

Festplattenrekorder - die neue Fernsehrevolution?

Qualitativ-psychologische Forschungsbefunde

2. TV-Wirkungstag

Institutsvorstellung ifm Wirkungen + Strategien

Institut für qualitativ-psychologische Markt- und Medienforschung und strategische Beratung

- Erforschen mit tiefenpsychologischer Methodik in Einzelinterviews und Gruppendiskussionen Mechanismen der Mediennutzung und Attraktivität von Medienangeboten und Elektronikprodukten
- In Morphologischer Psychologie wissenschaftlich ausgebildete Mitarbeiter - 8 Projektleiter, 40 psychologische Interviewer
- Kooperation mit der Universität Köln (Prof. Salber, Prof. Blothner)

Auszug aus der Kundenliste im Medienbereich:

- WDR - Sat.1 - ORF - Antenne Bayern - Radio Gong - Grundig - Media Markt

Was sind Festplattenrekorder (DVRs)?



- **Digitale TV-Receiver**, mit denen man Programme auf Festplatte aufzeichnen kann
- **Vorteile:** riesige Aufnahmekapazität (Ø 40 - 120 h), Verlustfreiheit, Bedienkomfort, Archivierbarkeit (Kombi-DVD-R-Geräte), leichtes Überspringen von Werbung möglich
- **Spezialität Time-Shift:** Zeitversetzt schauen, anhalten und wieder starten

Studiendesign und Studienthemen

Insgesamt 50 Morphologische Tiefeninterviews mit Nutzern von Festplattenrekordern

- Berücksichtigung von Altersgruppen, Familien, Besitzdauer des Rekorders
- Teilstichprobe mit In-Home-Interviews
- *Early Adopter überwiegen noch!*
- Auftraggeber: IP Deutschland und SevenOne Media



Fernsehnutzer auf die Couch gelegt

- *Was ist ihr tatsächliches Erleben und Verhalten hinter der Fassade des mündigen TV-Zuschauers?*
- *Wie wird die neue Technik des Festplattenrekorders tatsächlich angewendet?*
- *Welche Vorsätze, die man mit dem Gerät verbindet, werden verwirklicht?*
- *Wird der Festplattenrekorder tatsächlich permanent als Werbekiller eingesetzt?*

Gründe für den Kauf des Festplattenrekorders

Videorekorder- Ersatzkauf

*Beiläufige
Anschaffung:*

Altes VHS-Gerät
wird durch neuen,
modernen Standard
ersetzt



Technik-affine Digitalaufrüstung

*Männer und ihre
Spielzeuge:*

Lust an der
digitalen
Inbesitznahme

Endlich die digitale
Brücke von der
TV- zur PC-Welt



Programm- Veredlung

Vorsätze:

Spielfilme auf DVD
verewigen

Nie mehr lästige
Werbung schauen



Motivfeld bei der Nutzung des Festplattenrekorders

Befreiung von
Programmvorgaben

Macht der
TV-Fesselung



Mehraufwand
und Komplizierung

Gefühlte
Programmhoheit und
reduzierter Einsatz

Motivfeld bei der Nutzung des Festplattenrekorders

Befreiung von
Programmvorgaben

Macht der
TV-Fesselung



Mehraufwand
und Komplizierung

Gefühlte
Programmhoheit und
reduzierter Einsatz

Motivfeld bei der Nutzung des Festplattenrekorders

**Befreiung von
Programmvorgaben**

Macht der
TV-Fesselung



Nicht mehr gebunden an das, was läuft

„Wenn nur Mist kommt, hat man eine Alternative.“

Frei gewählte Programmzeiten

„Jetzt kann ich bestimmen, wann ich mir die Sendung angucken will - live, gleich oder später.“

Befreiung von ausufernder TV-Nutzung

„Ich wollte einfach mein Fernsehverhalten anders steuern, weg vom Zappen.“

Mehraufwand
und Komplizierung

Gefühlte
Programmhoheit und
reduzierter Einsatz

Motivfeld bei der Nutzung des Festplattenrekorders

Befreiung von
Programmvorgaben

Macht der
TV-Fesselung



Riesige Zugriffsmöglichkeit erhöht die Qual der Wahl

„Was soll ich aufnehmen? Jeden Abend laufen dutzende Filme.“

Mehraufwand durch verdoppelte Auswahlentscheidung:

TV oder Festplattenkonserve?

