

Zeitschrift: Bulletin : Kommunikationswissenschaft = sciences des communications sociales

Herausgeber: Schweizerische Gesellschaft für Kommunikations- und Medienwissenschaft

Band: - (1987)

Heft: 2

Artikel: "Video in der Schweiz"

Autor: Steinmann, Matthias F. / Aeschbacher, Catherine

DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-790515>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 14.03.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

IV. «Video in der Schweiz»

Unter dem Titel «Video in der Schweiz – Analyse zur quantitativen und qualitativen Nutzung von Video in Privathaushalten der Schweiz» wurde im Rahmen einer Sonderstudie des SRG-Forschungsdienstes erstmals das Medium Video untersucht. In der Folge sollen kurz das Vorgehen beschrieben und die wichtigsten Resultate dargestellt werden.

1. Einleitung

Video ist von seiner Technik her ein neues Medium, das durch die Aufzeichnungen zeitverschobenes Fernsehen, aber auch die Gestaltung eines individuellen Fernsehprogramms erlaubt. Video hat verschiedene neue Möglichkeiten eröffnet, so entstand im Bereich der bildenden Kunst ein neuer Zweig, welcher Video als Träger seiner Aussage benutzt. Viel wichtiger und von weitreichenderer Bedeutung aber ist Video als Massenmedium des alltäglichen Gebrauchs. Video hat einen neuen Markt der Unterhaltungsindustrie eröffnet. So werden einerseits Filme speziell für Video produziert, andererseits hat sich ein neues Verteilernetz bei den Mietkassetten etabliert. Diese Infrastruktur befindet sich noch in Entwicklung. Bis jetzt hat sich Video im Spektrum der neuen Medien am erfolgreichsten durchsetzen können. Trotzdem war das Medium Video an sich bisher nie Gegenstand öffentlicher Diskussionen. Dagegen sind bis heute allerdings ein Teil seiner Inhalte (Brutalos, Pornos etc.) umstritten, auf diesem Gebiet ist denn auch mit Restriktionen zu rechnen. Video wird wohl mehr als Zusatzgerät zum Fernsehen gesehen und weniger als eigenständiges Medium, dennoch beeinflusst Video die Medienlandschaft insgesamt und das Kommunikationsverhalten des einzelnen.

Ziel der Untersuchung war es, erste Resultate im Bereich Video zu sammeln und sie in einen Zusammenhang zu stellen. Im Zentrum stand dabei der Einfluss von Video auf die andern Medien und vor allem auf die Zuschauer. Die Videonutzung machte 1986 gesamtschweizerisch etwa 14% des gesamten Sehens in Videohaushalten aus. Dieser Anteil ist relativ gering, kann sich aber in Zukunft auf Kosten des Fernsehens vergrössern. Andererseits kann Video auch zu einem vermehrten Fernsehen (regulär und zeitverschoben) führen. Video hat wohl auch Auswirkungen auf das Kino, wobei diese im Rahmen der vorliegenden Studie nicht untersucht worden sind.

Wie erwähnt, steht der Videozuschauer im Mittelpunkt dieser Studie. Dazu wurde zunächst die Verbreitung von Videogeräten untersucht, dann folgten die quantitative Nutzung (Reichweiten, Minutennutzung, Sehbe-

teilung) und die qualitative Nutzung (Aufzeichnungsverhalten, Anwendung des Videogeräts, Abspielen von Aufzeichnungen und Mietkassetten) sowie ein Vergleich zwischen Aufzeichnen und Abspielen.

Verzichtet werden musste auf die Untersuchung der ganzen Video-Infrastruktur, das heisst Filmproduktion, Verleih und Handel von Mietkassetten. Auch die Problematik der brutalen oder obszönen Inhalte wurde von vorneherein ausgeschlossen.

Da bis jetzt noch kaum Untersuchungen auf diesem Gebiet vorliegen, bildete diese Studie eine Art Pilotprojekt. Sie stellt also keinen abschliessenden Lagebericht dar (dies wäre zum jetzigen Zeitpunkt auch nicht möglich), sondern vielmehr eine Ausgangsbasis für weitere Untersuchungen.

