehrwert bieten wird, der eine Investition in eine Set-Top-Box rechtfertigen würde; sie fordert konkrete, verbindliche Darstellungen, was auf den terrestrischen Kanälen gespielt werden soll. Auch Johann Maier kann noch keinen Nutzen für den Verbraucher erkennen. Er befürchtet, dass die Entwicklung an den tatsächlichen Bedürfnissen der Fernsehzuseher vorbeigeht und die Vorteile der Digitalisierung vorwiegend den Programmanbieter und Netzbetreibern zugute kommen werden.

Problembereiche aus Sicht der Konsumenten

Indirekte Finanzierung durch den Konsumenten

Die Tatsache, dass der tatsächliche Mehrwert für die Konsumenten noch nicht abzusehen ist, sehen Zimmer und Grandosek vor allem deshalb als Problem, weil die Verbraucher die Finanzierung der neuen Infrastruktur einerseits durch den Kauf von Set-Top-Boxen und andererseits indirekt über Steuergelder bzw. Gebühren mitfinanzieren müssen. Maier spricht davon, dass auf 60% aller österreichischen Haushalte erhebliche Ausgaben zukommen werden, was vor allem für Haushalte mit mehreren Fernsehgeräten und/ oder niedrigem Einkommen problematisch sei. Daniela Zimmer geht davon aus, dass nur eine technikinteressierte Minderheit die subjektive Bereitschaft aufweisen wird, diese Kosten zu tragen und freiwillig auf die neue Technik umzusteigen. Da Geräte, die noch einige Jahrzehnte funktionieren könnten, nicht mehr nutzbar sein werden, werde für die restlichen Betroffenen ein Druck zu einer Umstellung entstehen, für die sie sich freiwillig nicht entscheiden würden. Spätestens 2008, wenn die Verbraucher erstmals unmittelbar mit der Veränderung konfrontiert sein werden, weil der bisherige Empfang nicht mehr klaglos funktionieren wird, rechnet sie mit gehörigem Unmutspotenzial in allen sozialen Schichten. „Besonders von ‚Sozial Schwachen‘ wird das finanzielle Argument kommen: ‚Ich kann, ich mag mir das nicht leisten.‘“ (Zimmer)

Aus diesem Grund sehen sowohl Mathias Grandosek als auch Johann Maier die Subventionsfrage als zentral an. „Wenn der Umstellungsplan eingehalten wird“, sagt auch Daniela Zimmer, „muss überlegt werden, wie die Tatasche, dass Geräte nutzlos werden oder

Zusatzkosten auf die Verbraucher zukommen, durch Subventionen abgedeckt werden können.“ Dabei stellt sich für sie die Frage nach der Grenzziehung. Da es über die grundgebührenbefreiten Haushalte hinaus viele Familien gebe, die in finanziell prekären Umständen leben, könne sich die finanzielle Unterstützung nicht darauf beschränken, nur Haushalte mit einer Set-Top-Box auszustatten, die keine Fernsehgebühren zahlen müssen. Die fairste Vorgehensweise wäre ihrer Meinung nach eine Subventionierung aller Betroffenen aus den Mitteln des Digitalisierungsfonds, wobei ihr durchaus bewusst ist, dass in diesem Fall die Finanzierung zum Problem wird.

Eine Alternative zur finanziellen Unterstützung der Endkunden stellt für sie nur ein langsames Umstellungsszenario dar, bei dem die analogen Frequenzen erst abgedreht werden, wenn die Verbraucherbereitschaft, sich auf die neue Technologie einzulassen, auf breiter Basis gegeben ist. Hinsichtlich des verbleibenden Restes müsse dann ein Schwellwert festgelegt werden, ab wann die analoge Übertragung eingestellt werden kann. Ein fixer Abschaltzeitpunkt – unabhängig von der Akzeptanz der neuen Technologie durch die Konsumenten – bringe ihrer Einschätzung nach immer das Risiko mit sich, dass Interessen der Verbraucher überfahren werden. Als wichtige Voraussetzung und damit auch als zentrales Kriterium für den Zeitpunkt der Abschaltung der analogen Frequenzen sieht sie aber in jedem Fall ein vielseitiges und vor allem preisgünstiges Angebot an Set-Top-Boxen.

Negative Auswirkungen veränderter Kaufbedingungen

Ein weiteres Problem einer zügigen Umstellung liegt für Daniela Zimmer darin, dass die Konsumenten die Kaufentscheidung nicht freiwillig treffen und den Zeitpunkt der Anschaffung nicht frei wählen können und somit das faire Spiel zwischen Angebot und Nachfrage außer Kraft gesetzt wird. Dadurch bestehe die Gefahr, dass die Herstellerindustrie künstlich Preise hochhalte. Johann Maier hingegen findet die Tatsache bedenklich, dass derzeit noch analoge TV-Geräte verkauft werden, die in einigen Jahren nicht mehr ohne zusätzliche Investition in eine Set-Top-Box funktionieren werden. Da Konsumenten beim Kauf eines Fernsehers davon ausgehen, dass dieser für einen längeren Zeitraum nutzbar sein wird, fordert er verpflichtende Kennzeichnung der TV-Geräte. Außerdem gehört es seiner Meinung nach „zu den vorvertraglichen Informationspflichten eines Verkäufers, einen Konsumenten über die anstehende Digitalisierung zu informieren und ausdrücklich darauf hinzuweisen, wenn ein Gerät diese Kompatibilität nicht aufweist.“ (Maier) Aus demselben Grund halten Daniela Zimmer und Mathias Grandosek so bald wie möglich begleitende Informationsmaßnahmen für nötig. Vor allem müsse der Handel vorbereitet werden, sagt Grandosek.

Großes Informationsdefizit bei den Betroffenen

Handlungsbedarf sehen alle drei Interviewpartner im Hinblick auf den Informationsstand der Bevölkerung. Daniela Zimmer meint, das Thema Digitalisierung sei kaum einem Verbraucher

breiter bewusst. Da nur in den höherwertigen Tageszeitungen vereinzelt Informationen zu finden seien, werde die breite Masse nicht erreicht. Maier fordert deshalb ein Informationspaket, das alle betroffenen Haushalte in Zusammenarbeit mit bestehenden Verbraucherorganisationen (Arbeiterkammer, Verein für Konsumenteninformation) über die Auswirkungen der Digitalisierung auf ihren Fernsehempfang, die nötigen Zusatzgeräte und technischen Anpassungen, die Kosten der Umstellung, mögliche Probleme sowie über Vor- und Nachteile des digitalen Empfangs in Kenntnis setzt. Darüber hinaus wäre es nötig, dass Fragen der Digitalisierung vermehrt in öffentlichem Rahmen diskutiert werden.

Zunahme von bezahlpflichtigen Inhalten und Mehrwertdiensten

Kritisch betrachten Konsumentenvertreter über Fragen der Finanzierung hinaus vor allem mögliche Auswirkung der Digitalisierung auf Geschäftsmodelle der Fernsehanbieter. Daniela Zimmer befürchtet, dass Anbieter die Kosten der Digitalisierung über unterschiedliche Formen von bezahlten Fernsehinhalten oder Mehrwertdiensten refinanzieren werden. Die Tendenz, dass möglicherweise ein Rahmenprogramm als Free-TV-Programm läuft, das permanent von Bewerbern von Mehrwertdiensten durchbrochen wird, wäre für sie problematisch. Grandosek äußert in Zusammenhang mit möglichen Refinanzierungskonzepten auch Bedenken bezüglich des Datenschutzes. Durch die Technologie des Rückkanals werde es für Fernsehanbieter einfacher, Konsumverhalten aufzuzeichnen und Konsumentenprofile zu erstellen, um mit der gezielten Nutzung vor allem aber mit dem Verkauf dieser Daten neue Erlösquellen zu erschließen. Er meint, die Digitalisierung werde sicher ihren Teil dazu beitragen, die zunehmenden Schwierigkeiten mit dem Datenschutz noch zu verstärken. Maier fürchtet als Folge bezahlter interaktiver Zusatzprogramme vor allem das Ansteigen der Verschuldung der Haushalte. Er schätzt, dass das Angebot an kostenpflichtigen Inhalten in den nächsten zehn Jahren (auch bei öffentlich-rechtlichen Sendeanstalten) stark zunehmen wird und sich der derzeitige Free-TV-Markt langfristig gesehen Richtung Pay-TV-Markt entwickeln wird. Diese Gefahr ist auch für Zimmer gegeben, wenn sie sagt: „Gerade Österreich zählt – wie viele andere europäische Länder – zu jenen Ländern, die mit der Tradition des Free-TV groß geworden sind, und diese Linie wird man beibehalten müssen.“ (Zimmer) Wäre das nicht der Fall würden Verbraucher eine Infrastruktur mitfinanzieren, die ihnen letztlich keine qualitativ hochwertigen Inhalte, sondern seichte Unterhaltung und verstärkt Pay-TV-Formate bieten würde. „Diese Dienste sollen ihren Platz in Österreich schon haben, aber nicht über eine Infrastruktur, die unter Heranziehung von Steuergeldern aufgebaut wird.“ (Zimmer) Grandosk fordert deshalb, es müsse politisch stärker überlegt werden, welche Rolle Free-TV in Zukunft spielen soll und wünscht sich eine stärkere Strategie, die den Erhalt der derzeitigen Vielfalt an Free-TV-Programmen auf allen Übertragungswegen sicherstellt.

Digitalisierungskonzept

In Bezug auf die terrestrische Übertragung ist Zimmer aus Verbraucherperspektive die Beibehaltung des derzeitigen Versorgungsgrads ein Anliegen. Sie befürchtet, dass es aus Rentabilitätsgründen zu einer Einschränkung der Grundversorgung in Randgebieten kommen könnte. Aus ihrer Sicht wäre es aber problematisch, wenn im Zuge einer Neudefinition der Grundversorgung im Endeffekt weniger Menschen erreicht würden, als derzeit analog. Grandosek hält es zudem für sinnvoll, von der ursprünglichen Tendenz, einseitig die Terrestrik fördern zu wollen, Abstand zu nehmen und vor allem den Übertragungsweg Kabel stärker in die Überlegungen mit einzubeziehen. Er befürchtet, dass auch den Haushalten, die ihr Programm über analoges Kabel empfangen, der Sprung ins Digitale Zeitalter teuer kommen wird, weil die Gefahr groß sei, dass Kabelanbieter ihre Kosten über höhere monatliche Gebühren refinanzieren. Auch für analoge Kabelnutzer solle es einen Ausblick geben, zu dem sie ohne erhebliche Zusatzkosten auf digitales Fernsehen umsteigen können.

4 Zukünftige Nutzungsszenarien von DVB-T (Modul 3)

In diesem Teil der vorliegenden Studie werden anhand von qualitativen Erhebungen mittels Gruppendiskussionen zukünftige Nutzungsszenarien von DVB-T entwickelt. Dazu wurden in Graz zwei Gruppendiskussionen mit 15 Teilnehmerinnen und Teilnehmern aus dem DVB-T-Testbetrieb durchgeführt. Zwischenergebnisse aus Modul 4 lieferten dabei die Basis für die Auswahl der Probanden. Hinsichtlich Alter, Geschlecht, Bildung und Einkommen wurde auf eine möglichst große Vielfalt geachtet. In Kombination mit Modul 4 bilden die Ergebnisse der Diskussionsrunden in Graz den Grundstock für weitere Erhebungen: Ende 2004, Anfang 2005 wurden sechs weitere qualitative Gruppendiskussionen mit Probanden aus unterschiedlichen gesellschaftlichen Gruppen durchgeführt. Bei der Auswahl der Teilnehmer wurden sowohl regionale Unterscheidungen (Stadt, Land) als auch unterschiedliche soziodemographische und sozioökonomische Kriterien miteinbezogen.

4.1 Qualitative Rezeptionsstudie mit (zukünftigen) Nutzern von DVB-T

4.1.1 Zur Methode der Gruppendiskussion

Die Methode der Gruppendiskussion wurde erstmals in den USA und in Großbritannien Ende der 40er Jahre eingesetzt und vorerst unter der Bezeichnung „focus groups“ in der Umfrageforschung angewandt. (vgl. Schäffer 2003, S.75) Werner Mangold entwickelte das Verfahren später weiter und setzte es vor allem ein, um „kollektiv verankerte Orientierungen“ (Schäffer 2003, S.76) zu erforschen. Zentrale Ziele von Gruppendiskussion sind nach Lamnek (1995, S.131):

- *Erkundung von Meinungen und Einstellungen der einzelnen Teilnehmer der Gruppendiskussion*
- *Ermittlung der Meinungen und Einstellungen der gesamten Gruppe*
- *Feststellung öffentlicher Meinungen und Einstellungen*
- *Erforschung gruppenspezifischer Verhaltensweisen*
- *Erkundung der den Meinungen und Einstellungen zugrunde liegenden Bewusstseinsstrukturen der Teilnehmer*
- *Gruppenprozesse, die zur Bildung einer bestimmten individuellen Gruppenmeinung führen*
- *Empirische Erfassung ganzer gesellschaftlicher Teilbereiche*

Der Fokus der Gruppendiskussion liegt also auf der Ermittlung von Einstellungen und Meinungen, weshalb diese Methode für die Fragestellung der vorliegenden Studie ausgewählt wurde. „In der Dynamik einer Diskussion kommt durch wechselseitige Stimulation das wesentlich Gemeinte zur Sprache, unterstützt wird dies durch die höhere Realitätsnähe der

Situation und die Spontaneität der Äußerungen.“ (Dreher; Dreher 1995, S.186) Nießen (1977) erachtet im diesem Zusammenhang den Kommunikationsprozess als zentralen Aspekt. Als Voraussetzung sieht er, dass die Mitglieder der Gruppe vom Diskussionsthema betroffen sind.

Der Ablauf einer Gruppendiskussion gliedert sich nach Lamnek (1995, S.134) in fünf Schritte. Zuerst erfolgt die *Auswahl* der Teilnehmer, die durch einen *Reiz* (Plakat, Filmausschnitt, eine Aussage, Frage etc.) mit dem Thema der Diskussion konfrontiert werden, um das Gespräch einzuleiten und zur aktiven Teilnahme zu motivieren. Dann erfolgen die *eigentliche Diskussion* sowie die *Aufnahme* durch elektronische Geräte. Als letzten Schritt schließt sich im Hinblick auf. Basis der Transkription des Gespräches die *Auswertung* des Materials im Hinblick auf die Fragestellung an.

4.1.2 Methodisches Vorgehen

In Graz wurden zwei Gruppendiskussionen mit insgesamt 15 Teilnehmern aus dem Testbetrieb durchgeführt. Diese wurden von *Fessel-Gfk* kontaktiert und nach vorher von der Projektleitung genau definierten Kriterien ausgewählt. Die Gruppendiskussionen fanden Anfang August in einem eigens dafür angemieteten Raum in Graz statt. Ziel war es, erste Eindrücke der Nutzer von DVB-T zu erhalten und mehr über ihre Erwartungshaltungen, ihre Erfahrungen und ihre Umgangsweisen mit dem neuen Angebot zu erhalten. In einem zweiten Teil wurden die Probanden über den seinerzeit laufenden Testbetrieb hinaus nach ihren Vorstellungen von zukünftigen Nutzungsszenarien und ihren Wünschen gefragt.

Zusätzlich zu den Erhebungen in Graz wurden an ausgewählten Standorten sechs Gruppendiskussionen mit zukünftigen Rezipienten von digitalem Fernsehen durchgeführt (n=88). Hier galt es auszuloten, welche Angebote für Nutzerinnen und Nutzer, die mit digitalem Fernsehen so gut wie gar keine Erfahrungen haben, von besonderem Interesse sind, welche Nutzungs- und Handlungsmotive dahinter stehen, wie zukünftig digitales Fernsehen und interaktive Zusatzangebote genutzt werden können und von welchen Faktoren dies abhängig ist. Für Graz sowie für die zusätzlichen Erhebungen wurden jeweils eigenständige Leitfäden entwickelt.⁴⁹ Außerdem wurden anschließend an alle Probanden Fragebögen⁵⁰ zu soziodemographischen Merkmalen, Freizeitverhalten und Mediennutzung verteilt, um detaillierte Zusatzinformationen zu erheben, die bei der Auswertung berücksichtigt wurden.

Im Folgenden wird nun genauer auf die zusätzlichen Erhebungen eingegangen. Die Tabelle bietet einen Überblick über die ausgewählten Nutzergruppen, die für die Erhebung als wichtig erachtet wurden:

⁴⁹ Die beiden Leitfäden für die Erhebungen finden sich im Anhang.

⁵⁰ Der Fragebogen befindet sich im Anhang.

	Alter	Geschlecht	Bildung	Einkommen	HH-Größe	Ort
Technisch Interessierte 51	20–45	eher männlich	Mittlere/höhere Bildung	gemischt	gemischt	Linz und Salzburg
Jugendliche	12–18	gemischt	gemischt	Niedriges, gar kein Einkommen	gemischt	Kleinstadt
Sozial Schwache	gemischt	gemischt	niedrig	niedrig	gemischt	Salzburg Stadt
Rentner	60+	gemischt	gemischt	gemischt	klein	Salzburg.
Ländliche Umgebung	gemischt	gemischt	gemischt	gemischt	gemischt	Gebirgs-gemeinde

Quelle: Eigene Darstellung

Die Auswahl der Teilnehmer für die Gruppendiskussionen soll im Folgenden genauer dargestellt und begründet werden:

Technisch Interessierte

Da technische Interessierte die meisten Kenntnisse über digitales Fernsehen aufweisen und dadurch genauere Vorstellungen davon haben, was sie sich von der neuen Technik erwarten bzw. wünschen, ist diese Gruppe für zukünftige Nutzungsszenarien ausgesprochen interessant. Für die Auswahl wesentlich sind das Interesse an technischen Geräten und neuen technologischen Entwicklungen sowie eine aufgeschlossene Einstellung technischem Fortschritt gegenüber. Sämtliche Kommunikationstechnologien gehören selbstverständlich zum Alltag dieser Personen (sowohl beruflich als auch privat) und werden ausgiebig genutzt, die Einstellung dazu ist positiv. Die technisch Interessierten sind tendenziell männlich, was Frauen nicht grundsätzlich ausschließt, intensive Nutzer von Computer und Internet, verfügen über mittlere bis höhere Bildung oder arbeiten in technisch-handwerklichen Berufen. Einkommen, familiäre Situation und Haushaltsgröße sind bei dieser Gruppe keine ausschlaggebenden Kriterien, dennoch sollten sie bei der Rekrutierung der Probanden mitgedacht werden und ausgewogen verteilt sein. (vgl. Oehmichen 2003)

Jugendliche

Jugendliche unterscheiden sich durch ihre spezielle Lebensphase in Mediennutzung und Freizeitgestaltung wesentlich von Erwachsenen. Sie bilden gerade im Hinblick auf Interaktivität, mobile Angebote sowie Services außerhalb des klassischen Rundfunks eine

⁵¹ Mit Technisch Interessierten wurden insgesamt zwei Gruppendiskussion durchgeführt, um genügend Mitglieder dieser Nutzergruppe zu erreichen.

interessante Gruppe. Zwar gilt das Fernsehen nach wie vor als Leitmedium, dennoch kommt Internet, Videospielen, aber auch der Mobiltechnologie wachsende Bedeutung zu. Darüber hinaus stehen Jugendlichen in den Haushalten des 21. Jahrhundert so viele Medien zur Verfügung wie nie zuvor. Aber auch die Freizeitgestaltung spielt bei den ihnen eine große Rolle. Da die Unterschiede in der Mediennutzung von Jugendlichen je nach Alter, Geschlecht, Interessen, Ausbildung, sozialen Gruppen und Familienzugehörigkeit stark ausgeprägt sind, ist in dieser Gruppe eine möglichst große Vielfalt hinsichtlich aller anderen Auswahlkriterien wesentlich. (vgl. BMSG 2003/ Feierabend; Klingler 2003)

Sozial Benachteiligte

Bisherige Untersuchungen zur Mediennutzung von Menschen mit geringem Einkommen sowie niedriger Bildung ergeben, dass sozial Schwache eher den Vielsehern zuzurechnen sind. Ihr Nutzungsverhalten ist tendenziell an Unterhaltungsangeboten und weniger an Information orientiert und erfolgt somit unkritischer als bei anderen Nutzergruppen. So besteht die Gefahr, dass sich bedingt durch die Mediennutzung Informationsdefizite ergeben und sozial Schwache bzw. schlechter Gebildete lediglich von den Unterhaltungsangeboten neuer digitaler Fernsehdienste profitieren werden. (vgl. Dahm; Rössler; Schenk 1998) Freizeittätigkeiten beschränken sich stärker auf das häusliche Umfeld. (vgl. Oehmichen 2003) Trotz ihrer finanziell eingeschränkten Situation verfügen Mitglieder dieser sozialen Gruppierung oft über eine relativ breite Medienausstattung um zu zeigen, dass sie im Konsumverhalten durchaus mit der Gesellschaft mithalten können. Im Spannungsfeld zwischen analogem und digitalem Fernsehen (und damit dem ‚passiven‘ und ‚aktiven‘ Umgang mit dem Medium) erscheinen die Erwartungshaltungen dieser Gruppe gegenüber dem zukünftigen Angebot von besonderem Interesse.

Rentner

Frauen und Männer über 60 Jahre, die nicht mehr im Berufsleben stehen, nutzen Fernsehen im Vergleich zur Gesamtbevölkerung überdurchschnittlich viel und leben eher zurückgezogen. Andererseits sind sie jene Gruppe, die neue technische Entwicklungen meist verspätet aufgreifen und für sich nutzbar machen, da sie sich am Bewährten orientieren. Sie streben nach Sicherheit, Geborgenheit und Ruhe und zeigen sich vor allem neuen Entwicklungen gegenüber skeptisch. Da darüber hinaus der Anteil der terrestrischen Nutzer in dieser Bevölkerungsgruppe höher ist als in allen anderen, sind Pensionisten von der Umstellung auf DVB-T in besonderem Maße betroffen. Daneben leben sie oft eher sparsam und wollen gerade für neue technische Anschaffungen wenig finanzielle Mittel aufbringen. Aus diesen Gründen erscheint eine Diskussionsrunde mit ausschließlich älteren Menschen wichtig, wobei diese Gruppe bezüglich Geschlecht, Bildung, Einkommen und Haushaltsgröße ausgewogen sein soll. (vgl. Grajczyk u.a. 2001/ Oehmichen 2003)

Ländliche Umgebung

Die Lage in geografisch abgeschiedenen Gegenden hat einerseits Einfluss darauf, welche Rolle Medien – hierbei vor allem das Fernsehen – im Alltag spielen (kaum andere Möglichkeiten, sich zu informieren), andererseits ist die technische Infrastruktur (ADSL, ISDN, Mobilfunk, Kabelfernsehen etc.) dort oft nur schwach ausgebaut. Somit gehören Bewohner ländlicher Gebiete zu jenen Gruppen, denen technologische Entwicklungen spät zugänglich werden und die dadurch möglicherweise vom ‚Digital Divide‘ betroffen sein können. Außerdem spielen in dieser Gruppe Traditionsbewusstsein und konservative Werte eine bedeutende Rolle. Daher soll abgeklärt werden, wie wichtig gerade lokal und regional bezogene Inhalte für diese Gruppe sind, in Zukunft sein werden und welche Rolle hierbei dem digitalen Fernsehen zukommen kann. Aus diesen Gründen bietet sich diese Gruppe für die Untersuchung der Nutzung von DVB-T als erforschenswert an. Das ausschlaggebende Kriterium für die Zusammenstellung dieser Diskussionsrunde ist der ländliche Lebensraum. Hinsichtlich der Kriterien Alter, Geschlecht, Bildung, Einkommen und Haushaltsgröße ist auch diese Gruppe ausgewogen zu gestalten.

4.1.3 Auswertung der Gruppendiskussionen

Für die Auswertung der Gruppendiskussionen wurde ein Computerprogramm zur qualitativen Datenanalyse (MAXqda) verwendet. Hierbei handelt es sich um eine in der Sozialforschung weit verbreitete Software. Sowohl für die Erhebungen in Graz als auch für jene sechs zusätzlichen Gruppendiskussionen wurden eigenständige Codewortbäume entwickelt, die sich in Ober- und Unterkategorien gliedern.⁵² Die Aussagen der Probanden wurden den jeweiligen so genannten Codings zugeordnet, wodurch die Vergleichbarkeit der Daten garantiert ist und die Ergebnisse intersubjektiv nachvollziehbar sind. (vgl. Paus-Haase; Wagner 2000. S.12ff) Anschließend wurden die Codings den unterschiedlichen Dimensionen zugeordnet. Die Dimensionen für die Gruppendiskussionen in *Graz* gliedern sich folgendermaßen:

- **Kurze Beschreibung der Teilnehmer:** hier kamen neben dem äußeren Erscheinungsbild der Probanden auch Ergebnisse aus den Fragebögen zum Tragen
- **Einstellung zum Fernsehen allgemein:** Wie sich in einigen englischen Studien gezeigt hat, spielt die grundsätzliche Einstellung zum Medium Fernsehen eine Rolle bei der Einstellung zum digitalen Fernsehen (d.h. negative Einstellung zum Fernsehen allgemein lässt auch Rückschlüsse zu auf negative Einstellung zu digital Fernsehen)
- **Erwartungen an DVB-T/ Erfahrungen mit DVB-T:** In dieser Dimension finden sich die Ergebnisse zu den Erwartungen an DVB-T, mit denen die Probanden in den Testbetrieb gegangen sind, sowie die Erfahrungen, die sie im Testbetrieb gemacht haben.
- **Veränderung der Mediennutzung durch DVB-T:** Hierbei soll abgeklärt werden, ob und wie sich das neue Angebot auf die Mediennutzung der Probanden ausgewirkt hat. Ob sie

⁵² Die beiden Codewortbäume finden sich ebenfalls im Anhang.

sich mehr mit dem Medium Fernsehen beschäftigt haben, mehr genutzt haben und auf andere Medien verzichtet haben.

- **Zusatzdienste/ Interaktive Angebote/ EGP:** Hier wurde nach der Nutzung der interaktiven Zusatzangebote gefragt sowie nach deren Akzeptanz und Erfahrungen bei den Nutzern

In einem zweiten Teil der Erhebung wurde nach den zukünftigen Wünschen, Vorstellungen und möglichen Nutzungsszenarien von digitalem Fernsehen gefragt. Dazu wurden folgende Dimensionen entwickelt:

- **Internet- und Kommunikationsdienste:** In dieser Dimension geht es vor allem darum, die Akzeptanz und mögliche Nutzung von Internet- und Kommunikationsdiensten wie E-Mail oder SMS etc. zu erfragen.
- **Mobilität/ Portabilität:** Da einer der besonderen Vorteile des digital-terrestrischen Fernsehens in Mobilität und Portabilität liegen, wurde hier nach der Akzeptanz des Angebots und nach möglichen Nutzungsorten gefragt.
- **Video on Demand:** Obwohl VOD derzeit noch nicht möglich ist, und über DVB-T auch zukünftig nicht angeboten wird, wurde hier nach dem Interesse an dem Angebot gefragt, um einschätzen zu können, ob die Probanden überhaupt zu DVB-T wechseln würden und wie wichtig ihnen das Angebot ist.
- **Personal Video Recorder:** Da in vielen Artikeln VOD und PVR als Killerapplikationen genannt wurden, wurde auch nach dem Interesse der Probanden an diesem Gerät gefragt.
- **Klassisches Interaktives Fernsehen:** Bei dieser Fragendimension stehen interaktive Angebote und ihre Akzeptanz bei den Nutzern im Vordergrund. Welche interaktiven Angebote erscheinen den Nutzern sinnvoll, welche nicht, aus welchen Gründen würden sie diese nutzen, aus welchen nicht.
- **Elektronisches Kaufhaus:** Hier wird danach gefragt, ob Bedarf am Einkaufen über das Fernsehgerät da ist oder nicht. Ob die Nutzer auf dieses Angebot zurückgreifen würden oder nicht.
- **Einstellung zur Digitalisierung:** Hier soll die Einstellung der Nutzer zur Umstellung auf DVB-T erfragt werden und ob sie selbst auf digitales Antennenfernsehen umsteigen würden.

Für jene sechs zusätzlichen Gruppendiskussionen mit zukünftigen Nutzerinnen und Nutzern wurden eigene Dimensionen generiert, die zwar jenen ähnlich sind, die für die Grazer Gruppendiskussionen entwickelt wurden; da die befragten Rezipienten bisher aber noch keine Gelegenheit hatten, Erfahrungen mit den Zusatzapplikationen zu sammeln, die durch die Umstellung der Übertragungswege möglich sind, weichen die Dimensionen zum Teil ab. Im Folgenden werden jene Auswertungsdimensionen genauer beschrieben, die sie sich nicht mit denen in Graz decken⁵³:

⁵³ Einstellungen und Nutzungsweisen zu Video on Demand wurden in den Gruppendiskussionen zwar mit erhoben, da sich diese aber als nicht relevant für die Erstellung zukünftige Nutzungssituationen erwiesen haben, wurden diese in Modul 4 nicht berücksichtigt. Die Ergebnisse wurden allerdings für die Generierung der Nutzungstypologie (Modul 3) mit einbezogen, um einschätzen zu können, ob die Probanden überhaupt zu DVB-

- **Kurzbeschreibung der Teilnehmer und Gesprächsverhalten**
- **Einstellung zum Fernsehen allgemein**
- **Fernsehempfang/ Programmvielfalt/ Bild- und Tonqualität:** In dieser Dimension finden sich Aussagen zum momentanen Fernsehempfang der Probandinnen und Probanden. Außerdem wurde nach ihren Einstellungen zu Programmvielfalt sowie Bild- und Tonqualität und nach der Wichtigkeit gefragt, die sie diesen Faktoren beimessen.
- **Kenntnisse über digitales Fernsehen/ DVB-T:** Hier sollte festgestellt werden, ob und welches Wissen zu digitalem Fernsehen vorhanden ist und woher dieses Wissen stammt.
- **Interaktive Dienste:** Diese Dimension umfasst die Einstellung und Akzeptanz gegenüber interaktiven Diensten und Zusatzangeboten, die in Zukunft über digitales Fernsehen möglich sein werden, sowie mögliche Nutzungsmotive. Darunter fallen Angebote wie *EPG, interaktive Zusatzangebote zum laufenden Programm, Teleshopping/ Interaktive Werbung, Wetten/ Spiele*, sowie *Internet- und Kommunikationsdienste*.
- **Mobiles und portables Fernsehen/ Mobile Multimedia-Dienste:** Hier wurden Meinungen und Einstellungen zu mobilem und portablem Fernsehen sowie zu mobilen Multimedia-Diensten erfasst. Augenmerk wurde dabei auch auf mögliche Nutzungsmotive und Nutzungsorte erfasst.
- **Einstellung zur Digitalisierung**

T wechseln würden. Auf die Erhebung der Einstellungen und Nutzungsweisen zum Personal Videorecorder wurde in der zweiten Erhebungswelle gänzlich verzichtet, da diese keinerlei Relevanz für die Forschungsergebnisse haben, wie sich durch die Ergebnisse in Graz gezeigt hat.

4.2 Ergebnisse der Gruppendiskussionen in Graz

4.2.1 Gruppendiskussion Graz 1

Beschreibung der Teilnehmer und Gesprächsverhalten

Diese Gruppendiskussion fand am 4. August 2004 in Graz statt. Die Runde setzt sich aus sechs Teilnehmern zusammen, drei männlichen und drei weiblichen. Der jüngste Proband ist Patrick Urban (14). Er lebt gemeinsam mit seiner Mutter (49) in einer Mietwohnung und besucht ein Gymnasium. Im Gespräch erscheint er entspannt, lächelt öfter, spricht aber meist nur, wenn er direkt angesprochen wird und hat eine etwas verhaltene Gestik. Er kann sich gut ausdrücken und bringt seine Aussagen auf den Punkt, hört zu und scheint am Gespräch interessiert. Das Thema berührt ihn aber nicht emotional. Herr Taxacher ist 30 Jahre alt und lebt alleine in einer Mietwohnung in Graz. Er studiert, hat aber bereits einen Hochschulabschluss und arbeitet Teilzeit auf selbständiger Basis. In der Gruppendiskussion meldet er sich häufig zu Wort und bringt sich ins Gespräch ein. Er muss nicht extra angesprochen werden und wendet sich öfter an die Gesprächsleiter als an die anderen Probanden (hier vor allem an Herrn Gratz). Er lächelt selten, wirkt aber freundlich, interessiert und offen. Wenn ihm technische Details nicht klar sind, fragt er nach, was den Eindruck erweckt, dass er sich noch stärker einbringen möchte. Herr Gratz ist 53 Jahre alt und in Pension. Er lebt mit seiner Frau in einer Mietwohnung in Graz. Er hat eine weiterführende Schule ohne Matura besucht und war als Beamter tätig. Er tritt selbstbewusst auf und erscheint offen, interessiert und bleibt sachlich. Frau Perolini ist 38 Jahre alt. Sie lebt mit ihrem Mann (43) und ihren beiden Kindern im Alter von fünf und sieben Jahren in einem Einfamilienhaus in Graz. Sie ist voll berufstätig, arbeitet als Angestellte und verfügt über ein abgeschlossenes Hochschulstudium. Während der Gruppendiskussion meldet sie sich häufig zu Wort, schweift aber öfter vom Thema ab, bringt ihre persönlichen Anliegen vor, führt oft Nebengespräche mit anderen Teilnehmern. Sie tritt freundlich, aber bestimmt auf und erscheint eher ernst. Frau Maurek (59) ist Pensionistin und lebt allein in einer Eigentumswohnung in Graz. Sie hat eine weiterführende Schule ohne Matura besucht und war als Angestellte tätig. Während der Gruppendiskussion lächelt sie häufig und erscheint freundlich und dem Thema gegenüber äußerst aufgeschlossen. Sie meldet sich öfter zu Wort, ist aber nicht stark involviert. Die Pensionistin, Frau Althofer, ist 82 Jahre alt und verwitwet. Sie lebt in einer Mietwohnung in Graz. Sie verfügt über einen Maturaabschluss und war freiberuflich tätig. Während der Gruppendiskussion hört sie interessiert zu, lächelt oft, tritt sehr entspannt und selbstbewusst auf, kann sich gut ausdrücken, hält sich aber eher zurück.

Einstellung zum Fernsehen allgemein

Die Gruppendiskussion wurde mit der Frage eingeleitet, welche Rolle das Fernsehen im Alltag der Probanden spielt. Damit sollten zum einen die Grundeinstellung der Befragten gegenüber dem Fernsehen sowie mögliche Motive für den Fernsehkonsum (beispielsweise Informations- oder Unterhaltungsorientierung) festgestellt werden. Zum anderen diente die allgemeine, jedoch themenbezogene Fragestellung als Aufwärmrunde für das Gespräch und zum weiteren Vertrauensaufbau mit den Interviewern. Hier lassen sich zwischen den Teilnehmern Unterschiede im Umgang mit dem Medium festmachen. Nutzen einige das Medium äußerst gezielt, um damit unterschiedlichste Bedürfnisse (Information, Unterhaltung, Entspannung) befriedigen zu können, so sehen andere darin eher ein Nebenbei-Medium oder betrachten es auch aus kritischer Perspektive. Frau Maurek, Frau Althofer und Frau Perolini schauen vor allem, um sich zu informieren und wählen gezielt aus. Für sie spielt das Fernsehen in ihrer Freizeitgestaltung nur eine untergeordnete Rolle. Frau Maurek ist in ihrer Freizeit sehr aktiv, betreibt Sport, besucht einen Sprachkurs und kulturelle Veranstaltungen. Dadurch ist ihr Fernsehkonsum äußerst eingeschränkt. Regelmäßig schaut sie dienstags und donnerstags aber *Universum*: „Dann versuch ich eher nichts auszumachen (...). Also, weil’s schöne Reiseberichte gibt und so weiter und ich fahr sehr gerne weit weg.“ Auch Frau Perolini wählt bewusst aus, beschäftigt sich aber lieber mit anderen Dingen. Fernsehen spielt in ihrem Alltag eine untergeordnete Rolle, sie legt dabei eine eher kulturkritische Haltung an den Tag: „Mir is’ es einfach von der Zeit her zu schade. I schau’ dann halt um Viertel nach acht an Film (*lacht*). Ja, wenn ma vorkommt, aber dann möchte’ i Zeit haben zum Fernsehen.“ Bietet ihr das Fernsehen keine geeigneten Inhalte, greift sie lieber zu einem Buch. Frau Althofer interessiert sich sehr stark für kulturell bezogene Angebote und Informationssendungen und bleibt oft lange auf, um diese im Fernsehen anschauen zu können.

Herr Gratz und Herr Taxacher haben das Fernsehen fest in ihren Alltag integriert. Sie wählen aber auch gezielt Angebote aus. Anders als Frau Maurek, die ihren Fernsehkonsum nach ihrer Freizeitgestaltung richtet, teilt sich Herr Gratz den Tag nach dem Fernsehangebot ein. Am Morgen liest er das Fernsehprogramm und „weiß dann schon ungefähr, wie kann ich mir den Tag einteilen. Komm ich früh genug nach Hause, kann ich mir den Film anschau’n?“ Patrick Urban schaut dagegen am liebsten die Cartoon-Serie *Die Simpsons* und das Hauptabendprogramm, letzteres aber eher nebenbei: „Na ja, also ich schau’ meistens nur das Hauptabendprogramm an und da eigentlich jeden Blödsinn, da bin ich nicht so, äh, nicht so wählerisch, weil ich eigentlich immer irgendwas mach’ neben dem Fernsehen. Gitarre spielen oder was, und eigentlich nicht so auf’s Fernsehen achte.“

Deutlich wird anhand dieser Aussagen auch die grundlegende Einstellung gegenüber dem Medium Fernsehen. Für die meisten stellt das Fernsehen ein (Freizeit)Angebot dar, das durchaus positiv aufgenommen wird, wenn auch Kritik an bestimmten Inhalten oder dem Programmablauf geäußert wird. Frau Perolini legt dem Fernsehen gegenüber aber eine sehr

skeptische Haltung an den Tag und gibt im Gespräch an, keine „Sklavin“ des Mediums sein zu wollen. Wenn sie fernsieht, dann will sie „bewusst konsumieren“. Stellt das Angebotene sie nicht zufrieden, schaltet sie das Gerät ab und liest lieber ein Buch. Sie versucht auch, ihren Kindern (5 und 7 Jahre alt) einen bewussten Umgang mit dem Medium beizubringen.

Erwartungen an DVB-T/ Erfahrungen mit DVB-T

Mit diesen Fragenkomplexen sollte der Informationsstand der Befragten bezüglich des digitalen Fernsehens, aber auch die Erwartungshaltungen gegenüber dem neuen Angebot deutlich gemacht werden. In dieser Gruppendiskussion nutzten die meisten Probanden die Gelegenheit, um über die Probleme zu berichten, die sich mit der technischen Umsetzung des Projektes für sie ergaben. In geringem Maß wurde auch Kritik am inhaltlichen Angebot geübt. Zu einem großen Teil wussten die Probanden vor dem Testbetrieb mit dem digitalen Fernsehen nicht viel anzufangen. Einige hatten darüber aber schon in Printmedien gelesen: „Na, ja, das is’ ja in der Zeitung g’standen. (*Perolini und Maurek nicken*) Das hat man zu erst mal gelesen und das war wirklich, da hat man sich ’dacht, des ist ja interessant. Ja und wie die Dame mich angeworben hat, telefonisch, hab ich mich eigentlich sofort äh bereiterklärt (...).“ (Frau Althofer).

Einige Befragte hatten sich vom digitalen Fernsehen eine bessere Bildqualität erwartet. Dies wurde bei manchen – zumindest anfänglich – nicht erfüllt: „Es war ja am Anfang sehr schlimm mit diesem Blockhaften. Das hat mich sehr geärgert (...). Aber das hat sich dann weniger, das war die Anlaufzeit, ich glaub die ersten zwei, drei Wochen und dann war das o.k.“ (Frau Maurek). Die meisten Probanden empfinden die Qualität des Signals aber deutlich besser als beim analogen Fernsehen: „Dieses Bild ist an und für sich schon schön. Und der Fortschritt ist hauptsächlich der, dass man ein wunderschönes Bild hat. Das muss man ja loben und das ist ja auch sehr erfreulich und das genießt man auch. Also das ... positiv das zu sagen, weil das ... mit einer Hausantenne, also nie so schön.“ (Frau Althofer).

Als negativ stellen sich für viele Probanden die immer wieder auftauchenden technischen Probleme dar. Einige Befragte berichten, dass interaktive Angebote so gut wie gar nicht funktioniert hätten, wie dies bei Patrick Urban der Fall war: „Ja, wir haben diese ganzen Votings und Sachen nicht machen können, weil wir bis jetzt noch nicht den Stecker ’kriegt haben.“ (*lacht*)

Andere wiederum sehen sich mit erhöhtem Aufwand konfrontiert, um fernsehen zu können: „Ah, i hab dann schon drei so Kastl’n g’habt, also so Fernbedienungs, ähm, Fernbedienungen. Äh und auf der einen ging’s eben nur zum Herumschalten des Menü, ah, des ah digitale Fernsehen betreffend, aber laut und leise hat prinzipiell nur beim anderen funktioniert. Und des würd’ i von der Handhabung her sagen, des ist irgendwie lästig.“ (Frau Perolini). Beklagt werden auch die zum Teil langen Ladezeiten bei den interaktiven Angeboten.

Herr Gratz und Herr Taxacher zeigen sich unzufrieden mit der graphischen Gestaltung der Oberfläche der Zusatzangebote, wobei Herr Taxacher dies auf sein Fernsehgerät älteren

Baujahres schiebt: „Ich muss leider zugeben, ich hab nicht so einen guten Fernseher und deshalb hat man eigentlich auch die Lesbarkeit des, der kleinen Schrift net so richtig. Des is net so gut umma kommen, obwohl ich's, glaub ich, net mit die Augen hab. Aber der Fernseher bringt's anfach nicht, gell. Und damit war diese kleine Schrift schlechter zu lesen als das Standardteletext, wo das größer ist, oder im Notfall vergrößern könnte, und das ist dann also vom Sofa oder vom Bett aus kaum lesbar. Ka Chance eigentlich, da muss ma' wirklich daneben sitzen. Ist a bisserl schad, kommt beim Großfernseher – so wie im Labor – da ist natürlich gut, ist ka Frage, aber bei älteren Modellen glaub i, is' der Vorteil net so vorhanden. Herr Gratz aber sieht das Problem in der Farbgebung der Schriften: „Momentan ist ja die Auflösung a net so gut, muss i sagen, da von der Farbe. Also ich erinnere nur blauer Hintergrund, weiße Schrift, des is' fürchterlich.“

Veränderung der Mediennutzung durch DVB-T

In dieser Dimension wurde der Frage nachgegangen, ob und (wenn ja) wie sich die Mediennutzung durch das digitale Fernsehen verändert hat. In den meisten Fällen zeigte sich hierbei aber keine nachvollziehbare Veränderung wie die Aussage von Herrn Taxacher zeigt: „Also, i würd' net sagen: ‚Oh, jetzt häng' i mi dazu, weil des jetzt a digitales Fernsehen is.‘ Und i glaub des geht die Kollegen genauso, gell? Dass ma net sagt: ‚Jetzt hab' ma a neues System und jetzt häng' i halt ewig dabei', net. Des is' es, glaub i, net, dass wir mehr fernsehen, dass ma sagt jetzt haben wir so a große Begeisterung und deswegen.“

Hatten die Befragten im Testbetrieb auf andere Inhalte zurückgegriffen als die sonst von ihnen favorisierten, stand dies meist mit Erhebungen von GfK-Fessel im Zusammenhang: „Nur weil es gewünscht wurde, damit ich meine Kreuzerl mache, (*die anderen Teilnehmer stimmen zu*) aber die innere Einstellung nicht.“ (Frau Maurek). Eine Probandin hat sich dem Programm zwar bewusst zugewandt, wurde dann aber enttäuscht: „Ich bin dann schon mal extra aufgeblieben, weil i ma gedacht hab jetzt schau i mir a mal an, was die da bringen. Aber des zahlt si' absolut net aus.“ (Frau Perolini)

Frau Althofer kann sich nicht vorstellen, dass das digitale Fernsehen in Zukunft Einfluss auf ihre Fernsehgewohnheiten haben wird und würde ihre „Gewohnheiten, Lesensgewohnheiten und sonstige kulturelle nicht ändern, deshalb, weil's Fernsehen vielleicht bequemer oder irgendwie umfangreicher wird.“

Zusatzdienste/ Interaktive Angebote/ EGP

Hier zeige sich vor allem eines ganz deutlich: Die Probanden unterscheiden nicht zwischen interaktiven Diensten, dem digitalen Datentext, den Portalen der Sender oder dem EPG. Für sie fällt dies alles unter denselben Themenkomplex. Auch wissen einige Befragte mitunter nicht viel mit den Begriffen anzufangen. Während der Gespräche stellt sich aber heraus, dass sie diese Dienste durchaus in Anspruch genommen oder ausprobiert hatten. Allerdings zeigen

sich die technisch versierten und interessierten Probanden mit den unterschiedlichen Begriffen besser vertraut.

Von den interaktiven Zusatzangeboten zeigen sich vor allem Herr Gratz und Herr Taxacher begeistert. So schätzt Herr Gratz die abrufbaren Hintergrundinformationen zu einer Arzt-Sendung, die ihm den (verspäteten) Einstieg in das Angebot erleichtern: „(...) Und man schaltet des eben etwas später ein, dass ma eben diese Eröffnungsrunde net mitkriegt, dass ma net weiß, wer is’ da vor Ort. Dass der beschrieben ist, is’ schon was Tolles muss i sagen.“ Auch Herr Taxacher hat sich über das Fernsehen Zusatzinfos geholt, die er beispielsweise im Netz nicht abgerufen hätte: „Aber was interessant war an sich und was im Teletext eigentlich net so drinnen is’, war, was mi persönlich a recht interessiert hat, weil i die Informationen sonst eigentlich nicht so betrachte. Zu den Moderatoren zum Beispiel. (...)Und diese Informationen an sich würd’ i mir aus dem Internet nie raussuchen, weil wär’ mir echt zu doof, ja. Aber wenn das angeboten wird im Fernsehen, dann sag i o.k. einmal lest ma sich’s a gern durch und dann waß ma’s eh und dann passt’s a. Aber das war so beim Teletext eigentlich net so drinnen, ja.“

Damit zieht er zum einen den Vergleich zum bisherigen Teletext, der ihm das nicht geboten hat. Zum anderen zeigt sich, dass Zusatzinformationen eher über das Fernsehen abgerufen werden, die in anderen Medien wie dem Internet zwar ebenfalls zu finden wären, der Aufwand den Nutzern dafür aber möglicherweise zu hoch ist. Dies bestätigt auch die Aussage von Herrn Gratz: „Ja, des ist sehr interessant, net. Weil solche Information des is’... wär’ im Internet einfach zu mühsam. Des kannst sicher mit *Google* raussuchen, aber des bringt si net.“ Er schätzt an dem Angebot auch, die Informationen zu dem Zeitpunkt abrufen zu können, in dem sie für ihn gerade interessant und relevant sind: „Und man möchte sich des wirklich, wenn man die momentan sieht, die Sendung, da schau’n wir mal, des würd’ mi jetzt interessieren. Sehr positiv.“

Die Frauen in dieser Diskussionsrunde können eher wenig mit diesen Angeboten anfangen. Die beiden älteren Probandinnen (Frau Althofer, Frau Maurek) scheinen dabei vor allem mit der technischen Handhabung überfordert zu sein. Frau Perolini kann keinen persönlichen Nutzen aus dem Anbot ziehen: „Mir hat das zu lange gedauert, um Informationen zu bekommen, die i ohnehin schon hab’.“

Auch die Möglichkeit, über das Fernsehen die Kontaktadressen von Sendern oder Geschäften abrufen zu können, wird vor allem von Herrn Taxacher als positiv empfunden. Zum einen erscheint es ihm so weniger aufwendig, den Sender zu erreichen, um sich beispielsweise über das Programm zu beschweren. Zum anderen weiß er, in welchem Geschäft in seiner Nähe jene Produkte angeboten werden, die ihn interessieren.

Der digitale Datentext war vor allem für Herrn Taxacher eine angenehme Erweiterung. Zwar konnte er für sich keinen persönlichen Nutzen daraus ziehen, da von ihm favorisierte Inhalte wie „Finanzdaten“ in digitaler Form noch nicht angeboten wurden. Er zeigt sich mit dem Angebot aber durchaus zufrieden: „Wär’ praktisch, wenn ma’ da a bisserl mehr machen könnte. Aber gemacht an sich ist es recht gut und ich glaub’, ma’ findet recht flott des, was ma’ ... Was wichtig is’.“ Frau Maurek hat das Zusatzangebot abgerufen, um die Werbepausen für sie sinnvoll zu füllen: „Dann habe ich jetzt sozusagen das ausgenutzt mit dem digitalen, dass ich bisserl da g’schaut hab’, welches Wetter gibt’s oder solche Dinge.“ Für Frau Perolini ist diese Art der Informationsbeschaffung dagegen zu aufwendig und auch die Aufbereitung der Daten ist für sie nicht zufrieden stellend gelöst: „Also, dann setz’ i mi’ hin und dann hab’ i ka Lust, irgendwo herumzutippsen und, und irgendwelche Informationen, die sowieso zu klein sind, vielleicht bin i zu kurzsichtig, i waß es net, aber selbst für Nicht-Kurzichtige is’ des a, a Geschichte, die mi’ ... Erstens hat’s zu lang gedauert, da hab i Informationen am Computer viel mehr. (...) I mag mi’ auf eine Sache konzentrieren und wenn i sag’, i tu’ fernsehen, dann, dann mag i net irgendwas lesen und dann des Bild ganz klein daneben haben. Des is’ ma ... Vielleicht liegt’s daran, weil ma so an klan Fernseher haben (*lacht*), aber des zeigt a schon, dass mir des eigentlich weniger wichtig ist.“ Was sie sich aber für ihre Kinder, die sie sehr wohl als zukünftige Nutzer sieht, vorstellen kann, ist, dass diese Zusatzinformationen zu Schauspielern und Regisseuren abrufen würden.

Herr Taxacher, der sich mit dem Angebot im Testbetrieb sehr genau auseinandergesetzt hat, wollte sich auch über das beworbene Siemens-Handy informieren: „Was mich persönlich recht interessiert hat zu der Zeit, wo es angeboten worden ist, aber leider hab ich das nicht schicken können, dass die mir einen Prospekt schicken. (*Lachen im Hintergrund*) Also, wie gesagt, bei mir funktioniert leider der Rückkanal nicht.“ Er hofft aber, sich in Zukunft so besser und gezielter über Produkte informieren zu können, als ihm dies beim Fachhändler oder auch im Netz möglich wäre.

Für die meisten Probanden dieser Gesprächsrunde stellt es sich als durchweg positiv dar, mit Hilfe der Votings die eigene Meinung zu verschiedenen Themen, aber auch zu TV-Sendungen mitteilen zu können. Für die Teilnehmer ist dadurch die klassische Interaktivität gewährleistet: „Das Voting hat mich interessiert, da hab ich auch mitg’macht, ob man lieber Urlaub im Ausland macht, oder in Österreich, aber das hat alles nie geklappt. Da waren immer die Kanalfehler, also das war ... Oder mit diesen Schönheitsoperationen, sollen sie bezahlt werden oder ... Also das hat, das ist das einzige, was mir Spaß machen würde. Dass ich da so bisserl auch meine Meinung kundtu’. Das, ja.“ (Frau Maurek)

Wetten abzugeben, stellte für einige Probanden vor allem eine interessante Spielerei dar. Herr Gratz hat das Angebot ausprobiert, da es im Testbetrieb kostenfrei war und hat „gehofft, dass mein Tipp kommt, ja“. Als leidenschaftlicher Lotto-Spieler würde er aber nur Lotto über das Fernsehgerät spielen. Müsste er für ein derartiges Angebot aber bezahlen, würde er auf eine

Tippabgabe verzichten. Auch Patrick Urban hat sich für das Wettangebot interessiert, vor allem, um sich zu informieren: „Na ja, das einzige, was ich tatsächlich genutzt habe, dass ich, wenn ein Fußballspiel war, geschaut hab’, wie die Quoten stehen. Um eben zu schauen, weil ich nicht ganz so viel Fußball schau’ und eigentlich keine Ahnung hab’, wer da jetzt gut und schlecht ist und da kriegt ma’ an gewissen Überblick, wer eben da jetzt mehr Chancen hat. Und einmal war eben auch die Aufgabe das zu machen und ... hat natürlich nicht funktioniert. Aber nachdem ich ja offiziell des eh gar nicht machen darf (*aus Altersgründen, Anm.*), is’ mir’s ziemlich egal.“

Bei *gotv*⁵⁴ haben sich in dieser Gesprächsrunde nur wenige Probanden für Liedbestellungen interessiert. Patrick Urban hätte dies zwar gerne genutzt, da in seinem Haushalt die interaktiven Angebote aber nicht funktioniert haben, konnte er auch darauf nicht zurückgreifen. Frau Perolini findet das Angebot „schrecklich“ und kann dafür kein Interesse aufbringen: „Na, des wird einem so auf’s Auge gedrückt, find i. Des is’ ... des interessiert mi’ net. Weil dann kauf i ma’ des Video, oder bestell ma’s dann. Des ja, aber i wart net zwanzig Sendungen und, und, ja i waß es net. Des is’ anfach was, was mi’ absolut nicht interessiert.“ Für sie wäre das Angebot aber dann reizvoll, wenn sie sich über das Fernsehgerät ihr ganz persönliches Musikprogramm zusammenstellen könnte und nicht erst die Liedwünsche anderer Nutzer abwarten müsste: „Das wär’ die Zukunft (*Patrick Urban stimmt ihr zu*). Dann müsst’ man’s runterladen“ Für sie wäre das Angebot demnach interessanter, wenn man die Lieder auch auf die Festplatte speichern könnte. Auch betrachtet sie das Angebot nicht als für ihr Alter angemessen: „Also, i wüßt’ net ... aber i könnt’ mir vorstellen als Jugendlicher wär’ ich sehr drauf g’standen, glaub’ ich.“

Frau Maurek würde sich für das Angebot durchaus interessieren, wenn auch die von ihr favorisierten Musikstile dort vorkommen würden. Sie hat auch versucht, ein Lied zu bestellen, war aber mit der Menüführung überfordert: „Das würde mir schon gefallen. ... Aber ich bin da überhaupt nicht zusammengekommen mit diesen Zahlen und, und, also, was sie da gebracht haben, des ...“ Hätte ihr jemand die technische Handhabung gezeigt, wäre es ihr nach eigenen Angaben leichter gefallen.

Herr Taxacher ist dagegen mit dem Musikangebot zufrieden, wünscht sich aber eine Zusatzfunktion: „Des einzige, was i vermisst hab’, war des, irgendwann war die Einblendung ja welcher Titel wann kommt und so weiter und wie die a noch heißt, hab i vermisst, praktisch wäre es, wenn da auch noch die Codenummer dabeistehen würde. (...) Weil den Titel merk i mir net, da verwend i lieber die Nummer.“ Er wäre auch bereit, für eine Liedbestellung zu bezahlen, allerdings nicht mehr als 50 Cent, „weil man net unbedingt des Medium dann wirklich auf an DVD-Rekorder brennen kann, gell.“

Auch Herr Gratz findet die Möglichkeit angenehm, Lieder wählen zu können. Für ihn wäre dies vor allem in folgender Nutzungssituation denkbar: Ja, ja, ich hab das auch meistens

⁵⁴ Der Jugendsender *gotv* bot im Testbetrieb den Nutzern eine interaktive Jukebox. Per Fernbedienung konnten sie aus einem Pool von 240 Musikvideos einen Titel auswählen. Dieser wurde in das laufende Programm aufgenommen und ausgestrahlt.

verwendet und des is' ideal, wenn ma' eben nebenbei irgendwas anderes macht, dass ma' si' da irgend an Titel wünscht und dann ... wenn's funktioniert. I geh ja davon aus, dass, wenn's dann so weit ist, funktioniert's ja auch, dann ist das sicher gut.“ Er wäre auch bereit, für eine Liedbestellung zu bezahlen, kann aber keine Preisgrenze nennen: „Das is' a Problem so lang ma die ganzen Sachen schwarz owa laden kann. (*lacht, die anderen lachen mit*) Da hab i keine Ahnung. Wüsste net, was des für a ... für a Preis wäre, den man da eingeben könnte.“

Der EPG stellt für einige der Befragten kaum einen Mehrwert dar. Sie greifen zur Programmauswahl lieber auf Fernsehzeitschriften oder den Teletext zurück, müssen aber einräumen, dass die Möglichkeit, sich über alle Sendungen zu einem Genre auf einen Blick informieren zu können, durchaus von Vorteil ist. Auch hier zeigen sich wieder Herr Gratz und Herr Taxacher von dem Angebot am meisten begeistert. Für Herrn Gratz war der EPG das „Einzige, was wirklich gut funktioniert hat“. Er hat das Angebot zu „Testzwecken“ genutzt, obwohl auch er sich bereits im Vorfeld durch die Zeitung über das Fernsehangebot informiert hatte. Der EPG ist ein Angebot, auf das Herr Taxacher „schon ewig“ gewartet hat: „Also, ehrlich gesagt i, i investier ka Geld in a Zeitung oder in a Programmzeitschrift.“ Für ihn ist vor allem die Kombination mit einem DVD-Rekorder oder einen integrierten Festplattenrekorder interessant und stellt ein „perfektes System“ dar: „Also, wenn das so funktioniert wie's drinnen angeboten ist, dass man dann dort raufklickt und Infos a noch kriegt glaub i, kann ma net verbessern, eigentlich.“ Herr Taxacher hat den EPG allerdings selbst kaum genutzt: „Am Anfang hat es funktioniert, da war i aber net dabei, dass i des wirklich nutz' und am Schluss is' des nie mehr 'gangen, leider (*lacht*).“ Auch hier zeigt sich wiederum Herrn Taxachers positive Grundeinstellung zum digitalen (terrestrischen) Fernsehen.

Frau Althofer hat den EPG zwar ausprobiert, dieser hat sie aber „geistig nicht weiter gebracht“, da sie dort keine ansprechenden Informationen vorfand und sie auch nicht wusste, was sie „jetzt damit anfangen soll“. Kritisch zeigt sich auch hier wiederum Frau Perolini, die den EPG zwar ausprobiert hat, damit aber nicht zufrieden war. Sie bemängelt zum einen die langen Wartezeiten und auch die Bedienbarkeit, die sie als „mühsam“ empfindet. In ihren Aussagen vergleicht sie das Angebot mit dem PC: „Ma' is' es, die Handhabung, eben vom Computer her gewohnt, aber da ist ma eben anfach über an, an guten Anschluss eben gewohnt, das geht zack, zack und, und da hat es eben net funktioniert. Und manchmal is' eben g'standen ah: ‚Grüne Taste drücken‘ oder, und dann war's aber gar net die grüne und dann hat ma halt alle Tasten durchprobiert, bis das ganze dann wieder weg g'sprungen ist und des Bild kam, des große Bild, und dann musste man, um das wieder zu laden, wieder warten und des war anfach ... des is' wirklich ... Zerreißprobe.“

Zukünftige Entwicklungen/ Wünsche der Rezipienten

Ein weiterer Teil der Studie dreht sich auch um die Nachzeichnung zukünftiger Nutzungsszenarien sowie um die Wünschen und Vorstellungen der Rezipienten. Hierbei galt es für die Interviewer vor allem, die Probanden über ihre Erfahrungen aus dem Testbetrieb hinaus zu führen und sie dazu zu bringen, ihre Wünsche und Vorstellungen für die Zukunft zu überdenken und zu artikulieren.

Internet- und Kommunikationsdienste

Geteilter Meinung sind die Probanden dieser Gruppendiskussion über die Möglichkeit, über das TV-Gerät zusätzliche Produktinformationen abrufen zu können und sich die Produkte auf diesem Weg sogar zu bestellen. Gerade die älteren Teilnehmerinnen lehnen dies für sich völlig ab. Sie bevorzugen den direkten Kontakt zum Verkaufspersonal und die Beratung in Geschäften. Frau Maurek bezeichnet sich als Kundin „vom alten Schlag“. Sie besorgt sich zuerst Prospekte und geht dann „lieber von Geschäft zu Geschäft“ für sie bietet dies „mehr Unterhaltungswert“. Frau Althofer „würde auch nicht daran denken“, ihr erscheint dies zu „umständlich“. Sie könnte sich aber vorstellen, Ticketbestellungen und Ticketkäufe über das TV-Gerät abzuwickeln und findet das „praktisch“ und „gut“.

Für Patrick Urban kommt dies ebenfalls nicht in Frage. Seine Produktinformationen bezieht er vor allem über seine Schulkameraden: „Ja, also wenn ich irgendwas sehe, was mich interessiert und dann geh ich also (...) zur Schule. Und da gibt's die ganzen äh Leute, die eben die Sat- und die ganzen deutschen Sender haben, und da frag' ich einfach die, weil (...) sie wissen immer, worum's geht und so und die können das dann erklären.“

Herr Taxacher und Herr Gratz dagegen interessieren sich durchaus dafür und können sich vorstellen, dies zu nutzen: „Ja, des machst ja im Internet a automatisch. Also des ist sehr, sehr gut. Wenn's funktioniert.“ (Herr Gratz) Herr Taxacher, der sich – wie weiter oben erwähnt – vom digitalen Fernsehen bessere Produktinfos erhofft, ist dazu positiv eingestellt: „Wenn i da wirklich so a Prospekt find', wo i sag' des passt, ja sicher. Da krieg ich wenigstens eins, wo was drinnen steht a, was teilweise net im Internet drinnen steht.“

Frau Perolini könnte sich vorstellen, im Vorfeld Produktinformationen über das TV-Gerät abzurufen, die Ware selbst würde sie aber im Geschäft kaufen: „Also, mir ist dann die Beratung, die persönliche, dann mehr wert als die Bestellung dann. Aber so wie vom Internet her, des kommt drauf an was, was ma' dann will, aber für Informationen durchaus a tolle G'schicht. Keine Frage.“ Sie würde vor allem Informationen zu Kontaktlinsen und Jalousien, Mobiltelefonen oder Autos abrufen.

Die Möglichkeit, in Zukunft Dienste auch über das Fernsehgerät nutzen zu können, die in Österreich bisher nur über den PC möglich sind (Online-Banking, E-Mails oder SMS) oder über das Fernsehen auch Internetinhalte abrufen zu können, erscheint einigen Probanden durchaus attraktiv. Herr Gratz, der in einem Pensionistenverein als EDV-Koordinator arbeitet, gibt in der Gruppendiskussion an, er glaube, dass so vor allem ältere Menschen ihre Angst vor

dem Computer überwinden könnten: „Der alte Mensch', unter Anführungszeichen, sagt: 'Des interessiert mi' net, i will aber trotzdem wie g'sagt a E-Mail aufsetzen, i will a bisserl im Internet surfen'. Und des wär' 100%ig, da ist auch die Nachfrage schon da, würd' i sagen. (...) Aber, also, allein von den Erstinformationen her, hat man schon klar erkennen können, dass grad, i schätz so um die 60, 65 herum, der sagt: 'Ich schaff mir keinen PC mehr an. Was soll ich mit einem PC tun? I hab eh meinen Fernseher!' Wenn ich natürlich die Möglichkeit habe, das zu nutzen. Wenn's relativ gut aufgebaut ist und momentan also kann ich mir vorstellen, dass das wirklich an jedem zumutbar ist. Diese Fernbedienung ist schön groß und man kann sich wie im Teletext eben die, die Schriften vergrößern und so weiter, wär' des sicher (*betont*) ideal und i glaub man kommt gar nicht hinweg, dass man das net mit einbaut.“ Er spricht hierbei aber auch die Kostenfrage an, die für ihn durchaus eine Rolle spielt.

Frau Maurek stimmt ihm während seiner Ausführungen nonverbal zu und äußerst später dann auch ihr Interesse: „Ich war's ja früher auch gewohnt, mit Computer zu arbeiten und mit E-Mail und mit allem drum und dran, aber seitdem ich in Pension bin, hab ich das ja nicht mehr. Also dann, ja, wenn ich das jetzt höre, dafür bin ich schon zu haben.“ Frau Althofer könnte sich vorstellen, dies ebenfalls zu nutzen, „wenn's funktioniert“, denn auch all ihre Angehörigen nutzen SMS und E-Mail.

Herr Gratz könnte sich zwar vorstellen, über das TV-Gerät Internetinhalte abzurufen, möchte aber auf den Computer nicht verzichten: „Was i sicher net machen wird', dass i deshalb weniger im, im Internet arbeit, was vielleicht, ah, Gesamtinhalte sind, die zum Beispiel auszudrucken sind. Weil i bin a einer, der net unbedingt am Fernseher drei, vier Seiten da runterliest.“ Wie weiter oben bereits erwähnt, ist er ja mit der Aufbereitung der Inhalte noch nicht zufrieden und möchte seine Informationen daher lieber in ausgedruckter Form lesen.

Herr Taxacher hat hierbei vor allem Bedenken, was die Aktualität der dafür benötigten Software betrifft. Da er viel im Netz surft und sich gern Videos anschaut, wofür er ständig Updates aus dem Internet herunterladen muss, befriedigt der PC seine Bedürfnisse besser: „Da kann man sich vorstellen, das haut mit einem TV-Gerät niemals hin (...). Also, es kann nicht der Komfort sein, wie wenn i sag', jetzt bin i wirklich mit einem PC-Gerät drinnen. A von den Funktionen eben her net. Wenn i jetzt sag', i möcht' des jetzt haben, bittschön, bum hau ich mir es auf die Platte rauf, des kannst bei einem TV-Gerät anfach net machen, net? Und dann möcht' i mir a CD brennen, heiz' ich mir eben g'schwind eine runter und wenn's mir grad einfällt, mach i a DVD draus na und? Und wenn ma des Format net passt, wandel's i halt um, ja. Da steh' ich an mit dem TV. Für andere Leut O.K., für mi persönlich sag i jetzt, i tät's net nutzen wahrscheinlich (...).“

Frau Perolini kann sich nur schwer vorstellen, in Zukunft ein Gerät zu benutzen, das sowohl TV-Gerät als auch PC ist. Für sie ist der PC vor allem ein Arbeitsgerät, das sie abends benutzt und sie somit den Fernseher, den sie der Freizeit zuordnet, blockiert: „Ähm, also nachdem ich

den Computer ah sehr zum Arbeiten brauch', kann i mir net vorstellen, dass wer anderer dann drauf wartet, bis i mit der Arbeit fertig bin. Und, aber, i könnt mir vorstellen wenn's funktioniert, warum soll man net mehrere Funktionen in einem Kastl haben. Nur glaub i net, dass des ... äh, also der Computer ist zumindest in meinem (*betont*) Haushalt so verankert, dass er wirklich zum Arbeiten abends sozusagen läuft, da gibt's gar nichts.“ Sie findet die Idee zwar reizvoll, alle Geräte in einem zu kombinieren, „nur entweder braucht ma' dann mehrere PCs oder mehrere solche Geräte“ und hierbei stellt sich für sie vor allem die „Kostenfrage“.

Mobilität

Die Möglichkeit, DVB-T überall empfangen zu können, stößt auf geteilte Meinungen. Hier sind es vor allem die männlichen Teilnehmer, die sich dafür begeistern können, wenn auch Herr Gratz kritisch ist, vor allem, was die anfallenden Kosten betrifft. Er hat ein kleines Gartenhaus und könnte sich vor allem während des Testbetriebes vorstellen, dort fernzusehen: „Nur möcht' i net a Sklave des Fernsehens werden, aber da könnt' i mir schon vorstellen, nachdem das ja a was kosten würd, i kann mir net vorstellen, dass das digitale Fernsehen gratis sein wird, und wenn i jetzt schon monatlich etwas bezahle und i bin in der Zeit 70% nicht zu Hause, dann würd' für mi natürlich des uninteressant sein, net? Wenn i aber die Möglichkeit hab, zumindest gewisse Sachen dann vor Ort dort unten anzuschauen, oder in einem Wochenendhaus oder wo immer, dann hat des sicher, sonst könnt i mir des net vorstellen. Müsst man so Halbjahresverträge machen.“

Patrick Urban berichtet, dass in seiner Klasse heimlich Geld gesammelt wurde, um ein kleines Schwarz-Weiß-Fernsehgerät für eine einwöchige Klassenreise nach Kärnten zu kaufen. Allerdings hatten die Schüler dort keinen Empfang. Für diese Fälle, wäre es nach Angaben von Patrick Urban durchaus „interessant, find ich, wenn man da was empfangen könnte“.

Auch Herr Taxacher würd es „genießen“, über das Handy oder auch im Auto fernzusehen. Er könnte sich außerdem vorstellen, den Fernseher während der Autofahrt laufen zu lassen: „Es muss ja nicht ich sein, es kann ja auch die Freundin schauen oder was, oder am Rücksitz irgendwann a mal in zehn Jahren vielleicht die Kinder oder was.“ Mobiles Fernsehen würd für ihn auch während eines Wanderurlaubes in Frage kommen, um am Abend in der Almhütte fernsehen zu können.

Für Frau Perolini, Frau Maurek und Frau Althofer kommt mobiles Fernsehen nicht in Frage, schon gar nicht an öffentlichen Orten wie Bushaltestellen oder im Bus. Frau Perolini betrachtet dies aus einer sozialen Perspektive: „Die Leute reden so wenig miteinander. I mein', man kann schon gar nichts mehr, ja also ich find des fürchterlich. Wenn i dann a no ...“ Fernsehen an diesen Orten lehnt allerdings auch Herr Gratz ab. Frau Perolini, die vor

allem dem Fernsehen gegenüber eine kritische Einstellung an den Tag legt, lehnt die Möglichkeit grundsätzlich ab, immer und überall fernsehen zu können: „(...) und jetzt den Fernseher noch überall hin mitnehmen kann. Ein Hotelzimmer ohne Fernseher, das ist schon fast ein Wahnsinn, des, des, da ist man schon total out, und ... I mean, ich will Urlaub haben, ich will irgendwo a mal dem entkommen. Ich weiß net, ... ja, vielleicht wenn ich allein, wenn ich ganz allein wär irgendwo und dann ... ja, ich weiß es net, aber ich find es ist so furchtbar diese ständige mediale Einkastelung, des, da lauft's mir ganz kalt über den Rücken.“ Auch lehnt sie es ab, während einer Autofahrt fernzusehen. Herr Taxacher weist sie aber auf die Möglichkeit hin, gerade während eines Staus das Fernsehgerät nutzen zu können.

Video on Demand

Video on Demand erscheint in dieser Gesprächsrunde allen Teilnehmern, die sich zu Wort gemeldet haben, als interessante Option, da sie damit unabhängig vom Programmablauf wären und sich nicht um das Programmieren eines Videorekorders kümmern müssten: „Ja, die (*Sendung, Anm.*) man von Anfang an versäumt hat, dass man zurückgehen und noch mal anschauen kann. Also, das würd' ich nicht schlecht finden. Ich mein, dass man eben, wenn man etwas nicht sehen konnte, dass man sich das rückwirkend sich noch anschauen kann. Also ohne, ohne dass man's vorprogrammiert, sondern einfach irgendwie halt. Wenn das geht, nicht? Also, das würde ich interessant finden.“ Frau Maurek würde dieses Angebot vor allem für die von ihr favorisierten Reisesendungen nutzen und fände diese Entwicklung „gut“. Sie wäre auch bereit, für dieses Angebot zu bezahlen.

Patrick Urban, der vor allem das Hauptabendprogramm nutzt, spricht einen konkreten Fall an, indem Video on Demand für ihn äußerst attraktiv gewesen wäre. Er hat ein Musikkonzert besucht, zeitgleich lief im Fernsehen aber ein Film, den er gerne sehen wollte: „(...) Und das wär' eben praktisch g'wesen, wenn man den halt ohne aufnehmen – unser Videorekorder geht nicht – ähm, den noch einmal anschau'n kann.“ Herr Taxacher, der sich erst vor kurzem einen DVD-Rekorder gekauft hat, mit dem es ihm möglich ist, den Film bereits während der Aufnahme zu sehen, kann sich ebenfalls für Video on Demand begeistern. Er wäre „eventuell“ bereit, dafür zu zahlen und erwartet sich von dem Angebot zusätzlich eine bessere Bildqualität.

