

→ Zusammenfassungen

Camille Zubayr/
Stefan Geese
**Die Fernsehsender
im Qualitätsurteil
des Publikums**
Ergebnisse
einer Repräsentativ-
befragung.
MP 5/2011,
S. 230–241

Wie beurteilen die Zuschauer die Fernsehsender und ihre Programmangebote? Welche Wertschätzung wird den Sendern zuteil? Welche Unterschiede nimmt das Publikum zwischen ihnen wahr? Diese Fragen sind Gegenstand einer jährlichen mündlich-personlichen Repräsentativbefragung bei 3000 Personen ab 14 Jahren, die zuletzt im Herbst 2010 durchgeführt wurde.

Auf die Frage nach dem unverzichtbarsten Sender, wenn es nur noch einen Sender gäbe, nannten mit 23 Prozent die meisten Befragten das ARD-Gemeinschaftsprogramm Das Erste, und dies, obwohl RTL nach Marktanteilen 2010 Marktführer war. RTL folgt an zweiter Stelle (20%) vor dem ZDF und den Dritten Programmen der ARD (13 bzw. 11%). Die Werte zur Senderbindung sind seit vielen Jahren stabil, das Erste ist mit einer Ausnahme seit dem Jahr 2000 der unverzichtbarste Sender.

Zwischen den öffentlich-rechtlichen und privaten Sendern bestehen nach Ansicht des Publikums nach wie vor große Unterschiede. Dies zeigt sich insbesondere an den Aussagen zur Informations- und Unterhaltungsleistung der einzelnen Anbieter. Gefragt beispielsweise nach der Berichterstattung über wichtige Tagesereignisse, nach der Sachkundigkeit der Korrespondenten, der Wichtigkeit für die politische Meinungsbildung und der Glaubwürdigkeit sehen die Zuschauer ARD und ZDF weit vor den privaten Sendern. Dies gilt leicht abgeschwächt auch für die jüngeren Bevölkerungsgruppen. In der Unterhaltung werden dagegen die Angebote der Privaten besser als die der Öffentlich-rechtlichen bewertet.

Betrachtet man die Zuschauerbewertungen nach Sparten bzw. Genres, zeigt sich folgendes Bild: Bei Nachrichten, politischen Magazinen und Diskussionssendungen, Wirtschaftsmagazinen und Sportsendungen wird dem Ersten und dem ZDF mit großem Vorsprung attestiert, auf diesen Feldern die besten Sendungen zu bringen. Bei Fiction- und Unterhaltungsgenres ist das Bild weniger einheitlich: Die besten Krimis/Krimiserien, die besten deutschen Fernseh- und Kinofilme, Kabarett- und Satiresendungen sowie Volksmusik- und Schlagersendungen bieten aus Zuschauersicht ebenfalls die Öffentlich-rechtlichen. Aber die besten amerikanischen Filme und die besten Comedysendungen finden sich bei den Privatsendern. Bei Quizshows rangiert RTL vor dem Ersten und dem ZDF, bei Unterhaltungsshow das ZDF vor RTL und dem Ersten, bei Daily Soaps führt RTL deutlich vor dem Ersten und Sat.1.

Auf die abschließende Frage, „welcher Sender (...) Ihrer Meinung insgesamt die qualitativ besten Programme“ anbietet, nannten mit 20 Prozent die meisten Befragten das ARD-Gemeinschaftsprogramm Das Erste, gefolgt von RTL (17%) und dem ZDF.

Hybridfernsehen (HbbTV) verbindet klassisches lineares Fernsehen mit dem Internet, über das zusätzliche Inhalte zur individuellen Nutzung auf dem heimischen Fernsehgerät abgerufen werden können. Erforderlich sind dafür ein digitaler Empfangsweg, Internetanschluss und ein HbbTV-fähiges Fernsehgerät bzw. ein HbbTV-Receiver.

