

Das ProgrammBewertungsVerfahren im SWR

→ **Fernsehprogramme und ihre Bewertung**

Von Marianne Blumers und Walter Klingler*

Fernsehprogramme im harten Wettbewerb um Zuschauer

Die Fernsehsender in der Bundesrepublik Deutschland stehen heute in einem harten Wettbewerb um die Akzeptanz des Publikums. Dabei treten sie je nach Selbstverständnis, Auftrag und auch je nach Zielgruppe mit deutlich unterschiedlichen Programmprofilen an. Allen gemeinsam ist, dass sie eine „Publikumsbasis“ haben, 73,13 Millionen Bundesdeutsche ab drei Jahren in Fernsehhaushalten (1), und dass die Fernsehnutzung nach wie vor nicht ins Unendliche steigt, trotz der erreichten Höhe von 74 Prozent pro Tag und einer Sehdauer von 210 Minuten. 66 Minuten dieser Fernsehnutzung entfallen auf Information, 63 Minuten auf Fiktion, 33 Minuten auf Unterhaltung, 15 Minuten auf Werbung, 13 Minuten auf Sport und 6 Minuten auf Sonstiges. Im Jahr verbringt jeder Bundesbürger durchschnittlich 1278 Stunden oder 53 Tage mit Fernsehen. Die Angebotsbasis für dieses Zuschauerverhalten bildeten Ende 2004 pro Haushalt im Schnitt 47 Fernsehprogramme.

Öffentlich-rechtliche Programme mit anderem Profil als die Privaten

Die Profile der öffentlich-rechtlichen Programme und privaten Programme sind unterschiedlich: Im Bereich des öffentlich-rechtlichen Rundfunks gibt es beispielsweise einen weit überdurchschnittlichen Anteil an Sendungen aus dem Bereich Information. Zwischen den Systemen existieren allerdings nicht nur quantitative Unterschiede, es sind auch qualitative deutlich erkennbar, wie systematische Programmanalysen zeigen. (2) In der allgemeinen öffentlichen Diskussion wird der Begriff Qualität allerdings oft bewertend eingesetzt, ohne dass die Maßstäbe explizit offengelegt werden.

Diskussion um Programmqualität und so genannte Quote

Im Kontext der Diskussion um Qualität und die so genannte Quote kommen Angebote mit hohen Zuschauerzahlen schnell in den Geruch, von minderer Qualität zu sein, bzw. geraten in den Verdacht, dass hier nur „niedere Bedürfnisse“ befriedigt werden. Umgekehrt wird bei Angeboten mit geringer Akzeptanz auch schon mal argumentiert, dass aufgrund der hohen Qualität eben nur ein besonderes Publikum Gefallen daran finden kann. Letztendlich sind einfache Thesen wenig hilfreich. Gleichzeitig ist für eine solche Diskussion eine nachvollziehbare Definition von Qualität in Fernsehprogrammen notwendig.

Programmauftrag verpflichtet ö.-r. Rundfunk zur Qualität

Für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk stellt sich die Frage nach der Qualität ganz unmittelbar im Zusammenhang mit seinem Auftrag und seiner Rolle, zumal in der zunehmend differenzierten und konkurrenzintensiven Fernsehlandschaft. Für den

Zuschauer nicht nur normativ, sondern auch in seiner Wahrnehmung und Nutzung relevant zu sein, ist heute (und war in der Vergangenheit auch immer) eine wichtige Bedingung. Nur so kann der öffentlich-rechtliche Rundfunk einen Beitrag zur freien und demokratischen Meinungsbildung der Bevölkerung leisten (4) und dem Programmauftrag nachkommen „...qualitativ hochwertige Programme in den Bereichen Information, Bildung, Beratung und Unterhaltung anzubieten, ... um ... damit einen nachhaltigen Beitrag für die Orientierung der Zuschauer bei der Auseinandersetzung mit den relevanten politischen, wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Themen der Zeit“ zu erbringen.