Personal Video Recorder

In dieser Gesprächsrunde kann sich – im Gegensatz zu Video on Demand – kaum jemand für den Personal-Video-Recorder (PVR) begeistern. Dies liegt vor allem daran, dass auch gegenwärtig jene Filme nicht angeschaut werden, die zuvor auf Video aufgezeichnet wurden: „Also, ich hab' immer so von früheren Zeiten die schlechten Erfahrungen, auch vom Videorekorder her, schau' ich mir fast nichts mehr an. Also die, die eben da hab ich zu meinem Sohn g'sagt: , Nimm' mir das auf.' Und das eben mit diesen Reisesachen, aber ich

hab sie eigentlich nie ang'schaut. Also, das glaube ich weniger, auch von der Erfahrung her.“ Herr Gratz stimmt ihr hier zu und führt weiter aus: „Aber wenn ich mir das so vorstell', dass da zehn, 15 Filme aufg'nommen werden, bin ich mir ganz (*betont*) sicher, dass ich mir die nicht anschau'. Des ist des Problem.“

Klassisches Interaktives Fernsehen

Selbst Kameraperspektiven wählen zu können, wäre für einige der Probanden in dieser Gesprächsrunde durchaus reizvoll. Herr Gratz gibt an, ihn würde dies vor allem bei der Formel 1 interessieren: „Und wenn's den Schumacher halt, i mein, nichts gegen die Deutschen, aber wenn's den Schumacher a Viertelstund' zeigen, wie er allanig vorne fährt, ist mühsam des weiter anzusehen und da wär's sicher von Vorteil, wenn man da selbst a Kameraposition bestimmen könnte und so.“ Das Ende eines Spielfilms nach eigenen Bedürfnissen auswählen zu können, erscheint Frau Raininger „nicht ganz uninteressant“, solange es „künstlerisch hochwertig“ ist und „nichts kostet“.

Wie bereits weiter oben deutlich wurde, bedeutet Interaktivität in dieser Gesprächsrunde vor allem, seine Meinung direkt und ohne besonderen Aufwand über das Fernsehgerät mitteilen zu können: Die Möglichkeit, sofort auf etwas reagieren zu können, erscheint den Teilnehmern durchaus wünschenswert, was durch die Aussage von Frau Althofer bestätigt wird: „Das wäre eigentlich die Aufgabe ... dass die Menschen ihre, ihren Geschmack ... kundgeben können und eben auch ... und unter Umständen dagegen protestieren. Und zwar eben sofort, vielleicht nicht erst durch irgendeinen Leserbrief oder was.“ Für Herrn Gratz ist damit auch verbunden, dass sich in Zukunft an derlei Umfragen im Prinzip jeder Zuschauer beteiligen kann. Für ihn ist somit mehr Meinungsvielfalt gewährleistet als bei anderen Umfragen: „Ja vor allem, weil die Basismeinung ja da widergespiegelt wird, net? Weil es hilft ja nichts, wenn ich irgendwelche Umfragen mach, sag' i, na ja, kann stimmen, kann net stimmen. Wenn man aber die Möglichkeit sehr einfach macht und das ist mit Voting, net? (*Jemand im Hintergrund: „Ja“*) Genau so, wie wenn man sich die Sendungen anschaut und zum Schluss sag' i: ‚Na, um Gottes Willen, des net!‘ und gib a Minus. Aber das kann ja für den Veranstalter nur positiv sein, um Gottes Willen, net? Weil wenn i allanig dabei bin, der jetzt diese Sendung für negativ hält, is des, waß i net, muss ka Basis ... -abstimmung sein. Und i find' des soll, wenn möglich, kommen.“

Elektronisches Kaufhaus

Für das Elektronische Kaufhaus interessiert sich in dieser Gesprächsrunde niemand. Wie bereits weiter oben bei den Zusatzinformationen zu beworbenen Produkten deutlich wird, können sich die Probanden zwar vorstellen, diese über das TV-Gerät abzurufen, das Produkt selbst über das Fernsehgerät zu bestellen, findet aber keinen Anklang. Herr Gratz spricht in diesem Zusammenhang auch Sicherheitsbedenken an, die bei ihm im Vordergrund stehen: „Ja, wie g'sagt, die Sicherheit ist von Vorrang. (...) Wenn des, so wie's im Internet auch

gemacht wird, wo's zumindest mir g'sagt haben, dass das 100%ig sicher ist, dann kann ich sehr gut mir vorstellen, dass i des im Fernsehen a so mach'." Auch Frau Perolini stellt die Sicherheit in Frage und sorgt sich um die Bedienbarkeit: „Wenn i überhaupt net waß, was da jetzt passiert. Hab' i des jetzt bestellt?“ Auch denkt sie daran, dass ihr beim Fernsehen – anders als bei einer Bestellung über das Internet – die Möglichkeit verwehrt bleibt, sich eine Zahlungsbestätigung auszudrucken: „Und wenn i des übers Fernsehen net hab, interessiert mi des überhaupt net.“

Einstellung zur Digitalisierung des Fernsehens

Alle Teilnehmer dieser Gruppendiskussion zeigen sich gegenüber der Umstellung auf digitales terrestrisches Fernsehen überwiegend positiv, wenn zum Teil auch etwas kritisch, eingestellt. Voraussetzung dafür ist aber für alle, dass die Geräte voll einsatzfähig sind, die angebotenen digitalen Dienste funktionieren und die Bedienerfreundlichkeit gewährleistet ist. Herr Gratz wünscht sich eine einheitliche Menüführung, die für alle Sender und alle digitalen Zusatzangebote gleichermaßen einsetzbar ist: „Die Zukunft kann nur sein, dass i eine Menüführung hab für alles.“ Frau Althofer, deren inhaltliches Interesse vor allem Kulturangebote betrifft, wünscht sich zukünftig davon noch mehr und ist überzeugt, dass „das irgendwie um einiges besser ist“. Sie und Frau Maurek stehen DVB-T sehr aufgeschlossen gegenüber. Herr Taxacher zeigt sich von allen Teilnehmern am positivsten eingestellt. Er findet dies „voll a gute Entwicklung“ und wünscht sich vor allem eine modernere Version des Teletexts, den er als „überholt“ bezeichnet: „Da muss sicher a mal was Neues her.“

Frau Perolini kann dem digitalen terrestrischen Fernsehen nur etwas abgewinnen, „wenn man sich nicht zum Sklaven von dem Gerät machen muss“. Sie hält die Umstellung aber allgemein für eine „gute Entwicklung“. Aus ihrer Teilnahme am Testbetrieb zieht sie folgendes Resümee: „Mehr an Bildqualität, aber wie g'sagt, schlechte Bediener-freundlichkeit“. Patrick Urban ist davon überzeugt, dass „es eben noch sehr lang dauern wird, bis des wirklich mal landesübergreifend ist“. Er zeigt sich der Entwicklung gegenüber aber grundsätzlich positiv eingestellt. Auch Herr Gratz gibt sich zuversichtlich und glaubt an einen „super Erfolg“, sobald „eben diese Kinderkrankheiten weg sind“.

4.2.2 Gruppendiskussion Graz 2

Beschreibung der Teilnehmer und Gesprächsverhalten

Diese Gruppendiskussion setzte sich aus insgesamt neun Teilnehmern zusammen, vier weiblichen und fünf männlichen. Der jüngste ist Herr Dürnberger mit 24 Jahren. Er lebt allein in einer Eigentumswohnung, studiert und hat davor eine Schule mit Maturaabschluss besucht. Herr Dürnberger erscheint sehr zurückhaltend und meldet sich nur selten zu Wort. Herr Baumann (28) lebt mit seiner Frau in einer Mietwohnung. Er ist voll berufstätig und hat eine weiterführende Schule mit Matura besucht. Er hält sich im Gespräch eher zurück und bringt

sich nicht übermäßig häufig ein. Er stellt Zwischenfragen, bleibt aber beim Thema. Herr Mehringer ist 30 Jahre alt, lebt mit zwei weiteren Personen in einer Mietwohnung. Er studiert noch und arbeitet nebenbei als Teilzeitkraft. Er hat eine weiterführende Schule mit Matura abgeschlossen. Im Gespräch meldet er sich fast bei jeder Frage zu Wort, redet viel und lang, auch mit anderen Teilnehmern. Er kommt oft vom Thema ab und spricht über Dinge, die ihm wichtiger erscheinen (Technik). Herr Kals (33) und lebt mit seiner Frau (30) in einer Mietwohnung. Er ist in Ausbildung (studiert), als Angestellter teilweise berufstätig und verfügt über ein abgeschlossenes Hochschulstudium. Herr Kals meldet sich im Gespräch einige Male zu Wort und hält dann längere, äußerst strukturierte und durchdachte Monologe; das Thema betrachtet er äußerst reflektiert. Es scheint, als habe er sich bereits viele Gedanken über zukünftige Nutzung und Anwendung gemacht. Er verhält sich im Gespräch aber ansonsten eher zurückhaltend.

Frau Böhler ist 31 Jahre alt und ledig. Sie lebt gemeinsam mit noch einer Person in einer Eigentumswohnung. Sie ist teilweise berufstätig und verfügt über ein abgeschlossenes Hochschulstudium. Frau Böhler ist äußerst redegewandt und humorvoll. Mit dem Thema erscheint sie vertraut und betrachtet es zum Teil auch reflektiert. Sie meldet sich auch öfter zu Wort und bleibt beim Thema. Frau Eppenschwendtner (37) lebt mit ihrem Mann (51), ihrem Sohn (14) und ihrer Tochter (17) in einem Einfamilienhaus. Sie ist Hausfrau und verfügt über einen Pflichtschulabschluss. In der Gruppendiskussion meldet sie sich vor allem dann engagiert zu Wort, wenn es um Erfahrungsberichte (vor allem technischer Natur) und damit sie selbst und ihre Familie geht bzw. wenn sie direkt angesprochen wird. Frau Schrack ist 45 Jahre alt, lebt gemeinsam mit ihrer Tochter (23) in einer Mietwohnung und ist nicht berufstätig. Sie hat eine weiterführende Schule mit Matura besucht. Im Gespräch ist sie zurückhaltend, spricht nur, wenn sie direkt angesprochen wird und hält sich dann sehr kurz.. Frau Gerlich (67) ist in Pension und lebt allein in einer Mietwohnung. Sie hat eine weiterführende Schule mit Matura besucht und war als Angestellte tätig. In der Gruppendiskussion bringt sie sich eher weniger ein, versucht manchmal mitzudiskutieren, wird dann aber von anderen unterbrochen. Frau Bayer, Pensionistin, ist mit 69 Jahren die älteste Teilnehmerin in dieser Runde. Sie lebt allein in einem eigenen Haus und hat eine weiterführende Schule ohne Maturaabschluss besucht. Im Gespräch hält sie sich eher zurück und äußert sich meist nur, wenn sie von den Gesprächsleitern direkt angesprochen wird. Sie artikuliert sich klar und deutlich und kommuniziert viel nonverbal, nickt oder schüttelt den Kopf, wenn andere Gesprächsteilnehmer reden.

Einstiegsfrage: Einstellung zum Fernsehen allgemein

Auch diese Gruppendiskussion begann mit der Frage, welche Rolle das Fernsehen im Alltag der Probanden spielt. Hier lassen sich zwischen den Teilnehmern deutliche Unterschiede im Umgang mit dem Fernsehen festmachen: Nutzen die meisten in dieser Gesprächsrunde das Medium äußerst gezielt, um damit unterschiedlichste Bedürfnisse (Information, Unterhaltung,

Ablenkung) befriedigen zu können, ist es für Frau Schrack eher ein Nebenbei-Medium, das als „ständige Begleitung“ in ihrem Alltag fungiert. Für Frau Eppenschwendtner spielt das Fernsehen eine untergeordnete Rolle und wird daher auch nicht täglich genutzt: „I sog so, es muss nit unbedingt (*betont*) es Fernsehen sei. Wenn ma Zeit hot, kann ma's, oba sonst. Ma vagisst oft wirklich am Tog a moi in Fernseher aufdrah'n.“

Deutlich wird durch diese Aussagen auch die grundlegende Einstellung gegenüber dem Fernsehen. Für die meisten Teilnehmer dieser Gesprächsrunde stellt das Fernsehen ein Angebot dar, das durchaus positiv aufgenommen wird, wenn auch Kritik an bestimmten Inhalten oder dem Programmablauf geäußert wird. „Leider Gottes lässt das Programm sehr zu wünschen übrig!“ (Frau Bayer) und Frau Gerlich bemängelt, dass gerade die für sie interessanten Sendungen oft sehr spät gesendet würden: „Ich such ma die Sendungen aus und die besten sind leider immer so nach 22 Uhr. Da muss ich manchmal richtig den Wecker stellen, damit ich wieder munter werd. (*lacht*) Na ja.“

Erwartungen an DVB-T/ Erfahrungen mit DVB-T

Mit Fragen zu diesen beiden Themenbereichen sollte der Informationsstand der Befragten bezüglich des digitalen Fernsehens, aber auch die Erwartungshaltungen dem neuen Angebot gegenüber abgeklärt werden. Auch in dieser Gesprächsrunde nutzten die meisten Probanden die Gelegenheit, um über die Probleme zu berichten, die sich für sie durch die technische Umsetzung des Projektes ergaben.

Zu einem großen Teil wussten die Probanden mit dem Schlagwort „digitales Fernsehen“ vor dem Testbetrieb kaum etwas anzufangen. Einige hatten darüber aber schon in Printmedien gelesen oder darüber etwas von Nachbarn und Bekannten erfahren bzw. kannten es als digitales Satellitenfernsehen: „Die digitalen Dienste waren aber neu“ (Herr Baumann).

Bis auf Frau Schrack und Frau Gerlich wussten alle, dass das analoge Fernsehen abgedreht und vom digitalen Fernsehen ersetzt werden soll. Frau Bayer gibt an, ihre Kinder hätten sie darüber informiert: „(...) Weil sie sagen: ‚Mutti, du musst Dich a mal umstellen, das wird auf jeden Fall kommen‘.“ Herr Baumann hat „wenige aber doch ein paar“ Informationen dazu auf der Homepage des *ORF* gefunden. Für ihn ist die Umstellung „kein Geheimnis mehr“.

Besonders gut informiert erschien Herr Mehringer, der im Gespräch die Umstellung auf DVB-T in der Region Berlin-Brandenburg erwähnte; Bekannte hatten ihn darüber informiert: „Aber, was man gehört hat, da haben sich schon die Leute bevormundet gefühlt. Dinge kaufen zu müssen für etwas, wo sie sowieso schon zahlen. Ich glaub das wurde ziemlich ... ziemlich ruckartig für die Leut gestoßen, ... weil sie sozusagen gezwungen sind für etwas noch mehr bezahlen, für das sie jetzt auch bezahlen. Sei's, indem sie sich Werbung anschauen müssen, also indirekt bezahlen, das heißt dadurch, dass sie äh, äh Gebühren bezahlen und dann noch

einmal für ein Gerät ... für ein anderes Gerät, dass halt a bisl grantig san.“ Er zeigt Verständnis dafür und sagt, diese Vorgangsweise würde auch bei ihm „Grant erzeugen“.

Einige Befragte hatten sich im Zuge des Testbetriebs eine bessere Bildqualität erwartet. Dies wurde bei manchen – zumindest anfänglich – nicht erfüllt. Die meisten Probanden empfanden die Qualität des Signals aber deutlich besser als beim analogen Fernsehen. Herrn Baumanns Erwartungen an die bessere Bildqualität wurden allerdings „enttäuscht“. Er nennt als Beispiel auch die Fußballübertragungen der EM in Portugal „und des war wirklich sehr stark blockhaft und des hat anfach eigentlich kan Spaß g’macht“.

Als negativ stellten sich für viele Probanden die immer wieder auftauchenden technischen Probleme dar. Einige Befragte berichteten davon, dass interaktive Angebote so gut wie gar nicht funktioniert hätten. Andere wiederum sahen sich mit erhöhtem Aufwand konfrontiert, um fernsehen zu können oder beklagten die verzögerte Übertragung: „Also, wenn man jetzt Fußball geschaut hat, am *ORF* normal am analogen, äh und es war Elfmeter, hat man schnell umschalten können und hat den Elfmeter noch einmal g’sehen.“ (Frau Böhler). Ein Befragter fand: „Wenn i mi bemühen muss, dass ich was zusammenbring’, auch beim Fernsehen, dann verzicht’ ich aufs Fernsehen. Also, dann is’ des für mi.“ (Herr Kals)

Die Pensionistin Frau Gerlich konnte mit der Gebrauchsanweisung in Spanisch und Englisch nicht viel anfangen und behalf sich damit, über das Telefon fachliche Hilfe zu holen oder ihre Enkelsöhne um Rat zu fragen, „hab’ ihnen einen Kuchen backen müssen (*andere Teilnehmer lachen*) und dann sind ma halt so im Laufe der Zeit auf alles draufkommen. Des war auch richtig spannend, muss ich sagen. Und jetzt hab’ i mi sogar dann leicht ’tan, und i hab richtig Spaß g’habt eigentlich in der Zeit jetzt.“ Interessant erscheint hier, dass auch ältere Probanden der neuen Entwicklung aufgeschlossen gegenüber stehen: „Ich bin ja Pensionistin, und ich möcht’ nicht irgendwie versumpfern irgendwie, sondern Neues und so, das interessiert mich.“ (Frau Gerlich). Sie war auch „neugierig“, was im Testbetrieb auf sie zukommen würde.

Veränderung der Mediennutzung durch DVB-T

In dieser Dimension wurde der Frage nachgegangen, ob und (wenn ja) wie sich die Mediennutzung durch das digitale Fernsehen verändert hat. In den meisten Fällen zeigten sich wie auch in der ersten Gruppendiskussion - kaum Veränderungen. Herr Mehringer erklärt diese Tatsache mit der kurzen Laufzeit des Testbetriebes. Ihm sei es erst möglich, diese Fragen nach einer Phase von einem Jahr zu beantworten, da sich seiner Meinung nach das neue Angebot erst dann richtig in seinen Alltag integriert habe und „nichts Besonderes“ mehr sei.

Hatten die Befragten auch auf andere Inhalte zurückgegriffen als die sonst von ihnen favorisierten (wie z.B. *Die Lugners*), so hatte dies – wie auch schon bei der vorangegangenen Gruppendiskussion – meist mit Erhebungen von GfK-Fessel zu tun: „Erstens einmal, man ist gezwungen durch’s Tagebuch (*einige Probanden stimmen dem Gesagten durch „Mhm“ zu*)

gegen seine Gewohnheiten zu agieren.“ (Herr Mehringer). Er unterstreicht diese Aussage noch weiter: „Es entspricht nicht dem, wie man wirklich normal fernsieht, oder auch nur normal lebt und ...“ Herr Mehringer sah sich gezwungen „Sendungen anzuschauen, die man sich niemals im Leben angeschaut hätte“. Frau Bayer gibt im Gespräch an, nicht alle Sendungen, die sie hätte nutzen sollen, auch zur Gänze geschaut zu haben: „Das hab i net ganz geschafft. Zum Beispiel *Lugner* und so weiter. (*Gelächter dazwischen*) Da bin i sofort raus, (*abwertend*) na!“ Frau Eppenschwendtner berichtet, dass sie in ihrer Familie eigentlich die einzige war, die sich „immer“ mit dem digitalen terrestrischen Fernsehen auseinander gesetzt habe. Ihre 17-jährige Tochter zeigte daran kaum Interesse, eher noch ihr Sohn (14), aber auch ihr Mann hatte dafür kaum Zeit: „Also, bin nur i de Arme immer g’wen, de was immer des müssen tun hat.“

Frau Schrack und Frau Bayer gaben im Gespräch aber an, „mehr herumgeschaut“, „herumgespielt“ und sich „mehr damit befasst“ zu haben. Einige Teilnehmer berichteten auch, dem neuen Angebote gerade in der Anfangsphase mehr Beachtung geschenkt zu haben. Auch hing das Interesse von der Box ab. Herr Mehringer, beklagte zum einen zwar, dass seine Siemens-Box ihm „mehr Aufwand“ beim Fernsehen verursacht habe (lange Wartezeiten), allerdings hat sie auch sein Interesse geweckt: „Je mehr Möglichkeiten die Box liefert, desto mehr spielt man sich mit dem Ding.“ (Herr Mehringer)

Herr Baumann sieht dies gegenteilig: Seine Box erforderte von ihm keinen erhöhten Nutzungsaufwand und ermöglichte ihm so, nach seinen bisherigen Gewohnheiten fernzusehen, was er als sehr angenehm empfand: „I glaub für die, für den, für den ... breiten Betrieb sollten die, die Boxen eher dumm sein, ja.“ (Herr Baumann)

Zusatzdienste/ Interaktive Angebote/ EGP

Hier zeige sich vor allem eines ganz deutlich: Nur wenige Probanden – vor allem die technisch versierten und interessierten – in dieser Gesprächsrunde unterscheiden zwischen interaktiven Diensten, dem digitalen Datentext, den Portalen der Sender oder dem EPG. Für die meisten fällt dies alles unter denselben Themenkomplex. Auch wussten einige Befragte mitunter nicht viel mit den Begriffen anzufangen. Während des Gesprächs stellte sich auch hier heraus, dass sie diese Dienste durchaus in Anspruch genommen hatten.

Wie schon weiter oben erwähnt, stellt sich die Möglichkeit „herumzuspielen“ oder „sich am Programm beteiligen“ zu können, für manche der Befragten durchaus positiv dar. Auch die digitalen Zusatzangebote wurden angenommen, wobei gerade der Datendienst hervorgehoben wurde: „Weil’s doch irgendwie mehr Spaß macht ... als... rein dann Texte zu lesen und dann, und so bisserl ... äh schöner gestaltet ist (...).“ (Herr Baumann)

Herr Mehringer bevorzugt den bisherigen Teletext, da ihm dieser mehr Lesbarkeit und Überschaubarkeit bietet: „Also, mit dem Teletext findet man sich leichter zurecht, außerdem is’ er anfach leichter zu lesen, also. Wenn man da zum Beispiel *Sat1*-Programm hat – hellgraue Schrift auf dunkelgrauem Grund – also, des is’ irgendwie (*Lachen im Hintergrund*),

also phantastisch ... Und dadurch, dass man das Fernsehbild oder die Grafiken unterbringt, haben's die Schrift da z'ammengedepst, hochgestellt. ... Also, a Mensch der (...) zum Beispiel, also, altersweitsichtig ist, i hab' das gesehen bei meiner Mutter, also mit Lesebrille, Fernbedienung - runter, rauf, runter, rauf, die wird irre bei dem.“ Auch Herr Dürnberger, der sich als „Teletext-Fan“ bezeichnet, gibt sich mit dem bisherigen Angebot in analoger Form zufrieden: „Unter den Bedingungen wie's jetzt läuft, muss i sag'n, is' der Teletext weit ausreichend.“ Findet er im Teletext nicht die Informationen, die er sucht, greift er – wie auch Herr Mehringer – auf das Internet zurück. Herr Kals gibt an, für ihn sei es nicht unbedingt nötig, während der Teletextnutzung das Fernsehbild im Hintergrund zu haben: „Weil wenn ich den Teletext nutze, dann, dann riskier' ich's, dass ich den Werbeblock im Hintergrund überspringe und mir halt dann nur speziell das Wetter anschau'. Aber dann denk ich mir, wenn ich jetzt MHP hätte, oder diese digitalen Zusatzdienste, dann könnt man zum Beispiel a Bild dazugeben. Dann wär' das ganze schon informativer und lustiger und spannender. Oder man könnte ein Rätsel, oder irgend ... ein Kreuzworträtsel, irgendwelche Spiele und so weiter.“

Herr Baumann kritisiert, ihm habe beim Testbetrieb die „Interaktivität“ gefehlt und bezieht sich damit – wie auch schon die Teilnehmer der ersten Gruppendiskussion – auf die Möglichkeit der Mitbestimmung durch die Nutzer: „Ma hat zwar voten können, aber das hat eigentlich nichts bewirkt, ja. Ma hat halt gesehen ja, so und so viel Leut' sind dafür und die anderen dafür. Das einzig positive, wo es was bewirkt, war des, wo man sich an Clip bestellt hat und si da, hat ma Einfluss g'habt aufs Programm. Interessant wär ... vielleicht g'wesen, dass ma zum Beispiel bei der *Millionenshow* oder *Wer wird Millionär* äh, da irgendwie als Publikumsjoker irgendwie mitwirken kann. Des hätt' i ma interessant vorg'stellt.“ Einige Teilnehmer stimmen ihm dabei zu.

Bei Sendungen ein Voting abzugeben, stellt für Herrn Baumann keine Neuerung dar, da dies bereits per Telefon möglich ist. Frau Böhler widerspricht ihm aber und hebt einen Aspekt hervor: „Ich denk', dass die Hemmschwelle, a Telefon zu benutzen und a Voting zu starten, um einiges höher ist, als wenn man mit der Fernbedienung spielen kann.“ Einige andere Teilnehmer äußern sich zustimmend. Herr Mehringer führt weiter aus: „Noch dazu kommt, kommen dann die Kosten natürlich. Beim Telefon sind es meistens Mehrwertnummern.“ Andere Teilnehmer meinen allerdings, dass man sich bei Votings per Telefon die langen Wartezeiten, die sich bei DVB-T ergeben haben, ersparen könnte: „Da müssen's net so lang warten, wie da, na?“ (Frau Bayer)

Frau Bayer hat aus „Neugierde“, „Gewohnheit“ und „Spaß“ die interaktiven Applikationen ausprobiert. Nach anfänglichen Schwierigkeiten stellte sich dieses Angebot für sie aber dann durchaus attraktiv dar: „Na, eigentlich, wie ich dann draufkommen bin, wie das alles geht, hab ich ma dacht': „Na toll! Das is' ja gar nicht so schwierig!' Nur das Warten dann da, is' ma

oft auf die Nerven g'angen.“ Fand sie allerdings die Informationen nicht, nach denen sie gesucht hatte, verlor das Angebot für sie an Attraktivität: „Dann hab ma i dacht: ‚Wozu is' des Ganze?‘ Dann hat ma natürlich a mal a ganze Woch'n überhaupt net mehr g'schaut, weil eh keine Daten vorhanden waren.“

Bei *gotv* haben sich viele Probanden ein Lied bestellt und fanden diese Möglichkeit auch äußerst attraktiv. Bei den meisten hat dies auch von der technischen Seite her problemlos funktioniert, was den Unterhaltungswert des Angebots für die Rezipienten gesteigert hat. Für Frau Böhler bot das Angebot etwas für „alle Geschmäcker“ und man war damit „seinem Verhalten dann doch a bisserl näher dran, als wenn man *Barbara Karlich*, oder *Die Lugners*, oder was immer anschauen muss, was man nicht mag“. Diese Aussage stößt auf allgemeine Zustimmung in der Runde. Bei Frau Schrack funktionierte das Angebot anfänglich nicht, später hat sie es aber „täglich“ genutzt und fand es „noch das erträglichste Programm, des man sich anschau'n hat können (*lacht*).“ Für Spannung sorgte bei einigen Teilnehmern auch, zu welchem Zeitpunkt das gewünschte Lied im Fernsehen gespielt würde, wie die Aussage von Frau Eppenschwendtner zeigt: „I kimm bald (*lacht*). Es war schon nett. Welche Stell' san ma scho? (*lacht*) Jetzt muss kemma, jetzt kimmt's dann!“

Dennoch würden sich manche Probanden noch mehr wünschen: Frau Böhler beispielsweise könnte sich vorstellen, jemandem zum Geburtstag ein Lied zu widmen. Außerdem wünscht sie sich die Funktion, selbst entscheiden zu können, ob der User-Name bei dem gewünschten Lied aufscheint oder nicht. Für Herrn Baumann stellte sich dieses Angebot als „das interaktivste“ dar, „weil da ist wenigstens das passiert, was man eben wollte“. Auch diese Aussage stößt auf breite Zustimmung.

Herr Dürnberger hat „zwei, drei Mal“ versucht, sich ein Lied zu bestellen, bei ihm hat dies allerdings „nie funktioniert“ und auch das Bild war bei ihm oft „blockhaft“. Dennoch bezeichnet er das Angebot als „interessant“. Herr Mehringer, für den der digitale Datentext schwer lesbar war, fand die Schrift bei *gotv* „richtig zum Lesen“. Was ihm aber bei weiteren „Bestelldiensten“ noch fehlt, ist die Bestätigung, dass man etwas bestellt hat: „(...) Man bekommt die Meldung von der Box äh da ‚Bestellung wird gesendet‘, ‚Bestellung wurde gesendet‘ (*zustimmendes Ja im Hintergrund*) als Reaktion sieht man dann, dass der Clip kommt. Was aber im Endeffekt, dann wird man für Filme und so ähnliche Musikclips und so weiter auch bezahlen müssen, und da muss viel mehr Information dann sozusagen zurückgehen, dass die Bestellung auch dort am Server angekommen ist. ... Äh, also da muss mehr Rückmeldung zurück sein, weil i ja, will ja nachher das auf der Rechnung auch sozusagen sehn und dokumentiert sehn. Also da muss auch noch mehr Meldung kommen als, als ‚die Sendung wurde gesendet‘ - nett, aber ...“ (*Jemand lacht im Hintergrund*)

Der EPG hat für die meisten Befragten in dieser Gesprächsrunde kaum einen Mehrwert. Sie greifen lieber auf Programmzeitschriften oder den Teletext zurück, räumen aber ein, dass die Möglichkeit, sich über alle Sendungen innerhalb eines Genres auf einen Blick informieren zu können, durchaus von Vorteil ist. Dies bestätigt auch die Aussage von Herrn Baumann: „Das ist der Vorteil vom elektronischen Programmführer (...) gegenüber dem Teletext, ist meiner Meinung nach der, dass ich alle Programme gleichzeitig auf einmal ... Die Information über alle Programme auf einmal zur Verfügung hab und net ... äh alle Programme durchzappen muss und dann dort im Teletext wieder suchen muss, ja.“ Frau Böhler dagegen bevorzugt Fernsehzeitung und Teletext zur Programminformation und legt kaum Wert auf den EPG: „Also, des is’ jetzt a net unbedingt a Funktion, die ... äh mir abgehen würde.“ Im Gespräch führt sie ein anderes Argument für die Nutzung von Programmzeitung an: „Man muss den Fernseher net einschalten. Man kann es lesen wo immer man will, ob am Klo oder sonst irgendwo. Also des macht ma mit dem Fernseher dann eher net, dass man’s am Klo liest. *(Jemand lacht im Hintergrund)* Ahm, sicher ein Vorteil, der Transport ... woanders hin.“

Frau Schrack probierte den EPG zwar aus, aber nur „um zu sehen, ob’s funktioniert. Also, da is’ ma immer no die Programmzeitschrift lieber.“ Auch Herr Dürnberger, Frau Bayer und Frau Eppenschwendtner bevorzugen die Fernsehzeitung. Frau Eppenschwendtner begründet dies damit: „Es is’ mit da Zeitung afacha. Weil da geh i hi’, blattel’s durch und hab’s so. Und mit der Fernbedienung da sitz’ i wieder dort’n, druck wieder umadum, dauert wieder a Zeit, aber bei der Zeitung hab i’s eben schneller.“

Die Möglichkeit, die in Graz nicht zur Verfügung stand, dass der EPG sich „merkt“, was man sich im Fernsehen angesehen hat und anschließend dementsprechende Programmvorschläge macht, lehnt Herr Mehringer für sich ab. Er fürchtet, dies würde „Wahlfreiheit und auch die Informationsbreite“ einschränken und hätte „das nicht gern“. Den EPG hat er im Testbetrieb nicht genutzt, das hat er „mit der Siemens-Box nie gewagt“. Er gibt im Gespräch auch an, dass seine Programmauswahl immer von den jeweiligen Fernsehnutzungsmotiven abhängt: „Es kommt drauf an, zu welchem Zweck, in welchem Augenblick wir fernsehen, auf jeden Fall. Also es ist eben Hintergrundberieselung, da wird einfach so lange gezappt bis das kommt, was im Hintergrund gut berieselt. Oder es ist so, dass man sich Informationen aussucht bzw. sich Sachen gezielt anschaut, da liest man natürlich erst das Fernsehprogramm.“

Herr Kals würde den EPG in Kombination mit einem Videorekorder begrüßen, für ihn wäre dies „ein Traum“ und für die Zukunft wünschenswert: „Wo man dann, sag’ ma, über’s Fernsehprogramm anfach mit anklicken sich auswählen hätt’ können, was man aufnimmt, oder so. Also gleich von Anfang an hat’s das net geben. Dann hab ich ma gedacht, grad da stecken die Möglichkeiten.“

In dieser Gesprächsrunde hat nur Herr Baumann die Zusatzinformationen zum Werbespot des Siemens Handys aufgerufen. Er fand diese Option „irgendwie lustig“. Für ihn war dabei

allerdings immer klar, dass es sich hier nicht um Zusatzinformationen im eigentlichen Sinne handelt, sondern um Werbung.

Zukünftige Entwicklungen/ Wünsche der Rezipienten

Auch in dieser Gruppendiskussion wurden die Teilnehmer nach zukünftigen Umgangsweisen und Nutzungsszenarien gefragt. Die meisten Probanden erwarten sich von der Technik in Zukunft noch viele weitere Nutzungsmöglichkeiten und sind „gespannt“ (Herr Kals).

Internet- und Kommunikationsdienste

Für einige Probanden erscheint die Möglichkeit durchaus attraktiv, Internet- und Kommunikationsdienste auch über das Fernsehgerät zu nutzen, die in Österreich bisher nur über den PC möglich sind (Online-Banking, Fax, E-Mail, SMS), allerdings mit Vorbehalten: Frau Böhler kann sich nur vorstellen, diese Dienste in Anspruch zu nehmen, wenn ihr dafür auch ein „g’scheites Eingabegerät“ zur Verfügung steht. Nur per Fernbedienung käme dies für sie „auf keinen Fall“ in Frage. Auch für Herrn Mehringer kommt dies nur in Frage, wenn dabei die Sicherheit gewährleistet ist: „Und unter Vorraussetzung, dass ich irgendwas mit dem Computer ... Grad, weil Sie an’gsprochen ham, Net-Banking eben die Sicherheit des Browsers und diverse Betriebssysteme und so weiter... dass ich da eingreifen kann. Weil so sicher nicht.“

Gerade die beiden älteren Teilnehmerinnen, Frau Gerlich und Frau Bayer, lehnen dieses Angebot für sich aber ab, da es ihnen zu aufwendig erscheint, wie die Aussage von Frau Gerlich zeigt: „Wenn ich irgendwas Spezielles brauch’, dann hab ich drei Kinder, die jederzeit bereit sind. Und des is’ net so stressig. Und ich brauch’s nicht. Keine Notwendigkeit.“ Für Frau Bayer, die zwar zu Hause einen Internetanschluss hat, kommt dies aber auch kaum in Frage: „Wahrscheinlich müsst i mi’ dann damit befassen und des da, aber sonst.“ Für sie würde dies bedeuten, „wieder umdenken“ zu müssen. Sollten ihre Kinder ihr dabei aber helfen, „könt’ i ma des eingehen lassen“. Herr Kals ist aber davon überzeugt, dass es gerade für ältere Menschen eine angenehme Option wäre, Internetdienste über das Fernsehgerät abzuwickeln, um ihnen so die Angst vor dem Computer zu nehmen: „Und ich glaub, dass das so ganz a leichter Einstieg wär’, also für viele Leute ins Internet, wenn der Fernseher das einfach mit anbietet. Ich seh’ was, es interessiert mich, ich verwend’ a Suchmaschine. Es geht dann sehr schnell, dass man dann irgendwie auch bisserl Spaß dran entwickelt.“ Auch Herr Mehringer könnte sich vorstellen, für „Leute mit Technik-hemmschwelle“ den „Computer und das Internet dann im Endeffekt als Fernseher (zu tarnen“ (*andere Teilnehmer äußern hier Zustimmung*). Er gibt aber zu bedenken: „Man liefert sie Sie natürlich dann auch dem aus, dass sie’s nicht beeinflussen können.“

Informationen zu bestimmten Produkten über das Fernsehen abrufen und Bestellungen über das Fernsehgerät abgeben zu können, stößt in dieser Gesprächsrunde auf geteilte Meinungen. Frau Bayer würde dieses Angebot „hin und wieder“ nutzen, für Frau Gerlich ist das allerdings „nicht notwendig“. Wie auch schon weiter oben angesprochen, könnte dieses geringe Interesse mit der Angst vor dem zusätzlichen Aufwand verbunden sein. Frau Eppenschwendtner steht dem kritisch gegenüber. Ihrer Meinung nach werden die Produkte „im Fernsehen immer besser vorgestellt“ als sie es tatsächlich seien. Sie fügt dem hinzu: „Und dann hat man das Ding und dann ist es aber nicht den Entsprechungen, was halt net.“ Frau Böhler könnte sich vorstellen, über das Fernsehgerät Tickets oder Pizza zu bestellen, da sie das bereits per Computer macht. Für sie käme das „ganz sicher“ in Frage: „Klar, man muss ein Gerät weniger einschalten. Auf jeden Fall.“

Attraktiv wäre für Herrn Kals, Informationen zu laufenden Sendungen über das Fernsehen zu erhalten: „Oder es ist ein tolles Titellied, man würde gern wissen, von wem es ist, und dann weiß man es net.“ Sich dieses Lied (auch gegen Entgelt) herunterladen zu können, erscheint ihm ebenfalls als interessante Möglichkeit. Er könnte sich auch vorstellen, über den Fernseher eine Reise zu buchen, wenn gerade eine Sendung über ein für ihn interessantes Land läuft. Frau Böhler berichtet von Freundinnen, für die es ein Gewinn wäre, „zu wissen, wo die Damen aus ‚Sex and the City‘ ihre Kleider her haben.“

Herr Kals könnte sich außerdem vorstellen, über das Fernsehgerät einen Urlaub zu buchen: „Ich mein, ich seh’ irgend ein tolle Sendung über Neuseeland, drück’ an Knopf und seh’ die Hotels, die’s dort gibt und was ein Flug kostet und ... und brauch dann nur noch grün zu drücken ... und ja, der Fernseher ...“ Diese Überlegung erscheint auch einigen anderen Teilnehmern als interessant und sie äußern Zustimmung.

Für Herrn Baumann steht bereits fest, dass diese Dienste in Zukunft angeboten werden und TV und PC miteinander „verschmelzen“. Herr Kals stellt sich die Frage: „Wird das Fernsehen das Internet ergänzen, oder das Internet das Fernsehen“, er ist sich aber sicher, „das wächst zusammen“. Herr Mehringer würde sich möglicherweise ein kombiniertes Gerät anschaffen, das er „Internet-Fernseh-Fusionsding“ nennt und „cool“ fände, wenn es nicht zu teuer ist. Er verbindet den PC allerdings mit Arbeit und das Fernsehgerät mit Freizeit. Er fragt sich weiter, „ob man dann wirklich diese Trennung zwischen Freizeit und Erholung und Beruf aufgeben möchte? Sozusagen es ist halt immer auf dem Kastl und dann ist halt die ... sozusagen irgendein Popup erinnert mich auch während einem Spielchen vielleicht drei Mal, dass mir wer ein E-Mail geschickt hat, also.“ Frau Böhler widerspricht ihm dabei: „Wenn man E-Mail in der Firma verwendet und daheim. Es gibt ja die Trennung nimmer mehr.“ Herr Mehringer stimmt ihr hierbei zu: „Außer, man ist sehr diszipliniert und schaut da jetzt einfach nicht rein.“

Aber auch für Frau Böhler käme ein kombiniertes Gerät nur bedingt in Frage. Dieses könnte ihr ihrer Meinung nach die Mobilität, die sie gewohnt ist, nicht bieten: „Also was da sicher dagegen spricht, jetzt äh nur (*betont*) eine Box zu haben, ist ganz sicher, dass das einfach ortsgebunden ist das Ding. Das steht irgendwo, ich arbeite sehr gern mit Laptop und mit ähm W-LAN und so weiter. Also, das sind wieder andere Bedürfnisse, die i praktisch hab' und des kann's ma net bieten, glaub ich, im Moment. (...) Oder ja doch, es gibt ja schon so tragbare Fernsehgeräte, sogar auf Handys jetzt mittlerweile ... Aber die Dinger haben anfach ka Qualität noch. In der Zukunft ja, ich denk' sicher.“

Mobilität

Die Möglichkeit, DVB-T und Informationsdienste überall empfangen zu können, stößt ebenfalls auf geteilte Meinungen: „Das hat einen gewissen Reiz“ meint Herr Mehringer. Frau Schrack dagegen ist sich sicher: „Das brauch' i alles net.“ Herr Dürnberger fragt sich, ob „das notwendig ist“ und könnte sich das nur vorstellen, „wenn ma' während dem Urlaub arbeiten muss“. Überlegungen aus gesellschaftlicher Perspektive stellt Herr Mehringer im Gruppengespräch an: „Sicherlich, effektiv wär's, wie gesagt, in Gegenden, die noch keinen g'scheiten Empfang haben.“ Er könnte sich das aber durchaus auch für sich selbst vorstellen: „An sich, zum Beispiel Laptop, wenn man das, was weiß i, zum Beispiel über a Einschiebkarte an digitalen Empfang hat, warum nicht? Ja, des wär' schon lustig.“ Über das Mobiltelefon fernzusehen, lehnt er allerdings wegen dem zu kleinen Bild ab. Andere Teilnehmer stimmen ihm hierbei zu. Frau Böhler gibt an, dass ihr ein Fernseher „vor allem“ dann recht sei, „wenn mich jemand zwingen würde, an Campingurlaub zu machen“. Für sie wäre es auch reizvoll, während eines Urlaubs in Kroatien österreichische Sender empfangen zu können.

Frau Schrack berichtet auch, dass sich in ihrer Bank ein Fernseher über dem Geldautomaten befände. Auf wenig Interesse stößt auch die Möglichkeit, im Auto fernsehen zu können. Für Herrn Mehringer hätte das einen „gewissen Reiz“. Frau Schrack und Frau Eppenschwendtner sind aber dagegen. Offensichtlich kennt Frau Eppenschwendtner Diskussionen um das Fernsehprogramm aus eigener Erfahrung: „Oder, oder beim Autofahr'n da, da, dass nachher vielleicht herumgestritten wird bei de Kinder oder was: ‚Was für Programm schau' ma jetzt? I mog des ...' Dass i do vielleicht scho zwoa, drei Fernseher einstell'n muss. Es muss net unbedingt sein.“ (*lacht*)

Sich aber über das Fernsehen lokale Serviceinformationen wie Wetter oder Öffnungszeiten abzurufen oder auch Tickets zu kaufen, erscheint den meisten interessant, dies zeigt auch die Aussage von Frau Eppenschwendtner: „Ja des sicher, weil wenn ma hat oft so, wie die Öffnungszeiten, wanns'd irgendwo hinfahr'n willst oder sonst irgendwo und du waßt net genau is scho' offen oder net. I man, des is sicha a Vorteil. Sicher net schlecht, aber sonst

...muss net unbedingt.“ Auch Herr Mehringer könnte sich vorstellen, diese Informationen zu nutzen, da er dies auch bereits über Handy und Internet tut. Für ihn wäre dies „sozusagen a dritte Möglichkeit“, an Informationen zu kommen. Wenig Anklang fand dagegen die Vorstellung, in Zukunft auch an der Bushaltestelle, im Wartezimmer beim Arzt oder an öffentlichen Plätzen im Allgemeinen fernsehen zu können.

Video on Demand

Für die meisten Teilnehmer dieser Gesprächsrunde stellt Video on Demand ein attraktives Angebot dar. Auch hier zeigt sich, dass gerade die Unabhängigkeit vom laufenden Programm geschätzt wird, was die Aussage von Herrn Baumann bestätigt: „Ja für mi, für mi wär’s eigentlich a absolut interessant. Ich schau mir sehr gern die Nachrichten an, schaff’s aber zeitlich meistens net und dann wär’ des irgendwie, dass ma dann die Nachrichten doch jedes Mal schau’n kann.“ Er sieht dies auch als „bequemer“ an, als „sich a DVD auszuborgen. Weil i mi da hinsetzen kann und sagen: ‚So, jetzt geh’ i an Film schau’n‘“. Er wäre auch bereit, für diese Angebot zu bezahlen. Auch Frau Bayer, Frau Eppenschwendtner und Frau Schrack erscheint dies praktisch. Frau Schrack führt dazu an: „Dann würden nicht so viele Videorekorder und Kassetten kaputt gehen.“ (*lacht, andere Teilnehmer lachen mit*)

Herr Mehringer betrachtet diese Entwicklung allerdings kritisch und vermutet vor allem finanzielle Interessen der Anbieter dahinter: „(...) Es geht so in die Richtung: Man gewöhnt die Leute langsam dann hin auf’s Video on Demand. So: ‚Zahlt doch für das, was ihr sehen möchtet!‘“ Er wäre zwar bereit, für dieses Angebot zu bezahlen, „wenn’s nicht die einzige Alternative wäre. Also, ich muss sozusagen auch das normale Spektrum angeboten kriegen. Das Video on Demand wär’ im Prinzip nur DVD-Ersatz ... und müsste sich auch preislich dort orientieren.“ Er fürchtet demnach das Ende des Free-TV und wünscht sich VOD als Zusatzangebot.

Klassisches Interaktives Fernsehen

Bei Sportsendungen selbst Kameraperspektiven wählen zu können, wäre für die meisten nur eine Spielerei und würde in dieser Gruppendiskussion kaum von jemandem genutzt werden. Herr Baumann gibt an, er würde das vielleicht „am Anfang probieren, eben weil’s lustig ist, aber ... notwendig is’ es für mi net.“ Herr Dürnberger allerdings fände diese Option gerade bei der Formel 1 interessant, da er dann selbst eingreifen könnte, wenn das Angebot ihn nicht zufrieden stellt: „Bei der Formel 1 auf alle Fälle. Das hab i ma schon vor Jahren gedacht, weil ... ah ... weil’s net bei jeder, bei jedem Grand Prix is’ die Fernsehübertragung gleich gut ... und da is’ Auswahl sicher gut, ... aber generell ... waß i net.“

Eher aus einer humoristischen Perspektive ist das Statement von Herrn Kals zu betrachten: „Also ich hätt’ gern bei einem Fußballspiel, hätt’ ich gern die Kommentatoren gewechselt.

(*allgemeines Lachen*) Den Seeger zum Beispiel weg und dann irgend an deutschen Kommentator, wär' ganz o.k. gewesen. Die Perspektive ... bah ... musste ich nicht wechseln.“ Ernst gemeinter ist allerdings sein Wunsch, sich bei Fernsehinhalten aussuchen zu können, in welcher Sprache diese übertragen werden: „Also grad wenn ma a Sprache lernen möchte, dann stellt man das auf Italienisch, zack und passt, und es ist da. Aber diese Möglichkeit hat's jetzt noch nicht gegeben.“

Das Ende eines Spielfilms nach eigenen Bedürfnissen auswählen zu können, erscheint ebenfalls vielen Teilnehmern dieser Gesprächsrunde als unnötig. „Ich glaub' die Regie denkt sich ja a was dabei, so wie sie den Film dann dreht (...), is' dann eigentlich das Optimum erreicht für den Film, net!?“ (Herr Baumann) Auch Frau Schrack gibt an, einen „fertigen Film“ sehen zu wollen. Frau Böhler gibt an, dass sie das Bedürfnis nicht habe, den Schluss selbst auszuwählen, „weil i hab genauso wenig das Bedürfnis, aus Büchern Seiten rauszureißen und andere Seite reinzupicken“. Für sie „steht das Gesamtkunstwerk über, über der Einzelperspektiv ganz anfach“. Sie sieht darin einen „sehr starken Eingriff in die Absicht des Autors“, was sie für „net interessant“ erachtet.

Herrn Dürnberger reizt daran allerdings, dass „ma dann Regisseur selber“ sein kann. Für Herrn Kals stellt sich dies aus dramaturgischer Sicht als reizvolles Angebot dar: „Na ja, ich denk' mir, ich schau' a mal den Film an mit dem ganz furchtbar traurigen Ende, wo i nur noch wein' und dann denk' i ma: ‚Ja, aber jetzt würd's mi schon interessieren, wie der das g'macht hätt', dass es dann am Schluss auf gut ausgeht' oder so. Oder umgekehrt, i seh' was, des geht alles supergut aus und dann denk' ich ma: ‚Und wo hätt' er jetzt den Schnitt g'macht, dass des, dass des jetzt schlecht ausgeht?' Also, i glaub dann sind's ja schon wieder andere Filme. Man waß vielleicht die Grundhandlung, aber es entwickelt sich dann halt anders.“ Auch fände er es interessant, den Film aus der Perspektive von unterschiedlichen Charakteren zu betrachten: „Also, i glaub' schon, dass das toll wär', wenn man dann mitten unter am Thriller, im, im Krimi – a mal is ma der Mörder, a mal is ma des Opfer (*Lachen im Hintergrund*). Also, i denk' ma, des is' schon, des wär' schon sehr spannend. Da kann eben a den Film anfach dann ... weiß net, vü, viel eindrucksvoller sein, net. I man, ... es gibt sicher ... tolle Möglichkeiten.“ Diese Überlegung stößt auch bei anderen Teilnehmern auf Zustimmung.

Viel mehr würden sich die Befragten auch in dieser Gesprächsrunde wünschen, nach den gesehen Sendungen ein Feedback über das Fernsehgerät an die Sender schicken zu können oder im Chat mit anderen über das Gesehene diskutieren zu können. Auch hier spielen die Möglichkeit der Mitsprache und das direkte Feedback eine große Rolle. Frau Gerlich möchte „gern einfach meinen Senf dazugeben.“ Herr Dürnberger würde dies nutzen, „wenn's Einfluss hat aufs Sendeprogramm“. Frau Schrack und Frau Bayer stimmen ihm hierbei zu: „Dass man's irgendwem kundtun kann, ob einem das g'fallen hat oder net.“ (Frau Schrack)

Einigen Teilnehmern dieser Gruppendiskussion würde es ebenfalls gefallen, sich mit anderen Nutzern über das Fernsehgerät austauschen zu können. So sagt Frau Böhler: „Das wär' sicher

lustig, gell, denk ich mir. Also jetzt im, im Rahmen von Chats oder so was.“ Sie könnte sich auch vorstellen, dies über Spracheingabe zu machen. Sie führt weiter aus: „Vielleicht schaut ma allan Fernseh'n und möchte' irgendwem sagen, was des für a Schas war und ma hat kan. Also anrufen tut man dann a niemanden, aber des wär' vielleicht ganz lustig, ja.“ Für Frau Gerlich wäre dies „schon wieder zu viel ... Aufwand“. Am besten wäre für sie, wenn sie zur Stimmabgabe „nur klicken“ bräuchte. Auch Frau Schrack würde dies für Diskussionen rund um angebotene Inhalte eher weniger nutzen: „Hin und wieder, aber dann hab i in der Familie ... Leut' zum Diskutieren, die das auch gesehen haben.“ (*lacht*)

Personal Video Recorder

Für viele Probanden dieser Gruppendiskussion ist der Personal Video Recorder ein interessantes Angebot, da favorisierte Angebote dann „einfach abrufbereit“ wären, wie Herr Dürnberger im Gespräch angibt. Auch Frau Gerlich kann diesem Angebot ebenfalls Positives abgewinnen: „Man kann ja dann immer noch wählen, ob man das anschau'n will, oder nicht, net?“ Für Herrn Mehringer ist der PVR ein „interessantes“ und „zukunftsweisendes“ Angebot, das ihn mehr zufrieden stellen und ihm mehr bieten kann, „als nur allein eine Empfangsbox. Eine Empfangsbox würd', würde sozusagen nur den Zweck erfüllen, dass i wirklich dort, wo ich an miesen Empfang hab', an besseren Empfang hinbring'.“ Herr Mehringer würde sich *Die Simpons* oder *Star Trek* aufnehmen, „die da irgendwo laufen und ich komm heim und waß da direkt und i kann ma den ganzen Abend dann *Simpsons* anschau'n.“ Frau Schrack lehnt dies ab, da ihr die Bedienung ihres analogen Videorekorders sehr leicht fällt: „Na, ich glaub, des is' so eingeschränkt, des persönliche Programm, was i gern sehn möcht ... Hab' i mit a paar Handgriffe selbst programmiert.“ (*lacht*)

Eine willkommene Möglichkeit wäre für viele Teilnehmer auch, den PVR über das Internet oder das Mobiltelefon programmieren zu können: „Na ja, des hätt' i ma schon a paar Mal denkt. Echt, ja. Weil wenn ma weg is' oder auf Besuch is' irgendwo und so und denkt jetzt: ‚Sakra da is' was und der Videorekorder versäumt das Ganze'.“ Herr Baumann findet dieses Angebot ebenfalls „sehr brauchbar“.

Allerdings würden sich die meisten sich einen PVR nur kaufen, wenn die Kosten dafür erschwinglich wären, wie die Aussage von Herrn Kals deutlich macht: „Also, wenn der Videorekorder jetzt net mehr kostet, als was jetzt a Videorekorder kostet und i ma de ganzen Videokassetten spar' und der immer alles aufnimmt, was mich interessiert, dann sofort. Also, dann ... würd' i jetzt ins G'schäft gehen und ihn kaufen. Wahrscheinlich werf' ich meinen Fernseher auf den Müll.“ (*Lachen im Hintergrund*)

Elektronisches Kaufhaus

Das Elektronische Kaufhaus wäre nur für wenige Teilnehmer dieser Gruppendiskussion interessant. Dies liegt vor allem daran, dass man ihrer Meinung nach die Waren dabei nicht

richtig betrachten kann, was die Aussage von Frau Eppenschwendtner unterstreicht: „Na, i sog' a so, im Fernsehen wird's, wird's sicher immer besser vorg'stellt als wie was überhaupt is'.“ Herr Dürnberger würde nur Produkte erwerben, die er schon aus eigener Erfahrung und Nutzung kennt: „Ja, eben Wertkarte, oder ... wo i anfach waß, was des is'.“

Herr Kals könnte sich vorstellen, über das Fernsehen Produkte wie Kleidung anzusehen und dazugehörige Information abzurufen, in welchem Geschäft in seiner Nähe es die Ware gibt. Er würde dann dorthin gehen, da ihm „die Interaktion mit wirklichen Menschen“ wichtig erscheint. Hierbei stimmen ihm auch andere Diskussionsteilnehmer zu. Auch könnte er sich vorstellen, über das Fernsehgerät Preisvergleiche anzustellen, „wer ist der günstigste Anbieter da in der Umgebung und dann geh ich dort hin, na.“ Vorteile sieht er darin, über das Fernsehen mehr Informationen zu einem Angebot zu erhalten, „weil viele Verkäufer interessiert's vielleicht gar nicht, ob man als Kunde hinkommt (...).“ Frau Bayer könnte sich vorstellen, dass dieses Angebot gerade für berufstätige Menschen von Interesse sein könnte. Sie selbst geht aber zum Einkaufen gern außer Haus, da sie als Pensionistin dafür viel Zeit hat: „I bin froh, wenn i a mal aus dem Haus komm', dass ma net die Decke auf'n Kopf fällt (*lacht*), dann geht man halt herum und sucht, net? Man hat ja Zeit, das is' a Unterschied.“

Herrn Mehringers Äußerung zu diesem Thema umfasst wieder eine breitere Perspektive: „Ich meine, man könnte natürlich durch das Fernsehen sehr schön, also bei vor allem technik- und internetscheuen Leuten, könnte man schlicht und ergreifend, was weiß ich, so Internet-Kaufhäuser so wie *Amazon* sehr gut dort tarnen, sodass es nicht so ganz bö's computermäßig ausschaut. Im Prinzip wär's dasselbe, aber man könnte Hemmschwellen abbauen.“

Einstellung zur Digitalisierung des Fernsehens

Die meisten Teilnehmer dieser Gruppendiskussion zeigen sich der zukünftigen Entwicklung gegenüber eher positiv eingestellt und begrüßen auch die Umstellung. Allerdings nur unter der Voraussetzung, dass die Geräte voll einsatzfähig sind und alle digitalen Dienste auch funktionieren, wie durch die Aussage von Herrn Kals deutlich wird: „Wie will ma für so etwas, also ich nehme an, dass man mit so etwas Geld verdienen wird wollen, und dann hab ich mir gedacht: ‚Wenn des jetzt also net wirklich besser ist, als alles, was schon da ist, ja, wer wird dann dafür zahlen?‘ Also ich (*betont*) würde es nicht, des kann ich ganz klar sagen. Weil wenn i mi bemühen muss, dass ich was zusammenbring', auch beim Fernsehen, dann verzicht ich aufs Fernsehen. Also dann is' des für mi.“ Dennoch zeigt er sich von der Entwicklung „fasziniert“ und sieht durchaus, „welche unglaublichen Möglichkeiten da noch drinnen stecken“. Er spricht zwar während der Gruppendiskussion öfter an, Probleme mit der Technik gehabt zu haben und rechnet auch in Zukunft mit Problemen „Trotzdem hab ich auch jetzt die Phase, wo eigentlich sehr vieles nicht funktioniert hat, schon sehr spannend gefunden und äh ich kann nur sagen ich freu' mich drauf, also egal, was da kommt, es wird sicher spannend und lustig werden.“

Frau Gerlich erachtet die Umstellung für sich persönlich als „nicht notwendig“, gibt aber weiter an, sie sei ja „nicht allein auf der Welt“. Damit zeigt sie sich der Entwicklung gegenüber aufgeschlossen: „Ich bin zwar immer die, die hinten nach ist (*lacht*) und die, die ‚Nein‘ sagt. Aber in dem Fall muss ich sagen, das ist das Fernsehen der Zukunft, sicher.“

Frau Eppenschwendtner braucht ihrer Meinung nach das digitale Fernsehen nicht „unbedingt“, da sie grundsätzlich nur wenig fernsieht und zeitlich ausgelastet ist. Mit kritischem Unterton merkt sie aber auch an: „Man wird eh net viel was g’fragt, ob man das eigentlich will, oder net. Des kimmt und aus fertig.“ Dennoch hat sie im Testbetrieb die gute Bildqualität genossen und hebt dies am Ende der Diskussion noch einmal hervor.

Frau Schrack ist dagegen äußerst zuversichtlich, dass sich das Angebot in ihren Alltag integrieren und auch problemlos funktionieren wird: „Und alles Neue, was kommt is’ meistens eh, dass man sich rasch dran gewöhnt ... und ... nach einer gewissen Zeit damit lebt, als wär’s immer schon da.“ Auch Frau Bayer und Herr Baumann schließen sich dieser Meinung an.

Frau Böhler findet die Umstellung „spannend“. Sie wünscht sich aber für die Zukunft, dass sie nicht „extrem gezwungen“ wird, ihre „Fernsehgewohnheit zu ändern“. Sie fürchtet, dass „unmenschliche Änderungen kommen werden“. Darunter versteht sie „dass das Bild nur mehr so klein ist und 90 Prozent von Werbung verdeckt ist“. Aber auch sie ist davon überzeugt, dass es „eigentlich nur noch besser werden“ kann.

Der Umstellung gegenüber kritisch zeigt sich Herr Mehringer, der sich fragt, „wie der *ORF* äh ... alle Zuschauer motivieren ... können wird, Geräte zu kaufen, die das dann empfangen können“. Er vermutet vor allem finanzielle Interessen dahinter: „Des is’ Geld verdienen anfach durch die Hintertür eingeführt, durch einen Zwang, der einfach durch die technischen Gegebenheiten ... anfach dann da ist. Willst du fernsehen, dann musst du (umsteigen), sonst kannst nicht mehr fernsehen.“ Für ihn ist klar, dass er das digitale Fernsehen und seine Zusatzangebote noch über einen längeren Zeitraum weg ausprobieren muss: „Um sich wirklich da die Zukunft vorzustellen, würd’ ich sagen, muss man’s wirklich ... lange testen und wirklich sagen: ‚O.K, es ist jetzt mein Alltag, ist das digitale Fernsehen geworden‘, so nach einem Jahr, und dann kann man wirklich beantworten: Hat sich das wirklich in meinem Alltag integriert, oder integrieren lassen, oder nicht? Hab ich das akzeptiert? Weil so ist es nur ... eine Testsituation.“

Herrn Dürnberger fällt die Einschätzung schwer, da für ihn die Zeitspanne im Testbetrieb bisher noch zu kurz war, um eine Einschätzung abgeben zu können. Für ihn steht aber vor allem fest, dass die Umstellung für ihn so wenige Kosten wie möglich aufwerfen darf. Auch für Frau Bayer steht bei der Umstellung im Vordergrund, dass die Technik funktioniert und die Kosten dabei für sie gering bleiben.

4.2.3 Resümee

Geschlecht erweist sich als zentraler Faktor

Wie sich bei den Gruppendiskussionen in Graz gezeigt hat, kommt hier vor allem dem Faktor Geschlecht eine wichtige Rolle zu, das Bildungsniveau spielt dagegen nur eine untergeordnete Rolle. So haben sich vor allem die männlichen Teilnehmer intensiver mit den technischen Anwendungen und den Angeboten im Testbetrieb auseinander gesetzt und auch eher die Bereitschaft gezeigt, diese auch auszuprobieren.

Dennoch sind nicht alle Männer gleichermaßen an den neuen Entwicklungen interessiert. So zeigt sich Herr Taxacher (30) am meisten aufgeschlossen und übt so gut wie keine Kritik an der neuen Technologie. Er wäre sogar bereit, für einige Dienste zu bezahlen. Der pensionierte Beamte, Herr Gratz (53), bei dem im Testbetrieb so gut wie alle Dienste funktioniert haben, hat lediglich Sicherheitsbedenken beim Kauf von Produkten über das Fernsehgerät und äußert sich kritisch gegenüber möglichen anfallenden Kosten. Herr Kals (33) hat durchaus schon ausgereifte Vorstellungen, was in Zukunft noch möglich wäre, gerade in den interaktiven Bereichen (z.B. Reisebuchungen über das TV-Gerät). Kritischer betrachtet der Herr Mehringer (30), die Umstellung. Er hat sich mit dem Angebot im Testbetrieb allerdings genau auseinander gesetzt. Herr Dürnberger (24) gibt sich äußerst zurückhaltend. Für ihn ist analoges Fernsehen ausreichend und er steht der Umstellung sehr neutral gegenüber, solange sich anfallende Kosten für ihn im Rahmen halten. Patrick Urban (14), der das Fernsehen eher als Nebenbei-Medium nutzt, und bei dem die Zusatzangebote nicht funktioniert haben, steht dem digitalen Fernsehen eher gleichgültig gegenüber: Er zeigt sich aber an gewissen Angeboten wie Video on Demand oder mobilem Fernsehen interessiert. Seine Umgangsweise steht vor allem mit seiner Freizeitgestaltung in Zusammenhang.

Unter den Frauen ist Frau Böhler die einzige, die dem digitalen Fernsehen und auch einigen interaktiven Diensten gegenüber aufgeschlossener ist. Sie ist grundsätzlich an Technik interessiert und bezeichnet die Umstellung der Übertragungswege als „spannend“. Sie wünscht sich aber für die Zukunft, dass sie nicht „extrem gezwungen“ wird, ihre „Fernsehgewohnheit zu ändern“. Frau Perolini (38), die dem Fernsehen grundsätzlich sehr kritisch gegenüber steht und Printmedien und Büchern mehr Qualität zuschreibt als AV-Medien, legt diese Haltung auch bei DVB-T an den Tag. Sie betont auch, keine „Sklavin“ des Fernsehens sein zu wollen und begrüßt das digital-terrestrische Fernsehen daher nur bedingt. Da sie sehr viel mit dem PC und dem Internet zu tun hat und benutzerfreundliche Anwendungen und schnelle Datenverbindungen gewohnt ist, vermisst sie dies beim digitalen terrestrischen Fernsehen noch sehr und stellt auch während des Gesprächs immer wieder Vergleiche zwischen den beiden Medien an.

Auch können sich Männer eher für mobiles Fernsehen begeistern als dies bei Frauen der Fall ist. Ihnen gelingt es eher, sich von der Vorstellung zu lösen, dass das TV-Gerät stationär gebunden ist und sehen durchweg auch Vorteile in dem Angebot. Weibliche Teilnehmerinnen dagegen äußern eher Bedenken. Diese drehen sich dann auch vor allem um gesellschaftliche und soziale Belange. So kritisieren sie die Möglichkeit, den Fernseher überall mit hinnehmen zu können und sorgen sich darum, dass die zwischenmenschliche Kommunikation unter der Nutzung von mobilem Fernsehen leiden könnte. Auch hierbei bildet Frau Böhler wieder eine Ausnahme, sie kann sich sehr wohl vorstellen, ein mobiles Gerät in den Urlaub mitzunehmen.

Faktor Alter stellt sich als Hemmschwelle auf dem Weg zur neuen Technologie dar

Die älteren Probanden, die in Graz befragt wurden sind allesamt Frauen über 60 mit mittlerer bis höherer Bildung. Sie zeigen sich dem neuen Angebot gegenüber aufgeschlossen, hatten aber mitunter Probleme mit der Handhabung der interaktiven Zusatzangebote, was negative Folgen hatte: So verzichtete Frau Bayer gänzlich auf die Nutzung des elektronischen Programmführers, da sie für sich keinen persönlichen Vorteil daraus ziehen konnte: „Dann hat ma natürlich a mal a ganze Woch'n überhaupt net mehr g'schaut, weil eh keine Daten vorhanden waren.“ Frau Gerlich und Frau Bayer, konnten ihre anfänglichen technischen Probleme aber überwinden, indem sie sich telefonisch fachlichen Rat eingeholt oder auch Familienmitglieder um Hilfe gebeten haben. Verlieh dies erfolgreich, konnten sich die älteren Nutzerinnen mit den neuen Diensten durchaus anfreunden und lernten sie zu schätzen: „Und dann sin' ma halt so im Laufe der Zeit auf alles drauf'kommen. Des war auch richtig spannend, muss ich sagen. Und jetzt hab' i mi sogar dann leicht 'tan, und i hab richtig Spaß g'habt eigentlich in der Zeit jetzt.“ Für sie hat sich dadurch die Akzeptanz gegenüber digitalem Fernsehen deutlich verändert. Zwar ist Frau Gerlich nach wie vor der Meinung, dass sie die Digitalisierung nicht unbedingt betreffe und sie diese auch brauche, trotzdem ist die zukünftige Entwicklung für sie „das Fernsehen der Zukunft, sicher“. Gerade die älteren Teilnehmerinnen erhoffen sich von der Digitalisierung in Zukunft noch mehr Angebote mit den von ihnen favorisierten Inhalten wie Kultur und Reisen.

Mit Interaktivität wird Mitbestimmung und Meinungsfreiheit verbunden

Im Gespräch wurde auch deutlich, dass die Probanden nicht zwischen interaktiven Diensten, dem digitalen Datentext, den Portalen der Sender oder dem EPG unterscheiden. Alle Zusatzangebote fallen für sie unter das Schlagwort „Interaktivität“. Mit einzelnen Begriffen wussten einige Befragte nicht viel anzufangen. Im Lauf der Gespräche zeigt sich aber, dass sie die Dienste durchaus genutzt hatten. In diesem Zusammenhang wird deutlich, dass die Nutzer sich vom digitalen Fernsehen vor allem zeitliche Flexibilität erwarten. So zeigen sie sich sehr interessiert an Video on Demand, das ihnen ermöglicht, sich TV-Inhalte nach eigener Zeiteinteilung abrufen zu können. Gerade für jene Probanden, die ihre

Freizeitgestaltung nicht auf das Fernsehen abstimmen wollen, ist diese Technik ein willkommenes Angebot, die es ihnen ermöglicht, auf ihre favorisierten Inhalte jederzeit zugreifen zu können, ohne dabei einen Videorekorder einsetzen zu müssen.

Interaktivität verbinden die Probanden in dieser Gruppendiskussion vor allem mit Mitbestimmung und Meinungsfreiheit. Sich über die Fernbedienung sofort und spontan zum Programmangebot äußern zu können, erscheint ihnen als äußerst wünschenswerte Funktion und als Garant für Meinungsvielfalt, da jeder Nutzer im Prinzip an derartigen Umfragen teilnehmen kann. Auch über das Fernsehen Adressen von Sendeanstalten abrufen zu können, um so bei Bedarf Kontakt zum Produzenten aufnehmen zu können, bietet einen Mehrwert. Die Möglichkeit über das TV-Gerät Zusatzinformationen zum Programm, zu Schauspielern, Moderatoren oder ähnlichem abrufen zu können, erscheint den Teilnehmern ebenfalls als interessante Option. Gerade Herr Gratz und Herr Taxacher geben an, diese Informationen im Netz niemals abrufen zu wollen. Wenn ihnen aber in dem Augenblick, in dem Bedarf an derartigen Informationen herrscht, diese auch zur Verfügung stehen, greifen sie sehr wohl auf das Angebot zurück.

Digitalisierung stößt auf positive Resonanz – funktionierende Technik vorausgesetzt

Der Einführung von digitalem terrestrischem Fernsehen stehen die meisten Probanden in Graz aufgeschlossen – wenn auch nicht kritiklos – gegenüber. In den Gruppendiskussionen werden von einigen Probanden nicht funktionierende Anwendungen, lange Wartezeiten oder schlechte Umsetzung der Zusatzdienste bemängelt. Dies scheint auch der Grund dafür zu sein, dass einige Befragte den künftigen Entwicklungen noch etwas kritisch gegenüberstehen, wie dies vor allem bei Frau Perolini, zum Teil aber auch bei Patrick Urban, deutlich wird. Jene Teilnehmer, die im Testbetrieb schlechte Erfahrungen mit der Technik gemacht haben, fordern ein funktionierendes System. Fernsehen soll keinesfalls komplizierter werden, als es bisher für sie war: „Weil wenn i mi bemühen muss, dass ich was zusammen bring’, auch beim Fernsehen, dann verzicht ich aufs Fernsehen. Also dann is’ des für mi.“ (Herr Kals)

Es ist auch nicht allen Grazer Probanden bewusst, dass analoges terrestrisches Fernsehen in einigen Jahren komplett abgeschaltet werden soll. In dieser Hinsicht besteht eindeutig noch Informationsbedarf. Dies bezieht sich sowohl auf die Möglichkeiten und den Mehrwert, den DVB-T bieten kann, als auch auf den zusätzlichen (finanziellen) Aufwand, der auf die zukünftigen Nutzer zukommt.

4.3 Ergebnisse der Gruppendiskussionen mit zukünftigen Nutzern

4.3.1 Gruppendiskussion 1: Jugendliche in Salzburger Kleinstadt

Die Gruppendiskussion fand im Raum eines Pfadfinderheims in einer Kleinstadt im Bundesland Salzburg statt. Anwesend waren 24 Mitglieder der Pfadfindergruppe im Alter zwischen 14 und 17 Jahren, die alle noch zur Schule gehen, sowie der Gruppenleiter und sein Helfer.⁵⁵

Kurzbeschreibung der Teilnehmer und Gesprächsverhalten

Die Gesprächsatmosphäre war äußerst angenehm, die Jugendlichen schienen Spaß am Thema und am Diskutieren zu haben. Die Interviewerinnen wurden sehr freundlich empfangen. Den Jugendlichen wurde viel Raum für Fragen zum Thema gewährt. Dies trug dazu bei, die Vertrauensbasis zwischen Befragten und Interviewerinnen zu stärken; der Eindruck des „Ausgefragt-Werdens“ wurde damit verhindert sodass die Gesprächsbereitschaft der jungen Leute sehr hoch war. Neun der Jugendlichen beteiligten sich aktiver am Gespräch, die übrigen 14 äußerten sich so gut wie gar nicht oder nur durch Handzeichen. Jene, die sich zu Wort gemeldet hatten, vertraten ihre Meinungen und ließen sich auch nicht durch Äußerungen anderer Teilnehmer von ihrer Überzeugung abbringen. Die Jugendlichen ließen einander ausreden und fielen sich nicht gegenseitig ins Wort, sie nahmen sich gegenseitig ernst. Die Lebenssituation jener fünf Mädchen und vier Jungen, die sich öfter zu Wort gemeldet hatten, wird im Folgenden etwas genauer beschrieben:

Silvie (14) lebt mit ihren Geschwistern (12, 15 Jahre) und ihren Eltern (beide über 40) in einem Einfamilienhaus. Ihr Mutter und ihr Vater arbeiten als Bankangestellte. Evita ist 15 Jahre alt, sie lebt mit ihren Eltern und ihrer zwölfjährigen Schwester in einem eigenen Haus. Ihre Mutter (38) arbeitet als Buchhalterin, der Vater (42) ist als Richter tätig. Maria (15) lebt mit ihren Eltern und zwei Geschwistern im Alter von fünf und zwölf Jahren in einem Einfamilienhaus. Ihre Eltern, beide unter 40, arbeiten als Rechtsanwälte. Lea (16) ist Schülerin und lebt mit ihrer Familie in einem eigenen Haus. Sie hat noch vier Geschwister (Vierlinge im Alter von 17 Jahren). Ihre Eltern sind 43 und 48 Jahre alt. Die Mutter arbeitet als Universitätsprofessorin, der Vater als Gemeindesekretär. Helena ist 17 Jahre alt und lebt mit zwei Geschwistern im Alter von 20 und 21 Jahren sowie ihren Eltern in einem eigenen Haus. Ihre Mutter (47) ist als Hausfrau tätig, ihr Vater (49) ist Bediensteter.

