* **Das Fernsehen ist ein Massenmedium, das wesentlich zur Meinungs- und Stilbildung sowie zur Verbreitung von Lebensweisen und -welten beiträgt.**
* **Die Angleichung der Fernsehprogramme hat durch internationale Streaming-Dienste eine neue Dimension erreicht: Große Teile ihres Film- und Serienmaterials sind in nahezu allen Staaten der Welt verfügbar.**
* **Um die eigene (Film-)Kultur zu schützen, haben mehrere Staaten die Streamingdienste dazu verpflichtet, in landeseigene Produktionen oder Förderfonds zu investieren.**

Fakten

Als Massenmedium hat das Fernsehen eine weitreichende Wirkung. Da es leicht zu konsumieren und in allen Bevölkerungsgruppen beliebt ist, spielt es eine zentrale Rolle bei der Meinungs- und Stilbildung sowie bei der Verbreitung von Lebensweisen und -welten. Waren es zunächst überwiegend US-amerikanische Spielfilme und Serien, die dann auch im Ausland gezeigt wurden, hat sich der Handel im Bereich der Unterhaltungssparte stark internationalisiert. Darüber hinaus ist heute eine hohe Anzahl an Formaten zu finden, die zwar im Ausstrahlungsland produziert werden, sich jedoch einer ausländischen Vorlage bedienen und dabei einheitlich geregelten Formen der Präsentation folgen. Diese Sendeformate werden weltweit als Lizenzprodukte verkauft. Zu den lizenzierten Unterhaltungssendungen gehören weltweit bekannte Talentwettbewerbe und Castingshows wie beispielsweise 'The Voice' oder 'Pop Idol' (die internationale Version von 'Deutschland sucht den Superstar'), Reality-Soaps wie 'Big Brother' oder Quizsendungen wie die in mehr als 100 Staaten ausgestrahlten Sendung 'Wer wird Millionär?'.

Neben der grundsätzlichen Kritik, dass viele dieser Formate ihre Einschaltquoten auf Kosten medienunerfahrener Kandidaten bzw. Teilnehmer erreichen, wird in Bezug auf die kulturelle Globalisierung kritisiert, dass der weltweite Verkauf dieser Sendeformate zu einer Angleichung der Fernsehprogramme führt. Unabhängig von den lizenzierten Unterhaltungssendungen hat die Angleichung der Fernsehprogramme durch die international agierenden Streaming-Dienste – wie Netflix, Disney+ oder Amazon Prime Video – eine neue Dimension erreicht: Große Teile des Film- und Serienmaterials dieser Anbieter sind in nahezu allen Staaten der Welt verfügbar. So bietet beispielsweise Netflix seine Dienste in mehr als 190 Staaten an.

Netflix wurde 1997 in den USA als DVD-Verleiher gegründet. 2007 führte das Unternehmen das Streaming ein und erhöhte die Zahl seiner Kunden von 10 Millionen im Jahr 2009 auf 50 Millionen 2014 bzw. 100 Millionen im Jahr 2017. Mit mehr als 260 Millionen Kunden Ende 2023 (davon 80 Mio. in den USA und Kanada), die täglich mehr als 515 Millionen Stunden Filme und TV-Serien streamen, ist Netflix einer der größten TV-Anbieter der Welt. Im Jahr 2023 lag der Umsatz von Netflix bei 33,7 Milliarden US-Dollar und der Gewinn betrug 5,4 Milliarden US-Dollar.

Netflix expandierte im September 2010 nach Kanada und seit 2011 wird Netflix in Lateinamerika und der Karibik angeboten. Im Jahr 2012 folgten die ersten Staaten in Europa – zunächst das Vereinigte Königreich, Irland und Skandinavien. 2013 erfolgte die Expansion in die Niederlande und 2014 nach Belgien, Deutschland, Frankreich, Luxemburg, Österreich und die Schweiz. Im Jahr 2015 wird Netflix in Australien, Neuseeland, Japan und Kuba aktiv und weitet seine Expansion in Europa auf Italien, Spanien und Portugal aus. Schließlich wurde Netflix im Januar 2016 in 130 weiteren Ländern freigeschaltet. In lediglich vier Staaten/Gebieten war Netflix noch nie offiziell verfügbar: In China aufgrund fehlender Genehmigungen Chinas sowie in Nordkorea, Syrien und auf der Krim (Ukraine), wo Restriktionen für US-amerikanische Unternehmen seitens der USA den Zugang verhindern. In Russland war Netflix seit 2016 aktiv, als Folge des russischen Angriffs auf die Ukraine stellte Netflix seinen Dienst jedoch im Jahr 2022 ein.