PC-Nähe als Barriere - Ungeübte werden abgeschreckt

„Als ich das neu hatte, musste ich erst mal ein Software-Update durchführen. Meine Frau sehnt sich nach der Zeit zurück, als wir nur drei Programme hatten.“

Mehraufwand
und Komplizierung

Gefühlte
Programmhoheit und
reduzierter Einsatz

Motivfeld bei der Nutzung des Festplattenrekorders

Befreiung von
Programmvorgaben



Macht der
TV-Fesselung

Im Fernsehalltag will man nicht dauernd sein eigener
Programmdirektor sein

Denn beim Fernsehen will man sich jenseits von
bewusster Auswahl und Kontrolle von vorgegebenen
Programmen und Stimmungen fesseln lassen

*„Wenn ich von der Arbeit nach Hause komme, will ich mich erst
einmal berieseln lassen, bis ich wider auf null bin. Da gucke ich
alles Mögliche, was mich gerade anspricht und dann - peng -
weiter.“*



Mehraufwand
und Komplizierung



Gefühlte
Programmhoheit und
reduzierter Einsatz

Motivfeld bei der Nutzung des Festplattenrekorders

Befreiung von
Programmvorgaben

Macht der
TV-Fesselung

Die großen Vorsätze, die mit der Anschaffung verbunden wurden, hält man im Alltag nicht durch
Reduktion des Festplattenrekorders auf einen verbesserten Videorekorder

„Wir nutzen das Gerät eigentlich nur noch sporadisch. Vielleicht alle zwei Wochen.“

Dennoch gibt einem die potenzielle Eingriffsmöglichkeit das Gefühl größerer Kontrolle und Freiheit.
Der TV-Konsum wird aufgewertet!

„Ich habe den Festplattenrekorder, und damit ist ein anderes Fernsehen möglich.“ (Testperson die de facto VPR kaum nutzt!)



Mehraufwand
und Komplizierung

Gefühlte
Programmhoheit +
reduzierter Einsatz

Zauberfunktion Timeshift - das neue Feature spaltet die Gemüter

Teils große Faszination

- Praktische Flexibilität im Fernsehalltag

„Wenn die Kinder noch nicht im Bett sind, halte ich einfach noch eine halbe Stunde an.“

- Vorsatz des systematischen Einsatz als Werbekiller - in der Praxis selten durchgehalten

„Eigentlich könnte man durch Timeshift immer die Werbung vermeiden, aber wenn man dann doch ungeplant hängen bleibt ...“



Teils Unbehagen und Vorbehalte

- Durch Verschwinden fester Zeitstrukturen geht einem das Zeitgefühl durcheinander

