

Eine Bestandsaufnahme der Marktlage und der Nutzungsgewohnheiten der Zuschauer

→ Digitale Programmnavigation

Von Birgit Stark*

Von der Programmzeitschrift zur elektronischen Navigation

Kaum vorstellbar für den digitalen Fernsehzuschauer konnte man in der Nachkriegszeit zuerst ein, später dann zwei Programme empfangen, die anfangs nur wenige Stunden am Tag Programm sendeten. Programminformationen fand man in der dienstältesten Programmzeitschrift Deutschlands, der „HÖRZU“, die 1946 zum ersten Mal erschien. Im Nachkriegsdeutschland war sie lange Zeit die einzige Programmzeitschrift und behauptete sich über Jahre hinweg als Marktführer. (1) Heutzutage sind mehr als 30 Titel im Segment der Programmzeitschriften (2) verfügbar und knapp 500 Fernsehprogramme empfangbar (3), darunter eine Vielzahl an Spartenkanälen, deren Angebot immer stärker ort- und zeitunabhängig bzw. mehrfach und vor allem individualisiert konsumiert werden kann. Der Blick in die Programmzeitschrift oder das Zapping durch die Programme scheinen in der heute herrschenden Programmlut deshalb eher untaugliche Strategien. Hilfe für den Zuschauer im digitalen Fernsehdschungel verspricht der Elektronische Programmführer – die digitale Weiterentwicklung der traditionellen Programmzeitschrift auf Papier.

Elektronische Programmführer (EPGs) erleichtern Programmauswahl in Vielkanalwelten

Elektronische Programmführer (oder auch Electronic Programme Guides, kurz EPGs) bieten strukturierte Metainformationen, die insbesondere die Programmauswahl, aber teilweise auch die Programmaufzeichnung ermöglichen. Die digitalen Programmführer sollen die Navigation in Vielkanalwelten erleichtern und als Orientierungshilfe dienen. Deshalb ist die Rangfolge der präsentierten Inhalte (auch innerhalb der angezeigten Suchergebnisse) für Inhalteanbieter höchst relevant. Mit der vollständigen Digitalisierung dürfte die Bedeutung von EPGs erheblich zunehmen, und zwar nicht nur als vielseitiges Tool für die Konsumenten, sondern auch unter Marketingaspekten aus Sicht der Anbieter.

EPGs können vielfältige Funktionen zugewiesen werden

Das Spektrum möglicher Funktionen von EPGs ist weit, und die tatsächliche Bandbreite der zukünftigen Funktionen der EPG-Applikationen ist derzeit noch nicht absehbar. Zum einen übernimmt das Navigationsinstrument eine Content-Funktion, da er eigene medienrelevante Inhalte, Hintergrund- und Zusatzinformationen zum Programm und damit Verknüpfungsmöglichkeiten zu verwandten Themen oder auch neue interaktive Funktionen wie Lesezeichen oder Erinnerungsfunktionen anbietet. Zum anderen hat er durch den Zugriff auf andere Fernsehprogramme eine Steuerungsfunktion. Neben personalisierbaren Suchhilfen ist insbesondere die Weiterentwicklung herkömmlicher EPGs zu so genannten „intelligenten Navigatoren“ von Bedeutung. Sie

ermöglichen eine individualisierte Programmführung und sind in der Lage, Nutzungsprofile einzelner Nutzer zu erstellen, die letztlich auch Rückschlüsse auf persönliche Merkmale ermöglichen. Denkbar ist nicht nur die aktive Programmierung seitens des Nutzers, sondern überdies ein „lernfähiges“ System, das dem Nutzer aufgrund bisheriger Sehgewohnheiten Vorschläge unterbreitet. (4) Beispielsweise ermöglicht der von Axel Springer und Philips geplante Dienst „My Personal TV Digital“ dem Zuschauer, das bestehende Programmangebot durch „virtuelle“ persönliche Fernsehkanäle zu ergänzen. Diese persönlichen Kanäle werden automatisch generiert und laufend aktualisiert; sie spiegeln so die persönlichen Fernsehvorlieben und das Aufnahmeverhalten des Zuschauers wider. (5)

Auf diese Weise werden die Einflusspotenziale des EPGs durch mehrere Faktoren bestimmt: mittelbarer Zugriff auf das Programmangebot, Steuerung durch die Gestaltung der Benutzeroberfläche, Manipulationen der Suchfunktionen, lernfähige EPGs bis hin zur Entwicklung zum persönlichen Kanal. (6)

Untersuchungsdesign der Studie

Angesichts der wachsenden Bedeutung ist es umso erstaunlicher, dass bislang nur wenige Studien die Schlüsselrolle von elektronischen Programmführern in digitalen Fernsehumgebungen näher beleuchten. (7) Dieses Forschungsdefizit war Anlass für eine Studie, die im Jahr 2008 von der Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten (ALM) in Kooperation mit SES Astra in Auftrag gegeben wurde und zum ersten Mal einen umfassenden Überblick über das Navigationsinstrument aus unterschiedlichen Perspektiven gibt: zum einen durch eine Bestandsaufnahme der aktuellen Marktgegebenheiten, zum anderen durch eine Betrachtung der Nutzungsgewohnheiten digitaler Fernsehzuschauer.

Dabei erfolgte die Analyse des Ist-Zustandes des Marktes durch das Hans-Bredow-Institut. Auf Grundlage einer begrifflichen Einordnung und einer Darstellung der technischen Möglichkeiten wurden Anbieterkonstellationen und Marktverhältnisse betrachtet. Für die umfangreiche Recherche wurden in erster Linie einschlägige Fachpublikationen, Selbstdarstellungen und Kundeninformationen der Anbieter herangezogen. Ergänzt wurde die Dokumentenanalyse durch Interviews mit Expertinnen und Experten, mit denen ausführliche Hintergrundgespräche geführt wurden. Neben der Expertise im Bereich Navigatoren/EPGs erfolgte die Auswahl zielgerichtet aus dem Spektrum relevanter Akteursgruppen, so dass ein Gesamtbild über die Einschätzung zukünftiger Marktentwicklungen aus unterschiedlichen Akteursperspektiven möglich wurde.

Die von TNS-Infratest durchgeführte Zuschauerbefragung ermittelte in einem zweistufigen Verfahren den Umgang mit dem EPG. Eine qualitative Analyse der Nutzungsgewohnheiten wurde auf Grund-

Zweiteilige Studie im Auftrag von ALM und SES Astra

Marktanalyse

Nutzungserhebung: Gruppendiskussionen und Repräsentativbefragung

* Österreichische Akademie der Wissenschaften, Wien.

lage von Gruppendiskussionen (8) vorgenommen. Der qualitative Ansatz eignet sich hervorragend für die Exploration relativ unbekannter Forschungsfelder, wie es für diesen hochspezifischen Ausschnitt des Mediensektors mit einer besonderen Informationslage der Fall ist, und ermöglicht einen umfassenden Informationsinput zum EPG-Thema. Auf dieser Basis wurde dann in einer repräsentativen telefonischen Umfrage das Nutzungsverhalten zum EPG ermittelt. (9) Für den quantitativen Teil konnte an die bereits bestehende telefonische Erhebung durch TNS-Infratest im Rahmen des Digitalisierungsberichts angeknüpft werden. (10) Diese Studie bot bestmögliche Voraussetzungen für die Rekrutierung von Haushalten, die auf Grund ihrer technischen TV-Geräteausstattung potenzielle EPG-Nutzer sind.

Neben den allgemeinen Programminformationen weisen sie insbesondere spezielle Servicefunktionen für die Vermarktung der eigenen Programmpakete auf, beispielsweise zur Nutzung der On-Demand-Angebote oder zur Programmaufnahme. Kabelnetzbetreiber vertreiben EPGs, wenn sie keine eigenen entwickelt haben, oft in Kooperation mit einem Set-Top-Box-Hersteller und vermarkten ihre Programmpakete mit der Box inklusive EPG als Kombilösung. Senderübergreifende, redaktionell aufbereitete Informationen bieten dagegen die speziell entwickelten EPGs großer Zeitschriftenverlage an, die oftmals eine Weiterentwicklung erfolgreicher Printprodukte in elektronischer Form sind. Im direkten Vergleich bieten sie die umfassendsten Informationen für digitale Fernsehzuschauer. Die Programmzeitschriftenverlage (z.B. Heinrich Bauer Verlag und Axel Springer Verlag) belegen seit mehreren Jahren das Marktsegment in unterschiedlichen Konstellationen. (12)

Untersuchungsziele

Ziel war es, den Stellenwert des EPGs innerhalb des Programmauswahlprozesses zu bestimmen, so dass der Gebrauch des elektronischen Programmführers umfassend erklärt und die vielfältigen Präferenzen und Bedürfnisse der digitalen Fernsehkonsumenten näher untersucht werden konnten. Der vorliegende Beitrag konzentriert sich auf die Darstellung der Rolle des EPGs bei der Programmauswahl (Nutzungsmotive; Bekanntheit und Nutzung der verschiedenen Funktionen eines EPGs). Darüber hinaus werden Nutzungsbarrieren und Optimierungspotenziale dargestellt. (11) Eingebunden ist die Analyse des Zuschauerverhaltens in eine kurze Übersicht der gegenwärtigen Rahmenbedingungen des Marktes.

Marktgegebenheiten in Deutschland

In Deutschland haben sich unterschiedliche Akteure als Anbieter von EPGs etabliert. Zu nennen sind hier die Netzbetreiber, die Programmveranstalter und Unternehmen aus der Softwarebranche bzw. der Unterhaltungselektronik (beispielsweise die Hersteller von Set-Top-Boxen oder Personal Video Recordern sowie die Hersteller von EPG-Firmware oder -Software). Darüber hinaus engagieren sich aber auch immer stärker Verlage, die bislang ausschließlich auf die klassischen Programmzeitschriften gesetzt haben, mit eigenen EPGs oder mit alternativen – meist interaktiven – Informationsangeboten im Netz. Für die Verlage hat das Engagement im elektronischen Bereich – angesichts der Gefährdung klassischer Geschäftsmodelle durch elektronische Navigatoren – maßgebliche Bedeutung. In Abhängigkeit vom Betreiber zeigen sich deutliche inhaltliche Schwerpunktsetzungen in der Ausgestaltung der EPGs.

Akteure aus unterschiedlichen Branchen bieten EPGs an

Darüber hinaus offerieren im Internet inzwischen zahlreiche Anbieter Programminformationen und interaktive Recherchemöglichkeiten. Digital abrufbar sind nicht nur die herkömmlichen Programmzeitschriften, sondern auch immer mehr elektronische Guides, die durch den Web-TV-Dschungel lotsen und die steigende Zahl von IPTV-Angeboten berücksichtigen. So zum Beispiel der Online-Programmführer von „TV-Movie“ für Web-TV-Angebote, das Portal 3W-TV oder Gogoro.de, ein nutzergenerierter Onlinekatalog für Breitbandkanäle und Videos. Auch die noch im Aufbau befindlichen Mediatheken der öffentlich-rechtlichen Anstalten und die umfangreichen Programmpakete der neuen IPTV-Anbieter (Telekom, HanseNet und Arcor) sind mit EPGs ausgestattet. Sowohl die Telekom als auch Arcor koppeln ihre Online-EPGs untrennbar an eigene Set-Top-Boxen.

