

Dr. Wolfgang Schüssel
Bundeskanzler

An den
Präsidenten des Nationalrates
Univ.-Prof. Dr. Andreas Khol
Parlament
Dr. Karl Renner-Ring 3
1017 Wien

Wien, am 8. Mai 2006

Sehr geehrter Herr Präsident!

Mit diesem Schreiben werden dem Nationalrat die von der Rundfunk und Telekom Regulierungs- GmbH (RTR GmbH) übermittelten Berichte über die Verwendung der Mittel aus dem Digitalisierungsfonds und aus dem Fernsehfilmförderungsfonds für den Berichtszeitraum 2005 vorgelegt.

Ziel des jährlich mit EUR 6,75 Mio. dotierten Digitalisierungsfonds ist die Beschleunigung des Übergangs vom analogen zum digitalen Rundfunk. Im Berichtsjahr 2005 bildete das Projekt !TV4Cable von ORF und dem Kabelnetzbetreiber LIWEST Kabelmedien GmbH den Schwerpunkt der Fördertätigkeit. Kernstück ist dabei die Erprobung von Video on Demand und anderer digitaler Zusatzdienste in einem digitalen Kabelnetz in Linz.

Weiters wurden im Jahr 2005 Marktforschungsstudien über die Akzeptanz digitaler Dienste, eine kommunikationswissenschaftliche Studie zur Untersuchung möglicher Nutzerszenarien und der Erwartungen der Konsumenten im Zusammenhang mit DVB-T sowie eine länderübergreifende Untersuchung zum mobilen Fernsehen einschließlich einer Studie über mögliche Geschäftsmodelle in Auftrag gegeben.

Hervorzuheben ist auch die Teilnahme der RTR-GmbH am Projekt „DICE- Digital Innovation through Cooperation in Europe“ – ein von der EU gefördertes Projekt, das einen regelmäßigen Informations- und Erfahrungsaustausch zwischen an der Rundfunkdigitalisierung beteiligten Institutionen aus zahlreichen EU-Mitgliedstaaten zum Gegenstand hat.

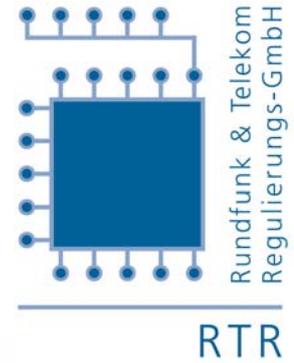
Ziel des mit jährlich EUR 7,5 Mio. dotierten Fernsehfilmförderungsfonds ist es, durch die Unterstützung der Produktion von Fernsehfilmen, -serien und -dokumentationen die Qualität der Fernsehproduktion und die Leistungsfähigkeit der österreichischen Filmwirtschaft zu stärken.

Im Berichtsjahr 2005 konnten 39 Projekte mit einer positiven Förderentscheidung erledigt werden, darunter 21 Dokumentationen, 16 Fernsehfilme und zwei Fernsehserien. Diese Projekte zeichnen sich durch die Beteiligung von 34 europäischen Fernsehveranstaltern bzw. der European Broadcasting Union (EBU) sowie 20 ausländische Koproduktionsunternehmen aus. Auf Grund der Förderung konnten Produktionen realisiert werden, die ohne Mittel aus dem Fernsehfilmförderungs fonds nicht bzw. nicht in vergleichbarem Umfang und vergleichbarer Qualität hätten produziert werden können. Der Fonds leistet einen wesentlichen Beitrag zur Stärkung der Filmwirtschaft in Österreich.

In Entsprechung des § 9c Abs. 4 iVm § 9g Abs. 1 KOG darf ich Dir den in der Beilage angeschlossenen Digitalisierungsbericht 2005 samt Anlagen und den Fernsehfilmförderungs fondsbericht 2005 übermitteln. Weitere Exemplare der Berichte können – auch auf elektronischem Weg – jederzeit zur Verfügung gestellt werden.

Mit freundlichen Grüßen





Tätigkeitsbericht des Digitalisierungsfonds

Berichtsjahr 2005

Bericht an den Bundeskanzler gemäß § 9 c Abs. 4
KommAustria-Gesetz (KOG)

30. März 2006

RTR

Einleitung

Die Grundlagen und Ziele des Digitalisierungsfonds orientieren sich an den Intentionen des Aktionsplans eEurope 2005, wonach der Übergang zum Digitalfernsehen beschleunigt werden soll. Der Fonds dient der Erneuerung und Stärkung aller Plattformen für die Übertragung von Rundfunk als besonderem Teil der Kommunikationsinfrastruktur unter Berücksichtigung der zentralen Rolle des Rundfunks in der modernen demokratischen Gesellschaft. Die aus dem Digitalisierungsfonds kommenden Mittel sind technologieneutral unter Berücksichtigung aller Verbreitungswege und Plattformen für digitalen Rundfunk zu vergeben. Der Digitalisierungsfonds war im Jahr 2004 mit EUR 7,5 Mio. dotiert und wird ab 2005 jährlich mit EUR 6,75 Mio. dotiert. Die Gelder des Digitalisierungsfonds werden aus jenen Teilen der Rundfunkgebühren gespeist, die gemeinsam mit dem ORF-Programmengelt eingehoben werden, jedoch grundsätzlich dem Bundesbudget zukommen.

Für die Vergabe von Förderungen aus dem Digitalisierungsfonds wurden von der RTR-GmbH nach Vorliegen der beihilfenrechtlichen Genehmigung (Entscheidung der Europäischen Kommission vom 16.03.2005, C (2005) 586 fin, Staatliche Beihilfe Nr. N 622/2003) am 08.04.2005 folgende Richtlinien erlassen:

- Pilotversuche und Forschungsvorhaben zur digitalen Übertragung von Rundfunkprogrammen und Zusatzdiensten,
- Entwicklung von Programmen und Zusatzdiensten, die den programmlichen und interaktiven Zusatznutzen der digitalen Übertragung deutlich machen und über herkömmliche Rundfunkanwendungen hinausgehen,
- Förderungen für Rundfunkveranstalter zur Erleichterung des Umstiegs von analoger auf digitale Übertragung,
- Maßnahmen zur Schaffung finanzieller Anreize für Konsumenten, die frühzeitig auf den digitalen Empfang von Rundfunkprogrammen umsteigen,
- Förderung der Anschaffung der für den Empfang digital übertragener Rundfunkprogramme erforderlichen Endgeräte.

Darüber hinaus können die Mittel gemäß § 9b Z 1 KommAustria-Gesetz (KOG) von der RTR-GmbH für die Durchführung wissenschaftlicher Studien und Analysen zu bestimmten Aspekten der Rundfunkdigitalisierung eingesetzt werden und ist gemäß § 9b Z 9 KOG der Aufwand der KommAustria und RTR-GmbH zur Erstellung und Umsetzung des Digitalisierungskonzeptes aus dem Digitalisierungsfonds zu finanzieren.

Tätigkeitsschwerpunkte des Digitalisierungsfonds im Jahr 2005

Verwendung der Mittel des Digitalisierungsfonds

Einen Schwerpunkt der Förderungstätigkeit der RTR-GmbH im Jahr 2005 bildete der „DVB-C-Testbetrieb Linz“ (!TV4Cable), welcher im Sommer 2005 begonnen wurde und sich bis ins erste Halbjahr 2006 erstreckt. Projektpartner sind der Linzer Kabelnetzbetreiber LIWEST Kabelmedien GmbH, das Land Oberösterreich, die RTR-GmbH und der Österreichische Rundfunk (ORF). Der Testbetrieb wird in 500 Kundenhaushalten der LIWEST Kabelmedien GmbH durchgeführt. Kernstück des Testbetriebes ist die Erprobung von Video on Demand in einem digitalen Kabelnetz. Darüber hinaus werden interaktive Zusatzdienste über MHP angeboten, die Hintergrund- und Zusatzinformationen zu verschiedenen Sendungen des ORF enthalten. Der Rundfunkveranstalter ATV Privatfernseh GmbH (ATV+) strahlt parallel dazu in Zusammenarbeit mit der Sony NetServices GmbH im Kabelnetz der LIWEST

Kabelmedien GmbH eigene interaktive Dienste und Java-Spiele aus.

Für das Projekt wurden von der RTR-GmbH insgesamt EUR 1.576.251,19 an Fördergeldern zugesagt. Darüber hinaus hat die RTR-GmbH nach Durchführung eines vergaberechtl. Verfahrens gemäß den Bestimmungen des Bundesvergabegesetzes die market MarktforschungsgesmbH & CoKG mit einer begleitenden Marktforschung über die Akzeptanz der im Rahmen des Testbetriebs angebotenen Dienste beauftragt.

Ein weiterer Schwerpunkt des Berichtsjahrs 2005 lag auf der Erarbeitung eines Gesamtförderkonzeptes des Digitalisierungsfonds, welches im Dezember 2005 veröffentlicht wurde. Das Konzept beinhaltet die Darstellung der geplanten Schwerpunktsetzung der Fördertätigkeit des Digitalisierungsfonds bezogen auf die Jahre 2006 bis 2010. Bei dem Konzept handelt es sich nicht um eine verpflichtende Vorgabe durch die RTR-GmbH, sondern um eine auf den Erfahrungen aus den 2004 und 2005 durchgeführten Testbetrieben und auf Informationen durch die Marktteilnehmer fußende Annahme über die künftigen Anforderungen an den Digitalisierungsfonds. Diese Einschätzung wird laufend überprüft und kann bei Bedarf geändert werden, wobei hier auf entsprechende Rückmeldungen aus dem Markt besonderer Wert gelegt wird. Das Gesamtförderkonzept des Digitalisierungsfonds liegt dem Bericht bei.

Schließlich wurden im Jahr 2005 folgende Projekte unterstützt bzw. durch die RTR-GmbH finanziert:

- kommunikationswissenschaftliche Studie der Universität Salzburg
Gegenstand der Studie war die Untersuchung der Erwartungen der Konsumenten im Zusammenhang mit DVB-T und die Skizzierung möglicher Nutzertypologien und Nutzerszenarien von DVB-T. Die Ergebnisse wurden in einer Schriftenreihe der RTR-GmbH unter dem Titel "Implementierung von DVB-T in Österreich" veröffentlicht. Ein Exemplar der Schriftenreihe liegt dem gegenständlichen Bericht bei.
- Teilnahme der RTR-GmbH am Projekt „DICE- Digital Innovation through Cooperation in Europe“
Bei dem Projekt „DICE“ handelt es sich um ein im Rahmen des europäischen Programms Interreg IIIC gefördertes Projekt, das einen regelmäßigen Informations- und Erfahrungsaustausch zwischen für die Rundfunkdigitalisierung maßgeblichen Institutionen aus Österreich, Polen, United Kingdom, Deutschland, Ungarn, Schweden, Litauen, Dänemark im Zusammenhang mit der Digitalisierung zum Gegenstand hat. Das Projekt wurde 2004 begonnen und wird 2006 abgeschlossen sein. Es liefert den einzelnen Partnern wertvolle Erkenntnisse für den Übergang zum digitalen Rundfunk und leistet damit einen wichtigen Beitrag zur Erreichung der eingangs genannten Ziele des Aktionsplans eEurope 2005.
- ITV4GRAZ 2005
Das Projekt dient der Erprobung der Abstrahlung von DVB-T von einem Großsender im Raum Graz in einem Multi Frequency Network (MFN). An dem Projekt nehmen der ORF und die ATV Privatfernseh GmbH teil. Es werden im Rahmen des Projektes die Programme der beiden Rundfunkveranstalter sowie Zusatzdienste, wie beispielsweise ein EPG, ausgestrahlt.
- Mitwirkung bei der Vorbereitung eines für die Jahre 2006 und 2007 geplanten DVB-H-Testbetriebs
Derzeit ist ein Pilotprojekt zur Übertragung von Rundfunk und Zusatzdiensten im Standard DVB-H in Kombination mit einem Rückkanal über UMTS in Planung, an dem

neben österreichischen Rundfunkveranstaltern auch Mobilfunkbetreiber, Endgerätehersteller, IT-Dienstleister und Hochschulen teilnehmen sollen. Die RTR-GmbH hat bei der Evolaris Research & Development GmbH eine länderübergreifende Untersuchung über die Inhalte und Zielsetzungen abgeschlossener oder gerade stattfindender Pilotprojekte im Zusammenhang mit mobilem Fernsehen über DVB-H und DMB in Auftrag gegeben. Im Anschluss daran wurde die Evolaris Research & Development GmbH damit beauftragt, anhand der untersuchten Projekte kritische Faktoren im Zusammenhang mit der Akzeptanz von mobilem Fernsehen über DVB-H und DMB zu untersuchen und mögliche Geschäftsmodelle für mobiles Fernsehen über DVB-H und DMB zu skizzieren. Die Ergebnisse der Studien sollen den Projektpartnern des DVB-H Testbetriebs wichtige Anhaltspunkte für die Schwerpunktsetzung und die konkrete Ausgestaltung des geplanten Projektes liefern. Der Abschlussbericht über beide Studien wird der RTR-GmbH Ende Mai 2006 vorliegen.

- Förderung des Betriebs eines Prototyps für ein interaktives Rechenzentrum

Der Siemens AG Österreich wurde der Betrieb eines Rechenzentrums für technische Tests im Zusammenhang mit der Administration der Teilnehmer an interaktiven Diensten für alle Rundfunkplattformen gefördert. Getestet werden vor allem die Anforderungen an ein Rechenzentrum bei hohen Teilnehmerzahlen sowie die Sicherheitsanforderungen bei der Übertragung sensibler Daten.

- Förderung eines Projektes zur Erprobung der Übertragung von DVB-T Signalen in einem Kabelnetz

Dem lokalen steirischen Kabelnetzbetreiber Kabel TV Aichfeld Gesellschaft m.b.H. wurde die Erprobung der Übertragung von DVB-T Signalen in einem Kabelnetz im Vergleich mit der Übertragung im DVB-C Standard gefördert.

Die Ergebnisse der genannten Pilotprojekte und Studien werden nach Übermittlung der Endberichte durch die Fördernehmer auf der Website der RTR-GmbH veröffentlicht werden.

Folgende Unternehmen wurden im Jahr 2005 mit Mitteln des Digitalisierungsfonds gefördert:

Unternehmen	Projekt	Gesamtprojektkosten in EUR	Förderhöhe in EUR
ORF	!TV4Cable	1.571.285,30	621.120,36
ORF	!TV4Graz 2005	1.010.467,00	505.233,00
ATV Privatfernseh GmbH ¹	!TV4Cable	888.248,67	444.124,33
LIWEST Kabelmedien GmbH	!TV4Cable	813.660	324.956,50
Sony NetServices GmbH ¹	!TV4Cable	372.100,00	186.050,00
Kabel TV Aichfeld GmbH	Erprobung DVB-T im Kabel	227.486,00	90.135,75
Siemens AG Österreich	Betrieb Rechenzentrum	323.682	161.841,00
Summe		5.206.928,97	2.333.460,94

¹ die im Rahmen des Projektes!TV4Cable von ATV+ und der Sony NetServices GmbH ausgestrahlten Inhalte wurden auch im Rahmen des !TV4Graz Nachfolgebetriebs ausgestrahlt

Alle Förderverträge der RTR-GmbH enthalten eine Klausel, dass, für den Fall, dass nicht die gesamte Fördersumme benötigt wird bzw. der Nachweis über die widmungsgemäße Verwendung der Fördermittel nicht vollständig gelingt, die Förderung im Nachhinein entsprechend gekürzt werden kann. Die Endberichte und Endabrechnungen über die geförderten Projekte liegen der RTR-GmbH im Berichtszeitpunkt noch nicht vor, da alle Projekte erst im Jahr 2006 fertig gestellt werden sollen. Aus diesem Grund kann im gegenwärtigen Zeitpunkt noch keine abschließende Aussage darüber getroffen werden, ob die Förderungen tatsächlich in der zugesagten Höhe in Anspruch genommen wurden. Nach Übermittlung der Endberichte durch die Fördernehmer und Prüfung durch die RTR-GmbH werden die endgültigen Förderhöhen festgesetzt und auf der Website der RTR-GmbH veröffentlicht werden.