Dieses Spannungsverhältnis zwischen Angebotsqualität und Zuschauerakzeptanz ist für öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalten von besonderer Bedeutung. Die ARD strebt ihrem Qualitätsanspruch folgend danach, neben Professionalität auch durch den intensiven Kontakt mit den Zuschauern, das öffentlich-rechtliche Profil ihrer Programme ständig zu überprüfen. (5) Das spiegelt ein Programm- und Qualitätsverständnis, das nicht statisch ist, sondern, sich orientierend an bestimmten Werten und Normen, dynamisch weiterentwickelt. Auch der öffentlich-rechtliche Rundfunk zum Beispiel in Österreich, ORF, hat sich dieser Qualitätsorientierung verpflichtet und sie wie folgt begründet: „Durch die Erstellung von Qualitätskriterien kann eine öffentliche Mediendiskussion sinnvoller geführt werden (z. B. über die Erfüllung des öffentlich-rechtlichen Auftrags des ORF), die über den Bereich des persönlichen Geschmacks oder der politischen Auseinandersetzung hinausgeht.“ (6)

Das ProgrammBewertungsVerfahren des SWR in seiner Entwicklung

Im SWR existiert heute ein standardisiertes Verfahren, um diesen Austausch zwischen Programm-machern und Publikum systematisch zu gewährleisten. Die Vorgeschichte des heutigen ProgrammBewertungsVerfahrens (PBV) geht in die Zeit vor der Fusion des Süddeutschen Rundfunks und des Südwestfunks zurück. In den 1990er Jahren wurde – gemeinsam mit dem Saarländischen Rundfunk – der Versuch unternommen, eine Systematik zu entwickeln, die quantitative Daten (insbesondere aus der GfK Fernsehforschung) mit Profil/Qualität (Bewertungen von Sendungen durch die Zuschauer, ggf. durch publizistische Resonanz) und Kosten sowie Repertoirefähigkeit vernetzen sollte. Pilotuntersuchungen wurden Mitte der 1990er-Jahre realisiert. (7)

Im neu entstandenen SWR wurde dann von der dafür zuständigen Abteilung Programmstrategie das sogenannte ProgrammQualitätsVerfahren (PQV) entwickelt. (8) Aufbauend auf der Analyse der zu diesem Zeitpunkt eingesetzten Instrumentarien entschied sich der SWR – neben den in den Redaktionen/Programmbereichen selbst existierenden Qualitätsdiskussionen – für einen rezipientenorientierten Ansatz. Dies geschah auf Basis einer breiten Entwicklungsarbeit und einem intensiven Aus-

Im Kontakt mit Zuschauern Programmprofil weiterentwickeln

Vorläufer des PBV in den 1990er Jahren

Zwischen 2000 und 2005 rund 50 Sendplätze untersucht

* SWR Medienforschung/Programmstrategie, Stuttgart.

tausch mit den in anderen öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten eingesetzten Ansätzen und Methoden. (9) Im Jahr 2000 ging das Verfahren in den Regelbetrieb. Innerhalb von drei Jahren – 2000 bis 2002 – wurden damit rund 50 Sendeplätze im Südwest Fernsehen untersucht.

Weiterentwicklung der Instrumentarien

Parallel zur Einführung des ProgrammQualitätsVerfahrens erfolgte in der Abteilung Medienforschung des SWR die Weiterentwicklung der Instrumentarien, die im Kontext der intensiven Programmberatung eingesetzt wurden. Neben telefongestützten Studien zur Programmberatung waren dies in größerem Umfang Gruppendiskussionen/Explorationen und beispielsweise Untersuchungen zu den Erwartungen von Zuschauerinnen und Zuschauern (sendungsübergreifend) an die unterschiedlichen Programmgenres. Zudem wird jährlich unter anderem eine Basisuntersuchung zur Bekanntheit einzelner Sendeplätze durchgeführt.

Das ProgrammBewertungsverfahren (PBV): Fusion der Erfahrungen

Nach der Zusammenführung der bisherigen Abteilungen Medienforschung und Programmstrategie 2003 zur Abteilung Medienforschung/Programmstrategie wurde das Instrumentarium weiterentwickelt. Aus dem ProgrammQualitätsVerfahren wurde das ProgrammBewertungsverfahren.

