

Service und zeitsouveräne Nutzung optimieren
das Medium

→ **Programmbewertung und Erlebnisqualität beim Fernsehen**

Von Bernhard Engel und Ute Schlinker*

Sehbeteiligung und Marktanteil als zentralen Leistungsindikatoren für das Medium Fernsehen wird häufig entgegengesetzt, dass die rein quantitative Ausrichtung auf die Exposition gegenüber dem Medium unzureichend sei und dass eine qualitative Bewertung des Programms als weiteres wichtiges qualifizierendes Merkmal der Fernsehnutzung berücksichtigt werden müsste. Eine Bewertung des Programmangebots kann dabei als eigenständige Information verwendet werden oder gegebenenfalls auch als „Frühindikator“ einer möglichen Veränderung der quantitativen Akzeptanz.

Fernsehen ist auch Mood-Management

Der Ansatz, ein Programm zu bewerten, geht implizit davon aus, dass ein Programm ein „Produkt“ mit bestimmten Eigenschaften ist, die es ermöglichen, eine Bewertung vorzunehmen. Auch wenn unbestreitbar viele Eigenschaften sehr unmittelbar mit einem Programmprodukt verbunden sind, trifft es ebenso zu, dass Fernsehen Mood-Management ist und die Programme die Menschen in unterschiedlichen Stimmungslagen oder „Verfassungen“ (1) antrifft: Eine gute Bewertung eines Programmangebots hängt also auch damit zusammen, ob die Erwartungen getroffen werden oder das Angebot die Menschen in einer geeigneten Verfassung trifft.

Vor- und Nachteile zeitsouveräner Nutzung

Zeitsouveräne Nutzung ermöglicht es den Menschen, Programmangebote grundsätzlich jederzeit und damit auch in jeder Stimmungslage zu nutzen, die Nutzung auf mehrere Zeitpunkte zu verteilen, Teile auszublenden oder besonders schöne Szenen mehrfach anzusehen. Diesen Benefits steht der Aufwand gegenüber, selbst aktiv zu werden und das spontane und zufällige Genießen als Erlebnisqualität zu verlieren.

Zeitsouveräne Nutzung und Informationen zum Fernsehangebot

Während die zeitsouveräne Nutzung eher Emotionalität anspricht, werden durch programmbegleitende Elemente eher rationale Aspekte der Fernsehnutzung bedient. Sowohl das Medium selbst als auch andere Quellen – wie zum Beispiel Internet, Programmzeitschriften etc. – ermöglichen eine Vorinformation zum Inhalt einzelner Programmangebote. Hier sind aber nicht nur positive, sondern auch negative Effekte möglich: Einerseits kann Vorinformation dazu führen, dass Programmangebote als nicht sehenswert eingestuft werden. Dadurch würde sich die Bewertung der Seher ceteris paribus verbessern. Andererseits können Vorinformationen auch dazu führen, dass die geweck-

ten Erwartungen durch das Programm nicht erfüllt werden können.

Eine Frage, die mit den oben genannten in Zusammenhang steht, ist, welche Relevanz das Verpassen von Sendungen hat. Das subjektive Empfinden, etwas verpasst zu haben, kann nur dann entstehen, wenn dem entsprechenden Programm persönliche Relevanz zugesprochen wird. Auf dieser Basis lässt sich auch eine hypothetische Bewertung ableiten, die einen (im ganz unstatistischen Sinne) Erwartungswert für die Qualität einer Sendung darstellt.

Bringt man die unterschiedlichen Phänomene zusammen, wird der Sachverhalt komplex. Das Datenmaterial und auch die Darstellung in diesem Beitrag beleuchten eher die Spitze des Eisbergs: Kausale Zusammenhänge können nicht hergestellt werden. Es findet eine Gegenüberstellung von Sendungen statt, die sich nur dadurch unterscheiden, ob sie zeitsouverän genutzt wurden oder nicht. Weder die Nutzungsmotive für zeitversetzte Nutzung noch die unterschiedliche Angebotsstruktur werden als eigenständige Einflussfaktoren isoliert. Die Analyse liefert also vor allem Hinweise darauf, ob eine weitergehende Forschung zu diesem Thema von Interesse ist.