2. Methodik

Die Erstmaligkeit dieser Untersuchung hat auch Auswirkungen auf die angewandten Methoden. Gewisse Angaben (Besitz, Sehbeteiligung, Abspielen) werden standardmässig erhoben, für andere Gebiete (Reichweiten, Minutennutzung, Aufzeichnen) mussten Sonderauswertungen vorgenommen werden. Hinzu kam ein gewisser Methodenpluralismus, da sowohl technische Messungen als auch Befragungen zur Anwendung gelangten. Diese Umstände führten zu Unterschieden der Erhebungsbasen und der Untersuchungszeiträume. Es wurde daher jedem Kapitel ein ausführlicher Methodenbeschrieb vorangestellt und auf alle Abweichungen und Differenzen hingewiesen. Hier sollen nur noch kurz die beiden Hauptinstrumente der Datenerfassung erwähnt werden, nämlich das TELECONTROL-System und die Medienanalyse.

Mit Ausnahme des ersten Kapitels «Videobesitz» entstammen alle Daten den TELECONTROL-Erhebungen des Jahres 1986. Das TELECONTROL-System umfasst in einer kontinuierlichen Repräsentativerhebung eine gleichbleibende Stichprobe von 1000 Schweizer Haushalten (DS 450 / SR 350 / SI 200). Grundbasis der vorliegenden Erhebung bilden also diese 1000 Haushalte des TELECONTROL-Panels. Ein an den Fernsehempfänger angeschlossener Kleincomputer registriert dabei automatisch und auf Eingabe das Sehverhalten aller Haushaltmitglieder (inkl. Kinder und Gäste) in 30-Sekunden-Intervallen während 24 Stunden pro Tag. Dies gilt sowohl für Fernsehen, als auch für Videokassetten, Videotex, Teletext und Fernsehspiele. Die in den Haushalten im TELECONTROL-Gerät gespeicherten Daten werden jede Nacht vom Zentralcomputer automatisch über das öffentliche Telephonnetz abgerufen.

Die Daten des Kapitels «Videobesitz» wurden der alljährlich durchgeführten Medienstudie entnommen. Diese Studie wurde 1986 erheblich

erweitert und die Standard-Befragung umfasst nun insgesamt 18 200 Interviews (DS 9800 / SR 5600 / SI 2800). In dieser repräsentativen Erhebung bei persönlich Befragten ab 15 Jahren wird die ganze Vielfalt der Mediennutzung erhoben. Für die vorliegende Studie von Interesse war primär die Erhebung der Ausstattung mit verschiedenen Geräten. Untersuchungszeitraum für die Entwicklung des Videobesitzes bildeten die Jahre von 1980 bis 1986. Ansonsten beschränkte sich der Untersuchungszeitraum auf das Jahr 1986. Für die Sonderauswertungen wurde der Stichmonat November 1986 gewählt.

3. Zusammenfassung der wichtigsten Resultate

Im folgenden sollen die wichtigsten Resultate der Studie kurz zusammengefasst werden. Einzelheiten müssen der Studie selbst entnommen werden, da nur die wesentlichsten Ergebnisse aufgeführt werden konnten.

3.1. Der Videobesitz

Videogeräte haben in den vergangenen 6 Jahren grosse Popularität gewonnen. So zeigte sich in den Jahren zwischen 1980 und 1986 eine starke und nahezu ungebrochene Zuwachsrates. Die Besitzkurve strebt seit ungefähr 1983 von Jahr zu Jahr in grösseren Schritten nach oben und bis jetzt ist kein Stillstand der Entwicklung absehbar. Falls dies so bleibt, werden bis 1990 wohl zwischen 30 % bis 50 % aller Schweizer ein Videogerät besitzen.

In der Deutschschweiz hat sich die Zahl der Personen, die ein Videogerät besitzen, im genannten Zeitraum verzehnfacht (1980: 2 %, 1986: 21 %) und beträgt nun 21 %. In der französischen Schweiz besitzen 31 % der Einwohner ein Videogerät, in der italienischen Schweiz sind es 13 %. Die Zuwachsrates sind in diesen beiden Regionen noch grösser (SR: 1980: 2 %, 1986: 31 %, SI: 1980: 1 %, 1986: 13 %). Der interregionale Vergleich zeigt, dass der Ausrüstungsgrad in der Westschweiz am höchsten ist, dann folgen die deutsche und an letzter Stelle die italienische Schweiz. Die Unterschiede ergeben sich wahrscheinlich aufgrund ökonomischer Faktoren und der verschiedenen Angebotssituation der Medien, das heisst der regional verschiedenen Empfangsmöglichkeiten.