Das Verfahren hat dabei drei Kernaufgaben:

- die Rückkopplung von Redaktionszielen und Zuschauerwahrnehmungen;
- einen Beitrag zur Weiterentwicklung der Sendeplätze im Südwest Fernsehen (Schwerpunkt des PBV);
- sowie zur Entwicklung des Programms insgesamt zu leisten.

Verfahren und Durchführung des PBV im SWR

Die Programmdirektionen benennen die Sendeplätze, die im Rahmen des ProgrammBewertungsverfahrens untersucht werden sollen. Für diese Sendeplätze werden in Zusammenarbeit zwischen Redaktionen und der Abteilung Medienforschung/Programmstrategie im SWR Profile beschrieben („Sendeplatzziele“), die – in sendungsspezifischen Aussagen und Item-Listen – erfasst werden:

- Standardziele: zum Beispiel informativ, glaubwürdig, klar und verständlich;
- genrespezifische Ziele: zum Beispiel gibt nützliche Tipps, informiert über wichtige Hintergründe;
- spezifische Ziele für die jeweilige Sendung: zum Beispiel übersetzt medizinisches Fachwissen, versteht sich als Anwalt der Zuschauer, erklärt politische Entscheidungen verständlich.

Profile für Sendung, Moderation, Studio, Gesprächspartner etc.

Diese Profile werden unter anderem für die Sendung, die Moderation, das Studio, gegebenenfalls die Gesprächspartner etc. erhoben. So gelangt man zu Kriterien und identifiziert diejenigen Merkmale der Programmgestaltung, die für den jeweiligen Sendeplatz von besonderer Bedeutung sind. Diese dienen gleichzeitig als Basis für weitere Untersuchungen und Publikumsbefragungen im Rahmen des ProgrammBewertungsverfahrens. So ergibt sich ein differenziertes Bild, welche Vorstellungen die

Redaktion mit einzelnen Bestandteilen der Sendung verbindet.

Durch die systematische Einbeziehung der Zuschauer in die Sendungsbewertung ergibt sich in den Redaktionen ein klareres Bild über die Stärken und Schwächen bzw. Möglichkeiten und Grenzen einer Sendung. Manche Vorstellung muss revidiert oder aufgegeben werden, dass beispielsweise Moderator XY die Sendung prägt oder dass es dem Zielpublikum unwichtig ist, ob eine Sendung „modern und zeitgemäß“ wirkt. Als beispielsweise ein Unternehmen anstatt eines Fachingenieurs einen Marketingexperten als Gesprächspartner in eine Sendung schickte, quittierte dies das Publikum mit schlechten Bewertungen sowohl bei der Kompetenz als auch bei der Ausstrahlung für diesen Gast (war nicht informativ, glaubwürdig, klar und verständlich). Die Redaktion fühlte sich im Nachhinein in ihrem Unbehagen – angesichts des überraschen Wechsels des Gesprächspartners – bestätigt.

Stärker als bisher verbindet die PBV das Konzept einer Sendung mit den Erwartungen und Urteilen der Zuschauerinnen und Zuschauer an ein Genre. Dazu wurde 2003 eine umfangreiche Studie über die Erwartungen der Zuschauer an verschiedene Genres durchgeführt. Diese Zuschauererwartungen werden mit den redaktionellen Sendeplatzvorstellungen abgeglichen. So gelangt man zu „Standards“ für Programmgenres, also alle vergleichbaren Sendungen im eigenen Programm sowie auch teilweise für Konkurrenzprogramme (siehe später Stichwort Benchmarking), unabhängig davon, ob sie zunächst als Ziel von der Redaktion genannt wurden oder nicht. So erwarten die Zuschauer mittlerweile auch von mancher Informationssendung, dass sie unterhaltende Aspekte mitbeinhaltet.

Die Durchführung der Untersuchung lässt sich wie folgt beschreiben: Für einen zu untersuchenden Sendeplatz werden in der Regel 100 bis 120 Personen telefonisch rekrutiert und gebeten, vier nacheinander folgende Sendungen auf diesem konkreten Sendeplatz zu Hause in Echtzeit anzusehen. Bei wöchentlichen Sendungen erstreckt sich die Untersuchung beispielsweise über vier Wochen. In einem – an jede Sendung anschließenden – Telefonat werden die Bewertungen der Zuschauer erfasst. So erhält man einen Datenbestand über vier Sendungen einschließlich offener Nennungen und Kommentare und Meinungen, die ein differenziertes Bild über den Sendeplatz insgesamt ermöglichen.