Das HbbTV-Konzept der ARD bietet neben der Nutzung der linearen ARD-Fernseh- und Hörfunkprogramme die Möglichkeit des zeitversetzten Abrufs bereits ausgestrahlter Sendungen aus den ARD-Onlinemediatheken. Hinzu kommt der integrierte Elektronische Programmguide (EPG), der durch die Fernseh- und Hörfunkangebote der ARD führt und Zusatzinformationen zu den linearen und non-linearen Programmen gibt. Der HbbTV-Teletext liefert in neuer Form die aus dem klassischen Teletext bekannten Informations- und Serviceleistungen, die jedoch optisch attraktiver und benutzerfreundlicher gestaltet werden. Zusätzlich können über HbbTV temporäre Angebote zur Begleitung einzelner Sendungen und Programmhighlights zugänglich gemacht werden.

Ziel des Usabilitytests war es, die Kernapplikationen von ARD-HbbTV am Beispiel des Ersten Programms mit potenziellen HbbTV-Nutzern zu untersuchen und deren Bewertungen in die Weiterentwicklung einfließen zu lassen. Der Usabilitytest wurde in Form von etwa einstündigen Einzelinterviews durchgeführt. Nach einer kurzen freien Nutzungsphase mit einer Erstbewertung hatten die Testteilnehmer verschiedene, jeweils komplexer werdende Aufgaben zur Startleiste, zum ARD EPG, zur ARD Mediathek und zum ARD Text zu erfüllen.

Die Ergebnisse zeigen, dass das HbbTV-Angebot bei den Teilnehmern, von einigen Änderungsvorschlägen zum Bedienungskonzept abgesehen, bereits auf dem jetzigen Entwicklungsstand sehr positiv wahrgenommen und als deutlicher Mehrwert zum bestehenden digitalen Fernsehen gesehen wird. Insbesondere die Möglichkeit der zeitversetzten Nutzung von Fernsehsendungen aus den Mediatheken auf dem – im Vergleich zum Computerdisplay – deutlich größeren häuslichen Fernsehbildschirm ist ein attraktiver Mehrwert. Die neugestalteten bekannten Teletext- und Programmführerdienste vervollständigen den positiven Gesamteindruck.

Inge Mohr/
Sascha Blödmorn
**HbbTV: Mehr als
nur Internet auf
dem Fernseher**
Ergebnisse einer
ARD-Usability-Studie
zu HbbTV 2011.
MP 5/2011,
S. 242–250

Udo Michael Krüger
**Sendungsformen,
 Themen und
 Akteure im Nonfic-
 tionangebot von
 ARD, ZDF, RTL
 und Sat.1**
 Programmanalyse
 2010 – Teil 2.
 MP 5/2011,
 S. 251–266

Im zweiten Teil der Programmanalyse 2010 wurden nonfiktionalen Angebote von ARD, ZDF, RTL und Sat.1 auf der Basis einer Stichprobe von vier natürlichen Wochen untersucht. Im Unterschied zur Vollerhebung im ersten Teil zielt die Stichprobe darauf ab, Themen und Akteure auf Beitragsebene der Sendungen zu erfassen, um ein differenzierteres Bild von den Inhalten der Sendungen zu gewinnen. Codiert und ausgewertet wurden die untersuchungsrelevanten Angebote im Tageszeitschnitt von 17.00 bis 1.00 Uhr.

ARD und ZDF waren wie im Vorjahr die Sender mit dem größten Umfang an Informationssendungen, wobei Nachrichten und Magazine vor Gesprächsformen und klassischen Dokumentationen/Berichten/Reportagen rangierten. Bei RTL dominierten Magazine vor Doku-Soaps und Nachrichten und bei Sat.1 Magazine vor Dokumentation/Reportage und Gesprächsformen. In fast allen der Informationssparte zugeordneten Sendungsformen entfiel bei ARD und ZDF auf Politikthemen mehr Gewicht als bei RTL und Sat.1.

In den nicht der Informationssparte zugeordneten Sendungsformen vom Typ Factual Entertainment dominierte RTL mit Doku-Soaps weit vor Sat.1. Hier lag das Schwergewicht auf Themen des Alltags und zwischenmenschlicher Beziehungen, ferner sozialer Probleme und Kriminalität.

Bei allen Sendern gab es eine hohe Präsenz von Privatpersonen. Sie kamen häufiger in den privaten als in den öffentlich-rechtlichen Programmen vor. Die Auftrittschancen von Politikern und Funktionsträgern aus Wirtschaft und Gesellschaft fielen dagegen bei ARD und ZDF höher aus als bei RTL.