Alle in der vorliegenden Studie aufgeführten Daten entstammen den TELECONTROL-Untersuchungen des Jahres 1986. Die Werte fundieren auf den Erhebungen der Video-Haushalte des TELECONTROL-Panels. Videobesitz gilt nicht als Auswahlkriterium des Panels. Trotzdem entsprechen die Besitzzahlen innerhalb des Panels etwa denjenigen, die in der Medienstudie der AES für die gesamte Bevölkerung ermittelt wurden.

Recht genau werden im Panel die regionalen Unterschiede nachgebildet, so findet sich der höchste Ausrüstungsgrad wiederum in der Romandie, dann folgt die deutsche und zuletzt die italienische Schweiz.

3.2. Die Videonutzung

Das weitaus umfangreichste Kapitel befasst sich mit der Nutzung von Video. Hierbei wurden in zwei Sonderauswertungen für den Stichmonat November Reichweiten und Nutzung in Minuten erhoben. Die Erfassung der Sehbeteiligung nach 1/4-Stunden im Tagesablauf erfolgte quartalsweise während des ganzen Jahres.

Vidoreichweiten:

Die Reichweiten divergieren je nach Region, Untersuchungszeitraum und Befragungskategorie. In der französischen Schweiz werden die höchsten Reichweiten ausgewiesen. An einem durchschnittlichen Werktag werden 14 % der Haushalte, an einem Sonntag 18 % erreicht. In der Deutschschweiz sind es an einem Werktag 11 % und an einem Sonntag 14 %. Die Reichweiten in der italienischen Schweiz sind um einiges tiefer und liegen an einem Werktag bei 8 % und sonntags bei 9 % aller Haushalte. Die Zahlen zeigen, dass an den Wochenenden deutlich höhere Reichweiten gemessen werden als an den Werktagen, mit andern Worten erreicht Video samstags und sonntags mehr Zuschauer als während der Woche.

Vidoreichweiten (in %): Durchschnitt Montag bis Freitag

	Haushalte	Personen total	Erwachsene	Kinder
Deutsche Schweiz	11	6	5	6
Suisse romande	14	8	8	8
Svizzera italiana	8	4	4	3

(Quelle: TELECONTROL-Sonderauswertung November 1986)

Minutennutzung:

Betrachtet man die Minuten-Nutzung der Erwachsenen, so zeigen sich relativ übereinstimmende Werte. An den Werktagen liegt der Videokonsum der erwachsenen Seher in der Deutschschweiz bei ca. einer Stunde, in der Westschweiz bei eineinviertel Stunden und in der italienischen Schweiz bei ungefähr neunzig Minuten. An einem Sonntag sind es in der deutschen Schweiz knapp zwei Stunden, in der Westschweiz eine Stunde und 40 Min, während sich in der italienischen Schweiz keine Veränderung einstellt. Die Deutschschweizer Kinder (Seher) sehen während der Woche 50 Minuten Video pro Tag, an einem Sonntag etwa doppelt solange. In der französischen Schweiz sind es werktags eine

Stunde und sonntags achtzig Minuten, während in der italienischen Schweiz die Kinder werktags und sonntags neunzig Minuten täglich Video sehen. Insgesamt sind die Nutzungszeiten bei Erwachsenen und Kindern relativ kurz: Die durchschnittliche Spielfilmlänge von ungefähr neunzig Minuten wird nur an den Wochenenden erreicht. Es können noch zwei Tatsachen festgehalten werden, erstens korrelieren Reichweiten und Minutennutzung nicht miteinander, in der italienischen Schweiz werden zwar weniger Personen mittels Video erreicht, diese nutzen aber das Medium ungefähr gleich lange. Zweitens fallen in der deutschen und französischen Schweiz die Unterschiede zwischen Werktagen und Wochenenden stärker ins Gewicht als in der Südschweiz, in den beiden erstgenannten Landesteilen wird Video während der Woche signifikant weniger lange genutzt als an den Wochenenden.

