

# Orientierung in der Flut der Inhalte?

Vortrag vor dem Internationales Medienforum Berlin  
31.08.1999

Dr. Hermann Rotermund

# Digitale Gatekeeper – Zolleinnehmer oder Ermöglicher?

---

In total, 27 million people in the EU use the Internet at home. 22.4 million use it at work, representing 13.3% of the work force.

What are the reasons for this low penetration? 55% of respondents said they had no need for the Internet, 24.2% said it was too expensive, and 18.2% said it was just too complicated.

<http://www.ispo.cec.be/polls/EB98.htm>

ARD/ZDF-Studie 1999: 11,2 Mio. Internet-Nutzer,  
= 17,7% der deutschen Bevölkerung ab 14 Jahren.

Nicht-Nutzer-Quote also: 82,3%.

# Immer mehr Gates

---

- Internet (WWW)
- Digitales Fernsehen
- Mobiltelefondienste (WAP ...)
- Breitbandkabeldienste

# Erwartete Wirkung der Mediennutzung

---

Individuelle Effizienz-/Leistungssteigerung	85,4%
Zunahme des Mißbrauchs geistigen Eigentums	83,8%
Herausbildung globaler Öffentlichkeiten	79,6%
Spaltung der Gesellschaft in Informationsarme/ -reiche	75,9%
Zersplitterung in Teilöffentlichkeiten	73,6%
Streßzunahme durch Angebotsvielfalt	61,3%
Abnahme des gesicherten geteilten Wissens	56,6%

[Mediennutzung der Zukunft. Ergebnisse einer  
Expertenbefragung zur Medienentwicklung bis zum Jahr  
2005/2015]

# Die Bedarfsaspekte

---

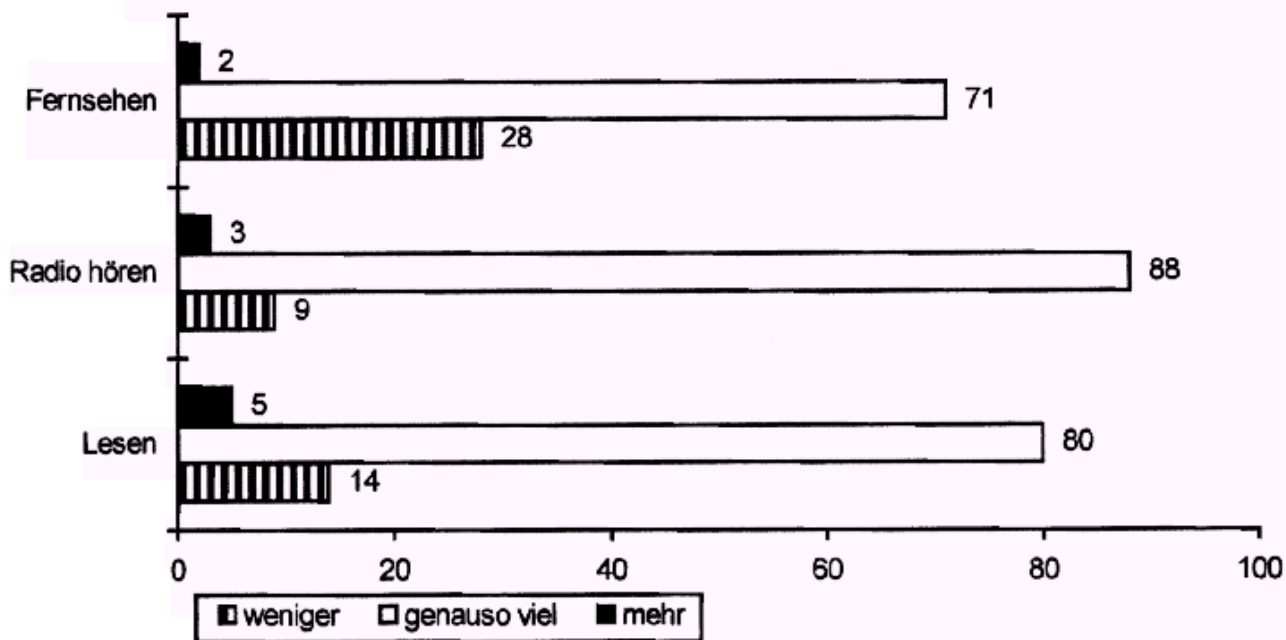
Jederzeitige Abrufbarkeit	94,3%
Interaktionsmöglichkeiten	93,5%
Individuell zusammengestellte Programme	87,9%
Berufliche Aus- und Weiterbildung	86,0%
Segmentierte Angebote	85,7%
Ständige Zugriffsmöglichkeit	84,9%
Private Weiterbildung	77,9%
Regionale Angebote	75,4%
...	
Unterhaltungsbedarf	29,0%

[Mediennutzung der Zukunft...]