„20:15 Uhr findet auf einmal nach 21:00 Uhr statt.“

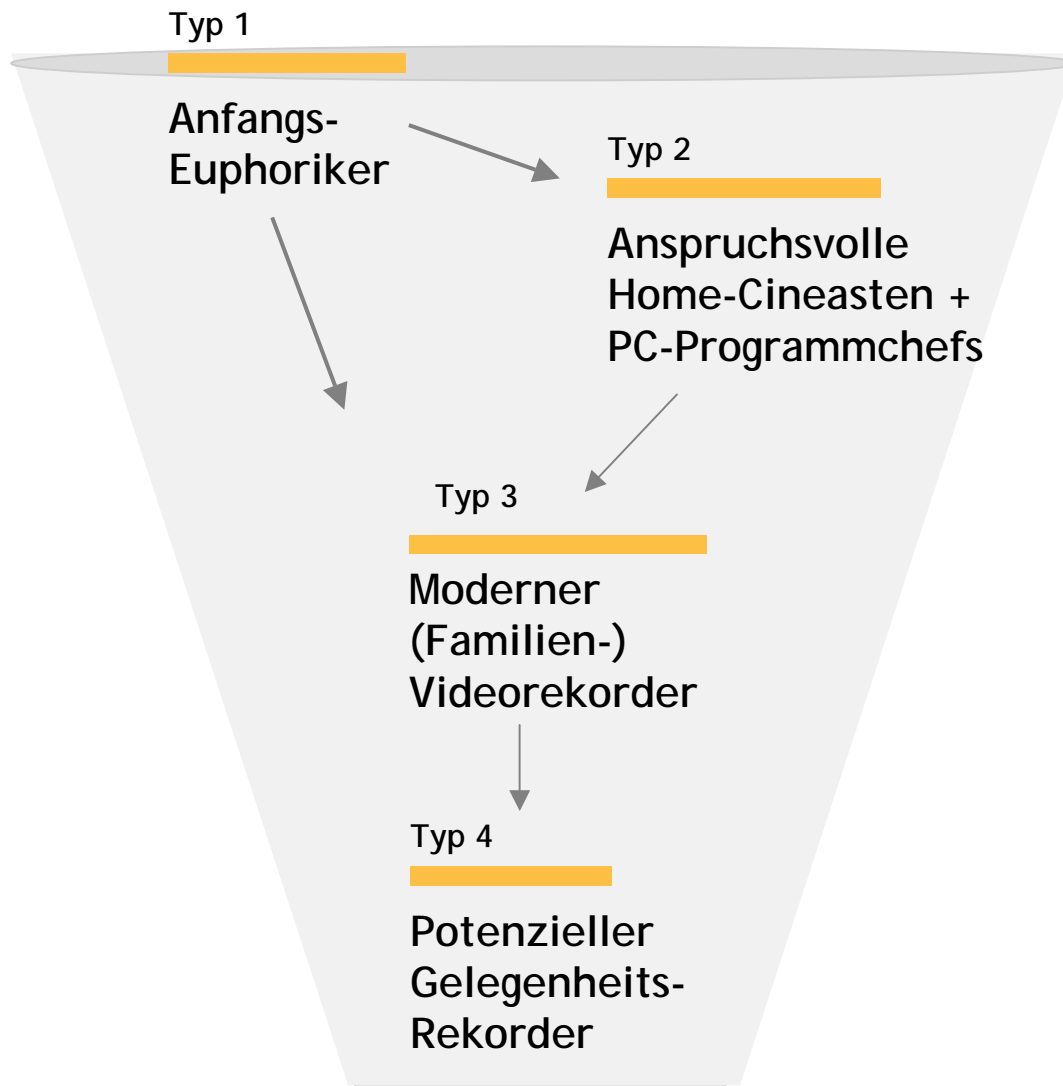
„Viertel nach 8 ist eine gute Zeit für einen Spielfilm. Wenn man um halb 10 anfängt, wird alles viel zu spät.“

- Timeshift mit Live-Sport einerseits und Zapping-Gewohnheiten andererseits nicht kompatibel

„Wenn ich einen Film mit Timeshift gucke, kann ich zwischendurch nicht mehr umschalten, sonst ist alles weg“