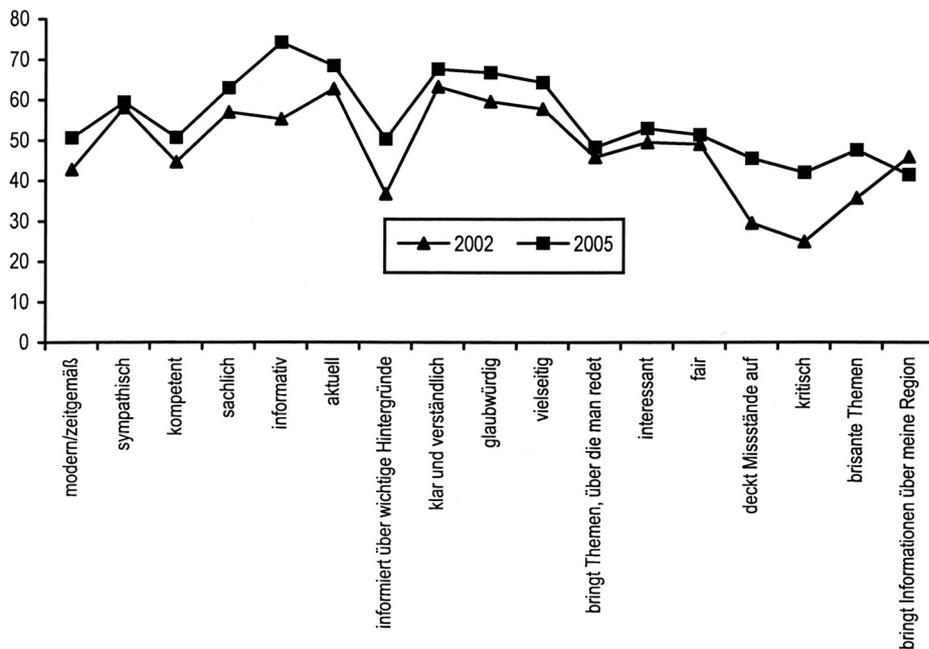
Die Rekrutierung der 100 bis 120-köpfigen Zuschauerpanels erfolgt nach den Kriterien Programmnutzung, generelles Interesse am Programmgenre der untersuchten Sendung, Milieu-Zugehörigkeit nach Sinus-Milieus, Alter und Geschlecht. Die Realisierung im Feld und die Datendokumentation liegt in den Händen des Instituts ENIGMA/GfK in Wiesbaden. Die Analyse, Berichterstattung und Ergebnispräsentation führt die Abteilung Medienforschung/Programmstrategie im SWR durch.

Zuschauer bewerten Sendungen

Verbindung von Sendungskonzept und Zuschauererwartungen/-urteilen

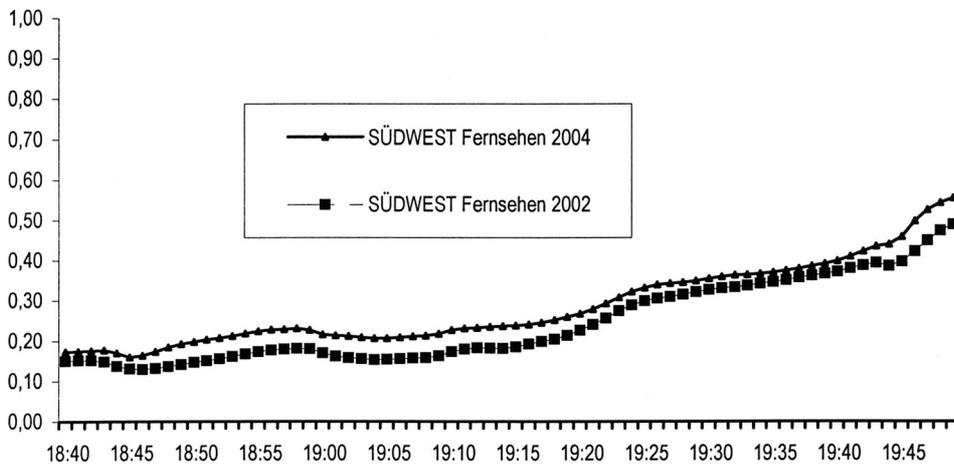
100 bis 120 Personen für jeden Sendungstest rekrutiert

Abb. 1 Sendungseigenschaften (PBV): Trifft voll und ganz zu in %



Quelle: Südwestrundfunk Programmbewertungsverfahren n=110.