Nach Aussagen des Instituts für Medien- und Kommunikationspolitik (IfM) versucht Netflix einen globalen Massengeschmack zu bedienen, dabei jedoch auch regionale Eigenheiten zu berücksichtigen. Während Netflix Anfang 2012 lediglich auf Englisch, Spanisch und Portugiesisch zur Verfügung stand, waren es Anfang 2016 bereits 20 (darunter Arabisch, Koreanisch und Chinesisch). Heute sind es mehr als 30. Laut Netflix hatten nicht-englischsprachige Titel einen Anteil von rund 30 Prozent an der gesamten Streamingdauer im ersten Halbjahr 2023. Zudem wurden 45 Prozent der englischsprachigen Titel mit Übersetzung oder Untertiteln angesehen.

Nach Angaben von Netflix war von den gut 18.000 meistgeschauten Serienstaffeln und Filmen im ersten Halbjahr 2023 ein Viertel global verfügbar (24,8 Prozent). Die 4.514 global verfügbaren Titel waren dabei für 51 Prozent der gesamten Streamingdauer bei Netflix verantwortlich. Der entsprechende Anteil der 13.700 nicht-global verfügbaren Titel lag bei lediglich 48 Prozent. Das verbleibende Prozent der gesamten Streamingdauer im ersten Halbjahr 2023 entfiel auf die Titel, die in diesem Zeitraum weniger als 50.000 Stunden gestreamt wurden.

Im Gegensatz zum klassischen TV kann Netflix das Nutzerverhalten seiner Kunden präzise auswerten und seine eigenen Produktionen danach ausrichten. 2013 veröffentlichte Netflix das erste eigenständig produzierte Format. Nur zehn Jahre später – im ersten Halbjahr 2023 – hatten die Eigenproduktionen einen Anteil von 55 Prozent an der gesamten Streamingdauer bei Netflix. Der Anteil lizenzierter Inhalte lag entsprechend bei 45 Prozent. Neben dem Ausbau der Marktmacht wird in diesem Zusammenhang problematisiert, dass Nutzer häufig Inhalte angeboten bekommen, die sie schon vorher mochten, neue Seherlebnisse also tendenziell seltener werden.

Um die eigene Kultur zu schützen, das eigene Gesellschaftsbild abzubilden und die heimische Filmwirtschaft zu unterstützen, haben mehrere Staaten gesetzliche Quoten festgelegt, die Netflix und andere Streamingdienste verpflichten, einen bestimmten Anteil vom Umsatz, den sie im Land generieren, in landeseigene Produktionen oder entsprechende Förderfonds zu investieren. Beispielsweise hatte im Jahr 2018 das Europäische Parlament eine Richtlinie angenommen, nach der 30 Prozent der Inhalte der Streamingdienste europäische Produktionen sein müssen. In den im Jahr 2020 von der Europäischen Kommission veröffentlichten Leitlinien zu diesem Thema wurde festgelegt, dass sich dieser Anteil auf die Anzahl der Titel und nicht auf die Laufzeit beziehen soll, um die Anzahl und damit die Vielfältigkeit der Produktionen zu erhöhen (eine Staffel einer Serie wird dabei als ein Titel gezählt). Nach Angaben des Europäischen Parlaments hatten zum 1. Januar 2022 17 Mitgliedstaaten die 30-Prozent-Quote der Kommissionsleitlinien im nationalen Recht festgelegt, zwei weitere Mitgliedstaaten entschieden sich für höhere Quoten (Stand: 04/2023).

Datenquelle

Netflix: media.netflix.com, about.netflix.com; Institut für Medien- und Kommunikationspolitik (IfM): www.mediadb.eu; Europäisches Parlament: www.europarl.europa.eu; Europäische Kommission: Amtsblatt 2020/C 223/03

Begriffe, methodische Anmerkungen oder Lesehilfen

**Streaming:** Datenübertragungsverfahren, bei dem die Daten bereits während der Übertragung angesehen oder angehört werden können und nicht erst nach der vollständigen Übertragung der Daten.

Die Angaben zur **Streamingdauer bei Netflix** beruhen auf dem Report "What We Watched: A Netflix Engagement Report". Der Report bildet die Streamingdauer von rund 18.200 Filmen und Serienstaffeln von Januar bis Juni 2023 ab, die zusammen für 99 Prozent der gesamten Streamingdauer bei Netflix verantwortlich sind. Für das erste Halbjahr 2023 wurde eine Streamingdauer von insgesamt 93,5 Milliarden Stunden angegeben.

Dieser Text ist unter der Creative Commons Lizenz CC BY-NC-ND 4.0 veröffentlicht.

Bundeszentrale für politische Bildung 2024 | [www.bpb.de](http://www.bpb.de)