Folgende Studien und Projekte wurden gemäß § 9b Z 1 und Z 9 KOG von der RTR-GmbH in Auftrag gegeben bzw. durchgeführt und aus Mitteln des Digitalisierungsfonds bezahlt:

Unternehmen	Titel	Kosten in EUR
Evolaris Research & Development	Benchmark Pilotprojekte mobiles Fernsehen	22.880,00
Evolaris Research & Development	Mobiles Fernsehen – mögliche Geschäftsmodelle	28.080,00
Universität Salzburg	Implementierung von DVB-T in Österreich	16.500,00
RTR-GmbH	DICE	53.007,41
Market	Marktforschung !TV4Cable	57.500,00
Summe		177.967,41

Erläuterungen zum Jahresabschluss 2005

In der Anlage übermittelt die RTR-GmbH den Auszug aus dem den Digitalisierungsfonds betreffenden Teil des Jahresabschlusses der RTR-GmbH.

Der Verwaltungsaufwand bezeichnet einerseits jene Personal- und Sachaufwendungen, die erforderlich waren, um die innere Organisation im Zusammenhang mit Antragstellungen, Evaluierung der Anträge, Förderentscheidungen, Förderabwicklung etc. sicherzustellen, andererseits Ausgaben im Zusammenhang mit der Digitalen Plattform Austria, der Zusammenarbeit und dem Erfahrungsaustausch mit anderen europäischen Staaten im Bereich der Rundfunkdigitalisierung, wie beispielsweise die Mitwirkung am Projekt „DICE“, sowie weitere Ausgaben im Zusammenhang mit der Erstellung und Umsetzung des Digitalisierungskonzeptes sowie Ausgaben für die oben genannten, von der RTR-GmbH beauftragten, wissenschaftlichen Studien und Marktforschungen.

Die im Jahr 2005 ausbezahlten Fördersummen in Höhe von EUR 524.478,03 sind unter „Auszahlungen für Förderungen 2005“ ausgewiesen, bereits zugesagte bzw. absehbare aber noch nicht ausbezahlte Fördersummen in Höhe von EUR 1.852.906,05 sind unter „zugesagte, noch nicht ausbezahlte Förderungen“ ausgewiesen.

Veranlagung, Ertrag der Fördermittel, Vortrag in das Jahr 2005

Die vom Bundesministerium für Finanzen zum 30.01.2005 bzw. zum 30.06.2005 angewiesenen Mittel des Digitalisierungsfonds wurden auf einem eigenen Konto bei der Kommunalkredit Depotbank AG veranlagt und erzielten im Berichtsjahr 2005 einen Zinsertrag von EUR 116.206,41.

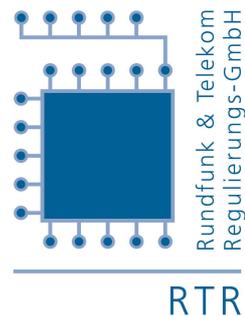
Durch sparsamen, wirtschaftlichen und zweckmäßigen Einsatz der Fondsmittel konnten rund EUR 5,4 Mio. aus den Jahren 2004 (rund EUR 1,7 Mio.) und 2005 (rund EUR 3,7 Mio.) in das Geschäftsjahr 2006 vorgetragen werden. Im Jahresabschluss ist angeführt, dem Digitalisierungsfonds stünden im Jahr 2006 rund EUR 5,2 Mio. frei zur Verfügung. Der Unterschied zwischen den im Jahresabschluss angeführten rund EUR 5,2 Mio. und den hier genannten rund EUR 5,4 Mio. ergibt sich daraus, dass bei der Erstellung des Jahresabschlusses die Förderhöhe für das Projekt !TV4Cable noch nicht endgültig feststand und aus Vorsichtsgründen noch mit höheren Förderbeträgen als den letztendlich zugesagten gerechnet werden musste, wodurch ein geringerer frei verfügbarer Betrag für 2006 angenommen werden musste.

Anhang

- Auszug aus dem Jahresabschluss 2005 der RTR-GmbH – Digitalisierungsfonds
- Gesamtförderkonzept Digitalisierungsfonds
- Schriftenreihe Implementierung von DVB-T in Österreich

Auszug aus dem Jahresabschluss 2005 der RTR-GmbH – Digitalisierungsfonds

DF		
Stand Treuhandgelder am 31.12.04		3.132.869,76
Einzahlungen		
Zuführung aus Eingängen	7.125.000,00	
Zinsen	116.206,41	
Summe		7.241.206,41
verfügbar		10.374.076,17
Verwendung		
Überhang Verwaltungsaufwand 2004	-265.762,73	
bezahlt für Verwaltungsaufwand 2005	-1.207.000,00	
Anteil Bund RTR-GmbH	-375.000,00	
Auszahlungen für Förderungen 2004	-1.207.833,14	
Auszahlungen für Förderungen 2005	-524.478,03	-3.580.073,90
Saldo aus Anfangsbestand, Ein- und Auszahlungen 2005 = Stand Treuhandkonto zum 31.12.2005		6.794.002,27
Zur Auszahlung 2006 offener Verwaltungsaufwand 2005		307.289,28
Treuhandverpflichtungen zum 31.12.2005		7.101.291,55
zugesagte, noch nicht ausbezahlte Förderungen		-1.852.906,05
frei verfügbare Gelder in 2006		5.248.385,50



Konzept für die Mittelvergabe aus dem Digitalisierungsfonds der RTR-GmbH für den Zeitraum 2006 bis 2010

Wien, 14. Dezember 2005

Inhalt

Einleitung	Seite 2
Bericht über die Verwendung der Mittel in den Jahren 2004 und 2005	Seite 3
Konzept für die Vergabe der Mittel des Digitalisierungsfonds für den Zeitraum 2006 bis 2010	Seite 4

1. Einleitung

Seit der Einrichtung der Arbeitsgemeinschaft „Digitale Plattform Austria“ im Februar 2002 auf Grundlage des Privatfernsehgesetzes 2001 konnte Österreich im Bereich der Rundfunkdigitalisierung aus einer Nachzügler-Position zu jenen Ländern Europas anschließen, die bereits frühzeitig mit der Digitalisierung des Rundfunks begonnen haben. Ein wesentlicher Baustein der Strategie für die rasche und reibungslose Digitalisierung ist der im Jänner 2004 durch den Gesetzgeber geschaffene Digitalisierungsfonds. Der Fonds ist bei der Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH eingerichtet und war ursprünglich mit 7,5 Millionen Euro jährlich dotiert. Derzeit ist der Fonds mit 6,75 Millionen Euro dotiert. Über die Mittelvergabe entscheidet der Geschäftsführer für den Fachbereich Rundfunk der RTR-GmbH. Zuvor ist der Kommunikationsbehörde Austria (KommAustria) Gelegenheit zur Stellungnahme zu geben.

Gemäß § 9 b KommAustria-Gesetz können die Mittel insbesondere für folgende Zwecke verwendet werden:

1. Durchführung wissenschaftlicher Studien und Analysen zu technischen, wirtschaftlichen programmbezogenen und konsumentenorientierten Fragen im Zusammenhang mit der Einführung der digitalen Übertragung von Rundfunkprogrammen;
2. Förderung von Pilotversuchen und Forschungsvorhaben zur digitalen Übertragung von Rundfunkprogrammen;
3. Entwicklung von Programmen und Zusatzdiensten wie insbesondere Elektronische Programmführer, Navigatoren, interaktive und mobile Anwendungen, die den programmlichen und interaktiven Zusatznutzen der digitalen Übertragung deutlich machen und über herkömmliche Rundfunkanwendungen hinausgehen;
4. Maßnahmen, die der öffentlichen Information über die digitale Übertragung von Rundfunkprogrammen dienen;
5. Planung und Errichtung der terrestrischen Senderinfrastruktur zur Übertragung digitaler Rundfunkprogramme unter Berücksichtigung einer entsprechenden Optimierung des Sendernetzes und der Erreichung eines angemessenen Versorgungsgrades der ländlichen Regionen sowie Planung und Errichtung anderer Infrastrukturen, soweit sie eine effizientere Versorgung der Bevölkerung mit digitalen Rundfunkprogrammen ermöglichen;
6. Förderung der Anschaffung der für den Empfang digital übertragener Rundfunkprogramme erforderlichen Endgeräte;
7. Förderungen für Rundfunkveranstalter zur Erleichterung des Umstiegs von analoger auf digitale Übertragung;
8. Maßnahmen zur Schaffung finanzieller Anreize für Konsumenten, die frühzeitig auf den digitalen Empfang von Rundfunkprogrammen umsteigen;
9. Finanzierung des Aufwandes der KommAustria und der RTR-GmbH zur Erstellung und Umsetzung des Digitalisierungskonzepts (§ 21 PrTV-G).

Die Richtlinien für die Vergabe der Mittel sind plattformneutral ausgerichtet und wurden am 16.03.2005 von der Europäischen Kommission als erlaubte Beihilfe nach Artikel 87 EG-Vertrag genehmigt. In seiner plattformneutralen Ausrichtung dient der Digitalisierungsfonds zahlreichen anderen Mitgliedstaaten der EU als Vorlage bei den Überlegungen, eigene Fördermechanismen zur Beschleunigung der Rundfunkdigitalisierung zu schaffen.

2. Bericht über die Verwendung der Mittel des Digitalisierungsfonds in den Jahren 2004 und 2005

Den Schwerpunkt der Förderungstätigkeit der RTR-GmbH im Jahr 2004 bildete das Projekt „DVB-T Testbetrieb Graz“. Inhalt des Projektes war die Herstellung und Erprobung eines kompletten technischen Kreislaufs für interaktives Fernsehen im Raum Graz auf der Basis von DVB-T im Vorwärtskanal und im MHP-Standard für interaktive Zusatzdienste unter Einbeziehung von 150 Testhaushalten. Ergänzend wurde in 50 weiteren Haushalten das ADSL-Netz der Telekom Austria als alternativer Vorwärtskanal erprobt.

Die Gesamtaufwendungen im Rahmen dieses Projekts beliefen sich auf rund 11,1 Mio. EUR, davon entfielen 9,7 Mio. EUR auf die Kernpartner. Die restlichen 1,4 Mio. EUR haben sich auf die übrigen Projektteilnehmer verteilt. Kernpartner waren jene Projektpartner, die an der Erstellung des Projektdesigns sowie der Festlegung der wesentlichen Projektziele des Testbetriebes mitgewirkt haben, nämlich RTR-GmbH, ORF, Siemens AG Österreich und Telekom Austria AG. Die übrigen Projektpartner wurden nach der Festlegung des Projektdesigns und der Projektziele im Rahmen der Digitalen Plattform zur Teilnahme am Testbetrieb eingeladen, um eine möglichst umfassende Einbindung von Rundfunkveranstaltern und sonstigen am Rundfunkmarkt tätigen Unternehmen zu gewährleisten und somit Ergebnisse zu erzielen, die für die gesamte Rundfunkbranche aussagekräftig sind. Seitens des Digitalisierungsfonds wurden rund 5,1 Mio. EUR in das Projekt eingebracht. Die Steirische Wirtschaftsförderungsges.m.b.H (SFG) unterstützte das Projekt mit weiteren 1,5 Mio. EUR, die restlichen Gelder kamen von den Kernpartnern und sonstigen Partner selbst.

Durch Einsatz der Fondsmittel nach den Grundsätzen der Sparsamkeit, Wirtschaftlichkeit und Zweckmäßigkeit ist es gelungen, 1.659.273,89 EUR in das Geschäftsjahr 2005 vorzutragen.

Der ausführliche Bericht über die Mittelvergabe des Digitalisierungsfonds im Jahr 2004 ist auf der Website der RTR-GmbH www.rtr.at (Rubrik Digitalisierungsfonds) abrufbar.

Im Jahr 2005 wurden bisher Förderungen aus Mitteln des Digitalisierungsfonds in der Höhe von 894.877,47 EUR zugesagt. Bei den geförderten Projekten handelt es sich im Wesentlichen um Projekte zur Erprobung der Ausstrahlung von DVB-T von einem Großsender, zur Erstellung und Erprobung eines plattformübergreifenden Content Management Systems (CMS) und zur Erprobung interaktiver Spiele über eine MHP-Plattform. Darüber hinaus wurden Anträge zur Förderung eines im dritten Quartal 2005 in Linz stattfindenden DVB-C Projektes bei der RTR-GmbH eingebracht. Auf Basis der zum Berichtszeitpunkt bestehenden Förderverträge und der noch laufenden Förderverfahren geht die RTR-GmbH davon aus, dass im Jahr 2005 maximal 1,7 Mio. EUR an Fördergeldern ausgezahlt werden. Für die Verwaltung der RTR-GmbH und für den Kostenersatz zur Erstellung und Umsetzung des Digitalisierungskonzeptes und die Vergabe von Aufträgen zur Erstellung von Gutachten und Studien im Zusammenhang mit der Digitalisierung des Rundfunks waren für das Jahr 2005 rund 20% der Mittel des Digitalisierungsfonds budgetiert. Aus heutiger Sicht ist davon auszugehen, dass mindestens 5,4 Mio. EUR aus den Jahren 2004 und 2005 in das Jahr 2006 vorgetragen werden können.

Der abschließende Bericht über die Mittelverwendung des Digitalisierungsfonds im Jahr 2005 wird im ersten Quartal 2006 auf der Website der RTR-GmbH publiziert werden. Damit stehen dem Digitalisierungsfonds im Jahr 2006 insgesamt rund 12 Mio. EUR zur Verfügung.

3. Konzept für die Vergabe der Mittel des Digitalisierungsfonds für den Zeitraum 2006 bis 2010

3.1 Grundsätze der Mittelvergabe

Die Vergabe der Mittel des Digitalisierungsfonds erfolgt nach den Grundsätzen der Plattformneutralität, um eine Wettbewerbsverzerrung durch Bevorzugung einzelner Plattformen zu vermeiden. Aus Mitteln des Digitalisierungsfonds werden daher Projekte auf allen Plattformen, die sich für die Verbreitung von Rundfunk eignen, gefördert.

Ein weiteres Kriterium für die Mittelvergabe ist das Digitalisierungskonzept der Kommunikationsbehörde Austria (KommAustria), welches die rechtlichen, technischen und zeitlichen Rahmenbedingungen für die Digitalisierung des Rundfunks in Österreich beschreibt. Um den Konsumenten eine Orientierungshilfe beim Erwerb von Endgeräten zu bieten und um die Interoperabilität von Diensten zu gewährleisten, werden lediglich Entwicklungen und Endgeräte gefördert, die den im von der Europäischen Kommission veröffentlichten „Verzeichnis der Normen und/oder Spezifikationen für elektronische Kommunikationsnetze und -dienste sowie zugehörige Einrichtungen und Dienste“ enthaltenen europäischen Standards entsprechen.