Abb. 2 Durchschnittliche Sehbeteiligung SÜDWEST Fernsehen in Baden-Württemberg 2002 und 2004 Zuschauer gesamt, in Mio



Quelle: AGF/GfK-Fernsehforschung, Panel D+EU.

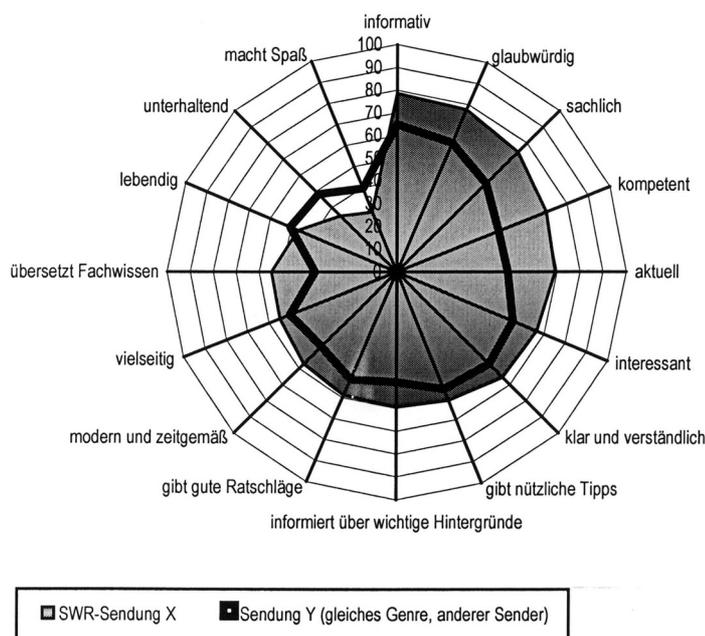
Sendungsbewertung im PBV: ein Beispiel

Generell werden die Sendungsprofile – neben offenen Nennungen und spezifischen Sendungseigenschaften, die ausschließlich für die spezielle Sendung gelten – standardisiert über Itemlisten mit einer 4er-Skala (Trifft „voll und ganz“, „weitgehend“, „weniger“ oder „gar nicht“ zu) erhoben. Da es um die Herausarbeitung von klaren Stärken- und Schwächenprofilen geht, hat die Erfahrung ge-

zeigt, das es empfehlenswert ist, das Augenmerk auf die „Trifft voll und ganz zu“-Bewertungen zu legen. Ein solches standardisiertes Verfahren erlaubt beispielsweise bei kontinuierlichem Einsatz Analysen auf der Zeitachse, und ist damit auch in der Lage, Veränderungsprozesse abzubilden, wie Abbildung 1 zeigt.

Mit der Verbesserung der Programmbewertung für diesen Sendeplatz ging im konkreten Fall die Verbesserung der Nutzung einher (vgl. Abbildung 2).

Abb. 3 Sendungsbewertung und Benchmarking
 "Trifft voll und ganz zu", in % (4er-Skala)



Quelle. Südwestrundfunk Programmbewertungsverfahren n = 127.

