

Große Quote im Retröstil

25 Jahre Videotext in der ARD

Von Sabine Wahrmann

Alles Liebe zum Geburtstag, mein quadratischer Freund. Stets versorgst du mich informativ und unentwegt: Nachrichten am laufenden Band, das aktuelle Datum, das mir ohne dich stets entfällt, und das TV-Programm.

Es ist wie verhext – Was tät ich bloß ohne Videotext?!« Dieser Reim von einem Zuschauer, der sich »Kurtz« nennt, und eine Vielzahl weiterer Glückwunsch-Mails erreichten die ARD-Text-Redaktion zu ihrem 25-jährigen Bestehen.

Auch die Presse befasste sich anlässlich des Jubiläums mit dem Phänomen Videotext und sparte nicht mit bildhaften Vergleichen: Vom »Verkehrsübungsplatz für die Datenautobahn«, vom »Butler«, der auf Knopfdruck erscheint, vom »Fossil« oder »Dinosaurier in der elektronischen Medienlandschaft« war da zu lesen. »Ewig neues Medium« titelte die »ZEIT« und charakterisierte damit treffend diese Mischung aus altmodischem grafischen Auftritt und brandaktuellen Inhalten.

Am 1. 6. 1980 startete als bundesweiter Feldversuch der gemeinsame Videotext von ARD und ZDF.

Damals ein Meilenstein in der Entwicklung elektronischer Informationsdienste, wirkt der Teletext heute, im Zeitalter des Internets, fast anachronistisch. Die plumpen Klötzchen-Grafiken, die verpixelte Schrift, die durchlaufende Seitenzahlanzeige scheinen nicht mehr zeitgemäß. Dennoch: Die Zahl der Nutzer steigt beständig. Und die ARD mit ihrem seit 2000 selbständigen ARD-Text ist Marktführer. Pro Tag nutzen rund sechs Millionen Zuschauer ihr Angebot, und das nicht etwa aus Mangel an elektronischen Alternativen.

Über die Faszination des Mediums Videotext und dessen Perspektiven in der Übergangsphase zum digitalen Fernsehen Sabine Wahrmann, Leiterin ARD-Text beim RBB in Potsdam.

Der Abrufdienst am Bildschirm ist fast konkurrenzlos schnell. Knapp und präzise auf den Punkt gebracht erfährt der Leser im ARD-Text, dem Videotextangebot des Ersten, stets das Neueste zu einer Vielzahl von Themenbereichen: von nationaler und internationaler Politik, Wirtschaft und Kultur über Sport, Fernseh- und Hörfunkprogramme bis hin zu Service und Verbrauchertemen wie Wetter, Börsenkurse oder Gesundheit. In den Videotext-Angeboten der Dritten Programme der Landessender mit ihrem regionalen Schwerpunkt wird auch fündig, wer beispielsweise auf der Suche ist nach einem Brieftaubenverein im Ruhrgebiet, dem Ergebnis eines Oberligavereins in Bayern oder aber nach der Qualität der Badegewässer in Potsdam. Auch Kochrezepte, Toto-/Lotto-Ergebnisse und natürlich Angebote für Hörgeschädigte finden sich in den werbefreien Teletexten der öffentlich-rechtlichen Sender.

Ein videotexttaugliches Fernsehgerät vorausgesetzt – damit sind inzwischen 92,1 Prozent aller Fernsehhaushalte ausgestattet –, lässt sich

das alles, übersichtlich aufbereitet, bequem und ohne Zusatzkosten vom Sofa aus nachlesen. Das Medium Teletext ist und bleibt eine »Killer-Applikation« – ein Infodienst, der sich bei einem Millionenpublikum durchgesetzt hat und das Bedürfnis nach schneller, knapper Information auf Abruf erfüllt.

An Bundesliga-Samstagen nutzen bis zu zwölf Millionen Zuschauer die Seite 251 mit der Liveberichterstattung im ARD-Text. Die Meldungen der »Tagesschau« und die Informationen zum Programm des Ersten sind die beiden anderen meistgenutzten Bereiche. Dieser Textservice, der unmittelbar zum Fernsehprogramm gehört, bindet die Nutzer zugleich an die Programme der öffentlich-rechtlichen Sender.