Minutennutzung der Erwachsenen

	DS		SR		SI	
	G	S	G	S	G	S
Durchschnitt Montag–Freitag	4	66	6	73	4	85
Durchschnitt Samstag	6	83	8	85	4	78
Durchschnitt Sonntag	11	113	12	100	5	83

(G = Gesamt / S = Seher)

(Quelle: TELECONTROL-Sonderauswertung November 1986)

Sehbeteiligung:

An Werktagen wird Video von den Erwachsenen der deutschen und der italienischen Schweiz nur in den Abendstunden gesehen, in der Westschweiz teilweise auch tagsüber. Damit überschneidet sich Video zum Teil mit den Haupteinschaltzeiten des Fernsehens, es entsteht also eine direkte Konkurrenzsituation zwischen Video und Fernsehen. Die Kinder sitzen während der Woche vor allem nachmittags vor den Videogeräten, in der französischen Schweiz kann allerdings schon ab 9.00 Uhr eine 1prozentige Sehbeteiligung ausgemacht werden. An den Wochenenden verändern Erwachsene und Kinder ihr Sehverhalten, Erwachsene nutzen nun auch tagsüber Video, Kinder noch am späteren Abend. Samstags und sonntags befinden sich Erwachsene und Kinder vermehrt gemeinsam vor den Videogeräten, d.h. die Nutzung findet im familiären Kreise statt.

An Werktagen wird Video von den Erwachsenen der deutschen und der italienischen Schweiz nur in den Abendstunden gesehen, in der Westschweiz teilweise auch tagsüber. Damit überschneidet sich Video zum Teil mit den Haupteinschaltzeiten des Fernsehens, es entsteht also eine direkte Konkurrenzsituation zwischen Video und Fernsehen. Die Kinder sitzen während der Woche vor allem nachmittags vor den Videogeräten, in der französischen Schweiz kann allerdings schon ab 9.00 Uhr eine 1prozentige Sehbeteiligung ausgemacht werden. An den Wochenenden verändern Erwachsene und Kinder ihr Sehverhalten, Erwachsene nutzen nun auch tagsüber Video, Kinder noch am späteren Abend. Samstags und sonntags befinden sich Erwachsene und Kinder vermehrt gemeinsam vor den Videogeräten, d. h. die Nutzung findet im familiären Kreise statt.

**Sehbeteiligung nach Viertelstunden im Tagesablauf:
Deutschschweiz. Die Durchschnittswoche Montag bis Freitag
(Quartalsvergleich 1986)**

	1. Quartal		2. Quartal		3. Quartal		4. Quartal	
H	10.30–00.45	1 %	11.45–00.45	1 %	11.45–00.30	1 %	09.30–21.00	1 %
							21.00–22.45	2 %
							22.45–01.00	1 %
P	20.00–23.15	1 %	20.45–23.00	1 %	20.45–23.00	1 %	19.45–23.15	1 %
E	20.00–23.30	1 %	20.45–23.15	1 %	20.30–23.15	1 %	19.45–23.15	1 %
K	12.30–13.15	1 %	14.45–17.45	1 %	12.15–14.00	1 %	12.30–13.30	1 %
	14.00–18.30	1 %	18.00–18.30	1 %			14.00–14.45	1 %
	20.00–20.45	1 %					15.15–17.15	1 %
							18.15–18.45	1 %
							19.15–21.00	1 %

(H = Haushalte, P = Personen total, E = Erwachsene, K = Kinder)
(Quelle: TELECONTROL Quartalsausweise 1986)

In allen Regionen und bei allen Altersgruppen kann eine Veränderung des Videogebruchs im Jahresablauf festgehalten werden. Im Frühjahr nehmen die Zeiten mit Sehbeteiligung kontinuierlich ab und erreichen im Sommerquartal einen Tiefststand, im Herbst setzt dann eine gegenteilige Entwicklung ein. Wie Fernsehen ist auch Video primär ein Freizeit-Medium, das während der wärmeren Monate vermehrt anderen Tätigkeiten weichen muss.