Benchmarking als ergänzendes PBV-Modul

Der beschriebene Standard des Programm-Bewertungsverfahrens hat mittlerweile zwei Ergänzungen – neben intensiven GfK-Auswertungen begleitend zu den „qualitativen Daten“ – erfahren, die aus den Erfahrungen der Programmberatung im SWR resultieren. Die erste Ergänzung lässt sich mit dem Stichwort Benchmarking beschreiben. Sendungen, die in einer besonderen Konkurrenz um Gunst und Kompetenz mit anderen Angeboten stehen (z.B. nationalen Programmen) oder die von ihrer Reputation durchaus als gelungenes Beispiel eines Genres gelten können, werden im Vergleich mit den eigenen SWR-Sendungen untersucht. Anders als im PBV-Standard werden hier die in das Verfahren einbezogenen Zuschauerinnen und Zuschauer gebeten, neben drei/vier Sendungen des SWR auch eine oder zwei Ausgaben der „Konkurrenzsendung“ anzusehen und zu bewerten. Diese Ergänzung des Verfahrens erlaubt weitere Analysen in Bezug auf Positionierungs- und Akzeptanzunterschiede. Unter anderem können mittels dieses Verfahrens auch Unterschiede festgehalten werden, die unterschiedliche Akzeptanzfelder von Sendungen innerhalb des selben Genres deutlich machen (vgl. Abbildung 3).

Als Beispiel kann hier ein Sendeplatz aus dem Bereich der Service-Sendungen im weitesten Sinne dienen. Die zum Zeitpunkt der Untersuchung 2003 deutlich akzeptanzstärkere Konkurrenzsendung zeichnete sich der PBV-Analyse zufolge nicht durch Kompetenzstärke aus, sondern durch eine lebendigere und unterhaltendere Anmutung. Die SWR-Sendung wurde in Bezug auf die öffentlich-rechtlichen Basisanforderungen (informativ, glaubwürdig, sachlich und verständlich) deutlich besser beurteilt,

war bei genrespezifischen Eigenschaften für eine Servicesendung wie „gibt nützliche Tipps, gute Ratschläge“ etc. noch im Vorteil, aber bei den Anmutungseigenschaften unterhaltend etc. deutlich im Rückstand. Im übrigen korrespondierten die Anmutungswerte der Sendung erkennbar mit den Anmutungsbewertungen für die Studioeinrichtung (vgl. Abbildung 4).

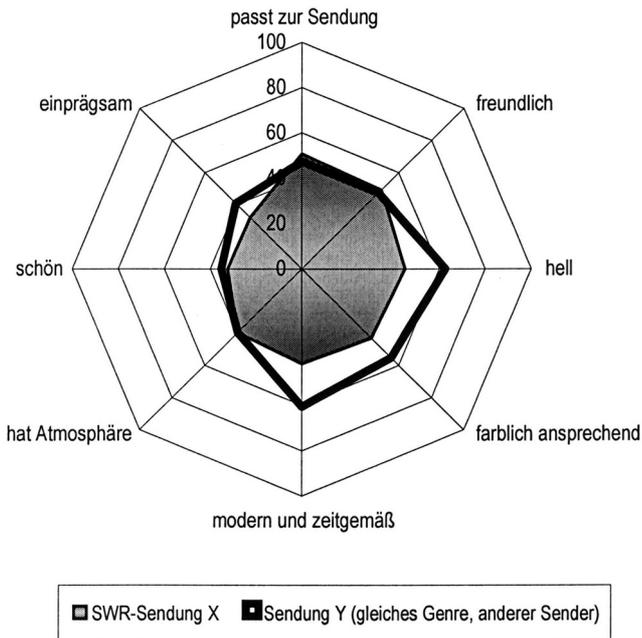
Es stellte sich für die Redaktion nun die Frage, inwieweit sich die Anmutung der Sendung verändern ließe, ohne bei den Kompetenzeigenschaften der Sendung Abstriche zu machen. Das Studio wurde vor allem in bezug auf die Beleuchtung, aber auch in Details bei der Ausstattung verändert. Zudem wurde der Moderationsstil – der in diesem Fall eine ausgesprochen tragende Rolle auszufüllen hat – weiterentwickelt. Eine spätere Erhebung zeigte einen Anstieg der Nutzungszahlen bei stabilen Kompetenzwerten.

Das Programm-Bewertungsverfahren dient damit zum einen der Redaktion, um Stärken und Schwächen der Sendung zu erkennen, zum anderen als strategisches Handlungsinstrument, um neben der Quote Hinweise auf Stärken und Schwächen im Gesamtangebot zu identifizieren. Abbildung 5 zeigt beispielsweise, wo Zuschauererwartung und -beteiligung in bezug auf die Eigenschaft „modern und zeitgemäß“ nicht deckungsgleich sind.