EPGs auch im Internet

Trotz der Entwicklungsdynamik im Onlinebereich ist die momentane Marktsituation weit entfernt von einem freien Wettbewerb, wie er im traditionellen Programmzeitschriftenmarkt seit vielen Jahren existiert. Zum einen sind die im Markt befindlichen EPGs noch sehr unterschiedlich ausgestattet. Zum anderen ist die Kaufentscheidung für einen Decoder meist gleichbedeutend mit der Entscheidung für den im Gerät mitgelieferten Navigator. Wesentliche Vorentscheidungen sind meist bereits mit der Wahl des Verbreitungsweges für digitales Fernsehen getroffen.

Einzelinteressen der Akteure behindern bisher freien Wettbewerb bei EPGs

Bei den Akteursgruppen besteht zwar Einigkeit darüber, dass EPGs als Hilfsmittel zur Orientierung der Zuschauer in Vielkanalumgebungen eine zentrale Rolle spielen. Nach den Analysen des Hans-Bredow-Instituts ist allerdings genau diese Zentralität das entscheidende Problem. Bislang steht die Wahrung der Einzelinteressen im Vordergrund, so dass übergreifende Festlegungen auf den Ebenen technischer Standards und der Urheber- und Lizenzrechte ausgeblieben sind. Beispielhaft verdeutlicht werden kann dieses Konfliktpotenzial an den bisher verfolgten Strategien einiger ausgewählter Akteure.

Unterschiedliches Leistungsspektrum der angebotenen EPGs

Während die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten oder auch die privaten Fernsehanbieter durch ihre EPGs in erster Linie ihre eigenen digitalen Programmangebote unterstützen, bieten die EPGs der Kabelnetzbetreiber weitaus mehr Informationen.

Position der Gerätehersteller

Aus Sicht der Gerätehersteller ist die Frage, ob und wie ein Fernsehgerät mit einem EPG ausgestattet sein soll, in erster Linie eine ökonomische Entscheidung. Durch den Einbau eines EPGs entstehen zusätzliche Kosten für die Technik und die Datenlieferung, die durch Mehrerlöse im Verkauf gedeckt werden können. Allerdings besteht aus Sicht der Gerätehersteller kein Anreiz, die Geräte so auszustatten, dass damit verschiedene elektronische Programmführer genutzt werden können, da dies lediglich die Produktionskosten erhöhen würde. Einfluss auf die Ausgestaltung des Angebots können vor allem Kabelnetzbetreiber und Pay-TV-Veranstalter als Großabnehmer nehmen.

Interessen der Übertragungsplattformen

Allerdings haben auch die Betreiber von Übertragungsplattformen kein eigenes Interesse an vielfältigen Navigationsangeboten. Im Vordergrund steht für sie zum einen, die Belange der Fernsehveranstalter zu wahren, soweit sie ihre Kunden sind, und zum anderen die Nutzbarkeit ihres Angebots sicherzustellen. Dazu gehört sowohl die benutzerfreundliche Information der Fernsehzuschauer über das verfügbare Programmangebot als auch der Zugang zu kostenpflichtigen Diensten, um eine möglichst hohe Kundenzufriedenheit zu gewährleisten. Speziell für Pay-TV-Betreiber ist die prominente Darstellung des kostenpflichtigen Programmangebots sehr wichtig.

Forderungen der Fernsehveranstalter

Fernsehveranstalter hingegen sind hauptsächlich an der Auffindbarkeit der eigenen Programme interessiert. Die Forderungen nach einem chancengleichen, diskriminierungs- und werbefreien Zugriff auf die Programmlisten haben die Veranstalter bereits im Herbst 2006 formuliert. (15) Generell schränken die weitreichenden Forderungen der Programmveranstalter, insbesondere der grundsätzliche Ausschluss von Werbung, die Finanzierungsmöglichkeiten für EPG-Angebote erheblich ein und stehen damit einem funktionsfähigen Wettbewerb entgegen. (14)

Es dürfte deutlich geworden sein, wie die ungleichen Interessen der Infrastruktur- und Programmanbieter die Vorstellungen über einen kundenfreundlichen EPG beeinflussen und deshalb eine Einigung über die Entwicklungsrichtung blockieren: „Für mögliche Anbieter von EPGs sind die Schwellen für einen Marktzutritt sehr hoch, da sie auf ein hemmendes Geflecht von Interessen der anderen beteiligten Akteure treffen, die ihrerseits kein Interesse an Wettbewerb in diesem Bereich haben.“ (15) Wie zutreffend diese Aussage ist, zeigt der seit Monaten andauernde Streit zwischen den Verlagen und der Verwertungsgesellschaft (VG) Media (die die Interessen der Sender vertritt) um die Urheberrechte für die bereitgestellten Informationen für EPGs, vor allem für Online-EPGs. (16) Im Kontext dieser Rahmenbedingungen muss auch die derzeitige Marktsituation betrachtet werden.

Fernsehempfang und EPG-Nutzung

EPGs sind nur für die Nutzer des digitalen Fernsehens ein Thema. Laut dem Digitalisierungsbericht der Landesmedienanstalten sind das bislang 47 Prozent der Fernsehhaushalte (17), wobei der Stand

der Digitalisierung sich erheblich nach dem genutzten Übertragungsweg unterscheidet. Während der Satellitenempfang Mitte 2008 bereits zu zwei Drittel digitalisiert war, war es bei den Kabelhaushalten erst ein Fünftel. Der terrestrische Fernsehweg ist dagegen inzwischen durchgängig digital. Die Größe des derzeitigen EPG-Marktes exakt abzuschätzen gestaltet sich schwierig, da detaillierte Informationen, welche Basisnavigatoren und EPGs die Haushalte tatsächlich verwenden, nicht vorliegen. (18)

Aus der Nutzerstudie der ALM geht hervor, dass bislang rund 14 Millionen Fernsehhaushalte in Deutschland ihre Fernsehprogramme digital über Kabel, Satellit oder DSL empfangen. (19) Der EPG ist allerdings lediglich in 52 Prozent dieser Haushalte ein bekannter Begriff. In rund drei Viertel der Haushalte ist ein EPG vorhanden, und in gut der Hälfte dieser EPG-Haushalte wird der EPG gelegentlich oder häufiger genutzt. Das sind 3,05 Millionen Haushalte, in denen 6,54 Millionen EPG-Nutzer leben. Diese 6,54 Millionen EPG-Nutzer bilden die Basis der Nutzerbefragung (vgl. Abbildung 1).

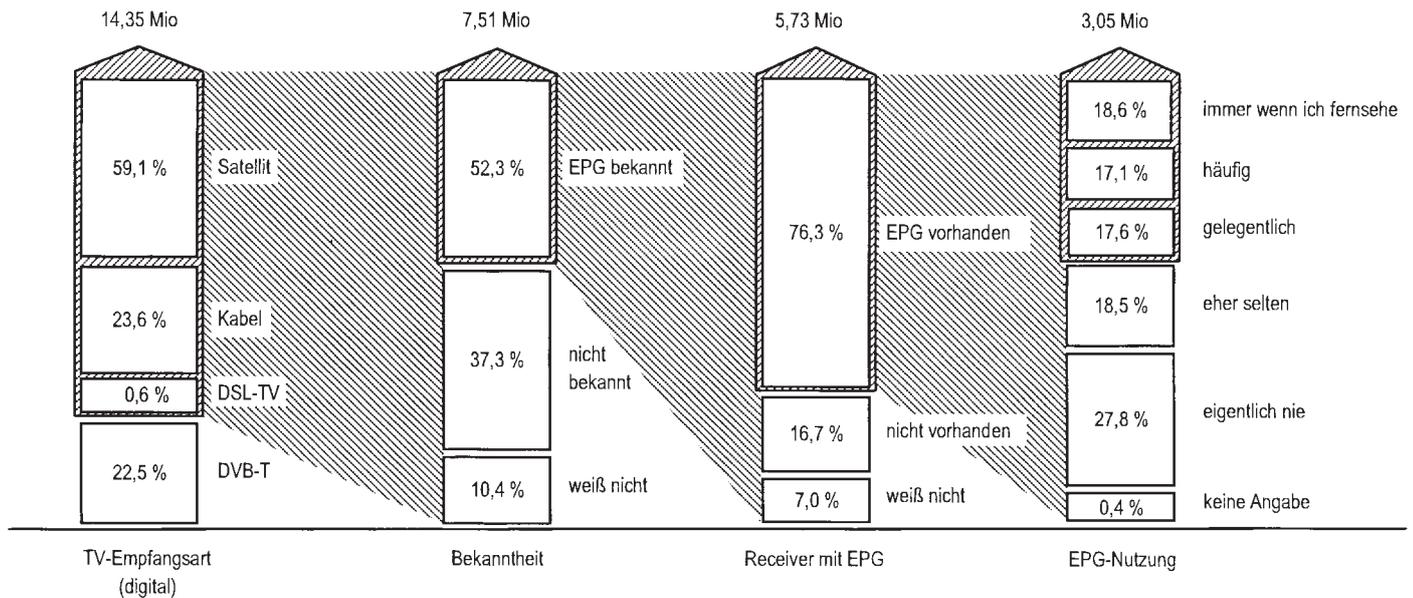
Ergänzt werden können die Zahlen aus der Nutzerstudie noch um die Angaben der GfK, die im Auftrag der Gesellschaft für Unterhaltungs- und Kommunikationselektronik (gfu) regelmäßig Daten über den Absatz von Set-Top-Boxen erhebt. Die Daten belegen, dass von insgesamt mehr als 2 700 verschiedenen Modellen, die in Deutschland vertrieben werden, nur ein Viertel mit einer EPG-Funktion ausgestattet ist. Dabei sind von den gut 700 mit EPG ausgestatteten Boxen 450 Satelliten-Receiver, 60 Kabelreceiver und 200 DVB-TReceiver. Im Jahr 2007 wurden über den von der GfK erfassten Handel rund 4,6 Millionen Set-Top-Boxen vertrieben, davon waren 2,7 Millionen mit einem elektronischen Programmführer ausgestattet. Die Absatzzahlen zeigen weiter, dass der Markt für Set-Top-Boxen stark konzentriert ist: Die zehn absatzstärksten Hersteller konnten zwei Drittel der Set-Top-Boxen mit EPG auf sich vereinigen, die drei größten mehr als ein Drittel. (20)

EPG-Nutzer mit Merkmalen typischer Early-Adopter

Vor diesem Hintergrund überrascht es wenig, dass die befragten Nutzer des elektronischen Programmführers sich durch mehrere Merkmale auszeichnen, die typisch sind für die so genannten Early-Adopter neuer Kommunikationstechnologien. Die Stichprobe weist zum einen die Besonderheit auf, dass Personen männlichen Geschlechts mit 75 Prozent überproportional stark vertreten sind. Zum anderen sind die jüngeren und mittleren Altersgruppen leicht überproportional vertreten, während die älteren Jahrgänge schwächer besetzt sind. Insgesamt sind rund zwei Drittel der EPG-Nutzer unter 50 Jahre alt. Auffällig ist der hohe Bildungsstand der EPG-User: Knapp die Hälfte der Befragten verfügt über eine höhere Bildung (Fachhochschul- oder all-

Digitalisierungsbericht der Medienanstalten als Datengrundlage**Verbreitung der EPGs****Geräteangebot: Ein Viertel der Set-Top-Boxen hat EPG**

Abb. 1 Fernsehempfang und EPG-Nutzung



Basis: Digitale Fernsehhaushalte in Deutschland, n=2 595.