Die Zuschauer halten Teletext für einen modernen Informationsdienst, wie eine Nutzerbefragung gezeigt hat. Die öffentlich-rechtlichen Teletext-Angebote erreichen täglich ein jüngeres Millionenpublikum – laut ARD-Teletext-Studie 2001 sind 49 Prozent der Zuschauer zwischen 19 und 39 Jahren alt –, die Zugriffszahlen steigen seit Jahren an. Mit durchschnittlich sechs Millionen Zuschauern bzw. Lesern täglich und einem bundesweiten Marktanteil von 14,8 Prozent ist der ARD-Text im ersten Halbjahr 2005 die Nummer eins der Teletexte.

Und somit kann Teletext mühelos neben den Internet-Angeboten der ARD bestehen. Aus den regelmäßigen ARD/ZDF-Online-Studien wissen wir, dass viele Zuschauer sowohl das Internet als auch den Teletext zu ihrer Information nutzen. Einige der Videotext-Angebote werden parallel auch im Internet bereitgestellt, ARD-Text, WDR-Text und RBB-Text (Foto unten) beispielsweise. Für die Zukunft gilt es, auf dem deutschen Fernsehmarkt die Qualitäten dieses analogen Dienstes mit seiner schnellen, stets aktuellen und knappen Information in das digitale Zeitalter zu übertragen.

— Wie alles begann

»Videotext – Ein neuer Informationsdienst des Fernsehens« lautete der nüchterne Slogan, mit dem auf der Internationalen Funkausstellung 1977 der Bildschirm-Abrufdienst im Probebetrieb vorgestellt wurde. Fernsehtechniker der BBC hatten Anfang der 70er Jahre entdeckt,



dass sich in der so genannten Austastlücke, den freien Zeilen des 625-zeiligen analogen Fernsehsignals, Texte und Grafiken unterbringen lassen. Seitdem wurde auch in Deutschland und anderen europäischen Staaten an der Entwicklung bzw. Einführung von Teletext gearbeitet. Am 1.6.1980 fiel der Startschuss für die bundesweite Ausstrahlung: Mit Hilfe eines Decoders konnten aktuelle Nachrichten und Programminformationen per Knopfdruck mit der Fernbedienung abgerufen werden. Gesendet wurde von nachmittags 15.00 Uhr bis 23.00 Uhr am Abend. Mit 75 Seiten in acht »Magazinen«, das sind Themenbereiche oder Rubriken, war das Angebot noch relativ bescheiden. Produziert wurde es – bis zur Aufspaltung in ARD-Text und ZDFtext im Jahr 2000 – von der neu errichteten gemeinsamen Videotextzentrale von ARD und ZDF beim SFB in Berlin.

Seit März 2004 sendet ARD-Text aus dem ARD Play-Out-Center beim RBB in Potsdam-Babelsberg.

— Medienpolitik: Die Geschichte wiederholt sich

Die Einführung des neuen Mediums Teletext löste Ende der 70er Jahre eine medienpolitische Debatte aus, die direkten Parallelen zur heutigen Diskussion um die Online-Angebote der öffentlich-rechtlichen Sender aufweist. Der Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger (BDZV) sah seine Geschäftsfelder bedroht und forderte in den Anfangsjahren mehrfach den



Verzicht auf Nachrichten im Teletext. Nach Meinung der Verleger stellte dieses Angebot eine Wettbewerbsverzerrung dar, da die Meldungen kostenlos abrufbar waren. Die Debatte drehte sich um die Frage, ob das neue Medium dem Rundfunk zuzuordnen sei oder als eine Art »Bildschirmzeitung« eher der Presse.

Im »Würzburger Papier« vom Mai 1979 erklärten die Rundfunkreferenten der Bundesländer, Fernsichttext sei aufgrund seiner Technik untrennbar mit dem Fernsehen verbunden und erfülle daher den Rundfunkbegriff. Zugleich nahmen die Rundfunkanstalten für sich in Anspruch, die Technik weiterentwickeln und nutzen zu dürfen.

Die Lösung des Problems war eine Selbstbeschränkung der öffentlich-rechtlichen Anbieter und eine langjährige Zusammenarbeit mit dem BDZV: ARD und ZDF verzichteten in ihrem gemeinsamen Videotextangebot auf Wirtschaftswerbung und beschränkten sich in ihrem Nachrichtenangebot auf überregionale und überlokale Nachrichten. Im Gegenzug lieferten bis 1990 fünf überregionale Tageszeitungen – »Die Welt«, »Frankfurter Allgemeine Zeitung«, »Frankfurter Rundschau«, »Handelsblatt« und »Süddeutsche Zeitung« – eine Presseschau, die unter der redaktionellen Verantwortung der ARD/ZDF-Videotext-Redaktion stand. Danach war der Verteilungskampf kein Thema mehr, der Teletext hatte sich fest im Medienangebot positioniert.