# Mediennutzung ist Verteilung der Zeit

**Abb. 6 Auswirkung der Onlinenutzung auf die Nutzung anderer Medien**

in %



Grundgesamtheit: Onlinenutzer ab 14 Jahren in Deutschland (n=1 002).

Teilgruppe: Befragte, die Online zu Hause nutzen (n= 713).

Quelle: ARD/ZDF-Online-Studie 1999.

# Welche Aufgaben hat ein Gatekeeper?

---

- Ermöglichung des Zugangs
  - Providerfunktion
  - Medienkompetenz
- Orientierung
  - funktional (technische Optionen)
  - inhaltlich (Transparenz, Suche, Wahl)
  - sozial/persönlich (welche Optionen sind passend)
- Support (Vertrauensbeziehung)



# Orientierungsfunktion: Beispiele (TV)



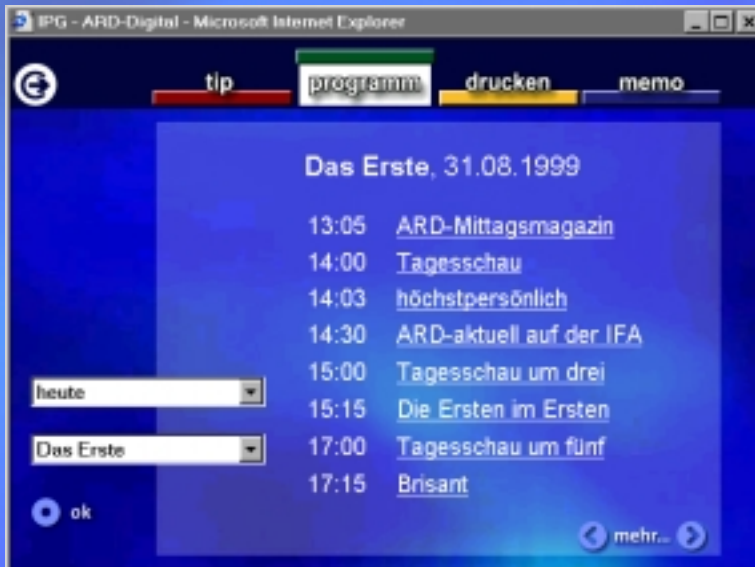
## EPG: Lesezeichenfunktion

## EPG: Programminformation





# Orientierungsfunktion: Beispiele (Web)



EPG-Funktion auch im Internet



Internet-spezifische Suche über ARD-Angebote

# Zusammenfassung (1)

---

- Für den überwiegenden Teil der Bevölkerung haben Internet und andere digitale Medien keinen persönlichen Nutzen. Das hat technische und inhaltliche Gründe.
- Je vielfältiger und stärker segmentiert das digitale Angebot in Bezug auf Verbreitungsarten und Inhalte antritt, desto stärker ist die Verpflichtung für die Anbieter von Zugängen und Inhalten, Nutzungserleichterungen zu schaffen.
- Doppelt so viele Menschen, wie zur Zeit das Internet nutzen, halten die Internetnutzung für zu teuer und halten sich deshalb fern. In Großbritannien sind fast 4 von 11 Millionen Nutzern ohne Providerkosten im Netz – ein Modell?
- Das Orientierungsangebot unabhängiger Suchmaschinen ist zweiseitig und zunehmend problematisch, weil die Suchfunktionalität mit Inhaltsangeboten, Teasern usw. vermischt wird.

# Zusammenfassung (2)

---

- Proprietäre EPGs haben im digitalen Fernsehen nur eine begrenzte Lebenszeit vor sich. Unabhängige Anbieter sollten das Kommando übernehmen, wenn die medienpolitischen Voraussetzungen gegeben sind.
- Die öffentlich-rechtlichen Anbieter sollten sich der Interessen der Mehrheit der Mitglieder der Informationsgesellschaft annehmen und die Fragen des Zugangs zu den Medien (Medienkompetenz, Providing) sowie der Verbesserung der Nutzerorientierung (Funktionalität, Benutzeroberfläche, inhaltliche Strukturierung ...) ernsthaft auf ihre Fahnen schreiben.