Darüber hinaus sind alle Förderungen des Digitalisierungsfonds zeitlich begrenzt und, wo dies geboten ist, degressiv gestaltet und werden nur dann gewährt, wenn eine Förderung erforderlich ist, um das konkrete Projekt durchzuführen.

Abgesehen von den allgemeinen Grundsätzen der Mittelvergabe durch den Digitalisierungsfonds kommen zu den einzelnen Fördermaßnahmen noch weitere Kriterien dazu. Diese werden in den folgenden Absätzen im Rahmen der Beschreibung der einzelnen Maßnahmen zusammengefasst.

Die Kriterien der Mittelvergabe ergeben sich aus dem KommAustria-Gesetz, welches die gesetzliche Grundlage des Digitalisierungsfonds darstellt und aus den Richtlinien des Digitalisierungsfonds, welche die Vorgaben des KommAustria-Gesetzes näher konkretisieren sowie den Entscheidungsgründen der Europäischen Kommission, die in der beihilfenrechtlichen Genehmigung des Digitalisierungsfonds festgehalten sind. Besonderen Wert legt die Europäische Kommission auf die Gewährleistung eines offenen Boxenmarkts, die Plattformneutralität der Förderungen, die vor jeder Förderung vorgesehene Prüfung, ob eine solche erforderlich ist, die zeitliche Begrenzung der Förderungen und die Transparenz des Verfahrens und der Ergebnisse der einzelnen Maßnahmen und Projekte.

3.2 Schwerpunkte der Tätigkeit des Digitalisierungsfonds

I. Konsumentenseitige Maßnahmen: 40%

Es handelt sich hierbei um Förderungen für Konsumenten, die den Umstieg auf digitalen Rundfunk erleichtern und beschleunigen sollen. Geplant ist eine Incentivierung von Konsumenten, die frühzeitig auf den digitalen Empfang von digitalen Rundfunkprogrammen umsteigen und damit in besonderem Ausmaß zur Beschleunigung des Einführungsprozesses beitragen. Darüber hinaus wird auch eine Unterstützung von kaufkraftschwachen

Bevölkerungsschichten erforderlich sein, falls die Gefahr besteht, dass diese durch die Kosten des Umstiegs auf digitalen Rundfunkempfang von der Informationsgesellschaft ausgeschlossen werden. Vorgesehen sind insbesondere Zuschüsse für den Kauf von digitalen Endgeräten.

Kriterien:

- Offener Boxenmarkt: Die Förderungen beziehen sich auf alle Endgeräte unabhängig von deren Herkunft.
- Kaufhindernis Marktpreis: Endgeräte werden nur gefördert, wenn und insofern der Marktpreis der Geräte ohne Förderung ein Kaufhindernis darstellt. Es sollen insbesondere solche Boxen gefördert werden, die für den Konsumenten gegenüber den analogen Empfangsgeräten einen Mehrwert darstellen, die also über die bloße Übertragung von Fernsehsignalen hinausgehen und die spezifischen Vorteile der Digitalisierung darstellen können. Ein Beispiel dafür sind interaktive Boxen, mit welchen der Empfänger Zusatzdienste wie etwa weiterführende Informationen zu laufenden Fernsehsendungen, Onlinelexika, Video on Demand und ähnliches abrufen kann.

II. Abfederung der Mehrkosten für Rundfunkveranstalter: 20%

Ziel ist die Abfederung der Mehrkosten, die Rundfunkveranstalter im Zuge des Umstiegs auf digitalen Rundfunk insbesondere durch die gleichzeitige analoge und digitale Abstrahlung entstehen. Gefördert werden können auch allfällige Investitionen des Rundfunkveranstalters, die für die digitale Übertragung erforderlich sind.

Grundlage für die Abschätzung der zu erwartenden Kosten ist ein Gutachten von Prof. Dr. Thomas Hirsche, DI Walter Berner und Andreas Hamann von der Landesanstalt für Kommunikation Baden Württemberg (LFK) über die Kosten des Umstiegs auf DVB-T in Österreich, in welchem unter anderem die Kosten der analogen und der digitalen Rundfunkübertragung in Österreich berechnet wurden. Das Gutachten ist unter www.rtr.at (Rubrik Portfolio/Schriftenreihe) abrufbar.

Kriterien:

- Anspruchsberechtigte: Anspruchsberechtigt sind ausschließlich Rundfunkveranstalter nach dem Privatfernsehgesetz, dem Privatradiogesetz und dem ORF-Gesetz.
- Keine Förderung laufender Kosten: Die Kosten des gewöhnlichen laufenden Sendebetriebs können nicht aus den Mitteln des Digitalisierungsfonds gefördert werden, da dies über eine Abfederung von Mehrkosten hinausgehen würde.
- Zeitliche Begrenzung der Förderung: Das Digitalisierungskonzept der KommAustria sieht vor, dass die Simulcast-Phase möglichst kurz (sechs bis maximal 12 Monate ab Aufbau der digitalen Versorgung in der jeweiligen Region) zu halten ist. Die Förderung wird daher auf einen nach Maßgabe des Digitalisierungskonzeptes angemessen erscheinenden Zeitraum begrenzt werden, um für die Rundfunkveranstalter einen Anreiz zu schaffen, möglichst schnell umzusteigen.

III. Forschungsprojekte zur Beschleunigung bzw. Erleichterung der Rundfunkdigitalisierung: 20%

Die Kofinanzierung von Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten stellt einen Anreiz für die Marktteilnehmer dar, aktiv zur Entwicklung des digitalen Rundfunks beizutragen und in innovative Entwicklungen und Projekte zu investieren.

Kriterien:

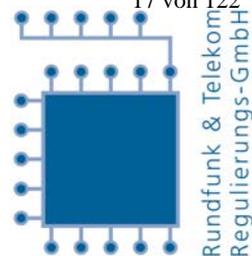
- Innovationsgrad: Gefördert werden Entwicklungen, die den Zusatznutzen der digitalen Übertragung deutlich machen. Laufende Programmkosten und Produktionskosten für herkömmliche Fernsehsendungen ohne spezifischen Zusatznutzen sind nicht förderbar.
- Veröffentlichung der Ergebnisse: Die Ergebnisse von mit Mitteln des Digitalisierungsfonds geförderten Forschungsprojekten sind der Öffentlichkeit zugänglich zu machen.

IV. Verwaltung und Kommunikation durch die RTR: 20%

Es handelt sich einerseits um Ausgaben zur Finanzierung des Aufwandes der KommAustria und der RTR-GmbH zur Erstellung und Umsetzung des Digitalisierungskonzepts gemäß § 21 PrTV-G (beispielsweise Kosten für Teilnahme an internationalen Konferenzen zur digitalen Frequenzplanung) und andererseits um Ausgaben zur Information der Öffentlichkeit über die Digitalisierung des Rundfunks in Österreich auf allen Plattformen. Insbesondere soll eine marktunabhängige und objektive Information der Konsumenten über die verschiedenen Rundfunkplattformen gewährleistet werden. Die Öffentlichkeit soll über die regulatorische Tätigkeit im Rahmen der Rundfunkdigitalisierung, den Grad der Digitalisierung auf den einzelnen Plattformen sowie die die neuesten Entwicklungen auf diesem Gebiet informiert werden.

3.3 Gewichtung der Mittelverwendung des Digitalisierungsfonds

Die prozentuelle Gewichtung bezieht sich auf den Gesamtzeitraum 2006 bis 2010, nicht aber auf die einzelnen Jahre. Es ist daher durchaus möglich, dass sich in den einzelnen Jahren die Gewichtung nicht mit der von der oben dargestellten deckt, weil die Kosten nicht in jedem Jahr in gleicher Höhe anfallen. Insgesamt werden dem Digitalisierungsfonds 2006 bis 2010 rund 39 Mio. EUR zur Verfügung stehen. Die Schwerpunktsetzung der Mittelvergabe wird laufend auf Zweckmäßigkeit überprüft. Sollte sich herausstellen, dass einzelne Schwerpunkte nicht in der ursprünglich angenommenen Form beibehalten werden können, wird eine entsprechende Anpassung erfolgen.



RTR

Tätigkeitsbericht des FERNSEHFONDS AUSTRIA

Berichtsjahr 2005

Bericht an den Bundeskanzler gemäß § 9 c Abs. 4
iVm § 9 g Abs. 1 und 6 KommAustria-Gesetz (KOG)

30. März 2006

RTR

Inhalt

I. Einleitung.....	3
II. Die Förderungsrichtlinien des FERNSEHFONDS AUSTRIA	3
III. Verwendung der Mittel des FERNSEHFONDS AUSTRIA 2005	4
IV. Gebundene Mittel per 31.12.2005	9
V. Abgewiesene Förderentscheidungen	10
VI. Zielerreichung im Sinne der gesetzlichen Bestimmungen	11
ANHANG	15

I. Einleitung

Mit der Novelle des KommAustria-Gesetzes (KOG) wurde per 01.01.2004 bei der RTR-GmbH ein Fernsehfilmförderungsfonds eingerichtet. Die RTR-GmbH verwaltet diesen Fonds und erhält jährlich EUR 7,5 Mio. aus einem Teil der Gebühren gemäß § 3 Abs. 1 Rundfunkgebührengesetz (RGG), die früher dem Bundesbudget zugeflossen sind. Diese Summe (abzüglich des Personal- und Sachaufwandes der RTR-GmbH für die Verwaltung des Fonds) dient zur Unterstützung der Produktion von Fernsehfilmen, -serien und -dokumentationen. Die Herstellungsförderung für solche Filme soll zur Steigerung der Qualität der Fernsehproduktion und der Leistungsfähigkeit der österreichischen Filmwirtschaft beitragen, den Medienstandort Österreich stärken und eine vielfältige Kulturlandschaft sicherstellen. Schließlich soll die Förderung einen Beitrag zur Stärkung des audiovisuellen Sektors in Europa leisten.

Die gesetzliche Grundlage bilden die §§ 9f bis 9g iVm §§ 9c bis 9e KOG. Diese Bestimmungen umschreiben die Ziele der Förderung und die Aufbringung der Mittel. In § 9h ist die Einrichtung eines Fachbeirates geregelt. Dem Fachbeirat obliegt es, eine Stellungnahme zu den eingereichten Vorhaben im Hinblick auf die Förderungswürdigkeit abzugeben. Er besteht aus fünf Mitgliedern, die vom Bundeskanzler für die Dauer von drei Jahren ernannt werden. Die Mitglieder haben fachkundige Personen aus dem Filmwesen zu sein und über mehrjährige einschlägige Praxis zu verfügen.

Der Fachbeirat setzte sich im Jahr 2005 wie folgt zusammen:

- Dr. Werner Müller (Wirtschaftskammer Österreich), Vorsitzender,
- Georgia Tornow (film20), Stellvertretende Vorsitzende,
- MMag. Gerlinde Seitner (Österreichisches Filminstitut),
- Reinhard Schwabenitzky (Regisseur und Produzent),
- Kurt Mayer (Regisseur und Produzent).

Förderentscheidungen werden vom Geschäftsführer der RTR-GmbH für den Fachbereich Rundfunk, Dr. Alfred Grinschgl, nach Stellungnahme durch den Fachbeirat auf Basis der Förderrichtlinien getroffen. Unterstützt wird er durch Dr. Margarete Moser, Dr. Kurt Reindl und Tünde Senhofer als Mitarbeiter des FERNSEHFONDS AUSTRIA.

Mit 01.10.2005 wurde der Fernsehfilmförderungsfonds in FERNSEHFONDS AUSTRIA umbenannt und damit ein klarer Österreich-Bezug geschaffen. Das neue Logo wurde speziell auf die On-Screen-Verwendung abgestimmt, es gewährleistet ein markantes Erscheinungsbild und stellt gleichzeitig einen klaren Bezug zur RTR-GmbH her.



II. Die Förderungsrichtlinien des FERNSEHFONDS AUSTRIA

Die im Herbst 2004 der Europäischen Kommission zur Notifizierung vorgelegten geänderten Richtlinien wurden mit Entscheidung vom 13.07.2005 K(2005)2571, staatliche Beihilfe Nr. N 77/2005 bis 30.06.2007, genehmigt. Die neu gefassten Bestimmungen sind rückwirkend mit

01.01.2005 in Kraft getreten. Ein wesentlicher Änderungsbedarf bestand vor allem in Punkt 3.6 der Richtlinien betreffend die Vereinbarungen mit Fernsehveranstaltern. Die Bestimmung sieht nunmehr insbesondere einen ausnahmslosen Rechterückfall nach sieben Jahren bei Filmen und Dokumentationen und nach zehn Jahren bei Serien vor. Gleichzeitig wird es einem an der Finanzierung der Herstellungskosten beteiligten Fernsehveranstalter erleichtert, in seinem Lizenzgebiet seine Exklusivität zu wahren.

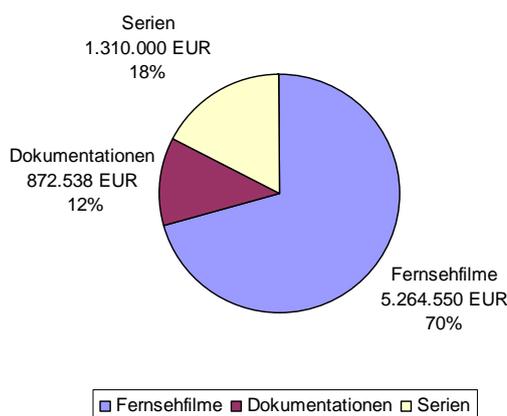
In Zusammenhang mit der Neufassung der Richtlinien wurde von Prof. Dr. Oliver Castendyk und Prof. Klaus Keil vom Babelsberger Erich Pommer Institut (EPI) im November 2004 ein Expertengutachten zur Angemessenheit von Bedingungen zwischen Fernsehveranstaltern und -produzenten in Österreich erstellt. Dieses Gutachten ist am 27.04.2005 im Rahmen der Schriftenreihe der RTR-GmbH erschienen (Band 1/2005).

III. Verwendung der Mittel des FERNSEHFONDS AUSTRIA 2005

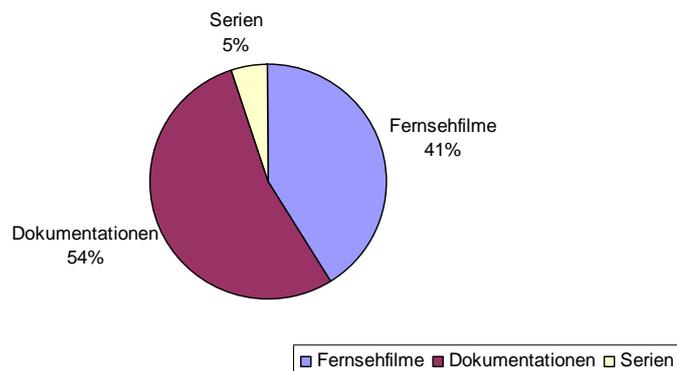
Im Jahr 2005 konnten für 39 Projekte positive Förderentscheidungen in einer Gesamthöhe von EUR 7.447.088 getroffen werden. Es handelt sich dabei um Projekte von verschiedenen Produzenten mit unterschiedlichsten Themen und Längen. Die Förderungsentscheidungen wurden unter Berücksichtigung der Förderungsziele und gemäß den Bestimmungen im KommAustria-Gesetz (KOG) nach Stellungnahme durch den Fachbeirat durch den Geschäftsführer der RTR-GmbH getroffen.