Gerd ist 14 Jahre alt. Er lebt gemeinsam mit zwei kleineren Geschwistern, drei und fünf Jahre alt, und seinen Eltern in einem eigenen Haus. Seine Eltern sind 39 und 43 Jahre alt und beide als Lehrer tätig. Dario ist 14 Jahre alt und wohnt mit seiner Schwester (16) und seinen Eltern in einer Mietwohnung. Die Eltern sind 42 und 44 Jahre alt und arbeiten als Lehrer. Herwig ist

⁵⁵ Dies hatte jedoch keinerlei Auswirkungen auf das Gesprächsverhalten der Teilnehmer. Von der Kontaktperson waren allerdings nur 15 Jugendliche für die Teilnahme angekündigt. Da aber alle Mitglieder der Gruppe zur Diskussion kamen, stieg die Zahl auf 24 (15 Mädchen, neun Jungen) an.

15 Jahre alt und wohnt mit seinem Bruder (21) und seinen Eltern in einem eigenen Haus. Seine Mutter, Hausfrau, ist über 50, sein Vater, von Beruf Tunnelbautechniker, ist über 60 Jahre alt. Sandro (15) lebt mit seiner Familie in einem eigenen Haus. Seine Mutter (43) ist Hausfrau, sein Vater (50) ist Bürokaufmann. Leon (17) lebt mit seinen Geschwistern und seinen Eltern in einem eigenen Haus. Seine Mutter ist Hausfrau und sein Vater Geschäftsführer.

Einstellung zum Fernsehen allgemein

Fernsehen spielt im Leben der meisten Teilnehmer in dieser Gruppendiskussion durchaus eine Rolle, vor allem zum „Relaxen nach der Schule“. (Hannah) Wegen ihrer aktiven Freizeitgestaltung tagsüber schauen die Jugendlichen häufig abends fern. Lediglich Evita gibt an, zu Hause keinen Fernseher zu haben. In ihrer Familie wird bewusst darauf verzichtet. Sie erzählt aber, dass ein Fernseher in Situationen, in denen ihr langweilig sei, für sie als Unterhaltungsmedium durchaus von Interesse wäre. Evita, die ja kein TV-Gerät zu Hause hat, schaut auch nicht fern, nur gelegentlich bei Freunden und Verwandten. Silvie und Maria sehen ein bis zwei Stunden täglich fern. Helena schaut weniger als eine Stunde pro Tag. Lea gibt an, drei bis vier Stunden täglich zu schauen. Von den Jungen schauen Dario, Herwig und Leon zwischen zwei und drei Stunden pro Tag. Gerd dagegen nutzt das Gerät weniger als eine Stunde täglich.

Fernsehempfang/ Programmvielfalt/ Bild- und Tonqualität

Evita ist die einzige in dieser Gruppendiskussion, die kein TV-Gerät zu Hause hat. Mit dieser Situation zeigt sie sich sehr zufrieden, da sie überzeugt ist, dass sie viel mehr Zeit hat, um sich mit Freunden zu treffen und andere Freizeitaktivitäten durchzuführen. Lea, Maria und Silvie haben zuhause Fernseher mit Satellitenanschluss. Sie können alle mehr als 40 Kanäle empfangen. Mit dieser Anzahl und auch mit den gezeigten Inhalten zeigen sich die drei Mädchen zufrieden. Silvie hat außerdem im Kinderzimmer ein TV-Gerät mit Antennenanschluss. Herwigs Familie verfügt über zwei Fernseher mit Antennenanschluss. Er bedauert sehr, dass ihm nur fünf Programme zur Verfügung stehen. Ebenso unzufrieden ist er auch mit den ihm gebotenen Inhalten. Gerd, Helena, Sandro und Dario haben zuhause TV-Geräte mit Kabelanschluss, sie können damit zwischen mindestens 21 Programme empfangen. Dies ist für die Jugendlichen durchweg ausreichend. Helena, Sandro und Dario sind auch mit den gebotenen Inhalten durchaus einverstanden. Gerd stellt die TV-Angebote dagegen nicht unbedingt zufrieden. Leon steht als einzigem Teilnehmer bereits digitales Kabelfernsehen zur Verfügung. Damit kann er bis zu 40 Programme empfangen. Begeistert ist er vor allem von der Bild- und Tonqualität; das Mehr an Sendern ist für ihn dagegen „irrelevant“, da ihm die Sender, die ihm durch die Umstellung zur Verfügung stehen, inhaltlich nicht unbedingt ansprechen.

Programmvierfalt ist nicht für alle Jugendlichen gleichermaßen wichtig. Sarah, die rund 30 Programme empfangen kann, nutzt vor allem Musiksender und ist daher mit vier dieser Spartenkanäle zufrieden: „Ich hab schon ein paar Sender, aber i brauch net so viele halt. Bei mir is’ wichtig, eigentlich Musiksender.“ Gelegentlich schaut sie auch Privatsender wie *Pro7* und *RTL*. Für andere Teilnehmer dagegen ist es „sehr wichtig“ (Silvie), so viele Sender wie möglich zur Verfügung zu haben, auch, wenn sie bereits aus einer breiten Palette schöpfen können. Denn wie manche Jugendliche angeben, finden sie trotz großer Auswahl nicht immer eine passende Sendung. Mehr Programme bedeutet für sie vor allem auch die Chance, je nach Nutzungsmotiv, auch ein passendes Angebot zu finden. Herwig, der Antennenfernsehen zu Hause hat, würde sich eine größere Auswahl wünschen: „Am Sonntag is’ meistens voll der Schas. Bei de fünf Sender jo sowieso und da wär’s schon nett, wenn ma a bisserl mehr Auswahl hätte oder so.“ Für ihn wäre es am besten, so viele Sender empfangen zu können „wie rein gehen“.

Kenntnisse über digitales Fernsehen/ DVB-T

Etwa die Hälfte aller Jugendlichen, die während der Gruppendiskussion anwesend waren, hat den Begriff „digitales Fernsehen“ bereits einmal gehört. Kaum einer von ihnen kann sich darunter aber etwas Konkretes vorstellen. Leon, der ja schon digitales Kabelfernsehen zu Hause hat, gibt an, dass man für den Empfang „so a Computer-Box“ brauche. Michael verbindet den Begriff mit „besserer Qualität“, weiß aber auch, „dass man halt net nur Informationen vom Fernseher kriegt, sondern a irgendwas selber a no irgendwie hinschicken kann, oder irgend so“. Herwig kennt den Begriff aus einem Werbespot des *ORF*: „Da gibt’s a blöde Werbung im Fernsehen.“ Er meint damit den Spot zum „Sendersuchlauf“. Die übrigen Teilnehmer haben davon noch „nie g’hört“ (Lea). Gerd hat den *Prime Timer*⁵⁶ zu Hause, der ihm bereits Angebote, wie z.B. den EPG, zur Verfügung stellt. Mit dem Begriff „mobiles Fernsehen“ können die wenigsten Teilnehmer in der Gesprächsrunde etwas anfangen. Lisa und Tina stellen sich vor, dass dies per Telefon möglich sei.

Interaktive Dienste

EPG

Auf breites Interesse stößt der EPG in dieser Gruppendiskussion. Gänzlich auf eine Fernsehzeitschrift verzichten würden aber nur wenige wie beispielsweise Silvie: „I find des voi cool mit dem – wie a immer die Dinger do heißen – mit dem Zeitschrifteninhalten, dass ma dann die *Tele* nimma braucht, sondern den Fernseher.“ Ein Mädchen ist davon überzeugt, dass sie mit Hilfe der Elektronischen Programmzeitschrift einen schnelleren Überblick über das Programmangebot hat. Positiv aufgenommen wird auch die Möglichkeit, sich ein nutzerspezifisches Profil anzulegen. Michael würde sich dafür Spracheingabe wünschen.

⁵⁶ Dabei handelt es sich um einen Festplattenrekorder, der auch analoges Fernsehen aufzeichnen kann.

Lediglich Lea, deren Familie sieben Personen umfasst, hat Bedenken: „Aber wenn do jetzt mehrere Leut in einer Familie sind (...) und dann will jeder natürlich sei eigenes Programm und dann schickt er dir glei so Listn her, da kannst ja gleich in der Zeitung oder so a nachschau'n.“ Sie gehört auch zu den wenigen in der Gruppe, die das Fernsehgerät aufdrehen, ohne vorher auszuwählen. Alles andere ist für sie „viel zu zeitaufwendig“.

Interaktive Zusatzangebote zum laufenden Programm

Den analogen Telext nutzen rund 20 Teilnehmer dieser Gruppendiskussion. Er erscheint den meisten aber als veraltet und überholt: „Na der soll net so bleiben, der soll sich verändern.“ (Lea) Für viele ist die Handhabung zu umständlich, und das Blättern in den Seiten dauert zu lange. Außerdem kritisiert Lea: „Er zeigt nur den nächsten Film der kommt und net die was, was nachher kommen.“ Daher erscheint der digitale Infotext den meisten Jugendlichen eine interessantere Variante zu sein. Sie würden dann verstärkt Nachrichten, Sportergebnisse wie z.B. „von Fußball, der ganz'n Liga“ abrufen. Interessiert wären sie aber auch altersgemäß an Infos zu Stars aus der Film- und Musikwelt.

Großes Interesse herrscht sowohl bei Jungen als auch bei Mädchen an der Möglichkeit, sich per Chat mit anderen Nutzern zu unterhalten. Dies wäre vor allem bei Musiksendungen und Serien wie *Marienhof* „cool“ und „geil“. Evita ist etwas hin und her gerissen. Zum einen findet sie es „schon irgendwie erschreckend, dass ma vom Fernseher so abhängig werden kann, bzw. wahrscheinlich zwangsweise wird“, andererseits sieht sie aber auch Vorteile darin: „Aber irgendwie is' schon klass, wenn ma a bisserl mehr damit mach'n kann, vielleicht auch Leut kennen lernen kann, übern Fernseher, so wie übers Internet. Des tät i schon irgendwie klass finden“. Gerd würde den Chat als einziger gar nicht nutzen: „Do muss ma schreiben, do muss ma schau'n und dann ... Des is' stressig.“

Ihrem Alter entsprechend, interessieren sich die Jugendlichen vor allem für das Angebot, per Fernbedienung Musiktitel zu bestellen. Allerdings nur dann, wenn dies auch kostenfrei wäre. Sandro ist der einzige, der angibt, dass ihn dieses Angebot nicht interessieren würde. Er nutzt zwar Musikfernsehen, hört aber lieber CDs. So kann er sich sein eigenes Musikprogramm zusammenstellen. Quizshows gehören in dieser Runde nicht zu den favorisierten Sendungen. Das Format könnte für diese Altersgruppe allerdings interessanter werden, wenn es möglich wäre, sich als Publikumsjoker zu beteiligen oder während der Sendung zu Hause mit zuraten.

Die Zahlungsbereitschaft der Teilnehmer dieser Gruppendiskussion ist grundsätzlich mehr als gering. Dies zeigt sich auch bei der Möglichkeit, per Fernbedienung an Voting-Sendungen teilzunehmen. Das Interesse daran ist zwar groß, aber nur, solange dafür nichts bezahlt werden muss, „weil wenn das was kostet, is' des relativ uninteressant“ (Leon). Er würde sich aber auch nicht beteiligen, wenn es kostenlos wäre, da ihn das Format ohnehin nicht

interessiert. Andere Teilnehmer, vor allem Mädchen, geben an, sich bereits per SMS oder telefonisch an Abstimmungen beteiligt zu haben.

Weniger Sinn sehen einige Teilnehmer darin, über gesehene Sendungen abzustimmen. Sandro erscheint die Möglichkeit der Abstimmung irrelevant: „Ja, aber des bringt’s jetzt oft gar net, wenn i eh digitales Fernsehen hab, kann i umschalten auf an anderen Film.“ Helena glaubt, dass jene Filme besonders oft gespielt würden, die von den Zuschauern gute Noten erhalten haben und ist davon überzeugt: „Und die anderen setzen’s dann ab.“

Teleshopping/ Interaktive Werbung

Äußerst kritisch stehen die meisten Jugendlichen der Möglichkeit des Teleshoppings über das TV-Gerät gegenüber. Zum einen scheuen sie die Kosten, zum anderen gehen sie auch lieber selbst einkaufen. Dennoch hängt das Interesse auch von der Art der Ware oder Dienstleistung ab, die in Anspruch genommen wird. So interessiert sich nur eine Teilnehmerin, Helena, für die Möglichkeit, sich Soundtracks von laufenden Filmen oder Musik-CDs zu bestellen: „I fände des super!“ Silvie dagegen ist überzeugt: „Da kann ich auch ins Geschäft schauen.“ Evita befürchtet, dass sie dann eine CD bestellt, von der ihr nur ein Lied gefällt und die übrigen ihren Geschmack nicht treffen. Michael könnte sich vorstellen eine CD über das Fernsehgerät zu kaufen, wenn er die inkludierten Songs selbst aussuchen könnte. Leon befürchtet, dass es ihm über das TV-Gerät nicht möglich ist, Preise zu vergleichen: „Man hat ja sicher net die Preisauswahl jetzt, weil do gibt’s dann wahrscheinlich einen Anbieter und des kann ja auch a g’scheiter Einifahrer sein.“

Sich über das Fernsehgerät eine Pizza zu bestellen, stößt vor allem bei Silvie auf Interesse: „Mei, des wär’ klasse!“ Lea dagegen zeigt sich kritisch: „Da kannst ja dann alles bestellen, da stehst ja gar nimma auf, da machst ja gar keinen Sport mehr.“ Evita schließt sich ihr an: „Und überhaupt seh’ i da kein Problem, wenn ma jetzt zum Telefon geht und a Pizza bestellt.“

Helena, die Teleshopping aufgeschlossener gegenübersteht als ihre Altersgenossen, findet auch das Angebot interessant, über das Fernsehgerät Konzerttickets oder Kinokarten zu kaufen, „weil zum Beispiel manchmal muss ma halt dann voll lang such’n, bis ma irgendwie a Karten findet, und wenn halt dort jetzt die Karten anboten is’, und dann kann ma des kaufen, find i net schlecht. Beim Internet muss ma do irgendwie lang herumsuchen bis ma des findet“. Maria ist dagegen davon überzeugt, dass dieses Service auch über das Internet geregelt werden kann.

Wetten/ Spiele

Sich an Glücksspielen zu beteiligen, ist Angehörigen dieser Altersgruppe gesetzlich nicht erlaubt⁵⁷. Auch kleinere PC-Spiele über das TV-Gerät zu spielen, interessiert die Probanden eher weniger. Lediglich Lea könnte sich vorstellen, kleinere PC-Spiele über das Fernsehgerät zu spielen. Für Gerd wären Spiele dann interessant, wenn „der Fernseher so wie a Spielkonsole is“.

Internet- und Kommunikationsdienste

Geteilter Meinung sind die Jugendlichen über die Möglichkeit, über das Fernsehgerät auch Internet- und Kommunikationsdienste zu nutzen. Für einige ist dies gar nicht vorstellbar. Gerd, der bereits das Chatten am TV-Gerät als „zu stressig“ empfindet, sieht auch im E-Mail oder SMS verschicken keinen großen Sinn: „Ja nämlich des is’ irgendwie a lästig beim Fernsehen, dann will i fernsehen und net tausend andere Sachen.“ Lea stimmt ihm hierbei zu. Evita widerspricht ihnen aber: „Aber i mein, i denk mir, des E-Mail musst ja nur schreiben, wenn Du unter E-Mails rein gehst in dein Fernseher und des E-Mail schreibst, und wenn’s dich net interessiert, dann brauchst das ja net schreiben. Also, kann i mir net denken, dass des ablenkt.“

Auch Leon ist davon überzeugt, dass E-Mails am PC zu verschicken, praktischer sei, da das „in Sekundenschnelle“ erledigt sei. Es zeigt sich auch in dieser Altersgruppe, dass bestimmte Tätigkeiten und Anwendungen immer noch mit unterschiedlichen Medien verbunden werden. Evita findet Internet- und Kommunikationsdienste über das TV-Gerät zwar grundsätzlich positiv, kann sich aber nicht vorstellen, „wenn ma dann den Riesen Fernbildschirm da hat und dann a E-Mail drauf ...I weiß, aber sonst würd’ i ma schon ...“ Einige Jungen und Mädchen finden dagegen E-Mails über das TV-Gerät zu verschicken durchaus „praktisch“, wünschen sich dafür aber ein geeignetes Eingabegerät.

Mobiles und portables Fernsehen/ Mobile Multimedia Dienste

Mehr als die Hälfte der Teilnehmerinnen und Teilnehmer kann sich nicht vorstellen, mobile Geräte zu nutzen. So lehnt Michael es dezidiert ab, ein TV-Gerät im Auto einbauen zu lassen: „Im Auto, find i, des is’ a Blödsinn, weil wennst allein bist, kannst net schauen, und wennst zu zweit bist, dann fährst und der neben dir schaut.“ Auch Maria kann sich mit mobilem Fernsehen nicht anfreunden. Sie fürchtet dabei um soziale Kontakte: „Also, mir gefällt die Vorstellung von dem mitnehmbaren Fernseher gar net, weil i denk mir, dann sitzen alle im Bus, und manchmal trifft ma wirklich wen und dann sitzen da alle mit ihrem Kastl oder a in der Schule oder, des, in der Pause sitzen’s dann alle mit dem Fernseher do, des...“ Lea stimmt

⁵⁷ Ausgenommen sind von dieser Regelung Lotto, Toto sowie behördlich genehmigte Tombolaveranstaltungen. (vgl. Salzburger Jugendgesetz LGBl.Nr. 24/1999, §34)

ihr hier zu: „Sonst bist ja dann voll abgeschnitten von den anderen, du unterhältst di ja mit kei'm anderen Menschen mehr, weil du fernsehen tust, des bringt ja nichts!“ Dario, der mobiles Fernsehen „cool“ findet, widerspricht ihr: „Des heißt ja net, dass du die ganze Zeit fernsehen musst.“ Doch Lea fürchtet, dass der Fernseher dann „schon fast a Freund oder so“ wird, wenn man ihn die ganze Zeit bei sich „unterm Hemd“ trägt.

Dario würde vor allem auf mobile TV-Inhalte zurückgreifen, wenn ihm langweilig ist: „Zum Beispiel im Zug a Viertelstund' Fahrt und ihm is' voi langweilig, dann so einen Fernseher mithaben.“ Lea, die dem Angebot negativ gegenübersteht, macht ihn darauf aufmerksam: „Da gibt's ja was zum Lesen.“

Auch Silvie empfindet dieses Angebot als positiv. Für sie ist es wichtig, dass man selbstbestimmt damit umgeht, dass das Gerät nicht ständig läuft und man nur in ausgewählten Situationen darauf zurückgreift: „I weiß net, i find's halt ganz nett, wenn ma dann (...) einen tragbaren Fernseher hat, während dem Autofahren, und i mein, ma muss des Teil ja net wirklich immer dabei haben.“ Ein mobiles Gerät in den Camping-Urlaub mitzunehmen, hält sie ebenfalls für eine gute Idee. Sarah hält dagegen: „Dann is' des ja kein Urlaub mehr, oder, wenn i Urlaub mach, dann will i net fernsehen!“ Dario und Silvie widersprechen ihr. Aber Sarah führt weiter aus: „Wenn man den mal hat, dann tut man's. Ich glaub, da is' dann die Sucht so groß.“ Silvie lässt das nicht gelten. Sie argumentiert damit, dass das Fernsehgerät ja auch zu Hause im Wohnzimmer immer zur Verfügung stehe, und dann „sitzt ja du a net den ganzen Tag von der Früh bis am Abend davor!“ Raphaela sorgt sich ebenfalls darum, dass der Fernsehkonsum ansteigt: „Jetzt tut man schon viel fernsehen und wenn man nachher immer einen mit hat, dann is' noch schlimmer.“ Lea und Evita stimmen ihr dabei zu.

Evita könnte sich vorstellen, dass ein portabler Fernseher dann von Vorteil wäre, wenn zu Hause Besuch ist: „Wenn zum Beispiel, denk i die Eltern irgendwelche Leut da haben, irgend a Besuch, und der Fernseher steht zufällig im gleichen Raum, kann man ja net elendslaut fernsehen, weil dann können's net miteinander reden. Jetzt könnt ma den zum Beispiel donn ins Zimmer rauf oder keine Ahnung wo mitnehmen und dann fernsehen, und des wär irgendwie g'schickter.“

Auch mobile Multimedia-Dienste stoßen auf geteiltes Interesse. Einige Teilnehmer würden dafür auf das Internet oder auch das Mobiltelefon zurückgreifen, vor allem dann, wenn die Dienste kostenpflichtig sind.

Einstellung zur Digitalisierung

Mehr als die Hälfte der Teilnehmer findet, dass sich Vor- und Nachteile der Digitalisierung die Waage halten, wie auch die Aussage von Helena deutlich macht: „I mein' es sind halt beide Seiten, es hat schon seine guten Sache, aber irgendwie denk i wirklich, dass sich jeder mehr einkapselt in sich selber und dann halt vielleicht irgendwie net so kommunikativ is

alles.“ Sie findet digitales Fernsehen und alle Zusatzangebote zwar „schon gemütlich“ und kann sich auch vorstellen, „dass man’s ab und zu wirklich hernimmt“. Für sie ist auch von der Verfügbarkeit her gleichbedeutend, „wie wenn du einen Fernseher im Zimmer stehen hast, dann schaltest den halt a die ganze Zeit ein. Und i weiß net, des is’ glaub i, da a das Gleiche, des es dann nur aus reiner Gewohnheit“.

Zehn Teilnehmer der Gruppendiskussion finden die Umstellung der Übertragungswege eher bedenklich. Sarah ist davon überzeugt, dass Fernsehen durch die dafür benötigte Software komplizierter wird: „Ja kannst nachher voll des Problem mit der Software bekommen, oder irgend a kleiner Fehler oder irgendwas is’ ...“ Evita befürchtet, dass der Fernsehkonsum durch die Angebote des digitalen Fernsehens ansteigt: „Aber man schaut sich wirklich viel Schrott an, wenn man de Möglichkeit dazu hat, denk i. Es gibt sehr wenig Leut, die sich des Fernsehprogramm anschau’n, sag’n des und des will i zu der und der Zeit anschau’n und sich dann wirklich nur das anschau’n, was sie interessiert, sondern es gibt halt de meisten Leut, die einschalten und schauen, was es gibt und des dann vielleicht anschau’n. Und des find i schad.“ Sie und Lea können sich auch vorstellen, dass gerade ältere Nutzer mit dem Umstieg Probleme haben könnten. So fürchtet Lea, dass sich die Investition für eine neue Set-Top-Box für alte Menschen nicht lohnt, weil diese „dann irgendwie nachher eh bald mal sterben“. Evitas Sorgen gehen in eine andere Richtung. Sie stellt sich vor, dass es älteren Menschen schwer fallen könnte, zu lernen „wie des jetzt funktioniert und keine Ahnung was, für die wird des sicher umständlich sein“.

4.3.2 Gruppendiskussion 2: Technisch Interessierte in Linz⁵⁸

Kurzbeschreibung der Teilnehmer und Gesprächsverhalten

Die Gruppendiskussion fand in einem Raum der Universität Linz statt. Anwesend waren vier männliche Teilnehmer. Der jüngste ist Dario Kramer. Er ist 24 Jahre alt, studiert Informatik in Linz und lebt gemeinsam mit einer weiteren Person in einer Mietwohnung. An der Gruppendiskussion beteiligt er sich rege und bezieht konkret Stellung. Er bleibt fast immer beim Thema.

Simon Bernegger ist 26 Jahre alt und studiert ebenfalls Informatik. Er lebt gemeinsam mit mehr als drei Personen ebenfalls in einer Mietwohnung. Er zeigt sich interessiert am Thema, beteiligt sich rege an der Diskussion, wartet allerdings, bis das Wort an ihn geht.

Alexander Reuters (26) studiert auch Informatik. Er lebt mit einer weiteren Person in einer Mietwohnung. Er ist ruhig, beteiligt sich jedoch aufmerksam und aktiv an der Diskussion. Dem Thema bringt er großes (technisches) Interesse entgegen. Er spricht strukturiert und in

⁵⁸ Da an dieser Gruppendiskussion lediglich vier Personen teilnahmen, wurde das Gespräch mit Mitgliedern der gleichen Nutzergruppe ein weiteres Mal in der Stadt Salzburg durchgeführt. Wegen der Relevanz der Ergebnisse wurden aber beide Gruppendiskussionen ausgewertet und in den Endbericht mit aufgenommen.

kurzen Sätzen. Clemens Harrer ist 26 Jahre alt. Er hat sein Studium bereits abgeschlossen und ist voll berufstätig. Gemeinsam mit einer weiteren Person lebt er in einer Mietwohnung. Er drängt sich während der Diskussion zuweilen in den Vordergrund, unterbricht andere Teilnehmer manchmal und kommt gelegentlich vom Thema ab.

Einstellung zum Fernsehen allgemein

Alle vier Teilnehmer stehen dem Medium Fernsehen sehr offen gegenüber. Für sie ist es Teil ihres Alltags und ihrer Freizeitgestaltung. Bei Herrn Kramer und Herrn Bernegger läuft das Fernsehgerät auch während sie am PC arbeiten: „Des bei mir eigentlich immer so, dass wenn i a Nacht durchprogrammier oder so, dass der Fernseher nebenbei rennt.“ (Herr Bernegger).

Alle vier Teilnehmer schauen eher ungezielt fern. Simon Bernegger zappt sich durch das Programm. Dabei kommt es aber vor, dass er kein Angebot nach seinem Geschmack findet. Wenn Clemens Harrer das Bedürfnis hat fernzusehen, schaut er auch schon mal Sendungen an, die er bereits kennt. Auch Herr Kramer schaltet solange durch die ihm zur Verfügung stehenden Sender, bis er eine ansprechende Sendung gefunden hat: „Also, kann sein, dass man hin wieder so Gustostückerln find.“

Fernsehempfang/ Programmvielfalt/ Bild- und Tonqualität

Herr Kramer verfügt über analogen Satellitenempfang, damit kann er aus über 40 Sendern auswählen. Allerdings schaut er meist nur jene Kanäle, die bei ihm die Speicherplätze eins bis zehn einnehmen. Findet er dort keine für ihn geeigneten Angebote, zappt er sich auch durch andere Sender. Herr Bernegger hat Kabelfernsehen in seiner Wohnung. Damit kann er zwischen 21 und 40 Kanäle empfangen. Auch er gibt im Gespräch an, nicht mehr als zehn der Sender zu nutzen, die ihm zur Verfügung stehen.⁵⁹ Seine Eltern haben Satellitenfernsehen zu Hause. Obwohl ihm dort eine größere Auswahl zur Verfügung stehen würde, nutzt er diese aber kaum, mit der Anzahl der Kanäle ist daher er zufrieden. Clemens Harrer und Alexander Reuters verfügen ebenfalls beide über einen Kabelanschluss und können über diesen Weg zwischen 21 und 40 Kanäle empfangen. Herr Harrer ist aber mit seiner derzeitigen Programmanzahl eher unzufrieden, eine „unbegrenzte“ Auswahl wäre mehr nach seinem Geschmack. Für ihn gilt: „Je mehr, desto besser“. Dabei wünscht er sich auch Spartenkanäle mit naturhistorischen oder technischen Inhalten oder auch Science-Fiction-Angeboten. Herr Reuters ist mit seiner Kanalanzahl sehr zufrieden. Auch er würde sich aber noch Spartenkanäle mit technischen und wissenschaftlichen Inhalten wünschen. Herr Kramer ist mit der Anzahl der Kanäle ebenfalls sehr zufrieden.

⁵⁹ Bisherige Untersuchungen zu „Kanaltraue“ und „Kanalheimat“ zeigen, dass Rezipienten „unabhängig vom konkreten Inhalt, die Angebote bestimmter Kanäle eher“ (vg. Hasebrink 2001, S. 35) nutzen als die anderer Anbieter. Der Proband Clemens Harrer stellt sich allerdings als eine Ausnahme dar.

Bild- und Tonqualität sind den Teilnehmern zwar allgemein wichtig, stehen aber nicht im Vordergrund. So gibt Herr Bernegger beispielsweise an, ihm seien Inhalte wichtiger als Bildqualität. Dennoch spielen eine bessere Bild- und Tonqualität in dieser Gruppendiskussion eine Rolle. Besonders wichtig ist dies vor allem für Herrn Reuters, um Inhalte auch aufzuzeichnen zu können. Mit VHS ist er äußerst unzufrieden und nutzt dies kaum mehr. Filme sieht er nur noch auf DVD. Herr Reuters bezeichnet seine Qualitätsansprüche als „nach oben hin offen“.

Herr Harrer ist mit der „derzeitigen Qualität“ für die meisten Angebote zwar zufrieden, allerdings wünscht er sich gerade für Filme eine bessere Qualität, so wie er sie von der DVD her kennt. Für ihn wäre es auch wünschenswert, bei fremdsprachigen Inhalten zwischen zwei Sprachen auswählen zu können. Er findet es schade, „dass das net genutzt wird“.

Programmviefalt ist gerade für Herrn Kramer und Herrn Harrer von besonderer Wichtigkeit: „Je mehr, desto besser“ (Clemens Harrer). Herr Harrer bezeichnet sich als „Fan von Spartensendern“, die ihm für seine Fernsehnutzungsbedürfnisse am besten geeignet erscheinen und ihm langes Suchen nach den von ihm favorisierten Inhalten, wie Science Fiction oder naturhistorische Sendungen, erleichtern würden. Herr Bernegger und Herr Reuters dagegen sind mit weniger Kanälen zufrieden. Herr Reuters wünscht sich zwar ebenfalls mehr Spartenkanäle, hat aber eigentlich keine Zeit, diese zu nutzen. Könnte er sich 20 Kanäle aussuchen, würde er „zehn Mainstreamsender und zehn Spartenkanäle“ wählen. Herr Bernegger gibt sich mit zehn Sendern zufrieden, da man seiner Meinung nach „eh nie alles durchschauen“ kann.

Kenntnisse über digitales Fernsehen/ DVB-T

Das Wissen über digitales Fernsehen ist in dieser Gruppe etwas über dem Durchschnitt. Die meisten Teilnehmer verbinden damit vor allem eine Verbesserung der Bild- und Tonqualität. Bestimmte Begriffe wie interaktives Fernsehen oder HDTV sind ihnen bekannt. Interaktivität wird vor allem von Herr Harrer mit Video on Demand verbunden, was er als „zukunftsweisend“ bezeichnet, da es ihm ermöglicht, eigenständig auszuwählen. Er gibt außerdem an, wenig über die technische Umsetzung zu wissen. Digitales Fernsehen ist ihm vor allem durch Beiträge im Fernsehen oder aus Printmedien bekannt. Herr Reuters hat sich im Zuge seines Studiums näher mit digitalem Fernsehen beschäftigt und weiß auch einiges über die Situation in Deutschland. Er weiß, was sich hinter DVB-T verbirgt. Von der Umstellung der Übertragungswege in Österreich erwartet er sich eine Verbesserung der Bild- und Tonqualität sowie eine Vereinfachung bei der Aufzeichnung von „Video- und Tonmaterial“. Herr Bernegger bezeichnet sich selbst als nicht besonders gut informiert. Er weiß aber, dass durch die Umstellung mehr Bandbreite und bessere Bildqualität zur Verfügung steht. Er verbindet Digitalisierung auch mit der besseren Archivierbarkeit von Daten. Nur Herr Reuters weiß, dass die analogen Frequenzen in Österreich in den kommenden Jahren abgedreht werden. Herr Bernegger und Herr Harrer war der Umstieg auf

digitales Fernsehen zwar „irgendwie klar“ (Herr Bernegger), dass es dafür bereits „ein Ablaufdatum“ gibt, wussten sie aber nicht.

Interaktive Dienste

EPG

Der EPG stößt in der Gruppe auf geteiltes Interesse. Herr Reuters gibt an, er brauche dieses Angebot nicht, da ihm ohnehin nur wenige Sender zur Verfügung stünden und diese auch ausreichen. Er würde den EPG allerdings verwenden, wenn er mehr als 50 Programme zur Auswahl hätte. Seiner Meinung nach könnte man dann „ohne so was nimmer leben“. So ist er auch davon überzeugt, dies „ab einem gewissen Umfang“ zu brauchen. Für ihn stellt der EPG die „logische Weiterentwicklung vom Teletext“ dar, den er eigenen Angaben zufolge „sehr viel verwendet“. Herr Kramer, dem digitales Satellitenfernsehen zur Verfügung steht, beklagt, dass der EPG nicht immer funktioniere. Trotzdem schätzt er das Angebot sehr, da es ihm einen Überblick über das Programm bietet. Er kann auch selbst einstellen, welche Sendungen zu welcher Kategorie gehören.

Kritisch betrachtet Herr Bernegger das Angebot. Er fürchtet, dass möglicherweise ohne sein Wissen, mit seinen Nutzungsdaten Marktforschung betrieben wird. Er gibt an, zwar keine Angst vor dem „gläsernen Menschen“ zu haben, aber zumindest wissen zu wollen, was mit seinen Daten passiert. Für ihn stellt der EPG auch keine Notwendigkeit dar, da er Informationen zum TV-Angebot auch über das Internet beziehen kann: „Na ja, es is im Prinzip genau das gleiche System wie man’s jo im Internet auf diversen (...) eh schon exakt hot, nachdem bei mir der Computer hundert Prozent von der Zeit rennt, bin i do sicher schneller, als wenn i’s beim Fernseher moch.“ Herr Kramer widerspricht ihm hier und argumentiert, dass es über das TV-Gerät schneller und einfacher wäre, die Informationen zu erhalten. Für Herr Bernegger zählt dieses Argument aber nicht: „Dann muass i zehn Meter zum Fernseher gehen, beim Computer sitz i schon.“ Herr Harrer hält den EPG für eine „sinnvolle“ Einrichtung. Für ihn wären dabei vor allem zusätzliche Informationen interessant: „Also interessant war’s vielleicht für’n selben, vom selben Regisseur oder so, also i hob grad den Quentin Tarantino g’sch’n, und jetzt möcht i schauen, wann rennt der nächste Quentin Tarantino, weil wie g’sogt, der Regisseur oder das Werk g’follt ma so guat, dass i wissen möcht’, welche anderen Werke hot der verfasst.“ Dem können auch Simon Bernegger, Dario Kramer und Alexander Reuters etwas abgewinnen. Für sie wäre es durchaus interessant, auch Informationen über Regisseure und Schauspieler – auch in den Werbepausen – abrufen zu können.

Interaktive Zusatzangebote zum laufenden Programm

Zusatzinformationen zum laufenden Programm stoßen auf großes Interesse in der Gruppe. Allerdings tauchen hier mitunter auch einige Zweifel auf. Herr Reuters findet es schwierig,

die Informationen so aufzubereiten, „dass die breite Masse das nachher akzeptiert“. Interessant wären für ihn „Detailinformationen zu dargebrachten Allgemeininformationen“, vor allem bei Dokumentationen. Herr Kramer fürchtet, dass „Detailinformationen wirklich für die guaten Filme nachher aufbereitet werden, für Dokumentationen noch, oba für die ganzen Schnellproduktionen oder so was, do wird dos überall fehlen. Im Grunde hot man wieder nur a halbes“. Für ihn stellt sich die Frage, ob es zukünftig möglich sein wird, diese Zusatzinformationen auch während der Werbepausen abzurufen. Er hält diese Möglichkeit jedoch für unwahrscheinlich, da die Werbetreibenden die angebotenen Produkte verkaufen wollen.

Für einige Teilnehmer wäre es interessant, ihre Meinung zu TV-Angeboten abgeben oder Rückmeldung an die Produzenten geben zu können. So ist Herr Reuters davon überzeugt, dass „fast in jeder Dokumentation“ Fehler vorkämen. Er würde es schätzen, direkt über das Fernsehgerät mit den Programmverantwortlichen „interaktiv“ in Kontakt treten zu können, um darauf hinzuweisen. Herr Kramer widerspricht ihm hier: „Wennst wirklich wos schicken wüllst, donn host eh meist die Möglichkeit per E-Mail. Und dos wird eh bestehen bleiben.“ Herr Bernegger bezweifelt, dass Rezipienten bei Beschwerden an die Programmmacher auf Antwort erhalten würden. Dennoch wäre es für Herr Kramer am besten, E-Mails gleich über das Fernsehgerät wegschicken zu können: „Weil wenn i wos schreiben wüll, dann wüll i’s glei schreben. Weil nachher vergiss i’s sicher. Zum Schluss schreib i nix mehr.“ Herr Harrer dagegen zeigt sich davon überzeugt, dass er bei besonderen Anliegen keinen Aufwand scheuen und E-Mails an den Anbieter auch zu einem späteren Zeitpunkt schicken würde.

Herr Kramer könnte sich für ein „Voting-Menü“ begeistern, das ihm per Fernbedienung eine anonyme Abstimmung zu einer Sendung ermöglicht. Für Herr Harrer würde dies zur „Qualitätssicherung“ beitragen. Er findet es „wichtig“, den „Sendern vielleicht“ die Möglichkeit zu geben, von den Rezipienten zu erfahren, wie eine Sendung von ihnen bewertet wurde. Dabei legt er Wert darauf, dass für den Zuschauer „Transparenz“ besteht, wie diese Daten verwertet werden. Allerdings sind die meisten Teilnehmer dieser Gruppendiskussion davon überzeugt, dass Bewertungen von Programminhalten nicht viel ändern könnten: „Leute, denen das g’follt, die schau’n das und die voten dann positiv. I werd net a Sendung o’schaun, de ma net g’follt und dann negativ voten. Dos is a Fehler im System schon mit dem Voten.“ (Herr Reuters) In der Gruppe kann sich keiner der Teilnehmer vorstellen, mit anderen Rezipienten in Kontakt zu treten, um sich über angebotene Sendungen zu unterhalten.

Clemens Harrer zeigt Interesse daran, sich per Fernbedienung an Voting-Sendungen wie *Pop Stars* oder *Big Brother* zu beteiligen. Er gibt an, seine Frau habe an derartigen Abstimmungen schon teilgenommen, und auch sein eigenes Interesse ist groß: „I tat schon gern mitvoten, gib i ehrlich zua, weil i gib gern mei Meinung kund, und wenn i wen net mog, donn mechat i des a ... senden.“ Für seine Beteiligung bezahlen würde er aber nicht. Herr Bernegger, der diesen

Sendungen gar nichts abgewinnen kann, würde lieber darüber abstimmen, „ob man des net obsetzen kann“. Herr Reuters stimmt ihm dabei zu.

Die Beteiligung an Quizshows per Fernbedienung oder auch als Publikumsjoker stößt in dieser Gruppe nur auf geringes Interesse. Herr Kramer würde mitmachen, wenn dies nicht kostenpflichtig ist.

Selbst eine Kameraperspektive bei Live-Events wählen zu können, ist für die Teilnehmer dieser Gruppendiskussion nur eine „Spielerei“ (Herr Reuters, Herr Harrer). Herr Harrer und Herr Kramer sind sich darüber einig, dass die Produzenten von Live-Events als Fachpersonal die besten Einstellungen für die Rezipienten auswählen würden: „Also i glaub, dass net sinnvoll ist, eher im Gegenteil. Weil wozu haben wir da Leit im Studio, die das wirklich g’scheit z’ommen schneiden, de hoben des g’lernt (...).“ Herr Bernegger gibt an, dass er dieses Angebot bei den Sendungen, die er regelmäßig schaue (Cartoons und Sitcoms), ohnehin nicht brauche. Einzig interessant wäre, wenn er über das TV-Gerät selbst eine Kamera steuern und nicht nur aus unterschiedlichen Perspektiven auswählen könnte. Auf mehr Interesse stößt in der Gruppe die Vorstellung, das Ende eines Filmes oder auch die Figurenperspektive selbst wählen zu können: „Des könnt lustig werden. Des wär vielleicht a bisserl mehr als a nette Spielerei.“ (Herr Reuters). Allerdings sind sich die Teilnehmer hier einig, dass dies „Heidenaufwand für den Regisseur“ bedeuten würde.

Teleshopping/ Interaktive Werbung

Shopping per Fernbedienung stößt in der Gruppe nur auf wenig Interesse. Lediglich Christoph kann sich dafür begeistern, da er sich vor allem bei Musik-CDs günstige Angebote erwartet. Allerdings ist er – wie auch Herr Reuters – der Meinung, dass sich Bestellungen über das TV-Gerät „nicht etablieren“ werden: „Dos wird nur in Kombination mit Internet, da hot man schon olles zur Verfügung. Vielleicht für - i weiß net – für, für Randbereiche, oder für Personen, die kein Internet haben, aber ... die, die Fernseher haben und Internet haben, die Deckung wird immer größer. Und deshalb glaub i net, dass do irgendein Bestellvorgang in Zukunft drüber abg’wickelt werden kann oder sollte.“ Herr Reuters und Herr Bernegger könnten sich vorstellen, über das Fernsehgerät Pizza zu bestellen, andere Produkte kommen für sie nicht in Frage. So gibt Herr Bernegger an, aus finanziellen Gründen grundsätzlich wenig zu kaufen. Auch informiert er sich im Internet lieber bei verschiedenen Stellen über die Angebote. Stünde ihm diese Möglichkeit beim digitalen Fernsehen ebenfalls zur Verfügung, würde er dies „eventuell“ nutzen. Er schränkt allerdings ein: „Oba wenn’s donn wirklich so is, dass dann irgendein Produkt bei irgendeinem Händler vorg’schlogen wird, und i muss mi drauf verlassen, dass dos was holbwegs Vernünftiges is’, hob i selber irgendwie z’wenig Kontrolle, drüber.“ Herr Reuters bezeichnet sich als „zu wenig spontan“ für Teleshopping. Er brauche immer länger, um sich für ein Produkt zu entscheiden.

Herr Kramer lehnt Bestellungen über das Fernsehgerät ebenfalls ab und wehrt sich gegen die Vorstellung, Produkte bloß zu kaufen, weil er sie in der Werbung gesehen hat. „I man, do kauf i wirklich noch da Werbung ein. Und des eigentlich des, wos i ned hoben wüll. Dass i des kauf, wos ma de vorkauen.“ Herr Bernegger stimmt ihm hier zu. Er würde die in interaktiven Werbespots angebotenen Informationen nicht abrufen: „Also, i würd’s sicher net nutzen, sondern mi eher im Internet schlau machen. Bei diversen Seiten, und vor allem, wo schon Leit mit dem Produkt g’orbeit hoben. Oder dos Produkt getestet haben.“ Er würde dieses Angebot außerdem als „störend empfinden“.

Wetten/ Spiele

Für Spiele am Fernsehgerät kann sich in dieser Gruppe niemand begeistern. Herr Bernegger gibt an, dass der PC für ihn das bessere Gerät sei, um zu spielen. Er kann sich nicht vorstellen, dass die angebotenen Spiele „was G’scheites“ sein könnten. Über das Fernsehgerät Wetten abzugeben, kann sich nur Herr Harrer vorstellen, da er dies auch bereits über das Internet gemacht hat.

Internet- und Kommunikationsdienste

An (eingeschränkten) Internet- und Kommunikationsdiensten über das Fernsehgerät besteht in dieser Gesprächsrunde wenig Interesse. Die Teilnehmer widmen sich in ihren Aussagen mehr der Konvergenz der Geräte. Dies kann auf ihr allgemein größeres Interesse an neuen Technologien zurückgeführt werden und auch darauf, dass alle Teilnehmer einen PC mit TV-Karte besitzen. Einige Teilnehmer bemängeln allerdings, dass die Geräusentwicklung ihrer Rechner zu laut sei und dies beim Fernsehen über den PC etwas störe. Herr Harrer, Herr Kramer und Herr Reuters zeigen sich – wie die Aussage von Dario Kramer zeigt – davon überzeugt, dass Internet und TV miteinander verschmelzen und für eine breite Masse nutzbar und leistbar sein werden, wie die Aussage von Herr Kramer zeigt: „Das heißt, im Grunde wird’s mal soweit kommen, dass der Fernseher Internetanschluss dabei hat, E-Mail, das heißt, dann wäre die nächste Möglichkeit, dass man über’s EPG direkt an Hyperlink auf die Seiten hot und donn von mir aus in der Werbepause suchen kann, surfen kann, oder was weiß i was.“ Herr Bernegger schließt sich dieser Meinung an. Er ist sich ebenfalls sicher, dass es in Zukunft nur noch ein Medium geben wird, das sowohl Fernsehen als auch Internetdienste anbietet: „Also, dass man donn nimma getrennt Computer und Fernseher hot, sondern wirklich oa Gerät und das hoßt donn holt Multimedia-Irgendwas.“ Seine Vorstellungen gehen aber noch darüber hinaus: „Oder net nur, dass dos ein Gerät is’, sondern, dass dos dann schon ins Haus integriert is’, dass man eben - wia scho g’sogt - mehrere Monitore, mehrere Eingabegeräte, was wirklich auf ein Gerät gehen, dass man donn weit mehr steuert: Heizung und ... Alarmanlage, Fenster auf und zu machen.“

Trotz dieser Überzeug formulieren die Teilnehmer dieser Gruppendiskussion einige Bedenken und widersprechen damit auch den zuvor genannten Ausführungen. So sorgt sich Herr Reuters hinsichtlich der Gerätekonvergenz vor allem um die Sicherheit, da für ihn die technische Handhabung nicht nachvollziehbar ist: „I hob donn nimmer die Möglichkeit, dass i des versteh' und weiß, was im Fernsehgerät drinnen vorgeht, und do können die Leut' noch sagen, das is' 100%ig sicher, solange i des net versteh', glaub i's net.“ Er befürchtet auch Probleme mit dem Datenschutz: „Sobald das Ding dann wirklich a Multimediazentrum is', mit Anschluss ans Internet (...), dann is' eh so was, und donn samma eh schon wieder fast beim gläsernen Menschen, und donn is' nämlich alles öffentlich.“ Herr Kramer stört der Aufwand bei E-Mails mit Dokumenten im Anhang: „Wenn i jetzt an Fernseher hob, der das E-Mail integriert hot; i kriag jetzt a E-Mail mit irgend am File (...) des wüll i öffnen, des geht net, weil do muss i die Programme doch oben hoben. Also dos geht eigentlich vom Computer, wo i di Programme installiert hab', wo i dos öffnen kann.“ Auch Herr Bernegger, Herr Reuters und Herr Harrer geben an, dass sie es als störend empfinden würden, während des Fernsehens E-Mails zu erhalten. Auch Online-Banking kommt für Herr Reuters nicht in Frage, da es ihm „zu risikoreich“ wäre und er es außerdem nicht „realistisch“ findet, während des Fernsehens „Telebanking-Sachen“ zu machen. Für ihn fällt dies unter die „Kategorie Arbeit“ und das ist seiner Meinung nach „eigentlich schon getrennt vom Fernsehen“. Er gibt außerdem an: „Wenn man am Computer arbeitet, donn is' ok, wenn der PC, der Fernseher nebenbei a bisserl rennt, und do hob i donn eh das Szenario, dass i wirklich neben dem Fernsehen E-Mails abrufen kann, und Telebanking und so weiter moch'n kann.“ (Herr Reuters)

Mobiles und portables Fernsehen/ Mobile Multimedia-Dienste

Nur ein Teilnehmer in dieser Gesprächsrunde kann sich wirklich für mobiles Fernsehen begeistern: Herr Reuters, der sich über dieses Thema bereits Gedanken gemacht hat, findet die Möglichkeiten des mobilen Fernsehens „sehr interessant“ und nennt gleich ein Beispiel: „Also, grad für's Auto zum Beispiel. I mein', als Fahrer kann ma net fernsehen, das versteht si von selber, ober dass ma den Fernseher donn überall mit hinnehmen kann, is' für mi' super. Also, (...) auf des g'frei i mi' wirklich schon (...).“ Er hat schon auf diese Entwicklung gewartet, „weil das Fernsehen, wie's jetzt is', is' wirklich komplett an die Antenne gebunden oder ansonst irgendwas Satellit oder Kabel und do is' ma total immobil, also, mit dem terrestrischen Fernsehen wird des ... also, vom technischen Aspekt her find i's super“. Herr Reuters kann sich mobiles Fernsehen auch mit kleineren Geräten vorstellen, die ihm vor allem dabei helfen sollen, Wartezeiten zu überbrücken und ihm als „Zeitvertreib“ dienen: „Donn wird's halt so werden, dass ma an kleinen Fernseher eing'schoben hat. (...) Und des find i schon super.“

Herr Kramer dagegen gibt an, mobiles Fernsehen nicht zu „brauchen“. Er kann aber nachvollziehen, dass es „hin und wieder mal praktisch“ wäre, „wenn i z.B. mit'm Bus fahr'

und i muss a viertel Stund warten. Donn is' dos vielleicht net schlecht“. Mobiles Fernsehen hat auch für Herr Harrer „keine Wichtigkeit“. Daher sieht er für sich selbst „keinen Bedarf“. Auf dem Weg in die Arbeit verbringt er seine Zeit vorzugsweise so: „Lieber a bisserl dösen, tu' lieber was lesen, unterhalt' mi mit Leut', mit Freunden.“ Wenig angetan von der Vorstellung, einen kleinen mobilen Fernseher mit sich herumzutragen, ist Herr Bernegger. Für ihn ist das TV-Gerät immer noch an seine Wohnung gebunden, wie seine Aussage deutlich macht: „I siag den Sinn eigentlich a net so drin. Weil wenn i fernsehen will, donn hock i mi eh vor'n Fernseher. Und wenn i irgendwas anders mach', dann wüll i net, dass i do des Gerät überall hin mitschleppen kann'.“ An den See oder zum Camping würde er das Fernsehgerät keinesfalls mitnehmen. In diesen Nutzungssituationen gibt er Büchern den Vorzug. Herr Bernegger könnte aber portablen Fernsehen etwas abgewinnen: „Höchstens neben dem Kochen, oder so. Da wär's no praktisch. Aber sonst?“

Wenig Interesse bringen die Teilnehmer dieser Gruppendiskussion auch interaktiven mobilen Diensten entgegen. Herr Reuters nutzt das Angebot, Zugtickets über das Internet zu bestellen, für ihn ist hiefür aber immer noch der Computer das tragende Medium. Auch Herr Bernegger sieht den Sinn in den Diensten nicht und würde diese „kaum“ nutzen, „weil die Möglichkeit gibt's quasi jetzt schon. Zwar net überall, wie's dann mit digitalem Fernsehen geht über terrestrisch, aber so in den Gegenden, wie mit W-LAN oder so, kannst das im Prinzip schon alles machen. Und des verwend' i trotzdem net, weil wenn i so was haben will, donn sitz' i eh dahoam am Computer und lade die Informationen halt herunter“. Es zeigt sich, dass in dieser Gruppe der technisch Interessierten Multimedia Dienste wie auch mobiles Fernsehen selbst die Vorstellungskraft der zukünftigen Nutzer zum Teil noch übersteigen und die Nutzung der Angebote an ein bestimmtes Medium oder auch an einen bestimmten Ort gebunden sind.

Einstellung zur Digitalisierung

Der Digitalisierung der Fernsehübertragungswege stehen die Teilnehmer dieser Gesprächsrunde im Großen und Ganzen positiv gegenüber, da sie darin hauptsächlich Vorteile sehen, wie die Aussage von Herr Reuters zeigt: „Aufgrund der Kriterien, dass man a bessere Bildqualität und die Möglichkeit hat, mobil zu sein. Weil man sich leichter tut, Sachen zu archivieren. Aber das kommt net direkt auf's terrestrische Digitalfernsehen ... also dos seh' i das digitale Fernsehen an sich also global - ob jetzt über's Kabel, über'n Äther, oder über'n Satellit, das ist dann eigentlich wurscht. (...) Hauptsache digital.“ Herr Kramer stimmt dieser Aussage zu. Herr Bernegger, der den Vorteil der Digitalisierung vor allem in der Möglichkeit sieht, mehr Programme übertragen zu können, gibt ein deutliches Statement ab: „Klar sollt' ma' umsteigen. I man, vom Schwarz-Weiß- zum Farbfernsehen, den Sprung hab'n ma' ja a irgendwann mal g'schafft.“

Herr Harrer sieht die Vorteile in der Umstellung der Übertragungswege in der Programmvielfalt und in der Interaktivität. Allerdings hält er die Umstiegsphase für zu „kurz

bemessen“. Dabei denkt er vor allem an Menschen, die technisch nicht so versiert sind wie er selbst: „Weil für mi is’ egal, also, i bin technisch sehr offen, sehr freiwillig und werd’ mir sicher in naher Zukunft vielleicht des mal anschauen oder mehr anschauen. Aber i hob do einfach a Bedenken gegenüber den Menschen, die dann halt sich a zusätzliches Gerät kaufen müssen oder das Gerät wegschmeißen müssen. Besonders bei die alten Leut, Pensionisten. Das ... do hob i ka guates G’fühl, dass dos so schnell weg’schmissen wird.“ Herr Reuters widerspricht ihm auch hier. Er ist davon überzeugt, dass auch für ältere Nutzer die „Vorteile überwiegen“ und die „Anbieter“ die Umstellung aus finanziellen Interessen „durchboxen“ werden. Herr Bernegger sieht den Vorteil an der Digitalisierung „am ehesten“ in der Bildqualität. Für ihn besteht aber „die Gefahr dass jetzt noch die ganzen alten Geräte, solange ’s noch möglich ist, noch verkauft werden, noch schnell, an irgendwelche, die sich technisch net auskennen, und donn zwei Jahr’ drauf wieder a neues Gerät kaufen müssen.“

Herr Kramer findet die Entwicklung zwar gut, würde aber nicht auf digital-terrestrisches Fernsehen umsteigen, „weil bei Sat hab i ka Begrenzung“. Ihm ist Programmvielfalt sehr wichtig, wie weiter oben bereits deutlich wurde. Herr Harrer würde seinen Aussagen nach beim Kabel bleiben, da er darin noch „sehr großes Ausbaupotential“ vermutet: „Und die können donn ruhig 400 Kanäle drüber fahren. Und die Bildqualität is’ zwar net so super wie bei DVD, aber reichert mir.“ Herr Reuters widerspricht dem, da ihm die Gebühren dafür zu hoch sind und er daher auf DVB-T oder auf digitalen Sat umsteigen würden: „Aber von Kabel generell würd’ i weggehen, weil’s eben gebührenpflichtig is’ und somit tat die Investition in so a Settop-Box für’s terrestrische Fernsehen sicher seinen Stellenwert haben.“ Allerdings würde Herr Reuters in eine Settop-Box mit integriertem Festplattenrekorder investieren und wäre bereit, dafür 250 bis 300 Euro auszugeben.

4.3.3 Gruppendiskussion 3: Technisch Interessierte in Salzburg

An dem Gruppeninterview, das in einem Raum der Universität Salzburg durchgeführt wurde, beteiligten sich insgesamt zwölf Personen, elf Männer und eine Frau. In der Gruppe der technisch Interessierten stellte es sich als besonders schwierig dar, weibliche Teilnehmerinnen für das Gespräch zu finden.

Kurzbeschreibung der Teilnehmer und Gesprächsverhalten

Die weibliche Teilnehmerin, Rebecca Reder, ist 23 Jahre alt und studiert Informatik. Sie lebt allein in einer Mietwohnung. Während des Gesprächs gibt sie sich zurückhaltend, ihre Aussagen sind aber klar strukturiert und verständlich. Der jüngste männliche Teilnehmer ist Gerd Gellner (20). Er studiert Informatik und wohnt mit einer gleichaltrigen Person in einer Mietwohnung. In der Gruppendiskussion verhält er sich sehr zurückhaltend und ruhig. Er meldet sich nur zu Wort, wenn er dazu von den Interviewern direkt aufgefordert wird. Benjamin Bebek ist 24 Jahre alt. Er ist Absolvent einer Fachhochschule und ist berufstätig. Er

lebt alleine in einer Mietwohnung. Im Gruppengespräch ist er eher zurückhaltend, meldet sich aber von sich aus zu Wort. Patrick Pallauf ist ebenfalls 24 Jahre alt und lebt allein in einer Eigentumswohnung. Er verfügt über ein abgeschlossenes Hochschulstudium, studiert aber noch. Nebenbei arbeitet er auf selbständiger Basis. Er meldet sich häufiger zu Wort und ist in seinen Äußerungen sehr humorvoll. Dennis Denk ist 25 Jahre alt. Er wohnt gemeinsam mit seiner Familie (mehr als drei Personen im Alter zwischen 20 und 60 Jahren) in einem Einfamilienhaus. Er studiert Informatik. Im Gespräch hält er sich sehr zurück und meldet sich nur einige Male zu Wort, wenn er direkt angesprochen wird. Der gleichaltrige Mario Mackner lebt mit seiner Familie (drei Personen zwischen 21 und 62) in einem Einfamilienhaus. Er studiert Informatik. Im Gespräch zeigt er sich sehr engagiert, meldet sich häufig zu Wort und spricht klar und strukturiert. Claus Clary ist 26 Jahre alt und lebt mit drei Personen im Alter zwischen 21 und 33 Jahren in einer Mietwohnung. Er ist als Angestellter voll berufstätig und verfügt über ein abgeschlossenes Hochschulstudium. Im Gespräch meldet er sich seltener zu Wort. Sein Wohnungskollege Kurt Kubek ist ebenfalls 26 Jahre alt. Er studiert Informatik, ist aber auf selbständiger Basis voll berufstätig. Während der Diskussion meldet sich häufig zu Wort und gibt zu fast jeder Frage ein Statement ab. Der 27-jährige Martin Maschke, Student, lebt gemeinsam mit zwei weiteren Personen im Alter von 21 und 26 Jahren in einer Mietwohnung. Wilfried Winter ist ebenfalls 27 Jahre alt. Er lebt mit einer Person (22) in einer Mietwohnung und studiert. Herr Winter ist sehr zurückhaltend und äußert sich fast nie zu den Fragestellungen. Manfred Mann (27) lebt allein in einer Mietwohnung und absolviert ein Hochschulstudium über den zweiten Bildungsweg. Er meldet sich sehr oft zu Wort und macht seine Meinung deutlich. Der älteste Teilnehmer ist Walter Wagner (29). Er lebt allein in einer Mietwohnung, ist teilweise berufstätig und studiert. Im Gruppeninterview meldet er sich öfter zu Wort, spricht strukturiert und bleibt beim Thema.

Einstellung zum Fernsehen allgemein

Das Medium Fernsehen gehört für die meisten Teilnehmer dieses Gruppeninterviews zu ihrem Alltag. Drei Personen geben an, derzeit kein TV-Gerät zu besitzen. Herr Winter verzichtet bewusst auf einen Fernseher und findet es „interessant, wie viel Zeit man dann hat“. Allerdings vermisst er Nachrichtensendungen. Die beiden Wohnungskollegen Herr Kubek und Herr Clary haben derzeit kein Gerät, Herr Kubek vermisst den Fernseher aber schon etwas: „I woäß net, i hätt schon gern an Fernseher in der Wohnung. Momentan find ich es ab und zu ganz angenehm. Ab und zu wär's ganz angenehm, wenn man heimkommt und wos einschalten kann, oder sich a bisserl unterhalten.“ Für die anderen Teilnehmer, die alle ein Fernsehgerät besitzen, ist der Fernseher meist eine willkommene Freizeitgestaltung und läuft öfter auch einfach nebenbei. Durch ihre aktive Freizeitgestaltung haben viele Teilnehmer allerdings nur wenig Zeit, um fernzusehen.

Fernsempfang/ Programmvielfalt/ Bild- und Tonqualität

Frau Reder, Herr Denk und Herr Mann verfügen über einen Satellitenanschluss. Mit der Kanalanzahl sowie mit den gebotenen Inhalten sind Frau Reder und Herr Denk durchaus zufrieden. Herr Mann dagegen wünscht sich, noch mehr Sender empfangen zu können. Im Haushalt von Herrn Denk befindet sich zusätzlich noch ein TV-Gerät mit Kabelanschluss. Auch Herr Gellner und Herr Pallauf haben Fernsehgeräte, die mit Kabelanschluss ausgerüstet sind. Damit stehen ihnen sechs bis 20 Programme zur Verfügung, was für sie völlig ausreichend ist: „Effektiv g'schaut wird auf fünf“ (Herr Pallauf). Herr Bebek, Herr Maschke und Herr Wagner empfangen über Antenne. Herr Bebek ist mit den Programmen, die er empfangen kann, durchaus zufrieden. Programmvielfalt spielt für ihn daher eine untergeordnete Rolle. Herr Maschke und Herr Wagner dagegen würden sich eine größere Auswahl wünschen. Wilfried Wagner ist es zudem aus gesetzlichen Gründen nicht gestattet, eine Sat-Schüssel anzubringen. Für ihn gibt es zudem keine Möglichkeit, auf Kabelfernsehen umzusteigen. Herr Mackner ist der einzige in der Runde, in dessen Haushalt sich bereits ein digitaler Satelliten-Anschluss befindet. Dadurch steht ihm eine Vielzahl von Kanälen zur Verfügung, womit Herr Mackner seine Bedürfnisse befriedigt sieht. Herr Winter, Herr Clary und Herr Kubek besitzen aus ganz unterschiedlichen Gründen kein TV-Gerät. Herr Clary und Herr Kubek leben gemeinsam in einer WG. Eine ehemalige Wohnungskollegin hat den Fernseher bei ihrem Auszug mitgenommen. Es wäre den beiden aber grundsätzlich möglich, über Satellitenanschluss um die 40 Kanäle zu empfangen. Herr Winter verzichtet ganz bewusst auf ein TV-Gerät, Programmvielfalt spielt für ihn daher auch eine untergeordnete Rolle.

Bild- und Tonqualität spielen in dieser Gruppendiskussion durchaus eine Rolle. Herr Mackner erzählt, dass in seinem Haushalt *ORF2* nicht gut empfangbar war und deswegen auf digitalen Satelliten gewechselt wurde. Die Bildqualität, die ihm nun zur Verfügung steht, bezeichnet er als „Traum“. Er gibt auch an, dass er bereit wäre, für HDTV-Angebote zu bezahlen, wenn er den Film dann „legal“ aufnehmen und ihn öfter wieder ansehen könnte. Dies stößt bei einigen anderen Teilnehmern auf Zustimmung. Herr Maschke wäre ebenfalls bereit zu bezahlen, wenn er dafür „was Besseres“ bekommen würde. Er ist davon überzeugt, dass man sich „an guate Qualität gewöhnt“. Für Herr Pallauf ist Bildqualität zwar nicht so wichtig, er gibt aber an, dass es für ihn eine „gewisse untere Schwelle“ gebe: „(...) Wenn der Fernseher bei jeder Einblendung von einem Untertitel zum Krachen anfängt, so wie ich das bei *Salzburg Heute* genießen darf, dann ... Wenn i ma wirklich was anschauen will, weil Nachrichten ... des is' dann ... des macht keinen Sinn mehr. Und da (*betont*) spielt das definitiv eine Rolle.“

Kenntnisse über digitales Fernsehen/ DVB-T

In dieser Gruppe ist das Wissen über digitales Fernsehen relativ breit. Einige Teilnehmer geben aber dennoch an, darüber nur wenig bis gar nichts zu wissen. Sehr gut informiert ist Herr Clary. Er hat seine Diplomarbeit zu dem Thema geschrieben und weiß auch über die

Umstellung in Deutschland Bescheid. Er findet, Österreich „könnte da auch a bisserl nachziehen“. Auch mit dem Begriff des interaktiven Fernsehens und weiteren Möglichkeiten ist er vertraut: „Also, vom erweiterten Teletext ang’fangen, also so, dass der Teletext bunt und graphisch is’, bis hin halt zu einkaufen und was auch immer halt, Filme on demand anschauen.“ Auch Herr Bebek ist bestens informiert, er beschäftigt sich beruflich mit diesem Thema. Mit der Digitalisierung verbinden einige Teilnehmer eine bessere Qualität, mehr Bandbreite oder auch selbst wählbare Kameraeinstellungen wie dies bei *Premiere* angeboten wird. Herr Mackner gibt an, sich zumindest soweit auszukennen, um im Elektrofachhandel das richtige Gerät auswählen zu können. Bekannt sind ihm auch die Abkürzungen DVB-T und HDTV. Herr Denk weiß seinen Angaben zufolge soviel über digitales Fernsehen, dass er es seiner Großmutter erklären könnte, schränkt aber ein: „Aber guat kenn’ i mi’ a net aus.“

Interaktive Dienste

EPG

Die Teilnehmer dieses Gruppeninterviews können dem EPG durchweg Vorteile abgewinnen. Herr Mackner, der bereits über DVB-S verfügt, bezeichnet den EPG als „genial“ und sagt: „Es ist schon mal das ein wahnsinniger Vorteil, dass du überhaupt mal weißt, was jetzt aktuell läuft.“ Für seine persönliche Nutzung wünscht er sich noch „einen Scheduler, wenn i jetzt irgendein Programm find, dass mi des dann vielleicht erinnert: ‚Hoppla, do war jetzt vielleicht etwas, dass ich mir anschauen will.‘“ Herr Wagner führt diese Überlegung noch weiter aus: „Die sollen mir ein SMS aufs Handy schicken.“ Frau Reder bezeichnet den EPG als „praktisch“, da sie dann nicht in der Fernsehzeitung oder im Internet nach dem aktuellen Programmangebot suchen muss. Als positiv hebt sie hervor, dass man „gezielter“ nach Angeboten suchen kann und nicht „alle Sender durchschauen“ muss, „sondern man kann wirklich gezielt auswählen, was man sich anschauen möchte, eventuell“. Auch Herr Wagner kann dem EPG etwas Positives abgewinnen: „Nachdem i schon immer Teletext schau’, was läuft, wäre das sicherlich interessant, wenn das benutzerfreundlich, handhabbar ist.“

Herr Kubek stellt sich die Frage nach der Bedienbarkeit des EPG und vergleicht das Angebot mit dem im Internet: „Weil im Internet gibst einen Begriff ein und so, und do weiß i net, wie das mit der Fernbedienung aussieht?“ Auch Herr Mann gibt an, über das Internet für ihn interessante Angebote herausgesucht zu haben „und dann hab i keine Zeit mehr g’habt“, um etwas anderes zu tun als fernzusehen. Er ist der Ansicht, dass er mit EPG zumindest „die erste Zeit sicher“ mehr fernsehen würde. Herr Mann würde sich allerdings wünschen, dass ihm der EPG zeigen würde, auf welchem Sender gerade Werbung läuft.

Zusatzangebote zum laufenden Programm

Die meisten Teilnehmer dieses Gruppeninterviews sind an interaktiven Angeboten sehr interessiert und sehen darin die wirkliche Neuerung durch die Digitalisierung. So ist für Herr

Bebek Interaktivität „eine neue Generation“ im Fernsbereich. Er verbindet dies mit aktiver Mitbestimmung und Teilnahme: „Weil nur a besserer Teletext und a EPG - das wär's net“. Auch mit „Hintergrundinfos“ wie „Kochrezepten“ gibt er sich in diesem Zusammenhang nicht zufrieden. Für ihn ist es „eben interessant, wenn man in die Sendung eingreifen kann, wie z.B. bei *MTV*, wo man a SMS hinschickt oder sonst irgendwas. Und wirklich an der Sendung teilnehmen kann, wirklich interaktiv werden kann“. Derzeit fehlt es ihm in diesem Bereich aber noch an „guten Ideen“. Für Frau Reder ist das Interaktive ebenfalls „das einzige, was wirklich jetzt was ändert“. Herr Winter kann sich dem nur anschließen und vermutet, dass interaktive Angebote noch mehr Möglichkeiten bieten können. Für Herr Wagner ist der Begriff der Interaktivität „so breit gestreut“. Seiner Meinung nach gibt es „so viele Abstufungen“. Dies beginnt für ihn „mit der untersten Stufe an, mit dem was *Premiere* anbietet an, meines Erachtens. Dass i ma' was bestellen kann, dass man surfen kann oder das Programm selber verändern. Dass der (*betont*) Moderator nimma die Nachrichten liest, die faden“. Herr Wagner ist allerdings skeptisch und befürchtet, dass die angebotenen Dienste in Zukunft nur eine „halbherzige G'schicht“ abgeben würden, „weil 's a Aufwand is', für irgendwelche Sendungen, de die Sendungen schon entsprechend danach ausrichten, produzieren“. Herr Maschke gibt ihm zwar Recht, zeigt sich allerdings optimistischer: „Aber wenn mal vielleicht ein Sender irgendwie voprescht und dann vü was Besseres macht, dann miassn die anderen nachziehen. Und noch a paar Jahr hat sich des ...“ Keine feste Meinung kann sich Herr Mackner zu den interaktiven Angeboten bilden, da es ihm schwer fällt, sein Interesse dafür abzuschätzen: „I würd' gern mal alles ausprobieren. Wenn jetzt so a interaktive Aktion is. I würd's gern mal ausprobieren mit einer gewissen Art und Weise von einer Serie oder von einem Film und dann selber entscheiden. Taugt mir des oder taugt ma des net. Oder mach' i des immer oder nur manchmal?“

Sich an Quiz-Shows – auch als Publikumsjoker – zu beteiligen finden nur wenige Teilnehmer wie Herr Kubek interessant. Für ihn übt die Teilnahme per Fernbedienung einen besonderen Reiz aus: „Und so bei der *Millionenshow* is' einfach ... Fragen, die mi' selber reizen. Und i will wissen, kann i die Frage oder net, des is' irgendwie eine Herausforderung.“ Herr Bebek schlägt dagegen vor, dieses Angebot zu erweitern, da nur „Publikumsjoker“ für ihn „a bissl wenig“ wäre: „Oba wenn's so a Ratespiel gibt für's Publikum, wo's vielleicht noch was gewinnen kannst und dabei sein kannst, das wär' toll.“ Auch würde es ihm gefallen, wenn er Begriffe, die während der Show fallen und die ihm nicht geläufig sind, per Fernbedienung nachzuschlagen.

Da sich in dieser Gruppe niemand für Voting-Sendungen wie *Expedition Österreich* interessiert, stößt die Möglichkeit, über die Fernbedienung seine Stimme abzugeben, auch nur auf wenig Interesse. Sinnvoller erscheint es dagegen einigen Probanden, über den Inhalt einer Sendung abzustimmen oder ein Angebot zu bewerten wie die Aussage von Herr Mann zeigt: „Oder dass ma de Filmhersteller, mehr oder weniger a SMS schicken kann: Des war wieder ein Scheiß-Film, bitte spielt's den nimma.“ Für ihn wäre dabei ein Schulnotensystem denkbar,

mit dem er seine Bewertung abgeben kann. Herr Pallauf nimmt diese Anregung scherzhaft auf und könnte sie sich für diesen konkreten Fall vorstellen: „Wenn der Gottschalk wieder überzieht, dann: ‚Nein, nein, nein!‘“ Er gibt auch an, sich an derartigen Votings zu beteiligen, wenn die Bedienbarkeit einfach wäre: „Wenn i einfach irgendwas drucken mus, links oder rechts, und dann is’ es toll.“

Zusatzinformationen zum laufenden Programm stoßen auf wenig Interesse. Herr Kubek ist davon überzeugt, dass es ihn überfordern würde, gleichzeitig fernzusehen und die Zusatzinfos zu lesen: „Dann verpasst man die Sendung, die Zeit, wo man dann das liest.“ Daher würde er diese Angebote „nicht nutzen“. Was er sich aber vorstellen könnte, wäre, diese Informationen in den Werbepausen zu nutzen. Frau Reder gibt an, nicht an der „Biografie von einem Schauspieler“ interessiert zu sein. Was sie sich – so wie Herr Pallauf – noch eher vorstellen könnte, wären Ergebnislisten bei Sportevents, die man unabhängig vom Programm abrufen könnte: „Sonst blenden sie de nur irgendwann mal dazwischen ein und so ... wenn ma grad eing’schalten hat, möcht man vielleicht grad mal den aktuellen Zwischenstand wissen“ (Herr Pallauf).