Quelle: ALM-Nutzerstudie 2008.

gemeine Hochschulreife). Darüber hinaus findet die EPG-Nutzung überdurchschnittlich oft in Satelliten- bzw. Pay-TV-Haushalten (79% bzw. 43%) sowie in Mehrpersonen-Haushalten statt.

Hoher Fernsehkonsum in EPG-Haushalten

Der Fernsehkonsum unter den Befragten ist hoch: Knapp 70 Prozent geben an, täglich bzw. fast täglich fernzusehen. Weniger häufig, nämlich lediglich an vier oder fünf Tagen in der Woche, schauen rund 20 Prozent der Befragten, noch seltener nur 11 Prozent. In der Selbsteinschätzung schaut über ein Drittel der EPG-Nutzer (35%) an einem normalen Wochentag in der Regel zwei bis drei Stunden fern (Durchschnittsseher). Gleich hoch ist der Prozentsatz der Befragten, die weniger als zwei Stunden angeben (Wenigseher). Als Vielseher (mehr als 3 Stunden) stufen sich knapp 30 Prozent der Befragten ein.

Relativ wenige Sender im „Relevant Set“

Auf die Frage, wie viele Sender in einer normalen Woche genutzt werden, werden nur wenige Programme angegeben. (21) In der Selbsteinschätzung der Probanden ist die Zahl regelmäßig genutzter Kanäle erstaunlich gering: 44 Prozent geben an, lediglich bis zu fünf Sender durchschnittlich in der Woche zu nutzen, 45 Prozent stufen ihr Relevant Set zwischen sechs und zehn Sendern ein und lediglich 10 Prozent der Befragten berichten, mehr als zehn Sender im persönlichen Kanalrepertoire zu haben. Frauen und Wenigseher haben durchschnittlich weniger Sender im Kanalrepertoire, dagegen geben ältere Fernsehzuschauer in der Selbsteinschätzung häufiger mehr regelmäßig genutzte Kanäle an. Analysen zum Relevant Set von

Fernsehprogrammen haben gezeigt, dass die Ausschöpfung des Potenzials umso geringer ist, je mehr Programme empfangen werden. So wird beispielsweise bei mehr als 120 verfügbaren Programmen nur knapp ein Viertel der vorhandenen Programme überhaupt genutzt. (22)

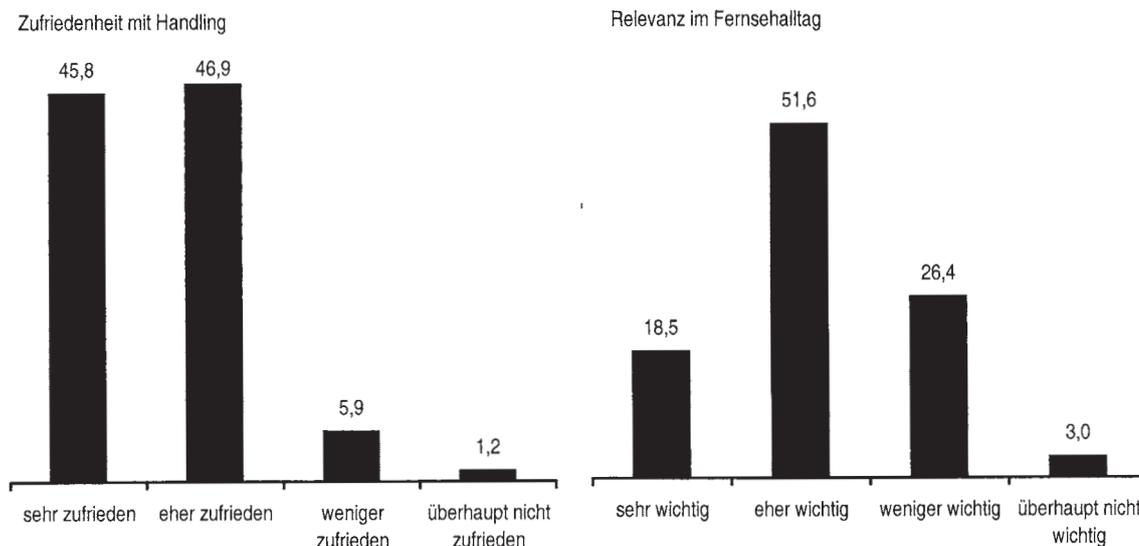
Alles in allem zeigt sich sehr anschaulich, dass die EPG-Nutzer zum Befragungszeitpunkt doch vermehrt der Gruppe der Early-Adopters zuzuordnen sind und damit größtenteils der Charakterisierung des digitalen (Pay-TV)-Nutzers vor ein paar Jahren entsprechen. Vor diesem Hintergrund sollten die Ergebnisse der quantitativen Befragung interpretiert werden. Wichtig erscheint zudem, dass sich die quantitative Umfrage auf „mindestens gelegentliche EPG-Nutzer“ und – wie sich noch zeigen wird – größtenteils auf relativ zufriedene EPG-Nutzer stützt. In der folgenden Darstellung werden deshalb den quantitativ gewonnenen Erkenntnissen auch Ergebnisse aus den qualitativen Interviews gegenübergestellt, so dass Unterschiede zu den Nichtnutzern bzw. weniger zufriedenen Nutzern herausgearbeitet werden können.

Nutzung und Relevanz des EPGs im Fernsehalltag

Die Frage nach der Nutzungshäufigkeit zeigt, dass für gut ein Drittel der Befragten EPG- und Fernsehnutzung (fast) immer parallel stattfinden. Knapp 40 Prozent geben an, zumindest häufig den EPG zu nutzen. Einer gelegentlichen Nutzung stimmt jeder Fünfte noch zu, noch seltener nutzen lediglich 10 Prozent der Befragten das Tool. Generell weisen weibliche und jüngere User eine häufigere Nutzung des EPGs auf. Die fast immer parallele Nutzung findet sich obendrein verstärkt in Satellitenhaushalten.

Abb. 2 Zufriedenheit und Relevanz

Frage: Wenn Sie einmal zusammenfassend den EPG beurteilen. Wie zufrieden sind Sie denn insgesamt mit der Nutzung und dem Handling des EPG? Und welche Rolle hat der EPG für Sie im Fernsehalltag, also wie wichtig ist Ihnen persönlich der EPG?
Angaben in %



Basis: EPG-Nutzer, n=316.

Quelle: ALM-Nutzerstudie 2008.

EPG-Nutzung wird in der Wahrnehmung der Anwender leicht überschätzt

Die Überprüfung der tatsächlichen Parallelnutzung von Fernsehen und EPG während des Interviews deutet allerdings darauf hin, dass die EPG-Nutzung überschätzt wird. (23) 39 Prozent der Befragten haben zum Zeitpunkt des Anrufs gerade ferngesehen. Gut jeder zehnte der aktuellen Fernsehnutzer ist durch den EPG auf die momentan laufende Sendung aufmerksam geworden. Ein Großteil der Befragten sieht entweder immer zu diesem Zeitpunkt fern oder ist durch Hin- und Herschalten auf die momentan laufende Sendung aufmerksam geworden. Jeder fünfte Fernsehnutzernutzer hat sich darüber hinaus parallel im EPG über das laufende oder folgende Programm informiert. Wenig überraschend haben insbesondere Zuschauer mit einer höheren Fernsehnutzungsdauer (insbesondere Durchschnitts- und Vielseher) den EPG bei der aktuellen Fernsehnutzung bereits stärker eingebunden. Der direkte Vergleich mit den Antworten auf die Frage nach der Nutzungsfrequenz des EPGs – gut ein Drittel gibt hier an, dass der EPG beim Fernsehen (so gut wie) immer genutzt wird – deutet darauf hin, dass die EPG-Nutzung in der Wahrnehmung der Anwender leicht überschätzt wird.

93 % der EPG-Nutzer sind mit Handling zufrieden

Das Handling des neuen Navigationsinstrumentes wird insgesamt sehr zufriedenstellend bewertet: 93 Prozent sind mit dem Handling sehr oder eher zufrieden. Dementsprechend hoch ist die Relevanz des EPGs im Fernsehalltag, für 70 Prozent der Befragten ist der EPG sehr oder eher wichtig im Fernsehalltag. Gut ein Viertel der Befragten stuft das Service-Tool als weniger wichtig ein, und 3 Prozent bewerten den EPG als überhaupt nicht wichtig (vgl. Abbildung 2).

Zwischen der Zufriedenheit und der Relevanz des Navigationsinstrumentes im Fernsehalltag zeigt sich eine hohe Korrelation, die auch in anderen Zusammenhängen bestätigt wird. So steigt die Relevanz des EPGs mit zunehmender Nutzung der Funktionsvielfalt, das heißt, Personen, die die Vielfalt und Bandbreite der Funktionen bereits stärker nutzen, bewerten die Relevanz im Fernsehalltag höher als Personen, die bislang nur wenige Funktionsebenen kennen und verwenden. Darüber hinaus erlangt der EPG in Satellitenhaushalten, in denen in der Regel mehr Programme empfangbar sind als in Kabelhaushalten, bereits eine höhere Bedeutung (rund 10 %-Punkte Unterschied).

Wenig überraschend spielt der EPG im Fernsehalltag von älteren Menschen noch keine so wichtige Rolle, da sie sich insgesamt noch stärker an der traditionellen Fernsehzeitschrift orientieren (vgl. nachfolgendes Kapitel). Auch allgemeine Fernsehnutzungsmerkmale, beispielsweise der Umfang des Fernsehkonsums und das Relevant Set, beeinflussen die Relevanz des EPGs im Fernsehalltag. Vielseher stufen den Stellenwert des EPGs eindeutig höher ein als Wenigseher. Zudem lässt sich ein Zusammenhang zwischen dem Relevant Set und der Relevanz im Fernsehalltag feststellen: Je wichtiger ein Zuschauer den EPG beurteilt, umso höher ist sein Relevant Set, so dass sich der Gesamteindruck verfestigt, dass die Bedeutsamkeit des EPGs mit steigender Kanalzahl und mit zunehmendem Einsatz bei den Nutzern wächst.

