



Grimme
Institut



Institut für Medien- und
Kompetenzforschung

Pressemitteilung

5. Juli 2013

Wertvolle Entscheidungsgrundlage für Medienakteure

Grimme-Institut und MMB-Institut für Medien- und Kompetenzforschung legen Studie „Bewegtbild 2020. Strategien der Content-Produzenten“ vor

(Marl/Essen/München) Die parallele Mediennutzung speziell von programm-begleitenden Online-Angeboten wird zum Alltagsphänomen, wobei mobile Geräte wegen ihrer besseren Nutzbarkeit dem ‚smarten‘ Fernsehgerät vorgezogen werden. Für die Gewinnung und Bindung junger Zuschauer wiederum ist ‚Social TV‘ für Produzenten und TV-Veranstalter von hoher strategischer Bedeutung, weil die sozialen Netzwerke wie Facebook und Twitter vor allem von Jugendlichen intensiv genutzt werden, um ihre Vorlieben und Abneigungen gegenüber laufenden Fernsehsendungen zu teilen. Dies gehört zu den Ergebnissen der Studie „Bewegtbild 2020. Strategien der Content-Produzenten“, die am 5. Juli 2013 in München im Rahmen des Filmfestes vorgestellt wurde.

Erstellt wurde die Studie, welche Trends und Tendenzen im Inhalte-Bereich darstellt, vom Grimme-Institut und dem MMB-Institut für Medien- und Kompetenzforschung. Die umfangreiche Untersuchung in der Projektleitung von Aycha Riffi (Grimme) und Dr. Lutz P. Michel (MMB) aktualisiert die Ergebnisse und Thesen der Vorgängerstudie „Programmstrategien 2015“ vom November 2010. Auftraggeber sind erneut die MFG Filmförderung Baden-Württemberg und die LFK – Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg.

Für Grimme-Direktor Uwe Kammann lassen sich sowohl aus den auf gründlicher Materialanalyse beruhenden Befunden als auch aus den vorgestellten Prognosen und Trends im Bewegtbildmarkt eine Reihe von tragfähigen Zukunftsmodellen und -strategien ableiten. Dazu gehöre, dass die individuellen Angebote im Web TV ein Hauptmotor für neue Mediennutzungen seien, speziell im mobilen Bereich. Vor einseitigen Aktivitäten könne die Prognose der Studie bewahren, dass mit hoher Wahrscheinlichkeit auch

Grimme-Institut

Eduard-Weitsch-Weg 25
D-45768 Marl

Postfach 1148
D-45741 Marl

www.grimme-institut.de
info@grimme-institut.de

Telefon 0 23 65 / 91 89 – 0
Fax 0 23 65 / 91 89 89

Direktor/Geschäftsführer
Uwe Kammann

gegen Ende des laufenden Jahrzehnts noch eine aktive und eine passive Mediennutzung parallel bestehen würden: „Der Wandel des Bewegtbildmarktes ist zwar rasant, aber einzelne Segmente und Elemente sind damit noch lange nicht passé.“

Der Präsident der Landesanstalt für Kommunikation (LFK), Thomas Langheinrich, bilanziert: „Der Mehrwert der Studie liegt sicherlich darin, dass die Entwicklungen, Perspektiven und Befunde hier in sehr fundierter Form dargelegt, relativiert oder bestätigt werden. Dazu gehört etwa, dass neue Akteure wie Netzbetreiber und Gerätehersteller mit eigenen Plattformen, Apps und Contentangeboten aus der Sicht der Branche tatsächlich zunehmend in Konkurrenz zu den etablierten TV-Veranstaltern treten. Das lineare Fernsehen bietet mit dem festen Zeitpunkt der Erstaussstrahlung einen großen Vorteil: Auch deswegen wird es noch lange eine bedeutende Rolle spielen.“

Auch Gabriele Röthemeyer, Geschäftsführerin MFG Filmförderung Baden-Württemberg, sieht in den Ergebnissen der Studie des Grimme-Instituts und des MMB - Instituts für Medien- und Kompetenzforschung eine wertvolle Entscheidungsgrundlage für die Branche: „Die Studie hat zahlreiche aufschlussreiche Ergebnisse erbracht, die das zukünftige Handeln der Medienschaffenden bestimmen sollen. Dazu zählt sicherlich auch, dass die professionellen Bewegtbild-Produzenten die von Nutzern produzierten Inhalte nicht als Konkurrenz fürchten sollten, sondern auf bewusste Rezipienten setzen können.“

Die Studie „Bewegtbild 2020. Strategien der Content-Produzenten“ stützt sich auf eine umfassende Auswertung von mehr als 100 aktuellen Studien und Fachbeiträgen zu ausgewählten Aspekten der Bewegtbildproduktion. Wie in der Vorläuferstudie werden die Einflussfaktoren Technik, Ökonomie, Produktion und Publikum näher analysiert. Thesen zu Programm- und Produktionstrends runden die Studie ab.

Einzusehen ist die Studie im Netzangebot des Grimme-Instituts unter www.grimme-akademie.de.

Weitere Informationen:

Aycha Riffi,
Grimme-Akademie
Telefon: 02365.9189-46, riffi@grimme-institut.de

Dr. Lutz P. Michel
MMB-Institut für Medien-Kompetenzforschung,
Telefon: 0201.72027-0, info@mmb-institut.de

Im Auftrag von



Grimme-Institut

Eduard-Weitsch-Weg 25
D-45768 Marl

Postfach 1148
D-45741 Marl

www.grimme-institut.de
info@grimme-institut.de

Telefon 0 23 65 / 91 89 – 0
Fax 0 23 65 / 91 89 89

Direktor/Geschäftsführer
Uwe Kammann