Einig sind sich die meisten Teilnehmer aber darüber, dass Zusatzinformationen gerade bei Dokumentationen spannend sein können. So gibt Herr Mann an, dass es ihm nur wenig weiterhelfen würde, wenn nach einer Sendung vom Anbieter noch eine Internetseite genannt wird, wo den Nutzern weitere Informationen zur Verfügung gestellt werden: „Weil jetzt is’ eigentlich so: Nachher vergiss i die Seiten wieder. I weiß dann gar nimma, was die da alles dabei g’habt hab’n, dann schaut nach im Internet, hin und wieder findest ’s wieder mal und dann hast wieder vergessen, um was g’angen is’.“ Herr Kubek widerspricht ihm. Er ist davon überzeugt, dass eine Sendung ohnehin alle wichtigen Informationen beinhalten sollte: „Wenn in dem Beitrag die Informationen, die zusätzlich gesendet wird, nicht dabei san, wozu schau’ i ma des überhaupt an?“ Er würde sich wünschen, dass diese Inhalte länger abrufbar wären, als nur während der Sendung. Herr Pallauf, der sich in diese Diskussion einschaltet, weist aber daraufhin, dass in den TV-Angeboten viel „Füllinformation“ vorkommen würde und man dann mit der Rezeption der Zusatzinformationen „leicht z’samm kommt“.

Kameraperspektiven selbst wählen zu können, stößt auf geteiltes Interesse. Ist es für manche nur eine „Spielerei“ (Frau Reder), sehen andere darin die Möglichkeit, selbst zum Regisseur zu werden. So sagt Frau Reder, dass sie dieses Angebot „nicht brauchen“ würde. Herr Pallauf glaubt zwar ebenfalls, dass er es nicht unbedingt bräuchte, es zu „wollen“ sei wieder etwas Anderes: „Also, dass man sagen kann: ‚I möchte’ aber jetzt doch da in’s hintere Eck schau’n, weil da jetzt irgendwas Interessantes wär’.“ Für Herr Mackner wären frei wählbare Kameraeinstellungen vor allem bei Sport-Events sinnvoll und fände es gut, „wenn i dos so selber einmal a bisserl beeinflussen könnte.“ Herr Kubek und Herr Mann sehen in dem Angebot nur wenig Sinn. Herr Mann ist davon überzeugt, dass wichtige Vorgänge bei Fußballspielen ohnehin „in der Wiederholung 25 Mal“ gezeigt würden und er da nicht „extra herumschalten“ brauche.

Herr Kubek gibt an, dass er sich bei Sportsendungen oder Konzerten im Fernsehen lieber „berieseln“ lässt: „Do hob i überhaupt net die Energie dazu, dass i do irgendwas veränder’.“ Für ihn ist Formel 1 „eher so zum Chillen“. Herr Bebek fände es „toll“, wenn er per Fernbedienung den Verlauf eines Films oder einer Serie beeinflussen könnte.

Teleshopping/ Interaktive Werbung

Aufgeschlossen zeigen sich die Teilnehmer dieses Gruppeninterviews gegenüber dem Teleshopping, sofern die Bedienbarkeit dafür gewährleistet ist. So ist Frau Reder davon überzeugt, dass diese Anwendung viele Nutzer ansprechen würde: „Das kann i ma gut vorstellen, dass dann gekauft wird. Weil da sitzen und sagen: ‚Ja so, irgendwie so: ‚Druck an Knopf und du hast was bestellt’ oder so, des glaub i, würden vü nutzen.“ Einige Teilnehmer könnten sich vorstellen, Tickets über das TV-Gerät zu bestellen, da sie diese Anwendungen auch schon über das Internet nutzen. Herr Winter gibt an, er würde „in der Werbepause a weng an Otto-Katalog durchblättern“. Herr Kubek dagegen lehnt es ab, Kleidung über das Fernsehgerät zu erwerben. Er bestellt solche Waren auch nicht über den Katalog. Allerdings könnte er sich vorstellen, „technische Geräte“ wie „Computer-Zubehör generell oder so Sachen, wo i weiß, was i do kauf. Wo i schon Erfahrung damit hab. CD-Rohlinge ... keine Ahnung. Oder CDs“ per Fernbedienung zu erwerben. Herr Wagner fände es „sicher net schlecht“, wenn ihm über das Fernsehgerät eine Plattform „wie Amazon“ zur Verfügung stünde. Herr Mackner gibt an, bei ihm zu Hause würde immer ein PC laufen. Wäre dies nicht der Fall, dann könnte er sich durchaus vorstellen, auch über den Fernseher zu bestellen, da dies seiner Meinung nach „schon schnell“ ginge: „Weil i schalt das Ding ein, i verbind’ mi auf die Seit’n, und zack is’ das Ding reserviert. Also wenn das von der Geschwindigkeit her a großer Vorteil wär’ ... I würd’s gern mal ausprobieren alles. I bin eher der, i probier’s aus, und dann sag i: ‚Na, de taugt ma net, weil’s einfach nix taugt oder mir net persönlich.’“

Überzeugt sind viele Teilnehmer davon, dass eine Fernbedienung für die Eingabe von Bestellungen nicht mehr ausreichen würde: „Da braucht man a Tastatur, um was einzugeben“ (Herr Kubek). Auch Frau Reder ist davon überzeugt, dass man damit schneller vorankommen würde, als wenn man „womöglich tausende Male durchklicken“ muss, um zur gewünschten Ware zu gelangen. Herr Wagners nicht ganz ernst gemeinter Vorschlag wäre, über „Spracheingabe“ zu bestellen.

Wetten/ Spiele

In dieser Gruppe hält sich das Interesse der Teilnehmer an Wetten und Spielen über das Fernsehgerät in Grenzen. Herr Mackner gibt an, dass die Einfachheit der Bedienbarkeit „verleiten“ würde, Wetttipps abzugeben: „Also, stell’ dir vor, du hättest die Möglichkeit, dass du do mittippst. Und du konnst a Geld g’winnen. I man, des war technisch amol ganz einfach, dass du nur auf an Knopf druckst, da wärst scho a bissl verleit, boah ... dass du’s dann machst.“ Herr Pallauf vermutet dahinter aber mehr kommerzielle Interessen: „Also des is jo

der Sinn und Zweck, dass man dann da verleitet wird.“ Herr Mackner widerspricht ihm und meint, „es muss ja jetzt net rein auf dein Geldbörstel abzielen, ganz einfach entweder der Funfaktor, oder ...“ Herr Pallauf jedoch meint: „Nur wie wia g’sogt, wenn’s einfach is’, so a Sportwette abzugeben, dann würd’ vielleicht a mir mal einfallen, wenn’s von mir aus einen Euro kostet, wobei i überhaupt noch nie a Sportwette abgeben hab. Dann sog i: ‚Is’ ja wurscht, probier ma’s aus. Is’ net negativ, Also, des wird sicher dann noch mehr verstärkt kommen. Dieses Call in, wie’s halt jetzt heißt, des hat ja jetzt sogar der *ORF* schon g’habt, bei dem ... Reise quer durch Österreich ...“

Größeres Interesse bringen einige Teilnehmer Spielen entgegen, die über das Fernsehgerät genutzt werden können. Allerdings würden sie auf dieses Angebot nicht während der Fernsehrezeption zurückgreifen, wie die Aussage von Herr Clary zeigt: „Der Fernseher is’ zum Fernsehen da!“ Er kann sich nicht vorstellen, sich „extra“ vor das TV-Gerät zu setzen, um Spiele wie Tetris zu spielen. Deshalb würde er dieses Angebot „nur in der Werbepause“ nutzen. Er führt weiter aus: „Also das wär’ schon cool: statt der Werbung ein Spiel.“ Herr Winter kann sich dieser Meinung anschließen und würde sich „rechtzeitig a Meldung, dass der Film wieder anfangt“ wünschen. Herr Pallauf denkt weiter und fände es gut, „wenn die *Playstation* integriert is’“.

Internet- und Kommunikationsdienste

Aufgeschlossen zeigt sich die Gruppe dabei, Internet- und Kommunikationsdienste auch über das TV-Gerät zu nutzen. Für sie sind diese Anwendungen nicht zwingend an ein bestimmtes Medium gebunden. Herr Maschke, bei dem der PC nicht ständig läuft, sieht darin einen Vorteil, da er nicht warten muss, bis sein Rechner hochgefahren ist: „Und wenn des ginge, dass ma einfach an den Fernseher geht ... das ist ka Problem, dass ma a anders Medium nimmt, als normal. Da gewöhnt man sich schnell dran.“ Auch Frau Reder kann sich dem anschließen: „Bei mir is des a über Modem, und des is einfach teilweise nervtötend. Und des is dann schon wahr, bis des eing’schalten hast, des dauert.“ Für Frau Reder ist – wie für einige andere Teilnehmer auch – ein „einigermaßen sinnvolles Eingabemedium“ dafür „Voraussetzung“. Herr Clary sieht das ähnlich: „Wenn der Fernseher gut genug ist, und man könnt Internetsurfen do drauf, dann, weil der Fernseher heutzutage ja eh meistens im Wohnzimmer steht, und do kannst di so gemütlich auf die Couch flacken, mit der Tastatur ...“ Er könnte sich vorstellen, dass er sowohl eine Tastatur als auch eine Fernbedienung verwendet, je nach Nutzungsabsicht.

Viele Teilnehmer wünschen sich auch, dass PC und Fernsehen konvergieren und im Wohnzimmer in Zukunft nur noch ein Gerät steht, das alles kann: „Do würd i mir eher wünschen, dass überhaupt nur mehr einen Computer, Fernseher oder was auch immer gibt, weil i hob do kein’ Interesse, dass i ma an teuren Fernseher zuleg’ und dass i ma an teuren

Monitor zuleg'. I will dann eigentlich, dass i mit dem einen Ding alles machen kann: Fernsehen, Telefonieren, äh was es noch alles gibt ... (*Lachen*)“ Herr Kubek weist ihn aber darauf hin, dass bei der Anschaffung eines solchen Gerätes die „Kostenfrage“ im Vordergrund stünde und für ihn ein weiteres Problem auftauche: „A Rechner im Wohnzimmer is' laut. So was will ja keiner hab'n.“ Herr Wagner lässt sich von seiner Meinung allerdings nicht abbringen: „Das wächst eh immer mehr z'samm'. Und warum soll i dann zwei, drei mal das Geld ausgeben?“ Für ihn steht hier vielmehr im Vordergrund, dass der Bildschirm groß genug ist, um diese Anwendungen ausführen zu können. Herr Clary kann sich ebenfalls vorstellen, über das Fernsehgerät E-Mails zu verschicken, allerdings nur in den Werbepausen: „Wenn's genauso gut ginge, wie beim PC, und i sitzt grad ... also wenn die zwei Geräte austauschbar wären, und i sitz grad im Wohnzimmer und schau grad irgendwas, und dann in der Werbepause schreib' i halt schnell a E-Mail. Also wenn's genau dasselbe kann, wäre es durchaus denkbar.“ Herr Denk sieht in Zukunft ebenfalls, dass die Geräte miteinander verschmelzen: „Kannst dann Audio hören, kannst Video aufnehmen, i weiß nicht. Und dann ist eigentlich kaum mehr a Unterschied zwischen normalem PC und Fernseher. Nur Fernseher is halt schön, kompakt und leise und so weiter. A simple Lösung und fertig.“ Nicht ganz überzeugt ist Herr Mackner. Einerseits bezweifelt er, dass der Fernseher bei diesen Anwendungen den PC „ablösen könnte“. Andererseits ist er – wie aus seiner Aussage zum Teleshopping weiter oben hervorgeht – davon überzeugt, dass Teleshopping über das TV-Gerät „schon schnell“ ginge. Frau Reder könnte sich vorstellen, dass Internetdienste über das TV-Gerät vor allem für ältere Menschen eine Erleichterung bringen könnten: „I denk mir, es gibt sicher Generationen, die sagen: ‚Na, vorm Computer hab i a bisserl Angst, des woäß i net, des mog i net!‘ Aber der Fernseher, do kennt ma sich a bisserl besser aus. Und wenn dos einigermaßen einfach zu bedienen is', dann glaub i schon, dass des grad ältere Leute nutzen würden, also das gleiche wie im Internet.“ Herr Mann ist dagegen davon überzeugt, dass dieses Angebot für Ältere „a Horror wird“. Er ist davon überzeugt: „De würden des überhaupt net checken. De kennen des bis heit net, de olten Videorecorder programmieren. Mit die neuen schon gar net, und des ... De werden do aussteigen. Die san jetzt scho am Verzweifeln.“

Mobiles und portables Fernsehen/ Mobile Multimedia Dienste

Eine völlig ablehnende Haltung gegenüber mobilem Fernsehen legt nur ein Teilnehmer an den Tag: Herr Gellner steht diesem Angebot negativ gegenüber und kann sich gar nicht vorstellen, dies zu nutzen: Für ihn steht eindeutig fest: „Es muss irgendwo a die Grenz' sein und sag'n: ‚Aus, genug von der Technik!‘“ Frau Reder legt eher eine gleichgültige Haltung an den Tag: „Des müsste schon super interessant sein und sämtliche Videorekorder müssten kaputt sein oder so.“ Sie könnte sich aber vorstellen, ihre Meinung darüber in Zukunft noch zu ändern: „Es stimmt schon, wenn ma's mal g'wohnt is', dann kann ma's vielleicht wirklich nimma wegdenken. Aber jetzt ... i kann ma ned vorstellen, dass i do jetzt auf'n Bus wart', und dass i daneben Fernsehen schau, ehrlich g'sagt. Weil do gibt's andere Dinge, die man no

machen kann.“ Auch andere Teilnehmer sehen mobiles Fernsehen kritisch. Dies hängt aber zumeist von der Nutzungssituation und dem Ort der Nutzung ab. Die meisten Teilnehmer würden mobiles Fernsehen nur für einmalig ausgestrahlte Inhalte wie Sportveranstaltungen nutzen oder um so Wartezeiten überbrücken zu können. So sagt Herr Bebek: „I glaub, wenn i a neues Handy hätt', z.B. mit einem großen Display und i wär' a großer Schifan, und wüll unbedingt die Abfahrt um 10 sehen, bin aber ned daheim, dann würd' i ma des vielleicht anschauen. Also, dieses Szenario könnt i ma vielleicht noch vorstellen, aber des kommt vielleicht net als öfter als einmal im Monat vor.“ Herr Kubek, Herr Clary und Herr Wagner würden mobiles Fernsehen beim Arzt oder im Bus nutzen. Herr Mann könnte sich vorstellen, mobiles Fernsehen im Zug zu rezipieren: „I sog mim Laptop, wenn i im Zug sitz, kann i eh was tuan damit eigentlich, auf der anderen Seit'n wenn i ma denk, jo jetzt woäß i genau, jetzt wär grad was im Fernsehen und i sitz in dem deppaten Zug und kann nix schauen, do wäre dos schon Vorteil.“ Langeweile wäre für ihn demnach eindeutig ein Nutzungsmotiv. Allerdings kann er sich nicht vorstellen, ein mobiles Gerät an den See mitzunehmen: „Da geh' i ja zum See, weil i zum See gehen wüll, und net weil i ... Weil fernsehen kann i im Prinzip dahoam a.“ Für ihn wäre es – wie auch für Herr Mackner – „sinnvoller“, eine entsprechende TV-Karte in den Laptop einzubauen. Herr Winter ist davon überzeugt, dass Fernsehen für viele Nutzer einfach noch ortsgebunden ist, weil sie davon noch wenig Vorstellungen haben und zieht einen Vergleich: „Es ist ungefähr so: Du hast immer an Standrechner daheim gehabt und dann kaufst dir a Notebook. Auf oamol weißt einfach, welche Möglichkeiten du eigentlich hast. Erst dann, wenn du des hast, des Gerät und wen du des einmal a Zeit hast. Und dann merkst: ‚He, praktisch, i möcht des immer haben, i möcht des nimma hergeben.‘ I glaub', dass das do genauso is'. Des kannst gar net abschätzen, in wie weit du so was verwendest.“ Dieser Aussage schließt sich auch Herr Bebek an: „Wenn man's hätte, dann würde man es vielleicht anders verwenden. So wie beim Kopierer hat man auch g'sagt: ‚Für was braucht man so was?‘ Und dann is' man draufkommen, man kann Kopien erstellen ...“

Für Herr Wagner, der in der Altstadt wohnt, wo es gesetzlich verboten ist, Satelliten-Schüsseln an Häusern anzubringen, wäre ein portables Fernsehgerät von besonderem Interesse: „Weil wenn man schaut de ganzen Häusel'n, wo dann 20 Sat-Antennen oder so des Gestrüpp, was do auf'm Dach herumstehen, das find' i net schön, ehrlich g'sagt. I merk's bei mir daheim, i kann keine Sat-Antenne aufstellen, weil's in der Altstadt is, des darf ma net. I muss den sündteuren Kabelbetreiber nehmen, den i aber ned will, weil der net des hat, was i ma vorstell' vom Programmangebot. Also was tu i jetzt? Jetzt hob i echt a Problem und insofern, wenn das kleine Antennen sind, die im Gerät drinnen sind, hab i kein Problem damit.“ Auch Herr Clary kann portables Fernsehen etwas abgewinnen. Er ist davon überzeugt, dass „Architekten die Fernsehsteckdosen do hin machen, wo man den Fernseher eigentlich net hinstellt.“

Mobile Multimedia-Dienste stoßen nur bei wenigen Teilnehmern auf Interesse. Herr Mann sieht darin am eine „Art GPRS-Ersatz“, der ihm einen Stadtplan ersetzen soll, „aber

ansonsten“ für ihn keine wirkliche Nutzungsvorteile. Frau Reder würde die Dienste nutzen, um Abfahrtszeiten von Zügen zu eruieren. Herr Clary findet das Angebot zwar grundsätzlich interessant, dafür brauche man seiner Meinung aber „kein DVB-T“, da dies „eh mit UMTS“ möglich wäre.

Einstellung zur Digitalisierung

Der Digitalisierung stehen im Grunde alle Teilnehmer dieses Gruppeninterviews positiv gegenüber; sie sehen durchaus Vorteile in der Umstellung der Übertragungswege. Dennoch tauchen einige Kritikpunkte auf. Da die meisten Probanden in dieser Runde noch studieren und ihr Budget daher knapp bemessen ist, spielen finanzielle Überlegungen eine große Rolle, wie die Aussage von Herr Winter deutlich macht: „Wenn’s so wia’s is’, dass du sagst, du hast mehrere Möglichkeiten, dann wirst natürlich des nehmen, was billiger is’, und aus. I werd net irgendwo mehr Geld ausgeben. Sicher a preisliche Sache is’ des a.“ Frau Reder sieht es negativ, dass man zum Umstieg gezwungen ist: „Na ja, es is’ halt blöd, wennst überhaupt koa Wahl hast, weil dann musst des jetzt kaufen und dann hast das Geld halt nicht.“ Der Umstieg sollte bei ihr mit so wenig Aufwand wie möglich verbunden sein: „Weil dass i jetzt extra a Sat-Schüssel installieren muss, überleg ich’s mir vielleicht wieder. Wenn i in einer Wohnung wär’, wo des Ding schon do is’, is’ sicher wieder wos Anderes.“ Herr Bebek findet es „eine Frechheit“, wenn er zahlen muss, ihm dafür aber nicht mehr geboten wird. Er schränkt allerdings ein: „Für mich wär’s - wenn ich 15 Sender hätte - ein einmaliges Zahlen für 50 Euro o.k.“ Er würde aber vermutlich bei der Terrestrik bleiben, da es „am günstigsten sein wird“. Auch bei Herr Mann „kommt’s auf’n Preis an“. Er würde aber eine einmalige Zahlung von 50 Euro für eine Set-Top-Box ebenfalls zahlen, „des kann i ma leisten“. Für ihn ist wichtiger, dass die Box mit seinem Fernsehgerät kompatibel ist. Herr Mann wünscht sich für die Zukunft aber auch, dass es nur noch einen Übertragungsweg für alles gibt: „Also, alle drei Sachen gleichzeitig, das ist genauso wie wenn i jetzt a UMTS-Handy hob und alle andere Möglichkeiten, i moan, dann glei eines. Weil wenn i scho mein Hirn verstrahlen lass, dann nur von einem Trum.“ Er führt weiter aus: „Net des analoge, des digitale und dann noch die Handymasten und dazu des UMTS, was a extra wieder Masten braucht und’s W-LAN noch dazu. (*Jemand dazwischen: „Der redet wie mei Mutter!“*) I man, ma muss jo net übertreiben. Wenn’s eine (*betont*) Technik mal geben tat.“ Herr Mann vermutet, dass es durch die Digitalisierung der Übertragungswege „ka Revolution ka große geben wird, kan großen Unterscheid außer man kann sich des mit’m Internet verbinden“.

Herr Kubek und Herr Clary sehen der Digitalisierung positiv entgegen. Herr Clary ist auch davon überzeugt, dass die Umstellung nur wenig finanzielle Nachteile für die Nutzer bringt: „Bis 2012 haben wahrscheinlich die meisten Leut’ schon an neuen Fernseher ’kauft. Und des wird in die nächsten ein bis 1,5 Jahr dann mittlerweile dann Fernseher geben, die eigentlich beides können und dann ab 2008 oder so, wird’s nur noch Fernseher geben, die nur noch

digital können.“ Herr Clary würde dann zu DVB-T wechseln, wenn ihm in seiner Wohnung kein Satellitenanschluss zur Verfügung stünde. Für ihn spielt Programmvielfalt eine große Rolle, „weil wenn a digitaler Sat-Receiver schon gleich vüll kostet wie a digitaler terrestrischer Receiver und hab das selbe plus 100 Programme mehr. In solchen Situationen, wenn i z.B. ka Satellitenschüssel hab, dann würd ich’s wahrscheinlich überlegen.“ Herr Kubek würde sich wünschen, dass es in Zukunft TV-Geräte gibt, die für alle drei Übertragungswege geeignet sind. Aus seiner Sicht würde er eher zum digitalen Satellitenfernsehen tendieren. Auch Herr Wagner sieht für sich persönlich Vorteile. Er begrüßt, dass ihm über DVB-T mehr Programme zur Verfügung stehen und er den Fernseher überall in der Wohnung platzieren kann. Damit fällt für ihn auch das Problem weg, dass er wegen der gesetzlichen Bestimmungen keine Satelliten-Schüssel anbringen darf. Daher würde er auf DVB-T als Hauptempfangsweg umsteigen: „Für mi wär’ des sicher a Kaufargument, wenn ma sagt, o.k. in dem Fernsehgerät is’ da DVB-T-Empfänger drinnen, do brauchst ka Satellitenantenne kaufen, do brauchst kan Kabelbetreiber, sag i: ‚Jo super, mog i hom, gebt’s mir das.‘“ Herr Pallauf sieht den Vorteil bei einem Wechsel zu DVB-T, dass dadurch die Kosten für Kabelfernsehen entfallen würden. Auch Herr Maschke, der keinen Satellitenanschluss zu Hause hat, würde eine einmalige Zahlung für eine Set-Top-Box tätigen und tendiert daher ebenfalls zu digitalem terrestrischem Fernsehen. Bei Herr Denk spielt die Kostenfrage ebenfalls eine große Rolle. Bleibt es aber preislich egal, würde er zu DVB-S wechseln. Herr Mackner, der bereits digitales Satelliten-Fernsehen hat, sieht für sich keinen Anreiz, auf DVB-T umzusteigen, da er mit dem ihm zur Verfügung stehenden Übertragungsweg zufrieden ist und davon überzeugt ist, dass sich im Bereich von DVB-S. Er hat auch einen Finanzierungsvorschlag für eine teure Set-Top-Box, die interaktive Dienste möglich macht: „Wenn dos a Handy-Vertrag wär; dass i jetzt mehr Grundgebühr zahl für a Jahr, und dann gehört mir das Teil. Vielleicht um an Euro am Anfang, und dann ... hätt i dafür mehr Dienste. Und nach einem Jahr kann i mi dann wieder entscheiden, tua i weiter, oder einfach in der Standardversion.“

4.3.4 Gruppendiskussion 4: Ländlich geprägte Gemeinde

Die Gruppendiskussion fand im Gemeindehaus einer kleinen Gebirgsgemeinde mit rund 380 Einwohnern im Bundesland Salzburg statt. An der Gruppendiskussion nahmen insgesamt zwölf Probanden teil. Darunter waren acht Männer und vier Frauen.⁶⁰

Kurzbeschreibung der Teilnehmer und Gesprächsverhalten

Die Gesprächsatmosphäre war in dieser Runde zwar entspannt, die meisten Teilnehmer zeigten sich aber etwas wortkarg und zurückhaltend. Sie mussten von den Interviewerinnen

⁶⁰ Die Rekrutierung der Probanden lief über den Bürgermeister der Gemeinde, der sich als ausgesprochen kooperativ erwies.

immer wieder direkt angesprochen werden. Die Probanden blieben aber beim Thema, formulierten ihre Antworten meist verständlich und strukturiert, sie stellten auch Fragen, wenn ihnen etwas unklar erschien.

Die jüngste Teilnehmerin ist Julia Gerber. Zur Gruppendiskussion ist sie gemeinsam mit ihrem Vater Gerrit Gerber (50) erschienen. Julia ist Schülerin und 13 Jahre alt. Sie lebt mit ihrem Vater und noch weiteren Personen im Alter zwischen fünf und 80 Jahren in einem eigenen Haus. Gerrit Gerber ist Landwirt und verfügt über ein abgeschlossenes Hochschulstudium. Beide halten sich in der Gruppendiskussion sehr zurück und sprechen nur, wenn sie direkt aufgefordert werden. Corinna Conrad ist 17 Jahre alt. Sie lebt mit zwei Familienmitgliedern im Alter von 20 und 75 Jahren in einem eigenen Haus und macht eine Lehre. Auch sie gibt sich sehr zurückhaltend und meldet sich kaum zu Wort. Bettina Andessner ist ebenfalls 17 Jahre alt. Sie beteiligt sich etwas reger am Gespräch als die beiden anderen Mädchen, ist aber trotzdem auch eher schüchtern.⁶¹ Elisabeth Edlinger (48), die über eine abgeschlossene Grundschulausbildung verfügt, lebt gemeinsam mit ihrem Mann (52) und ihren beiden Kindern (19, 26) in einem eigenen Haus. Sie ist nicht mehr berufstätig. Auch sie hält sich im Gespräch eher zurück. Guntram Grünwald ist mit 31 Jahren der jüngste männliche Teilnehmer. Er lebt gemeinsam mit seiner Frau (29) und seinen beiden Töchtern im Alter von eins und zwei Jahren in einem neu gebauten Haus. Herr Grünwald ist als Angestellter voll berufstätig, seine Frau ist Hausfrau. Im Gespräch zeigt er sich sehr aufgeschlossen und meldet sich häufiger zu Wort. Er spricht klar und strukturiert. Paul Paarhammer ist 34 Jahre alt und lebt mit sechs Familienmitgliedern im Alter zwischen vier und 83 Jahren in einem eigenen Haus. Er ist Vollerwerbsbauer. Im Gespräch hält er sich ebenfalls zurück und meldet sich seltener zu Wort. Jakob Jandl (43) ist voll berufstätig und lebt gemeinsam mit seiner Frau (40) und seinen beiden Kindern (15, 19) in einem eigenen Haus. Er beteiligt sich aktiver am Gespräch. Jan Jamek ist 45 Jahre alt und arbeitet Vollzeit. Gemeinsam mit seiner Frau (39) und seinen beiden Kindern (15, 16) bewohnt er ein Einfamilienhaus. Am Gespräch beteiligt er sich etwas reger als die übrigen. Jochen Jodlbauer ist Mitte 40 und voll berufstätig. Im gemeinsamen Haushalt leben seine Frau und seine Kinder (11, 13). Er meldet sich häufiger zu Wort und zeigt sich dem Thema gegenüber auch aufgeschlossen. Rudolf Rummel ist ebenfalls Mitte 40 und lebt mit seiner Familie in einem Haus. Er ist voll berufstätig und verfügt über einen Universitätsabschluss. Herr Rummel beteiligt sich sehr rege an der Diskussion, spricht klar und strukturiert und macht seine Meinung deutlich. Herr Andessner ist der Großvater von Barbara Andessner und Pensionist. Er ist um die 70 Jahre alt und wohnt gemeinsam mit seiner Frau (60) in einem eigenen Haus. In der Gruppendiskussion meldet er sich gelegentlich zu Wort, spricht langsam und klar.

⁶¹ Da sie keinen Fragebogen abgegeben hat, sind leider keiner weiteren Daten über ihre derzeitige Lebenssituation bekannt.

Einstellung zum Fernsehen allgemein

Fernsehen gehört zum Alltag der meisten Probanden fest dazu. Lediglich Herr Gerber gibt an, für ihn sei Fernsehen „überflüssig“. Er nutzt das Medium lediglich dafür, den Wetterbericht zu sehen. Andere Informationen holt er sich über das Radio. Auf das Fernsehgerät könnte er demnach (fast) verzichten, er hat aber eine Familie, die das Medium sehr wohl nutzt. „In Grenzen“ hält sich der Fernsehkonsum von Herrn Grünwald. Er ist ein junger Familienvater und widmet seine Zeit vorrangig seinen beiden kleinen Töchtern und seiner Frau. Wenn er fernsieht, schaut er „Informationssendungen, hauptsächlich, *ORF*, *ZIB*“. Auch die anderen Teilnehmer sehen zumeist abends fern. Herr Jandl gibt an, das Fernsehen „zur Beruhigung“ zu brauchen, da sein Arbeitsalltag sehr stressig verläuft. Herr Rummel nutzt viele unterschiedliche Formate. Diese reichen von informationsbezogenen Inhalten über Krimis bis hin zu Sportangeboten. Die jüngeren Teilnehmer sehen auch gerne Musiksender wie *MTV*. Bettina Andessner erzählt, ebenfalls ab 20.15 Uhr fernzusehen, sie schränkt aber ein: „Ober do hiaz a scho weniger, weil’s nimmer so viel G’scheits, von die Filme her is eh nur mehr *Millionenshow*, oder, oder so Soaps halt so wie *Big Brother* und so (*andere Teilnehmer lachen*) Und des is’ holt nit so interessant. Und jetzt is halt a scho, sitz i eher scho vorm Internet, oder so irgendwas.“

Fernsehempfang/ Programmvielfalt/ Bild- und Tonqualität

Die meisten Probanden in dieser Gruppendiskussion verfügen über TV-Geräte mit analogem Satellitenanschluss. In der kleinen Gebirgsgemeinde ist dies die einzige Möglichkeit, mehr als zwei Programme zu empfangen. Die Familien Gerber, Gründwald und Jodlbauer nutzen die Terrestrik als Hauptempfangsweg, damit stehen ihnen aber lediglich die beiden *ORF*-Programme zur Verfügung. Im Haushalt von Herrn Andessner befindet sich neben dem Sat- auch noch ein Antennenanschluss. Herr Rummel ist der einzige Teilnehmer in dieser Gesprächsrunde, der bereits mit einem digitalen Satellitenanschluss ausgestattet ist.

Programmvielfalt spielt in dieser Gruppendiskussion nur eine untergeordnete Rolle. Jene Probanden, die terrestrischen Empfang haben, sind bewusst noch nicht auf Satellitenfernsehen umgestiegen wie Herr Jodlbauer, Herr Grünwald und Herr Gerber, der dem Fernsehen gegenüber ohnehin negativ eingestellt ist. Herr Jodlbauer hätte zwar sogar eine „Sat-Schüssel im Keller liegen (...), oba i brauch’s net“. Da es auch in seiner Familie „noch“ – wie er betont – „niemand“ braucht, wird er die Schüssel auch vorerst nicht montieren. Herr Grünwald will aus ästhetischen Gründen keine Satanlage an seinem neuen Haus montieren. Kein Inhalt erscheint ihm interessant genug, er könnte sich aber eines vorstellen: „Also, das is’ wenn des mit’ m Internet a bisserl ins Lauf’n kimmt, nochan bau i ma vielleicht a Schüssel aufi auf’s Haus (*lacht*).“ Die übrigen Teilnehmer haben bereits Satellitenempfang und sind mit ihrer Programmanzahl zufrieden. Herr Jamek gibt an, dass ihm Satellitenfernsehen zwar „mehr Vielfalt“ biete, findet aber, „die *ORF*-Programme san eher schlechter g’worden“. Als

Beispiele für die inhaltliche Verschlechterung nennt er „Talkshows und *Millionenshow*“. Er meint: „Aber irgendwo früher is’ ma bescheiden g’wesen mit die zwei Programme (...) ober i hob das G’fühl, das mit dem Angebot is besser g’wesen als jetzt, weil einfach alles kopiert wird von die Kommerzsender und so weiter.“ In seiner Aussage wird er von Herrn Zehner und seiner Enkeltochter bestätigt.

Mit der Bildqualität sind die meisten Probanden zufrieden, wie die Aussage von Herrn Seifert zeigt, der freie Sicht zur Sendeanlage hat. Er hat daher auch „keine Probleme“ mit der Bildqualität. Herr Rummel gibt an, auf digitales Satellitenfernsehen umgestiegen zu sein, da er „einfach reines Bild haben“ wollte.

Kenntnisse über digitales Fernsehen/ DVB-T

Über digitales Fernsehen sind nur wenige Teilnehmer dieser Gruppendiskussion informiert. Herr Radebener besitzt zwar bereits eine digitale Anlage, verfügt aber sonst kaum über weitere Kenntnisse. Die meisten Probanden stimmen Frau Edlinger zu: „I woäß net genau, wie das funktioniert.“ Lediglich Herr Grünwald, der technisch interessiert ist, gibt eine Prognose über das zukünftige Nutzungsverhalten ab: „Do musst sicher aktiver fernsehen als bis jetzt. Bis jetzt hast di berieseln lassen, jetzt muss mitdenken.“

Interaktive Dienste

EPG

Der EPG wird in dieser Runde sehr positiv aufgenommen. Lediglich Corinna Conrad lehnt die Nutzung des Angebots ab. Ihr erscheint es zu aufwendig, sich damit auseinanderzusetzen, „weil i sicher a Zeit brauch, bis i mi do auskenn’, und des taugat ma, glaub i, net“. Auch der älteste Teilnehmer dieser Gruppendiskussion, Herr Andessner, will seine Programmauswahl auch weiterhin mithilfe der Fernsehzeitung treffen.

Herr Jodlbauer dagegen sieht den Vorteil darin, dass er mit dem EPG einen besseren Überblick über die gebotenen Inhalte erhält: „I glaub, bei dieser Programmvielfalt wird einem nix Anderes übrig bleib’n, als es auch übers Fernsehen zu mochen.“ Ihm ist durchaus bewusst, dass eine Fernsehzeitung eine Übersicht über „400 Programme“ gar nicht mehr leisten kann: „No jo, weil dann muass die Zeitung jo so groß werden, net?“ Auch der Telextext kann ihm einen derartigen Überblick nicht bieten. Den Nachteil am Teletext sieht er auch darin, dass dieser mitunter in mehrere Seiten gegliedert ist, und es passieren kann, dass er beim Aufrufen genau zu jener Seite gelangt, die er nicht benötigt und dann warten muss, bis ihm der gewünschte Inhalt zur Verfügung steht. Daher sieht er im elektronischen Programmführer „a Instrument, um zu selektieren, wos such i überhaupt“. Auch Bettina Andessner zeigt sich interessiert am EPG.

Einen EPG mit persönlichem Nutzerprofil findet Frau Edlinger „super“. Ihr würde das durchaus gefallen. Andere Teilnehmer stimmen ihr hier zu. Herr Rummel lehnt dies allerdings ab. Es scheint, als fühle er sich dadurch von seinem TV-Gerät bevormundet: „Ehrlich g’ sagt, ich (*betont*) möchte eher dem Fernseher befehlen können, was er mir jetzt zeig’n darf oder was i sehen will. Des is’ holt für mi wichtiger, als zu sagen, i möchte jetzt an Spielfilm sehen, dann möchte i a Litanei haben, quasi von A bis Z oder donn möchte i des sozusagen konsumieren können, oder a wissenschaftliche Sendung, das wäre ganz gleich, net.“

Interaktive Zusatzangebote zum laufenden Programm

Der digitale Infotext stößt auf geteiltes Interesse in dieser Gesprächsrunde. Einige Probanden würden auf das Angebot sehr wohl zurückgreifen: „Möglichkeit is es sicher.“ (Frau Edlinger) Die jüngeren Teilnehmerinnen stimmen ihr dabei zu. Herr Gründwald könnte sich vorstellen, den Infotext während der Werbepause zu nutzen. Herr Jodlbauer dagegen ist davon überzeugt: „Wenn i jetzt an Film anschau’, dann will ma nebenher – oder a Fußballspiel – dann will ma nebenher net Bilder anschau’n und ... I glaub, da bin i am Abend dann nimma fähig dazu, dass i do drei Sachen gleichzeitig tua.“ Für ihn ist Fernsehen nach wie vor ein Medium, das ihm zur Entspannung dient. Herr Paarhammer erhofft sich von diesem digitalen Angebot eine Verbesserung gegenüber dem analogen Teletext, an dem er Kritik wegen der vielen Werbeeinschaltungen übt: „Nur jetzt mit’m Teletext, wenn’s do a Seit’n aufmochst, donn san 20% schon a mol Werbung, net? Donn musst a mol eini schauen, weil in der Mitte is’ irgendwo dos kleine, was eigentlich suchst, net? I mein, a paar Seiten weißt nachher schon auswendig, wo’s dann nachschaust, net? Aber momentan, am Anfang, da bist eben daschoss’n schon bald, net? Hauptsächlich is’ a mol die Werbung, und zwischendurch haben sie no a paar Seiten, die schon interessant sein a.“ Herr Grünwald stimmt ihm dabei zu und sagt: „Des Blättern dauert scho lang.“

Wenig interessiert zeigen sich die Teilnehmer an Zusatzinformationen zum laufenden Programm. Kaum jemand kann sich vorstellen, während des Fernsehens diese Informationen abzurufen, wie die Aussage von Bettina zeigt: „Na, eigentlich, so, wennst da an Film anschaut, dann interessiert di das eh weniger, weil du schaut dir eh praktisch nur den Film an. Vielleicht wenn’s zu Ende is. Weil wennst zuerst liest, host eh schon die ganze Information. Dann brauchst da den Film eh gor nimma anschau’n. Weil dann weißt eh schon, wie er ausgeht. So zur Information vielleicht schon, aber in den Werbepausen wahrscheinlich.“ Herr Jandl gibt an, sich derartige Informationen lieber über das Internet zu besorgen: „Wenn mi das interessiert, dann setz i mi vorm Computer und such ma des heraus und spezialisier mi a nur auf des (*betont*). Net, dass da nebenbei do noch was lauft.“ Skeptisch zeigt sich Herr Rummel darüber, wie sich dieses Angebot auf sein Familienleben auswirken könnte: „Wenn i ma des jetzt praktisch vorstelle, wenn i mit meiner Familie Fernsehen schau, und dann kommt Werbepause und dann will der des und, und dann hast auf einmal vier Fernseher.“

Nur eine Teilnehmerin, Corinna, könnte sich vorstellen, sich an Quizshows zu beteiligen und auch mitzuraten oder als Publikumsjoker aktiv zu werden. Die übrigen gehen mit Herrn Rummel konform, der dezidiert erklärt. „Des interessiert mi net!“ Wenig Interesse herrscht auch daran, über gesehene Sendungen per Fernbedienung seine Meinung abzugeben. Die Teilnehmer dieser Gruppendiskussion sind sich darüber einig, dass sie mit ihrer Stimme nichts bewirken können. Herr Jamek stellt sich die Frage, welchen Nutzen er persönlich daraus ziehen könnte und Herr Jodlbauer würde nur dann einen Sinn in dem Angebot sehen, wenn es „Konsequenz für das zukünftige Programm“ hat, „weil wenn des a Schas is’, schaut si des keiner mehr an, denk i ma, na. Do brauch’ i net no’ übern Film abstimmen.“

Keine große Rolle spielt in dieser Runde auch die Wahl der Kameraperspektiven. Ein Teilnehmer, Herr Jodlbauer, würde das Angebot zumindest „probieren“. Interessant fände er es auch bei Skirennen, „dass man zum Beispiel a Zeitlupe länger si anschau’n kann. Aber da muss ma a sehn, welche Möglichkeiten es gibt“. Herr Grünwald dagegen zeigt sich skeptisch: „Aber von einer Gemeinschaftsveranstaltung wird si des eher wegbewegen, weil, wenn der eine des will, den anderen wird’s net interessieren, der daneben sitzt.“

Bettina Andessner interessiert sich ihrem Alter entsprechend mehr für Musikfernsehen. Sie könnte sich daher auch vorstellen, dass sie per Fernbedienung Lieder bestellt, sofern das kostenfrei für sie ist: „Wenn’s zum Zahlen is’, tät i’s net.“

Teleshopping/ Interaktive Werbung

Kaum Interesse herrscht am Teleshopping oder daran, sich über das Fernsehen Produktinformationen abzurufen. Dies liegt vor allem daran, dass mit diesen Tätigkeiten noch verstärkt das Internet verbunden wird. Herr Jamek kann sich nicht vorstellen, diese Angebote zu nutzen und meint: „Da schau i eher im Internet.“ Herr Rummel stimmt ihm hierbei zu. Auch Barbara Zehner gibt an, Kinotickets bei Bedarf im Internet zu reservieren, andere Waren kauft sie aber auch über das Weltweite Netz nicht ein. Ihr Großvater fügt hinzu: „Andererseits wird ja wieder gewarnt, weil da immer wieder Sachen passieren, net?“ Pizzabestellen entfällt in dieser kleinen Gemeinde ohnehin aus infrastrukturellen Gründen: „Bei uns gibt’s jo kein’ Pizza-Lieferanten. Des erübrigt sich eh dann (*lachen*).“

Lediglich Herr Grünwald würde auch über das Fernsehgerät Waren erwerben und sich über Kurzreisen informieren: „Wenn ma’ an Kurzurlaub plant, dass man sich das kurz anschaut, in den Werbepausen. Wenn ma in a Therme fahren will ins Burgenland, kann i ma scho vorstellen, dass i mi da a bisserl informier.“ Da er sich auch beim Internet vorstellen kann, Reisen oder andere Waren zu erwerben, zeigt er sich aufgeschlossen, dies in Zukunft auch über das Fernsehgerät zu tun.

Wetten/ Spiele

Kaum jemand in dieser Gesprächsrunde interessiert sich dafür, über das Fernsehgerät zu wetten, Lotto oder kleine PC-Spiele zu spielen. Nur Herr Rummel würde Toto spielen, das könnte er sich „vielleicht vorstellen“. Auch PC-Spiele wie *Tetris* oder *Moorhuhn* stoßen auf wenig Interesse, auch nicht bei den jüngeren Teilnehmern. Herr Grünwald findet das „untypisch“ für die jüngere Generation und zeigt sich davon überzeugt, dass gerade Jugendliche dieses Angebot nutzen würden.

Internet- und Kommunikationsdienste

Fast allen Teilnehmern dieser Gruppendiskussion fehlt es noch an Vorstellungsvermögen, dass PC und Fernseher in Zukunft miteinander verschmelzen: „Na ja, wie schaut so a Fernsehplatz dann zukünftig aus? Das wär' dann ja wie a Büroarbeitsplatz, oder?“ (Herr Jodlbauer) Er ist sich sicher, dass ein Gerät, das PC und TV in einem ist, Auswirkungen auf seine Wohnzimmergestaltung hat: „I man der Fernsehplatz schaut ganz anderes aus als wie a Schreibtisch (...) Äh, wenn i ma des jetzt vorstell', dass i des ganze jetzt irgendwo im Liegen vorm Fernseher machen sollt, also entweder muss ma des Wohnzimmer umkrepeln, aber irgendwas wird dann nimmer funktionieren, net?“ Für ihn ist eines ganz klar: „Na ja, man wird des tun müssen, wenn ma do mitmacht. Oder man lasst's sein. Aber es wird einfach – so wie man jetzt praktisch fernseht, so wird's einfach nimmer funktionieren.“ Er gibt zwar an, er würde „Zusatzinformationen schon nutzen, also einfach Programmauswahl und solche Sach'n“, würde aber „mit dem Fernseher jetzt nicht (*betont*) den PC ersetzen“. Das ergibt „keinen Sinn“ für ihn, da er sich nicht vorstellen kann, auf diese Weise einen Brief zu verfassen. Außerdem sorgt sich Herr Jodlbauer um Virenbefall und den Aufwand, der ihm dadurch entsteht. Er zieht Resümee: „I weiß net ob des ... dieses alles Verknüpfen und ma kann überall alles mach'n, überall alles konsumieren, ob des g'scheit is'? Fernseher soll Fernseher bleiben!“

Herr Jamek zeigt sich davon überzeugt, „dass ma' für jedes Medium“ ein eigenes Gerät braucht. „(...) So is einfach jedes Gerät für seinen Zweck. Und, und i find, i nimm des her, wos für mi besser passt.“ Auch Herr Paarhammer sieht das ähnlich: „Und des E-Mail, des tust mit'm Computer und wenn i Fernsehen schauen will, donn schau i Fernsehen. Also, Zusatzinformationen waren oft schon wichtig. Aber net so bombastisch, dass, dass di erst mal ein Monat dazu hocken musst, damit'st dich auskennst.“ Er gesteht zwar zu, dass „gewisse Sachen schon gut“ wären, aber über das TV-Gerät auch E-Mails zu verschicken, hält er für „übertrieben“ und „viel zu aufwendig“. Außerdem fürchtet er, dass die Geräte durch diese Entwicklung in Zukunft auch teurer werden: „Weil der Fernseher wird dann von der Festplatten, oder irgendwas braucht man dann no. Weil du musst jo deine E-Mails irgendwo speichern. Und dann werd'n holt mehr Sachen produziert oder? Und alles Mögliche steigt dann holt.“

Herr Gerber wird Internet- und Kommunikationsdienste über das TV-Gerät nur nutzen, „wenn’s gar nimma anders geht“. Er will „bis z’letzt“ abwarten und ist davon überzeugt: „Das bleibt uns net erspart, des wird kommen, sicher. Dass E-Mail für gewisse Sachen mehr oder weniger Internet für gewisse Sachen überflüssig (wird).“ Er nutzt zwar bereits E-Mail als Online-Anwendung, glaubt aber, dass es ihn viel Zeit kosten wird, dies über das TV-Gerät zu machen: „Man muss si’ durch den ganzen Wust von Überflüssigem durchkämpfen und das braucht ziemlich viel überflüssige Zeit.“ Auch für Herrn Radebener hat das TV-Gerät bestimmte Funktionen. So nutzt er das Medium zur Entspannung, Erholung und Unterhaltung. Außerdem ist es eine Art Treffpunkt für die Familie, „wo ma uns gemeinsam was anschau’n, Gaudi hab’n“. Daher glaubt er, dass das Familienleben unter der Konvergenz der Geräte leidet. Herr Jandl stimmt ihm zu. Auch er glaubt, dass dieses Angebot „das Familienleben a bisserl zerstört, des Ganze.“

Herr Grünwald ist dagegen der einzige Proband, der sich „ganz sicher“ ist, Internet- und Kommunikationsdienste über das Fernsehgerät in Anspruch zu nehmen. Er kann sich vorstellen, dass er zu Hause eine „multimedial Station“ hat, wo der Computer „mit einfließt, dass man Internet surfen kann a gleich beim Fernsehen. (...). Da geh’ i nimma rauf ins Büro und surf dort“. Allerdings ist auch er davon überzeugt, dass dieses Gerät den PC nicht vollständig ersetzt wird, „denn a Computer, den wird ma ja brauchen und anders nutzen. (...) Wenn i an Brief schreib oder was zeichnen tu, oder sonst was. Des wird sicher net übern Fernsehen gehen. I kann ma des a no net so richtig vorstellen. Das muss sicher a praktikabler Weg sein vorm Fernseher.“ Dennoch würde er das Angebot „grundsätzlich“ dafür nutzen, um in der Werbepause ein „kurzes Mail“ zu verschicken.

Mobiles und portables Fernsehen/ Mobile Multimedia Dienste

Mobiles Fernsehen und mobile Multimedia-Dienste stoßen in dieser Gruppe auf große Ablehnung. Herr Rummel findet mobiles Fernsehen „unmöglich“ und ist sich sicher: „Brauch i net!“ Frau Edlinger kann es sich nicht vorstellen, im Auto fernzusehen. Ähnlich sieht es auch Herr Jodlbauer: „So was kann i mir überhaupt net vorstellen, wenn man sagt, wenn ma grad beim Grillen is’, net? Des is ja tödlich. Also beim Grillen gehört sich’s dass...“ (*Lachen*). Im Auto fernzusehen ist für ihn „kein Thema“. Im Zug könnte er es sich aber schon eher vorstellen: „Braucht ma nix tun, selber nix denken.“ Auch bei Flugreisen würde er gern auf das Angebot zurückgreifen. Herr Paarhammer widerspricht ihm dabei allerdings: „Wenn man schon zwei, drei Stund nix zum Tun hot, is’ vielleicht g’scheiter, ma nimmt sich a Buch zur Hand. Und net immer irgend so a Kastl, wo du dann blöd rein schaust. Und im Zug, wenn do 50 Leit drin hocken und jeder gafft wo eini (*Lachen*). Ja, freilich, wird man mit Kopfhörer oder was, damit die anderen nix mitkriegen, da schaust vielleicht mal bei anderen Leuten. Do lernst wen kennen und redest mit dem. Es is’ besser, ma redet miteinander!“ Frau Edlinger stimmt ihm hier zu: „Ja, durchs Reden kommen die Leit z’sam.“ (*Lachen*)

Herr Rummel, der als Lehrer arbeitet, stellt sich das aber angenehm vor, wenn er mit seiner Klasse auf Reisen ist: „I bin mit 29 Kindern in Wien. Als Lehrer hast deine Ruh dann (*Lachen*).“ Nicht ganz ernst gemeint ist auch die Überlegung von Bettina, das TV-Gerät zur Stallarbeit mitzunehmen. Ihre Bemerkung sorgt ebenfalls für Erheiterung in der Runde.

Auch an mobilen Multimedia-Diensten herrscht in der Runde kein Interesse. Herr Jamek vergleicht dieses Angebot mit den Zusatzdiensten am Mobiltelefon: „Wer ruft denn beim Handy die ganzen Sachen ob? Jetzt zum Beispiel (...) die ganzen Informationen, die übers Handy abrufen kannst. Wer macht des scho? Tut's ihr des?“ Auch Bettina ist davon überzeugt, mobile Dienste nicht zu nutzen, wenn sie unterwegs ist: „Also, wenn i nach Wien oder so fahren würd', dann hab ich eh schon einen gewissen Hintergedanken, wos i do tun möcht. Aber i glaub net, dass i des nutzat.“

Einstellung zur Digitalisierung

Die meisten Teilnehmer dieser Gruppendiskussion stehen der Digitalisierung unentschlossen gegenüber. Einige Probanden begrüßen zwar den Fortschritt, sehen sich aber gleichzeitig „zwangsbeglückt“, wie es Julia Gerber formuliert: „I find schon, dass es so passt, aber man kann si' net wehren. Also, man muss eh mittun. Das is' dann schon irgendwie gut, wenn man die ganzen Fortschritte do ...“ Dem stimmt auch Bettina zu, und ihr Großvater, der älteste Teilnehmer der Gruppendiskussion, sieht das ähnlich: „Also ganz verschließen sollt' ma' si' net. Aber, wenn's noch zehn Jahr dauert, dann erleb i des eh nimma (*Lachen*).“

Die meisten Probanden wären mit dem Fernsehangebot und der technischen Umsetzung auch weiterhin so zufrieden, wie es ihnen derzeit zur Verfügung steht. So gilt auch für Bettina Andessner: „Fernsehen soll Fernsehen bleiben.“ Sie sieht die Vorteile auch eher darin, Zusatzinformationen abzurufen, „beim E-Mail-Schreiben oder so, do seh i des eher net so oder beim Internet“. Corinna wäre ebenfalls mit dem derzeitigen Stand der Dinge zufrieden. Stünden ihr aber interaktive Angebote zur Verfügung, würde sie diese hauptsächlich zur Kartenbestellung und für Musikvideos nutzen, „aber mehr, glaub i, net.“

Herr Jodlbauer ist davon überzeugt, dass er sich „mit der Nutzung a eher zurück halten und mit dem Umstieg möglichst lang warten“ würde. Er erhofft sich so, die Endgeräte billiger erwerben zu können, „weil das Zeug wird alles billiger“. Er ist aber auch davon überzeugt, „dass es nicht aufhaltbar is“ und dass es „einem von der Wirtschaft ja auf'zwingen“ wird: „Wenn's einfach heißt, den *FS1* und *FS2* gibt's nimma. Nachdem ma nur die zwei hab'n mit normaler Antenne, ist des sicher – wenn's kommt – der nächste Schritt, dass ma si einen neuen Fernseher kauft, oder a Zusatzgerät kauft, weil's kein' anderen Sender mehr gibt. Also, das ist nicht aufhaltbar, aber i werd sicher so lange warten, bis ma wirklich nimma anders kann.“

Frau Edlinger, Herr Jandl und Herr Paarhammer vermieten Gästezimmer und Ferienwohnung. Für sie ist die Umstellung der Übertragungswege daher mit besonderen Kosten verbunden, wie Herr Paarhammer es schildert: „Also mehr Auswahl ist alles recht und schön, und is auch vielleicht gut. Aber wenn du jetzt Gäste hast und so weiter, und vier, fünf Fernseher herumstehen hast, nachher wird's schon a bisserl a Kostenfrage vielleicht a.“ Er könnte sich aber vorstellen, dass seine Gäste sich digitales Fernsehen und auch interaktive Dienste wünschen. Herr Jandl gibt an, dass er digitales Fernsehen „persönlich“ nicht brauche. „Aber dadurch, dass ma halt Ferienwohnung vermieten a, dann kannst eh net aus. Aber die Zwangsbeglückung is a bisserl a Sauerei, was do von der Wirtschaft aus betrieben wird. Man sollt schon irgendwie die Möglichkeit haben, dass man soweit gehen kann und genauso dass man mit wenig Aufwand a no was kann machen. Net, dass einfach hergegangen wird und g'sagt wird: ‚So, jetzt wird abgedreht, so is!‘“

Absolut negativ steht Herr Gerber der Digitalisierung gegenüber. Er „braucht des net“ und „muss do auch net mitmachen“ und meint: „I schau ma des on und i glaub es wird unausweichlich sein.“ Er würde bewusst auf das Fernsehen verzichten, „wenn's wirklich so weit kommt“ und man ein „normales Leben nimma führen kann“.

Eher positiv eingestellt sind dagegen Herr Jamek und Herr Grünwald. So sieht Herr Jamek den Vorteil in der verbesserten Bildqualität, auf „des ganze interaktive Zeug“ kann er allerdings verzichten. Er glaubt, „do sind andere Geräte besser geeignet“. Er sieht die Digitalisierung als „globale Entwicklung“, von der nicht nur die Teilnehmer dieser Gruppendiskussion betroffen seien. Herr Grünwald steht der Umstellung der Übertragungswege „eher offen gegenüber“. Er sieht sich selbst nicht unter Druck, sich die neuen Geräte anzuschaffen, und würde sich alles in Ruhe anschauen: „Des is' holt der Zug der Zeit. Des ist halt so. Die Technik schreitet voran. Vor zehn Jahren hat's Handys a so gut wie gar keine geben, heut hat schon fast jeder im Kindergarten eines mit.“ Die Digitalisierung übt nicht wegen der Programmviefalt ihren Reiz auf ihn aus. Sein Interesse gilt vielmehr allem, „was mit Internet z'sam hängt, des interessiert mich mehr“. Daher würde er sich „anschauen“ was ihm die neue Technologie hinsichtlich seiner Interessen bieten kann: „Und konn i ma schon vorstellen, dass i des dann a nutz', in gewissen Bereichen. Des muss sich ein bisserl einspielen.“

4.3.5 Gruppendiskussion 5: Sozial Benachteiligte

Das Gruppeninterview fand in einem Raum an der Universität Salzburg statt.⁶² Am Interview beteiligten sich drei Frauen im Alter zwischen 18 und 55 Jahren sowie vier Männer im Alter zwischen 31 und 57 Jahren.

Kurzbeschreibung der Teilnehmer und Gesprächsverhalten

Die jüngste Teilnehmerin ist Sigrid Siegel. Sie ist 18 Jahre alt und lebt mit ihren Eltern (36 und 44 Jahre alt) in einer Mietwohnung und ist vorübergehend arbeitslos. Sie hat die Pflichtschule abgeschlossen. Im Interview hält sie sich sehr zurück und äußert sich meist nur, wenn sie von den Interviewerinnen direkt angesprochen wird. Cassandra Callmayer ist 48 Jahre alt. Sie lebt gemeinsam mit ihrem Sohn (17) in einer Mietwohnung, ist vorübergehend arbeitslos und verfügt über ein abgeschlossenes Hochschulstudium. Zur Gruppendiskussion erscheint sie etwas zu spät, steigt aber sofort in die Thematik ein und meldet sich oft zu Wort. Sie zeigt sich sehr aufgeschlossen und scheint Spaß am Gespräch zu haben. Irmhild Igelsberger ist 55 Jahre alt und lebt allein in einer Mietwohnung. Sie ist arbeitslos, hat jedoch über den zweiten Bildungsweg an der Universität studiert und das Studium abgeschlossen. Im Gespräch äußert sie sich anfangs sehr häufig, weicht aber oft vom eigentlichen Thema ab, im weiteren Verlauf nimmt sie sich etwas zurück. Roman Ritzer ist mit 31 Jahren der jüngste männliche Teilnehmer. Er lebt in einer Mietwohnung gemeinsam mit mehr als drei Personen im Alter von 25 bis 55 Jahren und ist nicht berufstätig. Herr Ritzer verfügt über eine abgeschlossene Lehre. Im Gespräch zeigt er sich sehr aufgeschlossen, spricht kurz und deutlich, weicht nicht vom Thema ab. Herr Arnulf Aschenbrenner ist Mitte 40.⁶³ Er hat eine Schule mit Maturaabschluss besucht. Im Interview meldet er sich häufig zu Wort, weicht aber wiederholt vom Thema ab und spricht in äußert langen Sequenzen. Er musste von den Interviewerinnen mehrmals darauf hingewiesen werden, beim Thema zu bleiben. Joachim Jellinek ist Mitte 40, lebt allein in einer Mietwohnung, ist vorübergehend arbeitslos und verfügt über ein abgeschlossenes Hochschulstudium. Im Interview spricht er ruhig, bleibt beim Thema und vertritt seine Meinung. Er spricht kurz und verständlich und zeigt sich sehr aufgeschlossen. Eduard Erdmann ist mit 57 Jahren der älteste Teilnehmer. Er ist geschieden und lebt allein in einer Mietwohnung. Herr Erdmann ist teilzeitbeschäftigt. Im Gespräch ist er ruhig und gelassen, meldet sich öfter zu Wort. Am Thema erscheint er interessiert.

⁶² Die Teilnehmer wurden über Aushänge in Sozialeinrichtungen bzw. am Arbeitsamt rekrutiert. Vorrangig für die Auswahl war, dass sich die Probandinnen und Probanden zum Zeitpunkt der Erhebung in einer finanziell eingeschränkten Situation befinden, d.h. ihr Nettohaushaltseinkommen unter 1000 Euro liegt und sie gar nicht oder nur bedingt berufstätig sind.

⁶³ Herr Aschenbrenner hat den vorgelegten Fragebogen nur unvollständig ausgefüllt. Daher ist es nicht möglich, genauere Angaben zu seiner Person zu machen.

Einstellung zum Fernsehen allgemein

Fernsehen ist im Alltag der meisten Probanden in dieser Gesprächsrunde durchaus verankert und wird positiv gesehen. Lediglich Irmhild Igelsberger, die aus Überzeugung kein TV-Gerät besitzt, und Arnulf Aschenbrenner stehen dem Medium sehr kritisch gegenüber. Gleich zu Beginn der Gruppendiskussion entsteht eine hitzige Debatte um das Fernsehen mit all seinen Vor- und Nachteilen, die auch während des Gesprächs immer wieder aufflackert.

Für Roman Ritzer spielt Fernsehen eine große Rolle: „Jo, Fernsehen is’ a gonz a wichtiger Faktor; des is a kloar im Leben, vor allem bei mir.“ Allerdings besitzt er derzeit kein Gerät, was er bedauert, da er das Fernsehen sehr vermisst. Für Cassandra Callmayer ist das Fernsehgerät eine willkommene Geräuschkulisse, bei ihr läuft das Gerät den ganzen Tag nebenher. Sigrid schaut vorzugsweise abends fern. Joachim Jellinek deklariert sich selbst als „Vielseher“ und schaut „quer durch den Gemüsegarten so ziemlich alles an. Filme, Serien, Dokumentationen. Ähm, ja das ist für mich Teil der Freizeitgestaltung“. Er gibt im Gespräch an: „Fernsehen ist modernes Mythen-Erzählen“. Herr Erdmann bezeichnet Fernsehen als einen „guaten Bestandteil der Freizeitgestaltung“. Er nutzt bevorzugt „Informationen, Nachrichten oder Diskussionen“ sowie Sportsendungen.

Sehr kritisch steht Arnulf Aschenbrenner dem Medium Fernsehen gegenüber. Er versucht zwar, „ohne Fernsehen auszukommen“, dies gelingt ihm aber nicht. Seinen Angaben nach schaut er bevorzugt Angebote mit wissenschaftlichen Inhalten wie die „Knoff-Hoff-Show“ und Bildungs-, Kultur- und Tiersendungen. Sein Nutzungsmotiv ist – wie er selbst im Gespräch sagt – „Wissensweiterbildung“. Allerdings sieht er im Fernsehen „auch eine große Gefahr der Manipulation“. Irmhild Igelsberger verzichtet bewusst auf ein Fernsehgerät, worüber sie „froh“ ist, denn sie „hätte zuviel Zeitverlust und Energieverlust“. Fernsehen führt ihrer Meinung nach vor allem bei Kindern „zu Körperschädigungen“. Sie selbst leidet unter Bildschirmmedien, bekommt davon Kopfschmerzen und merkt ganz deutlich: „Wenn ich mit Leuten zusammenkomme, die durchwegs damit arbeiten, ich krieg einfach meinen Kopf in die Schmerzen rein, obwohl ich selbst nicht damit beschäftigt bin.“ Sie hat auch davor Angst, dass sie der Bilderflut „ausgeliefert“ ist.

Fernsehempfang/ Programmvielfalt/ Bild- und Tonqualität

Sigrid hat zwei Fernsehgeräte zu Hause, beide verfügen über einen Kabelanschluss. Cassandra Callmayer hat derzeit keinen Fernseher in ihrem Haushalt, sieht aber offenbar über den PC fern. Irmhild Igelsberger besitzt ebenfalls kein TV-Gerät, ebenso wie Roman Ritzer. Arnulf Aschenbrenner hat ein Gerät, das über Antennenempfang verfügt. Joachim Jellinek hat – wie Eduard Erdmann – einen Fernseher mit Satelliten-Anschluss.

Verbesserte Bild- und Tonqualität spielt bei den Teilnehmern dieses Gruppeninterviews keine besondere Rolle, dennoch sehen einige Teilnehmer darin Vorteile. So ist Arnulf

Aschenbrenner davon überzeugt, dass ein besseres Bild „zur Schonung der Augen“ beitragen könne. Auch Cassandra Callmayer ist davon überzeugt, dass man das Bild „immer mal verbessern“ sollte.

„Je mehr Sender desto besser“, ist das Motto von Joachim Jellinek, Cassandra Callmayer und Roman Ritzer. Joachim Jellinek ist „nach oben hin offen“ und interessiert sich vor allem für ausländische Sender, „weil jetzt außer über Satellit *CNN* und die Nachrichtensender gibt’s do eigentlich nix“. Cassandra Callmayer ist davon überzeugt: „je mehr Vielfalt umso weniger Zensur“. Sie wünscht sich, dass „weltweit“ etwa „3000 Programme“ zur Verfügung stünden, damit jeder Nutzer „was für seine Kragenweite herausuchen“ kann. Roman Ritzer wünscht sich ebenfalls eine kaum eingeschränkte Programmauswahl, denn „je mehr Sender sind, umso interessanter wird des ganze“. Er sieht den Vorteil darin, dass er, je nach Rezeptionsbedürfnis, aus den Angeboten auswählen kann.

Sigrid Siegel, Eduard Erdmann und Arnulf Aschenbrenner brauchen Programmvielfalt nicht, solange sie die von ihnen favorisierten Angebote empfangen können. Sigrid und Eduard Erdmann würden sich daher mit drei bis vier Sendern zufrieden geben. Herr Erdmann führt noch weiter aus: „Weil i so feststell’, dass also die Sender, ich sprech’ jetzt von *ARD* und *ZDF* oder die Österreichischen und *RTL* und *Sat*, net, dass sich die ziemlich angleichen, was die Abfolge anbelangt, was die Zeit anbelangt der Nachrichten der anderen Sendungen, der Werbeeinschaltungen anbelangt, do is dos wirklich ziemlich aufeinander abgestimmt. Wenn irgendwer was anfängt, macht der andere des nach. Und besonders - kommt mir vor - machen die Österreicher b’sonders viel nach, was die die Amerikaner vormachen bzw. die deutschen Privatsender dann vormachen.“

Er könnte sich aber vorstellen, dass für andere Nutzer Programmvielfalt durchaus von Interesse sein könnte: „Also wenn jemand speziell in diesem Bereich sehr interessiert is’, net. Weil do hot er donn ...do würd’ er sicher a größere Auswahl haben.“ Arnulf Aschenbrenner ist davon überzeugt: „Die Frage ist – glaub ich nicht – mehr Sender oder weniger Sender, sondern is’ eigentlich so, dass man sagen sollten, wo find’ ich was? (...) Und genau darum geht’s eigentlich, dass man, äh, dass eine Möglichkeit besteht, eine gezieltere Sendeauswahl und zwar, dass man die Sender, die man wirklich sehen will und braucht, auch wirklich sehen kann. Da gibt’s den Alpha-Kanal sonst komm ich mit dem terrestrischen aus und das wär einzig und allein der einzige Vorteil, warum ich von einem analogen zu einem digitalen Fernsehen umsteigen kann.“

Kenntnisse über digitales Fernsehen/ DVB-T

Die Kenntnisse über Digitales Fernsehen sind in der Gruppe eher gering. Zwar haben fast alle Teilnehmer schon einmal etwas davon gehört, genaue Vorstellungen hat aber kaum jemand. Roman Ritzer verbindet damit *Premiere World*, das er früher empfangen konnte. Er weiß daher, dass für den Empfang eine Set-Top-Box notwendig ist. Arnulf Aschenbrenner hat nach eigenen Angaben in einer Folge der Sendung *Modern Times* etwas über digitales Fernsehen

gesehen. Cassandra Callmayer weiß, dass Fernsehen in Zukunft auch mobil sein kann, „dass man das dann überall, in jeden Ort, also auch in den abgelegensten Orten“ nutzen kann. Sie hat auch davon gehört, dass man zwar „Neuanschaffungskosten“ tätigen muss, digitales Fernsehen aber letztendlich „kostengünstiger im Verbrauch“ sei. Joachim Jellinek würde sich selbst als nicht besonders gut informiert bezeichnen, aber auch er weiß, „dass man überall schauen kann“.

Interaktive Dienste

EPG

Dem EPG stehen vor allem die jüngeren Teilnehmer Sigrid Siegel und Roman Ritzer recht positiv gegenüber. Etwas ältere Teilnehmer wie Joachim Jellinek und Eduard Erdmann finden das Angebot „zu unübersichtlich“. Die beiden würden auch in Zukunft nicht auf die Fernsehzeitschrift verzichten, da ihnen diese einen besseren Überblick bietet, wie die Aussage von Herrn Jellinek deutlich macht: „Ma hat des über die Zeitschrift einfach viel besser im Blick. Do kommen dann auch die Bewertungen dazu. Und das EPG ... das geht nicht ... das ist zu unübersichtlich das ganze, glaub ich, wie i's jetzt kenn.“ Allerdings sieht Joachim Jellinek Vorteile darin, eine genrespezifische Suche zu tätigen. Eduard Erdmann ist davon überzeugt, dass der EPG nicht für ältere Menschen geeignet ist: „Aber i persönlich – und i kenn do mehrere Leute die san schon 50 und drüber, die haben do a Schwierigkeiten damit. Mit die Jüngeren, also wer damit aufwachst – do kann i nix dazu sag'n. Aber mir persönlich is' des zu viel.“

Roman Ritzer dagegen bezeichnet den EPG für seine Bedürfnisse als „ideal“. Er könnte sich aber nach der Aussage von Eduard Erdmann durchaus vorstellen, dass gerade ältere Nutzer ein Problem mit der Bedienbarkeit haben: „Nur - so wie er sagt - ältere Leut, da is' halt schwierig, weil viele damit Schwierigkeiten haben. Das ist klar. Alles was digital is', und alles was ding is', is' kloa.“ Für Nutzer seiner Altersgruppe oder auch jüngere „ist des sicher a super Angebot. Meine Meinung“ Sigrid findet den EPG „recht gut“. Gegenwärtig nutzt sie nur den Teletext für ihre Programmauswahl. Der elektronische Programmführer erscheint ihr für ihre Nutzungsbedürfnisse aber interessanter, da „beim Teletext, weil dos Bild dann weg is'“ und beim EPG zumindest ein kleineres Fernsehbild mitläuft.

Zusatzangebote zum laufenden Programm

Zusatzinformationen stoßen bei einigen Teilnehmern in diesem Gruppeninterview auf Interesse. Joachim Jellinek würde dabei vor allem bei Dokumentationssendungen auf derartige Informationsangebote zurückgreifen. Auch Roman Ritzer könnte sich vorstellen, dieses Angebot bei „Dokumentationen und Reportagen“ in Anspruch zu nehmen. Bei Filmen dagegen sind Zusatzinformationen für ihn nebensächlich: „Ob der Schauspieler 35 oder 40 Jahr alt is', interessiert mi absolut net.“ Findet er aber Gefallen an der Filmmusik, würde er

sich die Infos dazu durchaus anschauen. Auch Eduard Erdmann findet Zusatzinfos, wie sie im Testbetrieb für *SOKO Kitzbühel* angeboten wurden, „einfach übertrieben“. Er ist davon überzeugt, dass das nur „ganz wenige wirklich interessiert“. Er kann sich nicht vorstellen, dass jemand diese Infos „nebenbei“ nutzt. Auch für sich selbst sieht er „keinen Bedarf“. Sigrid Siegel findet Zusatzinfos ebenfalls nur bei Informationssendungen sinnvoll: „Wenn wirklich was interessant is’, wo i ma denk, des möcht i mal näher wissen (...) aber wie g’sogt, zu irgendeinem spannenden Film passt’s eigentlich net dazu.“ Bei Nachrichten wünscht sie sich ein Angebot, das ihr weiterführende Infos zur Verfügung stellt.

Cassandra Callmayer ist die einzige Teilnehmerin, die sich auch für Informationen interessiert, die aus anderen Bereichen stammen. Große Freude hätte sie, wenn Fernsehanbieter auch Adressen von ihren „Lieblingsprominenten“ bereithalten würden, um ihnen „ein simples Feedback“ geben zu können: „Dann denk ich mir, ah, ich würde auch mal gerne einen Fanbrief oder eine Postkarte schreiben. Und dann hab ich auch oft noch am nächsten Tag daran gedacht und hab im Internet danach gesucht. Und dann schlagen sich (...) 10.000 Seiten auf.“ Für sie wäre der Vorteil, dass sie dann nicht zu einem späteren Zeitpunkt die Informationen im Internet suchen müsste, sondern das Gesuchte sofort zur Verfügung und sie das Anliegen dann „aus dem Kopf, aus dem Sinn“ hätte. Außerdem ist sie davon überzeugt, dass das Fernsehen durch diese Zusatzinfos „auch auf die Bewegung Einfluss nehmen“ kann, sie nennt dafür auch gleich ein Beispiel: Als junges Mädchen favorisierte Frau Kronemann Tanzfilme und wollte unbedingt steppen lernen. Sie hat auch vor dem Fernsehgerät mitgestept. „Wenn’s da ein Knöpfchen gegeben hätte, wo in der nächsten Umgebung Steppkurse angeboten würden, dass man direkt dort hin oder direkt Telefon oder die Schule gleich mal kontakten. Wann sind die nächsten Anmeldedaten? Oder wie viel kostet’s bei ihnen? Dass man gleich ein Angebot kriegt, wer ist der günstigste? Und das sieht, gleich in der Spalte, dass man das gar nicht erst per Post erst fragen muss.“ Dies könnte sie sich auch für andere Dienstleister wie Fahrschulen vorstellen. Sie ist davon überzeugt, dass dies „optimal“ wäre. Sigrid jedoch ist über diese Vorstellung leicht entsetzt: „Dann brauch’ i jo gar nimma aus’m Haus gehen!“

Über gesehene Sendungen abzustimmen, würden in dieser Runde nur wenige Teilnehmer nutzen, obwohl Vorteile erkannt werden. So findet Joachim Jellinek das Angebot zwar grundsätzlich gut, vor allem für jene Nutzer, die keinen Internetanschluss zu Hause haben und somit nicht per E-Mail ihre Reaktionen absenden können. Er schränkt allerdings ein: „Aber diese Fernschrückmeldungen sind wahrscheinlich eher so Ja-Nein-Geschichten, und des is’ zu wenig.“ Eduard Erdmann kann sich vorstellen, dass „schon mehrere Leut’ das Bedürfnis haben“, sich an solchen Bewertungen zu beteiligen: „Beim Telefon komm i eh net durch. Also do ... I glaub schon, dass dos etliche Leute impulsiv machen würden.“ Irmhild Igelsberger, die zwar eine negative Einstellung gegenüber dem Medium Fernsehen hat, sieht an den interaktiven Rückmeldungen aber durchaus etwas Positives. Für sie ist es „schön,

zurück zu kommunizieren“ und ihr gefällt, dass man sich „mit den Mitmenschen austauschen“ kann „in der heutigen Zeit“.