**EPG für Auswahl-
entscheidung bei
Digitalreceiver
nicht wichtig**

Bei der Auswahlentscheidung für die Anschaffung eines digitalen Receivers spielt der EPG aber noch keine entscheidende Rolle. Nur eine kleine Minderheit gibt an, dass der darin integrierte EPG das ausschlaggebende Motiv für die Kaufentscheidung war, so dass die Erwartungshaltung an das Instrument nicht sehr groß ist. (24) Vor diesem Hintergrund muss auch die relativ hohe Zahl zufriedener Nutzer bewertet werden. Beim Kauf des Receivers spielt eindeutig der Preis die wichtigste Rolle, gefolgt von der Funktionsvielfalt der Set-Top-Box und den Empfehlungen von Dritten (z.B. Freunde, Bekannte, Verkäufer oder Testberichte). Nicht wenige der Befragten begnügen sich zudem mit dem bereitgestellten Decoder des Kabelproviders bzw. des Pay-TV-Anbieters.

Programminformationsverhalten

Für die Planung des Fernsehkonsums und die Programmauswahl ziehen Fernsehzuschauer eine Vielzahl unterschiedlicher Quellen zu Rate, die in der Regel verschiedene Funktionen erfüllen können. Bisherige Untersuchungen bestätigen die herausragende Rolle der Programmzeitschrift für die Programmauswahl, was für einen hohen Orientierungsbedarf der Zuschauer spricht. (25) Der Klassiker – die Programmzeitschrift – zeichnet sich durch seine multiplen Benefits aus: anschauliche Programminformationen, redaktionelle Expertise und zusätzliche Informationen aus anderen Themenbereichen. Allerdings stoßen elektronische Alternativen, beispielsweise der Videotext, das Zappen oder Informationsmöglichkeiten im Internet, vor allem bei jüngeren Konsumenten auf Interesse. (26)

**Zuschauer nutzen
mehrere Quellen
zur Programm-
information**

Vergleichbare Ergebnisse zeigt die EPG-Nutzerbefragung. Wobei eine grundsätzliche Erkenntnis sowohl der Gruppendiskussionen als auch der Repräsentativbefragung ist, dass eigentlich immer mehrere Informationsquellen zu Rate gezogen werden, sich also kaum jemand ausschließlich auf ein Medium stützt, sondern verlässliche und gute Informationen über verschiedene Medientypen – zum Beispiel Internet, Zeitschrift und Videotext – gesucht werden. Üblicherweise wird eine Hauptquelle genutzt und durch weitere ergänzt. Während in den Gruppendiskussionen im direkten Vergleich zu anderen Informationsquellen der EPG bislang eher noch eine untergeordnete Rolle spielt, wird in der standardisierten Befragung die Relevanz des neuen Tools sichtbar.

**Programm-
zeitschriften
für längerfristige
Planung, EPG zur
kurzfristigen Info**

Bei der Mehrheit der Gruppendiskussionsteilnehmer ist die klassische Fernsehzeitschrift unangefochten die wichtigste Informationsquelle. Dabei kommt die Programmzeitschrift nicht nur kurzfristig zum Einsatz, sondern ist auch für einige Zuschauer ein langfristiges Planungsinstrument, mit dem man sich beispielsweise „in Ruhe die nächsten 14 Tage zu Gemüte führen und die interessantesten Sachen einkringeln kann“. Dagegen wird der EPG (noch) nicht für eine längerfristige Planung des Fernsehabends eingesetzt, regelmäßig wird er

jedoch bei allen befragten Teilnehmern kurzfristig als Informationsmöglichkeit über das laufende Programm genutzt, das heißt, während des eigentlichen Fernsehens – meist um den Zapping-Vorgang bzw. die Planung des weiteren Verlaufs zu beeinflussen. Aus Sicht vieler Befragten bietet der EPG in diesem Zusammenhang einige Vorteile: „Man hat die Info direkt zur Verfügung, ohne sich vom Sofa wegbewegen zu müssen.“ Der EPG wird hier als zeitsparende und bequeme Unterstützung empfunden. Insgesamt zeigen die Diskussionsergebnisse allerdings sehr deutlich, dass das Handling des EPGs den Fernsehkonsumenten noch nicht das Maß an Konvenienz und Komfort bieten kann, das einer gedruckten Programmzeitschrift zugeschrieben wird. Das einfache Durchblättern bzw. das reine „Durchstöbern“ nach interessanten Filmen oder Sendungen wird bedingt durch die schematische Struktur des EPGs als eher umständlich empfunden.

Nichtsdestotrotz gibt es einige Befragte, die das gedruckte Informationsmedium weitestgehend hinter sich gelassen haben und komplett auf alternative Informationsmöglichkeiten umgestiegen sind. In dieser Gruppe hat der EPG meist auch bereits an Bedeutung gewonnen. Dieser Einfluss spiegelt sich sehr deutlich bei den befragten Usern im quantitativen Teil der Studie wider. Liegen bei den spontanen Nennungen Fernsehzeitschrift und EPG schon gleichauf (63% bzw. 62%), gefolgt von Teletext bzw. Internet (16%) und der Programmvorschau in der Tageszeitung (12%), kommt die Dominanz des EPGs bei der gestützten Abfrage, die zudem die Nutzungshäufigkeit umfasste, noch viel stärker zum Ausdruck. 87 Prozent der Befragten geben an, den EPG häufig oder gelegentlich zu nutzen, gegenüber 68 Prozent in diesen Kategorien bei der Programmzeitschrift. Es folgen die direkten Optionen im Fernsehen wie das Zapping, die Programmvorschau (61%) oder der Teletext (44%). Auffällig hoch platziert sich insgesamt das Zapping als Informationsstrategie: Bei den am häufigsten genutzten Informationsmöglichkeiten nimmt es sogar den ersten Platz ein (vgl. Abbildung 3).

Es zeigen sich deutliche alters- und geschlechtsspezifische Unterschiede bei der Nutzung bestimmter Informationsquellen. So zeichnet sich einerseits ein konträres Verhalten zwischen jüngeren und älteren Zuschauergruppen ab (vgl. Tabelle 1). Ältere Personen bevorzugen Printprodukte (z.B. klassische Programmzeitschrift und Tageszeitung), jüngere Fernsehkonsumenten dagegen elektronische Medien (z.B. Internet oder Teletext), aber auch Tipps von Freunden und Bekannten. Der EPG wird indessen in allen Altersgruppen nahezu gleich häufig genutzt. Andererseits informieren sich Frauen generell intensiver über das Fernsehprogramm, indem sie mehr Informationsquellen (den EPG eingeschlossen) häufiger zu Rate ziehen.

Eine Differenzierung der EPG-Anwender nach der Nutzungshäufigkeit zeigt anschaulich: Wer den EPG weniger häufig verwendet, verlässt sich mehr auf die klassischen Informationsquellen, allen vor-

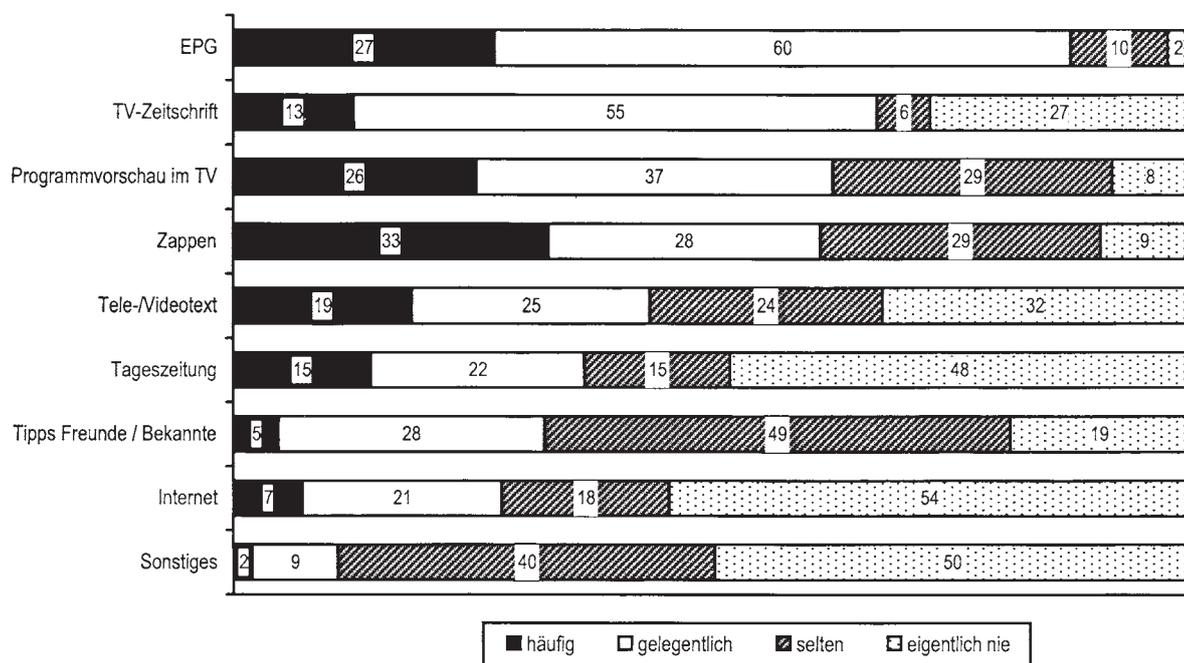
**Befragung weist
häufige Nutzung
auch des EPGs aus**

**Alters- und ge-
schlechtsspezifische
Nutzungsunter-
schiede**

**Häufige EPG-Nutzer
verzichten tenden-
ziell eher auf
andere Quellen**

Abb. 3 Informationsquellen zum Fernsehprogramm: Nutzung im Vergleich

Frage: Wo informieren Sie sich in der Regel über das Fernsehprogramm? Ich lese Ihnen jetzt einige Möglichkeiten vor, wo oder wie man sich über das Fernsehprogramm informieren kann. Bitte sagen Sie mir jedes Mal, ob Sie diese Möglichkeit häufig, gelegentlich, selten oder eigentlich nie nutzen.
Angaben in %



Basis: EPG-Nutzer, n=316.

Quelle: ALM-Nutzerstudie 2008.

an auf die Fernsehzeitschrift. Dagegen verzichten digitale Fernseh Zuschauer, für die der EPG die Fernsehzeitschrift bereits ersetzt, stärker auch auf weitere Informationsquellen, wie beispielsweise den Teletext oder die Programmvorschau im Fernsehen. Allerdings wird die Ersatzfunktion sicherlich überbewertet, das zeigt sich daran, dass ein geringer Teil der Personen trotzdem noch angibt, eine Programmzeitschrift zu lesen.