Vergleich Video- und Fernsehnutzung:

Vergleicht man die Fernsehnutzung und die Videonutzung während einer Woche, so besitzt Video einen relativ bescheidenen Anteil am gesamten Sehen. Ausgehend von der Überlegung, dass Video entweder auf Kosten des Fernsehens oder zusätzlich zum Fernsehen gesehen wird, erhält man zwei Werte für den Videoanteil. Gesamtschweizerisch bewegt sich so der Videoanteil zwischen knapp 11 % und 15.5 %. (DS: 15.5 % / 13.4 %, SR: 11.6 % / 13.0 %, SI: 10.7 % / 11.9 %). Der Anteil des Fernsehens am gesamten Sehen liegt also in der ganzen Schweiz über achtzig Prozent. Wie sich diese Verteilung in Zukunft verändern wird, ist schwer abzuschätzen. Wahrscheinlich verlängert Video tendenziell die Sehdauer von elektronischen Medien insgesamt. Mit einem grösseren Einbruch auf Kosten des Fernsehens ist wohl kaum zu rechnen, da ein Grossteil des Videosehens aus Aufzeichnungen besteht.

3.3. Das Aufzeichnen von Fernsehsendungen

In einer Sonderauswertung wurden während eines Monats alle Aufzeichnungen in den TELECONTROL-Haushalten mit Videoadaptoren registriert. Die einzelnen Sendungen wurden anschliessend einem acht Programmtypen («Krimi/Action», «Problemfilm», «Komödie», «Liebe/Sex», «Sport», «Unterhaltung», «Information», «Anderes») umfassenden Raster zugeordnet.

Die Inhaltsanalyse der aufgezeichneten Fernsehsendungen ergab, dass die meisten Aufzeichnungen unterhaltenden Charakter haben. Sendungen dieser Art machen gesamtschweizerisch mehr als die Hälfte aller Aufzeichnungen aus. So gehört das Gros der aufgezeichneten Inhalte den beiden Gattungen «Unterhaltung» und «Krimi/Action» an. Dann folgen Komödien und Sportsendungen, zwei Programmtypen, die mehrheitlich unterhaltende Funktion besitzen. Sport ist allerdings vor allem in der italienischen Schweiz von Bedeutung.

Von den nicht unterhaltenden Programmtypen ist nur «Information» speziell zu erwähnen. Diese Gattung gelangt relativ häufig zur Aufzeichnung und umfasst etwa einen Anteil von 10 % bis 20 % aller Aufzeichnungen. In der deutschen und der französischen Schweiz werden in erster Linie Dokumentarfilme auf Video festgehalten. In der italienischen Schweiz interessieren mehr politische und wirtschaftliche Magazine.

Den restlichen Programmtypen kommt nur eine zweitrangige Stellung zu. Ihre Anteile bewegen sich meist unter einer 5 %-Marke. Problemfilme scheinen dem auf Freizeit und Unterhaltung zugeschnittenen Medium Video wenig zu entsprechen. Liebes- und Sexfilme können natürlich schon aufgrund des kaum existenten Angebots im Fernsehen nicht sehr häufig aufgezeichnet werden.

Hinsichtlich der einzelnen Regionen bestehen nicht wesentliche Unterschiede punkto Präferenzen und Abneigungen. Die einzige signifikante Ausnahme, Sport, wurde oben erwähnt. Gesamtschweizerisch genies- sen unterhaltende Sendungen aller Art die grösste Beliebtheit und werden am häufigsten aufgezeichnet.

3.4. Das Abspielen

In diesem Kapitel wurden die während des ganzen Jahres gemachten Eingaben der Panel-Teilnehmern ausgewertet. Es wurden sowohl die verschiedenen Anwendungen des Videogerätes als auch im speziellen die Inhalte der abgespielten Aufzeichnungen und Kassetten befragt.

Von den verschiedenen Anwendungsmöglichkeiten des Videogerätes (Abspielen von Aufzeichnungen und Kassetten, Bildplatten, TV-Spiele und Kamera-Aufzeichnungen) gelangen in den meisten Fällen nur zwei zur Anwendung, nämlich das Abspielen von Aufzeichnungen und jenes von Kassetten. Diese beiden Möglichkeiten machen zwischen 70 % und 90 % aller Vorgänge des Abspielens aus. Die andern Anwendungsarten werden von der Mehrheit der Videobesitzer kaum genutzt.