Roman Ritzer würde dieses Angebot dagegen nicht nutzen, und auch Sigrid Siegel würde ihre Anliegen lieber „persönlich“ vortragen, sie findet, per Knopfdruck, „auf die Schnelle, is’ es unpersönlich“. Cassandra Callmayer würde sich allerdings an Voting-Sendungen wie *Starmania* zu beteiligen: „Einfach, wo die Beliebtheit eben erfragt wird. Da kann man auch sofort reagieren.“ Greift man bei diesen Abstimmungen zum Telefon, „kommt man ja nicht durch und dann ärgert man sich. Aber wenn man dann nur aufs Knöpfchen drücken muss, dass es nur gezählt ist, das wäre doch super!“ Allerdings wünscht sie sich dann auch, ein Feedback zu bekommen und zu erfahren, wie die Abstimmung ausgegangen ist: „Also irgendwie...denk ich, das wäre dann schon eine Bereicherung.“ Selbst Kameraperspektiven auswählen zu können, findet nur Roman Ritzer „sehr interessant“. Dies vor allem bei Fußball und Formel 1: „Wenn sich mal was net rührt, sagen ma am Kurs, dann schau i holt in die Box hinein.“

Teleshopping/ Interaktive Werbung

Vor allem die Frauen sind beim Thema Teleshopping in dieser Gesprächsrunde sehr skeptisch und würden dieses Angebot gar nicht nutzen. Cassandra Callmayer könnte sich zwar vorstellen, sich per TV-Gerät über Produkte zu informieren, kaufen würde sie aber nicht. Ihr geht es mehr darum, dass man „Preise gegenüberstellen kann“. Sigrid fürchtet, dass es im Endeffekt teurer kommt, etwas über das TV-Gerät zu bestellen, als selbst ins Geschäft zu gehen und den Artikel zu erwerben: „Im Fernsehen sagen sie, das kostet nur 20 Euro. Aber die denken dann nicht, dass dann die Verpackung dazu kommt. Und die Postgebühr.“ Eduard Erdmann braucht dieses Angebot nicht: „Wie g’sogt, i bin einer von de Prozent, der koan Bedarf hat nach dem. Und de paar wenigen Sachen, de weiß i eh, wo ich’s kriag, net.“ Aber auch hier betont er erneut, dass es seiner Meinung nach durchaus andere Nutzer gibt, „die des interessiert“.

Äußert aufgeschlossen zeigen sich dagegen Roman Ritzer und Joachim Jellinek. Da Roman Ritzer auch andere Wege bekannt sind, Waren zu kaufen, z.B. per Mobiltelefon oder per Internet, sieht er hier keinerlei Nachteile für sich. Auch Joachim Jellinek sagt: „Ich würd’ auch kaufen. Warum net?“

Wetten/ Spiele

Roman Ritzer und Eduard Erdmann stehen Wetten oder Lotto über das Fernsehgerät sehr positiv gegenüber. Die anderen Teilnehmer beteiligen sich auch sonst nicht an Glücksspielen und würden das Angebot daher auch nicht nutzen. Roman Ritzer hat bereits im Internet gespielt und bezeichnet dies als „optimal“. Herr Erdmann sieht den Vorteil darin, dass Wetteinsätze und Quoten „gleich“ bleiben und es dabei auch bei der Nutzung über das TV-Gerät keine Kostenunterschiede geben kann. Dabei spielt er auf die Aussage von Sigrid Siegel

an, dass beim Teleshopping versteckte Kosten dabei sind: „Als wie bei die anderen Sachen, wo man sagt, Porto, Verpackung und weiß net, was do noch alles dazu kommt. (...) Dagegen in dem Bereich is' des also viel besser äh abzuwiegen, viell besser abg'sichert.“ Er sieht aber auch einen Nachteil: „Die Gefahr is' natürlich, je weniger Aufwand, desto mehr verwettet man, net? Aber des is' generell, net, des liegt an einem persönlich. (...) Aber solche Sachen sind halt für, fü,r für die Interessierten interessant: Lotto-, Totospiele, Sportwetten.“

Internet- und Kommunikationsdienste

Cassandra Callmayer steht Internet- und Kommunikationsdiensten über das TV-Gerät sehr aufgeschlossen gegenüber. Da sie jetzt bereits über den PC fernsieht, ist für sie die Konvergenz von TV und PC bereits vollzogen. Für sie wäre das Angebot „so praktisch“, da sie auch nebenbei fernsehen kann: „Vermisch ich jetzt das Internet mit dem digitalen Fernseher, hab ich jetzt auch Post gekriegt? Also, ist jetzt ein E-Mail gekommen? Kommen da so Zeichen, aha, weiß ich, guck' ich mal nach, ist das jetzt wichtig oder lass ich's zu für später. Aber dass man dann trotz gucken kann und nicht den Rundumblick verliert, sondern auch darauf aufmerksam wird und darauf, natürlich wie man sich's einstellt, worauf man aufmerksam gemacht werden will. Find ich gut!“ Sie kann sich „so toll vorstellen“, dass es Fax, Telefon und Fernsehgerät „alles in einem“ existiert und ihr dabei auch eine Tastatur zur Verfügung steht. Um Platz sparen zu können, wäre es für sie am Besten, wenn es gar keinen Monitor mehr gebe, sondern alles an die Wand projiziert würde. Wichtig wäre für sie, dass dann doch „irgendwo ein Computer, oder wie man das dann nennt“ steht, damit sie dann auch etwas ausdrucken kann: „Und dass da auch ein bisschen Papier rein passt. Aber ansonsten kann das Ding ganz versteckt sein.“ Sigrid Siegel, die sich hier eher unbeteiligt zeigt, könnte sich zumindest vorstellen, dass sich aus der Gerätekonvergenz „Vorteile ergeben könnten“.

Eduard Erdmann, der älteste Teilnehmer dieser Runde, denkt bei der Gerätekonvergenz wieder an unterschiedliche Nutzungsweisen und Gewohnheiten von jüngeren und älteren Rezipienten: „Generell tät i sagen, gib'ts do zwei Unterscheidungen: Die älteren Leut, die des net g'wohnt sind, die werden des von der jahrelang, jahrzehntelangen Gewohntheit eher getrennt haben wollen. Weil's einfach griffiger ist, besser zu bedienen is' das ganze. Und die anderen, die jungen, die aufg'wachsen sind, für die is' des eins.“ Als Beispiel für seine Ausführungen nennt er Telefon und Faxgerät. „Do war's auch so, dass es am Anfang mehr getrennt war (...), und dann is' immer mehr z'sammen kommen. Und ganz allgemein seh ich's schon so, dass des, was do kommt, wird die älteren Leut net ansprechen, net? So wie's mit'm Internet is'.“

Online-Banking per TV-Gerät betrachtet Cassandra Callmayer trotz ihrer positiven Einstellung als äußerst kritisch, da sie damit im Internet bereits schlechte Erfahrungen gemacht hat. Roman Ritzer gibt daraufhin an, Online-Banking anfänglich ebenfalls negativ gegenüber gestanden zu haben. Im Verlauf der Nutzung änderte sich seine Meinung aber.

Daher versteht er jene Nutzer, die hier möglicherweise Bedenken haben, da diese die „Hemmschwelle“ noch nicht überwunden haben. Für seine „fünf Überweisungen“ braucht er Online-Banking über das Fernsehgerät aber nicht.

Mobiles und portables Fernsehen/ Mobile Multimedia Dienste

Das Thema mobiles Fernsehen scheidet die Geister in dieser Gesprächsrunde. Sehen Sigrid Siegel, Cassandra Callmayer, Roman Ritzer, Eduard Erdmann und Joachim Jellinek das Angebot als sehr positiv und praktisch, können Irmhild Igelsberger und Arnulf Aschenbrenner damit gar nichts anfangen. Die Einstellung zu mobilem Fernsehen deckt sich hier ganz eindeutig mit der Meinung zum Fernsehen allgemein.

Aus seiner momentanen Wohnsituation heraus betrachtet Roman Ritzer mobiles Fernsehen als sehr positiv. Er würde vor allem über seinen Laptop fernsehen und das Medium dann „überall“ nutzen. So könnte er sich auch vorstellen, mobiles Fernsehen auf einer Almhütte in Betrieb zu nehmen. Arnulf Aschenbrenner reagiert darauf höchst empört: „Wenn i auf die Hütten auffi geh, dann bin i froh, wenn i in die nächsten fünf Kilometer Umkreis net amol, net amol a Fernsehantenne und net amol a Handymast steht. So wär i froh, wenn i so a Hütten find!“ Er sieht mobiles Fernsehen ohnehin als „Armutszeugnis für den, der das mitschleppt“. So hält er es auch für absolut unnötig, während einer Autofahrt fernzusehen und ist davon überzeugt: „Wennst fünf km/h fahrst, schalt der sich weg“. Irmhild Igelsberger glaubt, dass man immer Sorge hätte, dass das mobile Gerät gestohlen würde, wenn man es immer dabei hat. Die von ihr benötigten Informationen wie Nachrichten kann sie auch auf anderem Weg erlangen. Sie nennt ein weiteres Argument: „I hab sonst schon genug zum Tragen.“

Joachim Jellinek sieht im mobilen Fernsehen einen Vorteil. So wie Roman Ritzer würde er das Angebot auch über den Laptop nutzen. Für ihn ist das „schon eine tolle Geschichte“, die man „halt nutzen muss“. Eduard Erdmann findet es „ausgesprochen interessant“, sofern die Bildqualität gewährleistet ist. Er würde vor allem bei „interessanten Ereignissen“ darauf zurückgreifen „oder zwischendurch Nachrichten so zwischendurch, wenn i grad a Pause hab“. Sorgen bereiten ihm aber mögliche anfallende Kosten.

Für Sigrid Siegel spielt mobiles Fernsehen vor allem im Urlaub eine große Rolle: „Es gibt schon viele Vorteile, wenn’st den Fernseher mitnehmen kannst. Z.B. du fährst irgendwo auf Reise hin und so, und du verstehst die Sender net. Dann kannst eben den Fernseher aufklappen oder eben den Laptop und siehst, was passiert daheim. Passieren Unfälle, ist irgendwas daheim?“ Für sie wäre es aber auch ideal, „wenn i in der Einöde leb, abgeschnitten von alles.“

Cassandra Callmayer sieht es ebenfalls positiv, für sie gehört mobiles Fernsehen zu ihrer Ausstattung wie „Zettel und Bleistift“. Auch an Multimedia-Diensten ist sie äußerst

interessiert. Diese wären für sie vor allem bei kurzfristig geplanten Auslandsaufenthalten von besonderem Vorteil: „Man möchte äh trotzdem irgendwie äh eine Navigation haben in der Gegend, wo man sonst nicht ist. Hat nicht alle Karten überall parat, weil die Reise kurzfristig gewählt war. Da kann man da das dann vielleicht mit diesem Gerät sich navigieren lassen, wohin fahr ich jetzt, dass ich dann da hinkomme. Und weil zufällig keiner vorbeikommt, den man nach dem Weg fragen kann.“ Sie wünscht sich für die Zukunft, dass derartige Geräte im öffentlichen Raum für alle so zugänglich sind wie Aschenbecher: „Also, ich kann mir vorstellen, dass es einfach überall selbstverständlich da ist, so wie ein Aschenbecher überall herumsteht, dass es einfach dazugehört, einfach immer miteinander zu kommunizieren zu können, wer eben will.“

Einstellung zur Digitalisierung

Wie sich bereits während des Gesprächs herausgestellt hat, sind Arnulf Aschenbrenner und Irmhild Igelsberger Gegner der Digitalisierung. Frau Igelsbergers negative Einstellung beruht auf ihrer Abneigung gegen das Fernsehen generell. Sie fürchtet Auswirkungen auf die Umwelt. Für Arnulf Aschenbrenner kann digitales Fernsehen nur Nachteile mit sich bringen: Er sorgt sich darum, dass der Nutzer zum gläsernen Menschen und außerdem von Reizen geradezu überflutet wird, dass Werbung überhand nimmt und „die Regionalität“ zerstört wird. Außerdem sieht er die Gefahr, dass „labile Menschen (...) in eine Schuldenfalle gedrängt werden“.

Absolut positiv sehen Cassandra Callmayer und Roman Ritzer die Entwicklung. Herr Ritzer, der ursprünglich aus einer sehr kleinen Gemeinde stammt, sieht den Fortschritt vor allem auf dem Sektor Mobiles Fernsehen, „weil die Hinterwäldler dann a mol fernsehen, mol g’scheit, normal“. Frau Callmayer sieht in Zukunft die Verschmelzung der Geräte noch weiter wachsen: „Es wird sich garantiert mit dem Internet total vermischen, denk ich mal. Und da kann man ruhig mal Fernseher und Computer einmal gleichsetzen. Ist egal, welches Gerät man halt irgendwann mal kauft. Und dann kann man mit dem so flexibel umgehen, denk ich mal – so sehe ich das halt voraus – und es ... an mir hat das eine positive Entwicklung getan. Und das innerhalb der letzten fünf Jahre so richtig rasant.“ Ihre Vorstellungen über die Zukunft erscheinen fast utopisch: „Und sage, mein Medium ... das klingt alles, aber ... mein Medium, mein Computer, meine Tür zur Welt, wo auch immer begrüßt mich. Ich zieh meinen Mantel aus, und währenddessen ich meinen Kaffee einschenke, fragt er mich: ‚Was wollen wir denn heute gemeinsam gucken? Was darf ich denn schon mal raussuchen?‘ Und ich sage: ‚Ich hab das unterwegs gesehen, das würde ich ganz gerne gucken. Oder davon hab ich gehört, wie findest du denn das? Kannst du da schon was finden? Das ist jetzt ganz neu. Das ist gerade erst passiert.‘ - ‚Warte, ich gucke.‘“ Auch Eduard Erdmann und Joachim Jellinek können der Digitalisierung der Übertragungswege Vorteile abgewinnen. Abwartend zeigt sich Sigrid gegenüber der zukünftigen Entwicklung: „Zum Anschauen wär’s. Mal sehen, wie sich das entwickelt.“

Obwohl die Probanden eher in finanziell engen Verhältnissen leben, stehen viele von ihnen dem Kauf eines neuen Gerätes unkritisch gegenüber. Roman Ritzer und Cassandra Callmayer sind davon überzeugt, dass bis zur Umstellung ohnehin neue Geräte auf dem Markt und die alten Fernseher kaputt sind: „Jetzt hamma 2005 bis 2012, das sind sieben Jahr. Do brauchst eh an neuen Fernseher. Do is des eh integriert.“ Cassandra Callmayer stimmt ihm hier zu: „Also, für den Übergang, und für solche, die sich gerade erst einen neuen erstanden haben, ist das total super, dass es dann auch diese Ergänzung (gemeint ist die Set-Top-Box, Anm.) gibt. Aber für die anderen, wo das Gerät eh schon zehn Jahre steht, und man schaut schon, wo gibt's Schnäppchen. Das wär doch gut, wenn's das bei *Ebay* auch gäbe.“

4.3.6 Gruppendiskussion 6: Senioren

Die Gruppendiskussion fand in einem Raum der Universität Salzburg statt. Anwesend waren insgesamt 14 Personen zwischen 60 und 76 Jahren, fünf Männer und neun Frauen.⁶⁴

Kurzbeschreibung der Teilnehmer und Gesprächsverhalten

Gerold und Edna Cebis sind beide 75 Jahre alt. Sie leben gemeinsam in einer Eigentumswohnung. Herr Cebis hat eine Schule mit Maturaabschluss besucht, seine Frau verfügt über einen Hochschulabschluss. Im Gespräch zeigen sich die beiden sehr aufgeschlossen, halten sich aber gegen Ende der Diskussion eher zurück.

Linda Wohlfahrt (65) lebt mit ihrem Mann (78) in einem Einfamilienhaus. Sie hat eine Schule ohne Maturabschluss absolviert. Zum Gruppengespräch erscheint sie verspätet, beteiligt sich aber sofort rege an der Diskussion. Mascha Vogel ist 68 Jahre alt. Im Gespräch zeigt sie sich aufgeschlossen und meldet sich öfter zu Wort. Heidi Lohner (60). Sie war als Angestellte und Selbständige tätig. Am Gespräch beteiligt sie sich rege.⁶⁵ Olivia Simonetto ist 62 Jahre alt. Im Gespräch hält sie sich sehr zurück und meldet sich nur selten zu Wort. Mit der Thematik kann sie offenbar nur wenig anfangen. Die drei Frauen wohnen alle allein in einer Mietwohnung.

Carola Schmirrl ist 62 Jahre alt und wohnt allein in ihrem Haus. Sie hat eine weiterführende Schule mit Matura besucht und war als Angestellte tätig. Im Gespräch meldet sich Frau Schmirrl öfter zu Wort, kommt dabei aber häufig vom Thema ab. Heidrun Gamsjäger lebt zusammen mit ihrem Mann (64) in ihrem Haus. Sie verfügt über ein abgeschlossenes Hochschulstudium und war als Beamtin tätig. Im Gespräch meldet sich sie gelegentlich zu Wort, tritt dann aber äußerst bestimmt auf. Monika Keppler ist 75 Jahre alt. Sie lebt allein.⁶⁶

An der Diskussion beteiligt sie sich anfänglich etwas reger, hält sich aber im weiteren Verlauf mit Aussagen sehr zurück. Hartmut und Ursula Schatzer sind 76 und 72 Jahre alt. Sie leben in

⁶⁴Die Probanden wurden über Kontaktpersonen in Seniorenvereinen rekrutiert.

⁶⁵Zwischen ihr und Ulrike Schatzer bestehen offensichtlich einige Spannungen, die in der Diskussion unterschwellig ausgetragen werden, diese beeinflussen den Gesprächsverlauf aber nicht.

⁶⁶Frau Keppler hat den Fragebogen nicht ausgefüllt, weshalb keine genaueren Angaben zu ihrer Person möglich sind.

einer Eigentumswohnung. Beide haben eine weiterführende Schule mit Matura besucht und waren als Angestellte tätig. Herr Schatzer beteiligt sich an der Gruppendiskussion vor allem beim Einstiegsthema Fernsehen sehr rege, wird aber im Verlauf des Gesprächs immer zurückhaltender. Seine Frau meldet sich eher seltener zur Wort. Edgar Pichler ist 72 Jahre alt und bewohnt mit seiner Frau (65) ein Einfamilienhaus. Er verfügt über ein Hochschulstudium und war als Angestellter tätig. Am Thema erscheint er sehr interessiert und meldet sich oft zu Wort. Ferdinand Jöbstl ist 65 Jahre alt, bewohnt mit seiner Gattin (60) ein Haus. Er hat eine weiterführende Schule ohne Maturaabschluss besucht und war als Angestellter tätig. Leo Franke (62) lebt allein in einer Eigentumswohnung. Er hat eine weiterführende Schule ohne Maturaabschluss besucht und war als Angestellter tätig. Im Gespräch gibt er sich eher verschlossen und zurückhaltend.

Einstellung zum Fernsehen allgemein

Für alle Teilnehmer dieser Gruppendiskussion gehört Fernsehen zu ihrem Alltag dazu. Zwar sind alle mit einem TV-Gerät ausgestattet und nutzen das Fernsehen auch mehr oder weniger häufig, die Einstellungen gegenüber dem Medium sind allerdings unterschiedlich.

Frau Keppler und Frau Schmirl sehen am liebsten neben dem Bügeln: „Das wertet das Bügeln auf, wirklich ganz toll.“ (Frau Schmirl). Frau Keppler, die alleine lebt, schaut auch nachmittags und abends gerne fern, „dass man a bisserl a Unterhaltung hat“. Als aufgeschlossene Nutzer präsentiert sich auch das Ehepaar Cebis. Die beiden beginnen ihren Fernsehabend um 19.00 Uhr mit den Lokalnachrichten, „dann schwenken wir um auf ARD, deutsche Nachrichten, und dann läuft der Fernseher durch bis viertel nach zwölf.“ Die anderen Probanden reagieren auf diese Aussage mit leicht entsetzten Zwischenrufen. Sie scheinen überrascht, dass das Ehepaar abends so lange fernsieht. Auch Herr Pichler ist bekennender Vielseher: „Also, i möcht dazu sogn, äh, wir schauen gerne fern.“ Bevorzugt rezipiert er Informationssendungen und schaut meist bis halb elf Uhr abends fern. Er vermisst aber „die sehenswerten, echt sehenswerten Veranstaltungen“. Darunter versteht er Sendungen mit kulturellem und bildungspolitischem Anspruch. Diese werden seiner Meinung nach viel zu spät ausgestrahlt. Ablehnend steht er „diesen debilen (*lacht*) Publikumssendungen“ gegenüber, „wo die Leute sitzen und klatschen, wenn wer Prominenter auftritt“. Frau Lohner nutzt das Fernsehen ebenfalls gerne, vor allem, um ihr Informationsbedürfnis zu stillen. Sie schaut vorzugsweise abends fern. Kritische und eher gelegentliche Nutzer sind das Ehepaar Schatzer, Herr Franke, Frau Simonetto und Herr Jöbstl. Herr Schatzer schaut sich abends gemeinsam mit seiner Frau die Lokal- und die Weltnachrichten an. Danach ist Fernsehen für ihn „überhaupt nicht mehr wichtig“. Filme, die ihn interessieren, zeichnet er auf Video auf und schaut sie später an. Seine Gattin nutzt das Fernsehen häufiger, vor allem abends: „Da schau ich schon. Sehr gerne.“ Tagsüber dagegen schaltet sie das Gerät nur ein, wenn besondere Ereignisse wie Skirennen stattfinden. Frau Simonetto schließt sich dieser Aussage an. Herr Jöbstl gibt an, seinen Fernsehkonsum nach seiner Freizeitgestaltung zu richten. Er

sieht also nur fern, wenn er dafür auch Zeit hat, „und wenn nix is’, dann kann i a gut verzichten drauf, also, i muss do net reinschauen, wenn mi nix interessiert, dann schalt i aus“. Herr Franke gibt an, diese Aussage treffe auch auf ihn zu. Er schaut „vielleicht um neun Uhr Vormittag die Nachrichten, vorher vielleicht a bisserl Volksmusik, a bisserl Wetter schauen“.

Fernsehempfang/ Programmvielfalt/ Bild- und Tonqualität

Das Ehepaar Cebis und Frau Wohlfahrt sind bereits mit digitalen Satellitenanschlüssen ausgerüstet. Über analoges Sat-Fernsehen verfügen Frau Lohner, das Ehepaar Schatzer und Herr Franke. Kabelfernsehen beziehen Frau Simonetto, Frau Gamsjäger sowie Frau Schmirrl. Letztere ist neben Herrn Jöbstl die einzige, in deren Haushalt sich mehr als ein bzw. zwei TV-Geräte finden und diese auch in anderen Zimmern als im Wohnzimmer platziert haben. Alle drei TV-Geräte von Herrn Jöbstl verfügen über Antennenanschluss. Auch Frau Vogel und Herr Pichler empfangen über den terrestrischen Übertragungsweg.

Den meisten Teilnehmer dieser Gruppendiskussion reicht die ihnen zur Verfügung stehende Bild- und Tonqualität. Sie verlangen nicht nach Verbesserungen. Lediglich Herr Pichler gibt an, er überlege, sich eine Satellitenschüssel anzuschaffen, da er in dem Stadtteil, in dem er wohnt, *ORF1* nur sehr schlecht empfangen könne, nachdem der Sendemast verlegt worden sei: „Zur Zeit gar nicht zum Anschauen, weil da sind Streifen durch. Der Zweier (*ORF2*, Anm.) geht gut. Der is’ ruhig, schön? Aber die anderen Sender, also der Bayern-Sender, ist auch gestört, also so grieslig“. Frau Gamsjäger denkt allerdings schon weiter. Sie sorgt sich darüber, dass mit Verbesserung von Bild und Ton auch die TV-Geräte größer werden: „Und da nimmt man natürlich an, dass man a größere Bildfläche haben möchte, damit das neben zur Geltung kommen kann. Ich will aber nicht so a große Bildfläche haben, weil, ich hab das in einem Schrank stehen. Es ist überhaupt nicht dominant im Wohnraum.“

Unterschiedliche Einstellungen finden sich in dieser Gruppendiskussion hinsichtlich der Programmvielfalt. Sehen manche Probanden darin eine bessere Möglichkeit der Selektion, erachten andere Teilnehmer eine größere Programmauswahl als unnötig. Frau Lohner ist überzeugt: „Man kann gar nicht genug Sender haben“. Sie sieht den Vorteil vor allem in der Selektion: „Man wird, glaub ich, mündiger, als man mit vier Sendern ist, weil man eh nicht alles sehen kann.“ Auf die Frage von Frau Vogel, ob sie dann nicht noch mehr fernsehen würde, antwortet Frau Lohner: „Nein, nein. Es gibt wirklich irgendwelche Tage, an denen ist gar nichts ... Muss auch nicht sein.“ Frau Simonetto stimmt ihr zu und unterstützt sie: „Man pickt sich’s heraus.“ Eine Teilnehmerin wirft zusätzlich ein: „Man kann sich aus dem vielen Schrott die Perlen heraussuchen!“ Frau Schatzer fühlt sich durch diese Aussage angegriffen: „Wenn man 30 Sender hat, dann is’ man net grad intelligenter, oder?“ Frau Lohner kontert: „Das hat ja mit intelligenter nichts zu tun, sondern mit Selektieren!“ Frau Gamsjäger kann zwar 24 Sender empfangen, nutzt aber nur vier: „Mehr brauch ich nicht, das is’ alles

Verschwendung!“ Auch andere Teilnehmer der Gruppendiskussion geben an, nicht mehr Sender zu benötigen. Herr Schatzer ist davon überzeugt, er habe „14 Sender zu viel!“

Kenntnisse über digitales Fernsehen/ DVB-T

Über digitales Fernsehen ist in dieser Gruppendiskussion kaum jemand informiert, da der Zeitpunkt der Umstellung noch weit entfernt ist: „Kommt ja erst im Jahr 2012.“ (Frau Schatzer)⁶⁷ Lediglich Frau Vogel, die für neue Technologien aufgeschlossen ist, hat sich in einem Fachmarkt erkundigt und auch in einer Broschüre etwas darüber gelesen. Sie hat auch den Begriff „interaktives Fernsehen“ schon einmal gehört, „aber vorstellen kann ich mir nichts darunter“. Frau Schmirl kennt digitales Fernsehen von ihrem Nachbarn, den sie zufällig besucht hat: „Und der ist a schon a älterer Herr, und der hot donn glei aufgeschrieen: ‚Nicht so viele Sender, bitte nur wenige!‘ Und die Bildqualität ist super.“

Interaktive Zusatzangebote

EPG

Alle Teilnehmer dieser Gruppendiskussion wählen das Fernsehprogramm mit Hilfe einer Programmzeitschrift aus und gehen mit der Aussage von Frau Schmirl konform: „Also, ich glaub, das Wichtigste is’, dass man das Fernsehprogramm anschaut. Bewusst auswählt und net herumschaut, was könnt’ i da jetzt haben. Also, des glaub ich, is’ des Allerwichtigste.“ Sie würde nach wie vor auf die Programmzeitschrift nicht verzichten. Auf den Einwand von Frau Vogel, dass dort nicht für alle Sender eine Übersicht geboten werden kann, reagiert niemand.

Fast allen Probanden erscheint der EPG als zu aufwendig, sowohl von Bedienung und Handhabung her als auch aus visueller Sicht. Einig sind sich die meisten darin, dass es vor allem für ältere Nutzer dabei zu einer „Reizüberflutung“ (Frau Simonetto) kommt, wenn man zum einen das Fernsbild klein nebenher laufen hat und nebenbei das Programm lesen möchte. Für Frau Gamsjäger ist der EPG ein „oberflächliches Nebeneinander“, das ihrer „Lebensphilosophie“ gar nicht entspricht und daher auch nicht das richtige Angebote für sie ist: „Irgendwo die Achtsamkeit im Leben zu haben und, und eher schlicht zu sein und eher äh zu vereinfachen, auch was vielleicht gewisse Dinge nur net zeitgleich zu machen, sondern eine Sache und die ordentlich. Dann ist des (der EPG, Anm.) sicher net des, was für mich richtig ist.“

Frau Gamsjäger, Herr Schatzer und Herr Franke sind außerdem davon überzeugt, dass dieses Angebot auch negative Auswirkungen auf jüngere Nutzer haben kann. Frau Gamsjäger greift dabei auf ihre Erfahrungen als Lehrkraft zurück: „Und nachdem ich so lange im Schuldienst

⁶⁷ Frau Schatzer war als Vorsitzende eines Seniorenvereins die Kontaktperson zur Rekrutierung der Probanden für diese Gruppendiskussion. Den Zeitpunkt der Umstellung kann sie daher aus einem an sie gerichteten Brief der Interviewerinnen.

war, muss i a sagen, die Kinder, die sich zudröhnen mit Fernsehen, die am Computer sitzen die ganze Zeit, die an den Computerspielen rummachen, die, die ihre höchst komplizierten – jetzt bereits hoch entwickelten Handys haben – des sind die Kinder, die sich am allerwenigsten konzentrieren können. Und die bei keiner Sache länger dabei sind. (...) Ich würde es auch den Jungen nicht empfehlen, sondern hier eher eine Gegenströmung bilden.“ Herr Schatzer ist davon überzeugt, dass die jüngeren Nutzer zu zukünftigen „Herzinfarkt-Kandidaten“ heranwachsen.

An der technischen Umsetzung interessiert zeigt sich Frau Vogel, obwohl sie selbst den EPG nicht nutzen würde: „Es würde mich nur reizen, herausfinden, wie das funktioniert, aber verwenden würde ich das nicht.“ Als einzige kann Frau Wohlfahrt dem EPG etwas Positives abgewinnen: „Jo, und do will i was sehen, und wo find i des? Und da wär’s natürlich angenehm, des schneller herauszufinden.“ Besonders interessant ist dabei für sie die Möglichkeit, nach Genres zu suchen: „Wenn i auf etwas Spezielles gehen möchte, gib’t so was überhaupt, an welchem Tag, dann wäre das gar nicht so uninteressant.“

Zusatzangebote zum laufenden Programm

Auf mehr Interesse als der EPG stößt der digitale Infotext, selbst wenn es auch bei diesem Angebot Probanden gibt, die dies nicht nutzen würden. Begeistert zeigt sich vor allem Frau Vogel. Sie finden den digitalen Infotext „interessant, weil da einfach schon die Bilder dabei sind und alles, und da hab ich mehr, da kann ich’s mir anschauen und zugleich etwas lesen, und ich finde, das merkt man sich irgendwie besser als wenn i nur lies.“ Herr Pichler fügt noch hinzu, dass die Schrift besser lesbar sei als beim analogen Teletext. Inhaltlich zeigen sich die beiden wie auch Frau Simonetto an Informationen zu besonderen Anlässen, lokalen Nachrichten und dem Wetter interessiert. Lokal bezogene Nachrichten würden aber auch andere Nutzer begrüßen. Frau Vogel fügt außerdem noch hinzu: „Wenn man Länder irgendwo sieht und die Berge oder so etwas, oder auch mit Vögeln und so Sachen, da kann man sich so Verschiedenes anschauen.“ Will Frau Gamsjäger derartige Auskünfte beziehen, nutzt sie dafür ausschließlich den Computer: „Wenn ich die Wetterinformation haben will oder kulturelle Informationen, dann schau ich’s mir im Internet an. Also soviel Zeit hab ich nicht, mich ärgert’s sogar, wenn ich zu lange vorm Computer sitz.“ Herr Pichler widerspricht und weist daraufhin, dass es dauert, den PC hochzufahren: „Da wär das schon komfortabler.“ Frau Lohner bringt mit ihrer Aussage auf den Punkt, dass bestimmte Medien in den Vorstellungen der Menschen immer noch mit bestimmten Nutzungsbedürfnissen verknüpft sind: „Das heißt, jeden interessiert’s, aber der eine nimmt’s beim Internet und der andere vom Fernseher.“ Frau Vogel wirft ein, dass sie keinen PC habe, mit dem sie dieses Angebot nutzen könnte. Herr Schatzer und Frau Schmirrl sind am digitalen Infotext gar nicht interessiert: „Also, wenn ich ehrlich bin, ich komm mit dem, was ich jetzt hab, zurecht. Ich brauch’s überhaupt nicht.“ (Herr Schatzer)

Zusatzinformationen zum laufenden Programm finden kaum Interesse bei den Probanden in dieser Gruppendiskussion. Lediglich Frau Lohner würde sich wünschen, dass ihr Informationen zur Filmmusik zur Verfügung stünden: „Grad in der Klassik hast ja oft so schöne Melodien bei den Filmen, und da möcht i manchmal wissen, was is' denn des?“

Über gesehene Sendungen ein Urteil per Fernbedienung abzugeben, halten die meisten Probanden, die sich zu Wort gemeldet haben, für nicht aussagekräftig. Anfänglich gibt es dafür zwar breite Zustimmung in der Gruppe, einige Teilnehmer äußern aber Kritik und glauben, dass sei „alles gesteuert“ (Herr Schatzer). Auch Frau Lohner glaubt, dass sich die Anbieter die Ergebnisse so zurechtrücken, „wie's ihnen passt“. Sie ist davon überzeugt: „Dann kommen noch mehr Quotensendungen.“ Herr Franke zeigt sich ebenfalls skeptisch: „Sie werden doch nicht sagen, wenn z.B. über Naturfilme abgestimmt wird, dass dann solcher Filme mehr kommen? Das glaub ich sicher nicht!“

Frau Vogel und Herr Pichler zeigen sich interessiert daran, selbst die Kameraperspektive wählen zu können. Für Frau Vogel wäre das „vielleicht schon interessant“. Sie würde dies vor allem bei Fußballspielen nutzen. Dieses Angebot, das von ihr im Gespräch selbst zum Thema gemacht wurde, kennt sie von ihren Söhnen. Herr Pichler steigt darauf ein und wünscht sich, das Angebot bei Opernübertragungen nutzen zu können: „Mich stört immer diese Bildauswahl des Schneiders, der das Bild bestimmt, welches jetzt gesendet wird. Da bin ich oft nicht so einverstanden. Der zeigt den Sänger, dass ich seine Goldkronen sehen kann. Das brauch' i net. Ich möcht das Gesamtbild sehen.“ Frau Vogel stimmt ihm zu und glaubt, sie würde dies bei Opernübertragungen ebenfalls „genießen“.

Teleshopping/ Interaktive Werbung

Über das Fernsehgerät Waren zu kaufen, lehnen die meisten Probanden dieser Gruppendiskussion ab. Lediglich Tickets für Veranstaltungen zu erwerben, könnten sich einige Probanden vorstellen. Herr Pichler würde dieses Angebot nutzen, solange es nicht „mehr kostet als ein Busfahrtschein, wenn ich in die Stadt fahre, um die Karte zu holen“. Frau Lohner kann sich zwar ebenfalls vorstellen, Tickets zu kaufen, aber „andere Waren“ nicht: „Ich werd mir eine Handtasche kaufen übers Fernsehen!“

Herr Jöbstl dagegen meint: „Ich bin bis jetzt eigentlich gut zurechtgekommen übers Telefon, Bregenzer Festspiele zu reservieren. In einer halben Minute ist das erledigt. Kein Problem. Oder Bad Ischl. Übers Telefon kann ich reden, weiß ich genau, was los ist.“ Andere Teilnehmer wie Frau Schmirgl und Frau Vogel stimmen ihm hierbei zu. Frau Lohner weist aber auf die Kosten hin, die ihr entstehen, wenn sie bei der Auskunft um die Nummer der Bregenzer Festspiele fragen muss: „Des is jo alles schon so teuer!“ Herr Schatzer entgegnet ihr dabei: „Da hast eh irgendwelche Prospekte, wo das alles drin steht. Außerdem gib't a Telefonbuch a von Oberösterreich, von Bad Ischl. Oder übers Internet!“

Wetten/ Spiele

In dieser Gesprächsrunde interessiert sich kein einziger Teilnehmer dafür, kleinere PC-Spiele über das TV-Gerät zu spielen. Dies dürfte vor allem altersabhängig sein. Kein Bedarf herrscht auch daran, Lotto oder Wett Tipps per Fernbedienung abzugeben.

Internet- und Kommunikationsdienste

Desinteresse herrscht auch daran, Internet- und Kommunikationsdienste über das TV-Gerät zu nutzen. Herr Cebis bringt es auf den Punkt: „Das ist so kompliziert.“ Die meisten Teilnehmer dieser Gruppendiskussion geben an, diese Angebote lediglich über das Internet zu nutzen. Auch hier zeigt sich wiederum, dass in dieser Altersgruppe unterschiedlichen Diensten auch unterschiedliche Medien zugeschrieben werden. Die Nutzer sind an diese Differenzierung gewöhnt und halten eine Umstellung für zu „kompliziert“. Es fehlt ihnen hierbei offenbar an Vorstellungskraft, dass es in Zukunft zur Konvergenz der Geräte kommen könnte.

Mobiles und portables Fernsehen/ Mobile Multimedia-Dienste

Entsetzen ruft die Vorstellung hervor, in Zukunft ein tragbares Fernsehgerät überallhin mitnehmen zu können. Lediglich ein Teilnehmer, Herr Pichler, könnte sich vorstellen, bei „einmaligen Sachen“ ein kleines Fernsehgerät mitzunehmen: „Ja, wenn z.B. Fußballweltmeisterschaft ist, und wir sind grad am Attersee, wenn da ein spannendes Match is.“ Frau Vogel ist davon überzeugt, dass sie ein mobiles Gerät nicht braucht, da ihr überall, wo sie hinfährt, Fernseher und Computer zur Verfügung stehen. Herr Pichler ist es auch, der sich mit einem portablen Gerät anfreunden kann. Vor allem in Situationen, in denen er krankheitsbedingt an das Bett gefesselt ist. Frau Lohner stimmt ihm hier zu: „Das ist eine gute Idee!“ Frau Vogel dagegen gibt an: „Dann will ich krank sein und nicht Fernsehen schauen!“

Einstellung zur Digitalisierung

Die meisten Teilnehmer dieser Gruppendiskussion stehen der Umstellung der Übertragungswege ablehnend bzw. unentschlossen gegenüber. Viele sehen es als „Zwangsbeglückung“ und fühlen sich mit dem gegenwärtigen analogen Angebot ausreichend versorgt. Herr Franke gibt zwar an, dass Menschen seiner Generation von der Digitalisierung nicht so sehr betroffen seien wie jüngere Nutzer: „Jüngere, die wollen des, die wollen diese Erneuerungen haben, die wollen, was weiß ich, wie viele Sender und Programme haben. Die spricht das eher an.“ Er persönlich allerdings kann die Entwicklung „nicht gutheißen“ und ist außerdem „zufrieden mit dem, was ich hab“. Mit seiner letzten Aussage stimmen die meisten Probanden überein: Sie halten Veränderungen und neue Angebote persönlich für nicht notwendig. Auch Herr Schatzer steht der Umstellung negativ gegenüber. Für ihn wird Fernsehen in Zukunft zu einem „Spielzeug, so wie’s Handy!“. Er weiß aber, dass er daran nichts ändern kann: „Die Entwicklung ist nicht mehr aufzuhalten!“ Frau Schmirrl fühlt sich

zwar ebenso „zwangsbeglückt“, würde sich für die Zukunft aber im Hinblick auf ältere Nutzer vor allem eines von den Anbietern wünschen: „Man sollte unbedingt mal etwas entwickeln für ... einfacher zu bedienen. Mit dem Handy, da komm i schon ... Das sind so kleine Knöpf, das gibt's net.“ Andere Teilnehmer stimmen ihr dabei zu. Frau Lohner führt weiter aus: „Die Technik ist zu kompliziert, und deshalb haben wir, glaub ich, generell Angst und sagen: ‚Brauch ma net.‘“ Bemängelt wird von den Senioren auch, dass Gebrauchsanweisungen nur auf Englisch erscheinen und sie diese auch kaum verstünden „und da gibt es so unendlich viele Abkürzungen, die uns Älteren gar nichts mehr sagen, do steh' ma' schon do und verstehen nur noch Bahnhof oder sonst irgendwas.“ (Frau Wohlfahrt) Einige Probanden erzählen in der Gruppendiskussion, dass sie bei Schwierigkeiten mit technischen Geräten jüngere Familienmitglieder um Hilfe bitten: „Jo, wenn i net an Neffen oder a Nichte hob, die sich auskennt, ich steh do wie der Dodl vorm goldenen Scheunentor.“ (Frau Wohlfahrt) Herr Pichler berichtet, dass er sich von seiner Tochter die Sender an seinem Fernsehgerät einspeichern lässt.

Frau Wohlfahrt äußert Sorge bezüglich jener Nutzer, die in finanziell eingeschränkter Situation leben „und die sich das zehn Mal überlegen müssen: ‚Kann ich's mir leisten?‘“ Ihrer Meinung nach hat das TV-Gerät gerade für die „ärmeren Menschen in unserem Land“ eine höhere Relevanz als für andere Nutzer. Sozial Benachteiligte haben „eh net viel Ausweichmöglichkeiten, und dann nimmt man ihnen die letzte Möglichkeit auch noch, weil sie sich's nicht leisten können. Das ist mein Einwand, das ist eine Zwangsbeglückung, die sich wirklich nicht jeder leisten kann!“ Sie vergleicht die Digitalisierung außerdem mit der Anschaffung eines Mobiltelefons: Dabei könne man sich entscheiden, ob man eines haben wolle, oder nicht. Beim digitalen Fernsehen sei dies dagegen nicht möglich, denn dann könne man „halt nimmer fernsehen“. Herr Cebis nimmt Bezug auf den Kurzfilm, in dem die interaktiven Dienste des Grazer Testbetriebes vorgestellt wurden: „Mir ist vorhin schon aufgefallen in dem Film, dass gesagt wurde, es werden alle Bedürfnisse befriedigt. So, und dann muss ich sagen, ich hab keine Bedürfnisse, wenn's darum geht (...),ich kann's nicht ändern, es wird kommen, es wird seine Vorteile haben, es wird auf Dauer – ob das gut ist, kann ich nicht beurteilen.“

Frau Vogel glaubt, die zukünftige Entwicklung „wird nur interessant, oder sehr interessant, für jemanden der im Technischen interessiert ist“. Grundsätzlich ist sie dem digitalen Fernsehen gegenüber nicht negativ eingestellt, sondern legt vielmehr eine abwartende Haltung an den Tag: „Ich meine, ich kann das ja nicht beurteilen, wir haben's ja noch nicht. Ich kann das beurteilen, wenn ich's schon hab und darüber verfüge. Und das alte noch hab, dann kann ich eine Aussage machen. Aber so ...“ Abwartend zeigt sich auch Frau Lohner. Sie glaubt zwar, dass mit dem digitalen Fernsehen etwas komme, „wo ma noch gar net g'wusst haben, dass ma des brauchen. Aber des is' donn oft schon so, dass ma vor zehn Jahren kein Handy braucht haben. Und jetzt haben wir vom Telefax kurz vorher, das war in die 80er Jahre, bitte,

da war der Fernschreiber (*Zustimmung anderer Teilnehmer*). Also es geht so irrsinnig schnell. Ist uns heute selbstverständlich. Da wissen wir's ja auch net.“ Herr Jöbstl gibt an, dass es ihm „im Prinzip egal“ sei. Er sorgt sich aber um die Finanzierung und darum, dass „die Kosten wahrscheinlich in die Höhe“ gehen werden. Herr Pichler, der sich während der Gruppendiskussion bereits aufgeschlossener zeigte als die übrigen Probanden sagt: „No, do sind schon a paar Sachen dabei.“

4.3.7 Resümee

Abschließend sollen die wichtigsten Ergebnisse der sechs Gruppendiskussionen⁶⁸ noch einmal zusammenfassend dargestellt werden.

Fernsehen ist Teil des Alltags

Fernsehen ist für fast alle Probanden Teil ihres Alltags. Nur wenige Teilnehmer verzichten bewusst auf ein TV-Gerät und sind dem Medium gegenüber entsprechend negativ eingestellt. Dies spiegelt sich bei entsprechenden Probanden auch in der Nicht-Akzeptanz von digitalem Fernsehen wider. Viele der befragten Teilnehmer sprechen sehr reflektiert darüber, was sie sich in welchen Situationen vom Fernsehen erwarten. Die Nutzungsmotive reichen dabei von Information über Unterhaltung bis hin zur Ablenkung und Entspannung.

Kenntnisse über digitales Fernsehen sind eher gering

Die Kenntnisse über digitales Fernsehen sind bei einem Großteil der zukünftigen Nutzer noch gering bis nicht vorhanden. Die meisten haben den Begriff zwar bereits gehört, konnten jedoch nur wenig darunter vorstellen. In den meisten Fällen wird mit digitalem Fernsehen vor allem bessere Bild- und Tonqualität assoziiert, die auch von den Probanden als deutliche Verbesserung des Fernsehens bewertet werden. Auch die Unterschiede zwischen den Empfangsebenen und ihren Möglichkeiten bzw. Grenzen sind nur wenigen bewusst. Informationen über DVB-T und die geplante Umstellung in Österreich fehlen häufig sogar bei der Nutzergruppe der technisch Interessierten. Sind in Bezug auf DVB-T Kenntnisse vorhanden, so stehen diese meist im Zusammenhang mit der Umstellung in Deutschland.

Mobiles Fernsehen: Geräte sind in der Vorstellungen der Probanden stationär gebunden

Das Interesse an mobilem sowie portablem Fernsehen ist bei den meisten Probanden quer durch alle Nutzergruppen nur sehr gering bis gar nicht vorhanden. Dies gilt mitunter auch für jene, die sich von der Digitalisierung fasziniert zeigen. In ihren Vorstellungen ist Fernsehen nach wie vor mit einem großen Bildschirm und einem fixen Platz im Haushalt verbunden.

⁶⁸ Die sechs Gruppendiskussionen umfassten Jugendliche, Technisch Interessierte (zwei Erhebungen), Sozial Benachteiligte, Pensionisten und sowie Bewohner eine Gebirgsgemeinde (siehe dazu auch Kapitel 4.1.2).

Damit ist die Nutzung von tragbarem Fernsehen sowie mobilen Multimedia-Diensten für sie undenkbar. Auf einige wenige Probanden übt die mobile Nutzung jedoch durchaus einen Reiz aus. Für sie stellt gerade diese Möglichkeit einen großen und spannenden Mehrwert dar. Jene Probanden, die mobiles Fernsehen nutzen würden, würden damit vor allem Wartezeiten beim Arzt, am Bahnhof oder während langer Zugfahrten überbrücken oder einmalige Ereignisse wie Skirennen oder Fußballspiele verfolgen.

Latentes Interesse an interaktiven und multimedialen Zusatzdiensten feststellbar

Interaktive und multimediale Zusatzdienste sind für die meisten Probanden zumindest denkbar. Vor allem halten viele den EPG, den digitalen Datentext sowie Hintergrundinformationen zu einzelnen Sendungen für sinnvoll. Eine nicht unerhebliche Gruppe äußert aber auch Bedenken, Desinteresse und sogar deutliche Ablehnung. Die Anzahl jener, die davon überzeugt sind, dass sie diese Angebote regelmäßig nutzen würden und sich daraus für sie ein wesentlicher Vorteil gegenüber dem analogen Fernsehen ergibt, ist jedoch (noch) eher gering. Deutlich zeigt sich bei den interaktiven Applikationen auch, dass der Standort eine wichtige Rolle spielt: Viele Teilnehmer der Gruppendiskussion in der Gebirgsgemeinde stehen diesen Diensten skeptisch gegenüber. Sie nutzen das Fernsehen mit der gesamten Familie und fürchten daher auch Auswirkungen auf das gemeinschaftliche Fernseherlebnis.

Viele Teilnehmer äußern ausgesprochen hohe Ansprüche an die technische Umsetzung und die Inhalte dieser Dienste, diese können ihrer Einschätzung nach vom derzeitigen Angebot noch nicht erfüllt werden. Ausschlaggebend ist für die Nutzer nicht alleine die Möglichkeit von multimedialen und interaktiven Diensten, sondern ganz konkret die Informationen bzw. Funktionen, die sie in den einzelnen Nutzungssituationen erhalten können. Allein die optisch verbesserte Aufbereitung und die Möglichkeit der Mitbestimmung durch Votings, Wetten, Umfragen usw. ist für sie nur dann interessant, wenn dahinter eine solide und umfassende redaktionelle Arbeit steckt und ihre Rückmeldung auch für sie erkennbare Auswirkungen hat (z.B.: die Bewertung einer Sendung). Hier zeigen sich die einzigen deutlichen Unterschiede zu den Gruppendiskussionen in Graz: Die Nutzer, die bereits Erfahrungen mit dem neuen Angebot sammeln konnten, stehen diesem auch aufgeschlossener gegenüber als die zukünftigen Nutzer.

Akzeptanz neuer Technologien ist alters- und geschlechtsabhängig

Den einflussreichsten Faktor hinsichtlich der Akzeptanz von digitalem Fernsehen und den interaktiven Zusatzangeboten stellt das *Alter* der Probanden dar. Wie die Ergebnisse der Gruppendiskussionen mit zukünftigen Nutzern zeigen, scheuen sich vor allem die älteren Probanden vor neuen Technologien und stehen der Umstellung skeptisch gegenüber. Dies hängt in dieser Nutzergruppe sicherlich auch mit den kaum vorhandenen Kenntnissen über

digitales Fernsehen zusammen. Die meisten der befragten Senioren fürchten durch die Digitalisierung vor allem „Reizüberflutung“, „oberflächliches Nebeneinander“ in der Darstellung sowie die generelle Verkomplizierung der Fernsehnutzung. Gerade die älteren Teilnehmer stehen daher auch interaktiven Zusatzangeboten äußerst kritisch gegenüber. Ganz deutlich zeigt sich, dass Fernsehen und Computer nach wie vor mit bestimmten Nutzungsmotiven, -situationen und -bedürfnissen verbunden sind. Die Konvergenz dieser Geräte kann sich kaum jemand vorstellen. Im Vergleich mit älteren Nutzern aus dem Grazer Testbetrieb zeigt sich allerdings, dass diese den Zusatzangeboten aufgeschlossener gegenüber stehen, wenn sie diese bereits selbst – erfolgreich – ausprobieren konnten.

Es zeigt sich bei den älteren Teilnehmern im Testbetrieb, dass sie gewisse Dienste für sich selbst als „nicht notwendig“ erachten, den zukünftigen Entwicklungen aber nicht im Wege stehen wollen. Daraus lässt sich schließen, dass die Umstellung gerade für diese Nutzergruppe so sanft und fließend wie möglich verlaufen und eine ausgereifte Technik mit sich bringen sollte, um auch ältere Rezipienten vom Zusatznutzen überzeugen zu können. Vor allem brauchen sie die Möglichkeit, jemanden um Rat fragen zu können – sei dies fachlich geschultes Personal oder auch Verwandte – da sich in dieser Nutzergruppe neue Technologien als Hemmschwelle für die zukünftige Nutzung darstellen.

Jüngere Nutzer stehen der Digitalisierung der Übertragungswege zwar nicht völlig unkritisch und unskeptisch gegenüber, sie scheinen aber technischen Neuerungen weniger ängstlich zu begegnen. Hier sind die Meinungen und Einstellungen viel differenzierter als dies bei den älteren Nutzern der Fall ist.

Unterschiede lassen sich auch zwischen männlichen und weiblichen Probanden feststellen. So stehen Männer neuen Technologien offener gegenüber als Frauen und sind auch eher bereit, diese zukünftig auch zu nutzen. Weniger geschlechtsspezifische Unterschiede finden sich allerdings bei jenen Nutzern, die der Digitalisierung gegenüber eine skeptische oder noch unentschlossene Haltung an den Tag legen: Hierunter finden sich Männer wie Frauen gleichermaßen.

5 Zukünftige Nutzertypologien für den Umgang mit DVB-T (Modul 4)

Der Umgang von Rezipienten mit digitalem Fernsehen ist je nach Interessen, Gewohnheiten und Bedürfnissen stark unterschiedlich; daher greift die Betrachtung der Nutzer als einheitliche Gruppe zu kurz. Zur Beantwortung der Frage nach zukünftigen Umgangsweisen mit DVB-T in Österreich muss somit zwischen verschiedenen Nutzertypen differenziert werden.

Um über den derzeitigen Stand in Österreich hinaus Prognosen über zukünftige Umgangsweisen mit DVB-T erstellen zu können, erweist es sich als fruchtbar, auch Ergebnisse zur Nutzung von DVB-T bzw. digitalem Fernsehen in Ländern, in denen die Digitalisierung schon weiter fortgeschritten ist, mit einzubeziehen. In einem ersten Schritt wurden deshalb zehn internationale Rezeptionsstudien zu digitalem Fernsehen ausgewählt und im Hinblick auf zentrale Aspekte des Umgangs mit digitalem Fernsehen systematisch abgeglichen, um Nutzertypen zu generieren.

In einem zweiten Schritt wurde auf Basis der Daten aus acht Gruppendiskussionen mit zukünftigen Nutzern von DVB-T in Österreich eine Typologie erstellt, die sich auf den derzeitigen Stand in Österreich bezieht. Da sich die für die Sekundäranalyse ausgewählten Studien auf eine Situation beziehen, in der der Empfang von DVB-T-Signalen für den überwiegenden Teil der Bevölkerung technisch möglich ist, das Wissen über digitales Fernsehen bzw. DVB-T weitaus verbreiteter ist und/ oder der ATO schon durchgeführt wurde, lässt der anschließende Vergleich der Nutzertypen vorsichtige Aussagen über *zukünftige* Nutzungsweisen in Österreich zu.

5.1 Internationale Nutzertypologie

5.1.1 Sekundäranalyse internationaler Rezeptionsstudien

Da das zentrale Interesse der vorliegenden Arbeit den Vorstellungen, Meinungen und Wünschen zukünftiger Nutzer gilt, wurden neben Erhebungen zur Nutzung von digitalem TV/ DVB-T, interaktiven und mobilen Diensten auch Untersuchungen zur Einstellung zu digitalem Fernsehen/ DVB-T sowie zur Bewertung des Digitalen Switchover herangezogen. Aus den wenigen Studien, die zu diesem Themenbereich bisher vorliegen, wurden jene zehn⁶⁹ ausgewählt, die nicht nur Angaben in Bezug auf die gesamte Bevölkerung enthalten, sondern die Ergebnisse nach soziodemografischen Kriterien bzw. anderen Merkmale unterschiedlicher Nutzer aufschlüsseln. Anfangs war auch geplant, ‚klassische‘ Nutzungsstudien und -typologien zu berücksichtigen, weil der Umgang mit DVB-T in engem Zusammenhang mit der bisherigen Nutzung von Fernsehen und anderen Medien zu sehen ist. Da diese Studien

⁶⁹ Eine Liste der betreffenden Studien befindet sich im Anhang.

jedoch keine Informationen über die Vergleichsdimensionen der Typenbildung enthalten, erwiesen sie sich bei der Generierung von zukünftigen Nutzertypen allerdings als wenig aussagekräftig. Dasselbe gilt für Studien zur Nutzung bereits existierender Mediendienste mit ähnlichen Funktionen wie digitale Dienste (z.B.: Programmzeitschriften, Teletext, Videorecorder, DVDs, Onlineshopping, Teleshopping, Homebanking, E-Mail, Internet-TV, PC-Spiele). Von besonderer Bedeutung für die Typenbildung erwiesen sich britische Studien, da der Digitalisierungsgrad in Großbritannien weit fortgeschritten ist und umfangreicheres Datenmaterial vorliegt. Ähnliches gilt in eingeschränkter Form für Deutschland. Zwar haben dort weite Teile der Bevölkerung technisch noch keine Möglichkeit, DVB-T zu empfangen. In Folge der besonderen Strategie des inselweisen Umstiegs mit ausgesprochen kurzem Simulcast-Betrieb existiert mit Berlin/ Brandenburg aber erstmals eine Region, in der das analoge terrestrische Fernsehen abgedreht wurde. Die Ergebnisse der beiden Begleitstudien zur Umstellung in Berlin/ Brandenburg⁷⁰ beziehen sich also auf die gesamte Bevölkerung dieses Gebiets. Darüber hinaus sind finnische Erhebungen interessant, obwohl auch dort die Digitalisierung nicht so stark verbreitet ist wie in England. Finnland ist bei der Einführung interaktiver Angebote und der Erprobung von mobilen TV-Diensten sehr engagiert, sodass zur Umstellung schon vereinzelt Daten erhoben wurden.

Die neun Vergleichsdimensionen, mit deren Hilfe Ähnlichkeiten und Unterschiede zwischen den Nutzern erfasst und Gruppen gebildet wurden, ergeben sich aus dem Forschungsinteresse (sie beziehen sich also vorrangig auf Wissen/ Kenntnisse, Wünsche/ Interessen und Einstellungen zukünftiger Nutzer) und können in jeweils drei Merkmalsausprägungen vorliegen.

Vergleichsdimensionen und Merkmalsausprägungen

Wissen über digitales Fernsehen	gut	mittelmäßig	wenig bis gar nicht
Wissen über DVB-T bzw. die Umstellung des terrestrischen Übertragungsweges	gut	mittelmäßig	wenig bis gar nicht
Einstellung zu digitalem Fernsehen	positiv	neutral bzw. geteilt	negativ
Einstellung zu DVB-T bzw. zur Umstellung des terrestrischen Übertragungsweges	positiv	neutral bzw. geteilt	negativ
Interesse an interaktiven und multimedialen Diensten	großes Interesse	eingeschränktes Interesse	wenig bis kein Interesse
Interesse an mobilem und portablem TV	großes Interesse	eingeschränktes Interesse	wenig bis kein Interesse

⁷⁰ ARD/ZDF Projektgruppe Digital (2003); Mohr, Inge (2004).

Interesse an einem digitalen TV-Anschluss	großes Interesse*	eingeschränktes Interesse	wenig bis kein Interesse
Interesse an DVB-T als Hauptübertragungsweg	großes Interesse*	eingeschränktes Interesse	wenig bis kein Interesse
Interesse an DVB-T für zusätzliche Fernsehgeräte bzw. mobile und portable Geräte	großes Interesse*	eingeschränktes Interesse	wenig bis kein Interesse

Quelle: Eigene Darstellung

* Ist auch gegeben, falls ein derartiger Anschluss schon vorhanden ist.

Um alle für die Generierung von Nutzertypologien aussagekräftigen Informationen zu extrahieren und Vergleichbarkeit herzustellen, wurden die Studien nach der Sichtung und Auswahl je einzeln bearbeitet. Dazu wurden die relevanten Aussagen zu Nutzung, Interesse, Einstellung etc. von digitalem Fernsehen/ DVB-T mit Hilfe einer Tabelle⁷¹ nach Eigenschaften der Nutzer – darunter Alter, Geschlecht, (Aus)bildung, derzeitige Tätigkeit, Einkommen, Haushaltesgröße, Internet/ PC-Nutzung, Stellenwert des Fernsehens, Zufriedenheit mit dem analogen Fernsehangebot und Ausstattung mit (TV)-Geräten – geordnet. Zu beachten ist dabei, dass nicht jede Studie Aussagen zu *allen* aufgezählten Merkmalen beinhaltet und erst die gesammelten und systematisch geordneten Informationen aller zehn Untersuchungen die Basis für die Generierung der Nutzertypen darstellt.

In einem weiteren Schritt, in dem sämtliche Daten den neun Vergleichsdimensionen und ihren Merkmalsausprägungen zugeordnet wurden, ließen sich die extrahierten Informationen der einzelnen Studien in einer Tabelle (Auswertungstabelle 2)⁷² zusammenführen und vergleichen. Anschließend wurden aus allen theoretisch möglichen Merkmalskombinationen vorläufige Nutzertypen gebildet, die vor dem Hintergrund der Ergebnisse der ausgewählten Rezeptionsstudien plausibel sind. Diese Typen wurden mit den ausgewerteten Daten der Studien abgeglichen und, soweit wie nötig, abgeändert. Dadurch konnten die vorläufigen Nutzertypen am empirischen Material überprüft und zur besseren Charakterisierung um soziodemographische Merkmale, Haushaltesgröße, Internetnutzung, Stellenwert des Fernsehens etc. ergänzt werden.

5.1.2 Charakteristika internationaler Nutzertypen

Durch das eben beschriebene Auswertungsverfahren bei der Sekundäranalyse internationaler Studien konnten folgende sieben Nutzertypen für den Umgang mit digitalem Fernsehen und DVB-T identifiziert werden:

⁷¹ Siehe Anhang: Auswertungstabelle 1.

⁷² Siehe Anhang: Auswertungstabelle 2.

„Unfreiwillige“

„Unfreiwillige“ sind jene Fernsehzuschauer, die ihr Programm vor dem Umstieg auf DVB-T analog-terrestrisch empfangen haben und sich im Zuge der Abschaltung der analogen Frequenzen in ihrem Empfangsgebiet eine Set-Top-Box für ihr Hauptfernsehgerät gekauft haben. Sie haben sowohl wenig Interesse an digitalem Fernsehen insgesamt als an DVB-T im Speziellen und sind schlecht informiert. Ihre Einstellung zur Digitalisierung der Fernsehübertragung ist neutral oder negativ. Der Umstellung der Terrestrik stehen manche ablehnend gegenüber, andere haben sich bereits damit abgefunden. Fernsehen hat für sie keinen hohen Stellenwert, und sie waren mit ihrem bisherigen analogen Empfang weitgehend zufrieden, obwohl damit nur eine kleine Auswahl an Programmen möglich war. Weder größere Programmvielfalt, bessere Bildqualität noch die Aussicht, in Zukunft interaktive Dienste nutzen und an jedem beliebigen Ort fernsehen zu können, wären für sie ein ausschlaggebender Grund gewesen, eine Set-Top-Box zu kaufen. Auch für multimediale mobile Dienste lassen sie sich schwer bis gar nicht interessieren. Da sie in der neuen Technik keine persönlichen Vorteile sehen, empfinden sie den Umstieg auf DVB-T als Zwangsentscheidung. Angehörige dieses Nutzertyps können als Verlierer der Umstellung angesehen werden, da sie wenig bis keinen persönlichen Nutzen aus der Digitalisierung ziehen, die Kosten aber mittragen müssen.

Vertreter dieses Typs sind großteils älter als 50 Jahre, wobei über 65-Jährige besonders häufig vertreten sind. Die meisten sind schon in Pension, leben allein oder zu zweit, haben einen mittleren Bildungsabschluss und tendenziell ein niedrigeres Einkommen. Sie haben wenig Erfahrung im Umgang mit dem Computer und nutzen das Internet kaum bis gar nicht. Frauen sind unter Angehörigen dieses Nutzertyps etwas öfter vertreten als Männer. *„Unfreiwillige“* sind derzeit nur in Berlin und im Ballungsraum Rhein-Main zu finden, da sonst bisher noch kein ATO stattgefunden hat.

„Freiwillige“

„Freiwillige“ haben auf Grund der Vorteile von DVB-T gegenüber dem analogen Empfang für ihr Hauptfernsehgerät eine Set-Top-Box erstanden. Der weitaus größte Teil dieser Nutzer wurde davor über die analoge Hausantenne mit Fernsehprogrammen versorgt. Nur vereinzelt finden sich unter Freiwilligen frühere Kabel- oder Satellitennutzer. Vertreter dieses Typs wissen in der Regel gut über digitales Fernsehen und DVB-T Bescheid; ihre Einstellung zur Digitalisierung der Fernsehübertragung ist grundsätzlich positiv. Dies gilt auch für den terrestrischen Übertragungsweg, wenn sie dem ATO auch teilweise kritisch gegenüberstehen. Der Kauf der Set-Top-Box war für diesen Nutzertyp eine bewusste Entscheidung und wurde nicht als Zwang empfunden. Als Vorteil sieht er vor allem die größere Programmvielfalt und die bessere Bildqualität. Interaktive Dienste waren eben so wenig ausschlaggebend wie das Interesse an portablem oder mobilem TV-Empfang. Wenn interaktive Angebote zugänglich sind, werden sie aber dennoch ausprobiert, gelegentlich genutzt und auch geschätzt.

Angehörige dieser Nutzertyps sind zwischen 25 und 54 Jahre alt, haben einen mittleren oder auch höheren Bildungsabschluss; ihr Einkommen liegt im Durchschnitt. Fernsehen ist für sie ein selbstverständliches Alltagsmedium, das aber nur sehr selten einen besonders hohen Stellenwert einnimmt. Generell lässt sich sagen, dass ‚*Freiwillige*‘ in Bezug auf soziodemographische Merkmale eine größere Heterogenität aufweisen, als Angehörige aller anderen Nutztypen.

‚*Freiwillige*‘ finden sich derzeit überall, wo DVB-T-Signale größeren Teilen der Bevölkerung zugänglich sind. Besonders viele Vertreter dieses Typs lassen sich in England identifizieren, wo das digital-terrestrische Fernsehen sehr gut angenommen wird. Studien aus Berlin geben hingegen keine Hinweise auf eine relevante Gruppe, die sich freiwillig für DVB-T als Hauptempfangsweg entschieden hat. Das liegt vermutlich daran, dass in der kurzen Umstellungsphase zu wenig Zeit blieb, sich aus eigenem Interesse einen ausreichenden Überblick über das Angebot zu verschaffen.

‚*Zusatzgerät-Nutzer*‘

‚*Zusatzgerät-Nutzer*‘ empfangen ihre Fernsehprogramme am Hauptfernsehgerät über Kabel oder Satellit, ihre Zweit- und Drittgeräte sind aber nicht mit diesem Anschluss verknüpft. Im Zuge der Digitalisierung der Terrestrik haben sie für diese zusätzlichen Geräte eine Set-Top-Box für den DVB-T-Empfang gekauft. Ihre Einstellung zum digitalen Fernsehen, wie auch zur Umstellung der Terrestrik, ist grundsätzlich positiv. In der Regel wissen sie gut über digitales Fernsehen und auch über DVB-T Bescheid und haben sich bewusst für diese Technik entschieden. Vorteile von DVB-T für Zweit- und Drittgeräte sehen sie vor allem in den niedrigeren Kosten im Vergleich zu Satellit oder Kabel. Aber auch mobiler und vor allem portabler Empfang ist für die Nutzung der Zusatzgeräte von besonders großem Interesse, weil sie mit Hilfe von DVB-T ohne Kabel an jedem Platz in der Wohnung sowie im Garten, Ferienhaus, Wohnwagen usw. verwendet werden können. Interesse an interaktiven Diensten ist bei Angehörigen dieses Typs teilweise vorhanden, war aber für den Kauf der Set-Top-Box nicht ausschlaggebend.

Typische ‚*Zusatzgerät-Nutzer*‘ sind zwischen 30 und 45 Jahre alt, männlich, berufstätig, verfügen über ein höheres Einkommen und eine gute Ausbildung. Sie leben in großen Haushalten mit vier und mehr Personen, darunter häufig mit Kindern. Männer sind unter ‚*Zusatzgerät-Nutzern*‘ stärker vertreten als Frauen. Fernsehen hat in ihrer Familie einen hohen Stellenwert, im Umgang mit dem PC sind sie geübt und das Internet gehört selbstverständlich zu ihrem Alltag.

Gut vertreten ist dieser Nutzertyp in Berlin, wo sich gezeigt hat, dass seit der Digitalisierung der Terrestrik mehr Haushalte ihre Zweit- und Drittgeräte über die Antenne mit TV-Programmen versorgen als dies vor der Umstellung der Fall war. Offensichtlich kommen die Vorteile von DVB-T im Vergleich zu Satellit und Kabel besonders bei zusätzlichen TV-Geräten zum Tragen.

„Zufällige Digital-Nutzer“

„Zufällige Digital-Nutzer“ haben entweder über Kabel, Satellit oder Antenne digitalen Empfang. Die Entscheidung für die neue Technologie wurde jedoch nicht – wie bei „Digitalen KaSat-Nutzern“ und „Freiwilligen“ – bewusst gefällt und beruht auch nicht – wie bei „Unfreiwilligen“ – auf einem Zwang. Vielmehr passierte der Kauf der Set-Top-Box unüberlegt, spontan oder zufällig. Meist wurden Angehörige dieses Typs von Verwandten oder Bekannten überzeugt oder haben beim Kauf eines neuen Fernsehgeräts bzw. einer Satellitenschüssel digitalen Empfang gewählt, weil das Verkaufspersonal es ihnen nahe gelegt hat. „Zufällige Digital-Nutzer“ wissen wenig über digitales Fernsehen und stehen der Digitalisierung insgesamt neutral gegenüber. Digitales Fernsehen unterscheidet sich für sie nur marginal von analogem TV, und ihre Fernsehnutzung hat sich durch den digitalen Empfang kaum verändert. Zwar haben sie etwas mehr Programme und eine bessere Bildqualität als vorher, einen wirklichen Vorteil können sie darin aber nicht erkennen. Über die Möglichkeit interaktiver Dienste sind sie sich kaum bewusst und nutzen diese folglich auch nicht. Mobiles und portables Fernsehen ist für sie kaum von Interesse. „Zufällige Digital-Nutzer“ müssen also erst von den Vorteilen der Technik überzeugt werden, die sie bereits in Verwendung haben.

Angehörige dieses Typs sind meist berufstätig oder in Pension, über 45 Jahre alt, gut situiert und mit technischen Geräten gut ausgestattet. Sie verfügen über ein mittleres bis höheres Einkommen und sind durchschnittlich gut gebildet.

In Großbritannien empfangen „Zufällige Digital-Nutzer“ ihre Fernsehprogramme vorrangig über den terrestrischen Übertragungsweg (Free-View). In Deutschland ist dieser Nutzertyp vermutlich vor allem unter jenen zu finden, die in den letzten Jahren einen digitalen Satellitenreceiver gekauft haben; dies wurde in den bisherigen Studien jedoch nicht explizit ausgewiesen.

„Digitale KaSat-Nutzer“

Dieser Nutzertypus hat sich unabhängig von der Umstellung der Terrestrik für einen digitalen Anschluss via Satellit oder Kabel entschieden, weil er mit seinem bisherigen Fernsehangebot unzufrieden war. Angehörige dieses Typs sind Vorreiter in Bezug auf die Digitalisierung der Fernsehübertragung, wissen gut über digitales Fernsehen Bescheid und bewerten die Entwicklung positiv. Ihre Kenntnisse über die Umstellung des terrestrischen Übertragungswegs sind meist nicht so ausgeprägt und ihre Einstellung dazu bewegt sich zwischen neutral, geteilt und positiv. Interesse an interaktiven Diensten ist bei Teilen der „Digitalen KaSat-Nutzer“ stark ausgeprägt, andere wiederum sehen vor allem die bessere Bildqualität und die größere Programmvierfalt als wesentlichen Vorteil. Auch in Bezug auf die Möglichkeit von mobilem oder portablem Empfang unterschieden sich Angehörige dieses Typs stark.

„Digitale Kabel- oder Satelliten-Nutzer“ sind den *„Zusatzgerät-Nutzern“* in vielerlei Hinsicht ähnlich. Sie sind zwischen 25 und 45 Jahre alt, leben meist in großen Haushalten mit Kindern, haben ein höheres Einkommen und einen höheren Bildungsabschluss. Auch unter Angehörigen dieses Nutzertyps sind Männer stärker vertreten, PC und Internet werden regelmäßig genutzt und Fernsehen hat eine wichtige Bedeutung. Es verwundert daher nicht, dass *„Digitale Satelliten- und Kabel-Nutzer“* überdurchschnittlich gut mit Zweit- und Drittgeräten ausgestattet sind.