— Gründungsboom bei den Dritten

Im Verlauf der 80er Jahre begannen auch die Dritten Fernsehprogramme mit der Ausstrahlung eigener regionaler bzw. auf ihr Sendegebiet bezogener Videotext-Dienste. Den Anfang machte der WDR am 3.1.1983 mit damals 40 Seiten, die im Wesentlichen Programmankündigungen und eine Presseschau enthielten. Sukzessive folgten die Teletext-Angebote von SDR und SWF (1984), von HR (1985) und BR (1986), von NDR (1988) und SR (1989) und schließlich, 1992, vom SFB. Längst sind alle diese Angebote und auch die Angebote der neuen Landesrundfunkanstalten MDR, RBB und SWR komplexe 24-Stunden-Info-Pakete, deren Erfolg von Anfang an in der hohen Kompetenz für regionale Information begründet lag. In den Einstiegsseiten stößt man zuerst auf Nachrichten aus dem jeweiligen Bundesland. Über Weltpolitik kann man sich dort genauso informieren wie über Zug- oder Flugverspätungen am nächstliegenden Bahnhof oder Flughafen oder über die Sport-

570 WDR-Text Di 02.08. 11:15:46	
SERVICE	
WDR ANGEBOTE FÜR HÖRGESCHÄDIGTE	
Untertitelte Sendungen	> 571
Beratungen	> 572
Treffpunkte	> 573
Kultur	> 574
Feste	> 575
Sport	> 576
Fußball-Ergebnisse	> 577
Weiterbildung/Stellenangebote	> 578
Aus Gründen der Aktualität werden Veranstaltungstermine nur für die nächsten 14 Tage veröffentlicht.	

»Sehen statt Hören«: WDR-Text informiert über Angebote für hörgeschädigte Menschen.

ergebnisse des heimischen Vereins. Auch die Wetterprognosen oder das Kinoprogramm interessieren meist mehr für den Nahraum, plant man nicht gerade eine Reise.

Teletext ist inzwischen Standard auch bei den später hinzugekommenen öffentlich-rechtlichen Fernsehangeboten: 3sat und ARTE starteten 1990 bzw. 1992, PHOENIX-Text und KI.KA-Text gibt es seit 1997.

— Nachrichten in Echtzeit rund um die Uhr

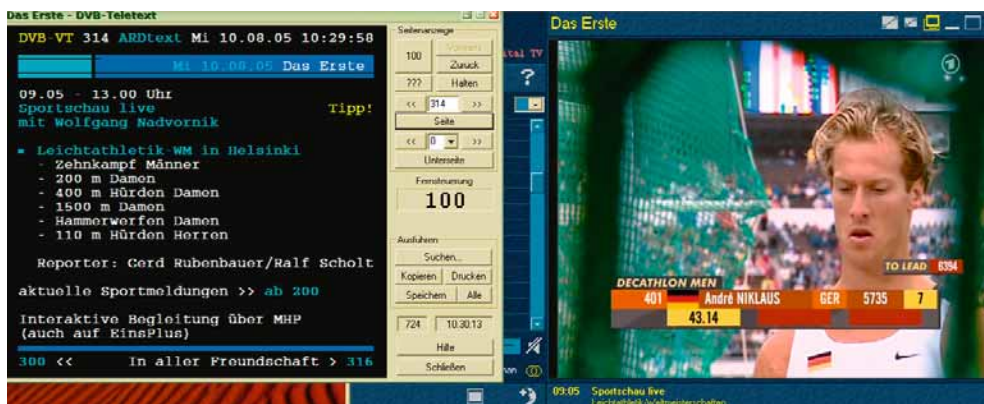
Ganze zehn Jahre dauerte der zunächst auf zwei Jahre ausgelegte ARD/ZDF-Feldversuch. Erst 1990 ging das bundesweite Videotext-Angebot in den Regelbetrieb über. Damit endete auch die Kooperation mit dem BDZV, und die Presseschauen wurden eingestellt. Die tägliche Sendezeit wurde sukzessive zum 24-Stunden-Betrieb ausgeweitet und – damit einhergehend – auch das inhaltliche Angebot erweitert. Rund 400 Seiten waren es 1990, 800 bis 900 Texttafeln sind heute die Regel in den Teletext-Diensten der ARD und der Landesrundfunkanstalten.