Das Verhältnis zwischen Aufzeichnungen und Mietkassetten ist etwa 3 : 1. Video wird also in allererster Linie zum Abspielen von Aufzeichnungen und damit zum zeitverschobenen Fernsehen gebraucht. Mietkassetten sind wahrscheinlich zur Zeit noch zu teuer, um in grösserem Stil zur Anwendung zu gelangen.

Bildplatten sind nur in der französischen und italienischen Schweiz so stark verbreitet, dass sie als statistische Grösse erfasst werden. In der Deutschschweiz ist ihre Zahl zu gering, um erfasst zu werden.

TV-Spiele erfreuen sich nur in der italienischen Schweiz grösserer Beliebtheit. Sie werden von den Erwachsenen dieser Region sechs- bis siebenmal öfter gespielt als von den übrigen Schweizern. Bei den Kindern ist das Verhältnis noch etwas krasser. Entgegen ihren Altersgenossen in den anderen Landesteilen nutzen die Kinder der italienischen Schweiz TV-Spiele zudem sogar noch häufiger als Kassetten. TV-Spiele bilden die einzige regionale Differenz, ansonsten verhalten sich die Sprachgebiete relativ konform.

Das Abspielen von Kamera-Aufzeichnungen besitzt nur einen geringen Stellenwert und beschränkt sich wohl auf einen Kreis von Hobby-Filmern.

Die Befragung der Panel-Teilnehmer nach den Inhalten ihrer Aufzeichnungen und Kassetten führte an die Grenzen des sozialwissenschaftlichen Machbaren. Bei dieser Fragestellung kumulierten Probleme der Inhaltszuordnung und Tabuzonen wohl mit einer allgemeinen Unlust. Die-

ses Zusammentreffen resultierte in einer ausgesprochen hohen Quote an Antwortsverweigerungen (in allen Regionen ca. 30 %–40 %).

Dennoch ergab die inhaltsanalytische Untersuchung der abgespielten Aufzeichnungen und Kassetten in allen Regionen und Altersgruppen eine eindeutige Gewichtung zugunsten der unterhaltenden Programmtypen.

Die schweizerischen Erwachsenen sehen hauptsächlich Krimis und Actionfilme, dies sowohl als Aufzeichnung wie ab Kassette. An zweiter Stelle folgt «Unterhaltung», diese Gattung wird primär in Form von Aufzeichnungen abgespielt. «Komödie» ist vor allem in der französischen und in der italienischen Schweiz von Bedeutung, jedoch liegt sie in allen Regionen auf dem dritten Platz der Rangfolge. Diese drei Programmtypen machen zusammen einen Anteil von über 50 % aller abgespielten Aufzeichnungen und Kassetten aus. Zieht man den hohen Anteil an Antwortsverweigerungen in Betracht, so fällt der Anteil von «Krimi/Action», «Unterhaltung» und «Komödie» noch stärker ins Gewicht.

Die restlichen Gattungen («Liebe/Sex», «Sport», «Information», «Problemfilm» und «Anderes») werden sowohl als Aufzeichnung wie als Kassette nur selten abgespielt. Der interregionale Vergleich zeigt auch hier keine grundsätzlichen Differenzen, sondern höchstens Nuancen bei der Gewichtssetzung. Problemfilme erfreuen sich in der französischen und italienischen Schweiz etwas grösserer Beliebtheit. In der deutschen Schweiz werden etwas mehr Liebes- und Sexfilme ab Kassette gesehen. Insgesamt sind jedoch die interregionalen Differenzen gering.