Programmbewertungspanel des ZDF

Die Untersuchung beruht auf dem so genannten Programmbewertungspanel (kurz PAP für Program Appreciation Panel), das die GfK im Auftrag des ZDF seit 1. Januar 2007 betreibt. (2) Das Ziel der neuen, die Quote ergänzenden Erhebung ist es, die Diskussion über die Qualität von Fernsehsendungen zu bereichern.

Bewertungspanels gib es seit einigen Jahren auch in anderen europäischen Ländern. Die BBC betreibt ein sehr umfangreiches Bewertungspanel seit 2005, NOP in den Niederlanden seit 2002, auch ITV (Großbritannien, 2007), RTE (Irland, 2007) und TV3 Catalonia (Spanien, 2008) nutzen entsprechende Panels.

Die ZDF-Medienforschung hat mit dem Programmbewertungspanel ein Instrument entwickelt, mit dem erstmals eine vollständige und repräsentative sowie kontinuierliche und zeitnahe Zuschauerbewertung von Fernsehprogrammen möglich ist. Mit der täglichen Befragung ist die Medienforschung in der Lage, umfassende Daten zur Bewertung der Sendungen auf Basis von 18 ausgewählten Sendern bereitzustellen. Das Programmbewertungspanel ist repräsentativ für die 14- bis 69-jährigen Fernsehnutzer in Deutschland.

Kern des Systems ist die Bewertung von Sendungen auf einer Skala von 1 bis 10, wobei 10 die beste Note darstellt. Rund 80 Prozent der Noten liegen zwischen 8,0 und 10,0. Die Noten für die Sendungen werden von Zuschauern, die die jeweilige Sendung gesehen haben, abgegeben, was das

**Welche Relevanz hat
das Verpassen von
Sendungen?**

**Regelmäßige und
kontinuierliche
Programmbewertung
seit 2007**

**Vergleichbare
Bewertungspanels
auch bei der BBC
und anderen
europäischen
Fernsehsendern**

**Stärken und
Schwächen von
Sendungen können
erkannt werden**

* ZDF Medienforschung, Mainz.

insgesamt hohe Notenniveau erklärt. Dabei sind selbst kleine Notenunterschiede von 0,1 bis 0,2 aussagekräftige Unterschiede. Das Programmbeurteilungspanel ermöglicht darüber hinaus, die Bewertungen durch Eigenschaftsprofile von Sendungen näher zu differenzieren. Mit dieser Einschätzung bestimmter Sendungseigenschaften durch die Befragten können Stärken und Schwächen von Sendungen ausgemacht werden, die vertiefende Erklärungen für die Noten liefern.

Zusatzbefragungen

Dieser täglich erhobene Standardteil von PAP kann durch Zusatzbefragungen angereichert werden, die sich entweder unmittelbar an den Standardteil anschließen und sich auf bestimmte Sendungen beziehen oder auch andere Themen behandeln können. Auch hierbei stellen 14- bis 69-Jährige die Basis der Befragungen dar.

PAP ist schnelles Instrument

PAP ist durch seine Standardisierung sowohl im Vorlauf als auch im Reporting ein schnelles Instrument. Der zeitliche Ablauf ermöglicht es, dass kontinuierlich bereits zwei Tage nach Ausstrahlung einer Sendung die Ergebnisse in der ZDF-Medienforschung und - synchronisiert mit den Einschaltquoten - im hausinternen ZDF Reporting System „Overnight“ zur Verfügung stehen und analysiert werden können. Die Standardisierung ermöglicht es zudem auch, zeitnah aktuelle Fragen im Erhebungsinstrument unterzubringen.

Onlinepanel mit 1 700 Personen

Die Teilnehmer von PAP werden aus einem Online-Access-Panel (3) rekrutiert. Die Tagesstichprobe hat einen Umfang von durchschnittlich 1 700 bewertenden Personen. Da nicht alle Personen täglich eine Bewertung abgeben, besteht der Pool des Panels aus ca. 8 000 Befragten.