In der Praxis wird Timeshift meist nur als Not-Feature eingesetzt

Nutzungstypen und Nutzungskarriere

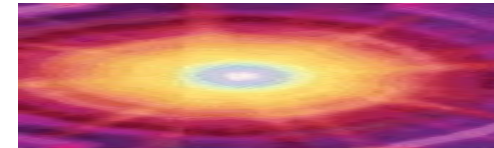
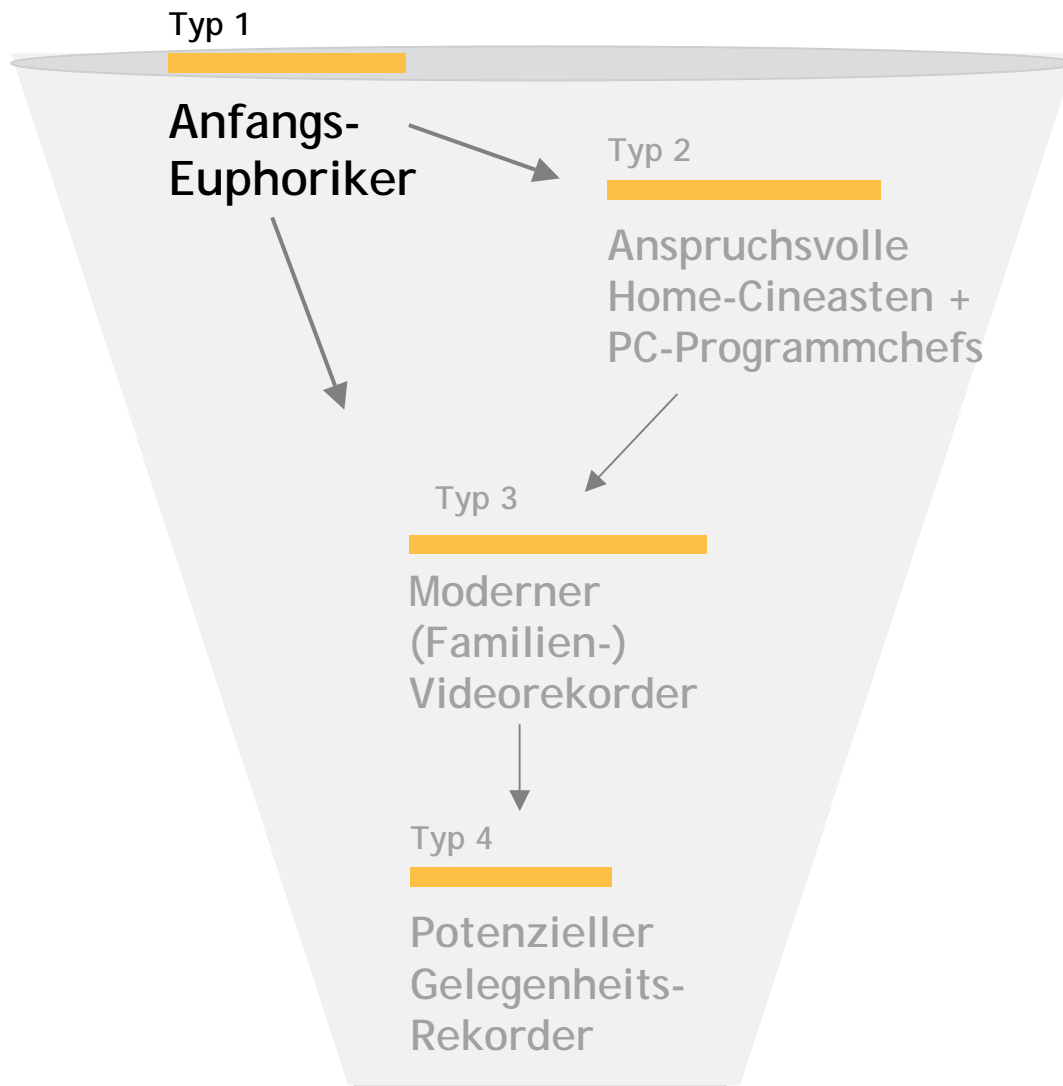


Hohe Nutzungsintensität

In aller Regel lässt der Einsatz des Festplattenrekorders nach 2 bis 3 Monaten nach und pendelt sich in etwa auf dem Level des herkömmlichen Videorekorders ein.