Die Kinder verhalten sich in grossen Zügen ähnlich wie die Erwachsenen. Sie bevorzugen unterhaltende Inhalte, und ihr Spektrum beschränkt sich mehrheitlich auf Krimis und Actionfilme, Unterhaltung und Komödien. Allerdings sieht die Rangfolge der Kinder etwas anders aus als bei den Erwachsenen. Bei den Aufzeichnungen liegen nun die Anteile der Gattung «Unterhaltung» deutlich über denjenigen von «Krimi/Action», dies vor allem in der deutschen und der italienischen Schweiz. In der Westschweiz ist der Unterschied geringer. Krimis und Actionfilme sind allerdings auch bei den Kindern beliebt und liegen anteilmässig an zweiter Stelle (bei den Kassetten in der SR an 1. Stelle). Die Kinder der italienischen Schweiz weichen in diesem Punkt ab und ziehen Komödien der Gattung «Krimi/Action» vor.

3.5. Aufzeichnen und Abspielen im Vergleich

Trotz der methodischen Unterschiede wurde in Kapitel 5 ein Vergleich zwischen Aufzeichnen und Abspielen angestellt.

Von fast allen Programmtypen werden rein mengenmässig mehr Aufzeichnungen hergestellt, als in der Folge auch abgespielt werden. Programme, die das Interesse der Zuschauer erwecken, aber zum Zeitpunkt ihrer Ausstrahlung nicht gesehen werden können, werden wohl «auf

Vorrat» aufgezeichnet. Das beschränkte Time-Budget und/oder nachlassendes Interesse führen dazu, dass diese Aufzeichnungen z. T. danach nicht mehr abgespielt werden. Hier wird der Unterschied zwischen rein technischem Aufzeichnen und der Rezeption von Inhalten deutlich. Ersteres beansprucht kaum Zeit und Aufmerksamkeit von seiten des Zuschauers, zweiteres fordert seine physische und psychische Hinwendung. Betroffen von diesem «überschüssigen» Aufzeichnen sind vermutlich vor allem die Programmgattungen «Sport» und «Information». Davon ausgenommen ist die Gattung «Krimi/Action», die durchwegs höhere Anteile beim Abspielen als beim Aufzeichnen aufweist. Dies lässt sich wohl teilweise durch Zuordnungsdifferenzen bei der Auswertung erklären. Sicher wurden aber in den untersuchten Monaten auch Sendungen dieses Programmtyps abgespielt, die nicht im Untersuchungszeitraum aufgezeichnet worden waren. Allgemein wird aber sicher ein gewisser Anteil von Sendungen aufgezeichnet, ohne im laufenden oder im darauffolgenden Monat abgespielt zu werden.

Es zeigt sich, dass die bevorzugten Gattungen des Aufzeichnens auch die Hauptanteile des Abspielens ausmachen. So «Krimi/Action», «Unterhaltung» und bedingt auch «Komödie». Was die Rangfolge angeht, tauschen aber «Unterhaltung» und «Krimi/Action» die Plätze, d. h. es werden mehr Sendungen des Programmtyps «Unterhaltung» aufgezeichnet als solche des Typs «Krimi/Action», beim Abspielen verhält es sich genau umgekehrt.

Auffällige Unterschiede treten bei den Gattungen «Information» und «Sport» auf. Informations- und Sportsendungen werden zwar häufig aufgezeichnet, aber kaum abgespielt. Wahrscheinlich wird ein Teil der Informationssendungen unfreiwillig mitaufgezeichnet, wobei diesem Umstand von vornherein Rechnung getragen wurde und diese bis zu einem gewissen Grad von der Untersuchung ausgeschlossen wurden. Sport büsst wahrscheinlich als Aufzeichnung viel von seiner Attraktivität ein und wird daher zwar öfters aufgezeichnet, aber in der Folge nicht mehr abgespielt.

Die ausgehend von den prozentualen Anteilen des Aufzeichnens und Abspielens berechneten linearen Korrelationskoeffizienten bewegen sich zwischen 0.63 (SR, Dezember) und 0.87 (DS, November / SI Dezember). Da eine absolute Deckung einem Zahlenwert von + 1 entsprechen würde, indizieren die einzelnen Koeffizienten ein hohes Ausmass an Übereinstimmung. Gegenüber der italienischen Schweiz ist in der deutschen und der französischen Schweiz der Deckungsgrad im November grösser als im Dezember. Man darf daher annehmen, dass in den beiden letztgenannten Landesteilen das Gros der Aufzeichnungen auch im selben Monat abgespielt wird. In der italienischen Schweiz liegt vermutlich eine längere Zeitspanne zwischen Aufzeichnen und Abspielen.

