

CHRIS ANDERSON | THE LONG TAIL

Chris Anderson, Redakteur des renommierten US-Technikmagazins „Wired“, hat durch den Titel seines Buches „The Long Tail“ eine ökonomische Entwicklung bezeichnet, deren Auswirkungen insbesondere auf den Mediensektor bereits jetzt deutlich abzulesen sind.

In der 2004 vorgestellten Theorie erklärt Anderson, dass ein Anbieter im Internet durch ein großes Angebot so genannter Nischenprodukte einen Gewinn machen kann. Vor allem die bisher fast ausschließlich auf Bestsellerlisten bzw. Charts ausgerichtete Buch bzw. Plattenindustrie profitiert mehr und mehr von diesem neu entstehenden Markt. Durch die geringen Kosten für Verkaufsfläche und Vertrieb im Internet sind auch früher als Flop abgestempelte Titel heute gewinnbringend an den Rezipienten zu bringen. Durch die inzwischen weitverbreiteten Breitbandinternetzugänge können Downloadportale, wie beispielsweise **Apple iTunes**, die Vertriebskosten gar auf ein Minimum reduzieren.

Auch die Film- und Fernsehbranche in Deutschland reagiert mit unterschiedlichen Konzepten auf die, von Chris Anderson nach der Ähnlichkeit der Verkaufskurve mit einem Rattenschwanz benannte, „Long Tail“ Theorie. Das von **ProSiebenSat.1** betriebene Video-on-Demand-Portal bietet seinen Nutzern neben den aus dem Fernsehen bestens bekannten Programmpunkten, auch einige wegen schlechter Einschaltquoten aus dem Programm genommen Formate an. Auch die **UFA** konzentriert sich neben den von **teamWorx** produzierten großen TV-Hits bzw. Events auf kleine kostengünstige Nischenformate. Die „Jens Uwe Hansen-Show“ wird von der gleichnamigen Puppe moderiert und bereitet von Usern generierten Content, im Style von **YouTube** und Co, für die Zuschauer des Videoblogs auf. Die laut eigenen Angaben bereits Kultstatus besitzende Puppe hat es mit ihrer Show bereits in das klassische Fernsehen geschafft, sie moderierte kurzzeitig für den digitalen Sender **Sat.1 Comedy**.