Gefördert wurden 21 Dokumentationen, 2 Fernsehserien und 16 Fernsehfilme, wobei das Förderungsvolumen der Fernsehfilme aufgrund höherer Gesamtherstellungskosten mit EUR 5.264.550 Mio. am höchsten war.

Vergebene Fördermittel 2005



Anzahl der geförderten Projekte 2005



Die gewährten Förderungsbeträge im Detail:

1. Antragstermin 2005:

Entscheidungen 1. Antragstermin		
Dokumentationen	Titel	Förderungshöhe in EUR
FISCHER FILM GmbH	Der Kommunist	20.000
MISCHIEF FILMS - VEREIN ZUR FÖRDERUNG DES	Da blüh'n die schönsten Frauen	28.500
MISCHIEF FILMS - VEREIN ZUR FÖRDERUNG DES	The Pervert's Guide to Cinema	50.000
Petrus van der Let Filmproduktion	Jenseits der Masken	14.902
A 1 plus Film- und TV-Filmproduktions Gesellschaft	Explosive War WW 1	63.000
NAVIGATOR FILM PRODUCTION - Verein zur Förderung	Waltzing back into Life	58.000
	Summe	234.402
Fernsehfilme		
LISA Film Produktion GmbH	Weißblaue Wintergeschichten II	314.262
MR-Film + TV GmbH	Mayerling	700.000
Wega Filmproduktionsgesellschaft mbH	Im Tal des Schweigens II	339.912
EPO-Filmproduktionsgesellschaft m.b.H.	Appolonia Margarete Steiff	350.000
Siegfried Borutta - Pale.Blue.Productions	Henri Dunant - Red on the Cross	700.000
Allegro Filmproduktionsgesellschaft m.b.H.	Die Entscheidung	306.152
	Summe	2.710.326
Serie		
Satel Fernseh- und Filmproduktionsgesellschaft m.b.H.	Soko Donau	960.000
	Summe	960.000
	Gesamtsumme	3.904.728

2. Antragstermin 2005:

Entscheidungen 2. Antragstermin		
Dokumentationen	Titel	Förderungshöhe in EUR
Karin Kaufmann Trax Entertainment Filmproduktion	Das Wiener Derby	17.151
Mischief Film - Verein zur Förderung des Dokumentarfilms KEG	Leopold Weiss alias Muhammad Asad	55.000
Barbara Weissenbeck	Mit 86 Jahren	12.245
Aichholzer Filmproduktion	Claudia Fenz - Die RichterIn	56.476
EuroArts Music International GmbH	Mozarts Jahre in Wien und Salzburg	85.000
Interspot Film-Gesellschaft m.b.H.	Mozart - Eine Spurensuche	89.004
Interspot Film-Gesellschaft m.b.H.	Hohe Tauern Universum	71.345
	Summe	386.221
Fernsehfilm		
LISA Film Produktion GmbH	König der Herzen	270.617
Dor-Film Produktionsgesellschaft m.b.H.	Ausgelöscht	300.000
Wega Filmproduktionsgesellschaft mbH	König Otto	277.728
Fischer Film GmbH	Gefangene	175.000
Satel Fernseh- und Filmproduktionsgesellschaft m.b.H.	Aglaia Schönborn - Liebe hat Flügel	225.000
	Summe	1.248.345
Serie		
EPO-Filmproduktionsgesellschaft m.b.H.	Country Kids	350.000
	Summe	350.000
	Gesamtsumme	1.984.566

3. Antragstermin 2005:

Entscheidungen 3. Antragstermin		
Dokumentationen	Titel	Förderungshöhe in EUR
Petrus van der Let Filmproduktion	Den Kasperl kann keiner erschlagen	27.145
Interspot Film-Gesellschaft m.b.H.	Mut zur Größe- Schloss Hof	35.000
Langbein & Skalnik Media GmbH & Co KEG	André Heller	45.520
Gesellschaft für Video - Produktion m.b.H. Nfg. & Co KG	Ein Kilo Weizen	34.000
	Summe	141.665
Fernsehfilm		
CULT-Filmproduktions-gesellschaft m.b.H.	Zwei Weihnachtshunde	289.710
Satel Fernseh- und Filmproduktionsgesellschaft m.b.H.	Aglaia Schönborn - Liebe ist nicht nur ein Wort	225.000
Graf Filmproduktion GmbH	Der Arzt vom Wörthersee	290.000
Wega Filmproduktionsgesellschaft mbH	Die Hochzeit	251.169
TELLUX-Film GmbH	Mozart in München	250.000
	Summe	1.305.879
	Gesamtsumme	1.447.544

4. Antragstermin 2005:

Entscheidungen 4. Antragstermin		
Dokumentationen	Titel	Förderungshöhe in EUR
Karin Kaufmann - Trax Entertainment	Portrait Dietmar Schönherr	17.500
Adi Mayer´s Filmbüro GmbH	Spanien ist überall	25.550
Nikolaus Geyrhalter Filmproduktion GmbH	Die Vatersucherin	23.000
Siegfried Borutta - Pale.Blue.Productions	Butterkinder	44.200
	Summe	110.250
	Gesamtsumme	110.250

Gesamtsumme aus den Antragsterminen 2005 (in EUR):

GESAMTSUMME aus den Antragsterminen	
1. AT	3.904.728
2. AT	1.984.566
3. AT	1.447.544
4. AT	110.250
Summe	7.447.088

Geförderte Produktionsunternehmen 2005:

Geförderte Firmen	Projekte	Fördersummen
Satel Fernseh- und Filmproduktionsgesellschaft m.b.H.	3	1.410.000
Wega Filmproduktionsgesellschaft mbH	3	868.809
Interspot Film-Gesellschaft m.b.H.	3	195.349
MISCHIEF FILMS - VEREIN ZUR FÖRDERUNG DES DOKUMENTARFILMS KEG	3	133.500
Siegfried Borutta - Pale.Blue.Productions	2	744.200
EPO-Filmproduktionsgesellschaft m.b.H.	2	700.000
LISA Film Produktion GmbH	2	584.879
FISCHER FILM GmbH	2	195.000
Petrus van der Let Filmproduktion	2	42.047
Karin Kaufmann - Trax Entertainment	2	34.651
MR-Film + TV GmbH	1	700.000
Allegro Filmproduktionsgesellschaft m.b.H.	1	306.152
Dor-Film Produktionsgesellschaft m.b.H.	1	300.000
Graf Filmproduktion GmbH	1	290.000
CULT-Filmproduktions-gesellschaft m.b.H.	1	289.710
TELLUX-Film GmbH	1	250.000
EuroArts Music International GmbH	1	85.000
A 1 plus Film- und TV-Filmproduktions Gesellschaft m.b.H.	1	63.000
NAVIGATOR FILM PRODUCTION - Verein & Co KEG	1	58.000
Aichholzer Filmproduktion	1	56.476
Langbein & Skalnik Media GmbH & Co KEG	1	45.520
Gesellschaft für Video - Produktion m.b.H. Nfg. & Co KG	1	34.000
Adi Mayer´s Filmbüro GmbH	1	25.550
Nikolaus Geyrhalter Filmproduktion GmbH	1	23.000
Barbara Weissenbeck	1	12.245

Im Berichtsjahr 2005 wurden daher 25 Produktionsunternehmen Fördermittel in Höhe von insgesamt EUR 7.447.088 gewährt. Die geplanten Gesamtherstellungskosten der geförderten Projekte betragen rund EUR 48 Mio.¹ und die geplanten Aufwendungen in

¹ Darin enthalten nur die aliquoten geplanten Gesamtherstellungskosten für die Folgen drei bis zehn von „Soko Donau“ und den zweiten Teil von „Kronprinz Rudolf“ (Arbeitstitel: „Mayerling“).

Österreich, die in Zusammenhang mit den geförderten Projekten in Österreich umgesetzt werden sollen, betragen in Summe rund EUR 24 Mio.², also das 3,3-fache der zugesagten Fördermittel.

² Darin enthalten nur die aliquoten geplanten Aufwendungen in Österreich für die Folgen drei bis zehn von „Soko Donau“ und den zweiten Teil von „Kronprinz Rudolf“ (Arbeitstitel: „Mayerling“).

IV. Gebundene Mittel per 31.12.2005

Insgesamt waren per 31.12.2005 für 52 Projekte des Jahres 2004 und 2005 EUR 3.349.318,73 gebunden.

Gebundene Mittel für Projekte des Jahres 2004

Von den 42 im Jahr 2004 geförderten Projekten konnten im Jahr 2005 zwei weiterführend gefördert werden. Es handelt sich hierbei um weitere acht Folgen der Serie *Soko Donau* (Folgen drei bis zehn) der Satel-Film und um den zweiten Teil des Fernsehfilms *Kronprinz Rudolf*⁴ von MR-Film.⁴ Es wurden im Zusammenhang mit diesen beiden Projekten daher die Förderungsansprüche aus dem Jahr 2004 in Höhe von 940.000 EUR in das Jahr 2005 übergeführt und im Jahr 2005 neue Verträge mit jeweils einem Förderbetrag unterfertigt. Die alten Verträge sind außer Kraft getreten. Die beiden Projekte werden daher als Projekte des Jahres 2005 betrachtet.

Bei zwei Projekten aus dem Jahr 2004 wurden im Jahr 2005 binnen der durch die RTR-GmbH gesetzten Frist die Bedingungen nicht erfüllt bzw. wurde auf die zugesprochene Förderungssumme verzichtet. Im Jahr 2005 konnte daher zusätzlich über EUR 463.533 verfügt werden.

Für die verbleibenden 38 Projekte des Jahres 2004 mit einer Gesamtfördersumme von EUR 5.809.982 wurden im Jahr 2005 insgesamt EUR 2.988.133,93 an Fördermitteln ausbezahlt. 23 dieser Projekte konnten bereits abgeschlossen werden, d.h. es wurde jeweils die vierte und letzte Teilzahlung geleistet. Per 31.12.2005 waren daher für 15 Projekte des Jahres 2004 Mittel in Höhe von EUR 407.666,07 gebunden.

Anzahl	Gebundene Mittel für Projekte des Jahres 2004	EUR
42	geförderte Projekte	7.214.518
--	Anspruchskürzungen nach Endabrechnungen im Jahr 2005 (Laufbildgesellschaft, Felix Breisach Medienwerkstatt, Langbein & Skalnik) und Rundungsdifferenzen (9 EUR)	-1.003
-2	Überführung in Verträge 2005 (MR-Film, Satel-Film)	-940.000
-2	Bedingungen nicht erfüllt	-463.533
38	Zwischensumme	5.809.982
	Auszahlungen im Jahr 2004	-2.414.182
	Auszahlungen im Jahr 2005	-2.988.134
15	per 31.12.2005 laufende Projekte - gebundene Mittel:	407.666

³ Arbeitstitel „Mayerling“

⁴ Diese beiden Projekte konnten mit den im Jahr 2004 geförderten Projekten im Sinne des Pkt. 10.2. der Richtlinien über die Gewährung von Mitteln aus dem FERNSEHFONDS AUSTRIA, FFRIL0001-0002/2005, jeweils als eine Einheit betrachtet werden.

Anzahl	per 31.12.2005 laufene Projekte des Jahres 2004
38	Projekte des Jahres 2004 mit aufrechten Förderverträgen
-3	im Jahr 2004 abgeschlossene Projekte
-20	im Jahr 2005 abgeschlossene Projekte
15	per 31.12.2005 laufende Projekte

Gebundene Mittel betreffend Projekte des Jahres 2005

Für die 39 Projekte des Jahres 2005 (inkl. Folgen eins und zwei der *Soko Donau* sowie erster Teil von *Kronprinz Rudolf*) wurden insgesamt EUR 5.445.435,34 ausbezahlt. Zwei dieser Projekte konnten im Jahr 2005 abgeschlossen werden. Per 31.12.2005 waren daher für 37 Projekte des Jahres 2005 EUR 2.941.652,66 gebunden.

V. Abgewiesene Förderentscheidungen

Im Jahr 2005 mussten insgesamt 54 unterschiedliche Projekte beurteilt werden.⁵ Von diesen 54 Projekten wurden fünf endgültig zurückgezogen, zehn dieser Projekte entsprachen nicht den in den Richtlinien und im KOG umschriebenen Förderungszweck und waren daher keiner Förderungszusage zugänglich.

Die Ablehnung der Projekte erfolgte aus verschiedenen Gründen. Beispielsweise wurden Projekte im Hinblick auf beschränkte Fördermittel abgewiesen, weil sie im Vergleich zu anderen Projekten desselben Förderungswerbers im Verhältnis zur jeweils beantragten Förderungssumme deutlich geringere Aufwendungen in Österreich aufgewiesen haben, oder der Nachweis der Finanzierung der Gesamtherstellungskosten im Gegensatz zu anderen Projekten nur unzureichend belegt werden konnte. Bei zwei Projekten wurde u.a. der Anteil an der Finanzierung der Gesamtherstellungskosten, der von Fernsehveranstaltern herrührte, als zu gering erachtet. Bei einem Projekt konnte eine 50 % übersteigende Förderung aus öffentlichen Mitteln nicht hinreichend argumentiert werden bzw. erschien eine solche nicht gerechtfertigt. Ein Projekt wurde zu spät eingereicht.

Ebenfalls im Hinblick auf die beschränkten Fördermittel konnte im Zusammenhang mit einigen Projekten aufgrund eines zum betreffenden Antragstermin hohen Antragsvolumens und der Tatsache, dass im Jahr 2005 noch weitere Antragstermine vorgesehen waren, nicht die volle beantragte Förderungssumme gewährt werden. Hierbei wurde einerseits die Anzahl der beantragten und bislang geförderten Projekte ein und desselben Produzenten, andererseits die einem Produzenten insgesamt bereits gewährten Förderungsmittel berücksichtigt und auch bedacht, inwieweit das jeweilige Projekt durch die Mittelkürzung gefährdet erschien.

⁵ Insgesamt mussten im Jahr 2005 60 Anträge bearbeitet werden. Darin enthalten sind sechs Projekte, die mehrmals eingereicht wurden (drei vom jeweiligen Förderungswerber vor einer Förderentscheidung selbstständig zurückgezogene und drei abgelehnte Projekte).

VI. Zielerreichung im Sinne der gesetzlichen Bestimmungen

Durch den Einsatz der Fördermittel konnten Produktionen realisiert werden, die ohne Mittel aus dem FERNSEHFONDS AUSTRIA nicht bzw. nicht in vergleichbarem Umfang und vergleichbarer Qualität hätten realisiert werden können.

Im Zusammenhang mit den durch die RTR-GmbH geförderten Projekten konnte der Medienstandort Österreich somit direkt als auch indirekt gestärkt werden. Die geplanten Aufwendungen in Österreich der im Jahr 2005 geförderten Projekte betragen rund EUR 24 Mio., also das 3,3-fache der eingesetzten Fördermittel, die in die heimische Filmwirtschaft fließen: künstlerische und kreative Filmschaffende, filmwirtschaftliche und filmtechnische Betriebe und andere branchenspezifische Unternehmen profitieren von dieser Situation.