Die vertiefende Untersuchung des nonfiktionalen Programms der vier führenden deutschen Fernsehsender bestätigte auf Beitragsebene die strukturellen Unterschiede zwischen öffentlich-rechtlichen und privaten Angeboten, die in der Vollerhebung für das Gesamtprogramm ermittelt wurden. Dabei lassen sich die Grenzen zwischen Information und Formen der nonfiktionalen Unterhaltung präziser als bisher bestimmen. Die Codierung der Akteure erlaubt ein differenziertes Bild von der Präsenz unterschiedlicher Bevölkerungsgruppen in der Fernsehrealität.

Wer im Internet Radio hört, kann unter tausenden von Angeboten wählen: Rund 6 500 deutsche und internationale Sender sind beispielsweise über das Portal Phonostar anwählbar. Über die Nutzung und die Nutzer dieser Angebote ist bisher allerdings nur wenig bekannt.

Die vorliegende Studie analysiert beispielhaft anhand von Logfiledaten die Nutzung des Phonostar-Players im Zeitraum November 2009 bis Oktober 2010. Die ausschließlich playerbezogenen Daten geben Auskunft über die bevorzugten Stationen (=Anbieter) und Channels (einzelne Programme einer Station), über Anzahl und Dauer der von einem Player abgerufenen Streams, und sie lassen eine Typologisierung der Nutzung zu.

Im Untersuchungszeitraum wurden insgesamt 7 086 unterschiedliche Channels genutzt, die sich 4 155 Stationen zuordnen lassen. Die durchschnittliche Verweildauer betrug für den gesamten Zeitraum 100 Minuten pro Channel, wobei ein Player an Tagen mit Nutzungsvorgängen durchschnittlich 1,9 Channels aufrief. Auf deutsche Channels entfiel mit 70 Prozent der weitaus größte Anteil der Nutzungszeit. Im Tagesverlauf zeigt sich ein erster Reichweitengipfel zwischen 10.00 und 12.00 Uhr, die Primetime liegt zwischen 18.00 und 19.00 Uhr. Betrachtet man die Nutzung in den deutschsprachigen Ländern Deutschland, Österreich und Schweiz, liegen nach Hörstunden die öffentlich-rechtlichen Sender mit einem Anteil von 43 Prozent vorn, private Hörfunksender erzielen 26,7 Prozent, reine Internetradios, die gut 70 Prozent der Channels stellen, erreichen einen Anteil von 29,5 Prozent der Nutzungszeit. Diese Verteilung resultiert vor allem aus der Dominanz der Simulcastprogramme: Viele Hörer wählen im Internet offenbar ihre bevorzugten, auch terrestrisch ausgestrahlten Programme aus. Vergleicht man die meistgenutzten Programme bei Phonostar und laut Media-Analyse (ma), zeigt sich, dass bei Phonostar spezielle Angebote (spezielle Musikrichtungen, gehobene Programme) vermehrt auftauchen, während die massenattraktiven, melodieorientierten Programme für ältere Zielgruppen (z.B. WDR 4, SWR 4, NDR 1) dagegen weniger genutzt werden.

Eine Typologisierung der Phonostar-Nutzung ergab neun verschiedene Nutzertypen: Die stärkste Gruppe bilden die Pop-Nutzer, vor den Dance-Nutzern und den Oldie-Nutzern. Mit einem Anteil von 10 Prozent rangieren an vierter Stelle die Kultur- und Informationsorientierten, deren Nutzungszeit zu 90 Prozent auf öffentlich-rechtliche Programme entfällt.

Obwohl die Studie nicht repräsentativ für die Internetradionutzung insgesamt sein kann, zeigt sich doch, dass mit Webradio kleinere Zielgruppen mit diversifizierteren Programmangeboten erreicht werden können.

*Dirk Martens/
 Thomas Windgasse*
**Nutzungsverhalten
 und Typologie von
 Webradiohörern**
 Analyse von Logfile-
 daten des Webradio-
 Portals Phonostar.
 MP 5/2011,
 S. 267–278