Für 28 % der Nutzer hat EPG die TV-Zeitschrift bereits ersetzt

Generell geben 28 Prozent der Befragten in einer Selbsteinschätzung an, dass der EPG die Fernsehzeitschrift bereits ersetzt hat, weitere 38 Prozent sagen, dass dies in Zukunft der Fall sein wird. Für insgesamt zwei Drittel könnte der EPG die Fernsehzeitschrift oder andere Informationsquellen also künftig komplett ersetzen. Wenig überraschend übernimmt der EPG aktuell eine Ersatzfunktion stärker für jüngere und mittlere Altersgruppen. So geben knapp zwei Drittel der 14- bis 29-Jährigen an, dass der EPG schon teilweise eine Ersatzfunktion besitzt. Auch eine zukünftige Ersatzfunktion wird stärker von Jüngeren befürwortet als von Älteren.

Bekanntheit und Nutzung einzelner Funktionen

Um die Programmfülle im digitalen Fernsehen besser handhabbar zu machen, bieten die einzelnen EPGs in der Regel eine Reihe von Funktionen, mitunter auch so genannte Personalisierungsfunktionen. Erhoben wurde in der Nutzerbefragung sowohl die Bekanntheit als auch die Nutzung dieser

unterschiedlichen Funktionen. Bereits in den Gruppendiskussionen stellte sich heraus, dass die Bekanntheit der einzelnen Funktionen variiert und demzufolge auch nicht die volle Bandbreite der verfügbaren Features in der Nutzung zur Anwendung kommt. Der gesamte Funktionsumfang war den Teilnehmern der Gruppendiskussionen nur in den allerwenigsten Fällen bekannt. Wie bereits im Kontext der Spontanassoziationen sichtbar wird, definiert sich der EPG aus Nutzersicht in erster Linie als Option zur schnellen und bequemen Information und Orientierung über das laufende, aktuelle Fernsehprogramm. Er übernimmt damit meist die Funktion einer kurzfristig ausgelegten Navigations- und Steuerungshilfe, vor allem während des Zappens. Das Handling dieser Funktionsebene wird grundsätzlich als einfach erlebt. Weitergehende Funktionsebenen des EPGs (beispielsweise die Programmierungsfunktion, die Auswahl von Video-On-Demand-Filmen oder Personalisierungsoptionen wie die Merker-Funktion) werden oft nur ansatzweise angewendet und erschlossen. Dies liegt aber auch daran, dass einige der genannten Funktionen nur in Kombination mit einer im Receiver integrierten Festplatte nutzbar sind und viele der befragten Haushalte noch nicht über einen Personal Video Recorder verfügen.

Die wenigsten Befragten kennen alle Funktionen ihres EPG

① Informationsquellen über das Fernsehprogramm: Nutzung im Vergleich

„mindestens gelegentlich“, in %

	Gesamt	Männer	Frauen	14-29 Jahre	30-49 Jahre	ab 50 Jahre	Gesamt	EPG-Nutzung häufig/ gelegentlich	selten/ nie
EPG	88	85	96	86	90	85	88	100	0
Fernsehzeitschrift	68	62	84	59	66	77	68	65	88
Programmorschau im Fernsehen	63	59	75	73	60	60	63	61	73
Zappen	62	65	53	70	56	64	62	62	57
Teletext oder Videotext	44	42	51	50	41	45	44	42	59
Tageszeitung	37	35	43	21	38	46	37	35	48
Freunde/Bekannte	33	35	24	54	29	23	33	32	34
Internet	28	34	11	49	27	15	28	27	34
Sonstiges	11	13	6	21	11	4	11	12	5

Basis: EPG-Nutzer, n=516.

Quelle: ALM-Nutzerstudie 2008.

„Programm-
information und -
übersicht“ am
häufigsten genutzt

Im Wesentlichen bestätigt die quantitative Untersuchung dieses Ergebnis – die Nutzung bleibt bislang relativ „oberflächlich“. Am bekanntesten bzw. am häufigsten vorhanden und genutzt sind die Funktionen „Programminformationen und -übersicht“. Die eigentlichen Stärken wie die Aufnahme- oder die Erinnerungsfunktion werden dagegen kaum genutzt, sicherlich – aber nicht in allen Fällen – dadurch begründet, dass manche der Funktionen dem Nutzer bislang nicht bekannt oder im EPG nicht vorhanden sind. (27) Denn relativ gut informiert ist die Mehrheit beispielsweise über Such- und Programmierungsoptionen und personalisierbare Funktionen wie beispielsweise die Jugendschutzfunktion. Rund drei Viertel wissen zudem, dass ihr EPG die Option bietet, Favoritenlisten anzulegen. Am wenigsten bekannt jedoch ist die Erinnerungsfunktion, rund 40 Prozent der User geben an, dass ihr EPG eine derartige Funktion bietet (vgl. Tabelle 2).

Geschlechts- und
altersspezifische
Nutzung von
Funktionen

Bei der Anwendung der einzelnen Funktionen zeigen sich teilweise geschlechts- und altersspezifische Unterschiede. (28) So ist die Programmierungsfunktion nicht nur unter Männern bekannter, sie wird auch häufiger von den männlichen EPG-Usern verwendet. Frauen dagegen nutzen den EPG hauptsächlich zur Programminformation und -übersicht. Darüber hinaus spielt die Programmierungsfunktion für ältere Zuschauer eine größere Rolle. Dieses Ergebnis muss sicherlich im Kontext der Fernsehgewohnheiten interpretiert werden. Ältere Zuschauer sehen selektiver fern und wählen häufiger bewusst Sendungen aus (29), daher kommt die vereinfachte Anwendung des zeitversetzten Sehens ausgewählter Sendungen dieser Nutzergruppe entgegen. Jüngere Zuschauer sind dagegen spontaner in ihrer Fernsicht, sie schalten einfach das Fernsehgerät an und schauen, was läuft. Demzufolge nutzen sie den EPG häufiger für Programminformationen, vergleichbar zur Nutzung des Teletexts. (30) Zudem dürfte eine Rolle spielen, dass die Program-

mierungsfunktion wirklich einfach zu bedienen ist („Nur ein Knopfdruck und fertig!“), so dass hier im Vergleich zum herkömmlichen Video-Recorder tatsächlich eine Vereinfachung stattfindet und die Zuschauer diese zu schätzen wissen. Dieses Feature erfreut sich nicht nur bei den telefonisch befragten Probanden, sondern auch unter den Teilnehmern in den Gruppendiskussionen großer Beliebtheit. (31)

Eine hohe Nutzungsintensität des EPGs geht einher mit einer erweiterten Anwendung bestimmter Features, die über reine Basisfunktionen hinausgehen, und umfasst beispielsweise auch die Erstellung eigener Listen (vgl. nachfolgendes Kapitel). Diese Nutzergruppe schöpft damit die Bandbreite der möglichen Funktionen eines EPGs stärker aus, nicht zuletzt aufgrund einer höher ausgebildeten Affinität zum Thema Digitales Fernsehen, die bereits die Kaufentscheidung maßgeblich beeinflusst hat. Bedeutend für sie war insbesondere die Qualität des Gerätes, Empfehlungen Dritter und die Verfügbarkeit bestimmter Features.

Generell steigt die Relevanz des EPGs mit zunehmender Nutzung der Funktionsvielfalt. Digitale Fernsehzuschauer, die mehr als die Basisfunktionen kennen und schätzen gelernt haben, stufen die Wichtigkeit des EPGs höher ein als Personen, die bislang lediglich die Basisfunktionen nutzen. Offensichtlich passt sich die technikaffine Nutzergruppe aufgrund des hohen Involvements schneller als andere Zuschauer an digitale Fernsehumbungen an und integriert auch rascher die neuen Ordnungsschemata in bestehende Fernsehgewohnheiten. Dies hat wiederum zur Folge, dass die Relevanz des Tools im Fernsehalltag anwächst – auch vor dem Hintergrund, dass diese Nutzergruppe sich in der Selbsteinschätzung einem höheren Kanalrepertoire zuordnet.

Programmstrukturierung

Für die Programmauswahl der Zuschauer im digitalen Fernsehangebot ist zudem von Bedeutung, nach welcher Systematik die Liste der empfangbaren Fernsehprogramme sortiert ist und wie Ände-

Je häufiger die EPG-Nutzung, umso mehr Funktionen werden angewendet

② EPG: Bekanntheit und Nutzung einzelner Funktionen

Frage: Wie häufig nutzen Sie diese Funktion? Würden Sie sagen: immer/so gut wie immer, wenn ich fernsehe, häufig, gelegentlich, eher selten, eigentlich nie?

Angaben in %

	Bekanntheit/ Vorhandensein	Nutzung (immer oder häufig)					
		Gesamt	Männer	Frauen	14–29 Jahre	30–49 Jahre	ab 50 Jahre
Programminformation	94	57	53	68	68	58	46
Programmübersicht	90	54	51	63	58	58	43
Programmierung/Aufnahme	60	25	30	7	18	27	26
Sortieren/Suchen	58	7	6	10	8	7	6
Erinnerungsfunktion	42	8	7	11	19	6	4
Erstellen eigener Listen*	74						
Jugendschutz*	62						

* Für diese Funktion wurde nur die Bekanntheit erfasst, da eine tägliche Nutzung eher unwahrscheinlich ist.
Basis: EPG Nutzer, n=516.

Quelle: ALM-Nutzerstudie 2008.

rungen in der Programmebelegung in dieser Liste aufscheinen. Relevant aus Nutzersicht sind sowohl die Gesamtliste als auch die so genannte Favoritenliste. Die Gesamtliste ist vorprogrammiert und kann bei Bedarf geändert werden, Favoritenlisten sind dagegen zum Teil ebenfalls voreingestellt, können jedoch nach persönlichen Vorlieben zusammengestellt werden.

80 % der Nutzer verändern die Senderliste im EPG

Anschaulich belegen die Ergebnisse der Studie, dass die Gruppierung der Sender in den vorprogrammierten Programmlisten mehrheitlich nicht den individuellen Präferenzen der Zuschauer entspricht. Rund 80 Prozent der User verändern die Originalliste und orientieren sich hier weitestgehend an bekannten Sendermarken, da sie nach ihren Lieblingssendern sortieren. Je relevanter der EPG bereits im Fernsehalltag für den Konsumenten ist, desto eher werden die Listen an eigene Bedürfnisse angepasst und individualisiert (vgl. Abbildung 4).

