

Prof. Dr. Christian Zabel – Wahrnehmung von ‚Originals‘-Formaten in Streaming-Angeboten



Prof. Dr. Christian Zabel

lehrt und forscht am Schmalenbach Institut für Wirtschaftswissenschaften an der Fakultät für Wirtschafts- und Rechtswissenschaften zu Innovation und Wettbewerb in digitalen Ökosystemen, Innovationsmanagement und Digitalisierung von Unternehmen.

Ausgangslage

Das Fellowshipvorhaben baut auf einem bereits in der Anbahnung befindlichen Drittmittelprojekt auf ("PF-ARD Wahrnehmung plattformpromotender Formate in der ARD-Mediathek"). Darin geht es um die Frage, wie Zielgruppen, die die ARD-Mediathek bislang kaum oder gar nicht nutzen, durch geeignete Eigenproduktionen ("Originals") auf die ARD-Mediathek aufmerksam und zu Nutzer*innen gemacht werden können.

Aus bereits durchgeführten Expert*innenworkshops auf dem ARD-Mediathekscamp im Juli 2024 ist bekannt, dass diese Zielgruppen sehr breit (vor allem als jünger) definiert werden und – deckungsgleich mit etabliertem Wissen zur Programmgestaltung – thematisch und genrespezifisch anzusprechen sind.

Während genderbezogene Aspekte von audiovisuellen Inhalten in der Kommunikations- und Medienwissenschaft natürlich bereits umfangreich Niederschlag gefunden haben, ist eine Integration in Medienökonomie und Medienmanagement sowie der Innovationsforschung bislang kaum erfolgt. Insbesondere fehlt mit Blick auf genderspezifische Inhalte und Rezeption eine quantifizierende Betrachtung, da die Vielzahl der Studien qualitativer Natur ist.

Literatur

Zabel, Christian; Kunz, Reinhard; Telkmann, Verena; O'Brien, Daniel (2024). The show must go on(line): the impact of content and system quality on the usage of television streaming content libraries. In: Journal of Media Economics. <https://doi.org/10.1080/08997764.2024.2322825>

Kunz, Reinhard; Notbohm, Sven; Telkmann, Verena; Zabel, Christian (2022). Netflix & Co. vs. Sender-Mediatheken: Faktoren der Nutzung, Austauschbarkeit und Differenzierung von SVoD- und Mediatheken-Angeboten. In: Medienwirtschaft : Zeitschrift für Medienmanagement und Medienökonomie, Medienwirtschaft : MW. Vol. 19, S. 31 - 43.

Erste Ideen zu Forschungsfragen

Es ist geplant, im Zuge einer großen quantitativen Erhebung (n=6000) Aspekte der Gestaltung von Originals und deren Kommunikation mit Hinblick auf die Nutzungspräferenz zu untersuchen. Prof. Dr. Christian Zabel stellt die Arbeitshypothese auf, dass Fragen der Geschlechtlichkeit sowohl rezipient*innenseitig (Präferenz für bestimmte Inhalte) als auch inhalteseitig (z.B. Präferenz für diverse Casts, Erzählmuster) sowie kommunikationsseitig (z.B. Adressierung der Nutzer*innen; Auswahl der hier zu kommunizierenden Themen) eine Rolle spielen können.

Hier ließen sich genderspezifische Aspekte in der Erhebung mitberücksichtigen und im Nachgang in strukturgleichungsmodellbasierten Analysen integrieren. Hierunter wäre zunächst die Unterscheidung zwischen „weiblichen“, „männlichen“ und diversen Personen zu fassen. Während die letzte Kategorie (aufgrund geringer Fallzahlen) voraussichtlich auch in dem Forschungsprojekt rezipient*innenseitig nur schwer zu berücksichtigen sein wird, besteht die Möglichkeit, aus der Kommunikator*innenperspektive die Rolle z.B. non-binärer Figuren oder genderbezogener Erzählstränge zu untersuchen. Diese Fragestellungen sollen ggf. in nachfolgenden Erhebungen vertiefend betrachtet werden. Die wissenschaftliche 'Verwertung' reicht über den konkreten Zeitraum des Projekts hinaus, das auf konkrete Handlungsmaßnahmen für die ARD-Mediathek ausgerichtet ist.

GEFÖRDERT VOM



Bundesministerium
für Bildung
und Forschung

Technology
Arts Sciences
TH Köln