Die Implementierung des FERNSEHFONDS AUSTRIA hat in den letzten beiden Jahren daher auch dazu beigetragen, jene Kultur- und Filmschaffenden im Land zu halten, die über die nötigen Fähigkeiten und Fachkenntnisse zur Herstellung eines hervorragenden Filmes verfügen. Dadurch wird das für die Schaffung von Filmen unerlässliche Industriepotenzial in Österreich ebenfalls nachhaltig gestärkt.

So konnte z.B. der TV-Zweiteiler *Kronprinz Rudolf* (Regie: Robert Dornhelm), eine Koproduktion der MR-Gruppe mit Jan Mojto's EOS Film, der ohne Fördermittel des FERNSEHFONDS AUSTRIA in einem der östlichen Nachbarländer gedreht worden wäre, in Österreich produziert werden.

Der Historienfilm *Mozart – Ich hätte München Ehre gemacht* wurde durch die Fördergelder des FERNSEHFONDS AUSTRIA teilweise in Salzburg gedreht. Der Produktionsfirma pale.blue.production ist es gelungen, eine Koproduktion mit Frankreich und der Schweiz mit internationalem Thema *Henry Dunant-Red on the cross*, mit den zur Verfügung gestellten Fördermitteln nach Österreich zu holen und einen Teil der Drehtage in die Steiermark zu legen. Als weitere historische Verfilmung in Koproduktion EPO – Filmproduktionsgesellschaft m.b.H. mit Film Line/Deutschland wurde *Appolonia Margarete Steiff* ebenfalls mit Fördergeldern realisiert und fand großen Anklang bei den Fernsehzusehern.

Die eingereichten Koproduktionen belegen die verbesserte Position der österreichischen Filmbranche:

(a) Zusammenarbeit mit Fernsehveranstaltern:

Im Hinblick auf Produktionen mit europäischer Beteiligung sind an den 39 im Jahr 2005 geförderten Projekten insgesamt 34 Projekte mit europäischen Fernsehveranstaltern geplant worden. Nur vier Projekte werden mit alleiniger Beteiligung des Österreichischen Rundfunks durchgeführt, insgesamt ist der Österreichische Rundfunk in 28 Projekte involviert. An einem Projekt ist Premiere Österreich beteiligt. An 28 der 39 geförderten Projekte sind deutsche Fernsehveranstalter (ARD/Degeto, BR, WDR, SWR, ZDF, SAT1 Super RTL) bzw. ARTE beteiligt. An elf Projekten sind 27 weitere europäische Fernsehveranstalter bzw. die European Broadcasting Union (EBU) beteiligt.

lfd. Nr.	europäische TV-Veranstalter (ohne deutsche und ohne ARTE)
1	Bulgarian National TV
2	Channel 4/London
3	Czech Territory
4	E EN Belgique Flamande
5	EPT Greece
6	Fox International Channels/Louxeembourg
7	France 2
8	KTO/Frankreich
9	MTV Hungaria
10	NMO/Niederlande
11	NRK/Norwegen,
12	OJSC Center TV (GUS)/Russland
13	RAI Alto Adige/Italien,
14	Reti Televisive Italiane S.p.A. (RTI)/Italien
15	RTBF Belgique Wallonie
16	RTP Portugal
17	RTV Slovenija
18	RUV Island
19	SFDRS/Schweiz
20	Teleac/NOT The Netherlands
21	Television Swiss Romande TSR/Schweiz
22	TV Espana nationales TV Madrid
23	TV3 Katalunya regionales TV Barcelona
24	TVP Polska,
25	VPRO/Niederlande
26	YLE Finland
27	EBU

(b) Zusammenarbeit mit Koproduktionsunternehmen

21 der geförderten Projekte waren Koproduktionen mit 20 Produktionsfirmen aus dem Ausland, 18 Projekte haben österreichische Firmen ohne Koproduzenten durchgeführt. Eine deutsche Produktionsfirma war zweimal beteiligt, in zwei Fällen (Event Film und Almaro Film) handelt es sich um Tochterfirmen österreichischer Produktionsunternehmen in Deutschland. Die Gesamtherstellungskosten der 21 Projekte in Koproduktion belaufen sich auf rund EUR 34 Mio., die Gesamtherstellungskosten der 18 Projekte der österreichischen Firmen belaufen sich auf rund EUR 14 Mio.

Koproduktionsfirmen	
1	Almaro Filmproduktion/Deutschland
2	Area TV Barcelona
3	ARTIA NOVIA FILM/Deutschland
4	Artline Films/Frankreich, Light Night/Schweiz
5	Bauderfilm/Deutschland
6	Bavaria Film GmbH/Deutschland
7	Cologne Film/Deutschland
8	DocLab s.r.l.
9	DUNE s.a./Frankreich,
10	EOS Film/Deutschland
11	Event Film/Deutschland
12	Film LineproduktionsgesmbH/Deutschland
13	Indi Film GmbH/Deutschland
14	Insertfilm/Schweiz
15	Lone Star Filmprod./London
16	Lumen Film/Niederlande
17	Neue Sentimental Film/Deutschland
18	TAG/TRAUM Filmproduktion/Deutschland
19	Bohemian s.a.r.l./Schweiz
20	Ziegler Film GmbH&Co KG/Deutschland

(c) Zusammenarbeit mit Förderinstitutionen

Neben dem FERNSEHFONDS AUSTRIA waren an zahlreichen Projekten einerseits regionale Förderinstitutionen aus Österreich (FFW, Cine Styria, Cine Tirol, etc.) andererseits europäische Förderinstitutionen, wie beispielsweise der FilmFernsehFonds Bayern/Deutschland, die Filmstiftung Nordrhein-Westfalen/Deutschland, das Centre National de la Cinématografie (CNC)/Frankreich oder der Hungarian Film Fund beteiligt. Der große Anteil der Schweizer Förderinstitutionen ist durch die Koproduktion „Henry Dunant-Red on the cross“ erklärbar. Für diese Produktion und „Appolonia Margarete Steiff“ sind auch Mittel aus dem Media Programm der Europäischen Union geflossen.

Zusammenarbeit mit regionalen Förderinstitutionen in Österreich	Projekte (Anzahl)
FFW	13
Cine Styria	6
Cine Tirol	3
Land Niederösterreich	7
Stadt Graz	2
Salzburg Agentur	2
Kärnten Werbung GmbH	1
Land Steiermark Tourismus	1
	35
Zusammenarbeit mit Förderinstitutionen in Europa	
FFF Bayern Deutschland	2
Baden Württemberg Deutschland	1
NRW Deutschland	1
Bundesamt der Kultur Bern	1
Cité de Genève Schweiz	2
Département de l'Action et de la Santé Schweiz	1
Eglise Catholique Romaine-Genève Schweiz	1
Office Fédérale de la Culture-EDI/OFC Schweiz	1
Tele-Productions-Fonds GmbH Schweiz	1
Fond Regio de Genève Schweiz	1
Kanton Solothurn Schweiz	1
CNC Frankreich	2
Hungarian Film Fund Ungarn	1
ICIC Katalunya Spanien	1
Instituto luce S.p.A. Italien	1
	18
Zusammenarbeit mit Media Programm der Europäischen Union	
Media plus, Mediafonds2 (Steiff)	1
Media TV Distribution (Dunant)	1

Die Regelungen zum Rechterückfall hatten zur Folge, dass nicht nur auf Seite der Produzenten Bewusstsein für den eigenen Rechtstock als „stille Reserve“ und Einnahmequelle geschaffen werden konnte, sondern auch die an die Finanzierung beteiligten Fernsehanstalten zur Vereinbarung eines Rechterückfalls veranlasst werden konnten. Das Ziel, die Unabhängigkeit der Produzenten durch den nunmehr in der Regel ausnahmslosen Rechterückfall zu stärken, konnte daher unter Anwendung der novellierten Richtlinien für 2005 erreicht werden.

Bei eventuellen weiteren Einschränkungen des Erwerbs von Rechten durch die an der Finanzierung beteiligten Fernsehveranstalter (z.B. Fristverkürzung) muss aber jedenfalls berücksichtigt werden, dass die Gefahr besteht, dass „die Sender sich aus geförderten Projekten zurückziehen, was auch nicht im Sinne der Produzenten sein kann.“⁶ Wenn die

⁶ Castendyk in: Angemessene Bedingungen zwischen Fernsehveranstaltern und -produzenten in Österreich, Schriftenreihe der RTR-GmbH, Band 1/2005, 130.

Unabhängigkeit der Produzenten über diesen Weg noch weiter gestärkt werden soll, so müsste dies über eine entsprechende gesetzliche Initiative, also einer rundfunkrechtlichen Regulierung der „Terms of Trade“ erfolgen. Derartige Regelungen existieren beispielsweise in Großbritannien und Frankreich.⁷

⁷ A.a.O., 108 ff.

ANHANG

Die Fondsverrechnung im Detail:

FERNSEHFONDS AUSTRIA (in EUR)

FFFF		
Stand Treuhandgelder am 31.12.04		4.772.146,82
Einzahlungen		
Zuführung aus Eingängen	7.500.000,00	
Zinsen	123.804,26	
Summe		7.623.804,26
verfügbar		12.395.951,08
Verwendung		
Überhang Verwaltungsaufwand 2004	-48.850,99	
bezahlt für Verwaltungsaufwand 2005	-419.000,00	
Auszahlungen für Förderungen 2004	-2.988.133,93	
Auszahlungen für Förderungen 2005	-5.445.435,34	-8.901.420,26
Saldo aus Anfangsbestand, Ein- und Auszahlungen 2005		
= Stand Treuhandkonto zum 31.12.2005		3.494.530,82
Zur Auszahlung 2006 offener Verwaltungsaufwand 2005		-50.736,18
Treuhandverpflichtungen zum 31.12.2005		3.443.794,64
zugesagte, noch nicht ausbezahlte Förderungen		-3.349.318,73
gebundene Mittel aus 2004	-407.666,07	
gebundene Mittel aus 2005	-2.941.652,66	
frei verfügbare Gelder in 2006		94.475,91

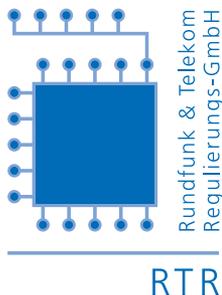
Hinweis zur Position „Auszahlungen für Förderungen 2004“ und „Auszahlungen für Förderungen 2005“:

In der Position „Auszahlungen für Förderungen 2005“ bzw. „gebundene Mittel aus 2005“ sind Zahlungen bzw. gebundene Mittel für zwei Projekte enthalten, die mit zwei Projekten des Jahres 2005 jeweils eine Einheit bilden. Die im Jahr 2004 zugesagten Fördermittel für diese zwei Projekte wurden mit den im Jahr 2005 zugesagten Fördermitteln jeweils in einem Vertrag zusammengeführt. Insgesamt werden in der o.a. Darstellung daher gewährte Fördermittel 2004 in Höhe von EUR 940.000 als Fördermittel 2005 qualifiziert. In den Auszahlungen 2005 befinden sich daher Auszahlungen in Höhe von 666.666,67 EUR und in den gebundenen Mitteln 2005 befinden sich daher Mittel in Höhe von EUR 273.333,33, die ursprünglich aus Förderentscheidungen des Jahres 2004 herrühren. Insoweit weichen daher die Zahlen des Jahresabschlusses der RTR-GmbH von den o.a. Zahlen ab.

Die vom Bundesministerium für Finanzen zum gesetzlich vorgesehenen Termin angewiesenen Mittel des FERNSEHFONDS AUSTRIA wurden auf einem Konto bei der Kommunalkredit Depotbank AG veranlagt und erzielten im Berichtsjahr 2005 einen Zinsertrag von EUR 123.804,26.

Förderzusagen (EUR 7.447.088) und Verwaltungsaufwand (EUR 469.736,18) unterschritten im Jahr 2005 den Gesamtbetrag der zur Verfügung stehenden Mittel um rund 94 TEUR.

Zur Implementierung von DVB-T in Österreich



Zur Implementierung von DVB-T in Österreich

Eine qualitative Studie von
Univ.-Prof. Dr. Ingrid Paus-Hasebrink,
Leiterin des Fachbereichs Kommunikationswissenschaft
und der Abteilung für Audiovisuelle Kommunikation,
Universität Salzburg

unter Mitarbeit von Mag. Eva Hammerer,
Mag. Christian Ortner, Abteilung Audiovisuelle
Kommunikation, Universität Salzburg

im Auftrag der Rundfunk und Telekom
Regulierungs-GmbH (RTR-GmbH)

**Schriftenreihe der
Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH**

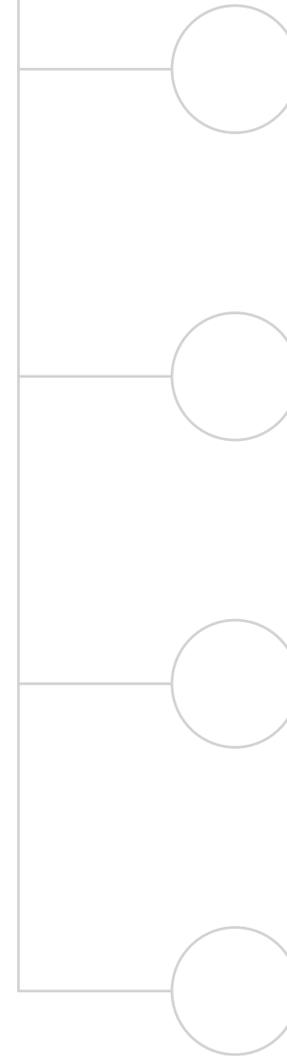
Band 3/2005



Inhaltsverzeichnis

Vorwort	6
1. Einleitung	9
2. Digitalisierung aus Sicht der Konsumentenvertreter	13
3. Zukünftige Nutzungsszenarien von DVB-T	19
3.1. Qualitative Rezeptionsstudie mit (zukünftigen) Nutzern von DVB-T	19
3.1.1. Zur Methode der Gruppendiskussion	19
3.1.2. Methodisches Vorgehen	20
3.1.3. Auswertung der Gruppendiskussionen	24
3.2. Ergebnisse der Gruppendiskussionen in Graz	27
3.2.1. Gruppendiskussion Graz 1	27
3.2.2. Gruppendiskussion Graz 2	42
3.2.3. Resüme	60
3.3. Ergebnisse der Gruppendiskussionen mit zukünftigen Nutzern	63
3.3.1. Gruppendiskussion mit Jugendlichen in Salzburger Kleinstadt	63
3.3.2. Gruppendiskussion mit technisch Interessierten	71
3.3.3. Gruppendiskussion in einer ländlich geprägten Gemeinde	84
3.3.4. Gruppendiskussion mit sozial Benachteiligten	94
3.3.5. Gruppendiskussion mit Senioren	105
3.3.6. Resüme	114

4. Zukünftige Nutzertypologien für den Umgang mit DVB-T	119
4.1. Internationale Nutzertypologie	119
4.1.1. Sekundäranalyse internationaler Rezeptionsstudien	119
4.1.2. Charakteristika internationaler Nutzertypen	122
4.2. Derzeitige Nutzertypen zum Umgang mit DVB-T in Österreich	127
4.2.1. Zur Vorgehensweise bei der Typenbildung	127
4.2.2. Charakteristika derzeitiger Nutzertypen in Österreich	128
4.3. Resümee	146
5. Resümee: Zur Implementierung von DVB-T	151
6. Prognose: Zukünftige Entwicklung in Österreich	157
Literatur	171
Die Autoren	175
Impressum	177



Vorwort

Die Vorbereitungen für die Einführung des digitalen terrestrischen Fernsehens (DVB-T) in Österreich gehen in die entscheidende Phase. Im Rahmen der im Mai 2005 gestarteten Multiplex-Ausschreibung der Medienbehörde KommAustria wird im Laufe dieses Jahres ermittelt werden, wer die Zulassung für den Aufbau und den Betrieb der ersten digital-terrestrischen Multiplex-Plattform erhalten wird. Die Aufnahme des Regelbetriebs von DVB-T in den Ballungsräumen wird aus heutiger Sicht im zweiten Halbjahr 2006 erfolgen. Die regionsweise gestaffelte Abschaltung der analogen Frequenzen bei zeitgleichem Ausbau des digitalen Signals in die Fläche ist für den Zeitraum zwischen 2007 und 2010 geplant.