Kürzung der Liste und Ordnung nach Genres ebenfalls häufig angewendet

Am zweithäufigsten wird eine Kürzung der Liste vorgenommen, dicht gefolgt vom Ordnungsprinzip Genre, sprich thematisch ähnliche Sender werden zusammengefasst. Das Strukturmerkmal Kanal ist in diesem Kontext also durchaus von Bedeutung, variiert aber in Abhängigkeit vom Alter. Ältere Personen ordnen häufiger nach ihren Lieblingssendern und Vielseher sind stärker in Kanalstrukturen verhaftet. Jüngere EPG-Nutzer sortieren dagegen häufiger nach dem Strukturmerkmal Genre, für sie verliert das Strukturmerkmal Kanal an Bedeutung (vgl. Abbildung 5).

Explizit eigene Senderlisten werden eher selten erstellt

Explizit eigene Senderlisten (so genannte Favoritenlisten) werden weitaus weniger häufiger erstellt, wobei die Übergänge zu einer veränderten Originalliste hier sicherlich fließend interpretiert werden müssen. Knapp ein Drittel der Befragten hat über die vorgegebene Liste hinaus eine eigene zusätzliche Liste in Form der so genannten Favoritenliste erstellt. Technisch erlauben die meisten Set-Top-Boxen hier mehrere Listen – beispielsweise für ver-

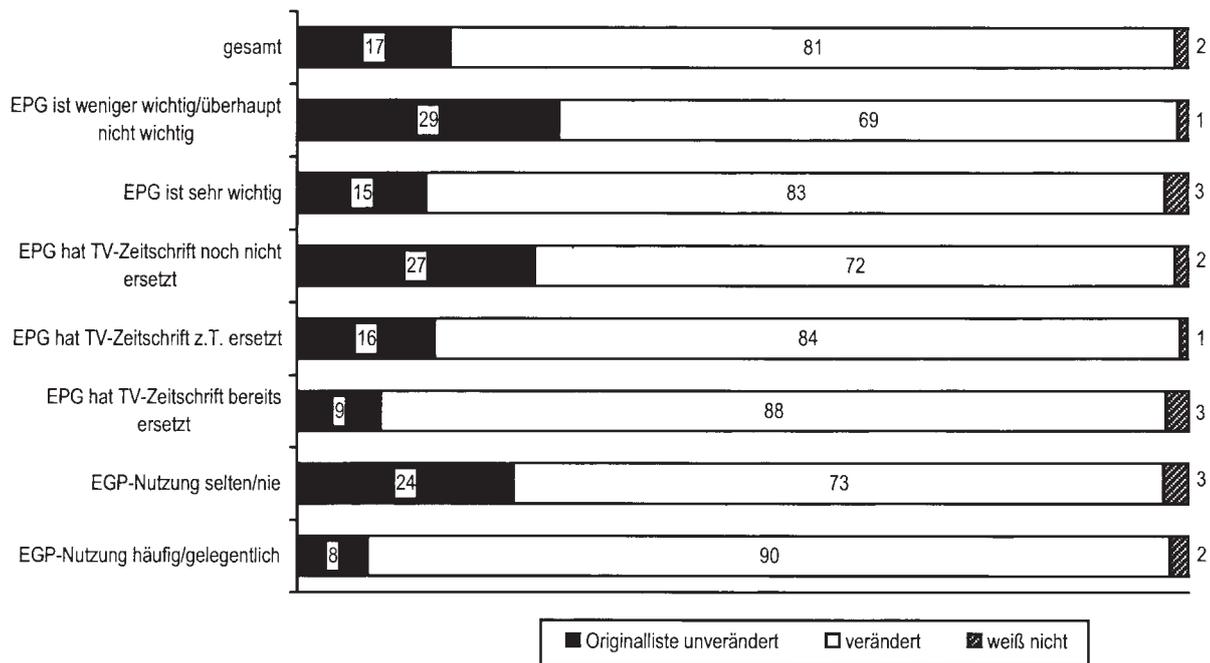
schiedene Familienmitglieder – anzulegen, wirklich erstellt werden aber mehrheitlich eine (12%) oder zwei Listen (8%), wobei die Erstellung von Favoritenlisten bei Männern bzw. jüngeren Usern beliebter ist als bei Frauen und älteren Usern. Favoritenlisten sind außerdem stärker in Mehrpersonen- und Kabelhaushalten als in Single- bzw. Satellitenhaushalten verbreitet. Möglicherweise wird die Programmvietfalt in Satellitenhaushalten für eine eigene Strukturierungslogik als zu groß empfunden. Auffällig ist außerdem, dass Fernsehzuschauer mit einer hohen Affinität zu elektronischen Medien als Programminformationsquelle (Zappen, TV-Programmvorschau und Internet) häufiger Favoritenlisten erstellen als Zuschauer, die sich stärker mit Hilfe traditioneller Medien informieren (z.B. Programmzeitschrift, Tageszeitung). Wie bei der Anpassung der vorgegebenen Listen sind auch bei der Erstellung der Favoritenlisten die Kriterien Lieblingssender (75%) und Genre (62%) sowie die Kürzung der verfügbaren Programme (60%) ausschlaggebend.

Deutlich wird dagegen, dass die Aktualisierung dieser Listen bei Programmänderungen aus Nutzersicht noch nicht zufriedenstellend gelöst ist. Offensichtlich besteht Verbesserungsbedarf beim Auffinden neuer Programme. In der Einschätzung der Nutzer erfährt man entweder zufällig bzw. gar nicht oder durch andere Quellen von neuen Programmen. Das Potenzial des EPGs wird hier eindeutig noch nicht ausgeschöpft: Einerseits geben nur Intensivnutzer verstärkt an, dass der EPG hier eine Informationsmöglichkeit bietet, andererseits wünscht sich die Mehrheit der User ausdrücklich eine derartige Hinweisfunktion. Eine entsprechende funktionale Erweiterung von EPGs würde zweifelsohne die Wahrnehmung neuer Spartensender beim Publikum erhöhen.

Verbesserungsbedarf beim Auffinden neuer Programme

Abb. 4 EPG-Senderliste: original versus verändert

Frage: Als Sie den EPG bekommen haben, war ja bereits eine Liste mit Fernsehsendern vorgegeben. Benutzen Sie diese Liste in ihrer ursprünglichen Form oder haben Sie sie verändert?
Angaben in %



Basis: EPG-Nutzer, n=316 (in den Subgruppen variiert die Basis).

Quelle: ALM-Nutzerstudie 2008.

Bilder und Trailer zur Programminformation erwünscht

Nutzungsbarrieren und Optimierungspotenziale

Die eingeschränkte Nutzung des Funktionsumfangs des EPGs lässt sich unter anderem durch konkret empfundene Nutzungsbarrieren im direkten Vergleich zu anderen Informationsquellen begründen. Mehrheitlich wird beispielsweise die gewohnte visuelle Darstellung aus der Programmzeitschrift im EPG vermisst. Fast alle Befragten kritisieren, dass bei der Programminformationsfunktion des EPGs lediglich auf Textinhalte zurückgegriffen werden kann. Explizit wurden der Einbau von Bildern in die Textpassagen oder kurze Ankündigungstrailer gewünscht, um zum einen mehr Informationsgehalt („mit den Gesichtern der Schauspieler kann ich meistens mehr anfangen als mit ihren Namen“) zu bekommen und zum anderen einen stärkeren Anreiz in Bezug auf die Sendung zu generieren. In den Gruppendiskussionen kommt auch deutlich zum Ausdruck, dass insbesondere lange Ladezeiten, die zu einer spürbaren Verzögerung führen, als sehr störend empfunden werden. Bemängelt werden außerdem die zum Teil unflexible Menüführung und eine zu geringe Übersichtlichkeit der Informationsdarstellung am Bildschirm, wenn beispielsweise nur die ersten Worte bzw. Buchstaben einer Sendung sichtbar werden. Die Nutzung der EPGs für die längerfristige Planung und Skizzierung des eigenen Fernsehkon-

sums im Sinne einer Fernsehzeitschrift erfordert außerdem ein vergleichbares Informationslevel, das heißt, nicht nur eine Ergänzung der textlichen um bildliche Inhalte, sondern auch die Erweiterung um redaktionelle Bewertungen sind aus Nutzersicht wünschenswert.

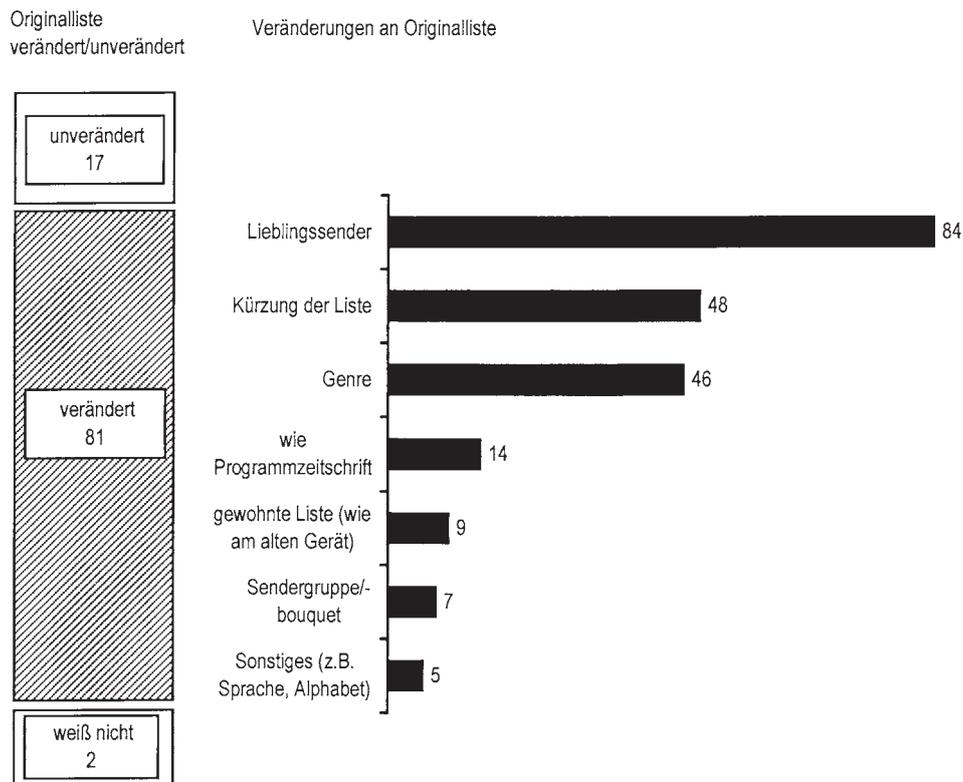
Für die verbesserte Ausgestaltung des EPGs sind darüber hinaus noch weitere Zusatzfeatures vorstellbar, beispielsweise ein Service, der auf neue Sender hinweist mit der Option, diese in die Liste aufzunehmen oder nicht: Rund drei Viertel der Befragten sind sehr oder eher daran interessiert. Ähnlich hoch fällt mit 74 Prozent das Interesse an einer „Medienbibliothek“ für Filme oder Serien aus. Gedacht ist diese Medienbibliothek als eine Art Filmarchiv, in dem Spielfilmklassiker und andere ältere Filme oder Serien gesammelt werden und auf die man über den EPG ohne Zusatzkosten zugreifen könnte.