Da sich Vertreter dieses Nutzertyps bewusst für digitalen Satelliten- oder Kabelanschluss entschieden haben, ist DVB-T als Hauptübertragungsweg für sie keine Alternative. Die zahlreichen Ähnlichkeiten mit *„Zusatzgerät-Nutzern“* legen jedoch nahe, dass dieser Typus in Hinblick auf DVB-T für Zweit- und Drittgeräte von Interesse ist, ein Teil von ihnen auch im Zusammenhang mit mobilen und tragbaren Empfangsgeräten.

„Unentschlossene“

„Unentschlossene“ haben noch keinen Zugang zum digitalem Fernsehen, was vorwiegend daran liegt, dass sie sich noch nicht mit dem Thema Digitalisierung auseinandergesetzt haben oder Aufwand und Kosten der Umstellung scheuen. Sie haben sowohl über digitales Fernsehen allgemein wie auch über DVB-T wenig bis gar kein Wissen, und ihre Einstellung zur Digitalisierung aller Übertragungswege ist neutral bis positiv. Zur Umstellung der Terrestrik, welche die Abschaltung der analogen Frequenzen nach sich zieht, haben sie entweder noch keine klare Meinung oder stehen ihr skeptisch gegenüber. An interaktiven Diensten sowie an portabler oder mobiler Nutzung besteht bei Zugehörigen dieses Typs wenig bis gar kein Interesse, da sie sich noch kaum eine Vorstellung davon machen können. Ein Teil der *„Unentschlossenen“* ist mit dem analogen Fernsehangebot weitgehend zufrieden und sieht wenig Grund, sich mit neuen Möglichkeiten auseinander zu setzen, andere wiederum äußern zwar Kritik an ihrem Fernsehempfang, haben sich bisher aber noch nicht dazu entschieden, etwas daran zu ändern. *„Unentschlossene“* verhalten sich also zögerlich bis passiv und legen sich in ihrer Meinung zu digitalem Fernsehen und DVB-T nicht fest.

Nachweislich findet sich dieser Nutzertypus in England, wo einerseits Junge zwischen 16 und 24 und andererseits Frauen zwischen 35 und 55 Jahren mit mittlerem bis niedrigem Bildungsniveau und Einkommen zu diesem Nutzertyp zählen. Selten sind sie intensive Internetnutzer, und viele von ihnen haben wenig Erfahrung im Umgang mit dem PC.

„Skeptiker“

„Skeptiker“ verfügen weder via Satellit, Kabel noch Antenne über einen digitalen Anschluss und haben auch nicht vor, daran in Zukunft etwas zu ändern. Sie sind nur ansatzweise über die Möglichkeiten des digitalen Fernsehens informiert und wissen kaum über die Umstellung der Terrestrik Bescheid. Da ihre Einstellung Fernsehen gegenüber grundsätzlich ausgesprochen skeptisch ist, spielt dieses Medium für sie eine untergeordnete Rolle. Die

Digitalisierung der Fernsehübertragung betrachten sie mit Unmut und Sorge, weil ihrer Meinung nach größere Programmvielfalt, neue Inhalte und Verfügbarkeit von Fernsehen an allen – besonders an öffentlichen Orten – negativen Einfluss auf zwischenmenschliche Kommunikation und sinnvolle Freizeitgestaltung hat. Aus demselben Grund lehnen sie für sich jede Form von interaktiven Angeboten sowie mobiler oder portabler Nutzung ab und sind kaum bereit, neue Dienste auszuprobieren, auch wenn sie ihnen kostenlos zur Verfügung stehen. Der einzige Aspekt des digitalen Fernsehens, der von ihnen nicht negativ bewertet wird, ist die verbesserte Bildqualität, wobei dieser Zusatznutzen nicht ausreicht, um ‚*Skeptiker*‘ von den Vorteilen der Digitalisierung zu überzeugen.

Angehörige dieses Typs sind – neben der älteren Generation – vor allem Frauen zwischen 35 und 55 Jahren. Sie verfügen über ein mittleres Einkommen, haben einen mittleren bis höheren Bildungsabschluss und leben häufig in Haushalten mit Kindern. Ein Teil der ‚*Skeptiker*‘ hat zwar einen Internetzugang und verwendet diesen auch, intensive Internetnutzer finden sich unter Vertretern dieses Typs aber selten. Mit zusätzlichen TV-Geräten sind sie unterdurchschnittlich gut ausgestattet, und der Empfang über Hausantenne ist unter ‚*Skeptikern*‘ verbreiteter als in der Gesamtbevölkerung.

In England zählen zumindest jene 6% der Einwohner zu den ‚*Skeptikern*‘, die von sich sagen, sie werden auch nach dem ATO nicht auf den digitalen Übertragungsweg umsteigen sondern lieber ganz auf das Fernsehen verzichten.⁷³

⁷³ In anderen Ländern liegen noch keine Studien vor, die diese Nutzergruppe identifizieren, da sich bisherige Erhebungen auf jenen Teil der Bevölkerung konzentrieren, der schon digitales Fernsehen empfangen kann oder zumindest Interesse zeigt.

5.2 Derzeitige Nutzertypen zum Umgang mit DVB-T in Österreich

5.2.1 Zur Vorgehensweise bei der Typenbildung

Unabhängig von den Ergebnissen internationaler Studien wurde auf Basis der empirischen Daten aus den Gruppendiskussionen⁷⁴ mit zukünftigen Nutzern von DVB-T eine Typologie für Österreich generiert. Um die Vergleichbarkeit mit den internationalen Nutzertypen zu gewährleisten, mussten dafür dieselben Vergleichsdimensionen⁷⁵ herangezogen werden wie für die Sekundäranalyse.

Der erste Auswertungsschritt bestand in der Anfertigung von Einzelprofilen der Teilnehmer der Gruppendiskussionen in Bezug auf die Umgangsweise mit DVB-T. Zu diesem Zweck wurden die Aussagen der Probanden den Vergleichsdimensionen und ihren Merkmalsausprägungen zugeordnet. Obwohl an den acht Diskussionsrunden insgesamt 88 Personen (n=88) teilgenommen haben, liegen der Typenbildung nur 73 Einzelprofile (n=73) zu Grunde. Der Grund dafür liegt im Verlauf der Gruppendiskussion mit Jugendlichen, die anstatt mit ca. zehn mit 24 Personen durchgeführt wurde.⁷⁶ Da nicht alle 24 Jugendlichen zu sämtlichen für die Typenbildung wesentlichen Themenbereichen Stellung bezogen haben, konnten aus dieser Diskussionsrunde nur jene neun Probanden in die Auswertung miteinbezogen werden, von denen genug Aussagen für ein vollständiges Profil vorlagen. In einem weiteren Schritt wurden Kurzversionen der Profile in Form einer Matrix⁷⁷ erstellt; sie verleiht den Daten Struktur und ermöglicht einen für die Bildung von Typen mit ähnlicher Merkmalsausprägung notwendigen direkten Vergleich zwischen den Probanden. Abschließend wurde überprüft, ob bestimmte soziodemographische Faktoren⁷⁸ wie Geschlecht, Alter, Bildung, Einkommen, derzeitige Tätigkeit und Haushaltsgröße mit tendenzieller Häufung auftraten.

5.2.2 Charakteristika derzeitiger Nutzertypen in Österreich

„Zufällige Digital-Nutzer“

Der Typus des *„Zufälligen Digital-Nutzers“* kennzeichnet sich dadurch, dass die betreffenden Personen (4 Fälle) entweder über Kabel oder Satellit digitalen Empfang haben, die Entscheidung für den Umstieg aber nicht bewusst und informiert, sondern eher zufällig getroffen haben oder erst gar nicht in die Wahl des Empfangsweges eingebunden waren. Drei

⁷⁴ Zu Methode, Auswahl der Probanden, Leitfaden und Durchführung der Gruppendiskussionen siehe Kapitel 4.1.2.

⁷⁵ Siehe dazu Kapitel 5.1.1.

⁷⁶ Die Begründung dafür findet sich in Kapitel 4.3.1.

⁷⁷ Ein Beispiel für ein Kurzprofil findet sich im Anhang.

⁷⁸ Diese Informationen wurden anschließend an die Gruppendiskussionen durch einen Fragebogen erhoben.

der vier ‚Zufälligen Digital-Nutzer‘ wurden beim Kauf einer Satellitenschüssel vom Verkaufspersonal darauf hingewiesen, dass die digitale Technik in Zukunft die analoge ablösen wird; sie haben deshalb wie das Ehepaar Cebis (beide 75) einen digitalen Receiver gekauft. „Wir haben uns nur für einen digitalen entschieden, weil das kommen wird.“ (Herr Cebis) Leon (17) hingegen wurde nicht von einem Verkäufer überzeugt; er hatte vielmehr gar keinen Einfluss darauf, über welchen Weg er seine Fernsehprogramme empfängt. Er geht noch zur Schule und wohnt bei seiner Familie, die zu digitalem Kabel gewechselt ist.

Der Begriff „digitales Fernsehen“ ist Angehörigen dieses Nutzertyps zwar bekannt, der Großteil hat aber kaum konkrete Vorstellung davon, was er bedeuten kann. Obwohl Frau Cebis ihre Programme digital empfängt, meint sie in der Gruppendiskussion: „Es gibt doch noch kein digitales Fernsehen.“ Sie ist wie ihr Mann der Meinung, dass sie zwar ein digitales Empfangsgerät besitzen und so für die Zukunft ausgerüstet sind, derzeit aber noch analog fernsehen: „Der [Receiver] ist digital, nur wir **sehen** nicht digital.“ (Herr Cebis) Auch Frau Wohlfahrt (65), ebenfalls ‚Zufällige Digital-Nutzerin‘, ist sich bei der Frage, ob sie schon ein digitales Gerät besitzt, nicht sicher: „Wenn mir der den richtig verkauft hat, müsste es ein digitaler sein.“ Nur Leon erkennt Unterschiede zwischen dem digitalen und dem analogen Empfang; er weiß, dass er mit der neuen Technik ein schärferes Bild und einige Zusatzprogramme bekommt. Über terrestrisches digitales Fernsehen weiß aber auch er nicht Bescheid. Frau Cebis hingegen hat von der Umstellung in Deutschland zumindest gehört.

Ein weiteres Kennzeichen von ‚Zufälligen Digital-Nutzern‘ ist die Tatsache, dass sie – vorausgesetzt sie sind sich des digitalen Empfangs überhaupt bewusst – keinen persönlichen Nutzen in der neuen Technik sehen; ihre Fernsehnutzung hat sich folglich auch nicht verändert. Leon findet beispielsweise, der Unterschied zu analogem Fernsehen sei „nu ned da Wahnsinn, nur de Qualität.“ Nach einigem Zögern fügt er noch hinzu: „Und de Programme hoit, de wos zusätzlich san, oba de san eigentlich irrelevant.“

Interaktives oder mobiles Fernsehen ist keinem Vertreter dieses Nutzertyps ein Begriff. In der Gruppendiskussion zeigen sich jedoch alle bis auf Leon – er deckt seine Bedürfnisse an interaktiven Services mit dem Internet ab – möglichen Zusatzdiensten gegenüber aufgeschlossen. Auf Grund der Fülle an Programmen, die ihnen über digitalen Satellit zur Verfügung stehen, zeigen diese Nutzer vor allem Interesse am EPG; für Frau Wohlfahrt wäre er sogar als Ersatz für die Programmzeitschrift denkbar. Das Ehepaar Cebis kann sich zudem vorstellen, in eingeschränktem Maße auch Zusatzinformationen zu laufenden Sendungen abzurufen. Die Hemmschwelle zur tatsächlichen Nutzung multimedialer und interaktiver Dienste ist bei ‚Zufälligen Digital-Nutzern‘ jedoch groß. Alle drei Interessierten äußern Angst vor visueller Überforderung und Schwierigkeiten bei der Bedienung. Auch ist ihnen nicht klar, wie sie zu Informationen über Geräte und andere technische Voraussetzungen (Rückkanal) für den Zugang zu interaktiven Diensten kommen können. „Ich wüsste nicht, wie ich das krieg.“ (Frau Wohlfahrt) Mobile oder portable Nutzung kommt für keinen der vier ‚Zufälligen Digital-Nutzer‘ in Frage.

Insgesamt steht dieser Typus der Digitalisierung neutral gegenüber. ‚Zufällige Digital-Nutzer‘ haben sich mit dem Thema kaum auseinandergesetzt, zeigen sich wenig involviert und betrachten die Umstellung der Übertragungstechnik nüchtern. Nachteile erkennen sie genauso wenig wie Vorteile. Eine Ausnahme bildet in dieser Hinsicht Frau Wohlfahrt, die zwar für sich selbst kein Problem in der Umstellung sieht, die Vorgehensweise bei der Digitalisierung der Terrestrik aber im Hinblick auf andere Bevölkerungsgruppen kritisch betrachtet. „Jetzt überlegen wir doch einmal, was ist mit den ärmeren Menschen in unserem Land? [...] Die haben eh nit viel Ausweichmöglichkeiten, und dann nimmt man ihnen die letzte Möglichkeit auch noch, weil sie sich’s nicht leisten können.“ (Frau Wohlfahrt)

Auffällig ist, dass sich unter ‚Zufälligen Digital-Nutzern‘ keine Personen mittleren Alters finden. Drei der vier Vertreter dieses Typs sind zwischen 65 und 75 Jahre alt. Sie üben keinen Beruf mehr aus, leben in kleinen Haushalten, haben eine weiterführende Schule – teils mit, teils ohne Matura – besucht und verfügen über ein Nettoeinkommen zwischen 1000 und 3000 Euro. Trotz ihres fortgeschrittenen Alters besitzen sie alle einen PC mit Internetzugang, den sie regelmäßig – wenn auch nur für E-Mails und zum Surfen – benutzen.

Leon hingegen ist 17 Jahre alt, geht noch zur Schule und lebt mit seinen Eltern und Geschwistern zusammen. Die Familie ist ausgesprochen gut mit technischen Geräten ausgestattet. Sie besitzt mehr als drei PCs (einer davon mit TV-Karte), die alle seit mindestens vier Jahren über Kabelmodem ans Internet angeschlossen sind. Zudem sind in ihrem Haushalt drei TV-Geräte mit digitalem Kabelempfang und Zugang zu den Programmen des Pay-TV-Senders *Premiere* sowie Videorecorder, DVD-Player und DVD-Recorder vorhanden. Leon nutzt das Internet seit vier bis sechs Jahren regelmäßig, zurzeit täglich und fast zu jeder Tageszeit. Dabei weist er ein vielseitiges Nutzungsmuster auf.

Fernsehen spielt für alle ‚Zufälligen Digital-Nutzer‘ eine große Rolle. In drei von vier Fällen läuft der Fernseher vorwiegend zur Prime-Time täglich zwischen zwei und drei Stunden oder auch häufiger. Nebentätigkeiten, darunter vor allem die parallele Nutzung anderer Medien, sind dabei keine Seltenheit. Alle vier ‚Zufälligen Digital-Nutzer‘ sind sowohl mit der Anzahl der Programme als auch den Fernsehinhalten, die ihnen zur Verfügung stehen (sehr) zufrieden; und mit Ausnahme von Frau Wohlfahrt würden sie den Fernseher sehr stark vermissen, wenn sie darauf verzichten müssten.

‚Digitale Satelliten-Nutzer‘

Dabei handelt es sich um Personen (3 Fälle), die über einen digitalen Satellitenreceiver verfügen und die Entscheidung für diesen Empfangsweg – im Gegensatz zu den ‚Zufälligen Digital-Nutzern‘ – bewusst getroffen haben. Ausschlaggebend für den Kauf war in erster Linie die bessere Empfangsqualität. „Bei uns war’s a Qualitätsfrog“, meint Herr Mackner (25) „weil man *ORF2* nie rauschfrei einakriagt, in Aigen.“ Herr Rummel (Mitte 40) hat sich aus demselben Grund für einen digitalen Satelliten entschieden: „Mir is des anfoch auf’n Hommer

gongen – Tschuldigung den Ausdruck – i wollt einfach a reines Bild haben.“ Wichtig waren für ihn zudem die zusätzlichen Radioprogramme. Auch die größere Programmvielfalt spielt für diesen Nutzertyp eine Rolle; sowohl Herr Mackner als auch Herr Kramer (24) betonen, dass ihnen die Auswahl aus „hundert Kanälen“ (Herr Mackner) wichtig ist und sie keinesfalls darauf verzichten möchten.

Hinsichtlich der Kenntnisse über digitales Fernsehen variieren ‚*Digitale Satelliten-Nutzer*‘ stark. Herr Mackner ist als Einziger gut über Technik und mögliche interaktive Anwendungen informiert und weiß auch über die Digitalisierung der Terrestrik Bescheid. Die anderen beiden Vertreter dieses Nutzertyps kennen aus eigener Erfahrung Vorteile der neuen Technik, haben darüber hinaus aber keine Vorstellung von Hintergründen oder zusätzlichen Möglichkeiten des digitalen Fernsehens; auch von DVB-T haben sie noch nichts gehört. Herr Kramer war sich zwar bewusst, dass sich das digitale Fernsehen längerfristig auf allen Übertragungswegen durchsetzen wird, fragt aber erstaunt: „Oba ganz o’dran? Wonn woll’n sie’s dann bei uns o’dran? In zwanzig Jahr, oder?“

Die Einstellung zur Digitalisierung ist unter ‚*Digitale Satelliten-Nutzern*‘ ohne Ausnahme positiv. Hinsichtlich der Umstellung der Terrestrik, die die Abschaltung der analogen Frequenzen mit sich bringt, zeigen sie sich unbeteiligt. Herr Kramer meint, die Umrüstung sei mit Sicherheit kein Problem, weil einerseits Kabel und Satellit schon sehr weit verbreitet seien und andererseits ab einem bestimmten Zeitpunkt ohnehin nur mehr Fernseher verkauft würden, die standardmäßig für den digitalen Empfang ausgerüstet sind.

Das Interesse an interaktiven Diensten ist bei ‚*Digitalen Satelliten-Nutzern*‘ etwas stärker ausgeprägt als bei ‚*Zufälligen Digital-Nutzern*‘, es lässt sich aber dennoch nur als eingeschränkt bezeichnen. Das einzige Angebot, das alle drei Angehörige dieses Typus sinnvoll finden, wäre eine elektronische Programmzeitschrift. Herr Rummel kann sich zudem mittels Fernsehgerät eine Beteiligung an Fußballwetten vorstellen. Ansonsten widerspricht interaktives Fernsehen seinen Nutzungsgewohnheiten. Er sieht meist zusammen mit seiner Familie fern, will sich dabei erholen und informieren, in keinem Fall aber selbst aktiv werden. Aus diesem Grund nutzt er derzeit auch den Teletext nicht. Herr Mackner hingegen zeigt sich von einer Reihe von möglichen interaktiven Anwendungen begeistert. Neben dem EPG, den er „eigentlich genial“ findet, würde er auch Digitalen Datentext nutzen, Zusatzinformationen bei Werbespots abrufen, Bestellungen/ Reservierungen tätigen sowie bei Gewinnspielen/ Sportwetten teilnehmen. Besonders wünschen würde er sich, Filme in Originalsprache mit deutschen Untertiteln ansehen zu können.

Herr Mackner ist auch der Einzige ‚*Digitale Satelliten-Nutzer*‘, der – wenn auch nur in Form einer TV-Karte für den Laptop – mobiles Fernsehen für sinnvoll hält. Sowohl Herr Kramer als auch Herr Rummel können der Möglichkeit, immer und überall fernsehen zu können, nichts abgewinnen.

Während bei ‚*Zufälligen Digital-Nutzern*‘ hinsichtlich des Geschlechts keine Auffälligkeiten zu erkennen sind, spielt dieser Faktor bei ‚*Digitalen Satelliten-Nutzern*‘ eine wichtige Rolle,

denn in allen drei Fällen handelt es sich um Männer. Gemeinsam ist ihnen zudem, dass sie eine ausgesprochen hohe Bildung aufweisen: Alle drei studieren oder haben bereits ein Hochschulstudium abgeschlossen. Das Nettoeinkommen ist hingegen sehr unterschiedlich, was mit Lebenssituation und Alter zusammenhängt. Herr Rummel ist Mitte 40, Lehrer an einem Gymnasium und zudem Bürgermeister einer kleinen Landgemeinde. Er lebt mit seiner Frau und seinen Kindern in einem eigenen Haus und verdient im Monat mehr als 3000 Euro netto. Die anderen beiden Angehörigen dieses Nutzertyps studieren beide Informatik, sind 24 und 25 Jahre alt, leben in der Stadt entweder noch bei den Eltern oder in einer Mietwohnung und haben im Monat weniger als 1000 Euro zur Verfügung.

Unabhängig von der Höhe des Einkommens sind *„Digitale Satelliten-Nutzer“* überdurchschnittlich gut mit technischen Geräten ausgerüstet. In jedem der drei Haushalte befinden sich **zumindest** zwei Fernsehgeräte, zwei PCs mit Internetzugang – teilweise mit TV-Karte ausgerüstet – ein Videorecorder und ein DVD-Player.

Das Internet gehört selbstverständlich zum Alltag dieses Typus; es wird täglich verwendet und hat unabhängig von der Intensität der Nutzung einen hohen Stellenwert. Während Herr Mann und Herr Kramer die Möglichkeiten des neuen Mediums vielseitig ausschöpfen, nutzt Herr Rummel den Internetzugang vorrangig für E-Mail-Kommunikation und manchmal für die zielgerichtete Suche nach Angeboten oder für Gewinnspiele. Dennoch würde auch er den Zugang zum Netz stark vermissen und – wie die beiden anderen – das Internet wählen, wenn er sich für ein Medium entscheiden müsste. Die tägliche Dauer der Fernsehnutzung schwankt zwischen ‚weniger als einer‘ und ‚zwei bis drei‘ Stunden, liegt aber deutlich hinter der Sehdauer der *„Zufälligen Digital-Nutzer“*. Gemeinsam ist den beiden Nutzertypen hingegen eine hohe Zufriedenheit mit den Fernsehinhalten und der Anzahl der Kanäle.

„Uneingeschränkt Interessierte“

Hierbei handelt es sich um Rezipienten (7 Fälle), die noch kein digitales Empfangsgerät besitzen, aber hinsichtlich sämtlicher Nutzungsaspekte des digitalen Fernsehens ein ausgesprochen großes Interesse zeigen. Vorteile der neuen Technik sehen sie – im Gegensatz zu *„Digitalen Satelliten-Nutzern“* – nicht vorrangig in besserer Empfangsqualität und größerer Programmvielfalt; vor allem interaktives und mobiles Fernsehen stellt für sie eine Bereicherung dar. Das interessanteste Angebot an interaktiven Diensten ist auch für Vertreter dieses Typs der EPG, den alle sieben *„Uneingeschränkt Interessierten“* – teilweise als vollständigen Ersatz für die Programmzeitschrift – nutzen würden. Herr Reuters (26) findet, dieses Angebot sei die „logische Weiterentwicklung vom Teletext“; Herr Taxacher (30) würde eine elektronische Programmzeitschrift „sehr genießen“. Der Digitale Datentext sowie Informationen zu laufenden Sendungen interessieren fünf Angehörige dieses Nutzertyps, häufig genannt wird auch die Möglichkeit, Feed-Back zu Sendungen zu geben und Informationen zu Produkten abzurufen. Zudem werden von *„Uneingeschränkt Interessierten“* die Applikationen, E-Mails und SMS zu verschicken, Kameraperspektiven selbst zu wählen,

Votings, Wetten, Lottospielen, Fernsehspiele sowie das Angebot des Musiksenders *gotv* positiv bewertet. Lediglich hinsichtlich Bestellungen und Einkäufen über das TV-Gerät sowie TV-Banking gehen die Meinungen auseinander.

Mobiles und portables Fernsehen findet unter Vertretern dieses Nutzertyps sogar noch größere Zustimmung als interaktive Zusatzdienste. Die Option, immer und überall über tragbare Fernsehgeräte, Smartphones oder Laptops Programme empfangen zu können, fasziniert ‚*Uneingeschränkt Interessierte*‘ von allen zukünftigen Nutzern am meisten. Herr Reuters sagt: „Dass man den Fernseher dann überall mit hinnehmen kann, ist für mich super“, Dario (14) findet es „richtig cool“, und Herr Ritzer (31) meint, mobiles Fernsehen sei für ihn „sicher ein optimales Angebot.“ Am häufigsten nutzen würden sie diese Möglichkeit unterwegs bei Wartezeiten, im Auto, Zug oder Bus; des Weiteren auf Campingplätzen, Almhütten, bei Wanderausflügen, auf Urlaub oder Kurzreisen. Die einzige Ausnahme bildet in diesem Punkt Herr Kals (33), der mobiles und portables TV zwar grundsätzlich als begrüßenswerte Erweiterung betrachtet, diese Anwendungen selbst aber nicht nutzen würde, weil diese Art des Fernsehens seinen Nutzungsgewohnheiten widerspricht.

Über das große Interesse an mobilem und interaktiven Fernsehen hinaus ist Angehörigen dieses Nutzertyps eine ausgesprochen positive Einstellung zur Digitalisierung gemeinsam. Sie sehen in der Entwicklung sowohl im Sinne eines technologischen Fortschritts als auch für sie persönlich weitaus mehr Vor- als Nachteile. Herr Taxacher hat auf eine Modernisierung in diesem Bereich schon lange gewartet, und Frau Callmayer (48) findet, es sei für Österreich aus wirtschaftlicher Sicht notwendig, vorne mit dabei zu sein. Mit dieser Einstellung geht häufig Begeisterung für die neue Technik und Neugier auf zukünftige Entwicklungen im Bereich des interaktiven und digitalen Fernsehens einher, was nicht notwendigerweise eine unkritische Haltung nach sich zieht. Diese grundsätzliche Zustimmung trifft auch auf die Digitalisierung der Terrestrik zu, die ‚*Uneingeschränkt Interessierte*‘ trotz des ATO und der zusätzlichen Kosten für die Nutzer für unproblematisch halten. Der Umstellungszeitraum ist ihrer Meinung nach lang genug, und die Kosten für die Endgeräte erscheinen ihnen zumutbar vor allem angesichts der Tatsache zumutbar, dass sich der Gerätemarkt noch weiterentwickelt und die Preise voraussichtlich sinken werden.

Unterschiede zeigen sich unter ‚*Uneingeschränkt Interessierten*‘ vor allem hinsichtlich der Kenntnisse über digitales Fernsehen und DVB-T. Drei der sieben sind über Angebot und Umstellungsszenarien sehr gut informiert, haben konkrete Vorstellungen davon, was die Technik in Zukunft ermöglichen könnte und sehen in der Digitalisierung ein großes Potenzial. Dabei haben sie häufig den Idealfall vor Augen und äußern sehr hohe Ansprüche an die technische Umsetzung sowie das inhaltliche Angebot; derzeitige Dienste erfüllen ihre Wünsche nicht annähernd. Alle anderen Angehörigen dieses Nutzertyps haben den Begriff ‚Digitales Fernsehen‘ vor der Gruppendiskussion zwar schon gehört, können sich darunter jedoch nichts Konkretes vorstellen oder verbinden damit in erster Linie den Pay-TV-Sender *Premiere*. Interaktives und mobiles Fernsehen waren diesem Teil der ‚*Uneingeschränkt*

Interessierten vor der Gruppendiskussion ebenso wenig bekannt, wie digital-terrestrischen Fernsehen oder DVB-T.

Auffälligerweise sind fünf der sieben *Uneingeschränkt Interessierten* männlich und bis auf Frau Callmayer ist kein Vertreter dieses Nutzertyps älter als 33 Jahre. In Bezug auf die Lebenssituation unterscheiden sich *Uneingeschränkt Interessierte* grundsätzlich auf zwei Arten. Der größere Teil (5 Fälle) ist zwischen 14 und 33 Jahre alt und befindet sich noch in Ausbildung (zwei Schüler, drei Studierende). Die drei Studierenden sind zusätzlich teilzeitbeschäftigt, verdienen zwischen 1001 und 2000 Euro netto im Monat und leben entweder allein oder zu zweit in einer Stadtwohnung. Die beiden Schüler verfügen selbst über noch kein Einkommen und wohnen bei den Eltern. Mit technischen Geräten sind alle fünf Haushalte durchschnittlich gut ausgestattet: Zumindest ein TV-Geräte und ein PC ist überall vorhanden, selten finden sich jedoch Zweit- oder Drittgeräte. Bis auf Herrn Kals, der das Internet täglich in der Arbeit oder an der Universität nutzt, hat auch jeder zu Haus die Möglichkeit ins Internet einzusteigen. Diese fünf *Uneingeschränkt Interessierten* sind computerversiert und nutzen sowohl ihren PC als auch das Internet intensiv.

Zum Nutzertyp des *Uneingeschränkt Interessierten* zählen daneben noch eine 48-jährige Frau und ein 31-jähriger Mann, die zurzeit arbeitslos sind und über weniger als 1000 Euro im Monat verfügen. Aus Geldmangel besitzen sie keinen Fernseher, was beide bedauern. Sowohl Frau Callmayer als auch Herr Ritzer sind aber mit einem PC ausgestattet, ein Internetzugang zu Hause steht nur Frau Callmayer zur Verfügung. Sie nutzt ihn zwar abends regelmäßig, aber nur kurz, um E-Mails zu schreiben und zu surfen.

Fernsehen spielt im Alltag von *Uneingeschränkt Interessierten* eine sehr unterschiedliche Rolle. Während Herrn Ritzer sein TV-Gerät stark vermisst, sich so bald als möglich wieder eines kaufen möchte und gerne täglich vier Stunden schauen würde, räumt Callmayer dem Fernseher einen weitaus geringeren Stellenwert ein. Zwar hätte sie schon gerne wieder ein TV-Gerät, sie kommt aber vorübergehend auch ohne zurecht. In Bezug auf Häufigkeit und Dauer der Nutzung unterscheiden sich auch die restlichen fünf *Uneingeschränkt Interessierten* stark voneinander, Vielseher wie Herrn Ritzer sind unter ihnen jedoch nicht zu finden.

„Interessierte“

Bei diesem Nutzertyp (15 Fälle) ist ein allgemeines Interesse an digitalem TV vorhanden, die Faszination für die neue Technik ist aber nicht so groß wie bei *Uneingeschränkt Interessierten*. Zudem umfasst das Interesse nicht alle Aspekte des digitalen Fernsehens, sondern bezieht sich entweder vorrangig auf interaktive Dienste, mobiles Fernsehen oder mehr Programmvielfalt.

Eindeutig in der Mehrzahl sind jene Personen (9 Fälle), die in multimedialen und interaktiven Zusatzangeboten den wesentlichen Vorteil digitaler Distribution sehen. Neben der optisch

ansprechenden Aufbereitung, dem Digitalen Datentext, dem EPG und Zusatzinformationen zum laufenden Programm sind für sie vor allem Dienste interessant, die einen Rückkanal erfordern. Dazu zählt die Beteiligung an Quizes (5 Fälle), Reservierungen, Bestellungen und Einkäufe (4 Fälle), Online-Dienste wie E-Mail oder TV-Banking (4 Fälle) und vereinzelt Lotto- oder Wettdienste sowie Fernsehspiele. Herr Bebek (24) und Herr Baumann (28) sind davon überzeugt, dass die Technik ein noch größeres interaktives Potenzial bietet; ihrer Meinung nach wird dies aus Mangel an kreativen Ideen derzeit nicht ausgeschöpft. Für sie bedeutet interaktives Fernsehen, dass Zuschauer über die Fernbedienung direkten Einfluss auf den Verlauf von Sendungen nehmen können. „Des is wirklich so a Stufe wo man sagen kann, es is a Umstieg wie von schwarz-weiß auf Farbfernsehen. [...] Weil nur a besserer Teletext und a EPG – das wär’s ned.“ (Herr Bebek)

Die Möglichkeit, immer und überall fernsehen zu können, übt im Vergleich zum interaktiven Fernsehen eine weitaus geringere Faszination aus; dennoch sieht ein Teil der ‚*Interessierten*‘ (3 Fälle) darin eine Option mit „gewissem Reiz“ (Herr Mehringer, 30). Der Wunsch nach einer „Mobilfunktion“ (Herr Mehringer) des Fernsehens, der bei diesen drei Personen deutlich überwiegt, beschränkt sich jedoch auf eine Nutzungsvariante: Fernsehen am Laptop mit Hilfe einer DVB-T-Karte. Für Herrn Jellinek (Mitte 40) wäre das beispielsweise „a tolle Gschicht“, Smartphones oder kleine tragbare TV-Geräte kommen für ihn aber ebenso wenig in Frage wie für die beiden anderen ‚*Mobil Interessierten*‘. „Am Handy des is sicha guat für Augenärzte.“ (Herr Mehringer)

Der Wunsch nach mehr Programmvierfalt ist ebenfalls in drei Fällen dominant, wobei in zwei Fällen daneben noch interaktive Dienste oder bessere Empfangsqualität eine zentrale Rolle spielen. Auffällig ist, dass allen drei Personen, die großes Interesse an mehr Programmauswahl zeigen, maximal fünf Sender über Hausantenne zur Verfügung stehen. Die Gründe, warum sie trotz Unzufriedenheit bisher keine Änderung am Empfangsweg vorgenommen haben, sind unterschiedlich. Herwig ist 15 Jahre alt, lebt bei seinen Eltern und hat keinen Einfluss auf die Wahl des Fernsehempfangswegs, Herr Wagner (29) darf aus Denkmalschutzgründen keine Satellitenschüssel installieren, will aber auch keine monatlichen Gebühren für einen Kabelanschluss bezahlen; und Herr Pichler (72) war mit dem Antennenempfang weitgehend zufrieden, bis der Sender versetzt wurde, sodass sich die Anzahl der Programme, die er störungsfrei empfangen kann, nunmehr von fünf auf zwei reduziert hat. Sowohl Herwig, Herr Wagner als auch Herr Pichler würden es begrüßen, wenn sie bei der Hausantenne bleiben könnten und „a bißl mehr Programme“ (Herr Wagner) zur Verfügung hätten.

Die Kenntnisse über digitales Fernsehen allgemein und DVB-T im Speziellen variieren zwischen ‚*Interessierten*‘ ausgesprochen stark: Ein Drittel ist sowohl über technische Hintergründe als auch über die geplante Umstellung in Österreich, Deutschland und Europa gut informiert. Sechs Angehörige dieses Nutzertyps haben konkrete Vorstellungen von digitalem Fernsehen, erweisen sich im Gespräch jedoch als teilweise falsch oder lückenhaft

informiert. Die restlichen vier Personen haben den Begriff ‚Digitales Fernsehen‘ schon einmal gehört, wissen aber nicht, was sie darunter verstehen sollen.

Ohne Ausnahme begrüßt der Typus der ‚*Interessierten*‘ die Digitalisierung entweder auf Grund von erweiterten Nutzungsmöglichkeiten oder als technologische Weiterentwicklung, die mit einem guten Ersatz für die analoge Technik, einem besseren Empfang in schlecht versorgten Gebieten sowie einer optimalen Ausschöpfung der Bandbreite verbunden ist. Dennoch beurteilen sechs von 15 ‚*Interessierten*‘ die Entwicklung nicht ausschließlich positiv. Zum einen existieren Befürchtungen, die Programmanbieter würden die Zuseher an Bezahlfernsehen und Teleshopping gewöhnen sowie mit Hilfe des interaktiven Fernsehens – ähnlich wie im Internet – aggressivere Werbeformen entwickeln, zum anderen äußern Angehörige dieses Typus vereinzelt Kritik an einem fixen Zeitpunkt für den ATO.

‚*Interessierte*‘ sind tendenziell männlich (12 von 15 Fälle), großteils zwischen 24 und 31 Jahre alt (9 von 15 Fällen), verfügen im Vergleich zu Angehörigen anderer Nutzertypen über ein hohes Einkommen und haben – bis auf zwei Ausnahmen – zumindest Maturaabschluss oder besuchen derzeit eine weiterführende Schule. Beinahe die Hälfte (7 Fälle) befindet sich noch in Ausbildung, vier Personen sind voll berufstätig, zwei in Pension und zwei weitere arbeitslos. Mit technischen Geräten sind ‚*Interessierte*‘ gut, wenn auch nicht überdurchschnittlich gut, ausgestattet: Bis auf eine Person besitzt jeder Angehörige dieses Typus mindestens einen PC, der in 12 von 15 Fällen an das Internet angeschlossen ist. Auch Videorecorder und DVD-Player sind häufig vorhanden. Zudem lässt sich trotz überwiegend kleiner Haushalte eine Tendenz zum Zweitfernseher feststellen.

Angehörige dieses Nutzertyps legen – mit Ausnahme von Sigrid (18), Herrn Pichler und Herrn Jellinek – eine intensive und versierte Nutzung von Computer und Internet an den Tag; sie weisen zudem eine starke Bindung zu dem neuen Medium auf. Häufigkeit und Dauer der Fernsehnutzung variieren unter ‚*Interessierten*‘ hingegen stark; im Durchschnitt spielt Fernsehen für sie aber eine deutlich geringere Rolle als das Internet. Dies gilt nicht für Herrn Jellinek, der selten Onlinedienste in Anspruch nimmt, dafür aber täglich drei bis vier Stunden fernsieht und sein TV-Gerät nach eigenen Angaben sehr stark vermissen würde, wenn er darauf verzichten müsste. Für Sigrid haben weder Fernsehen noch Internet einen hohen Stellenwert. Sie befriedigt ihre Medienbedürfnisse weitgehend mit Büchern, Zeitschriften und dem Radio.

‚*Befürworter*‘

Dieser Nutzertyp (11 Fälle) kennzeichnet sich durch eine grundlegend positive Einstellung zur Digitalisierung der Fernsehübertragung im Sinne von technologischem Fortschritt und gesellschaftlicher Weiterentwicklung. Dass die Umstellung aller drei Übertragungswege sinnvoll ist, bezweifelt unter ‚*Befürwortern*‘ niemand. Herr Bernegger (26) meint beispielsweise, derzeit würden nur Frequenzen vergeudet. „Kloa sollt’ ma umsteigen. I man,

vom Schwarz-Weiß- zum Farbfernsehen, den Sprung hamma ja a irgendwann mal g'schafft“, sagt er. Verhaltene Kritik äußern einige Angehörige dieses Typus (5 Fälle) jedoch an einem fixen Zeitpunkt für die Abschaltung der analogen Frequenzen. Wären sie zum Kauf einer Set-Top-Box gezwungen, bevor sie sich freiwillig für den digitalen Empfang entschieden hätten, würden sie sich übergangen fühlen. Frau Reder (23) fordert deshalb frühzeitige Information, finanzielle Abfederung und niedrigere Gerätepreise.

Obwohl Angehörige dieses Typus die Digitalisierung im Sinne einer Modernisierung also grundsätzlich begrüßen, haben sie selbst wenig Interesse an den Neuerungen des digitalen Fernsehens. Der Grund, warum sie die Umstellung befürworten, liegt nicht in ihren persönlichen Wünschen, sondern in der Überzeugung, dass diese auf lange Sicht für weite Bevölkerungsgruppen Vorteile bringt. Weder größere Programmvielfalt noch bessere Empfangqualität könnten ‚Befürworter‘ davon überzeugen, zum jetzigen Zeitpunkt auf die digitale Technik umzusteigen.

Interaktiven Diensten gegenüber zeigen sich manche (5 Fälle) von ihnen zwar offen und neugierig; sie können sich aber nur in eingeschränkter Form vorstellen, diese auch zu verwenden. Vor allem den EPG und Zusatzinformationen zu laufenden Sendungen würden sie gerne ausprobieren und eventuell auch hin und wieder nutzen. Nur Herr Mann (27) und Herr Harrer (26) würden von diesen beiden Angeboten regelmäßig Gebrauch zu machen. Alle anderen möglichen Dienste, insbesondere solche, die einen Rückkanal erfordern, sind für diese Nutzer nicht von Interesse. Für die fünf übrigen ‚Befürworter‘ beinhaltet diese Form des Fernsehens überhaupt keinen Zusatznutzen. Herr Winter (27) ist der einzige, der großes Interesse an interaktivem Fernsehen äußert. Er sieht darin Potenzial für die Weiterentwicklung des Fernsehens und kann sich viele interessante Varianten vorstellen. Dennoch gehört Herr Winter nicht zum Nutzertyp des ‚Interessierten‘, denn Fernsehen ist ihm gänzlich unwichtig. Er besitzt derzeit kein TV-Gerät und hat auch nicht die Absicht, sich in absehbarer Zukunft eines zu beschaffen – weder analog noch digital.

Die Tatsache, dass Fernsehen in Zukunft innerhalb und außerhalb des Hauses überall empfangbar sein wird, bietet für ‚Befürworter‘ noch weniger Mehrwert als interaktive Zusatzangebote. Bis auf Herrn Erdmann (57) und Herrn Mann halten Angehörige dieses Typus mobiles oder portables Fernsehen – aus unterschiedlichen Gründen – in keiner Form für sinnvoll. Für Frau Vogel (68) ist das TV-Gerät ein stationäres Medium mit einem fixen Platz in der Wohnung; sie möchte es weder an einem anderen Ort im noch außer Haus benutzen. Frau Reder hingegen hält die Mobilität des Fernsehens für überflüssig, weil sie darin keinen Fortschritt erkennen kann. Sie räumt jedoch ein, dass es ihr derzeit noch an Vorstellungsvermögen mangelt. Nur Herr Erdmann hält die Möglichkeit, unterwegs fernzusehen, für eine gute Idee, und Herr Mann könnte sich vorstellen, auf Zugfahrten das Fernsehprogramm mit einer DVB-T-Karte im Laptop zu verfolgen.

Das Wissen über Inhalte und Hintergründe von digitalem Fernsehen ist unter ‚Befürwortern‘ eher gering. Zwei junge Informatikstudenten verfügen über rudimentäre Kenntnisse (frequenz)technischer Vorteile der digitalen Übertragung, zwei andere ‚Befürworter‘ haben in

Elektromärkten oder Zeitschriften vereinzelt Informationen über inhaltliche Angebote gesehen, vier Angehörige dieses Typs kennen den Begriff ‚Digitales Fernsehen‘ aus der Zeitung oder aus Gesprächen mit Freunden oder Nachbarn; drei Probanden hatten aber vor der Gruppendiskussion noch nie etwas davon gehört. Insgesamt lässt sich sagen, dass Angehörige dieses Nutzertyps nur eine vage Vorstellung davon hat, was digitales Fernsehen sein könnte; sie sind sich aber darüber im Klaren, dass sich die neue Technik auf lange Sicht durchsetzen wird.

Hinsichtlich soziodemographischer Merkmale lassen sich die elf ‚*Befürworter*‘ in zwei fast gleich große Gruppen trennen. Zum einen zählen zu diesem Nutzertyp junge technisch Interessierte (5 Fälle) zwischen 23 und 27 Jahren, die studieren, in kleinen Haushalten oder Wohngemeinschaften leben und über ein monatliches Einkommen von ca. 1000 Euro verfügen. Dabei handelt es sich fast ausschließlich um Männer (4 Fälle). Eine Ausnahme in Bezug auf die Lebenssituation stellt der 26-jährige Herr Harrer dar. Er hat sein Studium schon abgeschlossen, ist vollberufstätig und verdient zwischen 2000 und 3000 Euro im Monat. Mit technischen Geräten wie insbesondere PCs und Laptops sind diese fünf Personen überdurchschnittlich gut ausgerüstet. Abgesehen von einem Fall verfügen diese Probanden auch über einen Internetanschluss. Zudem lässt sich ausnahmslos eine intensive und versierte Internetnutzung sowie eine hohe Bindung an das neue Medium feststellen. Fernsehen hat für vier dieser fünf ‚*Befürworter*‘ einen untergeordneten Stellenwert; dies schlägt sich in Häufigkeit und Dauer der Fernsehnutzung nieder. Auffällig ist zudem, dass die Unzufriedenheit mit den Fernsehinhalten bei diesem Typus tendenziell größer ist als bei anderen, obwohl es sich ausschließlich um Kabel- oder Satellitennutzer handelt, die sich zwischen zahlreichen Programmen entscheiden können.

Des Weiteren gehören zum Typus der ‚*Befürworter*‘ fünf Frauen und ein Mann zwischen 57 und 82 Jahren, die nicht mehr (voll) berufstätig sind, ohne Ausnahme allein leben und über Einkommen bis zu 2000 Euro verfügen. Drei von ihnen haben eine weiterführende Schule mit Matura besucht, die anderen weisen eine niedrige formale Bildung auf. Im Gegensatz zu den fünf jungen ‚*Befürwortern*‘ sind sie im Umgang mit Computer und Internet unerfahren. In der Hälfte der Haushalte ist zwar ein PC vorhanden, über einen Internetanschluss verfügt jedoch nur Frau Bayer. Sie würde ihn aber nach eigener Angabe kaum vermissen, da sie ihn seltener als einmal in der Woche benutzt, um E-Mails zu schreiben oder Nachrichten zu lesen. Alle anderen sind mit dem Internet bisher kaum oder gar nicht in Kontakt gekommen.

Ihre Medienbedürfnisse befriedigen diese sechs ‚*Befürworter*‘ vor allem mit Radio und Fernsehen, auf die sie (sehr) ungern verzichten würden; dementsprechend ist auch die Häufigkeit und Dauer der Fernsehnutzung tendenziell hoch.

‚*Unentschlossene*‘

Für ‚*Unentschlossene*‘ (18 Fälle) charakteristisch ist, dass sie sich zur Digitalisierung der Fernsehdistribution noch keine Meinung gebildet haben, in der Umstellung also keinen Fortschritt sehen, jedoch auch kaum Bedenken oder Kritik äußern. Ihre zögerliche und eher passive Haltung liegt vor allem daran, dass sie sich kaum betroffen fühlen, mit dem Thema nichts anfangen können und glauben, dass ihre Einstellung ohnehin irrelevant ist. Angehörige dieses Nutzertyps stehen auf dem Standpunkt, dass die Digitalisierung der Fernsehübertragung unanhängig von den Interessen der Bevölkerung in jedem Fall durchgeführt wird: Im Hinblick auf bessere Bildqualität, stabilen Empfang und größere Programmauswahl betrachten sie diese Entwicklung als „sicher net schlecht“ (Eppenschwendtner, 37). Zwar wünschen sie sich persönlich keine Veränderung, weil sie mit ihrem derzeitigen Fernsehempfang weitgehend zufrieden sind und keinen wesentlichen Zusatznutzen in der digitalen Übertragung erkennen können; wenn es nicht anders geht sind sie aber bereit, die Kosten für ein Zusatzgerät ohne großen Unmut auf sich zu nehmen. „Man wird eh net viel was gfragt, ob man das eigentlich will, oder net. Des kimmt und aus fertig.“ meint Frau Eppenschwendtner auf die Frage, wie sie zur Digitalisierung steht, und Herr Jamek (45) sagt: „Jo i man, ma muas eh mit. Das is jo a globale Entwicklung, net. Sind wir jo nit die einzigen in Österreich.“ Bedenken äußert nur Frau Edlinger (48), als sie erfährt, dass die analogen Frequenzen spätestens 2010 abgedreht werden sollen. „No sehr guat. Do bist eh scho ausgeliefert.“ meint sie. Da sie ihre Programme aber über Satellit empfängt und somit von der Umstellung der Terrestik nicht betroffen ist, hält sich ihre Besorgnis aber in Grenzen.

Unterschiede bestehen bei den Angehörigen dieses Typs vor allem in Bezug auf das Interesse an interaktiven Diensten. Sechs ‚*Unentschlossene*‘ können dieser Form des Fernsehens gar nichts abgewinnen, sehen darin eine Reizüberflutung (Frau Simonetto, 62) oder lehnen „das ganze interaktive Zeug“ (Herr Jamek) grundsätzlich ab, weil sie dafür andere Geräte für besser geeignet halten. Die anderen zwölf zeigen sich den neuen Angebotsformen gegenüber zumindest aufgeschlossen und könnten sich auch vorstellen, manche davon im Alltag tatsächlich zu nutzen. Ihre Interessen sind breit gestreut und reichen von EPG und Hintergrundinformationen (je 3 Fälle) über E-Mail-Dienste, Bewertung von Sendungen, Beteiligung bei Quizsendungen, Liederwünsche, Votings, Spielen, Bestellmöglichkeiten und Einfluss auf Kameraperspektiven (je 2 Fälle) bis hin zu Sportwetten (1 Fall). Zahlungsbereitschaft besteht allerdings für keines der erwähnten Angebote, und das Interesse an interaktiven Diensten würde Angehörige dieses Typs auch nicht zum Kauf eines digitalen Empfangsgeräts bewegen. Zudem äußern drei ‚*Unentschlossene*‘ auch Bedenken bezüglich der Handhabung interaktiver Dienste. Herrn Paarhammer (34) ist wichtig, dass man nicht zuviel erlernen muss, um die neuen Angebote zu bedienen, und Corinna (17) glaubt, sie würde interessante Dienste nicht nutzen, „weil i sicher a Zeitl brauch, bis i mi do auskenn, und des taugat ma glab i net.“

Mobile und portable Nutzung können sich Angehörige dieses Typs kaum oder gar nicht vorstellen. Fernsehen ist für sie ein stationäres Medium, das sie außerhalb des Hauses nicht verwenden wollen und das selbst im Haus an einem fixen Platz steht. In Wartesituationen

oder bei längeren Fahrten im Auto oder im Zug lesen Herr Paarhammer und Frau Maurek (59) lieber ein Buch. Herr Pallauf (24) sagt, mobiles Fernsehen sei „holt a wieder so a Pausenfüller“, und Frau Edlinger ist der Meinung, die Menschen sollten sich lieber mit anderen unterhalten, anstatt immer fernzusehen, denn „durch’s Reden kommen die Leit z’sam.“ Aus demselben Grund gefällt auch Mascha (15) „di Vorstellung von dem mitnehmbaren Fernseher goa net.“

Gemeinsam ist Angehörigen dieses Typus zudem ein geringer Informationsstand über digitales Fernsehen und DVB-T. 12 von 18 ‚Unentschlossenen‘ haben vor der Diskussionsrunde bzw. vor dem Testbetrieb in Graz⁷⁹ noch nie von Digitalfernsehen gehört, vier Personen kennen den Begriff zumindest aus der Zeitung oder Werbung. Nur die beiden Informatikstudenten Herr Denk (25) und Herr Pallauf haben zumindest rudimentäre Kenntnisse. „I woas zwoar ungefähr, worum’s geht, das heißt, i kann’s ‚einer Oma erklären, aber guat kann i mi ned aus.“ (Herr Denk) Über DVB-T oder die Umstellung des terrestrischen Übertragungswegs sind aber auch diese beiden nicht informiert.

Zwischen den Angehörigen dieses Nutzertyps sind in Bezug auf soziodemographische Merkmale und Mediennutzung große Unterschiede festzustellen. Hinsichtlich des Geschlechts lassen sich keine Auffälligkeiten identifizieren, zudem sind unter ‚Unentschlossenen‘ Personen jeder Altersstufe zu finden. Jugendliche zwischen 13 und 17 Jahren (6 Fälle) sowie junge Erwachsene im Alter von 20 bis 25 Jahren (4 Fälle) machen mehr als die Hälfte der Angehörigen dieses Typs aus. Bis auf Corinna, die derzeit eine Lehre absolviert, befinden sie sich alle noch in Ausbildung (Schule oder Studium). Weiters sind ältere Personen (3 Fälle) im Ruhestand; es finden sich jedoch auch berufstätige Väter und nicht erwerbstätige Mütter zwischen 34 und 48 Jahren. Dabei fällt auf, dass ‚Unentschlossene‘ mittleren Alters über ein geringes Einkommen verfügen und/ oder eine formal niedrige Bildung aufweisen. Da alle sechs Jugendlichen bei ihrer Familie oder einem Elternteil leben und fünf Angehörige dieses Nutzertyps Kinder haben, sind große Haushalte im Vergleich zu anderen Typen häufig anzutreffen. Ähnlich wie bei ‚Skeptikern‘ ist zudem auch der Anteil von Personen, die auf dem Land leben (7 Fälle), überdurchschnittlich hoch. Mit Fernsehgeräten, Videorecordern und DVD-Playern sind ‚Unentschlossene‘ sehr gut ausgestattet, häufiger als bei den Angehörigen anderer Nutzertypen sind auch Spielekonsolen vorhanden, und bis auf zwei Ausnahmen ist in jedem Haushalt **zumindest** ein PC zu finden.

Das Internet spielt vor allem für die Jungen eine große Rolle. Bis auf Corinna haben alle zehn Personen zwischen 13 und 25 Jahren zu Hause einen Zugang zum Internet, nutzen diesen regelmäßig – großteils sogar täglich (5 Fälle) – und würden ihn (sehr) stark vermissen. Die Bindung zu dem neuen Medium ist weitaus stärker ausgeprägt als zum Fernsehen; dies schlägt sich auch in Häufigkeit und Dauer der Fernsehnutzung nieder. Keiner der

⁷⁹ Dies gilt für vier Teilnehmer der Gruppendiskussionen in Graz (Frau Schrack, Frau Eppenschwendtner Herr Dürnberger und Patrick).

„Unentschlossenen“ unter 27 Jahre sieht täglich mehr als zwei Stunden fern, vier von ihnen sogar weniger als eine Stunde; zudem schalten drei das TV-Gerät nicht einmal jeden Tag ein. Nur für Corinna hat Fernsehen einen hohen Stellenwert, das Internet nutzt sie hingegen gar nicht. Neben TV und Internet verwenden die zehn Jugendlichen und jungen Erwachsenen vor allem Buch und Radio, um ihre Medienbedürfnisse abzudecken.

Auch unter den restlichen Angehörigen dieses Nutzertyps finden sich einige intensive und vielseitige Internetnutzer (3 Fälle), die Hälfte aller „Unentschlossenen“ über 34 Jahre nutzt das neue Medium jedoch überhaupt nicht. Das Fernsehen spielt bei diesen Personen ausnahmslos eine wichtigere Rolle als bei den Jüngeren. Alle acht schalten das TV-Gerät täglich mindestens für eine Stunde ein; sie würden das Medium Fernsehen (sehr) stark vermissen. In zwei Fällen liegt die Sehdauer sogar bei drei Stunden pro Tag und mehr, was auf keinen der jungen Angehörigen dieses Typs zutrifft.

„Skeptiker“

„Skeptiker“ (15 Fälle) wissen wenig bis gar nichts über digitales Fernsehen oder die Umstellung des terrestrischen Übertragungswegs,⁸⁰ sie haben sich aber dennoch im Verlauf der Gruppendiskussion ein klares Urteil gebildet. Die Digitalisierung ist ihrer Meinung nach nicht nur überflüssig, sondern könnte zudem eine Reihe von negativen Folgen nach sich ziehen. Aus diesem Grund lehnen sie die Umstellung der Fernsehübertragung – zumindest in der Form wie sie derzeit geplant ist – ab.

Der häufigste Grund für ihre negative Einstellung ist die Überzeugung, dass der Umstieg für den einzelnen Zuschauer direkte oder indirekte Kosten mit sich bringen wird (10 Fälle). Neben der Investition in eine Set-Top-Box befürchten „Skeptiker“ monatliche Zahlungen, Kosten für Änderungen an der Verkabelung von Hausanlagen sowie über kurz oder lang die Erhöhung der Fernsehgebühren auf Grund des finanziellen Aufwands, den die Umrüstung der Sender- und Kabelnetze bedeutet. „Das wird sicherlich teuer“, zeigt sich Herr Franke (62) überzeugt, und auch Herr Jöbstl (65) meint: „Das geht sicherlich [...] mit den Kosten in die Höhe.“ Weil „Skeptiker“ in keiner Form Interesse an einem digitalem TV-Anschluss haben, erscheint dem Großteil von ihnen vor allem die geplante Abschaltung der analogen Frequenzen als „Zwangsbeglückung“ (Schmirl; Keppler) durch „Politik und Wirtschaft“. Die Vorgehensweise, „dass anfoch hergongen wird und g’sogt, so jetzt wird obdraht“ (Herr Jandl, 43) löst bei einigen Unmut, Verärgerung oder sogar Empörung aus.

Bedenken äußern „Skeptiker“ aber nicht nur in Bezug auf den zusätzlichen finanziellen Aufwand, auch interaktiven Diensten und mobilem Fernsehen stehen sie kritisch gegenüber. Frau Gamsjäger (60) glaubt beispielsweise, dass interaktive Angebote Konzentrationsschäden bei Kindern und Jugendlichen verstärken, und Herr Jandl meint: „I glaub, dass das s’Familienleben a bißl zerstört.“ In Bezug auf Bestelldienste, insbesondere Pizzaservices oder

⁸⁰ Nur zwei der fünfzehn „Skeptiker“ geben an, den Begriff „Digitales Fernsehen“ überhaupt schon gehört zu haben.

Kartenreservierungen, äußert Evita (15) Angst vor Suchtverhalten und Abhängigkeit, und Lea (16) meint: „Do konnst jo ois bestelln, do stehst jo goa nimma auf, do machst jo goa koan Sport mehr.“ Herr Aschenbrenner (Mitte 40) wiederum ist der Meinung, dass die neuen Zusatzangebote – vor allem in Verbindung mit dem Rückkanal – zur Entwicklung von aggressiveren, gezielt auf einzelne Zuschauer zugeschnittenen Werbeformen führen und die Menschen dazu verleitet werden, Geld auszugeben, das sie nicht haben. Herr Jodlbauer (Mitte 40) befürchtet auf Grund seiner Erfahrungen mit Computern Probleme mit Viren und Software sowie schnelle Veralterung der TV-Geräte.

Von der grundlegenden Ablehnung interaktiver Dienste abgesehen, stellen die neuen Angebote für den Großteil der ‚*Skeptiker*‘ (12 Fälle) keinen Mehrwert dar, weil sie ihren Nutzungsgewohnheiten widersprechen. Für Herrn Jandl hat Fernsehen beispielsweise eine beruhigende Funktion am Abend nach der Arbeit. Er hat dabei das Bedürfnis, sich zurückzulehnen und zu entspannen, nicht aber sich in irgendeiner Form aktiv zu beteiligen. Ein großer Teil der ‚*Skeptiker*‘ achtet darauf, das TV-Gerät so wenig wie möglich einzuschalten, und wählt die Inhalte vorab mit Hilfe einer Zeitung oder Programmzeitschrift gezielt aus. Wenn sich einer von ihnen für eine Sendung entschieden hat, möchte er sich ganz darauf konzentrieren können und nicht nebenbei Zusatzdienste abrufen. Andere wiederum schauen fast ausschließlich zusammen mit Familienmitgliedern fern. Interaktive Angebote empfinden sie dabei als störend, weil nur einer navigieren kann und dieser somit auch für alle anderen über die genutzten Inhalte mitentscheidet. Dennoch finden sich sogar ‚*Skeptikern*‘ vereinzelt Personen (3 Fälle), die – wenn auch in eingeschränkter Form – Interesse an Zusatzangeboten zeigen. Ansprechend finden sie vor allem den EPG und eine verbesserte, digitale Version des Teletexts (je zwei Fälle) sowie vereinzelt Votings, Beteiligung an Quizshows, Fernsehspiele, Bestellmöglichkeiten und E-Mail-Dienste.

Angesichts der Möglichkeit der Fernsichtnutzung in privaten und öffentlichen Situation außer Haus äußern ‚*Skeptiker*‘ noch deutlichere Ablehnung als in Bezug auf interaktives Fernsehen. Frau Perolini (38) erwartet negative Folgen für Familienleben, Freizeitgestaltung und zwischenmenschliche Kommunikation. Aus ähnlichen Gründen lehnt auch Lea mobiles und portables Fernsehen ab: „Du unterholst di jo mit koan anderen Menschen mehr, weil du fernsehen tuast! [...] Don wird jo der Fernseher scho fost a Freund.“ (Lea) Herr Aschenbrenner meint sogar: „Wenn i den Fernseher überall hin mitschleppen muas, dann is des eh schon a Armutszeugnis.“ Nur Herr Jodlbauer kann sich vorstellen, in Ausnahmesituation im Zug fernzusehen, und Evita findet es praktisch, das Fernsehgerät im Haus herumtragen zu können.

Das vage Interesse an interaktiven Diensten oder mobilem Fernsehen kann Angehörige dieses Nutzertyps jedoch ebenso wenig wie die bessere Bild- und Tonqualität davon überzeugen, ein digitales Empfangsgerät zu kaufen. Herr Jodlbauer, der sowohl den neuen Zusatzangeboten als auch mobilem Fernsehen gegenüber offen ist, sagt: ‚I werd‘ sicherlich so lange warten, bis man wirklich nimma anders kann.“ Im Fall von Herrn Gerber (50) geht die Ablehnung sogar

soweit, dass er behauptet, er würde im Fall eines ATO völlig auf Fernsehen verzichten, wenn seine Familie nicht dagegen wäre.

Bei fast der Hälfte aller ‚*Skeptiker*‘ (7 Fälle) handelt es sich um Pensionisten zwischen 60 und 65 Jahre, die in kleinen Haushalten wohnen und monatlich zwischen 1000 und 3000 Euro zur Verfügung haben. Weiters finden sich unter Vertretern dieses Typs Berufstätige (4 Fälle) zwischen 38 und 45 Jahren mit einem Nettoeinkommen von 2000-3000 Euro, die mit (Ehe)Partner und Kindern zusammenleben. Zwei alleinstehende Arbeitslose (ca. 50 Jahre) sowie zwei junge Mädchen in Ausbildung (15 und 16 Jahre) sind ebenfalls diesem Typus zuzuordnen. Gemeinsam ist den sieben Männern und acht Frauen ein ausgesprochen hoher formaler Bildungsgrad. Bis auf zwei Pensionisten, die nach der Grundschule eine berufsbildende Schule besucht haben, weisen alle ‚*Skeptiker*‘ Matura- oder sogar Hochschulabschluss auf (3 Fälle). Auch je ein Elternteil der beiden Schülerinnen Evita und Lea hat ein Universitätsstudium absolviert.

Fernsehen spielt für Angehörige dieses Nutzertyps eine sehr unterschiedliche Rolle. Während alle sieben Pensionisten das TV-Gerät jeden Tag für ein bis drei Stunden einschalten und teilweise eine hohe Bindung zu dem Medium aufweisen, lässt sich bei den anderen ‚*Skeptikern*‘ eine eingeschränkte Fernsehnutzung feststellen: Keiner von ihnen sieht täglich fern, drei sogar seltener als einmal in der Woche, die Nutzungsdauer liegt zwischen ein und zwei Stunden oder darunter, und in zwei Haushalten hat man sich ganz bewusst gegen ein Fernsehgerät entschieden. Eine Ausnahme in Bezug auf den Stellenwert des Fernsehens bildet Lea; sie sieht täglich drei bis vier Stunden fern und würde nur sehr ungern auf dieses Medium verzichten.

Auch die Internetnutzung variiert unter ‚*Skeptikern*‘ stark, wobei sich kein Unterschied zwischen den Altersgruppen feststellen lässt. Im Durchschnitt liegt die Internetnutzung aber merklich hinter der Nutzungsdauer von Angehörigen aller anderen Typen zurück. Nicht einmal in der Hälfte der Haushalte ist ein Internetzugang vorhanden (7 Fälle), die Bindung an das neue Medium ist vergleichsweise gering, und als intensive Internetnutzer lassen sich nur Frau Perolini und Lea bezeichnen. Selbst diese beiden verwenden das Internet entweder einseitig für Unterhaltungsprogramme oder beschränkten sich weitgehend auf E-Mail-Dienste sowie auf die zielgerichtete Suche nach Informationen. Zudem sind ‚*Skeptiker*‘ mit technischen Geräten schlechter ausgestattet als Vertreter anderer Nutzertypen. In zwei Haushalten ist nicht einmal ein Fernseher zu finden, und auch PCs gehören nicht zur Grundausstattung, Zweit- und Drittgeräte sind selten vorhanden, mehr als die Hälfte der ‚*Skeptiker*‘ (8 Fälle) besitzt keinen Videorecorder, und auch DVD-Player finden sich nur vereinzelt (3 Fälle).

5.3 Resümee

Vergleicht man die Typologie, die anhand der Sekundäranalyse internationaler Studien gewonnen wurde mit jener, der die Daten aus den Gruppendiskussion in Österreich zu Grunde liegen, werden sowohl Ähnlichkeiten als auch Unterschiede deutlich. Vier der insgesamt sieben internationalen Nutzertypen lassen sich auch in Österreich identifizieren: Es handelt sich dabei um ‚Digitale Kabel- oder Satelliten-Nutzer‘, ‚Zufällige Digital-Nutzer‘, ‚Unentschlossene‘ und ‚Skeptiker‘. Bis auf den Typus des ‚Unentschlossenen‘ erweisen sich die vier internationalen Nutzertypen mit den österreichischen Entsprechung – auch im Hinblick auf soziodemographische Merkmale – als weitgehend deckungsgleich.

Dieses Ergebnis deutet darauf hin, dass in Österreich ähnliche Bevölkerungsgruppen aus ähnlichen Motiven auf digitales Satelliten- oder Kabel-Fernsehen umsteigen wie auch in anderen europäischen Staaten. Die Entscheidung für digitalen Empfang wird dabei entweder bewusst und informiert getroffen oder passiert zufällig auf Grund der Empfehlung des Verkaufspersonals bzw. des Wunsches anderer Familienmitglieder. Kaufgründe sind vor allem bessere Empfangsqualität und größere Programmviefalt; Interesse an interaktiven Diensten ist zwar teilweise vorhanden, aber für den Kauf nicht ausschlaggebend. Eine kleine Abweichung besteht lediglich darin, dass ‚Digitale KaSat-Nutzer‘ und ‚Zufällige Digital-Nutzer‘ ihr Programm in Österreich seltener via Kabel empfangen.

Die Übereinstimmungen der beiden Typologien zeigen des Weiteren, dass auch jene Personen, die der Digitalisierung ablehnend gegenüber stehen, in ähnlichen Bevölkerungsgruppen angesiedelt sind. Es handelt sich dabei im Wesentlichen um Pensionisten über 60 Jahre, die alleine oder zu zweit wohnen, sowie um Männer und Frauen zwischen 35 und 55 Jahren; sie verfügen über ein durchschnittliches Einkommen (ca. 2000-3000 Euro netto) und leben häufig in Haushalten mit Kindern. Die negative Einstellung zur Umstellung der Fernsehübertragung steht sowohl in Österreich als auch international betrachtet im Zusammenhang einer eingeschränkten Fernsehnutzung und einer generellen Skepsis dem Medium gegenüber. Auffällig ist, dass ‚Skeptiker‘ großteils hohe formale Bildung aufweisen; dies ist in Österreich noch stärker ausgeprägt als in den Ländern, in denen die Studien der Sekundäranalyse durchgeführt wurden. Zudem äußern Vertreter dieses Nutzertyps in Österreich häufiger Bedenken bezüglich möglicher, aufgezwungener Zusatzkosten für den Endkunden. Da es sich bei den befürchteten Kosten teilweise um Zahlungen handelt, die nach derzeitigen Umstiegsplänen nur mit geringer Wahrscheinlichkeit anfallen werden (monatliche Gebühren für das digital-terrestrische Bouquet oder Erhöhung der Fernsehgebühren), könnten diese Ängste mit dem schlechten Informationsstand der österreichischen Bevölkerung zusammenhängen.

Der Nutzertyp der ‚Unentschlossenen‘ ist zwar auch in beiden Typologien enthalten, in Bezug auf soziodemographische Merkmale existieren jedoch deutliche Unterschiede. Während international betrachtet diesem Typus vorwiegend Jugendliche und junge Erwachsene im

Alter zwischen 16 und 24 sowie Frauen zwischen 35 und 55 mit mittlerem oder niedrigem Bildungsniveau und Einkommen zuzurechnen sind, gehören ihm in Österreich Personen aus fast allen Altersstufen und sozialen Gruppierungen an. Zudem finden sich unter Angehörigen des Typus des ‚*Unentschlossenen*‘ häufiger intensive und versierte Internetnutzer als in Ländern mit hoher Digitalpenetration. Auffällig ist lediglich, dass in Österreich die Altersgruppe von 26 bis 33 nicht vertreten ist, und ‚*Unentschlossene*‘ mittleren Alters über niedrige Bildung und/ oder niedriges Einkommen verfügen. Die Tatsache, dass dieser Nutzertyp in Österreich in fast allen Bevölkerungsschichten vertreten ist, lässt sich ebenfalls durch den geringen Informationsstand der Probanden erklären: Kenntnisse über die Digitalisierung der Fernsehübertragung sind derzeit noch so gering, dass beim Großteil der zukünftigen Nutzer noch keine Meinungsbildung stattgefunden hat.

‚*Unfreiwillige*‘, ‚*Freiwillige*‘ und ‚*Zusatzgerät-Nutzer*‘ können in Österreich derzeit noch nicht identifiziert werden, da es sich bei Angehörigen dieser Typen um Personen handelt, die DVB-T bereits nutzen. ‚*Uneingeschränkt Interessierte*‘, ‚*Interessierte*‘ sowie ‚*Befürworter*‘ sind hingegen international nicht belegbar. Der Grund dafür könnte in der Marktdurchdringung von digitalem Fernsehen und DVB-T zu finden sein: In den Ländern, aus denen die Studien der Sekundäranalyse stammen, hat sich digitales Fernsehen und DVB-T bereits stärker durchgesetzt als in Österreich. Der überwiegende Teil der Personen, die (großes) Interesse an digitalem Fernsehempfang haben, ist dort vermutlich schon auf die neue Technik umgestiegen. Unterschiede zwischen den beiden Typologien sind also vorwiegend auf die verschiedenen Rahmenbedingungen, insbesondere auf die Verfügbarkeit von DVB-T und die Marktdurchdringung digitalen Fernsehens, zurückzuführen.

6 Resümee: „Zur Implementierung von DVB-T“

Im Zentrum der vorliegenden Untersuchung stand die Frage, wie DVB-T in Österreich angenommen wird. Während digitale Programme über Satellit und Kabel schon erhältlich sind, steht nun auch die Umrüstung der terrestrischen Sendernetze in Österreich an. Im Gegensatz zu einigen anderen europäischen Ländern wie etwa England, Finnland, Deutschland, Schweden und neuerdings auch Italien befindet sich Österreich derzeit in der Test- bzw. Planungsphase der Implementierung von DVB-T.

Aus diesem Grunde erschien es interessant, sich die Entwicklung in anderen, bereits fortgeschrittenen Ländern genauer anzusehen. Dazu wurde in einem ausführlichen Bericht der jeweilige Digitalisierungsstand in insgesamt zwölf europäischen Ländern vor dem Hintergrund politischer und ökonomischer Aspekte beleuchtet, um Rückschlüsse aus der internationalen Entwicklung auf die Situation in Österreich zu ziehen.

In einem Exkurs wurden in leitfadengestützten Experteninterviews ausgewählte Konsumentenvertreter nach ihren Sichtweisen und Einschätzungen zu den Maßnahmen bzw. Problembereichen der Digitalisierung befragt.

Den Kern der vorliegenden Studie bilden acht Gruppendiskussionen mit insgesamt 88 Probanden (n=88), in denen sie nach ihren Perspektiven auf die neue Technik befragt wurden. Um eine möglichst breite Palette unterschiedlicher Sichtweisen gewährleisten zu können, wurden folgende Personengruppen in den Diskussionen erfasst: Teilnehmer des Grazer Testbetriebes von DVB-T (zwei Diskussionsgruppen) sowie Jugendliche, Technisch Interessierte, Sozial Benachteiligte und Pensionisten, des Weiteren wurden Probanden in einer Gebirgsgemeinde rekrutiert.⁸¹ Als besonders interessant erschien der Vergleich zwischen den bereits in Graz in den Testbetrieb involvierten Probanden und den noch nicht mit DVB-T in Berührung gekommenen Diskussionsteilnehmern. Die Erhebungen mit den Teilnehmern des Grazer Pilotprojektes fanden Anfang August 2004 statt, die übrigen Gruppendiskussionen wurden zwischen November 2004 und März 2005 durchgeführt.

Vor dem Hintergrund der Ergebnisse aus den Gruppendiskussionen wurde in einem weiteren Untersuchungsschritt im Hinblick auf zentrale Aspekte des Umgangs mit DVB-T eine Nutzertypologie generiert. Auf Basis des empirischen Materials ließen sich insgesamt sieben Typen identifizieren: ‚Zufällige Digital-Nutzer‘, ‚Digitale Satelliten-Nutzer‘, ‚Uneingeschränkt Interessierte‘, ‚Interessierte‘, ‚Befürworter‘, ‚Unentschlossene‘ und ‚Skeptiker‘.⁸² Anschließend wurden diese mit den Ergebnissen einer Sekundäranalyse von

⁸¹ Zur genauen Auswahl siehe Kapitel 4.1.2.