Niedrige Nutzungsintensität

Nutzungstypen und Nutzungskarriere



Rausch des Bestimmens und Aufnehmens

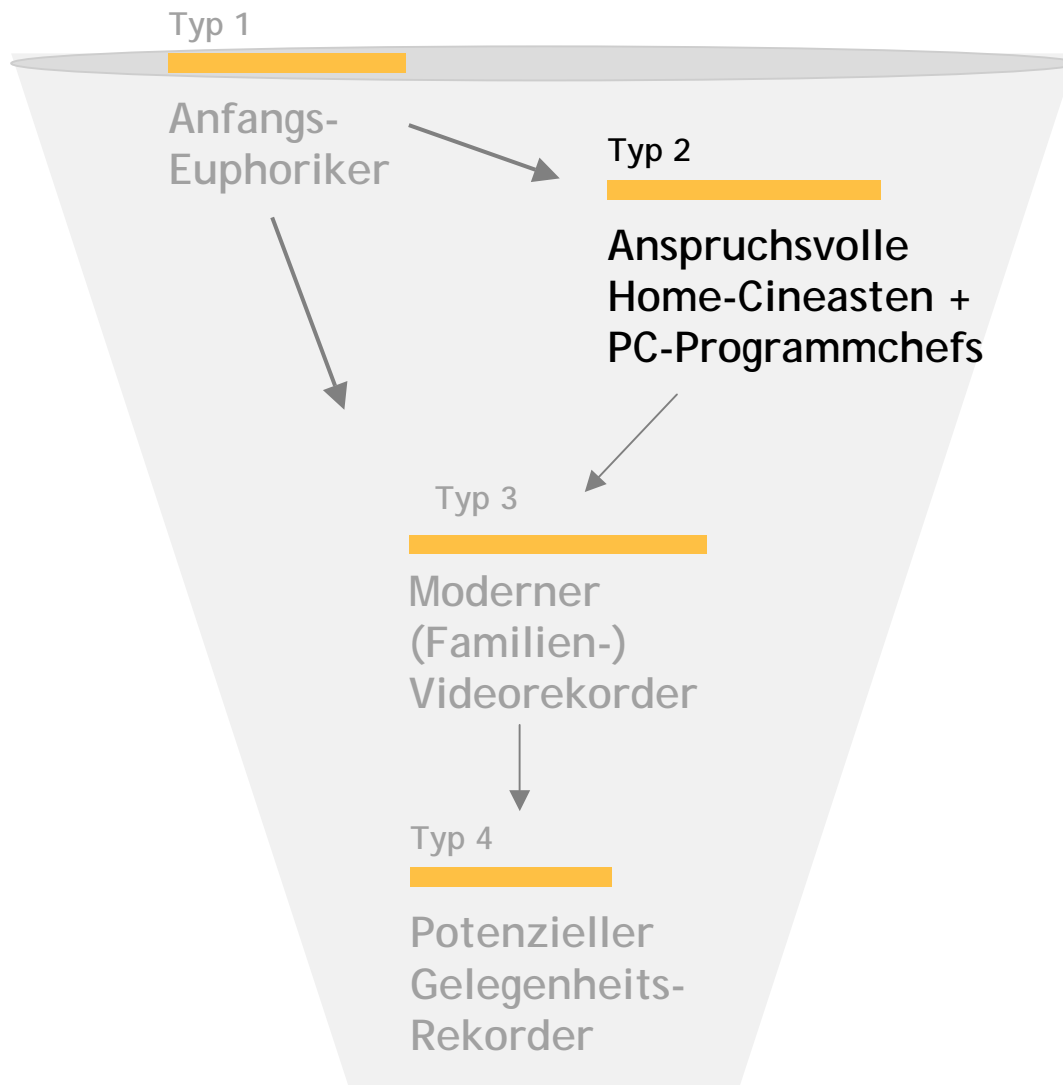
„Habe alle Bundesligaspiele aufgenommen, um mir die später noch mal anzugucken“

Vorsatz: Nie mehr ungeplant fernsehen

„Abends, bevor ich ins Bett gehe, setze ich mich regelmäßig hin und programmiere für den nächsten Tag.“

Endet in Katerstimmung und Festplatten-Overload!