Eine vereinfachte Nutzung durch die Integration von freien Suchdiensten (wie sie momentan bereits im Netz verfügbar sind) und die Verbesserung von Komfort und Design sind weitere gewünschte Verbesserungen (56% bzw. 51%). Push-Dienste, wie sie bislang überwiegend im Onlinebereich Bedeutung gewonnen haben, sind durchaus für eine bestimmte Nutzergruppe attraktiv. Dies gilt etwa für einen Empfehlungsservice, der – aufbauend auf bisher genutzten Sendungen – Interessensprofile erstellt und demzufolge systematisch und kontinuier-

Hinweisfunktion auf neue Sender und Medienbibliothek wären attraktive Features

Abb. 5 EPG-Senderliste: Ordnungskriterien bei veränderter Reihenfolge

Frage: Nach welchen Kriterien wurde die Senderliste verändert? (Mehrfachnennungen möglich)
Angaben in %



Basis: EPG-Nutzer, n=316 (Mehrfachnennungen möglich).

Quelle: ALM-Nutzerstudie 2008.

lich auf themenverwandte Sendungen aufmerksam macht: 41 Prozent der User bekunden ihr Interesse an so einem Dienst. Ein Erinnerungsservice für bestimmte Sendungen per SMS oder E-Mail stößt noch bei rund einem Drittel der User auf Interesse. Wenig bzw. kaum gewünscht wird dagegen ein interaktives Community-Angebot, in dem man sich mit anderen Zuschauern unterhalten bzw. chatten, eigene Bewertungen abgeben oder die anderer Zuschauer nachlesen kann (vgl. Abbildung 6).

Während Hinweise auf neue Sender für alle EPG-Nutzer gleich bedeutsam sind, zeigen sich bei den meisten anderen Zusatzfeatures geschlechts- oder altersspezifische Unterschiede. Beispielsweise zieht die Medienbibliothek stärker Männer und Jüngere an, was gleichfalls für die Google-ähnliche Suchfunktion zutrifft. Jüngere Zuschauer sind ansonsten eher für die Push-Dienste (Erinnerungsservice und lernfähiges Programm) zu begeistern. Demgegenüber zeigen sich Frauen weniger technikbegeistert, sie wünschen sich in erster Linie mehr Bedienungscomfort.

Alles in allem wird deutlich, dass eine funktionale Überladung des EPG eher kontraproduktiv und distanzierend wirken könnte, da ein komplexes Gebilde die bereits vorhandenen Nutzungsbarrieren eher noch verstärken würde: „Das Ganze muss

nachvollziehbar bleiben und darf nicht künstlich aufgebläht wirken.“ – „Dann komme ich nachher gar nicht mehr zum Fernsehgucken, weil ich nur noch im EPG blättere.“ So sollte bei zukünftigen Optimierungen und Erweiterungen des EPGs die Verwendung und Einsetzbarkeit des Tools als ein vereinfachendes Hilfsmittel im Vordergrund stehen: „Es sollte einen entlasten und nicht belasten.“ – „Das Ziel muss eigentlich sein, dass man im Endeffekt weniger Zeit damit verbringt.“

Fazit

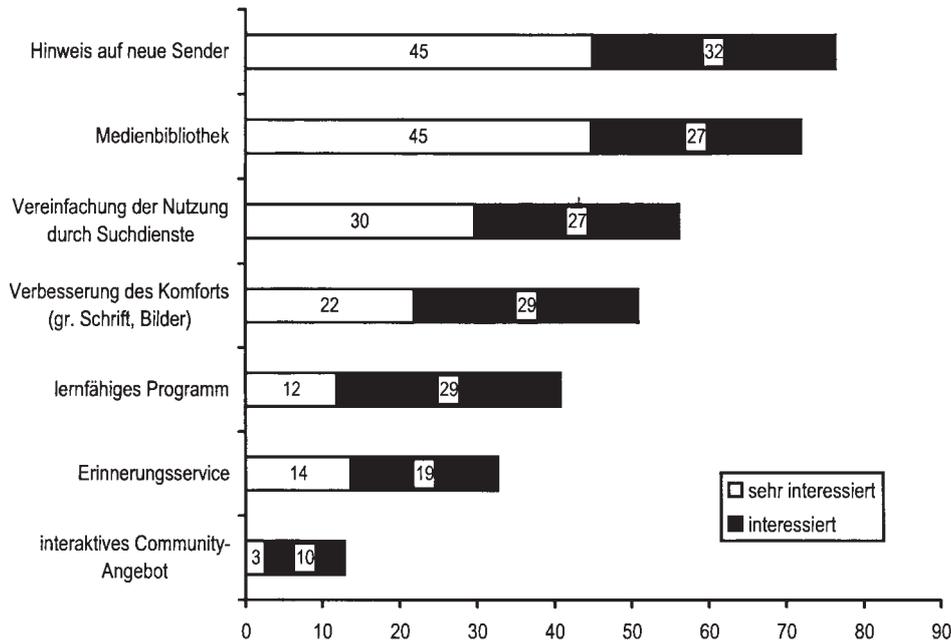
Obwohl Einigkeit darüber besteht, dass EPGs ein immer wichtiger werdendes Thema in der digitalen Fernsehwelt sind, ist bislang die Nutzung von EPGs – jedenfalls in Deutschland – weitgehend unerforscht gewesen. Zusammen mit der Datenerhebung für den Digitalisierungsbericht 2008 der ALM wurde erstmals nach der Nutzung von EPGs gefragt. Ziel war es, dem Markt und auch der Diskussion über die EPGs einen Impuls zu geben. Die gesonderte Marktbeobachtung hat allerdings gezeigt, dass sich dieser nach wie vor in einer frühen Entwicklungsphase befindet und von dem Markt für Navigationssysteme nicht die Rede sein kann. Ge-

EPG-Markt noch in der Entwicklung

Funktionale Überladung von EPGs wäre kontraproduktiv

Abb. 6 Zukünftige Optimierungspotenziale: Interesse an zusätzlichen Funktionen

Frage: Ich lese Ihnen eine Reihe möglicher Zusatzfunktionen vor, die der EPG in Zukunft enthalten könnte. Bitte sagen Sie mir jedes Mal, ob Sie an dieser Funktion sehr interessiert, eher interessiert, weniger oder überhaupt nicht interessiert sind.
Angaben in %



Basis: EPG-Nutzer, n=316.

Quelle: ALM-Nutzerstudie 2008.

messen an den hohen Erwartungen zu Beginn der Digitalisierung „schöpft der heutige Stand hinsichtlich der Vielfalt der Angebote und der verfügbaren technischen Funktionalitäten die bestehenden Potenziale bei weitem nicht aus“. (32) Bisher spielen EPGs bei Anschaffungsentscheidungen für Set-Top-Boxen nur eine geringe Rolle. Dies hat zur Folge, dass auch Anbieter wenig Impulse verspüren, ihre EPGs zu verbessern. Viele Gerätehersteller decken nicht das gesamte Funktionsspektrum ab, da sie mit einer kostengünstigen Variante kalkulieren. Das Grundproblem ist bislang, dass die Refinanzierung anfallender Kosten nicht über Werbung oder über Nutzerentgelte sichergestellt ist. Aus Nutzersicht entscheidend ist zudem, dass die Kaufentscheidung für einen bestimmten Decoder gleichbedeutend ist mit der Entscheidung für den im Gerät mitgelieferten Navigator, weil de facto bislang keine Wahlmöglichkeiten für den Fernsehzuschauer bestehen. (33)

Nutzerpotenzial weitgehend unerschlossen

Wenig überraschend ist das Nutzerpotenzial vor diesem Hintergrund noch weitgehend unerschlossen. Bislang sind es überwiegend technikaffine Early-Adopters, die den EPG umfassend in ihre Programmauswahlstrategien integrieren. Dabei beeinflussen der wahrgenommene Nutzen und die Handhabbarkeit den Gebrauch des Instrumentes. Für Vielseher

übernimmt der EPG bereits heute eine wichtige Funktion, um die Nutzung ihres relativ breiten Kanalrepertoires zu steuern. Prinzipiell steigt mit der Nutzung der spezifischen Stärken eines EPGs seine wahrgenommene Wichtigkeit. Für die breite Masse dient der EPG allerdings bislang in erster Linie zur schnellen und bequemen Information und Orientierung über das laufende, aktuelle Fernsehprogramm und übernimmt damit meist die Funktion einer kurzfristig ausgelegten Navigationshilfe, vor allem während des Zappens. Weitergehende Funktionen und Personalisierungspotenziale – wie zum Beispiel die Erstellung eigener Favoritenlisten – werden erst in geringem Ausmaß genutzt.

Alles in allem zeigt sich, dass der Implementierungsprozess des neuen Instrumentes zum einen durch die eingeschränkte Affinität der Zuschauer und zum anderen durch fest etablierte Fernsehgewohnheiten aus analogen Welten verzögert wird. Bislang blendet ein Großteil der digitalen Fernsehzuschauer die Komplexität der neuen Fernsehumbgebung durch Reduktion schlichtweg aus, infolgedessen ist die Nutzung des EPGs nicht zwingend erforderlich. Trotz eines starken Anstiegs sowohl des Programmangebots als auch der individuellen Steuerungsmöglichkeiten behält der Fernsehzuschauer seine Gewohnheiten weitestgehend bei, solange er nicht zu einer Umstellung forciert wird. Erst wenn die bisherigen Informations- und Suchroutinen keine befriedigenden Ergebnisse mehr liefern, könnte sich die Zuwendung zu dem neuen In-

Anpassung an veränderte Programmwelten ein sukzessiver Prozess

strument zur Steuerung der Programmauswahl seitens des Publikums intensivieren.

Komfort und Design der EPGs aus Nutzersicht verbesserungswürdig

Ein verstärkter Einsatz – auch in der längerfristigen Planung – setzt in erster Linie ein vergleichbares Informationslevel und damit das Maß an Konvenienz und Komfort wie eine gedruckte Programmzeitschrift voraus. Komfort und Design der etablierten EPGs sind aus Nutzersicht nämlich bei weitem noch nicht perfekt. Die größten Schwachpunkte sind zu lange Ladezeiten, unübersichtliche Überblicksdarstellungen, der geringe Visualisierungsgrad und fehlende redaktionelle Programmbewertungen. Insbesondere durch den Einbau von Bildern oder Trailern könnte der EPG eine vergleichbare Funktionalität wie die Programmzeitschrift und damit mehr Einfluss im Planungsprozess erlangen.