Der Umfang der Stichprobe ermöglicht - bei einer aus statistischen Gründen gesetzten Mindestfallzahl von 25 Bewertungen - eine Abdeckung von ca. 75 Prozent der Primetime-Programmfläche des ZDF in der tagesaktuellen Betrachtung. Andere Zeiten oder weniger gesehene Programme können durch geeignete Aggregationen ausgewertet werden.

PAP ermöglicht Untersuchungen zu weiterführenden Fragestellungen

Innerhalb des Instruments ist die Möglichkeit gegeben, Spezialfragestellungen nachzugehen. Zwischen November 2007 und Mai 2009 wurden innerhalb des Programmbewertungspanels insgesamt fünf Add-ons zum oben genannten Themenbereich durchgeführt.

Für die in diesem Beitrag angesprochenen Fragestellungen wurde die Möglichkeit genutzt, die Panelteilnehmer mehrfach zu befragen. Der Fokus der Analysen ist nicht auf Personen, sondern auf Sendungen ausgerichtet, sodass auch bei einer Stichprobengröße von ca. 1 700 Fällen pro Tag und geringer Inzidenz eine große Anzahl an Interviews erreicht wird, die eine Systematisierung von Zu-

sammenhängen ermöglicht. Auch der Tatbestand, dass aus der gesamten Menge des Programmangebots nur eine Teilmenge bewertet wird und nur ein Bruchteil in die „Testmenge“ eingeht, beeinträchtigt die Befunde nicht. Gerade auch die Feststellung, dass es nur ein Subset des Angebots ist, bei dem die Möglichkeit besteht oder genutzt wird, die Erlebnisqualität des Fernsehens zu verbessern, stellt einen wichtigen Befund dar.

Gegen derartige Verfahren wird häufig eingewendet, dass die implizite Annahme unabhängiger Tagesstichproben bei Panels sowie mehrfacher Antworten je Befragungstag zu einer Klumpung und damit zu einer Verschlechterung der Stichprobenqualität führt. Um hier gegenzusteuern, wurden die entsprechenden Fragen nur in bestimmten Intervallen vorgelegt. Zudem ist im Bewertungspanel die Tagesstichprobe deutlich kleiner als das insgesamt aktive Panel: So liegt auch bei der Bewertung des Fernsehprogramms die durchschnittliche Antworthäufigkeit bei ca. 2,9-mal pro Woche. Der Einwand der Klumpung und der Autokorrelation zwischen den Bewertungen ist damit natürlich keineswegs ausgeräumt. Das gewählte Verfahren stellt aber unter wirtschaftlichen und methodischen Gesichtspunkten nach Meinung der Autoren eine „best practice“-Lösung dar.

Der Themenschwerpunkt „verpasste Sendungen“ wurde sowohl im Jahr 2007 als auch im Jahr 2008 mit zwölf Tagen bzw. neun Tagen Feldzeit bearbeitet. In der Summe wurden mehr als 21 500 Sendungen als „verpasst“ eingestuft. Für diese Sendungen ist die Bewertung als Erwartungswert zu interpretieren. Die Grundlage für die Erwartung basiert sicherlich auf sehr unterschiedlichen Vorerfahrungen oder Vorinformationen. Der vorliegende Beitrag stellt im Folgenden die Ergebnisse der zweiten Untersuchung von 2008 dar.

Bei der Erhebung der zeitversetzten Nutzung war die Feldzeit insgesamt 13 Tage. Die Inzidenz der zeitversetzten Nutzung war etwas geringer als bei den verpassten Sendungen. Tabelle 1 zeigt die in diesem Beitrag verwendeten Untersuchungen.