Nutzungstypen und Nutzungskarriere

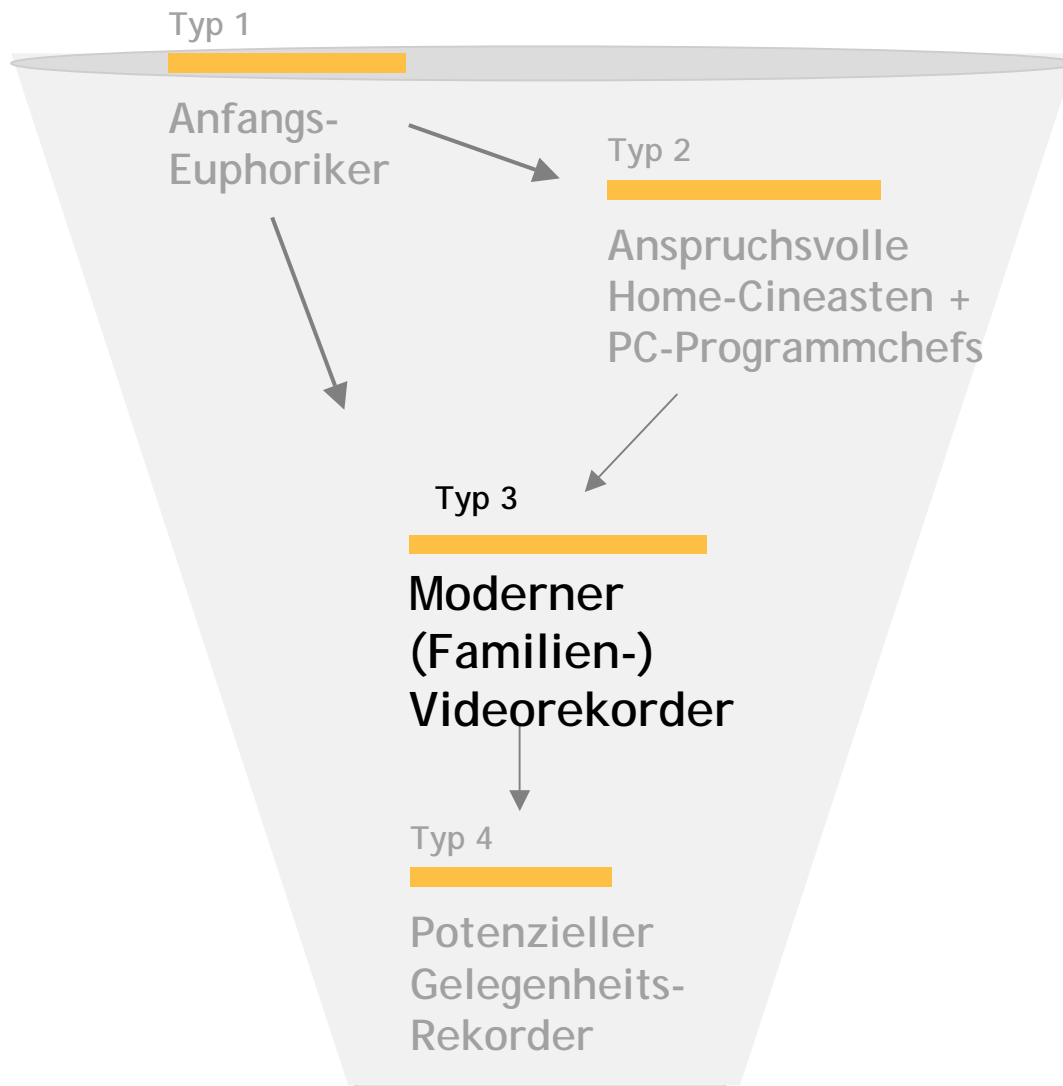


Verfechter des reinen Filmgenusses
Cineastische Liebhaber spezieller Genres und Klassiker

Alles bearbeiten, individualisieren und kontrollieren
Aufgenommenes (am PC) veredeln und auf DVD brennen

Kein TV-Standardbetrieb - neben Cineastentum wird auch normal ferngesehen!