Offenheit des Marktes ist notwendig

Zweifelsohne hat der EPG das Potenzial, sich als zentrale Programminformationsquelle in der digitalen Fernsehwelt zu etablieren. Dies setzt jedoch voraus, dass es den Anbietern gelingt, das Tool als vereinfachendes Hilfsmittel zu positionieren und Kunden von der Attraktivität und dem Mehrwert eines EPGs zu überzeugen. Wegweisend könnte die bevorstehende Möglichkeit sein, über den Fernseher ohne Medienbruch auch EPGs im Internet nutzen zu können. Angesichts der vielfältigen gegenseitigen Abhängigkeiten sind allerdings branchenübergreifende Zusammenarbeit und Offenheit notwendig, da kein Akteur den Markt allein entwickeln kann.

Anmerkungen:

- 1) Vgl. Seegers, Lu: Die Erfolgsgeschichte von HÖR ZU! (1946–1965). In: http://www.mediaculture-online.de/fileadmin/bibliothek/seegers_hoerzu/seegers_hoerzu.pdf, 2001.
- 2) Vgl. Fösken, Sandra: Digitale Beiboote drängen in den Markt. In: *Absatzwirtschaft* 11/2008, S. 58–64.
- 3) Die Zahl ist in der aktuellen ALM-Fernsehprogramm-Datenbank unter www.alm.de abrufbar.
- 4) Vgl. Leopoldt, Swaantje: Navigatoren. Zugangsregulierung bei elektronischen Programmführern im digitalen Fernsehen. Baden-Baden 2002 und die ausführliche Darstellung möglicher funktionaler Aspekte in: Hasebrink, Uwe/Hermann-Dieter Schröder: Der Markt für Navigatoren und Elektronische Programmführer. In: Hasebrink, Uwe/Hermann-Dieter Schröder/Birgit Stark (Hrsg.): *Elektronische Programmführung im digitalen Fernsehen*. Berlin 2008, S. 13–89, hier S. 26ff.
- 5) Vgl. die Presseinformation vom 28. 8. 2008 „My Personal TV Digital über Windows Vista-Mediacenters verfügbar“.
- 6) Vgl. Niewöhner, Florian: Elektronische Benutzerführungssysteme und chancengerechter Zugang zum digitalen Fernsehen. Frankfurt am Main 2004.
- 7) Vgl. zu den bisherigen Erkenntnissen Kang, Myung-Hyun: Interactivity in Television. Use and Impact of an Interactive Program Guide. In: *Journal of Broadcasting and Electronic Media* 3/2002, S. 330–345; Stark, Birgit: Programmauswahl in digitalen Fernsehwelten: Der EPG als Gatekeeper? Ergebnisse einer Nutzerbefragung. In: *Medien & Kommunikationswissenschaft* 2/2007, S. 223–246.
- 8) Die fünf Gruppendiskussionen mit Probanden im Alter von 25 bis 55 Jahren (mit einer jeweiligen Dauer von zwei Stunden) führte der qualitative TNS-Infratest-Partner Klare Antworten durch. Um das Spektrum verschiedener Nutzer und Anbieter möglichst breit zu halten, wurden die Gruppendiskussionen auf verschiedene Regionen (Bayern und Nordrhein-Westfalen) aufgeteilt. Entsprechend den Rekrutierungsmerkmalen waren sowohl Kabel-, Satelliten- und terrestrische Haushalte vertreten als auch Haushalte mit Free-TV oder solche, die mit zusätzlichem Pay-TV-Angebot (z.B. Premiere oder Arena) ausgestattet waren. Bei der Rekrutierung wurde zudem darauf geachtet, dass die Teilnehmer sich in ihrem Erfahrungshorizont bei der Nutzung des EPGs unterschieden, so dass auch eine Gegenüberstellung unterschiedlicher Nutzergruppen möglich wurde.
- 9) Für die Rekrutierung der Probanden wurde in beiden Erhebungen von folgendem EPG-Begriffsverständnis ausgegangen: „Hiermit ist eine Art elektronische Programmzeitschrift und -übersicht gemeint, die auf dem Bildschirm zu sehen ist und in die man über eine spezielle Taste auf der Fernbedienung (meistens 'EPG' oder 'Guide') gelangt. Darin kann man das TV-Programm nach Sendern, Sendungen, Uhrzeit, Genres usw. durchsuchen und sich maßgeschneiderte Programmtipps geben lassen.“
- 10) Vgl. ALM: Digitalisierungsbericht 2008. Die Frage nach dem digitalen Mehrwert. Abrufbar unter www.alm.de.
- 11) Vgl. zu einer ausführlichen Darstellung der Ergebnisse aus Nutzersicht Stark, Birgit: Elektronische Programmführer aus Nutzersicht. In: Hasebrink, Uwe/Hermann-Dieter Schröder/Birgit Stark (Hrsg.): *Elektronische Programmführung im digitalen Fernsehen*. Berlin 2008, S. 91–157.
- 12) Vgl. Fösken (Anm. 2) und Jurran, Nico: Führer durch den Fernseh-Dschungel. In: *ct - Magazin für Computertechnik* 24/2008, S. 238.
- 13) Vgl. zu den Positionen aller Beteiligten: Gemeinsame Stelle digitaler Zugang 2007; abrufbar unter <http://www.alm.de/126.html>.
- 14) Vgl. zu einer ausführlichen Darstellung Hasebrink/Schröder (Anm. 4), Kap. 3.
- 15) Hasebrink, Uwe: Der Markt für Navigatoren und Elektronische Programmführer. Ergebnispräsentation vom 22. Oktober 2008 in Berlin; abrufbar unter <http://www.alm.de/450.html>.
- 16) Vgl. Paperlein, Juliane: VG Media polarisiert Branche. In: *Horizont* Nr. 7 v. 12. 2. 2009, S. 24.
- 17) AGF/GfK gibt zum Stichtag 1. Mai 2009 ein Potenzial von 35,3 Prozent an Haushalten mit mindestens einem digitalen Receiver an; www.agf.de/daten/Zuschauermarkt/digitaltvgrad.
- 18) Vgl. zu den unterschiedlichen Erscheinungsformen von Navigationssystemen aus technischer Perspektive Hasebrink/Schröder (Anm. 4), S. 17ff.
- 19) Die Grundgesamtheit der quantitativen Erhebung bilden alle Personen ab 14 Jahren in digitalen Fernsehhaushalten, die ihr Fernsehsignal über Satellit, Kabel oder DSL empfangen und die den EPG ihres Receivers zumindest gelegentlich nutzen (= 6,54 Millionen). Die Erhebung basiert auf einer Netto-Fallzahl von 6 000 Interviews, die im Rahmen der Studie zum Digitalisierungsbericht 2008 durchgeführt wurden. In dem mehrstufigen Auswahlprozess wurden zuerst die digitalen Fernsehhaushalte bestimmt, dann die Bekanntheit und der Besitz des EPGs und zuletzt die Nutzungshäufigkeit des EPGs. Interviewt wurde jeweils diejenige Person im Haushalt, die angab, am besten über den Fernsehempfang Bescheid zu wissen und zumindest gelegentlich den EPG zu nutzen. Dabei haben sich 544 Personen als „mindestens gelegentliche EPG-Nutzer“ qualifiziert. 415 Personen haben einer Wiederholungsbefragung zugestimmt. Schließlich konnten 316 Interviews realisiert werden. Die Gewichtung- und Hochrechnungsgrundlage wurde aus den Ergebnissen der Studie zum Digitalisierungsbericht 2008 berechnet. Deren Angaben basieren auf der Media-Analyse (ma) für deutsche Haushalte, auf Angaben des Statistischen Bundesamts für Ausländerhaushalte in Deutschland sowie auf eigenen Berechnungen der Infratest-Fachabteilung für Statistik.
- 20) Vgl. Hasebrink/Schröder (Anm. 4), S. 59ff.
- 21) Der Wortlaut der Frage zielt darauf ab, eine Schätzung der aus Nutzersicht interessanter Programme zu bekommen.
- 22) Vgl. Beisch, Natalie/Bernhard Engel: Wie viele Programme nutzen die Fernsehzuschauer? Analysen zum Relevant Set. In: *Media Perspektiven* 7/2006, S. 374–379.
- 23) Um zu ermitteln, wie hoch der Anteil des EPGs an tatsächlichen Programmauswahlentscheidungen ist, wurden im Interview zusätzlich die momentane Fernsichtnutzung und eine eventuelle parallele EPG-Nutzung erfasst (eine Art Coincidental Check).

- 24) Es liegt die Vermutung nahe, dass unzufriedene Nutzer einfach auf das Tool verzichten, indem sie auf andere Informationsquellen ausweichen bzw. bei althergebrachten bleiben. Ein nicht unerheblicher Teil der Befragten spricht zwar im Kontext der Kaufentscheidung von der Wichtigkeit bestimmter Funktionen, ordnet diese aber nicht explizit dem EPG, sondern der Set-Top-Box zu.
- 25) Vgl. Hasebrink, Uwe: Fernsehen in neuen Medienumgebungen. Befunde und Prognosen zur Zukunft der Fernsehnutzung. Berlin 2001, S. 50f.
- 26) Vgl. IBM Global Business Service: Konvergenz oder Divergenz? Erwartungen und Präferenzen der Konsumenten an die Telekommunikations- und Medienangebote von morgen. Düsseldorf 2006, S. 8f.
- 27) Abgefragt wurde, ob der eigene EPG die entsprechende Funktion bietet oder nicht. Ob diese wirklich vorhanden, dem Nutzer aber nur nicht bekannt ist, bleibt offen. Der relativ hohe Prozentanteil von „Weiß-nicht-Antworten“ zeigt, wie unsicher sich die Probanden bereits bei der Frage nach dem Vorhandensein bestimmter Funktionen fühlen.
- 28) Um Aussagen für alle EPG-User treffen zu können, sind die Abbildungen zum Thema „Nutzung einzelner Funktionen“ auf die Gesamtzahl aller Befragten prozentuiert.
- 29) Vgl. Stark (Anm. 11), Kap. 3.
- 30) Vgl. Geese, Stefan: Teletext 2008 – Befunde zu einem wenig beachteten Medium. Ergebnisse der AGF/GfK-Fernsehforschung und einer repräsentativen Befragung. In: MP 11/2008, S. 568–576.
- 31) Der reibungslose Ablauf der Programmierungsfunktion ist jedoch nur bei integrierter Festplatte garantiert, ansonsten kann es – insbesondere wenn sich die Marken der Geräte unterscheiden – zu Kommunikationsproblemen kommen.
- 32) Hasebrink/Schröder (Anm. 4), S. 84.
- 33) Die freie Austauschbarkeit von EPGs, also von Applikationen in der Set-Top-Box, stößt heute hardwarebedingt an ihre Grenzen. Mit leistungsfähigeren Empfangsgeräten wird das einfacher werden. Allerdings setzt es offene, möglichst standardisierte, Schnittstellen voraus.