⁸² Siehe dazu Kapitel 5.2.2.

zehn ausgewählten Rezeptionsstudien zu digitalem Fernsehen in Europa abgeglichen, um vorsichtige Prognosen für zukünftige Entwicklung der Umgangsweisen mit DVB-T in Österreich zu erstellen.

Bei den Gruppendiskussionen wurde insgesamt deutlich, dass das Thema Digitalisierung und insbesondere DVB-T derzeit noch kaum präsent ist; viele kennen zwar den Begriff als Schlagwort, verbinden damit aber keine konkreten Vorstellungen.

Betrachtet man die Ergebnisse näher, so lässt sich sagen, dass die Einstellung zur Digitalisierung und damit auch zu DVB-T im Wesentlichen mit den Faktoren **Alter und Geschlecht** zusammenhängt. So zeigt sich, dass vor allem jüngere Männer zwischen 20 und 35 Jahren der neuen Technik gegenüber verstärktes Interesse an den Tag legen und über breite Kenntnisse verfügen. Ältere Männer (bis ca. 55 Jahre) bekunden zwar durchweg auch Interesse, ihr Wissen ist allerdings eher rudimentär. Gemeinsam ist ihnen allen ein gutes technisches Grundverständnis. Deutlich spiegelt sich die Relevanz der Faktoren Alter und Geschlecht in der Zugehörigkeit zu den unterschiedlichen Nutzertypen wider. So finden sich unter den ‚*Uneingeschränkt Interessierten*‘, ‚*Interessierten*‘ und den ‚*Digitalen Satelliten-Nutzern*‘ insbesondere Männer. Auffällig ist, dass sich diesen drei Typen nur vereinzelt Frauen und dann jüngere zuordnen lassen.

Weniger geschlechtsspezifische als vielmehr altersbedingte Unterschiede lassen sich bei den Nutzern identifizieren, die der Digitalisierung gegenüber eine skeptische oder unentschlossene Haltung an den Tag legen. Ältere Menschen zählen vor allem zu den ‚*Unentschlossenen*‘ und ‚*Skeptikern*‘. Vereinzelt gehören die Pensionisten aber auch dem Nutzertyp der ‚*Befürworter*‘ an; dann handelt es sich allerdings vorwiegend um ältere Frauen. So liegt einigen älteren Damen daran, sich als aufgeschlossen darzustellen: „Wir wollen der neuen Technologie nicht im Wege stehen, sie ist jedoch etwas für die Jüngeren.“

‚*Skeptiker*‘ sind darüber hinaus in allen Altersgruppen vertreten; sie unterscheiden sich jedoch in ihren Motiven deutlich voneinander. Äußern die älteren Probanden ihre Bedenken, so drehen sich diese vor allem um Ängste, z.B. im Hinblick auf visuelle Überforderung oder Schwierigkeiten bei der Installation und Bedienung der Geräte. Diese ‚*Skeptiker*‘ wenden sich vehement gegen den ATO; sie fürchten, dann der neuen Technik nicht entkommen zu können. ‚*Skeptiker*‘ unter 60 kennzeichnet vor allem eine kulturkritische bzw. kulturpessimistische Einstellung. Sie stehen dem Fernsehen und digitalen Medien kritisch bis ablehnend gegenüber und sehen durch die Digitalisierung Grundwerte menschlichen Zusammenlebens gefährdet. Dies gilt vor allem für die jüngeren Probanden, ihre Skepsis bezieht sich so gut wie gar nicht auf technisch motivierte Ängste.

Ebenso wie die finanzielle Ausstattung der Haushalte spielt der Faktor **formale Bildung** im Hinblick auf die Einstellung zur Implementierung von DVB-T nur eine geringe Rolle (ein Grund, weshalb sich sozial benachteiligte Probanden kaum von anderen Nutzern unterscheiden); dies hängt insbesondere damit zusammen, dass die Probanden ihre

Einstellung zu digitalem Fernsehen und DVB-T in erster Linie an technischen Aspekten festmachen. Dies betrifft besonders die Probanden in Graz. Der Grund dafür liegt in der Unzufriedenheit mit der mangelnden Bedienerfreundlichkeit der interaktiven Applikationen und der Anfälligkeit der Empfangsgeräte.

Es lässt sich dennoch beobachten, dass ‚*Unentschlossene*‘ über eine tendenziell niedrigere Bildung verfügen und auch ‚*Befürwortern*‘ ein geringeres Reflexionsvermögen in Bezug auf die neue Technik eigen ist. Eine gravierende Rolle kommt der formalen Bildung nur beim Nutzertyp des ‚*Skeptikers*‘ zu; Angehörige dieses Typs sind zumeist hoch gebildet, fast die Hälfte der Probanden verfügt sogar über einen Universitätsabschluss.

Weitaus die meisten Probanden gehören dem Nutzertyp der ‚*Unentschlossenen*‘ an; dieser Typ zeigt sich weitgehend unabhängig von formaler Bildung, Geschlecht und tendenziell auch vom Alter, lediglich die Altersgruppe der 20 bis 35-Jährigen ist unter diesen Probanden nicht vertreten. Diese Nutzer haben sich bisher kaum mit der Digitalisierung auseinandergesetzt. Dies liegt vor allem daran, dass sie sich davon nicht betroffen fühlen. Unter den ‚*Unentschlossenen*‘ finden sich überproportional viele Teilnehmer vom Land; die meisten dieser Probanden leben in großen Haushalten mit zuweilen sogar drei Generationen. Fernsehen stellt für sie ein Gemeinschaftserlebnis dar; eine aktive Nutzung interaktiver Dienste käme für sie daher kaum in Frage.

Wirft man einen Blick auf die zentralen Dimensionen **Portabilität und Mobilität**, zeigt sich bei den Nutzern insgesamt nur ein sehr geringes Interesse. Dies liegt vor allem daran, dass den Teilnehmern die Phantasie fehlt, sich entsprechende Geräte und Nutzungsszenarien vorzustellen. Aus diesem Grund genießt der Laptop einen Sonderstatus; da einige Probanden diesen unterwegs für Filmwiedergabe verwenden, erscheint ihnen mobiler Fernsehempfang mit Hilfe einer DVB-T-Karte naheliegend. Eine Ausnahme bildet nur der Nutzertyp der ‚*Uneingeschränkt Interessierten*‘. Die Vorstellung, immer und überall fernsehen zu können, birgt für Angehörige dieses Typs ein großes Attraktionspotenzial in sich und übt zuweilen gar eine hohe Faszination auf sie aus.

Interaktivität kommt hingegen – wenn auch je nach Nutzertyp unterschiedlich – insgesamt eine gewisse Attraktion zu. Wie sich aber in den Gruppendiskussionen mit (zukünftigen) Nutzern gezeigt hat, erweisen sich die Vorstellungen der Probanden aufgrund ihrer mangelnden Erfahrungen als sehr wenig ausgeprägt. Dies ist auch der Grund, warum multimediale und interaktive Zusatzapplikationen selbst bei Probanden mit großem Interesse für die Auswahl des Empfangsweges derzeit noch nicht ausschlaggebend sind. Betrachtet man die Ergebnisse der Diskussionen mit Teilnehmern des Grazer Testbetriebs, so wird jedoch deutlich, dass mit zunehmender Erfahrung die Hemmschwelle gegenüber interaktiven Diensten sinkt und die Akzeptanz zunimmt. Eine dezidierte Untersuchung des Faktors Interaktivität bietet sich daher an. Hierbei gilt es in erster Linie, Veränderungen von

Vorstellungen, Einstellungen und Wünschen durch konkrete Nutzungserfahrungen neuer interaktiver Angebotsformen nachzugehen.

Ebenfalls über alle Nutzertypen hinweg lassen sich Verunsicherungen im Hinblick auf die Digitalisierung der Fernsehübertragung feststellen. Diese Befürchtungen können auf unterschiedlichen Ebenen eine Hemmschwelle für die Akzeptanz und Nutzung der neuen Technologie darstellen. Im Hinblick auf erfolgreiche Kommunikationskonzepte zur Erhöhung der Akzeptanz von DVB-T erscheint es deshalb sinnvoll, den vielfältigen Befürchtungen über die bereits durchgeführte Untersuchung hinaus differenzierter nachzugehen. Die Ängste zukünftiger Nutzer ernst zu nehmen und den Verbrauchern entsprechende Informationen und Hilfestellungen anzubieten, ist – wie die durchgeführten Experteninterviews deutlich machen – auch eine wesentliche Forderung von Konsumentenschützern.

7 Prognose: Zukünftige Entwicklung in Österreich

Nutzertypen im Spannungsfeld vorläufiger Positionen und fester Grundeinstellungen

Die Nutzertypologie für Österreich, die in den vorangehenden Kapiteln ausführlich dargestellt wurde, zeichnet **derzeitige** Umgangsweisen zukünftiger Nutzer mit digitalem Fernsehen und DVB-T nach. Es handelt sich dabei um eine Momentaufnahme, die vor dem Hintergrund der österreichischen Situation bezüglich der Verfügbarkeit von DVB-T und dem Informationsstand der Bevölkerung betrachtet werden muss. Diese Ausgangssituation hat – wie der internationale Vergleich deutlich zeigt⁸³ – wesentlichen Einfluss auf den Umgang der Bevölkerung mit digitalem (terrestrischen) Fernsehen. Die Zugehörigkeit einzelner Personen zu Nutzertypen wird sich mit fortschreitender Digitalisierung und veränderten Rahmenbedingungen deshalb ebenso wandeln wie die Zusammensetzung der gesamten Typologie.

Dies gilt umso mehr, als derzeit weder abschätzbar ist, welche Inhalte in Österreich zukünftig digital-terrestrisch verbreitet werden, noch welchen finanziellen Aufwand der Umstieg für den Endkunden letztlich mit sich bringt. Potenzielle zukünftige Nutzer von DVB-T müssen ihre Einstellung also auf Basis von Einschätzungen und Prognosen entwickeln. Treffen diese Erwartungen – sowohl im positiven als auch im negativen Sinne – nicht ein, kann es in Folge zu Meinungsänderungen kommen. Zudem beruht die Einstellung der meisten Befragten auf den geringen Kenntnissen über digitales Fernsehen, die sie häufig erst in den Gruppendiskussion erworben haben. Die Positionen der Probanden haben sich also größtenteils nicht im Laufe einer Auseinandersetzung mit den Vor- und Nachteilen des digitalen Fernsehens entwickelt, sondern stellen vielmehr Reaktionen erste Informationen dar.

Dennoch ist die Zugehörigkeit zu Nutzertypen auch bis zu einem gewissen Grad stabil, da sie in engem Zusammenhang mit dauerhaften Einstellungsmustern steht. Grundsätzliche Werte wie Gesundheit, Familie, die Entwicklung von Kindern und Jugendlichen, Erziehung, Lernerfolg oder zwischenmenschliche Kommunikation sowie die Einstellung zu Fernsehen, digitalen Medien und technologischem Fortschritt bilden den Bewertungsrahmen für digitales Fernsehen. Wenn die neue Technik im Kontext dieser grundlegenden Wertemuster verortet wird, ist auch die Einstellung zu Digitalfernsehen und DVB-T vergleichsweise beständig. Darüber hinaus kann eine passive Grundhaltung, aber auch die Zufriedenheit mit dem derzeitigen Empfangsweg, zu einer weitgehend stabilen Haltung in Bezug auf digitales Fernsehen beitragen.

Die Zugehörigkeit einzelner Personen zu bestimmten Typen muss also im Spannungsfeld von vorläufigen Positionen und dauerhaften Grundeinstellungen gesehen werden. Dies bedeutet, dass für unterschiedliche Nutzertypen und Probanden ein unterschiedlich großes Veränderungspotenzial vorliegt. Vor diesem Hintergrund stellt sich die Frage, welche

⁸³ Siehe Kapitel 5.3.

Nutzertypen sich in Österreich unter welchen Voraussetzungen in welche Richtung entwickeln könnten.

Stabilität und Entwicklungsmöglichkeiten österreichischer Nutzertypen

Mit Blick auf die internationale Nutzertypologie wird dazu im Folgenden auf Basis der Aussagen der Teilnehmer der Gruppendiskussionen eine Prognose angestellt. Vorsichtige Rückschlüsse von derzeitigen internationalen auf zukünftige österreichische Nutzertypen sind angesichts der großen Deckung der beiden Typologien zulässig. Schon jetzt zeigt sich, dass in Österreich ähnliche Bevölkerungsgruppen auf Grund ähnlicher Motive digitalen Empfang annehmen oder ablehnen – wie in anderen europäischen Ländern auch.⁸⁴ Mit fortschreitender Digitalisierung ist daher eine tendenziell ähnliche Entwicklung der Nutzertypen zu erwarten.

Österreichische Nutzertypen		Internationale Nutzertypen	
Nutzertypen	Empfang	Nutzertypen	Empfang
<i>„Zufällige Digital-Nutzer“</i>	dig. KaSat	<i>„Unfreiwillige“</i>	DVB-T
<i>„Digitale Satelliten-Nutzer“</i>	dig. KaSat	<i>„Freiwillige“</i>	DVB-T
<i>„Uneingeschränkt Interessierte“</i>	analog	<i>„Zusatzgerät-Nutzer“</i>	DVB-T
<i>„Interessierte“</i>	analog	<i>„Zufällige Digital-Nutzer“</i>	dig. KaSat
<i>„Befürworter“</i>	analog	<i>„Digitale KaSat-Nutzer“</i>	dig. KaSat
<i>„Unentschlossene“</i>	analog	<i>„Unentschlossene“</i>	analog
<i>„Skeptiker“</i>	analog	<i>„Skeptiker“</i>	analog

Quelle: Eigene Darstellung

Der Vergleich der beiden Typologien deutet daraufhin, dass einige der Nutzertypen in Österreich auch unter veränderten Rahmenbedingungen bestehen bleiben werden; andere wiederum können neu entstehen, zurückgehen oder sich auflösen. Die Tatsache, dass auch in Ländern mit hoher Digitalpenetration *„Zufällige Digital-Nutzer“*, *„Digitale KaSat-Nutzer“* bzw. *„Digitale Satelliten-Nutzer“*, *„Skeptiker“* und *„Unentschlossene“* identifizierbar sind, legt den Schluss nahe, dass diese vier Typen in Österreich auf längere Sicht bestehen bleiben werden. Die Anzahl der Angehörigen dieser Nutzertypen wird sich aber sicherlich verändern;

⁸⁴ Siehe dazu genauer Kapitel 5.3.

auch werden ihnen in Zukunft eventuell Personen aus anderen Bevölkerungsschichten und Altersgruppen angehören.

Stabile Positionen bei ‚Zufälligen Digital-Nutzern‘

In Bezug auf ‚Zufällige Digital-Nutzer‘ bestärken die Einzelprofile der Probanden diese Einschätzung, denn dieser Typus stellt sich als weitgehend stabil dar. Er weist ein nur sehr geringes bis gar kein Veränderungspotenzial auf, unabhängig davon, wie sich digitales Fernsehen und DVB-T in Österreich entwickelt. Angehörige dieses Nutzertyps entscheiden zufällig, sind schlecht über Vor- und Nachteile digitaler Technik informiert und vermeiden Änderungen des Fernsehempfangs, solange ihre Bedürfnisse weitgehend gedeckt sind. Programmvielfalt und Bildqualität ist ihnen sehr wichtig, und mit beidem sind sie zufrieden, seit sie digitalen Empfang haben. Obwohl sie sich nicht bewusst für diesen Distributionsweg entschieden haben, deckt er ihre Wünsche gut ab; sie würden deshalb vermutlich kaum auf einen anderen Übertragungsweg umsteigen. Zusatzgeräte sind unter ‚Zufälligen Digital-Nutzern‘ zwar teilweise vorhanden, sie sind – bei den vorliegenden Fällen – jedoch ohne Ausnahme an digitales Kabel oder digitalen Satellit angeschlossen. Da Angehörige dieses Typs kein Interesse an mobiler Nutzung zeigen, werden sie mit großer Wahrscheinlichkeit auch keine tragbaren Endgeräte verwenden. Sie werden sich also kaum zu ‚Unfreiwilligen‘, ‚Freiwilligen‘ oder ‚Zusatzgerät-Nutzern‘ entwickeln. Da sie mit ihrem digitalen Empfang zufrieden sind und diesen voraussichtlich behalten werden, kommen sie auch für alle anderen Nutzertypen nicht in Frage.

Anhaltender Zuwachs bei ‚Digitalen Satelliten-Nutzern‘

Mit hoher Wahrscheinlichkeit bleibt auch der Typus des ‚Digitalen Satelliten-Nutzers‘ erhalten, der sich mit fortschreitendem Ausbau der Kabelnetze zum ‚Digitalen KaSat-Nutzer‘ entwickeln wird. Angehörige dieses Nutzertyps haben ebenso wie ‚Zufällige Digital-Nutzer‘ kaum Anlass, eine Veränderung an ihrem Empfangsweg vorzunehmen. Sie haben sich über die Vor- und Nachteile der digitalen Technik informiert und sich bewusst für den Kauf eines digitalen Satellitenreceivers entschieden. Auch Vertretern dieses Typs ist Programmvielfalt und Bildqualität wichtig, und auch sie sind damit ausnahmslos (sehr) zufrieden. Der Großteil der ‚Digitalen Satelliten-Nutzer‘ empfängt die beiden ORF-Programme nicht mehr analog-terrestrisch, sondern bereits mit Hilfe einer Entschlüsselungskarte über Satellit. Nur ein einziger Proband erhält die österreichischen Programme analog über Antenne; er gibt aber an, sich im Falle eines ATOs eine solche Karte besorgen zu wollen. Ein Wechsel zum Typ des ‚Freiwilligen‘ oder ‚Unfreiwilligen‘ ist für ‚Digitale Satelliten-Nutzer‘ also unwahrscheinlich. Mit Zweit- und Drittgeräten sind Angehörige dieses Typs überdurchschnittlich gut ausgestattet. Die zusätzlichen Fernseher sind jedoch alle an den digitalen Satelliten angeschlossen. Als ‚Zusatzgerät-Nutzer‘ kommen sie also nur vereinzelt im Hinblick auf

mobiles Fernsehen in Frage. Dies bezieht sich jedoch ausschließlich auf eine Nutzungsvariante: Fernsehen über Laptop mit Hilfe einer TV-Karte.

Die steigenden Verkaufszahlen digitaler Satellitenreceiver in Österreich legen den Schluss nahe, dass die Anzahl der ‚Zufälligen Digital-Nutzer‘ und ‚Digitalen Satelliten-Nutzer‘ in Österreich nicht nur – wie eben beschrieben – stabil bleibt, sondern sogar deutlich anwächst. Dies gilt zumindest solange, wie der Informationsstand über digitales Fernsehen noch gering ist. Sind beim Großteil der Bevölkerung einmal umfassendere Kenntnisse vorhanden, wird die Zahl der ‚Zufälligen Digital-Nutzer‘ vermutlich kaum mehr zunehmen, die Zahl der ‚Digitalen KaSat-Nutzer‘ dafür vermutlich umso deutlicher.

Beständige Abwehrhaltung bei ‚Skeptikern‘

Auch die Haltung von ‚Skeptikern‘ erweist sich als weitgehend beständig, da ihre negative Einstellung zu digitalem Fernsehen und DVB-T in engem Zusammenhang mit einer Vielzahl an Sorgen, Ängsten und Bedenken sowie ihrem grundsätzlichen Wertesystem steht. Zudem sind Vertreter dieses Nutzertyps mit ihrem Fernsehempfang und der Senderauswahl weitgehend zufrieden, unabhängig davon, ob sie ihre Programme über Antenne, Satellit oder Kabel empfangen; was Fernsehinhalte betrifft, äußern sie sich hingegen kritisch. Sowohl ihre Genügsamkeit in Bezug auf die Anzahl der Sender als auch ihre Unzufriedenheit mit dem Fernsehprogramm lässt sich durch ihre grundlegend skeptische Einstellung zum Medium Fernsehen und dessen geringem Stellenwert im Alltag erklären. Da bei ‚Skeptikern‘ kein Interesse an digitalem Fernsehen vorhanden ist und sie die Digitalisierung ablehnend bewerten, werden Angehörige dieses Nutzertyps nicht freiwillig auf DVB-T oder digitales Fernsehen umsteigen. Aus demselben Grund stellen sie auch im Hinblick auf Zweit- und Drittfernseher sowie mobile Empfangsgeräte keine interessante Zielgruppe dar. Besonders die älteren ‚Skeptiker‘ könnten sich jedoch zu ‚Unentschlossenen‘ oder ‚Befürwortern‘ entwickeln, wenn sich ihre Sorgen bezüglich Kosten, Umstellungsaufwand und persönlicher Überforderung im Umgang mit der neuen Technik als unbegründet erweisen. Dafür müssten jedoch die Preise der Set-Top-Boxen sinken bzw. Endkunden finanziell unterstützt werden sowie Hilfestellungen für technische Anpassungen und die Bedienung der neuen Geräte bereitstehen. Im besten Fall könnten ‚Skeptiker‘ vereinzelt trotz ihrer Bedenken in Bezug auf mögliche negative Auswirkungen des digitalen Fernsehen sogar zu ‚Interessierten‘ werden. Dafür kommen allerdings nur jene in Frage, die zumindest eingeschränktes Interesse an interaktivem Fernsehen an den Tag legen. Voraussetzung dafür ist zudem ein ausdifferenziertes und überzeugendes Angebot an interaktiven Diensten. Werden Ängste von ‚Skeptikern‘ hingegen bestätigt, könnte dieser Nutzertyps im Zuge der Abschaltung der analogen Frequenzen auch deutlichen Zuwachs verzeichnen. Kritisch ist diesbezüglich vor allem der Zeitpunkt, wo Fernsehzuschauer auf Grund des Simulcast-Betriebs erstmals Auswirkungen auf ihren Empfang spüren werden.

Jene ‚Skeptiker‘, die digitales Fernsehen nicht aus Angst vor zusätzlich Kosten, sondern auf Grund möglicher negativer Auswirkungen auf Gesundheit, Familienleben, Freizeitgestaltung, die Entwicklung von Kindern und Jugendlichen oder zwischenmenschliche Kommunikation ablehnen, werden ihre negative Haltung wahrscheinlich nicht ablegen. Ihre Ablehnung des digitalen Fernsehens ist mit einer generellen Sorge in Bezug auf mögliche Wirkungen des Fernsehens und/ oder digitale Medien verbunden. Größere Programmvielfalt, die Ausdehnung des Fernsehens in andere Nutzungskontexte sowie die bessere Verfügbarkeit von interaktiven Services, auch unabhängig vom Internet, sind für diese Nutzer grundsätzlich negativ besetzt. Einige von ihnen werden jedoch gezwungen sein, ihren Umgang mit der neuen Technik längerfristig gesehen dennoch zu verändern, weil sie als Terrestriker von der Abschaltung der analogen Frequenzen betroffen sind. Da diese Nutzer für Fernsehen so wenig Geld wie möglich ausgeben wollen und Programmvielfalt für sie kaum eine Rolle spielt bzw. sogar negativ bewertet wird, liegt die Vermutung nahe, dass der Großteil von ihnen auch im Falle eines ATO den kostengünstigeren terrestrischen Empfangsweg beibehalten wird. Sicherlich werden aber auch einige zu Kabel- oder Satellitenempfang wechseln. Ein Proband behauptet sogar, er würde unter solchen Umständen völlig auf Fernsehen verzichten.

Vielfältige Entwicklungsmöglichkeiten bei ‚Unentschlossenen‘

Anders als ‚Skeptiker‘, ‚Zufällige Digital-Nutzer‘ und ‚Digitale Satelliten-Nutzer‘ weist der Nutzertyp der ‚Unentschlossenen‘ ein hohes Veränderungspotenzial auf. Das liegt daran, dass sich ‚Unentschlossene‘ – wie der Name schon sagt – bisher in keiner Hinsicht festgelegt haben und somit noch in (fast) alle Richtungen beeinflussbar sind. Voraussetzung für einen Wechsel zu einem anderen Nutzertyp ist jedoch, dass sie ihre eher gleichgültige Haltung aufgeben und dem Thema Digitalfernsehen zumindest soviel Relevanz beimessen, dass sie dazu eine klare Meinung ausbilden. Derzeit sehen Angehörige dieses Typs keinen Grund, sich mit der Umstellung der Fernsehdistribution auseinander zu setzen. Sollte dies bis zum ATO so bleiben, werden sich höchstwahrscheinlich jene, die ihre Programme über Hausantenne empfangen, zu ‚Unfreiwilligen‘ entwickeln oder auf einen anderen Empfangsweg umsteigen. Vom ATO betroffen sind auch alle Satellitennutzer unter den ‚Unentschlossenen‘. Sie sind mit ihrem derzeitigen Empfang tendenziell zufriedener als die Terrestriker und haben somit noch weniger Grund, sich freiwillig über die Digitalisierung zu informieren. Wollen sie die österreichischen Programme jedoch nach der Abschaltung der analogen Frequenzen weiterhin sehen, sind sie zum Kauf einer Set-Top-Box oder zum Wechsel auf digitalen Satellitenempfang gezwungen. Nur die analogen Kabelnutzer unter den ‚Unentschlossenen‘ haben längerfristig die Möglichkeit, ihren unbeteiligten Standpunkt aufrecht zu erhalten.

Wird bei Angehörigen dieses Nutzertyps eine Meinungsbildung in Gang gesetzt, ist ein Wechsel zu fast allen Nutzertypen möglich. Am nächsten steht ‚Unentschlossenen‘ mit Sicherheit der Typus der ‚Befürworter‘: Vertreter dieses Typs haben – wie auch ‚Unentschlossene‘ – nur geringe Kenntnisse über Digitalfernsehen und sehen für sich

persönlich kaum Vorteile in der digitalen Technik. Sie zeigen weder Interesse an interaktivem und mobilem Fernsehen noch generell an einem digitalen Anschluss. Der einzige grundlegende Unterschied zwischen den beiden Typen besteht in der positiven Einstellung zur Digitalisierung im Sinne technologischen Fortschritts. Mit Hilfe ausreichender Informationen über Vorteile und Sinnhaftigkeit der Umstellung sowie ausreichender Unterstützung bei den nötigen technischen Anpassungen ist Zustimmung vermutlich auch bei einem Großteil der ‚Unentschlossenen‘ zu erreichen. Mütter und Väter sowie die Jugendlichen, die noch zu Hause leben, könnten sich von Familienmitgliedern unter Umständen überzeugen lassen, dem Kauf eines digitalen Empfangsgeräts zuzustimmen; sie wären dann dem Nutzertyp des ‚Zufälligen Digital-Nutzers‘ zuzurechnen. Fast ebenso gut kann sich ein Teil der ‚Unentschlossenen‘ jedoch auch zu ‚Skeptikern‘ entwickeln. Dies tritt vermutlich am ehesten dann ein, wenn durch die Digitalisierung Aufwand und Kosten entstehen bzw. wenn Freunde, Verwandte oder Bekannte ‚Unentschlossene‘ von negativen Auswirkungen des digitalen, interaktiven oder mobilen Fernsehens überzeugen.

Ein Wechsel zu allen übrigen Nutzertypen setzt eine weitaus größere Veränderung im Umgang mit digitalem Fernsehen bzw. DVB-T voraus. Dafür wäre nicht nur notwendig, dass ‚Unentschlossene‘ ihre passive Haltung aufgeben und sich eine Meinung zu digitalem Fernsehen bilden; sie müssten darüber hinaus auch persönliches Interesse an der neuen Technik entwickeln. Im Hinblick auf interaktives Fernsehen ist das bei ungefähr der Hälfte der ‚Unentschlossenen‘ denkbar, weil sie den neuen Diensten grundsätzlich offen gegenüber stehen. Das bedeutet aber nicht, dass sie sich deshalb in absehbarer Zeit zum Kauf eines digitalen Empfangsgeräts entschließen; wahrscheinlich ist vielmehr, dass sich mit fortschreitender Ausdifferenzierung und Verbesserung interaktiver Angebote manche von ihnen zu ‚Interessierten‘ entwickeln.

Gelingt es, unter ‚Unentschlossenen‘ ein Bewusstsein für die Vorteile der Digitalisierung zu schaffen, stellen Vertreter dieses Typs in Ausnahmefällen sogar eine Zielgruppe für DVB-T als Hauptempfangsweg dar. Herr Dürnberger ist ein gutes Beispiel für einen ‚Unentschlossenen‘, der in Zukunft möglicherweise dem Typ des ‚Freiwilligen‘ zuzurechnen sein wird: Er empfängt seine Programme derzeit über Hausantenne, weil er nicht viel fernsieht, ihm Programmvielfalt eher unwichtig und er weder für eine Satellitenschüssel noch für Kabelgebühren Geld ausgeben will. Mit der Anzahl der Sender, die ihm zur Verfügung steht, ist er dennoch unzufrieden. Ein erweitertes terrestrisches Angebot könnte folglich für ihn von Vorteil sein, selbst wenn er jetzt noch kein Interesse an der neuen Technik zeigt. Voraussetzung dafür ist eine Senderbelegung, die zumindest die 15 wichtigsten deutschsprachigen Main-Stream-Programme umfasst. Mit wenigen Ausnahmen gibt es für ‚Unentschlossene‘ aber kaum Gründe, freiwillig auf DVB-T umzusteigen. Das liegt neben mangelndem Interesse auch an der Zufriedenheit mit dem derzeitigen Empfangsweg. Als ‚Zusatzgerät-Nutzer‘ kommen ‚Unentschlossene‘ ebenfalls kaum in Frage: Angehörige dieses Nutzertyps verfügen zwar teilweise über Zweit- und Drittgeräte, häufig sind diese jedoch an Kabel oder Satellit angeschlossen. Nur drei der 18 ‚Unentschlossenen‘ besitzen ein

Zweitgerät mit Antennenempfang; in allen drei Fällen gilt das aber auch für das Hauptgerät. Im Falle einer Entscheidung für DVB-T würden diese Personen vermutlich zuerst das Hauptgerät mit einer Set-Top-Box ausrüsten und erst in einem zweiten Schritt an die Aufrüstung ihrer zusätzlichen Fernseher denken. Empfangsgeräte für mobile Nutzung kommen für ‚*Unentschlossene*‘ nicht in Frage, da keiner von ihnen Interesse an mobilem oder portablem Fernseher hat.

Angehörige dieses Typus können sich also in Zukunft in vielerlei Richtungen entwickeln. Da eine passive und abwartende Haltung zu den charakteristischen Merkmalen dieses Nutzertyps zählt, wird er trotz des hohen Veränderungspotenzials aber vermutlich auch auf längere Sicht identifizierbar bleiben. Das legen auch die Ergebnisse der Sekundäranalyse internationaler Studien nahe. Solange zumindest im Kabel- und Satellitenbereich der Simulcast-Betrieb aufrecht erhalten bleibt und ein Teil der ‚*Unentschlossenen*‘ von der Digitalisierung nicht direkt betroffen ist, wird es vermutlich weiterhin Angehörige dieses Nutzertyps geben. Mit fortschreitender Digitalisierung und wachsendem Informationsstand der Bevölkerung könnte die Anzahl der ‚*Unentschlossenen*‘ jedoch sinken.

Die österreichischen Nutzertypen der ‚*Uneingeschränkt Interessierten*‘, ‚*Interessierten*‘ und ‚*Befürworter*‘ sind im Gegensatz zu den eben beschriebenen Typen international bisher nicht belegt. Das muss jedoch nicht unbedingt bedeuten, dass sich diese Nutzertypen in Österreich in absehbarer Zeit zurückentwickeln oder gar auflösen werden.

Potenzial für DVB-S/ DVB-C bei ‚*Uneingeschränkt Interessierten*‘

Im Hinblick auf ‚*Uneingeschränkt Interessierte*‘ lassen die Einzelprofile der Probanden solch eine Vermutung auf längere Sicht jedoch zumindest zu, denn bei Vertretern dieses Typs ist ein großes Potenzial zur Veränderung des Empfangswegs vorhanden. ‚*Uneingeschränkt Interessierte*‘ empfangen ihr Programm fast ausschließlich über Kabel und Satellit; sie sind also von der Umstellung der Terrestrik nicht unmittelbar betroffen. Da das Interesse an interaktiven Diensten und mobilem TV sowie generell an einem digitalen TV-Anschluss ausgesprochen hoch ist, werden sie aber wahrscheinlich über kurz oder lang auch ohne Umstellungsdruck auf die neue Technik umsteigen. In diesem Fall würden sich die meisten von ihnen für digitalen Satelliten- oder Kabelempfang entscheiden, weil ihnen Programmvielfalt sehr wichtig ist und sie alle interaktiven Angebote so uneingeschränkt wie möglich nutzen möchten. Nur ein Proband sagt, er würde bei entsprechender Senderbelegung und einem ansprechenden Angebot an interaktiven Diensten überlegen, DVB-T zu nutzen, weil er sich damit die Gebühren für den Kabelanschluss sparen könnte. Ein digitaler Satellit käme für ihn aber ebenso in Frage. Zweitgeräte sind in Haushalten von ‚*Uneingeschränkt Interessierten*‘ nur selten vorhanden. Da das Interesse an mobilem und portablem Fernsehen sehr groß ist, kommen Vertreter dieses Typs als zukünftige Nutzer von mobilen

Empfangsgeräten wie tragbaren Fernsehern, Laptops oder Smartphones aber auf jeden Fall in Frage.

Die Wahrscheinlichkeit, dass sich ein großer Teil der ‚*Uneingeschränkt Interessierten*‘ zu ‚*Digitalen KaSat-Nutzern*‘, ‚*Freiwilligen*‘ oder ‚*Zusatzgerät-Nutzern*‘ entwickelt, ist also relativ groß. Da Angehörige dieses Nutzertyps hohe Ansprüche an digitales Fernsehen stellen, diese derzeit aber ihrer Meinung nach noch nicht erfüllt werden, liegt jedoch die Vermutung nahe, dass sie in den nächsten Jahren noch nicht umsteigen werden. Vielmehr werden die meisten von ihnen die weitere Entwicklung des Gerätemarkts und der inhaltlichen – insbesondere der interaktiven – Angebote abwarten.

Latente Nachfrage nach DVB-T bei ‚*Interessierten*‘

Auch Angehörige des Nutzertyps der ‚*Interessierten*‘ zeigen tendenziell hohe Bereitschaft, Änderungen an ihrem Fernsehempfang vorzunehmen. Anderes als ‚*Uneingeschränkt Interessierte*‘⁸⁵ kommen einige dieser Nutzer auch für einen freiwilligen Umstieg auf DVB-T als Hauptempfangsweg in Frage. Das Potenzial für einen Wechsel zum Nutzertyp des ‚*Freiwilligen*‘ ist bei ‚*Interessierten*‘ höher als bei Vertretern aller anderen Typen. Das hängt – neben dem generellen Interesse an digitalem Fernsehen – unter anderem damit zusammen, dass die Terrestrik als Übertragungsweg unter Vertretern dieses Typs dominiert. Fünf der insgesamt sieben ‚*Interessierten*‘, die ihr Programm über Antenne empfangen, könnten sich unter Umständen vorstellen, freiwillig auf DVB-T umzusteigen. Obwohl drei von ihnen digitales Fernsehen vor allem auf Grund interaktiver Dienste anspricht, hängen ihre Überlegungen nicht unmittelbar mit dem Interesse an diesen Angeboten zusammen. Eine ausschlaggebende Rolle spielt vielmehr die Unzufriedenheit mit der Anzahl der Sender, die ihnen derzeit zur Verfügung stehen. Die Gründe, warum der Wunsch nach mehr Programmauswahl nicht durch Satelliten- oder Kabelempfang erfüllt wird, sind sehr unterschiedlich. Für viele stellt digital-terrestrisches Fernsehen auf Grund des geringen Installationsaufwands, der Unabhängigkeit vom Einverständnis des Vermieters und der vergleichsweise niedrigen Kosten eine interessante Alternative dar. Ein Proband darf beispielsweise aus Denkmalschutzgründen keine Satellitenschüssel montieren, will aber die monatliche Ausgaben für einen Kabelanschluss nicht in Kauf nehmen. Trotz des vergleichsweise großen Interesses werden diese ‚*Interessierten*‘ aller Wahrscheinlichkeit nach mit dem Umstieg warten bis zumindest die wichtigsten deutschsprachigen Programme über DVB-T erhältlich sind. Gelingt es nicht, auch deutsche Privatsender für eine digital-terrestrische Ausstrahlung ihrer Programme in Österreich zu gewinnen, werden diese Antennennutzer vermutlich solange nicht auf DVB-T umsteigen bis sie dazu gezwungen werden. Ob sie dann beim terrestrischen Übertragungsweg bleiben und somit zu ‚*Unfreiwilligen*‘ werden, oder ob sie zu analogem bzw. digitalem Satelliten- oder

⁸⁵ ‚*Uneingeschränkt Interessierte*‘ tendieren wegen des hohen Stellenwerts von Programmvielfalt und uneingeschränkter Fernsehnutzung eher zu Kabel- oder Satellitenempfang.

Kabelempfang wechseln, ist derzeit nicht abschätzbar. Vereinzelt könnten sie auch schon früher zu einer anderen Empfangsebene abwandern. Dieselbe Frage stellt sich in Bezug auf die beiden Antennennutzer, die kein Interesse an einem Umstieg zu DVB-T, Kabel oder Satellit äußern, weil sie selten fernsehen, wenig Wert auf Programmvierfalt legen und der Empfang über analoge Antenne ihre Bedürfnisse gut abdeckt.

„Interessierte“, die ihre Programme über Kabel oder Satellit empfangen, weisen weitaus weniger Veränderungspotenzial auf als die analogen Terrestriker. Dies ist insofern verwunderlich, da auch sie – wie der Name schon andeutet – großes Interesse an digitalem Fernsehen äußern. Ausschlaggebend dafür ist in den meisten Fällen interaktives und deutlich seltener auch mobiles TV. Der Grund warum sie dennoch in absehbarer nicht umsteigen wollen, liegt vermutlich in der Zufriedenheit mit dem derzeitigen Empfang. Sie können sich für die Zukunft durchaus vorstellen, eine breite Palette interaktiver Dienste regelmäßig zu verwenden, was in Folge auch Einfluss auf ihre Nutzungsgewohnheiten haben würde. Da sie mit dem derzeitigen Empfang weitgehend zufrieden sind, ist das Bedürfnis nach diesen Angeboten aber nicht ausgeprägt genug, dass sie auf die neue Technik umsteigen würden. Mit fortschreitender Entwicklung interaktiver Zusatzdienste sind sie längerfristig betrachtet aber vermutlich eine wichtig Zielgruppe für digitales Kabel und digitalen Satellit. *„Interessierte“*, die vor allem von den Vorteilen mobiler Nutzung überzeugt sind, wünschen sich in erster Linie eine DVB-T-Karte für ihren Laptop; sobald diese zu moderaten Preisen angeboten werden, könnten sich diese drei Probanden also zu Angehörigen des Typus der *„Zusatzgerät-Nutzer“* entwickeln. Stationäre Zweit- und Drittgeräte sind bei ungefähr der Hälfte der *„Interessierten“* vorhanden; diese verfügen jedoch meist über Kabel bzw. Satellitenempfang. Zusatzgeräte mit Antennenempfang finden sich nur in Haushalten, in denen auch das Hauptgerät terrestrisch versorgt wird; diese Geräte werden daher vermutlich erst in einem zweiten Schritt mit einer Set-Top-Box ausgestattet.

Geringes Veränderungspotenzial bei „Befürwortern“

Während die Einzelprofile von *„Uneingeschränkt Interessierten“* und *„Interessierten“* die Vermutung nahe legen, dass sich Anzahl und Zusammensetzung von Angehörigen dieser Nutzertypen stark verändern werden, weist der Typus der *„Befürworter“* geringes Wechsellpotenzial auf. Zwar sind viele Vertreter dieses Typs mit ihrem derzeitigen Empfang nur begrenzt zufrieden, von der digitalen Technik erwarten sie jedoch trotz größerer Programmvierfalt, besserer Bildqualität sowie interaktiver Zusatzdienste keine wesentliche Verbesserung. Der Großteil der *„Befürworter“* hat sich nicht bewusst für einen Distributionsweg entschieden, sondern empfängt seine Fernsehprogramme auf die Art und Weise, die für ihn am nächsten liegt. Bei zwei Drittel der Probanden ist das entweder Kabel oder Satellit, weil vom Vermieter der Zugang zu einer entsprechenden Hausanlage zur Verfügung gestellt wird. Nur zwei Probanden haben sich auf Grund ihres Wunsches nach einer möglichst großen Zahl an Sendern bewusst für Satellit entschieden. Die Tendenz beim

Fernsehempfang möglichst wenig Aufwand zu betreiben, hat zusammen mit dem geringen Interesse an digitalem Fernsehen zur Folge, dass ‚*Befürworter*‘ kaum Bereitschaft zu einer Änderung ihres Empfangswegs aufweisen, sofern sie nicht ohnehin einen neues TV-Gerät kaufen oder aus anderen Gründen (bsp. Wohnungswechsel) dazu gezwungen werden. Dies gilt sowohl für ‚*Befürworter*‘, die Kabel und Satellit nutzen, als auch für jene mit analogem Antennenempfang. Nur eine Probandin, die am Testbetrieb in Graz teilgenommen hat, könnte in Zukunft unter Umständen Interesse an DVB-T als Hauptübertragungsweg entwickeln. Sie ist mit der Anzahl der Programme, die sie über analoge Hausantenne empfangen kann, unzufrieden. Zudem zeigt sie sich während des Testbetriebs von der Bildqualität der digitalen Programme begeistert. Charakteristisch für Vertreter dieses Nutzertyps ist des Weiteren, dass sie trotz des geringen Interesses an digitalem Fernsehen mit der Digitalisierung aller drei Übertragungswege einverstanden sind. Selbst wenn sie selbst derzeit keinen Grund sehen, auf digitalen Empfang umzusteigen, sind sie dennoch bereit, diese Entwicklung längerfristig gesehen mitzutragen. Aus den oben genannten Gründen werden ‚*Befürworter*‘ zwar in absehbarer Zeit vermutlich nicht daran denken, ein digitales Empfangsgerät zu kaufen, mit fortschreitender Digitalisierung könnten sie sich aber dennoch nach und nach zu ‚*Digitalen KaSat-Nutzern*‘, ‚*Zufälligen Digital-Nutzern*‘ oder ‚*Freiwilligen*‘ entwickeln. Möglich ist jedoch auch, dass die Antennennutzer unter den ‚*Befürwortern*‘ bis zur Abschaltung der analogen Frequenzen keine Set-Top-Box kaufen. Ob sie dann zu Kabel bzw. Satellit wechseln oder bei der Terrestrik bleiben werden, ist derzeit nicht absehbar. Sollten sich diese Nutzer auf Grund des ATOs für DVB-T entscheiden und somit zu ‚*Unfreiwilligen*‘ werden, wird ihr Unmut über den Umstellungsdruck aller Wahrscheinlichkeit nach jedoch geringer sein als bei anderen ‚*Unfreiwilligen*‘. Im Hinblick auf zusätzlich Fernseher und mobile Endgeräte stellen ‚*Befürworter*‘ keine interessante Zielgruppe dar: Zweit- und Drittgeräte sind nur selten vorhanden und fast ausnahmslos in Satellit oder Kabel angeschlossen. Mit Ausnahme eines Probanden, der DVB-T gerne über den Laptop nutzen würde, ist unter Angehörigen dieses Nutzertyps auch kaum Interesse an mobiler oder portabler Nutzung vorhanden.

Wie die Analyse des Veränderungspotenzials der derzeitigen österreichischen Nutzertypen gezeigt hat, werden ab dem Zeitpunkt, zu dem DVB-T für breitere Bevölkerungsgruppen verfügbar ist bzw. die analogen Frequenzen abgedreht werden, aller Wahrscheinlichkeit nach zusätzlich die Typen der ‚*Unfreiwilligen*‘, ‚*Freiwilligen*‘ und ‚*Zusatzgerät-Nutzer*‘ entstehen. Wie sich Nutzertypen in Österreich in Zukunft tatsächlich verändern werden, welche an Bedeutung gewinnen oder verlieren, neu hinzukommen oder sich auflösen, ist derzeit jedoch schwer abschätzbar, weil diese Entwicklungen stark von den sich wandelnden Rahmenbedingungen abhängen. Dennoch zeichnet sich ab, dass sowohl für digitales Kabel- und Satellitenfernsehen als auch für DVB-T Potenzial vorhanden ist. Gelingt es, die Vorteile der digitalen Übertragungstechnik überzeugend zu kommunizieren, ist darüber hinaus trotz eingeschränktem Interesse bei breiten Bevölkerungsgruppen Zustimmung zur Umstellung aller drei Distributionswege erreichbar.

Literaturliste

Antenna Hungaria (2004): http://www.antennahungaria.hu/en/services/1FCC9EB7E1AF428A89E065D4B74090B9.php#Hol_tart_a. [24.06.2004]

ARD-Projektgruppe Teletext (2001): Teletext - das unterschätzte Medium. Ergebnisse einer quantitativen und qualitativen Nutzerstudie zu Rezeption und Zukunft von Teletext. In: Media Perspektiven 2/2001. S.54-64.

ARD-Projektgruppe Digital (2001): Digitales Fernsehen in Deutschland. Markt, Nutzerprofile, Bewertungen. ARD-Studie: Repräsentativbefragung von Digital-TV-Nutzern. In: Media Perspektiven 4/2001. S.202-219.

ARD/ ZDF Projektgruppe Digital (2003): Berlin/ Potsdam: Erste DVB-T-Region Deutschlands. Ergebnisse der Begleituntersuchung der ARD/ ZDF-Medienkommission. In: Media Perspektiven 12/2003. S.558-569.

Bakom (2003a): Digitales terrestrisches Fernsehen auch für die Schweiz. In: http://www.bakom.ch/de/radio_tv/dvb/dvb_t/index.html. [20.07.2004]

Bakom (2003b): SRG erhält Konzession für den Aufbau eines DVB-T-Netzes. In: http://www.bakom.ch/de/radio_tv/dvb/dvb_t/srg_gesuch/index.html. [20.07.2004]

Bardoel, Jo; Van Reenen, Ben (2004): Medien in den Niederlanden. In: Hans-Bredow-Institut (Hg.): Internationales Handbuch Medien 2004/2005. Baden-Baden: Nomos. S.475-492.

BBC (2002): ITV Digital goes broke. In: <http://news.bbc.co.uk/1/hi/business/1896732.stm>. [25.07.2004]

BBC (2004): Progress towards achieving digital switchover. A BBC report to the Government. In: http://www.bbc.co.uk/info/policies/pdf/digital_switchover_report.pdf. [22.07.2004]

Bentz, Ulrich (2002): Abonnement am End'. In: http://www.extradienst.at/jaos/page/main_archiv_content.tmp?ausgabe_id=34&article_id=6887. [23.06.2004]

BIPE (2001): Digital Switchover in Broadcasting. A BIPE Consulting Study for the European Commission (DG Information Society). Annexe: County Profiles. In: http://europa.eu.int/information_society/topics/telecoms/regulatory/studies/documents/annex_paper_country_profiles.pdf. [25.04.2004]

bmco (2005): <http://www.bmco-berlin.com/partner.htm>. [21.01.2005]

BMSG - Bundesministerium für Soziale Sicherheit, Generationen und Konsumentenschutz (2003): 4. Bericht zur Lage der Jugend in Österreich. Teil A: Jugendradar 2003. In: http://www.bmsg.gv.at/cms/site/attachments/7/9/5/CH0243/CMS1080221944225/vierter_jugendbericht_teil_a_langfassung.pdf. [10.08.2004]

Böck, Margit; Weish, Ulrike (2002): Medienhandeln und Geschlecht. Eine Sekundäranalyse quantitativer Mediennutzungsstudien mit Alter und Bildung als Differenzkriterien. In: Dorer, Johanna; Geiger, Brigitte (Hg.): Feministische Medienforschung. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag. S.235-266.

Brecka, Samuel (2000): Das Rundfunksystem der Slowakischen Republik. In: Hans-Bredow-Institut (Hg.): Internationales Handbuch für Hörfunk und Fernsehen 2000/2002. Baden-Baden: Nomos. S.583-590.

Brecka, Samuel (2002): Medien in der Slowakei. In: Hans-Bredow-Institut (Hg.): Internationales Handbuch für Medien 2002/2003. Baden-Baden: Nomos. S.570-583.

Brown, Allan; Picard, Robert G. (2005): Digital Terrestrial Television in Europe. Mahwah, New Jersey, London: LEA.

Cablecom (2004): <http://www.cablecom.ch/tvradio/digitalcinema.htm>. [19.07.2004]

Clement, Michael (2000): Interaktives Fernsehen. Analyse und Prognose seiner Nutzung. Wiesbaden: Deutscher Universitätsverlag.

Clover, Julian (2004): BSKyB growth beats market expectations. In: http://www.broadbandtvnews.com/archive_uk/171104.html. [19.01.2005]

Cornwell, Sean (2004a): DTT on the rise in the EU: 55m households by 2009. In: <http://www.dmeurope.com/default.asp?ArticleID=2133>. [27.07.2004]

Cornwell, Sean (2004b): Finland's HTV starts to test high definition TV. In: <http://www.dmeurope.com/default.asp?ArticleID=2118>. [15.07.2004]

Counterpoint Research (2001): Digital Television – Consumers' Use and Perceptions. A report on a research study. In: <http://www.ofcom.org.uk/static/archive/oftel/publications/research/2001/digtv0901.pdf>. [27.05.2004]

Dahm, Hermann; Rössler, Patrick; Schenk, Michael (1998): Vom Zuschauer zum Anwender. Akzeptanz und Folgen digitaler Fernsehdienste. Münster: LIT Verlag.

De Mateo, Rosario (2004): Medien in Spanien. In: Hans-Bredow-Institut (Hg.): Internationales Handbuch Medien 2004/2005. S.649-660.

Del Valle Fernandez, David (2002): Operators and OEMs refuse Spanish DTT 'indifference'. In: http://www.dtg.org.uk/reference/dtt_world/dtt_spain.htm. [20.07.2004]

Del Valle Fernandez, David (2003a): Spain plans 750 local DTT channels. In: http://www.dtg.org.uk/reference/dtt_world/dtt_spain.htm. [20.07.2004]

Del Valle Fernandez, David (2003b): AUNA to launch digital TV. In: http://www.dtg.org.uk/reference/dtt_world/dtt_spain.htm. [20.07.2004]

Del Valle Fernandez, David (2004a): Spain's digital merger enlivens Sogecable. In: http://www.dtg.org.uk/reference/dtt_world/dtt_spain.htm. [20.07.2004]

Del Valle Fernandez, David (2004b): Spain's Abertis invests in total DTT coverage. In: http://www.dtg.org.uk/reference/dtt_world/dtt_spain.htm. [20.07.2004]

Digita (2003): Finnish companies join forces for a commercial pilot for mobile broadcasting services. In: http://www.digita.fi/english/digita_dokumentti.asp?path=1841;2088;2089;4093. [21.07.2004]

DigiTAG (2002): New DTT launches in Spain. In: <http://www.digitag.org/news/globnews.htm>. [27.07.2004]

DigiTAG (2003a): Spain to approve a new plan to boost digital TV. In: <http://www.digitag.org/news/globnews.htm>. [27.07.2004]

DigiTAG (2003b): Netherlands. In: <http://www.digitag.org/dttmaps/countries/netherlands.htm>. [30.07.2004]

DigiTAG (2004a): Europe to head digital take up by 2006. In: <http://www.digitag.org/news/globnews.htm>. [29.07.2004]

DigiTAG (2004b): UK delays analogue switch-off until 2012. In: <http://www.digitag.org/news/globnews.htm>. [26.07.2004]

DigiTAG (2004c): Spain's High Bill for DTT. In: <http://www.digitag.org/news/globnews.htm>. [26.07.2004]

DigiTAG (2004d): Catalunya begins transmission of DTT. In: <http://www.digitag.org/news/globnews.htm>. [26.07.2004]

DigiTAG (2004e): Spanish operators seek new DTT map. In: <http://www.digitag.org/news/globnews.htm>. [26.07.2006]

DigiTAG (2004f): Dutch public broadcasters want to end analogue TV in 2006. In: <http://www.digitag.org/news/globnews.htm>. [25.01.2005]

DigiTAG (2004g): Rete 4 gets analogue green light. In: <http://www.digitag.org/news/globnews.htm>. [02.08.2004]

DigiTAG (2004h): Italy - RTV38 launches free-to-air interactive TV services. In: <http://www.digitag.org/news/globnews.htm>. [19.01.2005]

DigiTAG (2004i): Italian DTT on a roll. In: <http://www.digitag.org/news/globnews.htm>. [19.01.2005]

DigiTAG (2004j): Italy - DTT between success and illusion. In: <http://www.digitag.org/news/globnews.htm>. [19.01.2005]

DigiTAG (2004k): Italy confirms MHP subsidies. In: <http://www.digitag.org/news/globnews.htm>. [19.01.2005]

DigiTAG (2004l): Italy - DTT subsidy could be cut. In: <http://www.digitag.org/news/globnews.htm>. [19.01.2005]

DigiTAG (2004m): Czech Telecoms Office grants three digital TV licences. In: <http://www.digitag.org/news/globnews.htm>. [29.07.2004]

DigiTAG (2004n): Czech Republic - CT enters digital fray. In: <http://www.digitag.org/news/globnews.htm>. [29.07.2004]

DigiTAG (2005): Sweden - 88% increase in DTT. In: <http://www.digitag.org/news/globnews.htm>. [25.01.2005]

- Digital Fernsehen (2004): Niederlande. Wer sehen will, muss zahlen. In: http://www2.digitalfernsehen.de/Home/1048243053/2003_2_23_1045993427/1046177764/1046177764. [30.07.2004]
- Digital TV Group (1999a): Japan. In: http://www.dtg.org.uk/reference/dtt_world/dtt_japan.htm. [23.06.2004]
- Digital TV Group (1999b): Finland to Adopt MHP. In: http://www.dtg.org.uk/reference/dtt_world/dtt_finland.htm. [22.07.2004]
- Digital TV Group (2000a): Finland Delays DTT Launch. In: http://www.dtg.org.uk/reference/dtt_world/dtt_finland.htm. [22.07.2004]
- Digital TV Group (2000b): http://www.dtg.org.uk/reference/dtt_world/dtt_slovakia.htm. [23.06.2004]
- Digital TV Group (2001): General Situation. In: http://www.dtg.org/index.php?id=234reference/dtt_world/dtt_finland.htm. [21.07.2004]
- Digitv.fi (2004): Digital TV Channels. In: <http://www.digitv.fi/sivu.asp?path=9;1235>. [21.07.2004]
- Dreher, Eva; Dreher, Michael (1991): Gruppendiskussionsverfahren. In: Flick, Uwe et. al. (Hrsg.): Handbuch qualitative Sozialforschung. Grundlagen, Konzepte, Methoden und Anwendungen. S.186-189. München: Psychologie Verlags Union.
- DVB (2004a): EU Digital Terrestrial TV Households to hit 55 million by 2009. In: <http://www.dvb.org/index.php?id=10&nid=74>. [21.07.04]
- DVB (2004b): South Korea. In: <http://www.dvb.org/index.php?id=247>. [11.08.2004]
- DVB (2004c): Switzerland. In: <http://www.dvb.org/index.php?id=244>. [24.06.2004]
- DVB (2004d): Czech Republic. In: <http://www.dvb.org/index.php?id=254>. [24.06.2004]
- DVB (2004e): Hungary. In: <http://www.dvb.org/index.php?id=257>. [24.06.2004]
- DVB-T: DasÜberallFernsehen (2005): Start im Rhein-Main-Gebiet. In: <http://www.hr-online.de/website/extern/ueberallfernsehen/index.jsp?rubrik=6808>. [24.01.2005]
- Dziadul, Chris (2002a): Slovak DTT tests to begin 2003. In: http://www.dtg.org.uk/reference/dtt_world/dtt_slovakia.htm. [23.06.2004]
- Dziadul, Chris (2002b): General Situation. In: http://www.dtg.org.uk/reference/dtt_world/dtt_hungary.htm. [23.06.2004]
- Dziadul, Chris (2002c): General Situation. In: http://www.dtg.org.uk/reference/dtt_world/dtt_slovenia.htm. [23.06.2004]
- Dziadul, Chris (2003a): General Situation. In: http://www.dtg.org.uk/reference/dtt_world/dtt_czech_repbl.htm. [23.06.2004]
- Dziadul, Chris (2003b): Czech DTT licence decision January 2004. In: http://www.dtg.org.uk/reference/dtt_world/dtt_czech_repbl.htm. [23.06.2004]

- Dziadul, Chris (2003c): Slovenia to extend DTT trials. In: http://www.dtg.org.uk/reference/dtt_world/dtt_slovenia.htm. [23.06.2004]
- Dziadul, Chris (2004a): Czech Republic rethinks DTT multiplex plans. In: http://www.dtg.org.uk/reference/dtt_world/dtt_czech_repbl.htm. [23.06.2004]
- Dziadul, Chris (2004b): Cesky Telecom throws hat into Czech DTT ring. In: http://www.dtg.org.uk/reference/dtt_world/dtt_czech_repbl.htm. [23.06.2004]
- Dziadul, Chris (2004c): Slovakia to launch DTT trials. In: http://www.dtg.org.uk/reference/dtt_world/dtt_slovakia.htm. [23.06.2004]
- Dziadul, Chris (2004d): Hungary passes new electronic communications law. In: http://www.dtg.org.uk/reference/dtt_world/dtt_hungary.htm. [23.06.2004]
- Dziadul, Chris (2004e): Slovenia takes steps towards 2015 switch-off 2004. In: http://www.dtg.org.uk/reference/dtt_world/dtt_slovenia.htm. [23.06.2004]
- eFinland (2004): Finnish Digital Television Network Expanding. In: <http://e.finland.fi/netcomm/news/showarticle.asp?intNWSAID=25611>. [21.07.2004]
- ERO – European Radiocommunications Office (2004): Status of DVB-T-implementation in Europe. In: <http://www.ero.dk/DD1D47D4-BCB6-4ABF-9695-D5188E97D3D1.W5Doc?> [01.07.2004]
- EPRA (2004): Working Group on Digital Terrestrial Television in EPRA Countries. Final Report. In: http://www.agcom.it/studi/AGCOM_DTTWG_finalreport.pdf. [03.08.2004]
- Feierabend, Sabine; Klingler, Walter (2003): Medienverhalten Jugendlicher in Deutschland. Fünf Jahre JIM-Studie Jugend, Information, (Multi-)Media. In: Media Perspektiven 10/2003. S.450-462.
- Fessel-GfK (2004): Digitales Fernsehen in Österreich. Unveröffentlichtes Dokument.
- Flick, Uwe (1995): Handbuch qualitative Sozialforschung. Grundlagen, Konzepte, Methoden und Anwendungen. München: Psychologie Verlags Union.
- Göbel, Markus (2004): Glotze auf dem Handy. In: <http://www.markusgoebel.de/texte/wirtschaftswoche/dvb-h.html>. [22.07.2004]
- Golem.de (2004): Handy-Fernsehen: DVB-H-Pilot startet in Berlin. In: <http://www.golem.de/0406/31977.html>. [22.07.2004]
- Grajczyk, Andreas; Klinger, Walter, Schmitt, Sibylle (2001): Mediennutzung, Freizeit- und Themeninteressen der ab 50-Jährigen. Ergebnisse der SWR-Studie "50+" und weiterer Studien. In: Media Perspektiven 4/2001. S.189-201.
- Gröndahl, Aulis (2002): Digitales Fernsehen in den nordischen Ländern. Zwischen Kulturpolitik und Marktdynamik. In: Media Perspektiven 9/2002. S.460-472.
- Hans-Bredow-Institut (Hg.) (1999): DocuWatch Digitales Fernsehen. Eine Sichtung ausgewählter Dokumente und wissenschaftlicher Studien. 4/1999. In: http://www.hans-bredow-institut.de/publikationen/dw/1999/docuwatch_4-1999.pdf. [20.04.2004]

Hans-Bredow-Institut (Hg.) (2000): Docu Watch Digitales Fernsehen. Eine Sichtung ausgewählter Dokumente und wissenschaftlicher Studien. 3/2000. In: http://www.hans-bredow-institut.de/publikationen/dw/2000/docuwatch_3-2000.pdf. [03.05.2004]

Hans-Bredow-Institut (Hg.) (2001a): DocuWatch Digitales Fernsehen. Eine Sichtung ausgewählter Dokumente und wissenschaftlicher Studien. 1/2001. In: http://www.hans-bredow-institut.de/publikationen/dw/2001/docuwatch_1-2001.pdf. [11.05.2004]

Hans-Bredow-Institut (Hg.) (2001b): DocuWatch Digitales Fernsehen. Eine Sichtung ausgewählter Dokumente und wissenschaftlicher Studien. 3/2001. In: http://www.hans-bredow-institut.de/publikationen/dw/2001/docuwatch_3-2001.pdf. [13.05.2004]

Hans-Bredow-Institut (Hg.) (2002a): DocuWatch Digitales Fernsehen. Eine Sichtung ausgewählter Dokumente und wissenschaftlicher Studien. 4/2002. In: http://www.hans-bredow-institut.de/publikationen/dw/2002/docuwatch_4-2002.pdf. [28.05.2004]

Hans-Bredow-Institut (Hg.) (2002b): DocuWatch Digitales Fernsehen. Eine Sichtung ausgewählter Dokumente und wissenschaftlicher Studien. 3/2002. In: http://www.hans-bredow-institut.de/publikationen/dw/2002/docuwatch_3-2002.pdf. [24.05.2004]

Hans-Bredow-Institut (Hg.) (2002c): DocuWatch Digitales Fernsehen. Eine Sichtung ausgewählter Dokumente und wissenschaftlicher Studien. 2/2002. In: http://www.hans-bredow-institut.de/publikationen/dw/2002/docuwatch_2-2002.pdf. [21.05.2004]

Hans-Bredow-Institut (Hg.) (2003a): DocuWatch Digitales Fernsehen. Eine Sichtung ausgewählter Dokumente und wissenschaftlicher Studien. 3/2003. In: http://www.hans-bredow-institut.de/publikationen/dw/2003/docuwatch_3-2003.pdf. [05.06.2004]

Hans-Bredow-Institut (Hg.) (2003b): DocuWatch Digitales Fernsehen. Eine Sichtung ausgewählter Dokumente und wissenschaftlicher Studien. 2/2003. In: http://www.hans-bredow-institut.de/publikationen/dw/2003/docuwatch_2-2003.PDF. [04.06.2004]

Hans-Bredow-Institut (Hg.) (2004a): DocuWatch Digitales Fernsehen. Eine Sichtung ausgewählter Dokumente und wissenschaftlicher Studien. 4/2004. In: http://www.hans-bredow-institut.de/publikationen/dw/2004/docuwatch_1-2004.pdf. [07.06.2004]

Hans-Bredow-Institut (Hg.) (2004b): DocuWatch Digitales Fernsehen. Eine Sichtung ausgewählter Dokumente und wissenschaftlicher Studien. 1/2004. In: http://www.hans-bredow-institut.de/publikationen/dw/2004/docuwatch_1-2004.pdf. [07.06.2004]

Hasebrink, Uwe unter Mitarbeit von H. Dreier, F. Krotz und R. Weiß (2001): Fernsehen in neuen Medienumgebungen. Befunde und Prognosen zur Zukunft der Fernsehnutzung. Berlin: VISTAS.

Heise Online (2003): Premiere will bis 2005 nicht auf MHP umrüsten. In: <http://www.heise.de/newsticker/meldung/39872>. [26.07.2004]

Heise Online (2004): Digitaler Antennenfunk europaweit im Kommen. In: <http://www.heise.de/newsticker/meldung/50436>. [24.01.2005]

Hirschle, Thomas; Berner, Walter; Hamann, Andreas (2004): Der Umstieg auf DVB-T in Österreich. Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg (LFK). Schriftenreihe der

Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH. 4/2004. In: [http://www.rtr.at/web.nsf/lookuid/F596FE08D639E331C1256EB70027DD01/\\$file/Band4_2004.PDF](http://www.rtr.at/web.nsf/lookuid/F596FE08D639E331C1256EB70027DD01/$file/Band4_2004.PDF). [15.07.2004]

Hrvatín, Sandra B.; Milosavljević, Marko (2000): Rundfunk in Slowenien. In: Hans-Bredow-Institut (Hg.): Internationales Handbuch für Hörfunk und Fernsehen 2000/2001. Baden-Baden: Nomos. S.591-597.

Hrvatín, Sandra B.; Milosavljević, Marko (2002): Medien in Slowenien. In: Hans-Bredow-Institut (Hg.): Internationales Handbuch für Medien 2002/2003. Baden-Baden: Nomos. S.584-592.

Humphreys, Peter (2000): Das Rundfunksystem Großbritanniens. In: Hans-Bredow-Institut (Hg.): Internationales Handbuch für Hörfunk und Fernsehen 2000/2001. Baden-Baden: Nomos. S.378-396.

Humphreys, Peter (2002): Das Mediensystem Großbritanniens. In: Hans-Bredow-Institut (Hg.): Internationales Handbuch Medien 2002/2003. Baden-Baden: Nomos. S.330-341.

Hultén, Olof (2000): Das duale Rundfunksystem Schwedens vor dem Umbruch in die digitale Ära. In: Hans-Bredow-Institut (Hg.): Internationales Handbuch für Hörfunk und Fernsehen 2000/2001. Baden-Baden: Nomos. S.560-571.

IDATE (2000): Development of Digital TV in Europe. 2000 Report. Finland. In: http://europa.eu.int/ISPO/infosoc/telecompolicy/en/dtv_fin2000v4.pdf. [02.08.2004]

Infosat (2004): DIGITENNE Holland wächst. In: <http://www.infosat.lu/index.asp?command=news&id=11631&proid=0&Rubrik>. [29.07.2004]

Jönsson, Anna Maria (2002): Das schwedische Mediensystem. In: Hans-Bredow-Institut (Hg.): Internationales Handbuch Medien 2002/2003. Baden-Baden: Nomos. S.537-548.

Kárp Róbert, Rudolf (2003): The situation of digital broadcasting in Hungary. Vortrag anlässlich der IFA 2003 in Berlin. In: http://www.digitag.org/events/ifa_presentations_2003/ifa-rk-antenna-hungaria.pdf. [05.07.2004]

Klein, Jerry; Karger Simon; Sinclair, Kay (2004): Attitudes to digital Television. Preliminary findings on consumer adoption of Digital Television. http://www.digitaltelevision.gov.uk/pdf_documents/publications/Attitudes_to_Digital_Television.pdf. [26.05.2004]

Kleinreport (2004): Mit Swisscom Broadcast ins digitale TV-Zeitalter. In: <http://www.kleinreport.ch/meld.phtml?id=21276>. [20.07.2004]

Kloiber, Manfred; Pasch, Gerd (2004): DVB-H – Fernsehen „to go“. In: http://www.wdr.de/tv/service/technik/inhalt/20040624/b_3.phtml. [22.07.2004]

KommAustria (2003): Digitalisierungsbericht 2003. Bericht der Digitalisierung der Rundfunkübertragung in Österreich gemäß § 21 Abs. 6 Privatfernsehgesetz. In: [http://www.rtr.at/web.nsf/lookuid/1DB0A4D307D28A4EC1256E5500661145/\\$file/Digitalisierungsbericht2003.pdf](http://www.rtr.at/web.nsf/lookuid/1DB0A4D307D28A4EC1256E5500661145/$file/Digitalisierungsbericht2003.pdf). [21.04.2004]

Krieger, Jörn (2003a): Germany. In: http://www.dtg.org.uk/cgi-bin/www.dtg.org.uk/frame_it.pl?reference/menu.html+reference/dtt_world/_dtt_world_index.htm+World%20Watch. [22.07.2004]

- Krieger, Jörn (2003b): Local Swiss DTT venture broadcasts to country's skiing regions. In: http://www.dtg.org.uk/reference/dtt_world/dtt_switzerland.htm. [23.06.04]
- Krieger, Jörn (2003c): Gerneal Situation. In: http://www.dtg.org.uk/reference/dtt_world/dtt_switzerland.htm. [23.06.2004]
- Krieger, Jörn (2004): Berlin to expand DTT offer. In: http://www.dtg.org.uk/news/world/berlin_expands.htm. [29.07.2004]
- Lamnek, Siegfried (1995³): Qualitative Sozialforschung. Methoden und Techniken. Bd2. Weinheim: Psychologie Verlags Union.
- Maier, Werner A. (2004): Das Mediensystem der Schweiz. In: Hans-Bredow-Institut (Hg.): Internationales Handbuch Medien 2004/2005. Baden-Baden: Nomos. S.594-605.
- Marshall, Toby (2002a): ADB Trials Finnish MHP STBs. In: http://www.dtg.org.uk/reference/dtt_world/dtt_finland.htm. [22.07.2004]
- Marshall, Toby (2002b): MHP Proving Popular in Finland. In: http://www.dtg.org.uk/reference/dtt_world/dtt_finland.htm. [22.07.2004]
- Martin, Lothar (2003): Zelezný als TV-Nova-Generaldirektor abberufen - Tschechien muss zahlen. In: <http://www.radio.cz/de/artikel/40720>. [28.06.2004]
- McGougn, Julien (2004): Digitale Zukunft und die Auswirkung auf Programmkosten. In: Media Perspektiven 11/2004. S.538-546.
- mhp.org (2004): A situation report on MHP in Finland. In: <http://www.mhp.org/index.php?id=203>. [21.07.2004]
- Morgan, David L. (1997): Focus Groups. A qualitative Research. Thousand Oaks. London, New Delhi: Sage.
- Natale, Anna Lucia (2004): Das Mediensystem Italiens. In: Hans-Bredow-Institut (Hg.): Internationales Handbuch Medien 2004/2005. Baden-Baden: Nomos. S.373-382.
- Nießen, Manfred (1977): Gruppendiskussion. Interpretative Methodologie, Methodenbegründung, Anwendung. München: Fink.
- Oceania – Digital Media News & Technology (2004): DVB-H Progresses to ETSI For Formal Standardization. In: <http://oceania.digitalmedianet.com/articles/viewarticle.jsp?id=25714>. [21.07.2004]
- Oehmichen, Ekkehardt (2003): Zur Charakteristik der einzelnen MedienNutzerTypen. In: Oehmichen, Ekkehardt; Ridder, Christa-Maria (Hg.): Die MedienNutzerTypologie. Ein neuer Ansatz der Publikumsanalyse. Baden-Baden: Nomos-Verlag. S.32-43.
- Ofcom (2004a): Executive summary and main findings. In: http://www.ofcom.org.uk/research/dso_report/section1#ofc/. [24.07.2004]
- Ofcom (2004b): The Communications Market October 2004. Quarterly Update. In: http://www.ofcom.org.uk/research/cm/qu_10_2004/?a=87101. [18.01.2005]

- Ortikon interactiv (2004): The Major Finnish Digital Cable TV Operators Signed a Contract to Get the Complete Value-Added Service Solution "ORTIKON ACE®". In: http://www.ortikon.com/pdf_news/Ortikon_press_release_30032004.pdf. [02.08.2004]
- Österlund-Karinkanta, Marina (2004): Medien in Finnland. In: Hans-Bredow-Institut (Hg.): Internationales Handbuch Medien 2004/2005. Baden-Baden: Nomos. S.288-303.
- Pace Report (2001): Consumer attitudes towards digital television. The UK and the US. In: <http://www.pace.co.uk/documents/PR/pacereport01.pdf>. [05.05. 2004]
- Paus-Haase, Ingrid; Wagner, Ulrike (2000): Der Einsatz der computergestützten qualitativen Analyseverfahren WinMax in der kommunikationswissenschaftlichen Sozialforschung. Jugendliche und ihr Umgang mit Daily Talks und Daily Soaps. In: Paus-Haase, Ingrid; Schorb, Bernd (Hrsg.): Qualitative Kinder- und Jugendmedienforschung. Theorie und Methode. Ein Arbeitsbuch. S.211-223. München: KoPäd-Verlag 2000
- Pekic, Branislav (2004): Italy. General Situation. In: http://www.dtg.org.uk/frame_it.pl?reference/_menu.html+reference/dtt_world/_dtt_world_index.htm+World%20Watch. [02.08.2004]
- Phillips, Leigh (2004a): WW2 anniversary prompts BBC iTV experiment. In: <http://www.dmeurope.com/shownews.asp?ArticleID=15>. [15.07.2004]
- Phillips, Leigh (2004b): BBC outlines digital future. In: <http://www.dmeurope.com/shownews.asp?ArticleID=2186>. [15.07.2004]
- Phillips, Leigh (2004c): BBC Ten O'Clock News goes interactive. In: <http://www.dmeurope.com/shownews.asp?ArticleID=2242>. [15.07.2004]
- Phillips, Leigh (2004d): BSkyB announces free-to-air and HDTV initiatives. In: <http://www.dmeurope.com/shownews.asp?ArticleID=1991>. [15.07.2004]
- Phillips, Leigh (2004e): Digitenne, Nokia test Dutch mobile TV. In: <http://www.dmeurope.com/default.asp?ArticleID=1875>. [29.07.2004]
- Phillips, Leigh (2004f): Digitenne and Nokia test TV on mobile handsets. In: <http://www.digitag.org/news/globnews.htm>. [25.01.2005]
- Phillips, Leigh (2004g): DTV testing lab opens in Italy. In: <http://www.dmeurope.com/shownews.asp?ArticleID=1069>. [03.08.2004]
- Phillips, Leigh (2004h): Cesky plans DTV roll-out nationwide. In: <http://www.dmeurope.com/shownews.asp?ArticleID=1070>. [16.07.2004]
- Phillips, Leigh (2005): 5m UK homes have Freeview set-top boxes, claims BBC. In: <http://www.dmeurope.com/default.asp?ArticleID=5456>. [24. 01 2005]
- Rosés, Joan (2003): Barcelona Interaction. Testing MHP Services. In: <http://www.dvb.org/documents/newsletters/DVB-SCENE-08.pdf>. [21.07.2004]
- Schäffer, Burkhard (2003): Gruppendiskussion. In: Bohnsack, Ralf; Marotzki, Winfried; Meuser, Michael (Hg): Hauptbegriffe Qualitativer Sozialforschung: Ein Wörterbuch. Opladen: Leske + Budrich. S.75-80

- Sellgren, Göran (2002): Digita awarded all three Finnish DTT licences. In: http://www.dtg.org.uk/reference/dtt_world/dtt_finland.htm. [22.07.2004]
- Sellgren, Göran (2003): Analogue switch-off postponement for Finland? In: http://www.dtg.org.uk/reference/dtt_world/dtt_finland.htm. [21.07.2004]
- Sellgren, Göran (2004): Finnish DTT soon to achieve 99,9% coverage. In: http://www.dtg.org.uk/reference/dtt_world/dtt_finland.htm. [21.07.2004]
- SES-ASTRA (2004): <http://www.ses-astra.com/corporate/market-research/mode.shtml>. [21.01.2005]
- Smid, Milan (2000): Das Rundfunksystem der Tschechischen Republik. In: Hans-Bredow-Institut (Hg.): Internationales Handbuch für Hörfunk und Fernsehen 2000/2001. Baden-Baden: Nomos. S.668-614.
- Smid, Milan (2002): Medien in der Tschechischen Republik. In: Hans-Bredow-Institut (Hg.): Internationales Handbuch für Medien 2002/2003. Baden-Baden: Nomos. S.606-615.
- Södergård, Caj (Hg.) (2003): Mobile Television – Technology and User Experiences. Report on the Mobile-TV Project. In: <http://www.vtt.fi/inf/pdf/publications/2003/P506.pdf>. [30.05.2004]
- SRG SSR idée suisse (2003): DVB-T. Digitales terrestrisches Fernsehen im Tessin. In: http://www.srgssrideesuisse.ch/de/publications/order/dvbt_tessin.pdf. [19.07.2004]
- SGR SRR idée suisse (2004): Empfangbarkeit der sieben Fernsehprogramme der SRG SSR. In: http://www.srgssrideesuisse.ch/de/tv/reception/de_reception.html. [19.07.2004]
- Szekfü, András; Bajnok, Andrea; Szilády, Szilvia (2000): Das Ungarische Rundfunksystem. In: Hans-Bredow-Institut (Hg.): Internationales Handbuch für Hörfunk und Fernsehen 2000/2001. Baden-Baden: Nomos. S.636-643.
- Szekfü, András (2002): Das Mediensystem Ungarns. In: Hans-Bredow-Institut (Hg.): Internationales Handbuch für Medien 2002/2003. Baden-Baden: Nomos. S.632-642.
- TDF (2003): TDF takes control of the national broadcaster Digita. In: <http://tdfint.iside.net/article/articleview/2648/1/9/>. [27.07.2004]
- Tew, Barry (2004a): Czech Republic. In: : <http://www.dvb.org/index.php?id=254>. [21.01.2005]
- Tew, Barry (2004b): Slovakia. In: <http://www.dvb.org/index.php?id=26>. [21.01.2005]
- The Council for Radio and Television Broadcasting (2004): Report on the State of Broadcasting and the activity of the council for Radio and Television Broadcasting for 2003. In: http://www.rrtv.cz/zprava_en/index.html. [28.06.2004]
- The Swedish Radio and Television Authority (Hg.) (2002): Developments in the Media Field. In: <http://www.rtv.se/nyheter/pdf/developments.pdf>. [25.06.2004]
- Thiele, Michael (2004): DVB-T: DasÜberallFernsehen. In: <http://www.ueberallfernsehen.de>. [27.06.2004]

TOSR - Telecommunications Office of the Slovak Republic. (2003): National Policy on Electronic Communications. In: <http://www.teleoff.gov.sk/sub3/npec.pdf>. [01.07.2004]

UGC - UnitedGlobalCom (2004): <http://www.unitedglobal.com/euHungary.cfm>. [15.07.2004]

ZDF heute (2004): Digitales Fernsehen startet in Bayern. In: <http://www.heute.t-online.de/ZDFheute/artikel/10/0,1367,COMP-0-2129866,00.html>. [29.07.2004]

Anhang A: Modul 2

Leitfaden der Experteninterviews

Grundsätzliche Einstellung zur Digitalisierung in Österreich:

Wie stehen Sie zur Digitalisierung aller drei Fernsehübertragungswege in Österreich?