Redaktion nimmt Veränderungen auf Basis der PBV-Analyse vor

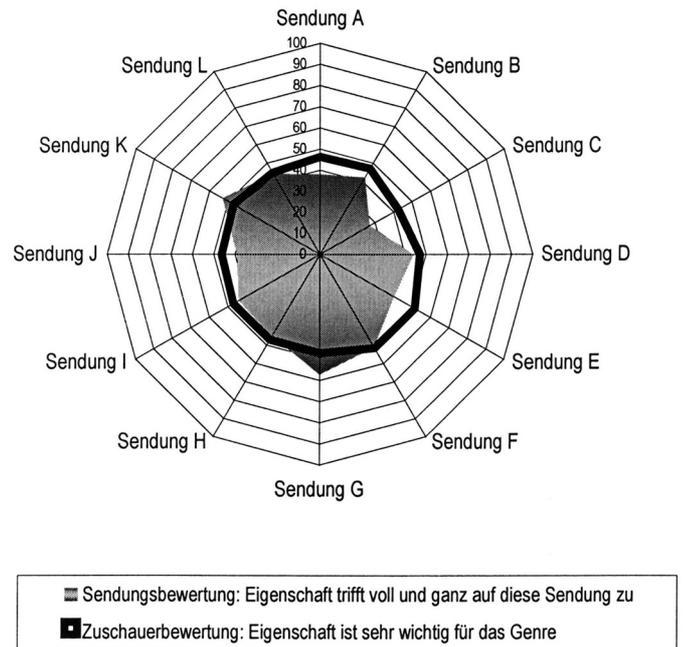
PBV auch strategisches Instrument

Abb. 4 Studiobewertung und Benchmarking
 "Trifft voll und ganz zu", in % (4er-Skala)



Quelle. Südwestrundfunk Programmbewertungsverfahren n = 127

Abb. 5 Die Sendung ist modern und zeitgemäß
 "Trifft voll und ganz zu", in % (4er-Skala)



Quelle. Südwestrundfunk Programmbewertungsverfahren/Wichtigkeitsstudie n=1418.

Gruppendiskussionen als weiteres Ergänzungsmodul

Ein Vergleich der tatsächlichen Bewertung der Sendungen mit den Erwartungen der Zuschauer in bezug auf die Eigenschaft „modern und zeitgemäß“ zeigt, dass insbesondere Sendung C, aber auch Sendung E hinter den Erwartungen der Zuschauer zurückbleiben.

Einen weiteren differenzierenden Blick erlaubt die Parallelisierung einer anderen Methode mit den im Programm-Bewertungsverfahren eingesetzte Telefoninterviews. Die Telefoninterviews liefern – wie oben skizziert – standardisierbare Daten, auf Grundlage von Stärken-/Schwächen-Bekundungen der Nutzer sowie vielfältige offene Nennungen über das Gesehene. An diesen Stärken-/Schwächen-Bekundungen setzen im Bedarfsfall ergänzende Gruppendiskussionen an. Dazu werden – nach mit dem Telefonpanel identischen Rekrutierungsmerkmalen ausgewählten – Gruppendiskussionsteilnehmern live oder per Videoband die zu beurteilenden Sendungen vorgespielt. Nach der Protokollierung spontaner Äußerungen der Teilnehmer während des Zusehens werden in nachfolgenden Gesprächsrunden Details nachgefragt, die dann – gemeinsam mit den Telefonergebnissen analysiert – in vielen Fällen einen pointierten Blick erlauben. Einen Beitrag zum standardisierten Vergleich können

Gruppendiskussionen auf Grund des Ansatzes und der im Vergleich mit den Telefoninterviews deutlich geringeren Fallzahlen allerdings nicht leisten.

