



Ganz ohne Bildschirm direkt in der virtuellen Realität.

Fern sieht man, wenn man Lust dazu hat – und erst noch interaktiv. News, Musik, Filme kommen per Stream ins Haus. Texte schreiben die Redaktionscomputer. Und Games werden zur Realität.

Sonntagabend ist «Tatort»-Zeit? Das war einmal. Heute schaut man «Tatort», wann man will – und nicht, wenn die Sendung ausgestrahlt wird.

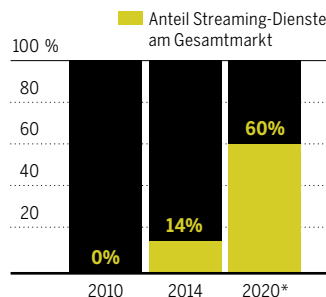
Verfügbar ist das zeitversetzte Fernsehen schon länger – genutzt wird es wenig. Laut dem Schweizer Radio und Fernsehen (SRF) schauen noch immer 90 Prozent linear fern. Das wird sich ändern: «Eine sehr deutliche Zunahme der zeitversetzten Nutzung ist äusserst wahrscheinlich», sagt Bakel Walden, Leiter Programmstrategie beim SRF. Swisscom-Sprecher Olaf Schulze ergänzt: «Das Fernsehen wird immer mehr ergänzt durch die mobile Nutzung, sei es am Smartphone, Tablet oder Laptop.»

Flatrate. Die Medienbranche wurde als eine der ersten von der Digitalisierung erfasst. Deshalb wird auch die Entwicklung der Unterhaltungstechnologie in den nächsten Jahren keine grossen Sprünge mehr machen. Ändern wird sich die Art und Weise, wie wir die Produkte anwenden. Etwa die Möglichkeit, online auf eine riesige Sammlung von Musik, Büchern oder Filmen zuzugreifen. Zum Pauschaltarif gibt es bei Spotify Musik,



Musik aus dem Netz

Physische Tonträger sterben fast aus.



* Schätzung. Quelle: IFPI Schweiz

bei Netflix Filme und bei Amazon E-Books. Alle Services sind hierzulande verfügbar – aber noch wenig etabliert. Doch das wird sich ändern, zum Beispiel in der Musikbranche: «Bereits 2020 wird Streaming am meisten Umsatz generieren», rechnet Lorenz Haas vom Branchenverband IFPI vor. Dass dem Flatrate-Konsum die Zukunft gehört, zeigt

der rasante Anstieg bei den Einnahmen: 2014 setzte die Branche in der Schweiz damit 11,8 Millionen Franken um – fast doppelt so viel wie im Jahr zuvor. Andere Länder sind weiter. In Schweden macht Streaming 95 Prozent vom Digitalumsatz aus – hierzulande 14.

Smart TVs verändern die Weise, wie wir fernsehen. Dezeit stehen in 51 Prozent der Schweizer Haushalte Fernseher mit Internetzugang. Rund drei Viertel der Zuschauer gehen damit ans Netz: Die meisten schauen zeitversetzt fern oder sehen sich YouTube-Videos an. Doch in den Smart TVs steckt noch viel ungenutztes Potenzial: Dank immer mehr Apps wird der Fernseher zum digitalen Entertainment-Center – mit endlos viel Inhalt. Annet Aris, Mediaprofessorin am Insead, sieht den Smart TV als nächsten Game Changer: «Sobald das Ökosystem installiert ist, wird das sehr schnell abheben.»

Interaktiv. Gleichzeitig sinken die Absatzzahlen von Printmedien kontinuierlich. «In zehn Jahren druckt niemand mehr Zeitungen», glaubt Gerd Leonhard, CEO von The Futures Agency. Die Branche müsse umdenken. Es brauche digitale Medien mit interaktivem Inhalt, sagt der Futurologe. Beispiele dafür sind Multimedia-Reportagen, wie sie die «NZZ» oder der «Spiegel» bereits realisiert haben. Mit Fotos, Videos und Tonaufnahmen. Umgekehrt geht auch: Mehrere Unternehmen entwickeln Programme, die Sportevents und Börsentrends analysieren und daraus Texte fabrizieren. Das klappt gut – selbst das Computer Texte schreiben. Der Journalist muss das Dokument dann nur überarbeiten.

Einen neuen Weg geht Peter Hogenkamp in der Schweiz mit Niuws. Die Artikel in der Nachrichten-App werden nicht von eigenen Leuten geschrieben, sondern von Experten im Netz gesucht und über die App geteilt. Kuratieren nennt man das. «Wir nehmen dem Leser die Sucharbeit ab», erklärt Hogenkamp. Gestartet ist Niuws im Januar. «Kuratierung ist sicher ein kommender Trend – und wir surfen ganz vorne auf der Welle», schwärmt er.

Auch die Gaming-Szene ist im Wandel: Im Herbst 2015 bringt Oculus Rift ihre erste VR-Brille auf den Markt. Facebook sieht darin einen Zukunftsmarkt und kaufte das Start-up für 2,3 Milliarden Dollar. Auch Samsung und Sony unternehmen erste Gehversuche in der virtuellen Realität. Damit sitzt der Spieler nicht vor einem Bildschirm, sondern befindet sich direkt in der Computerwelt – ganz abgeschottet vom realen Leben. Dagegen sind 3-D-Filme langweilig. **Michael Bolzli**