Vor rund einem Jahr, im Juni 2004, präsentierte die RTR-GmbH im Rahmen ihrer Schriftenreihe ein erstes Gutachten zum „Umstieg auf DVB-T in Österreich“. Ging es in dem vom damaligen Direktor der Landesanstalt für Kommunikation in Baden-Württemberg (LfK), Prof. Dr. Thomas Hirschle, vorgelegten Gutachten primär um die frequenztechnischen und wirtschaftlichen Aspekte der Digitalisierung der terrestrischen Fernsehverbreitung, so steht in der nun vorliegenden Ausgabe der RTR-Schriftenreihe die Sicht der künftigen Rezipienten von DVB-T im Mittelpunkt.

Die vorliegende qualitative Studie „Zur Implementierung von DVB-T in Österreich“, erstellt im Auftrag der RTR-GmbH von Univ.-Prof. Dr. Ingrid Paus-Hasebrink, Leiterin des Fachbereichs Kommunikationswissenschaft und der Abteilung für Audiovisuelle Kommunikation der Universität Salzburg und ihren wissenschaftlichen Mitarbeiterinnen, Mag. Eva Hammerer und Mag. Christina Ortner, leistet einen unverzichtbaren Beitrag zu einer der zentralen Fragestellungen im Rahmen der Digitalisierung des Fernsehens: Was erwarten sich die Konsumenten von der neuen Technologie? Welche Nutzertypologien und Nutzerszenarien von DVB-T zeichnen sich ab?

Es besteht kein Zweifel: Bei allen technischen, juristischen und wirtschaftlichen Aspekten und Herausforderungen der Digitalisierung – der zentrale Erfolgsfaktor für die Umstellung auf digitales terrestrisches Fernsehen – liegt in der Akzeptanz durch die betroffenen Fernsehkonsumenten.

An dieser Stelle möchte ich Frau Univ.-Prof. Dr. Ingrid Paus-Hasebrink und ihren engagierten Mitarbeiterinnen für ihren fundierten wissenschaftlichen Diskussionsbeitrag aufrichtig danken, und Ihnen, geschätzte Leserinnen und Leser, eine anregende und erkenntnisreiche Lektüre wünschen!

Prof. Dr. Alfred Grinschgl
Geschäftsführer der RTR-GmbH, Fachbereich Rundfunk

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 aufgrund 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 Teilen beleuchtet die Studie unter Einsatz unterschiedlicher Methoden den Untersuchungsgegenstand möglichst vielseitig und liefert Antworten auf folgende Forschungsfragen:

- 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?

Aufgrund des großen Umfangs der Studie umfasst die vorliegende Publikation nur die drei Teile zur Perspektive der Konsumentenvertreter, zu zukünftigen Nutzungsszenarien von DVB-T sowie zu Nutzungstypologien für den Umgang mit der neuen Technologie. Die Veröffentlichung der gesamten Studie – einschließlich des ausführlichen Überblicks über den Stand der Implementierung von DVB-T in Europa – erfolgt unter der Internetadresse http://www.rtr.at/web.nsf/deutsch/Portfolio_Studien_nach+Datum

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 Kapitel 2 der Studie 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 und wie die Umstellung aus Konsu-

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.

mentensicht bestmöglich gestaltet werden kann. Die Einschätzungen der Experten sollen zusätzlich zu Ergebnissen aus Gruppendiskussionen mit (zukünftigen) Nutzern eine erweiterte Perspektive auf den Untersuchungsgegenstand liefern.

(Zukünftige) Nutzungsszenarien von DVB-T

Im Kapitel 3 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 der Sekundäranalyse zur Generierung von internationalen Nutzertypen für den Umgang mit DVB-T 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 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 soziodemografische und sozioökonomische Kriterien miteinbezogen.

Zukünftige Nutzertypologien für den Umgang mit DVB-T

Die Wünsche und Erwartungen von Rezipienten bezüglich des Fernsehangebots sind je nach Interessen, Gewohnheiten und Bedürfnissen stark unterschiedlich, weshalb die Betrachtung der Nutzer als einheitliche Gruppe zu kurz greift. Kapitel 4 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. Digitalisierung aus Sicht der Konsumentenvertreter

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 Leitfaden² entworfen, in dem folgende Frage-dimensionen 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 13.10.2004 in Wien und Salzburg durchgeführt, im Folgenden transkribiert und ausgewertet. Dazu wurden sämtliche Aussagen der Experten den vier Dimensionen des Leitfadens systematisch zugeordnet.

² Der Anhang der Studie, indem sich u. a. der Leitfaden für die Experteninterviews befindet, ist online in der Gesamtstudie einsehbar (siehe Paus-Hasebrink u. a. 2005).

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.

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 Programm-Anbietern 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 Tatsache, 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). Grandosek 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.

3. Zukünftige Nutzungsszenarien von DVB-T

In diesem Kapitel 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 der Sekundäranalyse zur Generierung von internationalen Nutzertypen 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 den Grundstock für nachfolgende 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 soziodemografische und sozioökonomische Kriterien miteinbezogen.

3.1. Qualitative Rezeptionsstudie mit (zukünftigen) Nutzern von DVB-T

3.1.1. 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 zu Grunde 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 in 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.

3.1.2. 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 befragt.

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.³ Außerdem wurden anschließend an alle Probanden Fragebögen⁴ zu soziodemografischen 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:

	Alter	Geschlecht	Bildung	Einkommen	HH-Größe	Ort
technisch Interessierte⁵	20–45	eher männlich	mittlere/höhere	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

3 Die beiden Leitfäden für die Erhebungen finden sich online im Anhang der Gesamtstudie (siehe Paus-Hasebrink u. a. 2005).

4 Der Fragebogen findet sich ebenfalls online im Anhang der Gesamtstudie (siehe Paus-Hasebrink u. a. 2005).

5 Mit technisch Interessierten wurden insgesamt zwei Gruppendiskussionen durchgeführt, um genügend Mitglieder dieser Nutzergruppe zu erreichen. Die Ergebnisse der Diskussionsrunde in Linz, bei der vier Personen teilgenommen haben, wurden aufgrund des großen Umfangs der Studie jedoch nicht in diese Publikation aufgenommen. Interessierte Leser können sie jedoch in der Gesamtstudie online nachlesen (siehe Paus-Hasebrink u. a. 2005).

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 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. Jahrhunderts so viele Medien zur Verfügung wie nie zuvor. Aber auch die Freizeitgestaltung spielt bei 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.

3.1.3. 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.⁶ 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.

⁶ Die beiden Codewortbäume finden sich online im Anhang der Gesamtstudie (siehe Paus-Hasebrink u. a. 2005).

- 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 sich mehr mit dem Medium Fernsehen beschäftigt haben, mehr genutzt haben und auf andere Medien verzichtet haben.
- Zusatzdienste/Interaktive Angebote/EPG: 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 (VOD): 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 (PVR): 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 Nutzern 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 sich nicht mit denen in Graz decken⁷:

- Kurzbeschreibung der Teilnehmer und Gesprächsverhalten
- Einstellung zum Fernsehen allgemein
- Fernsehempfang/Programmvvielfalt/Bild- und Tonqualität: In dieser Dimension finden sich Aussagen zum momentanen Fernsehempfang der Probandinnen und Probanden. Außerdem wurde nach ihren Einstellungen zu Programmvvielfalt 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

⁷ Einstellungen und Nutzungsweisen zu Video on Demand wurden in den Gruppendiskussionen zwar mit erhoben, da sich diese aber als nicht relevant für die Erstellung zukünftiger Nutzungssituationen erwiesen haben, wurden sie in diesem Kapitel nicht berücksichtigt. Die Ergebnisse wurden allerdings für die Generierung der Nutzungstypologie mit einbezogen, um einschätzen zu können, ob die Probanden überhaupt zu DVB-T wechseln würden. Auf die Erhebung der Einstellungen und Nutzungsweisen zum Personal Video Recorder wurde in der zweiten Erhebungswelle gänzlich verzichtet, da diese keinerlei Relevanz für die Forschungsergebnisse haben, wie sich durch die Ergebnisse in Graz gezeigt hat.

3.2. Ergebnisse der Gruppendiskussionen in Graz

3.2.1. Gruppendiskussion Graz 1

Beschreibung der Teilnehmer und Gesprächsverhalten

Diese Gruppendiskussion fand am 04.08.2004 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 selbstständiger 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 Nebenmedium 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 (fünf und sieben 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 zuerst mal gelesen und das war wirklich, da hat man sich 'dacht, des ist ja interessant. Ja und wie die Dame mich ange- worben hat, telefonisch, hab ich mich eigentlich sofort äh bereit erklärt (...).“ (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 grafischen 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 hängt' 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 hängt' 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 FESSEL-GfK 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, Lesengewohnheiten und sonstige kulturelle nicht ändern, deshalb, weil's Fernsehen vielleicht bequemer oder irgendwie umfangreicher wird.“

Zusatzdienste/Interaktive Angebote/EPG

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 aufwändig, 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 aufwändig 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' fernschauen, 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 auseinander gesetzt 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 durchwegs 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 Gewähr leistet: „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 gotv⁸ 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 Jugendlischer 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

⁸ 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.

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 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 macht 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 (Onlinebanking, 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' 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 werd', 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 würde, 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 Sinn, 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 würde 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 würde 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, des is’ schon fast ein Wahnsinn, des, des, da ist man schon total out, und ... I man, i will Urlaub haben, i will irgendwo a mal dem entkommen. I waß net, ... ja, vielleicht wenn i allein, wenn i ganz allein wär irgendwo und dann ... ja, i waß es net, aber i find es ist so furchtbar diese ständige mediale Einkastelung, des, da läuft’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 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 Kamera-position 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 Bedienerfreundlichkeit“. 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“.

3.2.2. 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 redigewandt 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 bissl 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 versumpfen 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 FESSEL-GfK 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/EPG

Hier zeigte 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 fantastisch ... Und dadurch, dass man das Fernsehbild oder die Grafiken unterbringt, haben's die Schrift da z'ammengedepscht, 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 (Onlinebanking, 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 Voraussetzung, 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 aufwändig 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, „könn't 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 des Ding und dann is' aber nicht deinen Entsprechungen, wasst 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 is' a tolles Titellied, man würd' gern wissen, von wem is' des, und dann weiß ma' des 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 a tolle Sendung über Neuseeland, druck' an Knopf und seh' die Hotels, die's dort gibt und was a 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 anfach 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 Angebote 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 Video on Demand 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 (PVR) 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 bring'.“ Herr Mehringer würde sich „Die Simpsons“ 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 böses' computermäßig aussieht. 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 % 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.

3.2.3. 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. Verließ 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 funktio-

nierende 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.

3.3. Ergebnisse der Gruppendiskussionen mit zukünftigen Nutzern

3.3.1. Gruppendiskussion mit Jugendlichen in Salzburger Kleinstadt

Die Gruppendiskussion fand im Raum eines Pfadfinderheims in einer Kleinstadt im Bundesland Salzburg statt. Anwesend waren 23 Mitglieder der Pfadfindergruppe im Alter zwischen 14 und 17 Jahren, die alle noch zur Schule gehen, sowie der Gruppenleiter und sein Helfer.⁹

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

⁹ 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.

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 12-jährigen 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 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 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 ihn die Sender, die ihm durch die Umstellung zur Verfügung stehen, inhaltlich nicht unbedingt ansprechen.

Programmvielfalt 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 ich 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 Timer¹⁰ 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. 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 zeitaufwändig“.

Interaktive Zusatzangebote zum laufenden Programm

Den analogen Teletext 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,

¹⁰ Dabei handelt es sich um einen Festplattenrekorder, der auch analoges Fernsehen aufzeichnen kann.

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 erlaubt¹¹. 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 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

¹¹ Ausgenommen sind von dieser Regelung Lotto, Toto sowie behördlich genehmigte Tombolaveranstaltungen. (vgl. Salzburger Jugendgesetz LGBl. Nr. 24/1999, § 34)

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 Fernsehen 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 gleich bedeutend, „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“.

3.3.2. Gruppendiskussion mit technisch Interessierten

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 selbstständiger 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 selbstständiger Basis voll berufstätig. Während der Diskussion meldet er 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 Nachrichten-

sendungen. Die beiden Wohnungskollegen Herr Kubek und Herr Clary haben derzeit kein Gerät, Herr Kubek vermisst den Fernseher aber schon etwas: „I woass 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 was 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.

Fernsehempfang/Programmviefalt/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. Programmviefalt 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 Satellitenanschluss 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 Wohngemeinschaft. 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, Programmviefalt 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 grafisch 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 so weit 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 so viel 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 durchwegs 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, das 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 Fernsehbereich. 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 Herrn 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, 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, donn 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, 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 muss, 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 Herrn Mackner wären frei wählbare Kameraeinstellungen vor allem bei Sport-Events sinnvoll und er fände es gut, „wenn i dos so selber einmal a bissel 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 Sport-sendungen 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 Gewähr leistet 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, des 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 Geldbörse 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 eingeschalten 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 woass i net, des mog i net!' Aber der Fernseher, do kennt ma sich a bisserl besser aus. Und wenn dos einigermäßen 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 Videorekorder 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 wos tuan damit eigentlich, auf der anderen Seit'n wenn i ma denk, jo jetzt woass i genau, jetzt wär grad wos 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 Herrn Wagner, der in der Altstadt wohnt, wo es gesetzlich verboten ist, Satellitenschüsseln an Häusern anzubringen, wäre ein portables Fernsehgerät von besonderem Interesse: „Weil wenn man schaut de ganzen Häusel, 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 wirklichen 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 Herrn 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 was 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 EUR 50,- 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 EUR 50,- 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, donn 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 Unterschied 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 eineinhalb Jahren 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 Programmviefalt eine große Rolle, „weil wenn a digitaler Sat-Receiver schon gleich vüll kostet wie a digitaler terrestrischer Receiver und hab dasselbe 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 Satellitenschüssel 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 Satellitenfernsehen 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.“

3.3.3. Gruppendiskussion in einer ländlich geprägten 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.¹²

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 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.¹³ 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.

¹² Die Rekrutierung der Probanden lief über den Bürgermeister der Gemeinde, der sich als ausgesprochen kooperativ erwies.