Nutzungstypen und Nutzungskarriere



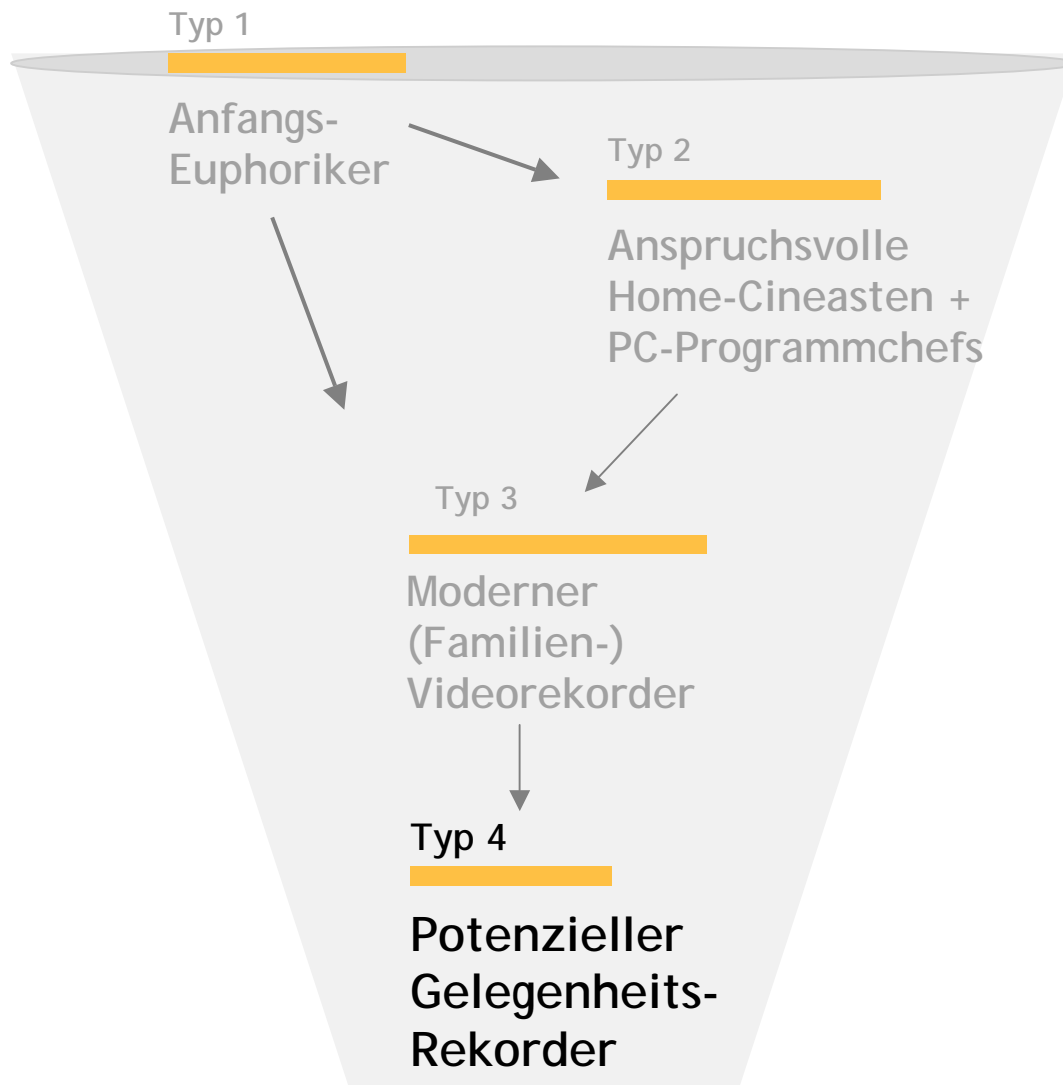
Hauptform der Nutzung ist exakt analog zum bisherigen Videorekorder

Festplattenrekorder zum gelegentlichen Festhalten besonderer oder beliebter Programme

Familiäre Konfliktprophylaxe

„Das ist toll, wenn jetzt meine Serie läuft, und ich muss noch mal zu dem Kleinen hoch, dann halte ich den Film an und gucke später weiter.“

Nutzungstypen und Nutzungskarriere



Wunderding als modernes Statussymbol angeschafft

Wird am Ende jedoch nur sehr selten genutzt

Nutzung kollidiert mit gewohnt mühelosem Fernsehalltag

„Mir ist die Lust da dran vergangen - dauernd muss ich was einprogrammieren. Ich mache mir die Arbeit nicht mehr.“

Gefühl des besseren Fernsehens und der Programmhöhe bleiben paradoxerweise bestehen!