4. Schlussbetrachtungen

Gemäss den vorliegenden Resultaten ergibt sich etwa folgendes Bild:

Obgleich Video ein recht junges Medium ist, kommt seine Verbreitung einem Siegeszug gleich. Videogeräte sind bis Ende dieses Jahrzehnts sicher in mehr als einem Drittel aller schweizerischen Haushalte zu finden. Verbesserte Anwenderfreundlichkeit, Preissenkungen sowie eine immer bessere Infrastruktur im Bereich der Mietkassetten werden die Entwicklung zusätzlich beschleunigen.

Video darf sicher als ein «Freizeit-Medium» bezeichnet werden. Schon aufgrund seiner Nutzungsmöglichkeiten ist Video stark auf Unterhaltung und Freizeit ausgerichtet. Das Gerät kennt zwar verschiedene Anwendungsarten, jedoch werden hauptsächlich Aufzeichnungen von Fernsehsendungen oder Mietkassetten abgespielt. Die Nutzung von Video – sowohl quantitativ als auch qualitativ – belegt die These, wonach Video primär der Freizeitgestaltung und der Unterhaltung dient. Video wird vor allem in den Abendstunden und an den Wochenenden gesehen. Damit steht es teilweise in direkter zeitlicher Konkurrenz zum Fernsehen. Allerdings macht die Videonutzung gesamtschweizerisch nur etwa 14 % des ganzen Sehens elektronischer Medien aus. So beschränkt sich der Videokonsum der Seher bis jetzt auf ungefähr eine Stunde an Werktagen und eineinhalb bis zwei Stunden samstags und sonntags. In dieser Zeit werden in den meisten Fällen Filme oder Fernsehsendungen mit unterhaltendem Charakter gesehen. Erwachsene und Kinder aller Regionen bevorzugen Unterhaltung, Krimis und Actionfilme oder Komödien. Solche Inhalte machen den Hauptanteil aller Aufzeichnungen aus und werden auch in Form von Aufzeichnungen oder Mietkassetten am meisten abgespielt. Anspruchsvollere Programmgestaltungen werden kaum aufgezeichnet oder abgespielt, geschweige denn als Kassetten gemietet (im letzteren Fall ist natürlich auch das Angebot sehr begrenzt). Diese inhaltliche Konzentration bestätigt wiederum die Ausrichtung von Video auf Freizeit und Unterhaltung.

Es ist aufgrund der vorliegenden Resultate schwierig, Prognosen anzustellen. Die Entwicklung von Video lässt sich aber sicher nicht gesondert von derjenigen der Medienlandschaft allgemein betrachten. Wahrscheinlich verdrängen schwergewichtig unterhaltende Fernsehprogramme, spezialisierte Spielfilm- und Musikkanäle usw. den Handel und Verleih von Mietkassetten bis zu einem gewissen Grad. Es ist allerdings nicht abzuschätzen, ob eine immer steigende Zahl publikumsattraktiver Fernsehprogramme auch zu einem Rückgang der Videonutzung führen. Es könnte sein, dass damit das Bedürfnis des einzelnen, sich ein Alternativprogramm zu schaffen, teilweise verschwindet. Jedoch kann dank

Video eine freie Wahl des Rezeptionszeitpunktes erreicht werden. Ein Verzicht auf diese Freiheit wird wohl kaum stattfinden. Ein wachsendes Angebot auf seiten des Fernsehens könnte natürlich auch den Wunsch nach vermehrten Aufzeichnungen verstärken. So ist Video zwar von der Mediensituation im allgemeinen und vom Fernsehen im speziellen abhängig, kann sich aber ganz unterschiedlich entwickeln. Am Rande soll auch auf mögliche Auswirkungen auf das Kino hingewiesen werden. Diese Auswirkungen müssten in einem andern Rahmen genauer untersucht werden. Tatsache bleibt, dass Video auch in Zukunft die Medienlandschaft mitgestalten und das individuelle Kommunikationsverhalten mitprägen wird.

Matthias F. Steinmann / Catherine Aeschbacher