Ist die Umstellung des terrestrischen Netzes aus ihrer Sicht positiv bzw. notwendig oder sehen Sie eine realistische Alternative zur Digitalisierung dieses Übertragungsweges?

Chancen der Digitalisierung für die Konsumenten:

Existieren Ihrer Meinung nach durch die Digitalisierung für die Konsumenten wesentliche Vorteile bzw. Chancen? Welche?

Welche Voraussetzungen müssen gegeben sein, damit diese Vorteile voll zum tragen kommen können?

Problembereiche aus Sicht der Konsumenten:

Existieren Ihrer Meinung nach Probleme, die auf die Haushalte im Zuge der Umstellung zukommen könnten? Welche?

Gibt es aus Ihrer Sicht Bevölkerungsgruppen, die diese Probleme in besonderem Maß betreffen?

Wie hoch schätzen Sie den Anteil der Bevölkerung ein, für den die Aufrüstung der Fernsehgeräte zu einem ernsthaften finanziellen Problem werden könnte?

Wie könnte man diese Schwierigkeiten vermeiden, abschwächen bzw. lösen?

Welche begleitenden Maßnahmen müssen und können gesetzt werden, um den Umstieg für die Konsumenten zu erleichtern?

Eine erfolgskritische Rolle bei der Digitalisierung spielen die digitalen Empfangsgeräte. Wie schätzen Sie die Entwicklungen auf dem Gerätemarkt ein?

Besteht Ihrer Meinung nach in diesem Bereich Handlungsbedarf?

Wie schätzen Sie den Informationsstand der österreichischen Bevölkerung ein? Besteht Ihrer Meinung nach in diesem Bereich Handlungsbedarf? Welche Maßnahmen schlagen Sie vor?

Digitalisierungskonzept:

Wie bewerten Sie das Umstiegskonzept, das im Digitalisierungsbericht 2003 vorgelegt wurde?

Wie stehen Sie zu der Entscheidung des Gesetzgebers, die Digitalisierung der Terrestrik im Vergleich zu anderen Übertragungswegen besonders zu fördern?

Wie stehen Sie zum Zeitpunkt der Abschaltung der analogen Frequenzen zwischen 2008 und 2012?

Im Digitalisierungskonzept sind derzeit keine Voraussetzungen für die Abschaltung der analogen Frequenzen festgeschrieben. Gibt es Ihrer Meinung nach Voraussetzungen, die

gegeben sein müssen, damit die analogen Frequenzen endgültig abgedreht werden können?
Welche?

Abschlussfrage:

Wie schätzen Sie die weitere Entwicklung im Bereich der Digitalisierung in den nächsten 10 bis 15 Jahren ein?

Anhang B: Modul 3

Leitfaden der Gruppendiskussionen in Graz

Einstiegsfrage: Einstellung zum Fernsehen allgemein

- Wie stehen Sie grundsätzlich zum Fernsehen?
- Wie wichtig ist Ihnen das Fernsehen?
- Welche Rolle spielt das Fernsehen in ihrem Alltag?

Erwartungen an DVB-T

- Als Sie für den Testbetrieb in Graz ausgewählt wurden, konnten Sie sich unter digitalem Fernsehen etwas vorstellen? Wenn ja, was? Woher hatten Sie diese Informationen?
- Hatten/ haben Sie vielleicht schon einen digitalen Anschluss z.B. über Satellit oder Kabel?
- Hatten Sie besondere Erwartungshaltungen an DVB-T (Digitales Fernsehen über Antenne empfangbar)?
- Wenn ja, welche waren dies bzw. sind diese erfüllt worden?
- Welche Unterschiede sehen Sie zwischen digitalem Fernsehen und Ihrem bisherigen Fernsehangebot?
- Welche Vor- und Nachteile sehen Sie persönlich in digitalem Fernsehen über Antenne?
- Gibt es etwas, das Sie an digitalem Fernsehen über Antenne vermissen? Wenn ja was?
- Welche Erfahrungen haben Sie im Laufe des Testbetriebes mit digitalem Fernsehen gemacht?

Veränderung der Mediennutzung durch DVB-T

- Hat sich der Stellenwert, den Fernsehen in Ihrem Alltag einnimmt, durch das digitale Fernsehen verändert?
- Ist Fernsehen für Sie interessanter oder weniger interessant geworden?
- Haben sich Ihre Fernsehgewohnheiten verändert? Wenn ja, inwiefern?
- Sehen Sie beispielsweise häufiger oder seltener fern als vorher?
- Sehen Sie zu andern Tageszeiten fern?
- Sehen Sie in anderen Situationen und/ oder aus anderen Gründen fern, als früher?
- Sehen sie aufmerksamer fern, als bisher?
- Gehen Sie häufiger/ seltener Nebentätigkeiten nach, während Sie fernsehen? Andere Nebentätigkeiten als früher?
- Wenn sie zusammen mit anderen fernsehen, hat sich an der Kommunikation während des Fernsehens etwas verändert?
- Unterhalten Sie sich häufiger/ seltener mit Anwesenden während des Fernsehens?
- Unterhalten Sie sich dabei häufiger/ seltener über das Fernsehprogramm als früher?

- Wie wird dabei ausgehandelt, welches Programm zusammen gesehen wird? Hat sich das im Vergleich zu früher verändert?
- Wie gehen andere Mitglieder in Ihrem Haushalt (Kinder, Partner,...) mit dem digitalen Fernsehen um?
- Unterscheidet sich der Umgang mit digitalem Fernsehen der anderen Mitglieder Ihres Haushalts von Ihrem eigenen? Wodurch?
- Hat sich Ihrer Freizeitgestaltung verändert, seit sie digitales Fernsehen haben? Wenn ja, inwiefern und warum?
- Nutzen Sie andere Medien (Buch, Zeitung, Radio, Internet, Kino,...) häufiger/ seltener?
- Nutzen Sie andere Medien (Buch, Zeitung, Radio, Internet, Kino,...) in anderen Situationen/ zu anderen Zwecken als bisher?
- Sind Sie Mitglied einer Videothek? Nutzen Sie das Angebot der Videothek häufiger/ seltener als früher?
- Wie schätzen Sie die Veränderungen in Ihrem Medienverhalten durch das digitale Fernsehen (Dauer, Zeitpunkt, Nebentätigkeiten, Kommunikationsverhalten, Einfluss auf die Nutzung anderer Medien) in der Zukunft ein?
- Was wird sich an Ihrer Mediennutzung auf Dauer verändern?
- Was wird nach der Anfangsphase wieder abklingen?

EPG

- Wann und wie wählen Sie für Sie interessante Fernsehangebote aus? (Länger im Voraus, kurz bevor sie das Gerät einschalten, während der Fernsehen läuft)? Jetzt und vorher Unterschiede?
- Wie informieren Sie sich über das zukünftige Programm?
- Wie informieren Sie sich über das laufende Programm?
- Nutzen Sie häufiger oder seltener Programmzeitschriften als früher?
- Wann und aus welchen Gründen nutzen Sie Programmzeitschriften? Vorher und jetzt?
- Kennen Sie bzw. nutzen Sie den Elektronischen Programmführer?
- Welche Erfahrungen haben Sie damit gemacht?
- Wann haben Sie den Elektronischen Programmführer genutzt? (Beim Einstieg ins Programm, während des laufenden Programms, während oder am Ende einer Sendung?)
- Nach welchen Kriterien haben Sie dabei gesucht? (Genre, Uhrzeit, Sender)
- Hat das Ihr Vorgehen bei der Programmauswahl durch den Elektronischen Programmführer verändert?
- Wäre es für Sie interessant, wenn Sie beim Elektronischen Programmführer ein Interessensprofil eingeben könnten, sodass er Sie auf Inhalte hinweist, die für Sie interessant sein könnten? Würden Sie dieses Angebot nutzen?
- Wäre es für Sie interessant, wenn der Elektronische Programmführer Sie auf Sendungen mit ähnlicher Thematik auf anderen Kanälen und zu anderen Uhrzeiten hinweisen würde?

- Wäre es für Sie interessant, wenn über den Elektronischen Programmführer ausführliche Informationen über die zukünftigen Sendungen (Infos über Schauspieler, Regisseur, Inhalt,...) abrufbar wären?
- Wäre es für Sie interessant, wenn Sie über den Elektronischen Programmführer kurze Ausschnitte von zukünftigen Sendungen (Trailer) ansehen könnten?
- Wäre es für Sie interessant, wenn Ihr Elektronischer Programmführer einen redaktionellen Teil mit Tipps der Woche, Bewertung von Filmen (ähnlich einer Programmzeitschrift) enthalten würde?
- Wäre es für Sie interessant, wenn Sie von so einem (erweiterten) Elektronischen Programmführer aus Ihren Videorekorder bedienen könnten?
- Würden Sie für einen erweiterten Elektronischen Programmführer mit den beschriebenen Funktionen bezahlen? Wenn ja, wie viel?
- Wie würden Sie sich den Einstieg ins Programm wünschen? Direkt in eines der laufenden Programme wie jetzt, über den (erweiterten) Elektronischen Programmführer, über ein einfaches Auswahlmenü (wie bei DVD)?

Digitaler Teletext

- Kennen Sie die digitalen Portale der am Testbetrieb beteiligten Sender?
- Haben Sie diese Portale benutzt? Wie häufig?
- Wenn ja, finden Sie dieses Angebot interessant? Warum, warum nicht?
- Welche Informationen/ Inhalte haben Sie dabei abgerufen?
- Haben Sie Zusatzinformationen zum laufenden Programm (zur Sendung, zu Schauspielern, zu Moderatoren etc.) abgerufen?
- Wenn ja, zu welchen Sendungen? Wie häufig?
- Haben Sie allgemeine Informationen über die einzelnen Sender abgerufen? Wenn ja über welche Sender? Wie häufig?
- Haben sie aktuelle Nachrichten abgerufen? Wenn ja, wie häufig?
- Gibt es Informationen oder Inhalte, die sie sich zusätzlich im Rahmen dieser Portale wünschen würden? Wenn ja, welche?
- Bestehen Ihrer Meinung nach Unterschiede zwischen dem Teletext und den digitalen Portalen?
- Bietet Ihnen das digitale Zusatzangebot alles, was der Teletext Ihnen geboten hat? Wenn nein, was nicht?
- Bieten Ihnen die digitalen Portale etwas, was der Teletext Ihnen nicht geboten hat? Wenn ja, was?

Interaktive Dienste

- Haben Sie die Zusatzinformationen bei dem interaktiven Werbespot für das Siemens SX1 Multimediahandy abgerufen?
- Welche Erfahrungen haben Sie damit gemacht?

- Können Sie sich vorstellen (auch) in Zukunft Zusatzinformationen zu beworbenen Produkten abzurufen?
- Bei welchen Produkten finden Sie diese Möglichkeit interessant? Bei welchen nicht?
- Können Sie sich vorstellen, die beworbenen Produkte über das TV-Gerät zu bestellen?
- Welche Produkte würden Sie (eher) bestellen, welche (eher) nicht?
- Wie interessant finden Sie die Möglichkeit, bei Sportereignissen Wetten abgeben zu können?
- Haben Sie die Möglichkeit genutzt, bei Sportereignissen Wett Tipps abzugeben?
- Wären Sie bereit für dieses Angebot zu bezahlen? Wie viel?
- Wie interessant finden Sie die Möglichkeit, sich bei *gotv* ein Lied zu wünschen?
- Haben Sie sich schon einmal bei *gotv* ein Lied gewünscht? Wenn ja, wie häufig?
- Welche Erfahrungen haben Sie damit gemacht?
- Finden Sie es interessant, zu erfahren, wer sich das laufende Lied gewünscht hat bzw. Ihren Namen unten eingeblendet zu sehen?
- Hat Ihnen die Auswahl der Lieder gefallen? Wenn nein, was würden Sie sich wünschen?
- Wären Sie bereit dafür zu bezahlen, dass sie sich bei einem Musiksender ein Lied wünschen können? Wenn ja, wie viel?
- Würden Sie am Angebot von *gotv* etwas verändern? Wenn ja was?
- Wäre es für Sie interessant, Hintergrundinformationen zu den Interpreten, der Plattenfirma zu bekommen oder beispielsweise den Text lesen zu können?
- Wäre es für Sie interessant, die CD zu dem laufenden Song bestellen zu können bzw. das Lied gegen Entgelt als Audiodatei herunterladen zu können? Wie viel würden Sie für ein Lied bezahlen?
- Wäre es für Sie interessant, über das digitale Portal nachsehen zu können, welches Lied zu welcher Uhrzeit gelaufen ist?

Stellenwert von Bild- und Tonqualität:

- Wie wichtig ist Ihnen die Bild- und Tonqualität beim Fernsehen?
- Bei welchen Inhalten/Sendungen ist Ihnen die Bild- und Tonqualität besonders wichtig?
- Waren Sie mit der Bild- und Tonqualität beim analogen Fernsehen zufrieden?
- Konnten Sie durch das digitale Fernsehen eine Veränderung der Bild- und Tonqualität erkennen?

Zukünftige Entwicklungen / Wünsche der Rezipienten

Internet- und Kommunikationsdienste:

- Gibt es Angebote im Internet, die Sie auch gerne auf Ihrem Fernsehgerät nutzen würden? Wenn ja, welche?
- Würden Sie Online-Banking über das Fernsehgerät abwickeln?
- Würden Sie E-Mails über das Fernsehgerät verschicken?

- Würden Sie über Ihr TV-Gerät SMS oder Fax verschicken?
- Würden Sie auf Ihrem TV-Gerät Computerspiele spielen? Allein oder auch zusammen mit anderen Fernsehnutzern zu Hause oder an anderen Fernsehgeräten?
- Würden Sie über Ihr TV-Gerät Musikvideos, Kinotrailer, Handylogos, Bilder, Klingeltöne, Computersoftware oder Spiele herunterladen?
- Würden Sie über Ihr TV-Gerät Pizza bestellen?
- Würden Sie über Ihr TV-Gerät Theater-, Kino- oder Konzertkarten reservieren bzw. kaufen?
- Würden Sie über Ihr TV-Gerät Flüge oder Hotels buchen?
- Würden Sie sich über Ihr TV-Gerät über Telefonnummer, Zug- oder Busfahrpläne oder Öffnungszeiten informieren?
- Würden Sie auf Ihrem TV-Gerät (ev. zum Thema einer Sendung) an Diskussionsforen bzw. Chatforen teilnehmen?
- Würden Sie über ihr TV-Gerät an Gewinnspielen teilnehmen?
- Für welche dieser Inhalte wären Sie bereit zu bezahlen? Wie viel?
- Welche Dienste, die heute im Internet angeboten werden, würden Sie nie über das TV-Gerät nutzen?
- Welche Angebote können Sie sich im Rahmen von digitalem Fernsehen vorstellen, die das Internet Ihnen nicht bieten kann?
- Wäre ein Gerät, das sowohl ein vollwertiger PC als auch ein TV-Gerät ist, für Sie interessant?
- Wie sollte dieses Gerät aussehen?
- Wo würde dieses Gerät in Ihrer Wohnung stehen?
- Wie sehen Sie in Zukunft das Verhältnis von TV-Gerät und Computer?

Mobilität:

- An welchen Orten könnten Sie sich vorstellen (zumindest gelegentlich) fern zu sehen, wenn es möglich wäre?
- Am See, beim Camping, auf Partys, im Garten, beim Einkaufen, im Auto, im Campingbus, auf Reisen, am Arbeitsplatz, in öffentlichen Verkehrsmitteln (Zug, Bus, Straßenbahn,...), am Bahnhof, am Flughafen, im Krankenhaus, in Kaffees, in Biergärten?
- Wie finden Sie grundsätzlich die Möglichkeit, an all diesen Orten Fernsehen nutzen zu können?
- Mit welchen Geräten könnten Sie sich das vorstellen? PDA, Laptop, Handy, kleiner tragbarer Fernseher oder Fernsehgerät im Auto?
- Bei welchen Inhalten, Sendungen könnten Sie sich vorstellen, diese außerhalb von zu Hause abrufen? In welchen Situationen?
- Würden sie kurze Nachrichtensendungen über ein mobiles Empfangsgerät ansehen? In welchen Situationen?
- Würden Sie Sportübertragungen oder Sportergebnisse unterwegs ansehen bzw. abrufen? In welchen Situationen?

- Würden Sie unterwegs Serviceinformationen (Wetter, Kinoprogramm, Öffnungszeiten, Veranstaltungskalender, Stadtführer,...) nutzen? In welchen Situationen?
- Würden Sie unterwegs Kartenbestellservices (Kino, Konzerte,...) nutzen? In welchen Situationen?
- Würden Sie Spiele über ein mobiles Empfangsgerät spielen? In welchen Situationen?
- Wie interessant finden Sie die Möglichkeit, kurze Zusammenfassungen von Filmen anzusehen und die Ausstrahlung der betreffenden Filme auf ihr heimisches TV-Gerät zu bestellen?
- Für welche dieser Inhalte/Angebote wären Sie bereit zu bezahlen? Wie viel?

Video on Demand:

- Finden Sie die Möglichkeit interessant, jederzeit unabhängig vom laufenden Programm beliebige Fernsehinhalte abzurufen?
- In welchen Alltagssituationen würden Sie diese Möglichkeit nutzen? Zu welcher Tageszeit? An welchen Wochentagen? Eher wenn Sie allein fernsehen oder zusammen mit anderen?
- Welche Inhalte würden Sie abrufen?
- Spielfilme? Serienfolgen (auch vorab möglich)? Musikvideos? Dokumentationen? Reportagen? Reiseberichte? Nachrichtensendungen? Kindersendungen? Literaturverfilmungen? Sportsendungen? Spiele?
- Können Sie sich Inhalte vorstellen, die Sie auch außerhalb von zu Hause abrufen und ansehen würden? Wenn ja, welche? In welchen Situationen? Wie häufig?
- Für welche Inhalte auf Abruf würden Sie bezahlen? Wie viel?
- Wie oft würden Sie Sendungen abrufen, wenn Sie bezahlen müssten? In welchen Situationen?
- Wie oft würden Sie Inhalte abrufen wenn Sie nicht dafür bezahlen müssten? In welchen Situationen?
- Wie finden Sie die Möglichkeit, sich selbst unabhängig vom laufenden Programm ein eigenes Fernsehmenü (Programmablauf)zusammenzustellen?
- Würden Sie diese Möglichkeit nutzen?
- Würden Sie dafür bezahlen? Wie viel?

Klassisches Interaktives Fernsehen:

- Wie finden Sie die Möglichkeit bei Live-Übertragungen (Sport, Konzerte,...) aus unterschiedlichen Kameraperspektiven selbst auswählen zu können?
- Würden Sie dieses Angebot nutzen? Wie häufig?
- Wie finden Sie die Möglichkeit bei einem Spielfilm zwischen verschiedenen Enden wählen zu können?
- Würden Sie dieses Angebot nutzen?
- Wie finden Sie die Möglichkeit, bei einem Spielfilm wählen zu können, aus der Perspektive welcher Figur Sie die Handlung miterleben?

- Würden Sie dieses Angebot nutzen?
- Wie finden Sie die Möglichkeit zusammen mit anderen Zusehern über den nächsten Film (oder anderen Inhalt) abzustimmen?
- Würden Sie dieses Angebot nutzen?

Personal Video Recorder:

- Sind Ihnen die Möglichkeiten eines digitalen Videorekorders bekannt?

Wenn nein, Erklärung PVR:

- Speichermöglichkeit auf dem Fernsehgerät (eigenes Archiv auf der Festplatte). Mit der Option die Inhalte auch auf CD zu brennen.
- Während des Fernsehens unterbrechen und etwas verzögert an demselben Punkt wieder einsteigen (auch bei Live-Sendungen).
- Möglichkeit ein Persönlichkeitsprofil einzugeben, sodass der PVR interessante Inhalte automatisch speichert.
- Den Videorecorder vom EPG aus zu programmieren.
- Videorecorder von unterwegs über das Handy oder das Internet programmieren.
- Welche dieser Möglichkeiten finden Sie interessant?
- Welche dieser Möglichkeiten würden Sie nutzen? In welchen Situationen?
- Sehen Sie einen wesentlichen Zusatznutzen im Vergleich zu einem analogen Videorecorder? Welchen?
- Würden Sie sich ein solches Gerät kaufen? Zu welchem Preis würden Sie ein solches Gerät kaufen?

Elektronisches Kaufhaus:

- Ist Ihnen die Idee eines elektronischen Kaufhauses bekannt?

Wenn nein, Erklärung Elektronisches Kaufhaus

- Plattform (ähnlich den Portalen der Sender) auf der man Informationen über Produkte aller Art abrufen, sowie Bestellungen vornehmen kann.
- Mit Hilfe der Fernbedienung kann man nach bestimmten Produkten suchen und in unterschiedlichen Rubriken blättern.
- Zu den einzelnen Produkten sind Informationen über Material, Preis und andere Eigenschaften sowie Bilder abrufbar.
- Finden Sie dieses Angebot interessant?
- Würden Sie dieses Angebot nutzen? Wie häufig?
- Für welche Produkte würden Sie dieses Angebot (eher) nutzen?
- Für welche Produkte würden Sie dieses Angebot niemals nutzen?

- Wo sehen Sie die wesentlichen Unterschiede zu herkömmlichen Versandkatalogen?
- Welche anderen zukünftigen Entwicklungen können Sie sich noch vorstellen?
- Welche dieser zukünftigen Entwicklungen würden Sie sich wünschen, welche nicht?

Einstellung zur Digitalisierung des Fernsehens

- Ist Ihnen bekannt, dass digitales Fernsehen in Österreich/ Europaweit in den nächsten 10 Jahren das analoge Fernsehen ersetzen soll?
- Wenn ja, wann und woher haben Sie diese Information bekommen?
- Was halten Sie davon, dass das analoge Fernsehen ersetzt werden soll?
- Wie schätzen Sie die zukünftige Entwicklung ein?

Leitfaden Gruppendiskussionen

Einstiegsfrage: Einstellung zum Fernsehen allgemein

- Wie stehen Sie grundsätzlich zum Fernsehen?
- Wie wichtig ist Ihnen das Fernsehen? Warum?
- Welche Rolle spielt das Fernsehen in ihrem Alltag?
- Wie häufig sehen Sie fern?
- Aus welchem Grund sehen Sie fern?

Fernsehempfang

- Über welchen Übertragungsweg empfangen sie Ihr Fernsehprogramm? Satellit, Kabel, Antenne?
- Hätten Sie die Möglichkeit, Fernsehen über das Kabel zu empfangen?
- Hat jemand schon einen digitalen Empfang über Satellit?
- Besitzt jemand mehr als ein TV-Gerät? Wenn ja, wie viele? Wo stehen diese?
- Über welchen Übertragungsweg empfangen Sie auf diesem Gerät/diesen Geräten Fernsehen?
- Besitzt jemand einen Computer mit TV-Karte, mit dem er Fernsehen empfangen kann? Wie viele? Laptop oder PC?

Bedeutung von Programmvielfalt:

- Wie viele Programme können Sie derzeit empfangen?
- Sind sie damit zufrieden, oder würden Sie gerne mehr Auswahl haben?
- Wenn ja, haben Sie sich schon einmal überlegt, den Empfangsweg zu wechseln?
- Wenn ja, was hat Sie davon abgehalten?
- Wie wichtig ist für Sie die Möglichkeit, viele Programme empfangen zu können?

Stellenwert von Bild- und Tonqualität

- Wie wichtig ist Ihnen die Bild- und Tonqualität beim Fernsehen?
- Bei welchen Inhalten/Sendungen ist Ihnen die Bild- und Tonqualität besonders wichtig?
- Sind Sie mit der derzeitigen Bild- und Tonqualität beim Fernsehen zufrieden?
- Würden sie sich eine bessere Bild- und Tonqualität wünschen (wie sie zum Beispiel bei DVDs möglich ist)?
- Würden Sie für einzelne Sendungen in besserer Bild- und Tonqualität bezahlen? Für welche?

Wissen zu Digitalem Fernsehen/ DVB-T

- Haben Sie den Begriff digitales Fernsehen schon einmal gehört?
- Wenn ja, wo? Was wissen sie darüber?
- Wenn nein, können Sie etwas darunter vorstellen? Was?
- Haben sie etwas über „digitales Fernsehen über die Hausantenne“ gehört?
- Wenn ja, wo? Was wissen sie darüber?
- Wenn nein, können Sie etwas darunter vorstellen? Was?
- Haben Sie den Begriff interaktives Fernsehen schon einmal gehört?
- Wenn ja, wo? Was wissen sie darüber?
- Wenn nein, können Sie etwas darunter vorstellen? Was?
- Haben Sie den Begriff mobiles Fernsehen schon einmal gehört?
- Wenn ja, wo? Was wissen sie darüber?
- Wenn nein, können Sie etwas darunter vorstellen? Was?
- Wie würden Sie Ihr Wissen über digitales Fernsehen einschätzen? Sehr gut, mittelmäßig, schlecht?
- Wie würden Sie Ihr Wissen über digitales Fernsehen über Hausantenne/ DVB-T einschätzen? Sehr gut, mittelmäßig, schlecht?

ERKLÄRUNG: Digitales Fernsehen

Programmvvielfalt, Bild- und Tonqualität, Interaktive Dienste, Mobile und portable Nutzung

INTERESSE AN INTERAKTIVEN DIENSTEN

EPG

- Kennen Sie den Elektronischen Programmführer?
- Können Sie sich darunter etwas vorstellen? Wenn ja, was?

Beschreibung EPG:

Der Electronic Program Guide (EPG), zu Deutsch elektronische Programmzeitschrift oder auch elektronischer Programmführer ist die digitale Variante einer gedruckten Programmzeitschrift. Mit Hilfe eines EPG kann man sich das Fernsehprogramm aller registrierten Fernsehsender ansehen. Zugeordnet zu jedem Sender erhält man eine Übersicht der Sendungen.

- Wäre dieses Angebot für Sie interessant? Würden Sie dies nutzen/nicht nutzen? Warum/nicht?
- Wann und wie wählen Sie jetzt für Sie interessante Fernsehangebote aus? (Länger im Voraus, kurz bevor sie das Gerät einschalten, während der Fernseher läuft)?

- Wäre es für Sie interessant, wenn Sie beim Elektronischen Programmführer ein Interessensprofil eingeben könnten, sodass er Sie auf Inhalte hinweist, die für Sie interessant sein könnten? Würden Sie dieses Angebot nutzen?
- Wäre es für Sie interessant, wenn der Elektronische Programmführer Sie auf Sendungen mit ähnlicher Thematik auf anderen Kanälen und zu anderen Uhrzeiten hinweisen würde?
- Wäre es für Sie interessant, wenn der Elektronische Programmführer einen redaktionellen Teil mit Tipps der Woche, Bewertung von Filmen (ähnlich einer Programmzeitschrift) enthalten würde? Oder würden Sie nur nach Sendungen suchen?
- Wäre es für Sie interessant, wenn Sie von so einem (erweiterten) Elektronischen Programmführer aus Ihren Videorekorder bedienen könnten?

Digitaler Datentext

Beschreibung Digitaler Datentext

Der digitale Datentext ist eine erweiterte Form des Teletextes. Mit Hilfe der Fernbedienung kann man unabhängig vom laufenden Fernsehprogramm Informationen wie Nachrichten, Wetterinformationen, Veranstaltungsinformationen, Lottozahlen,... abrufen. Das Fernsehbild bleibt dabei wahlweise verkleinert auf dem Bildschirm.

- Haben Sie schon einmal von dem Digitalen Datentext gehört?
- Finden Sie dieses Angebot interessant? Würden sie es nutzen? Warum/ nicht?
- Welche Informationen/ Inhalte würden Sie abrufen? Welche Inhalte würden Sie sich in Zukunft erwarten?
- Nutzen Sie jetzt den Teletext? Welche Vor- und Nachteile sehen Sie beim Digitalen Datentext gegenüber dem Teletext?

Enhanced TV: Zusatzangebote zum laufenden Programm

Es gibt nicht nur die Möglichkeit über den Digitalen Datendienst unabhängig vom Programm Informationen abzurufen. Es wird auch möglich sein, zusätzliche Angebote, zu den Sendungen, die man gerade ansieht, zu nutzen. Das Fernsehbild bleibt dabei klein zu sehen.

- Würden Sie solche Zusatzinformationen zum laufenden Programm abrufen? Warum/ nicht? Wenn ja, zu welchen Sendungen? Welche Informationen würden Sie sich wünschen?
- Würden Sie bei einem Quiz z.B.: der Millionenshow mitraten oder Einfluss auf den Publikumsjoker nehmen? Warum/ nicht?
- Würden Sie bei Sendungen, bspw.: Wetten Dass?? oder Expedition Österreich über die Fernbedienung mit Abstimmen wer Wettkönig wird oder welcher Teilnehmer Ihnen am liebsten ist? Warum/ nicht?
- Würden Sie sich per Fernbedienung an Umfragen beteiligen, die im Rahmen von bei Nachrichten- oder Servicesendungen laufen? Bsp.: Frage zum Tag, Barbara Karlich Show,...
- Wie finden Sie die Möglichkeit zusammen mit anderen Zusehern über den nächsten Film (oder anderen Inhalt) abzustimmen? Über die Inhalte grundsätzlich per TV-Gerät abzustimmen, ob es Ihnen gefallen hat oder nicht. Warum/ nicht?

- Wie interessant finden Sie die Möglichkeit, sich bei einer Musiksending (VIVA, GoTV, Schlager und Volksmusiksendungen) per Fernbedienung ein Lied zu wünschen? Warum/ nicht?
- Wie interessant finden Sie die Möglichkeit, jemandem ein Lied zu widmen?
- Wäre es für Sie interessant, über den digitalen Datentext nachsehen zu können, welches Lied zu welcher Uhrzeit gelaufen ist? Trackservices?
- Wären Sie bereit dafür zu bezahlen, dass sie sich bei einem Musiksender ein Lied wünschen können? Wenn ja, wie viel?
- Würden Sie bei Live-Übertragungen (Sport, Konzerte,...) aus unterschiedlichen Kameraperspektiven auswählen? Warum/ nicht?
- Würden Sie bei einem Spielfilm zwischen verschiedenen Enden wählen? Warum/ nicht?
- Würden Sie bei Spielfilmen die Möglichkeit nutzen, selbst zu bestimmen aus der Perspektive welcher Figur Sie die Handlung miterleben? Warum/ nicht?

Interaktive Werbung, Teleshopping

- Stellen Sie sich vor, Sie sehen ein Musiksending? Wäre es für Sie interessant die CD zu dem laufenden Song bestellen zu können. Oder bei einem Film das Kleid, das die Schauspielerin trägt, oder die Filmmusik...? Warum/ nicht?
- Stellen Sie sich vor, sie sehen eine (Reise)Sendung über ein Land? Wie würden Sie es finden, wenn Sie über Ihr TV-Gerät Informationen über Sehenswürdigkeiten, Städte, Hotels, Flüge, Zugverbindungen abrufen und Hotels, Flüge, Zugkarten buchen könnten? Würden Sie diese Möglichkeiten nutzen? Warum, warum nicht?
- Würden Sie über Ihr TV-Gerät Theater-, Kino- oder Konzertkarten reservieren bzw. kaufen? Warum/ nicht?
- Während Sie fernsehen, werden Sie hungrig, würden Sie über Ihr TV-Gerät etwas zum Essen (z.B. Pizza, Schnitzel) bestellen? Warum/ nicht?
- Würden Sie über Ihr TV-Gerät Musikvideos, Kinotrailer, Handylogos, Bilder, Klingeltöne, Computersoftware oder Spiele herunterladen? Warum/ nicht?
- Während einer Werbepause wird ein für Sie interessantes Produkt vorgestellt. Wie finden Sie es, wenn Sie per Knopfdruck auf Ihre Fernbedienung alle Zusatzinformationen zu dem Produkt abfragen zu können? Warum/ nicht?
- Wie finden Sie es, wenn Sie jetzt per Knopfdruck auch direkt das Produkt kaufen können und nicht mehr zum Telefon greifen müssen? Warum/ nicht?
- Stellen Sie sich vor, Sie können über das Fernsehgerät wie in einem Katalog unterschiedliche Waren betrachten und bestellen. Würden Sie dieses Angebot nutzen? Warum/ nicht?
- Bei welchen Produkten finden Sie diese Möglichkeit interessant? Bei welchen nicht?

Wetten, Spiele

- Wie interessant finden Sie die Möglichkeit, bei Sportereignissen Wetten abgeben zu können oder Lotto zu spielen?
- Würden Sie über ihr TV-Gerät an Gewinnspielen teilnehmen?

- Würden Sie über das TV-Gerät einfache Computerspiele spielen? (Kartenspiele, Moorhuhn,...)

Internet- und Kommunikationsdienste:

- Stellen Sie sich vor, Sie können sich während einer Sendung mit anderer Zuschauern in Chat- oder Diskussionsforen unterhalten? Finden Sie dieses Angebot interessant? Warum/ nicht?
- Sie schauen gerade fern. Wie finden Sie es, wenn direkt auf dem Fernseher signalisiert würde, dass gerade ein E-Mail angekommen ist und Sie diese auf Wunsch sofort im Zimmer lesen und beantworten könnten?
- Wie interessant ist für Sie die Möglichkeit, über das Fernsehgerät SMS oder Kurzmitteilungen auf das Handy Ihrer Freunde und Bekannten zu schicken? Warum/ nicht?
- Stellen Sie sich vor, sie können über ihr TV-Gerät ins Internet einsteigen. Würden Sie diese Möglichkeit nutzen? Warum/ nicht?
- Würden Sie Ihre Bankgeschäfte, Einzahlungen, Überweisungen etc. (Online-Banking) über das Fernsehgerät abwickeln?
- Wie sehen Sie in Zukunft das Verhältnis von TV-Gerät und Computer?

Video on Demand:

- Finden Sie die Möglichkeit interessant, jederzeit unabhängig vom laufenden Programm beliebige Fernsehinhalte abzurufen? Warum/ nicht?
- Welche Inhalte würden Sie abrufen? Würden Sie dafür zahlen? Wie viel?
- In welchen Alltagssituationen würden Sie diese Möglichkeit nutzen?

MOBILES UND PORTABLES TV

- Wie finden Sie die Möglichkeit ihr Fernsehgerät (bsp. Zweitfernseher) an jedem beliebigen Ort in Ihrem Haus nutzen zu können, ohne Anschluss an eine Hausantenne oder eine Zimmerantenne?
- Wie finden Sie die Möglichkeit, Ihr Fernsehgerät in den Garten, an den See, zum Camping, ins Ferienhaus, zu Partys, zu ihren Freunden mitnehmen zu können? Würden Sie das nutzen? Warum/ nicht?
- Wie finden Sie die Möglichkeit unterwegs, im Auto (bsp.: Beifahrer, Stau), im Campingbus, bei Zugfahrten, im Bus, in der Straßenbahn mit einem kleinen Fernsehgerät fern zu sehen? Würden Sie diese Möglichkeit nutzen? Warum/ nicht?
- Stellen Sie sich vor, Sie sind unterwegs und haben etwas Zeit übrig. Würden Sie mit einem kleinen Fernsehgerät oder mit ihrem Handy in einem Café, am Bahnhof, am Flughafen, beim Arzt, im Krankenhaus, in der Mittagspause am Arbeitsplatz oder an anderen öffentlichen Plätzen fernsehen? Warum/ nicht?
- Welche Orte können Sie sich sonst noch vorstellen, wo sie mobiles Fernsehen nutzen würden?
- Mit welchen Geräten könnten Sie sich das vorstellen? PDA, Laptop, Handy, kleiner tragbarer Fernseher oder Fernsehgerät im Auto?

- Bei welchen Inhalten, Sendungen könnten Sie sich vorstellen, diese außerhalb von zu Hause abrufen? In welchen Situationen? (Sport, Nachrichten, Serien,...)

Mobile Multimedia-Dienste

- Stellen Sie sich vor, Sie sind gerade unterwegs. Über Ihr mobiles TV-Gerät bzw. Handy können sie Kinotrailer ansehen, nachsehen in welchem Kino der gewünschte Film läuft, Karten reservieren und den Weg zum Kino auf einer kleinen Karte nachschauen. Würden Sie das nutzen? In welchen Situationen? Warum, warum nicht?
- Stellen Sie sich vor, Sie sind gerade unterwegs. Über Ihr mobiles TV-Gerät bzw. Handy können sie einen Veranstaltungskalender einsehen, Öffnungszeiten und Telefonnummern heraus suchen, Karten reservieren. Würden Sie das nutzen? In welchen Situationen? Warum, warum nicht?
- Stellen Sie sich vor, Sie sind gerade unterwegs. Über Ihr mobiles TV-Gerät bzw. Handy können sie Zug- und Busfahrpläne abrufen und Karten reservieren oder bestellen. Würden Sie das nutzen? In welchen Situationen? Warum, warum nicht?
- Stellen Sie sich vor Sie sind unterwegs. Über ihr Handy bzw. ein kleines Fernsehgerät können Sie den Wetterbericht für die Region abrufen, die der Sie sich gerade befinden oder schauen, wie das Wetter bei Ihnen zu Hause gerade ist. Finden Sie dieses Angebot interessant? Warum/ nicht?
- Stellen Sie sich vor, Sie sind unterwegs und müssen auf einen Bus, Zug,... warten. Um die Zeit zu überbrücken, können sie über ein kleines Fernsehgerät oder ihr Handy das Video ihres Lieblingsliedes ansehen oder ein kurzes Spiel (Tetres usw.) spielen. Finden Sie dieses Angebot interessant? Warum/ nicht?
- Sie sind auf dem Weg nach Hause, stehen im Stau und gleich beginnt ein Fernsehhighlight: z.B. das ‚Champions League‘ Halbfinale. Wie finden Sie es, wenn Sie mit dem Handy Ihren Videorekorder von unterwegs starten können, um das Spiel aufzunehmen? Warum/ nicht?

Interesse an digitalem Fernsehen/ DVB-T

- Das Fernsehen wird digital. Was könnte Ihren Fernsehgenuss in Zukunft erhöhen?
 - Eine deutlich bessere Bildqualität?
 - Bis zu 500 weitere Fernsehprogramme?
 - Eine merklich bessere Qualität der Programminhalte?
 - Die Möglichkeit unterwegs fernsehen zu können?
 - Interessante interaktive Dienste zusätzlich zum Fernsehprogramm?
- Bedenken Sie die Möglichkeiten, die das digitale Fernsehen eröffnet, wären Sie bereit für diese neuen Funktionen mehr zu bezahlen als das Fernsehen heute kostet? Warum/ nicht?
- Um digitales Fernsehen empfangen zu können, muss man zusätzlich zu dem Fernsehgerät einen digitalen Empfänger kaufen. Die Preise dafür liegen derzeit zwischen 50 und 400 Euro. Würden Sie sich so ein Gerät kaufen? Warum/ nicht?

Einstellung zur Digitalisierung des Fernsehens/ zur Umstellung der Terrestrik?

- Ist Ihnen Bekannt, dass in den nächsten 10 Jahren das bisherige Fernsehen europaweit vollständig durch das digitale Fernsehen ersetzt wird.
- Was halten Sie davon?
- Ist Ihnen bekannt, dass das normale (analoge) Fernsehen über die Hausantenne in den nächsten 10 Jahren abgedreht werden soll? Das heißt, dass es über die Antenne nur mehr mit Hilfe eines Zusatzgerätes digitales Fernsehen erhältlich sein wird? (50 bis 400 Euro) Wenn ja, wann und woher haben Sie diese Information bekommen?
- Was halten Sie davon, dass das analoge Fernsehen ersetzt werden soll? Warum?
- Wie schätzen Sie die zukünftige Entwicklung ein?

Codesystem 1: Gruppendiskussionen in Graz

- Wissen um Digitalisierung
- Einstellung zur Digitalisierung
 - Positiv
 - Negativ
 - Sonstige
- Zahlungsbereitschaft
- Zukünftig Elektronisches Kaufhaus
 - Kaufverhalten
 - Attraktivität
 - Sonstige
- Zukünftig Interaktive Angebote
 - Wahl Schluss eines Films
 - Wahl Kameraperspektive
 - Kontakt zu anderen über TV
 - Anbieter
 - Nutzer
 - Attraktivität
 - Sonstige
- Zukünftig PVR
 - Einschätzung zukünftiger Nutzung
 - Attraktivität
- Zukünftig VOD
 - Nutzung Video/DVD
 - Attraktivität
 - Sonstige
- Zukünftig Mobilität
 - Mobiles TV allgemein
 - Mobile Interaktive Dienste
 - Ort der Nutzung
 - Attraktivität
 - Sonstige
- Zukünftig Internet- und Kommunikationsdienste
 - Online-Banking
 - Serviceinformationen
 - Warenbestellung/Info über Waren abrufen
 - Kommunikation (wie SMS, E-Mail)
 - Konvergenz Internet und PC
 - Attraktivität
 - Sonstige
- Zukünftig Entwicklung allgemein
 - Programm
- Empfangsart
- Interaktive Dienste
 - Spiele
 - Bewertung des Angebots
 - Portale der Sender
 - gotv
 - Werbespot
 - Votings
 - Wetten
 - Nutzung
 - Sonstige
- Digitaler Datentext
 - Bewertung des Angebots
 - Nutzung DDT
 - Sonstige
- EPG
 - Bewertung des Angebots

- Nutzung Teletext
- Nutzung Fernsehzeitung
- Nutzung EPG
- Sonstige
- Veränderung bisheriger Mediennutzung
- Qualität des Signals
 - Negativ
 - Positiv
 - Sonstige
- Nutzungszeiten im Testbetrieb
- Umgang mit DVB-T
- Angebot im Testbetrieb
- Erfahrungen mit technischer Umsetzung
- Erfahrungen mit DVB-T
- Erwartungen an DVB-T
- Aussagen zum Testbetrieb
- Freizeitverhalten
- Internetnutzung allgemein
- Nutzung SMS, Handy, Fax, PC
- Fernsehnutzung allgemein
 - Bedeutung des Fernsehens
 - Bevorzugte Inhalte
 - Motive
 - Nutzungszeit und Dauer
 - Nutzungsumfeld
 - Nebentätigkeiten
 - Sonstige

Codesystem 2: Gruppendiskussionen mit (zukünftigen) Nutzern

- Bild- und Tonqualität
 - Unzufrieden
 - Zufrieden
 - Unwichtig
 - Wichtig
 - Sonstige
- Digitaler Infotext
 - Bewertung des Angebots
 - Neutral
 - Negativ
 - Positiv
 - Interesse am Angebot
 - Nutzung Teletext
- Einstellung zur Digitalisierung
 - Neutral
 - Negativ
 - Positiv
- EPG
 - Interesse am Angebot
 - Bewertung des Angebots
 - Neutral
 - Negativ
 - Positiv
 - Nutzung Fernsehzeitung
- Fernsehempfang
- Wechsel Empfangsart
- Fernsehnutzung
 - Nebentätigkeiten
 - Nutzungsumfeld
 - Nutzungszeit und Dauer
 - Nutzungsmotive
 - Bevorzugte Inhalte
 - Einstellung zum Medium
 - Wichtig
 - Unwichtig
 - Neutral
 - Negativ
 - Positiv
- Interaktive Dienste/ Enhanced TV
 - Interaktive Werbung
 - Kontakt zu anderen
 - Produzenten
 - Rezipienten
 - Bewertung des Angebots
 - Neutral
 - Negativ
 - Positiv
 - Interesse am Angebot
 - Musiksender
 - Nutzungsmotive
 - Quizshows
 - Spiele
 - Teleshopping
 - Votings
 - Wahl: Kameraperspektive
 - Wahl: Schluss eines Films
 - Werbespots/ Produktinfo
 - Wetten

- Zahlungsbereitschaft
- Zusatzinformationen
- Interesse an digitalem Fernsehen/ DVB-T
 - Erwerb eines Zusatzgerätes
 - Bereitschaft zum Umstieg
 - Interesse am Angebot
- Internet-/ Kommunikationsdienste
 - Bewertung des Angebots
 - Neutral
 - Positiv
 - Negativ
 - Nutzungsmotive
 - Zahlungsbereitschaft
 - Konvergenz Internet TV
 - Kommunikation (SMS etc.)
 - Online-Banking
 - Interesse am Angebot
- Mobilität/Portabilität
 - Bewertung des Angebots
 - Negativ
 - Neutral
 - Positiv
 - Inhalte
 - Nutzungsmotive
 - Ort der Nutzung
 - Mobile Interaktive Dienste
 - Portables Fernsehen
 - Mobiles Fernsehen
 - Interesse am Angebot
- Nutzung andere Medien
- Programmviefalt
 - Kanalanzahl
 - Neutral
 - Unwichtig
 - Wichtig
 - Unzufrieden
 - Zufrieden
- Video on Demand
 - Bewertung des Angebots
 - Neutral
 - Negativ
 - Positiv
 - Zahlungsbereitschaft
 - Nutzungsmotive
 - Nutzung Video/ DVD
 - Interesse am Angebot
- Wissen über Digital-TV
 - Begriff
 - Sonstige
 - Interaktives Fernsehen
 - Mobiles Fernsehen
 - DVB-T
- Zahlungsbereitschaft Allgemein
- Ängste/ Sorgen/ Chancen

Fragebogen zu den Gruppendiskussionen

Name: _____
Geschlecht: männlich weiblich
Familienstand: ledig verheiratet
Alter: _____

Wohnsituation:

Wohnen Sie in... ?

- einer Mietwohnung
- einer Eigentumswohnung
- in einem eigenen Haus

Wie viele Personen leben außer Ihnen noch in Ihrem Haushalt?

- keine
- eine
- zwei
- drei
- mehr

Wie alt sind diese Personen? _____

Berufliche Situation:

- Welche Tätigkeit üben Sie zurzeit aus?

- in Ausbildung, in Umschulung
- voll berufstätig
- teilweise berufstätig
- vorübergehend arbeitslos
- in Pension
- nicht berufstätig

- Welche (Aus)bildung haben Sie abgeschlossen?

- Volksschule/Hauptschule/Grundschule
- Lehre
- weiterführende Schule ohne Matura
- weiterführende Schule mit Matura
- Hochschulreife, Studium (Universität, Fachhochschule)

- Wo liegt, wenn Sie alles zusammenrechnen, das monatliche Nettoeinkommen in Ihrem Haushalt?

- bis 1000
- 1001-2000
- 2001- 3000
- 3001 und mehr

Sie sind bzw. waren (falls Sie nicht mehr berufstätig sind)...

- Schüler(in)
- Student(in)
- Freiberufliche(r)
- Arbeiter(in)
- Facharbeiter(in)
- Beamte(r)
- Angestellte(r)
- Selbstständige(r)
- Landwirt(in)

Freizeitgestaltung:

Wie oft üben Sie folgende Freizeitaktivitäten aus?

	täglich	mehrmals pro Woche	einmal pro Woche	mehrmals pro Monat	einmal pro Monat	seltener	nie
kulturelle Veranstaltungen (Theater etc.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Konzerte besuchen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sportveranstaltungen besuchen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sport treiben	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Musizieren	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Basteln, Heimwerken, Schneidern, Stricken	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ausgehen in Restaurants, Kneipen, Diskotheken	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Hausarbeit machen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
außer Haus arbeiten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
zu Hause arbeiten (ohne Hausarbeit)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Einkaufen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
ins Kino gehen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Computer bzw. PC nutzen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Bücher lesen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Zeitschriften lesen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
CDs, MP3s, Schallplatten, Musikkassetten hören	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Videokassetten, DVDs ansehen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Besuche bekommen oder machen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Technische Ausrüstung:

- Wie viele Fernsehgeräte befinden sich in Ihrem Haushalt?

- eins
- zwei
- drei
- mehr

- Über welchen Empfangsweg haben Sie vor dem Testbetrieb Fernsehen erhalten? (Falls vorhanden, bitte auch für Zweit- und Drittgeräte ausfüllen.)

	Erstgerät	Zweitgerät	Drittgerät	weitere Geräte
Kabel	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Satellit	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Antenne	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

- Konnte Ihr TV-Gerät vor dem Testbetrieb Teletext empfangen? (Falls vorhanden, bitte auch für Zweit- und Drittgeräte ausfüllen.)

- | | | | | | | |
|----------------|--------------------------|----|--------------------------|------|--------------------------|----------------|
| Erstgerät | <input type="checkbox"/> | ja | <input type="checkbox"/> | nein | <input type="checkbox"/> | weiß ich nicht |
| Zweitgerät | <input type="checkbox"/> | ja | <input type="checkbox"/> | nein | <input type="checkbox"/> | weiß ich nicht |
| Drittgerät | <input type="checkbox"/> | ja | <input type="checkbox"/> | nein | <input type="checkbox"/> | weiß ich nicht |
| weitere Geräte | <input type="checkbox"/> | ja | <input type="checkbox"/> | nein | <input type="checkbox"/> | weiß ich nicht |

- In welchem Raum befindet sich Ihr Fernseher? (Falls vorhanden, bitte auch für Zweit- und Drittgeräte ausfüllen.)

	Erstgerät	Zweitgerät	Drittgerät	weitere Geräte
Wohnzimmer	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Schlafzimmer	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Esszimmer	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kinderzimmer	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Küche	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Arbeitszimmer	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

- Wie viele PCs befinden sich in Ihrem Haushalt?

- keiner
- einer
- zwei
- drei
- mehr

- In welchen Räumen befindet sich Ihr PC? (Falls mehrere Geräte vorhanden, bitte für alle ausfüllen.)

	Erstgerät	Zweitgerät	Drittgerät	weitere Geräte
Wohnzimmer	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Schlafzimmer	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Esszimmer	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kinderzimmer	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Küche	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Arbeitszimmer	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

- Ist Ihr PC mit einer Karte für Radio/TV-Empfang ausgerüstet? (Falls mehrer Geräte vorhanden, bitte für alle ausfüllen.)

- | | | | | | | |
|----------------|--------------------------|----|--------------------------|------|--------------------------|----------------|
| Erstgerät | <input type="checkbox"/> | ja | <input type="checkbox"/> | nein | <input type="checkbox"/> | weiß ich nicht |
| Zweitgerät | <input type="checkbox"/> | ja | <input type="checkbox"/> | nein | <input type="checkbox"/> | weiß ich nicht |
| Drittgerät | <input type="checkbox"/> | ja | <input type="checkbox"/> | nein | <input type="checkbox"/> | weiß ich nicht |
| weitere Geräte | <input type="checkbox"/> | ja | <input type="checkbox"/> | nein | <input type="checkbox"/> | weiß ich nicht |

- Ist Ihr PC an das Internet angeschlossen und über welche Internetleitung verfügen Sie? (Falls mehrer Geräte vorhanden, bitte für alle ausfüllen.)

	Erstgerät	Zweitgerät	Drittgerät	weitere Geräte
ADSL-Leitung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
ISDN-Modem	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kabelmodem	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
analoges Modem	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Satellit	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
drahtlos/GSM/GPRS/UMTS - Mobilfunknetze	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
weiß ich nicht	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
kein Internetzugang	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

- Seit wann haben Sie einen Internetzugang zu Hause?

- | | |
|---------------------------------------|------------------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> habe keinen | <input type="checkbox"/> ein halbes Jahr und weniger |
| <input type="checkbox"/> ½ bis 1 Jahr | <input type="checkbox"/> 2 bis 4 Jahre |
| <input type="checkbox"/> 4-6 Jahre | <input type="checkbox"/> länger |

- Welche der folgenden Geräte befinden sich in Ihrem Haushalt?

- Videorecorder
- DVD-Player
- DVD-Recorder
- Spielekonsole (Playstation)

Wie häufig nutzen Sie diese Geräte?

	täglich	mehrmals pro Woche	einmal pro Woche	mehrmals pro Monat	einmal pro Monat	seltener	nie
Videorecorder	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
DVD-Player	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
DVD-Recorder	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Spielekonsole (Playstation)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Mediennutzung:

- Wie häufig nutzen Sie folgende Medien?

	täglich	mehrmals pro Woche	einmal pro Woche	mehrmals pro Monat	einmal pro Monat	seltener	nie
Buch	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tageszeitung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Zeitschrift	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Radio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kino	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Internet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fernsehen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

- Wenn es nicht mehr möglich wäre, folgende Medien zu nutzen, wie stark würden Sie sie vermissen?

	sehr stark	stark	ein wenig	gar nicht
Buch	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tageszeitung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Zeitschrift	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Radio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kino	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Internet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fernsehen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

- Angenommen Sie könnten nur mehr eines der folgenden Medien nutzen, für welches Medium würden Sie sich entscheiden?

- Buch Tageszeitung Zeitschrift
 Radio Kino Internet
 Fernsehen

- Sind Sie Mitglied einer Videothek?

- Ja nein

- Wie häufig leihen Sie sich Videos/DVDs in einer Videothek aus?

- täglich
 mehrmals pro Woche
 einmal pro Woche
 mehrmals im Monat
 einmal im Monat
 seltener
 nie

Programmzeitschriftennutzung:

Die folgenden Fragen beziehen sich auf die Nutzung von Programmzeitschriften. Sie brauchen sie daher nur zu beantworten, wenn Sie Programmzeitschriften lesen.

- Wie häufig lesen Sie Programmzeitschriften?

- täglich
 mehrmals pro Woche
 einmal pro Woche
 mehrmals im Monat
 einmal im Monat
 seltener
 nie

- Wozu nutzen Sie Programmzeitschriften?

	trifft voll und ganz zu	trifft weitgehend zu	trifft weniger zu	trifft gar nicht zu
um gezielt interessante Sendungen zu suchen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
um mir einen Überblick über das Programm der nächsten Woche zu verschaffen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
um mir einen Überblick über das gerade laufende Programm zu verschaffen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
um Hintergrundinformationen zum Programm zu erhalten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
um die Bewertungen einer Sendung zu lesen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
als unterhaltende Lektüre	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Teletextnutzung:

Die folgenden Fragen beziehen sich auf Ihre Teletextnutzung vor dem Testbetrieb. Sie brauchen sie daher nur zu beantworten, wenn Sie Teletext verwendet haben.

- Wie häufig haben Sie den Teletext verwendet?

- täglich
- mehrmals pro Woche
- einmal pro Woche
- mehrmals im Monat
- einmal im Monat
- seltener
- nie

Als welchen der folgenden Gründe haben Sie den Teletext genutzt?

	trifft voll und ganz zu	trifft weitgehend zu	trifft weniger zu	trifft gar nicht zu
um mich über das laufende Fernsehprogramm zu informieren	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
um mich über zukünftige Sendungen zu informieren	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
um Zusatzinformationen zum Programm abzurufen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
um Hintergrundinfo zu Moderatoren und Darstellern von Sendungen abzurufen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
um aktuelle Nachrichten abzurufen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
um Sportergebnisse abzurufen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
um Informationen über Wetter/Schneehöhen/Wasserstand abzurufen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
um regionale Informationen abzurufen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
um Lotto- und Toto-Ergebnisse abzurufen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
um Börsen und Wirtschaftsinformationen abzurufen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
um an Gewinnspielen teilzunehmen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

- Waren Sie mit dem Teletextangebot zufrieden?

- sehr zufrieden
- zufrieden
- eher unzufrieden
- unzufrieden

Internetnutzung:

Die folgenden Fragen beziehen sich auf Ihre Internetnutzung. Sie brauchen sie daher nur zu beantworten, wenn Sie das Internet schon einmal genutzt haben.

- Wie häufig nutzen Sie das Internet?

- täglich
- mehrmals pro Woche
- einmal pro Woche
- mehrmals im Monat
- einmal im Monat
- seltener
- nie

- Zu welcher Tageszeit nutzen Sie vorrangig das Internet?

	häufig	manchmal	selten	nie
vor 8 Uhr	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8-11 Uhr	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11-14 Uhr	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14-17 Uhr	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17-19 Uhr	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
20-23 Uhr	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
nach 23 Uhr	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

- An welchen der folgenden Orte nutzen Sie Internetdienste?

	häufig	manchmal	selten	nie
zu Hause	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
in der Arbeit	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
in der Schule	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
an der Universität	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
in Internetcafés	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
bei Freunden	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

- Nutzen Sie Internet über Mobilfunknetze (GSM/GPRS/UMTS)?

- häufig
- manchmal
- selten
- nie

- Seit wann nutzen Sie das Internet regelmäßig?

- ich nutze das Internet nicht regelmäßig
- weniger als ein Jahr
- 1-2 Jahre
- 2-4 Jahre
- 4-6 Jahre
- länger

- Welche der folgenden inhaltlichen Angebote nutzen Sie im Internet?

	häufig	manchmal	selten	nie
aktuelle Informationen über In- und Ausland	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Informationen aus Wissenschaft Forschung und Ausbildung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
aktuelle Informationen über die Region	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Freizeit- und Veranstaltungstipps	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Serviceinformationen (Verkehr, Wetter, Fahrpläne, Öffnungszeiten,...)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sportinformationen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Informationen zu Wirtschaft und Börse	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Informationen aus dem Kulturbereich	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Unterhaltungsangebote	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Verbraucher- und Ratgeberinformationen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Reiseinformationen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Informationen zum Fernsehprogramm	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

- Welche der folgenden Onlineanwendungen nutzen Sie?

	häufig	manchmal	selten	nie
E-Mail	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
zielgerichtete Suche nach Angeboten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Surfen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Homebanking	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Download von Dateien (Musikdateien, Filme, Software, Klingeltöne, Logos)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
an Gesprächsforen/Chats teilnehmen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Audiodateien anhören	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
live Internetradio hören	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Videos im Internet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Onlineauktionen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Computerspiele im Internet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Onlineshopping	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Buch/CD bestellen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Versenden von SMS	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Gewinnspiele	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kartenservice (Reservieren und Bestellen von Konzert, Kino- oder Veranstaltungskarten)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
live im Internet Fernsehen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Fernsehnutzung:

- Wie lange sehen Sie durchschnittlich pro Tag fern?

- weniger als 1 Stunde
- 1-2 Stunden
- 2-3 Stunden
- mehr als 3 Stunden

- Zu welcher Tageszeit sehen Sie an Werktagen vorrangig fern?

	häufig	manchmal	selten	nie
vor 8 Uhr	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8-11 Uhr	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11-14 Uhr	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14-17 Uhr	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17-19 Uhr	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
20-23 Uhr	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
nach 23 Uhr	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

- Zu welcher Tageszeit sehen Sie an Wochenenden vorrangig fern?

	häufig	manchmal	selten	nie
vor 8 Uhr	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8-11 Uhr	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11-14 Uhr	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14-17 Uhr	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17-19 Uhr	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
20-23 Uhr	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
nach 23 Uhr	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

- Wie viele TV-Programme standen Ihnen vor dem Testbetrieb zur Verfügung?

- bis 5 6-20 21-40 mehr als 40

- Waren Sie mit Ihrer Kanalanzahl vor dem Testbetrieb zufrieden?

- sehr zufrieden
 zufrieden
 eher unzufrieden
 unzufrieden

- Waren Sie mit den Inhalten zufrieden, die Ihnen im Fernsehen geboten wurden?

- sehr zufrieden
 zufrieden
 eher unzufrieden
 unzufrieden

- Sind Sie Kunde einer Pay-TV Plattform? (Bezahlfernsehen z.B.: *Premiere*,...)

- ja
 nein

- An welchen dieser Orte sehen Sie zumindest gelegentlich fern?

- zu Hause am Arbeitsplatz/in der Schule/an der Universität
 in Restaurants oder Kneipen in Kaufhäusern
 im Fitnessstudio im Krankenhaus
 bei Freunden/Verwandten

- Aus welchen der folgenden Gründe sehen Sie fern?

	trifft voll und ganz zu	trifft weitgehend zu	trifft weniger zu	trifft gar nicht zu
damit ich mitreden kann	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
weil ich Denkanstöße bekomme	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
weil ich mich informieren möchte	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
weil ich dabei entspannen kann	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
weil es mir Spaß macht	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
weil ich damit den Alltag verbessern möchte	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
weil es aus Gewohnheit dazu gehört	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
weil es mir hilft, mich im Alltag zurechtzufinden	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

- Gehen Sie Nebentätigkeiten nach, wenn Sie Fernsehen?

- häufig
- manchmal
- selten
- nie

- Welchen Nebentätigkeiten gehen Sie beim Fernsehen nach?

- Essen
- Hausarbeit
- Gespräche
- andere Medien (Internet, Buch, Zeitung, Radio,...)
- arbeiten
- lernen

- Ich sehe fern...

	häufig	manchmal	selten	nie
allein	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
mit Familienmitgliedern	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
mit Freunden/Verwandten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
mit Wohnungskollegen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

- Welche Sendungen sehen Sie?

	häufig	manchmal	selten	nie
Nachrichtensendungen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Informationssendungen (Dokumentation, Magazine, Diskussionsrunden, Parlamentsübertragungen, Reportagen,...)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Spielfilme	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Serien	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sportsendungen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Musiksendungen (<i>MTV, VIVA, gotv,...</i>)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kindersendungen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tier- und Natursendungen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Shoppingkanäle (H.O.T.,...)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Talk-Shows	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Spieleshows	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Reality-TV	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Anhang C: Modul 4

Ausgewählte Studien für die Sekundäranalyse

- ARD/ ZDF Projektgruppe Digital** (2003): Berlin/ Potsdam: Erste DVB-T-Region Deutschlands. Ergebnisse der Begleituntersuchung der ARD/ ZDF-Medienkommission. In: Media Perspektiven 12/2003. S.558-569.
- B A T** (2002): B A T Medienanalyse 2002. Wer will die neuen Alleskönner? In: http://www.bat.de/_default/_a/16qbhw3/_default/Aktuell.PublikationDetail?FE=0&CID=528692&CE=17 [29.09.2004]
- Döbler, Thomas; Stark, Birgit** (2001): Interaktivität als Erfolgsfaktor für die Gewinnung von Aufmerksamkeit? Einige Ergebnisse am Beispiel von GIGA TV. In: http://www.soz.uni-frankfurt.de/K.G/B8_2001_Doebler_Stark.pdf. [15.09.2004]
- Downing, Jeremy** (2002): Digital TV in Wales. In: <http://www.wales-consumer.org.uk/publications/36/full.pdf>. [22.09.2004]
- Freeman, Jonathan u.a.** (2001): ITC-UsE. Ease of Use and Knowledge of Digital and Interactive Television: Results. In: <http://homepages.gold.ac.uk/immediate/i2/ITCUsEReport.pdf>. [16.08.2004]
- Klein, Jeremy; Karger, Simon; Sinclair, Kay** (2004a): Attitudes to Digital Switchover. The impact of digital switchover on consumer adoption of digital television. In: http://www.digitaltelevision.gov.uk/pdf_documents/publications/AttitudestoSwitchover_300304.pdf. [14.08.2004]
- Klein, Jeremy; Karger, Simon; Sinclair, Kay** (2004b): Attitudes to Digital Television. Preliminary findings on consumer adoption of Digital Television. In: http://www.digitaltelevision.gov.uk/pdf_documents/publications/Attitudes_to_Digital_Television.pdf. [???] (sowohl Rasterauswertung als auch Zusammenfassung der Typologie)
- Mohr, Inge** (2004): DVB-T Region Berlin/Potsdam: Terrestrik wächst weiter. Ergebnisse einer Repräsentativbefragung nach dem Umstieg auf digitales terrestrisches Fernsehen. In: Media Perspektiven 7/2004. S.294-300.
- Mori** (2002): Attitudes to Digital Interactive Services. Qualitative Research. Key Findings. In: http://www.suffolkcc.gov.uk/consultation/documents/int_tv_digital.doc. [21.08.2004]
- Södergård, Caj** (2003): Mobile television – technology and user experiences. Report on the Mobile-TV project. In: <http://www.vtt.fi/inf/pdf/publications/2003/P506.pdf>. [13.09.1004]

Auswertungstabelle 1: Extraktion aussagekräftiger Daten

Geschlecht	Männer		Frauen
Alter	jung	mittel	alt
(Aus)Bildungsniveau	niedrig	mittel	hoch
derzeitige Tätigkeit	in Ausbildung	berufstätig	in Pension
Einkommen	niedrig	mittel	hoch
Haushaltsgröße	klein	mittel	groß
Internet/PC Nutzung	keine	durchschnittlich	intensiv
Stellenwert des Fernsehens	unwichtig	durchschnittlich	wichtig
Zufriedenheit mit dem analogen Fernsehangebot	unzufrieden	weitgehend zufrieden	sehr zufrieden
Ausstattung mit technischen Geräten	unterdurchschnittlich	durchschnittlich	überdurchschnittlich

Auswertungstabelle 2: Zusammenführung der Einzelauswertungen

Wissen über digitales Fernsehen	gut	mittelmäßig	wenig bis gar nicht
	Zuordnung der extrahierten Daten der Einzelauswertungen (Auswertungstabelle 1) zu den Vergleichdimensionen und ihren Merkmalsausprägungen.		
Wissen über DVB-T	gut	mittelmäßig	wenig bis gar nicht
Einstellung zu digitalem Fernsehen	positiv	neutral bzw. geteilt	negativ
Einstellung zur Umstellung der Terrestrik	positiv	neutral bzw. geteilt	negativ
Interesse an interaktiven Diensten	großes Interesse	eingeschränktes Interesse	wenig bis kein Interesse
	Beispiel: Vorwiegend junge Menschen zwischen 20 und 25, noch stärker zwischen 25 und 34. Etwas weniger häufig auch noch 35-44jährige, berufstätig mit Kindern. Tendenziell eher männlich. Hohes Bildungsniveau, intensive Internet- und PC-Nutzer. Fernsehen hat einen hohen Stellenwert.		
Interesse an mobilem/portablen TV	großes Interesse	eingeschränktes Interesse	wenig bis kein Interesse
Digitaler TV-Anschluss	ja		nein
DVB-T-Anschluss	Hauptübertragung	2. und 3. Geräte	kein Anschluss

Beispiel für ein Kurzprofil

Wissen über digitales Fernsehen	gut	mittelmäßig	wenig bis gar nicht
Wissen über DVB-T	gut	mittelmäßig	wenig bis gar nicht
Einstellung zu digitalem Fernsehen	positiv	neutral bzw. geteilt	negativ
Einstellung zur Umstellung der Terrestrik	positiv	neutral bzw. geteilt	negativ
Interesse an interaktiven Diensten	großes Interesse	eingeschränktes Interesse	wenig bis kein Interesse
Interesse an mobilem/portablem TV	großes Interesse	eingeschränktes Interesse	wenig bis kein Interesse
Bedeutung von Programmvielfalt	sehr wichtig	wichtig	weniger wichtig
Bedeutung von Übertragungs- und Empfangsqualität	sehr wichtig	wichtig	weniger wichtig
Interesse an digitalem TV	großes Interesse	eingeschränktes Interesse	wenig bis kein Interesse
Interesse an DVB-T als Hauptübertragungsweg	großes Interesse	eingeschränktes Interesse	wenig bis kein Interesse
Interesse an DVB-T für Zweitgeräte bzw. mobile Geräte	großes Interesse	eingeschränktes Interesse	wenig bis kein Interesse