¹³ 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 „Informations-sendungen, 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 hiatz 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 Sat-Anlage 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 Seifter 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 woass 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 aufwändig, sich damit auseinander zu setzen, „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 mit Hilfe 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 Teletext 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, wos 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 Grünwald 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 läuft.“ 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 Kamera Perspektiven. 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?“ Pizza bestellen 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 Wohnzimmeregestaltung 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 wären 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 aufwändig“. 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 „multimediale 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 ersetzen 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 schaut 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. Stunden 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'zungen“ 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 so weit 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 Programmvielfalt 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.“

3.3.4. Gruppendiskussion mit sozial Benachteiligten

Das Gruppeninterview fand in einem Raum an der Universität Salzburg statt.¹⁴ Am Interview beteiligten sich drei Frauen im Alter zwischen 18 und 55 Jahren sowie vier Männer im Alter zwischen 31 und 57 Jahren.

¹⁴ 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 EUR 1.000,- liegt und sie gar nicht oder nur bedingt berufstätig sind.

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 Roman 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 40.¹⁵ 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.

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.

¹⁵ Herr Aschenbrenner hat den vorgelegten Fragebogen nur unvollständig ausgefüllt. Daher ist es nicht möglich, genauere Angaben zu seiner Person zu machen.

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 Siegel 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 „guten 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 zu viel 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/Programmvierfalt/Bild- und Tonqualität

Sigrid Siegel 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 Satellitenanschluss.

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 „3.000 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 Programmvierfalt nicht, solange sie die von ihnen favorisierten Angebote empfangen können. Sigrid Siegel 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, 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 Programmvierfalt 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 Senderauswahl 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 Sigrig 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 aufwächst – 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!“ Sigrig Siegel 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 Dokumentations-sendungen 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“. Sigrig Siegel findet Zusatzinfos ebenfalls nur bei Informationssendungen sinnvoll: „Wenn wirklich was interessant is', wo i ma denk, des möcht i mal näher wissen (...) aber wia 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 Anmeldezeiten? Oder wie viel kostet's bei ihnen? Dass man gleich ein Angebot kriegt, wer ist der Günstigste? Und das sieht man 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 Siegel 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 Fernsehrückmeldungen 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 Iglsberger, 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 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 EUR 20,-. 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 wia 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, viel 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, für, 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, gibt's 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 wia's mit'm Internet is'.“

Onlinebanking 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, Onlinebanking 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 Onlinebanking 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 „Armutzeugnis 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 amol 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 während dessen 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 Siegel 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 Fernsehen 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.“

3.3.5. Gruppendiskussion mit 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.¹⁶

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) war als Angestellte und selbstständige tätig. Am Gespräch beteiligt sie sich rege.¹⁷ 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 Schmirll 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 Schmirll öfter zu Wort, kommt dabei aber häufig

¹⁶ Die Probanden wurden über Kontaktpersonen in Seniorenvereinen rekrutiert.

¹⁷ Zwischen ihr und Ulrike Schatzer bestehen offensichtlich einige Spannungen, die in der Diskussion unterschwellig ausgetragen werden, diese beeinflussen den Gesprächsverlauf aber nicht.

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 sie sich gelegentlich zu Wort, tritt dann aber äußerst bestimmt auf. Monika Keppler ist 75 Jahre alt. Sie lebt allein.¹⁸ 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 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 zu 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 Schmirrl sehen am liebsten neben dem Bügeln fern: „Das wertet das Bügeln auf, wirklich ganz toll“ (Frau Schmirrl). 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 sogen, äh, wir schauen gerne fern.“ Bevorzugt rezipiert er Informations-

sendungen 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 Teilnehmern 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 Satelliten-schüssel anzuschaffen, da er in dem Stadtteil, in dem er wohnt, ORF1 nur sehr schlecht empfangen könne, nachdem der Sendemast verlegt worden sei: „Zurzeit gar nicht zum Anschauen, weil da sind Streifen durch. Der Zweier

¹⁸ Frau Keppler hat den Fragebogen nicht ausgefüllt, weshalb keine genaueren Angaben zu ihrer Person möglich sind.

(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 eben 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 Programmvierfalt. 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)¹⁹. 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 Schmirrl kennt digitales Fernsehen von ihrem Nachbarn, den sie zufällig besucht hat: „Und der ist a schon a älterer Herr, und der hot donn glei aufgeschrien: ‚Nicht so viele Sender, bitte nur wenige!‘ und die Bildqualität ist super.“

¹⁹ Frau Schatzer war als Vorsitzende eines Seniorenvereins die Kontaktperson zur Rekrutierung der Probanden für diese Gruppendiskussion. Den Zeitpunkt der Umstellung kennt sie daher aus einem an sie gerichteten Brief der Interviewerinnen.

Interaktive Zusatzangebote

EPG

Alle Teilnehmer dieser Gruppendiskussion wählen das Fernsehprogramm mit Hilfe einer Programmzeitschrift aus und gehen mit der Aussage von Frau Schmirrl 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 aufwändig, 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 Fernsehbild 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 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, gibt's 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 so viel 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 Schmirl 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 möchte 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 ge-

steuert“ (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 solche Filme mehr kommen? Das glaub ich sicher nicht!“ Frau Vogel und Herr Pichler zeigen sich interessiert daran, selbst die Kamera-perspektive 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 Opern-übertragungen 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 Busfahrchein, 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 Schmirl 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 gibt's 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 Wetttipps 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 Schmirgl 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.“

3.3.6. Resümee

Abschließend sollen die wichtigsten Ergebnisse der sechs Gruppendiskussionen²⁰ 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 sich 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. 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,

²⁰ Die sechs Gruppendiskussionen umfassten Jugendliche, technisch Interessierte, sozial Benachteiligte, Pensionisten und sowie Bewohner einer Gebirgsgemeinde (siehe dazu auch Kapitel 3.1.2.). Mit technisch Interessierten wurde je eine Erhebung in Linz und Salzburg durchgeführt. Die Ergebnisse der Diskussionsrunde in Linz sind aus Platzgründen in dieser Publikation jedoch nicht enthalten, sondern finden sich nur online in der Gesamtstudie (siehe Paus-Hasebrink u. a. 2005). In die Zusammenfassung der wesentlichen Befunde in diesem Kapitel sind sie jedoch eingeflossen.

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.

4. Zukünftige Nutzertypologien für den Umgang mit DVB-T

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.

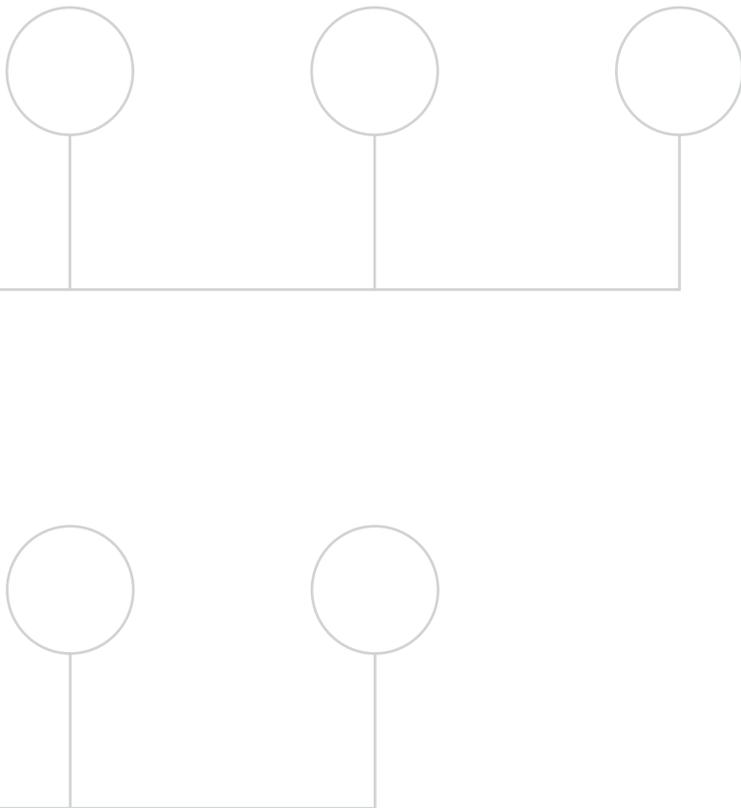
Um über den derzeitigen Stand in Österreich hinaus Prognosen über zukünftige Umgangsweisen mit DVB-T erstellen zu können, erweist es sich als fruchtbar, auch Ergebnisse zur Nutzung von DVB-T bzw. digitalem Fernsehen in Ländern, in denen die Digitalisierung schon weiter fortgeschritten ist, mit einzubeziehen. 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 Analogue Turn Off (ATO) schon durchgeführt wurde, lässt der anschließende Vergleich der Nutzertypen vorsichtige Aussagen über zukünftige Nutzungsweisen in Österreich zu.

4.1. Internationale Nutzertypologie

4.1.1. 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 zehn²¹ 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 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, Videorekorder, 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/Brandenburg²² 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 Übertragungswegs	gut	mittelmäßig	wenig bis gar nicht
Einstellung zu digitalem Fernsehen	positiv	neutral bzw. geteilt	negativ
Einstellung zu DVB-T bzw. zur Umstellung des terrestrischen Übertragungswegs	positiv	neutral bzw. geteilt	negativ
Interesse an interaktiven und multimedialen Diensten	großes Interesse	eingeschränktes Interesse	wenig bis kein Interesse
Interesse an mobilem und portablen TV	großes Interesse	eingeschränktes Interesse	wenig bis kein Interesse
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	großes Interesse*	eingeschränktes Interesse	wenig bis kein Interesse

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

Quelle: Eigene Darstellung

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 Tabelle²³ nach Eigenschaften der Nutzer – darunter Alter, Geschlecht, (Aus)Bildung, derzeitige Tätigkeit, Einkommen, Haushaltsgröße, 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

21 ARD/ZDF Projektgruppe Digital (2003)/B A T (2002)/Döbler; Stark (2001)/Downing (2002)/Freeman u. a. (2001)/Klein u. a. (2004a)/Klein u. a. (2004b)/Mohr (2004)/Mori (2002)/Södergård (2003).

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

23 Auswertungstabelle 1 findet sich online im Anhang der Gesamtstudie (siehe Paus-Hasebrink u. a. 2005).

sich die extrahierten Informationen der einzelnen Studien in einer Tabelle (Auswertungstabelle 2)²⁴ 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, so weit wie nötig, abgeändert. Dadurch konnten die vorläufigen Nutzertypen am empirischen Material überprüft und zur besseren Charakterisierung um soziodemografische Merkmale, Haushaltsgröße, Internetnutzung, Stellenwert des Fernsehens etc. ergänzt werden.

4.1.2. 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:

„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 auch 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 weit gehend zufrieden, obwohl damit nur eine kleine Auswahl an Programmen möglich war. Weder größere Programmvierfalt, 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.

²⁴ Auswertungstabelle 2 findet sich ebenfalls online im Anhang der Gesamtstudie (siehe Paus-Hasebrink u. a. 2005).

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 aufgrund 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 Programmvierfalt und die bessere Bildqualität. Interaktive Dienste waren ebenso 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 soziodemografische Merkmale eine größere Heterogenität aufweisen, als Angehörige aller anderen Nutzertypen.

„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 Programmviefalt 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 Kabel- oder Satelliten-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 digitalen Fernsehen, was vorwiegend daran liegt, dass sie sich noch nicht mit dem Thema Digitalisierung auseinander gesetzt 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 weit gehend 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 dem 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 Programmviefalt, 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.²⁵

4.2. Derzeitige Nutzertypen zum Umgang mit DVB-T in Österreich

4.2.1. Zur Vorgehensweise bei der Typenbildung

Unabhängig von den Ergebnissen internationaler Studien wurde auf Basis der empirischen Daten aus den Gruppendiskussionen²⁶ mit zukünftigen Nutzern von DVB-T eine Typologie für Österreich generiert. Um die Vergleichbarkeit

²⁵ 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.

²⁶ Zur Methode, Auswahl der Probanden, Leitfaden und Durchführung der Gruppendiskussionen siehe Kapitel 3.1.1. und 3.1.2.

mit den internationalen Nutzertypen zu Gewähr leisten, mussten dafür dieselben Vergleichsdimensionen²⁷ 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 23 Personen durchgeführt wurde.²⁸ Da nicht alle 23 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 Matrix²⁹ 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 soziodemografische Faktoren³⁰ wie Geschlecht, Alter, Bildung, Einkommen, derzeitige Tätigkeit und Haushaltsgröße mit tendenzieller Häufung auftraten.

4.2.2. Charakteristika derzeitiger Nutzertypen in Österreich

„Zufällige Digital-Nutzer“

Der Typus des ‚Zufälligen Digital-Nutzers‘ zeichnet sich dadurch aus, dass die betreffenden Personen (vier 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 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 Anm.) 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. Aufgrund 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

27 Siehe dazu Kapitel 4.1.1.

28 Die Begründung dafür findet sich in Kapitel 3.3.1.

29 Ein Beispiel für ein Kurzprofil findet sich online im Anhang der Gesamtstudie (siehe Paus-Hasebrink u. a. 2005).

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

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 auseinander gesetzt, 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 EUR 1.000,- und EUR 3.000,-. 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 Videorekorder, DVD-Player und DVD-Rekorder 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 (drei 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 Qualitätsfros“, 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 Programmviefalt spielt für diesen Nutzertyp eine Rolle; sowohl Herr Mackner als auch Herr Kramer (24) betonen, dass ihnen die Auswahl aus „hundertn 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 EUR 3.000,- netto. Die anderen beiden Angehörigen dieses Nutzertyps studieren 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 EUR 1.000,- 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 Videorekorder 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, Feedback 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 denn 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 a 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 Urlaubs- 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 interaktivem 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 (fünf 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 EUR 1.001,- und EUR 2.000,- 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-Gerät 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 Hause 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 EUR 1.000,- 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 Herr Ritzer sein TV-Gerät stark vermisst, sich so bald als möglich wieder eines kaufen möchte und gerne täglich vier Stunden schauen würde, räumt Frau 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 ‚Unein-

geschränkt Interessierten' stark voneinander, Vielseher wie, Herr 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 (neun 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 (fünf Fälle), Reservierungen, Bestellungen und Einkäufe (vier Fälle), Onlinedienste wie E-Mail oder TV-Banking (vier 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“ (drei 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 Programmvielfalt ist ebenfalls in drei Fällen dominant, wobei in zwei Fällen daneben noch interaktive Dienste oder bessere Empfangs-

qualität 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 aufgrund 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 (sieben 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 Videorekorder 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 (fünf 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 Bevölkerungs-

gruppen Vorteile bringt. Weder größere Programmvierfalt noch bessere Empfangsqualität könnten ‚Befürworter‘ davon überzeugen, zum jetzigen Zeitpunkt auf die digitale Technik umzusteigen.

Interaktiven Diensten gegenüber zeigen sich manche (fünf 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. Ingesamt lässt sich sagen, dass Angehörige dieses Nutzertyps nur eine vage Vorstellung davon haben, was digitales Fernsehen sein könnte; sie sind sich aber darüber im Klaren, dass sich die neue Technik auf lange Sicht durchsetzen wird.

