

# Pressemitteilung

## Ob mit oder ohne Untertitel: Deutsche wollen englischsprachige TV-Sendungen

**Ein Drittel der Bevölkerung für Fernsehsendungen in Englisch im deutschen Fernsehen +++ Weitere 83 Prozent für eine Auswahlmöglichkeit englisch/deutsch bei englischsprachige Produktionen +++ Noch höheres Interesse bei Kinder- und Jugendsendungen +++ Besonders Interesse an Ausstrahlungen in Originalsprache bei jungen Erwachsenen +++ Online-Streaming-Portale bereits heute für jeden Zweiten mögliche Konkurrenz für englischsprachige Ausstrahlungen**

Bonn, Juni – Deutschland ist ein Synchronisationsland, Fernsehsendungen werden selbstverständlich übersetzt. Das ist in den Niederlanden, Dänemark oder Schweden anders. Dort werden englische oder amerikanische Produktionen gerne in Originalsprache ausgestrahlt und allenfalls mit Untertiteln versehen.

Ein jüngerer Trend ist es nun auch in Deutschland, sich englischsprachige Filme oder Serien im Original anzuschauen. Gerade jüngere Erwachsene mit höherer Bildung sind hierbei Vorreiter. Dabei sind die Quellen unterschiedlich, bis hin zu Lösungen, bei denen via Internet amerikanische Angebote genutzt werden. Diese sind zwar nur für den dortigen Markt vorgesehen sind, können teilweise mit technischen Tricks auch hier gesehen und überraschenderweise auch mit einer deutschen Kreditkarte bezahlt werden.

Es sind aber längst nicht mehr die Jungen, die die anglophile Ausstrahlung bevorzugen. Tatsächlich stehen die Bundesbürger der Idee, etwa englischsprachig produzierte Kinder- und Jugendsendungen im Original zu zeigen, aufgeschlossen gegenüber. Rund 40 Prozent der Bevölkerung wären dafür, bei den jungen Erwachsenen, insbesondere jenen in Ausbildung oder Studium, sogar deutlich über die Hälfte. Das zeigt eine aktuelle Studie des infas Instituts für angewandte Sozialwissenschaft, Bonn, für die 1.500 Personen ab 18 Jahre telefonisch befragt wurden.

Von jenen, die die Ausstrahlung der Originalfassung von Kinder- und Jugendsendungen ablehnen, wären 83 Prozent dafür zu gewinnen, wenn parallel dazu die Synchronisation verfügbar wäre – der Zuschauer also die Wahl hätte.

Beim generellen Fernsehen spricht sich heute bereits jeder Dritte dafür aus, englischsprachige Produktionen in ihrer Ursprungssprache zu senden. Personen mit hohem Einkommen sind zu 40 Prozent dafür. Von jenen, die sich der Oberschicht zuordnen, stimmt sogar jeder Zweite zu. Auch hier können sich von jenen, die das ablehnen, weitere 83 Prozent damit anfreunden, wenn sie zwischen den Sprachen wählen könnten. Dabei ist es erneut die Generation der unter 35-Jährigen, die ein besonders starkes Interesse an englischsprachigen Sendungen, also dem „Sprachunterricht via TV“ im deutschen Fernsehen hat.

infas Institut für angewandte Sozialwissenschaft GmbH

Friedrich-Wilhelm-Straße 18  
D-53113 Bonn  
Tel. +49 (0)228/38 22-0  
Fax +49 (0)228/31 00 71  
info@infas.de  
www.infas.de

Neben der schnelleren Ausstrahlung von Blockbustern – weil eben nicht auf die Synchronisation gewartet werden muss – und vermiedenen Authentizitätsverlusten mag ein weiterer Grund für die Zustimmung zum TV-Konsum in Originalsprache sprechen: Nach Untersuchungen von Jürgen Gerhards, Professor an der Freien Universität Berlin, gibt jeder zweite Bundesbürger an, kein Gespräch auf Englisch führen zu können. Im EU-Vergleich ist dieser Wert allenfalls Mittelmaß. Zum Vergleich: In den Niederlanden, in Dänemark und in Schweden trauen sich deutlich mehr als 80 Prozent der Bevölkerung zu, englisch zu parlieren.

Das deutsche Fernsehen könnte demnach „Nachhilfe“ in Englisch bieten und damit zur Kundenbindung beitragen. Zudem könnten Online-Angebote dem Fernsehen möglicherweise stärker Marktanteile abnehmen, wenn sie die englische Karte spielten. Denn bereits heute ist jeder Zweite der Meinung, dass Fernsehsendungen auf Englisch unnötig seien, weil es genügend Optionen gäbe, mittels Streaming-Portalen online darauf zuzugreifen.

**Zur Studie:**

Im Februar und März 2014 hat das infas Institut für angewandte Sozialwissenschaft GmbH insgesamt 1.508 Personen ab 18 Jahre zu aktuellen Themen telefonisch befragt. Dabei wurde der Dual-Frame-Ansatz gewählt, bei dem sowohl Festnetzanschlüsse als auch Mobilfunknummern genutzt werden, um extrem mobile Personen und „mobile onlys“ einzubeziehen. Die Ergebnisse sind repräsentativ für die Bevölkerung in Deutschland ab 18 Jahre.

**Über infas:**

infas ist ein privates und unabhängiges Sozial- und Marktforschungsinstitut, das Forschungs- und Beratungsleistungen für Unternehmen aller Branchen, für die Wissenschaft, die Verwaltung auf Bundes- und Länderebene sowie die Politik erbringt. infas ist eines der renommiertesten Forschungsinstitute in Deutschland und seit 1959 am Markt.

**Ansprechpartner bei infas**

Joachim Scholz  
Leiter Unternehmenskommunikation  
Tel. 0228/3822-448  
Fax 0228/310071  
E-Mail: j.scholz@infas.de