Die Grundambivalenz gegenüber Fernsehwerbung

Abwehr

Vordergründig dominiert immer wieder die Werbekritik an „nervenden TV-Spots“ und „Werbeterror in Spielfilmen“

Aufbietung massiver Abwehrmaßnahmen von Wegzappen bis Pinkelpause

Grund für vehemente Abwehr: Werbung ist ein Beeinflussungsversuch und greift den Wunsch nach mündiger Selbstbestimmung an



Akzeptanz

- Werbung unterhält: *LBS Bauwagen Spießer*
- Werbung erzählt Neuigkeiten: *Telekom senkt die Preise*
- Werbung macht Lust auf Produkte: *BMW 1er Freude*
- Werbung informiert über Möglichkeiten: *Expedia Reisen*
- Werbung zeigt Stil und was „in“ ist: *Douglas mit Armani, Boss*
- Werbung macht Vorschläge für Alltagsprobleme: *Dove: zu Rundungen stehen*

Trotz aller offenen Kritik ist Werbung wichtiger Teil der TV-Fesselung!

Ist der Festplattenrekorder ein Werbekiller?

Der Festplattenrekorder wird kaum mehr als gelegentlich zur Werbevermeidung eingesetzt.

Das Ende der TV-Werberezeption wird nicht eingeläutet.

Der PVR wird zwar immer wieder auch mit dem Vorsatz gekauft, damit systematisch „Werbung herauszuschneiden“.

Die Eigendynamik der TV-Rezeption lässt in vielen Alltagssituationen und bei vielen Formaten jedoch Raum für hinreichende Werbetoleranz.

In Formaten wie z.B. Daily Soaps oder Boulevard-Magazinen herrscht eine aufgelockerte Rezeptionsverfassung vor, für die TV-Werbung durchaus eine verträgliche Erweiterung darstellt.

Bei den Formattypen ‚Fesselndes Heimkino‘ und ‚Anspruchsserien‘ besteht hingegen eine gewisse Gefahr, dass Werbung durch den DVR-Einsatz aktiv vermieden wird.

Zentrales Ergebnis zur Akzeptanz und Nutzung

Festplattenrekorder werden zu keiner Revolution der TV-Gewohnheiten führen.

Der Vorsatz der Emanzipation von den Programmvorgaben wird im Fernsehalltag nicht durchgehalten - die Macht der TV-Fesselung überwiegt.

Die Vision, dass die TV-Zuschauer durch die DVR-Technologie alle zu ihren eigenen Programmdirektoren werden, entbehrt der Realität.

Bei den meisten DVR-Nutzern stellt sich ein Parallelfernsehen ein:

- einerseits überwiegendes (!) normales TV wie bisher
- andererseits *gelegentliches (!)* Sehen über Festplatte mit ‚gefühlter Programmhoheit‘

Durch den DVR wird also weniger die reale TV-Nutzung verändert als die Haltung zum TV:

- Weil man das Fernsehen scheinbar mehr im Griff hat, wird es wieder als wertiger angesehen.

ifm dankt für Ihre Aufmerksamkeit.

Kontakt

ifm

Wirkungen + Strategien

Hauptsitz der Geschäftsführung

Dirk Ziems
Dr. Christoph B. Melchers
Händelstraße 25-29
50674 Köln
Fon 0221.921362.0
Fax 0221.921362.30

Niederlassung am Stammsitz Freiburg

Rathausstraße 3
79227 Schallstadt-Mengen
Fon 07664.2858
Fax 07664.2879

Gegründet 1986
als IFM FREIBURG

d.ziems@ifm-network.de
c.melchers@ifm-network.de
www.ifm-network.de

Projektleitung

Dirk Ziems, Dipl.Psych.
Jürgen Keil, Dipl.Psych.
Händelstraße 25-29
50674 Köln
Fon 0221.921362.17
Fax 0221.921362.30
d.ziems@ifm-network.de