Programmbewertungsverfahren – Möglichkeiten des Instruments

Das im SWR mittlerweile etablierte Programm-Bewertungsverfahren ist – auch mittels der flexibel einsetzbaren und darauf abgestimmten Module – in der Lage, sehr belastbare Ergebnisse in den Bereichen Rückkopplung von Redaktionszielen mit der Zuschauerwahrnehmung, Diskussion und Weiterentwicklung von Sendeplätzen und Entwicklung des Programms zu liefern. Ein solches standardisiertes Verfahren erlaubt Quervergleiche innerhalb des selben Genres, bei kontinuierlichem Einsatz auch Analysen auf der Zeitachse, und ist in der Lage, Veränderungsprozesse abzubilden.

Insgesamt lassen sich durch das Programm-Bewertungsverfahren Ergebnisse gewinnen, die einen Beitrag zur Programmentwicklung leisten. Gleichzeitig lassen sich die ermittelten Daten mit Ergebnissen und Überlegungen zum Programmimage, zur Bekanntheit von Sendungen und zu ihrer Markenqualität verbinden. Darüber hinaus bietet das Programmbewertungsverfahren Antworten auf Fragen nach dem Zusammenhang zwischen Quantität und Qualität. Das Verfahren dokumentiert dabei in vielen Fällen, dass eine positive und qualifizierte Zustimmung der Zuschauerinnen und Zuschauer zu Sendungen auf Dimensionen wie beispielsweise Kompetenz und Glaubwürdigkeit (im Informa-

Vielfältige Einsatzmöglichkeiten des PBV

Verknüpfung mit weitergehenden Fragestellungen möglich

tionsbereich) sich auch in höheren Zuschauerzahlen niederschlagen kann. Für öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalten durchaus auch eine positive Bilanz.

Anmerkungen:

- 1) Quelle: AGF/GfK-Fernsehforschung, Panel D+EU.
- 2) Vgl. Krüger, Udo Michael: Programmprofile im dualen Fernsehsystem 1991 -- 2000. Baden-Baden 2001 und die jeweils aktualisierenden Artikel des Autors in Media Perspektiven. Vgl. zum Beispiel auch im Kontext der Qualitätsdiskussion angesiedelt: Darschin, Wolfgang und Camille Zubayr: Was leisten die Fernsehsender? Publikumsurteile über die Fernsehprogramme in den Jahren 1993 bis 2002. In: Media Perspektiven 5/2003, S. 206-215.
- 3) Vgl. Kiefer, Marie Luise: 20 Jahre privater Rundfunk. Versuch einer Bestandsaufnahme aus medienökonomischer Perspektive. In: Media Perspektiven 12/2004, S. 558-568.
- 4) Leitlinien für die Programmgestaltung der ARD 2005/2006, S. 9.
- 5) Vgl. ebd., S. 10.
- 6) Programm und Auftrag zwischen Qualität und Quote, ORF 2001.
- 7) Vgl. Schlote, Axel/Peter Latzel: Bewertung von Fernsehsendungen. Chancen und Probleme einer Objektivierung von Programmentscheidungen. In: Klingler, Walter/Gunnar Roters/Oliver Zöllner (Hrsg.): Fernsehforschung in Deutschland. Themen - Akteure - Methoden. Teilband 2, Baden-Baden 1998, S. 815-838.
- 8) Vgl. Buß, Michael/Harald Gumbel: Theoriegeleitete Evaluation im öffentlich-rechtlichen Rundfunk. Ein Konzept zur Qualitätssicherung von Rundfunkangeboten. In: Media Perspektiven 5/2000. Auch: Blumers, Marianne: Qualitätskontrolle im SWR. Ein theoretisches Modell auf dem Weg in den Redaktionsalltag. In: Media Perspektiven 5/2000.
- 9) Vgl. zum Beispiel Tebert, Miriam: Erfolg durch Qualität. Programmcontrolling beim WDR Fernsehen. In: Media Perspektiven 2/2000. Auch: Metzger, Jan/Ekkehard Oehmichen: Qualitätssteuerung im hessischen Fernsehen. Strategie, Verfahren und erste Erfahrungen. In: Media Perspektiven 5/2000.
- 10) Vgl. zum Beispiel Klingler, Walter: Fernsehforschung in einer öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalt. In: Klingler, Walter/Gunnar Roters/Oliver Zöllner (Hrsg.): Fernsehforschung in Deutschland. Themen - Akteure - Methoden. Teilband 2, Baden-Baden 1998, S.915-929.