Hinsichtlich soziodemografischer Merkmale lassen sich die elf ‚Befürworter‘ in zwei fast gleich große Gruppen trennen. Zum einen zählen zu diesem Nutzertyp junge technisch Interessierte (fünf Fälle) zwischen 23 und 27 Jahren, die studieren, in kleinen Haushalten oder Wohngemeinschaften leben und über ein monatliches Einkommen von ca. EUR 1.000,- verfügen. Dabei handelt es sich fast ausschließlich um Männer (vier 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 EUR 2.000,- und EUR 3.000,- 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 EUR 2.000,- 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) ungerne verzichten würden; dementsprechend ist auch die Häufigkeit und Dauer der Fernsehnutzung tendenziell hoch.

‚Unentschlossene‘

Für ‚Unentschlossene‘ (18 Fälle) ist charakteristisch, 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 drei Fälle) über E-Mail-Dienste, Bewertung von Sendungen, Beteiligung bei Quizsendungen, Liederwünsche, Votings, Spielen, Bestellmöglichkeiten und Einfluss auf Kameraperspektiven (je zwei Fälle) bis hin zu Sportwetten (ein 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. Herr Paarhammer (34) ist wichtig, dass man nicht zu viel 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 Graz³¹ 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 soziodemografische 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 (sechs Fälle) sowie junge Erwachsene im Alter von 20 bis 25 Jahren (vier 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 (drei 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

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

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 (sieben Fälle), überdurchschnittlich hoch. Mit Fernsehgeräten, Videorekordern 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 (fünf 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 ‚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 (drei 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 Übertragungswegs³², 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.

32 Nur zwei der fünfzehn ‚Skeptiker‘ geben an, den Begriff „digitales Fernsehen“ überhaupt schon gehört zu haben.

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 aufgrund 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“ (Schmirgl; 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 Kartenreservierungen, äußert Evita (15) Angst vor Suchtverhalten und Abhängigkeit, und Lea (16) meint: „Do konnst jo ois bestellen, 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 aufgrund 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 Programm-

zeitschrift 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 bei den ‚Skeptikern‘ vereinzelt Personen (drei 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 Fernsehnutzung in privaten und öffentlichen Situationen 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 so weit, 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‘ (sieben Fälle) handelt es sich um Pensionisten zwischen 60 und 65 Jahren, die in kleinen Haushalten wohnen und monatlich zwischen EUR 1.000,- und EUR 3.000,- zur Verfügung haben. Weiters finden sich unter Vertretern dieses Typs Berufstätige (vier Fälle) zwischen 38 und 45 Jahren mit einem Nettoeinkommen von EUR 2.000,- bis EUR 3.000,-, die mit (Ehe)Partner und Kindern zusammenleben. Zwei allein stehende Arbeits-

lose (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 (drei 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 (sieben 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‘ (acht Fälle) besitzt keinen Videorekorder, und auch DVD-Player finden sich nur vereinzelt (drei Fälle).

4.3. Resümee

Vergleicht man die Typologie, die anhand der Sekundäranalyse internationaler Studien gewonnen wurde mit jener, der die Daten aus den Gruppendiskussionen in Österreich zu Grunde liegen, werden sowohl Ähnlichkeiten als auch

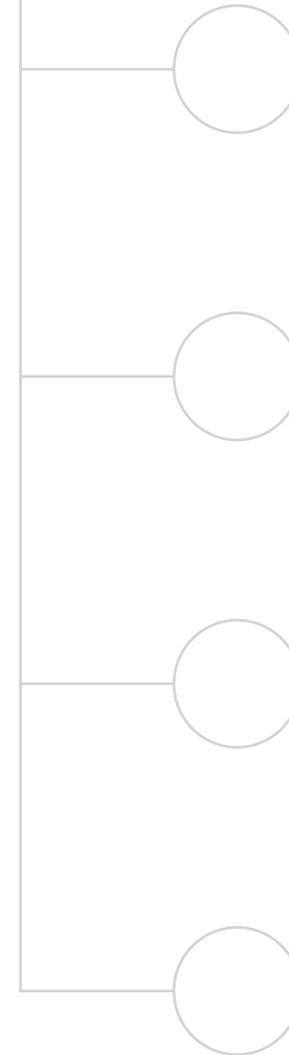
Unterscheide deutlich. Vier der insgesamt sieben internationalen Nutzertypen lassen sich auch in Österreich identifizieren: Es handelt sich dabei um ‚Digitale Kabel- oder Satelliten-Nutzer‘, ‚Zufällige Digital-Nutzer‘, ‚Unentschlossene‘ und ‚Skeptiker‘. Bis auf den Typus des ‚Unentschlossenen‘ erweisen sich die vier internationalen Nutzertypen mit den österreichischen Entsprechungen – auch im Hinblick auf soziodemografische Merkmale – als weitgehend deckungsgleich.

Dieses Ergebnis deutet darauf hin, dass in Österreich ähnliche Bevölkerungsgruppen aus ähnlichen Motiven auf digitales Satelliten- oder Kabelfernsehen umsteigen wie auch in anderen europäischen Staaten. Die Entscheidung für digitalen Empfang wird dabei entweder bewusst und informiert getroffen oder passiert zufällig aufgrund 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 empfanden.

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. EUR 2.000,- bis EUR 3.000,- 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 soziodemografische 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.



5. 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 Gewähr leisten 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.³³ 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.

³³ Zur genauen Auswahl siehe Kapitel 3.1.2.

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‘.³⁴ Anschließend wurden diese mit den Ergebnissen einer Sekundäranalyse von 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 durchwegs 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.“

34 Siehe dazu Kapitel 4.2.2.

‚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, dass der neuen Technik nicht entgegen 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.

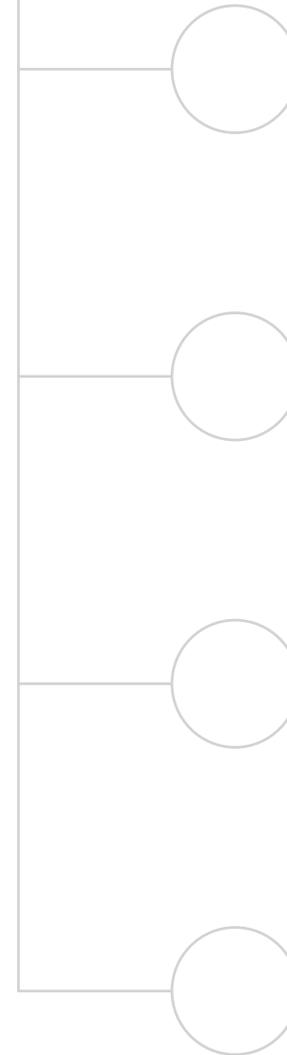
Es lässt sich dennoch beobachten, dass ‚Unentschlossene‘ über eine tendenziell niedrigere Bildung verfügen und auch ‚Befürwortern‘ ein geringeres Reflexionsvermögen in Bezug auf die neue Technik eigen ist. Eine gravierende Rolle kommt der formalen Bildung nur beim Nutzertyp des ‚Skeptikers‘ zu; Angehörige 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 Fantasie 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 nahe liegend. 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 Empfangswegs 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.



6. 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 zeigt³⁵ – 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 Gruppendiskussionen erworben haben. Die Positionen der Probanden haben sich also großteils nicht im Laufe einer Auseinandersetzung mit den Vor- und Nachteilen des digitalen Fernsehens entwickelt, sondern stellen vielmehr Reaktionen auf 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

³⁵ Siehe Kapitel 4.3.

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 weit gehend 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 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 aufgrund ähnlicher Motive digitalen Empfang annehmen oder ablehnen – wie in anderen europäischen Ländern auch.³⁶ Mit fortschreitender Digitalisierung ist daher eine tendenziell ähnliche Entwicklung der Nutzertypen zu erwarten.

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

Quelle: Eigene Darstellung

³⁶ Siehe dazu genauer Kapitel 4.3.

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; 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 weit gehend 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 weit gehend 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 Programmvietfalt 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 weit gehend 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 weit gehend 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 Fernsehens 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 Nutzertyp im Zuge der Abschaltung der analogen Frequenzen auch deutlichen Zuwachs verzeichnen. Kritisch ist diesbezüglich vor allem der Zeitpunkt, wo Fernsehzuschauer aufgrund des Simulcast-Betriebs erstmals Auswirkungen auf ihren Empfang spüren werden.

Jene ‚Skeptiker‘, die digitales Fernsehen nicht aus Angst vor zusätzlich Kosten, sondern aufgrund 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 Programmvietfalt, 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 Programmvietfalt 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 des 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 ‚Unent-

schlossenen‘ 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 ist 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 einem mobilen oder portablen 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. Anders als ‚Uneingeschränkt Interessierte‘³⁷ 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 aufgrund 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 aufgrund 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 Satelliten-

37 ‚Uneingeschränkt Interessierte‘ tendieren wegen des hohen Stellenwerts von Programmvielfalt und uneingeschränkter Fernsichtnutzung eher zu Kabel- oder Satellitenempfang.

schüssel 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 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.

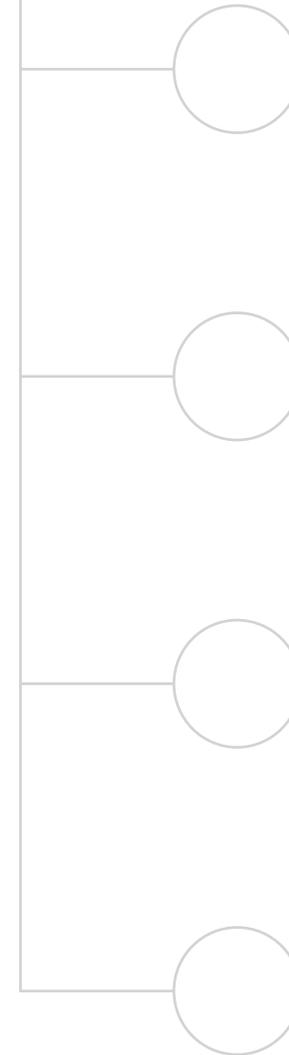
‚Interessierte‘, die ihre Programme über Kabel oder Satellit empfangen, weisen weitaus weniger Veränderungspotenzial auf als die analogen Terrestriker. Dies ist insofern verwunderlich, da auch sie – wie der Name schon andeutet – großes Interesse an digitalem Fernsehen äußern. Ausschlaggebend dafür ist in den meisten Fällen interaktives und deutlich seltener auch mobiles TV. Der Grund, warum sie dennoch in absehbarer Zeit 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 weit gehend zufrieden sind, ist das Bedürfnis nach diesen Angeboten aber nicht ausgeprägt genug, so dass sie auf die neue Technik umsteigen würden. Mit fortschreitender Entwicklung interaktiver Zusatzdienste sind sie, längerfristig betrachtet, aber vermutlich eine wichtige 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 Wechselpotenzial 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 aufgrund 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 neuen TV-Gerät kaufen oder aus anderen Gründen (z. B. 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 aufgrund 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 zusätzliche Fernseher und mobile Endgeräte stellen ‚Befürworter‘ keine interessante Zielgruppe dar: Zweit- und Drittgeräte sind nur selten vorhanden und fast ausnahmslos an 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.



Literatur

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].

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

Dahm, Hermann; Rössler, Patrick; Schenk, Michael (1998): *Vom Zuschauer zum Anwender. Akzeptanz und Folgen digitaler Fernsehdienste*. Münster: LIT Verlag.

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].

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.

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.

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].

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.

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).

Lamnek, Siegfried (1995): *Qualitative Sozialforschung. Methoden und Techniken*. Band 2. Weinheim: Psychologie Verlags Union.

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].

Nießen, Manfred (1977): *Gruppendiskussion. Interpretative Methodologie, Methodenbegründung, Anwendung*. München: Fink.

Oehmichen, Ekkehardt (2003): Zur Charakteristik der einzelnen Medien NutzerTypen. In: *Oehmichen, Ekkehardt; Ridder, Christa-Maria* (Hrsg.): *Die MedienNutzerTypologie. Ein neuer Ansatz der Publikumsanalyse*. Baden-Baden: Nomos-Verlag. S. 32-43.

Paus-Haase, Ingrid; Wagner, Ulrike (2000): Der Einsatz der computergestützten qualitativen Analyseemethode 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.

Paus-Hasebrink, Ingrid; Hammerer, Eva; Ortner, Christina (2005): Zur Implementierung von DVB-T in Österreich. Eine qualitative Studie. Ungekürzte Fassung. In: http://www.rtr.at/web.nsf/deutsch/Portfolio_Studien_nach+Datum [19.06.2005]

Schäffer, Burkhard (2003): Gruppendiskussion. In: *Bohnsack, Ralf; Marotzki, Winfried; Meuser, Michael* (Hrsg.): *Hauptbegriffe Qualitativer Sozialforschung: Ein Wörterbuch*. Opladen: Leske + Budrich. S. 75-80.

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> [13.09.2004].

Die Autoren

Paus-Hasebrink, Ingrid; Univ.-Prof. Dr., Professorin für Audiovisuelle Kommunikation und Leiterin des Fachbereichs Kommunikationswissenschaft der Universität Salzburg; Studium der Publizistik, Germanistik und Soziologie an der Westfälischen-Wilhelms-Universität Münster, anschließend Redakteurin, von 1987/88 bis 1995 Lehrtätigkeit an der Westfälischen-Wilhelms-Universität Münster, Privatdozentur an der Universität Bielefeld, von 1999 bis zur Berufung 2001 auf eine Universitätsprofessur in Salzburg Gast-/Vertretungsprofessorin an den Instituten für Kommunikationswissenschaft und Erziehungswissenschaft der Universität Salzburg sowie am Institut für Medien- und Kommunikationswissenschaft der Universität Klagenfurt. Forschungsschwerpunkte: AV-Produktion, Medienpädagogik, Qualitative Methoden, Digitales Fernsehen.

Ortner, Christina; Mag., Wissenschaftliche Projektmitarbeiterin und Studienassistentin für Audiovisuelle Kommunikation am Fachbereich Kommunikationswissenschaft der Universität Salzburg; bis 2004 Studium der Publizistik und Kommunikationswissenschaft sowie der Deutschen Philologie an der Universität Salzburg.

Hammerer, Eva; Mag., Wissenschaftliche Projektmitarbeiterin am Fachbereich Kommunikationswissenschaft der Universität Salzburg; bis 2004 Studium der Publizistik und Kommunikationswissenschaft sowie der Deutschen Philologie an der Universität Salzburg, seit 2000 Online-Redakteurin (Salzburger Nachrichten).

Impressum:

Schriftenreihe der Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH
Band 3/2005: Zur Implementierung von DVB-T in Österreich

Medieninhaber (Verleger), Herausgeber und Redaktion:
Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH (RTR-GmbH)
A-1060 Wien, Mariahilfer Straße 77–79
E-Mail: rtr@rtr.at; Internet: <http://www.rtr.at>

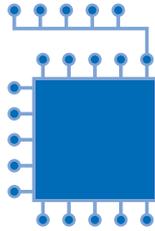
Grafische Konzeption:
Satz & Graphik Ges.m.b.H., A-1140 Wien, Linzer Straße 383

Druck:
TypoDruckSares, A-1190 Wien, Muthgasse 68

Verlags- und Herstellungsort: Wien
Einzelverkaufspreis: EUR 10,-

©Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH, Juni 2005





Rundfunk & Telekom
Regulierungs-GmbH

RTR