

Unterschichtfernsehen am Ende?



Laut diverser [Medienberichte](#) kosten einige der Privatsender künftig Geld: „Der Zeitung zufolge plant der Konzern, für bisher frei empfangbare Sender wie ProSieben, Sat.1 oder Kabel 1 von den Zuschauern eine Nutzungsgebühr zu verlangen.“

Der Artikel, von dem alle anderen abschreiben (und den niemand verlinkt), steht im [Handelsblatt](#): „Pro Sieben Sat 1 plant Bezahl-TV.“

Das Interessante steht im Kleingedruckten: „Außerdem will sich die Sendergruppe aus München durch neue Geschäftsfelder verstärken. (...) Darüber hinaus will Pro Sieben Sat 1 als Eventveranstalter und Künstleragentur weitere Geschäftsfelder erobern. So könne das Unternehmen zum Beispiel Tickets verkaufen oder Merchandising betreiben... [Pro Sieben Sat 1](#) ächzt im Gegensatz zum Konkurrenten RTL Group unter einem gewaltigen Schuldenberg. Dem Konzern bleibt gar nichts anderes übrig, als die Kosten massiv zu senken und neue Einnahmequellen zu erschließen. Fallen die Zahlen zu schlecht aus und werden die

Kreditvereinbarungen gebrochen, droht Ärger mit den Banken.“

Artikel, die sich nicht mit der chaotischen Geschichte der [Eigentumsverhältnisse](#) beschäftigen, ist nichts wert. „In den großen Ländern in Europa ist das prozentuale Minus auf dem Werbemarkt im Vergleich zum Vorjahr nach Schätzungen von Experten durchweg zweistellig. Die [Agenturgruppe Zenith Optimedia](#) prognostiziert für 2009 weltweit einen Rückgang der Reklameausgaben von 8,5 Prozent. Für den deutschen Markt ist Ebeling noch skeptischer.“

Da auch das Handelsblatt sich dem Online-Journalismus verweigert, musste ich selbst noch recherchieren: „ZenithOptimedia is part of the world's largest media services group. “ [ZenithOptimedia](#) ist eine Werbeagentur: „Mediaagenturen beraten Unternehmen bei der Streuung eines Werbeetats in verschiedenen Massenmedien. Sie sind spezialisierte Dienstleister in der Werbewirtschaft.“ Die Studie der Medienagentur, die Pro Sieben Sat 1 als Basis für seine Entscheidung diente, heißt Online Advertising Expenditure.

Auf [ClickZ](#) erfährt man dann zum Beispiel mehr, worum es geht: „Newer media types will show the highest gain, though they will build from a smaller base.“ Werbung im klassischen Holzmedien-TV nimmt ab, im Internet nimmt sie zu. Fernsehen hat ein ähnliches Problem wie die Printmedien: Sie alle kommen mit dem Internet nicht klar, und deshalb nehmen sie weniger ein. Ist klar: Unterschichtfernsehen im Dienste der [Profitmaximierung](#) kann sich bald die Karten legen (vgl. Screenshot). Und alle anderen Holzmedien auch.