Die große Leistung der ARD/ZDF-Videotextzentrale war das Setzen und Weiterentwickeln von technischen und redaktionellen Standards, auf nationaler wie europäischer Ebene. Die Strukturierung von Teletext mit seiner Magazinaufteilung und der klassischen Seitenzahlbelegung ist von den Zuschauern so erlernt und hat sich etabliert. Fast alle späteren Teletext-Angebote haben diesen Aufbau übernommen. Danach werden z.B. Nachrichten im 100er-Magazin abgebildet, Sport ab Seite 200, Programminformationen zu Hörfunk und Fernsehen ab Seite 300 bzw. 400, Service ab Seite 500 angeboten.

Ein weiterer wichtiger Punkt der Arbeit ist die ständige Optimierung der Möglichkeiten in der Nachrichtenübermittlung sowie die Aktua-

Decoder-Box seit Sommer 2003 ein Portfolio an sendungsbegleitenden interaktiven Zusatzdiensten mit Programminformationen, Nachrichten, interaktiven Tickern und Sendungsbegleitung in moderner Grafik und Navigation.

In Ergänzung dazu kann eine »klassische« Version von ARD-Text in digitaler Form die Zuschauer bei ihren bisherigen Sehgewohnheiten abholen (*Foto unten*). Zumindest für eine Übergangsphase gilt es, die Vorzüge des analogen Angebotes, das die Zuschauer so intensiv nutzen, zu erhalten und den erlernten Umgang mit der Fernbedienung und die etablierte Struktur dieses »Bildschirmabrufdienstes« in die digitale Zukunft mitzunehmen.



Videotext im Digital-Fernsehen auf dem PC: Textinformationen und Fernsehbild lassen sich nebeneinander platzieren.

Die schnelle Aktualisierungsrate des jetzigen ARD-Textes muss auch bei der digitalen Ausstrahlung erreicht werden, zudem sollten die Zuschauer auf Bekanntes treffen, was die Anmutung und das Navigationsprinzip in einem digitalen ARD-Text betrifft. Beispiele vom englischen Fernsehmarkt haben gezeigt, dass es günstiger ist, die gelernte Struktur und die Seitenzahlen, anhand derer sich die meisten Zuschauer orientieren, auch im digitalen Text als Navigationsmöglichkeit anzubieten. Seit dem Sommer 2005 verfügt ARD-Text in Potsdam-Babelsberg über eine neue Produktionsanlage, die die Produktion von ARD-Text sowie seine Belieferung der digitalen interaktiven Dienste der ARD weiter optimiert. Die neue Technik wird auch die Produktion einer digitalen Version von ARD-Text ohne nennenswerte Zusatzkosten ermöglichen.

— Vernetztes Arbeiten

Angesichts der guten Reichweiten ist klar, dass der analog ausgestrahlte Teletext ständig inhaltlich und redaktionell weiterentwickelt wird. So wurde ARD-Text Anfang April 2005 mit verbesserter Struktur und mit einem optimierten, an die ARD-Markenwelt angelehnten Design neu gestartet. Seit einigen Jahren werden neue Formen der programmbegleitenden Information entwickelt. Zu den aktuellen »Tagesschau«-Meldungen werden regelmäßige Hintergrund-Informationen angeboten, produziert von der Redaktion tagesschau.de. Im Sportbereich produziert die ARD-Text-Zentrale programmbegleitende Informationen zu wichtigen Sport-

ereignissen wie der Tour de France, langen Wintersportwettkämpfen oder während komplexer Veranstaltungen wie den Olympischen Spielen oder Leichtathletik-Meisterschaften.

Wo immer möglich, wird vernetzt gearbeitet im Austausch mit den Teletext-Redaktionen der Dritten Programme oder den Online-Redaktionen der ARD. So wurde im ARD-Text der Olympia-Ticker aus Athen 2004 von der Online-Redaktion des SWR übernommen, der Tour-de-France-Ticker in Zusammenarbeit mit dem SR produziert.

Nach der Fusion seiner Sitzanstalt SFB mit dem ORB konnte ARD-Text neue moderne Räume im ARD Play-Out-Center am RBB-Standort in Potsdam beziehen. Dort werden die Synergien mit der Redaktion Interaktive Dienste von ARD Digital optimiert, und es wird an der Zukunft des »alten« Mediums mit der großen Quote gearbeitet. Die »Killer-Applikation« Teletext mit ihren Millionen Zuschauern täglich soll auch im digitalen Zeitalter so erfolgreich wie möglich die Fernsehprogrammangebote der ARD begleiten.