Besonders erwähnt werden soll hier das technische Erhebungsverfahren zur zeitversetzten Nutzung. Ausgangspunkt war jeweils der Standarderhebungsteil zur Bewertung gesehener Sendungen. Die Panelteilnehmer wurden hier aufgefordert, auch die aufgezeichneten Sendungen zu markieren. Diese Sendungen wurden in der Erhebungsdatenbank gespeichert. An den Folgetagen wurde der aktuelle „Programmvorrat“ aufgezeichneter Sendungen zur Bewertung vorgelegt. Nach der Bewertung wurden die zeitversetzt genutzten Sendungen aus dem Programmvorrat entfernt. Der aktuelle Programmvorrat beinhaltet damit jeweils nur aufgezeichnete Sendungen, die noch nicht gesehen wurden. Ein besonderer Vorteil des Verfahrens liegt darin, dass die Anforderungen an die Erinnerungsleistung der Panelteilnehmer gering gehalten werden und dass in der Analyse auch der Zeitabstand zwischen Aufzeichnung und Wiedergabe berücksichtigt werden kann. (4)

Projektsteuerung zur Verminderung methodischer Probleme

Technisches Erhebungsverfahren zur zeitversetzten Nutzung

① Studiensteckbriefe der Zusatzbefragungen zum Programmbewertungspanel

	Zeitversetzte Nutzung	Fernsehen und Begleitinformation	Fernsehen und Internet	Verpasste Sendungen 2007	Verpasste Sendungen 2008
Feldzeit	21.10.–2.11.2007	24.5.–3.6.2009	26.1.–7.2.2009	27.9.–8.10.2007	19.11.–27.11.2008
Anzahl der Bewertungen Kontrollgruppe	68 729	11 601	50 964	55 702	42 020
Anzahl der Bewertungen (Test)	5 860	11 508	5 517	9 380	12 374
Anzahl der Titel (Test)	5 502	3 222	1 747	2 793	2 641
Anzahl der Personen (Test)	1 724	2 912	2 496	2 148	1 781

Datenerhebung: Mehrfache Befragung von Panelteilnehmern mit Steuerungsvorgaben zur Vermeidung von Klumpungseffekten, z.B. keine Beantwortung an Folgetagen bzw. Höchstgrenzen. Zielgröße der Feldarbeit: Anzahl von Bewertungen im Test, d.h. die Befragung wurde so lange durchgeführt, bis die Zielgröße erreicht wurde.

Quelle: ZDF Programmbewertungspanel PAP.

TV-Zusatzinformationen in zwei Projekten erhoben

Die Fragestellungen zu Vor- und Begleitinformationen sowie den Möglichkeiten der Nutzung des Internets zur Bereicherung des Fernsehens wurden in zwei getrennten Projekten erhoben, um die im Bewertungspanel vorgegebene Höchstdauer der Befragung nicht zu überschreiten. Beide Studien waren jeweils 13 Tage im Feld.

Die Auswertungen zur zeitversetzten Nutzung, den Vorinformationen und zur Nutzung des Internets wurden mit einer Struktur- und einer Längengewichtung durchgeführt. Die Analysen zu verpassten Sendungen wurden nur mit Strukturgewichtung durchgeführt.

Vorinformation wichtig für Fernseherleben

Vorinformationen werden genutzt, Fernsehzeitschrift am häufigsten

Die Befragung zum Thema Vorinformation bei Fernsehsendungen (5) zeigt, dass die Nutzung von Vorinformationen bei den Zuschauern eine wichtige Rolle spielt. In der Untersuchung wurde nach gesuchten oder gesehenen Vorinformationen zu Fernsehsendungen wie beispielsweise Fernsehzeitschriften, Plakaten, Trailer etc. gefragt. (6) 61 Prozent der Befragten geben an, dass sie zu gesehenen Sendungen vorab Informationen gesucht oder gesehen haben. Dabei wurde die Nutzung von Vorinformationen für die Hälfte aller im Untersuchungszeitraum ausgestrahlten Sendungen ermittelt. Die Fernsehzeitschrift ist darunter die am häufigsten genannte Quelle: Zu einem Drittel der gesehenen Fernsehsendungen geben die Befragten an, sich vorab in der Fernsehzeitschrift informiert zu haben. Es folgen mit Abstand Trailer (13,8%), Teletext (4,7%), Tageszeitung (4,6%), Freunde und Bekannte (3,1%), Internet (2,5%), Radio (0,9%) und Plakate (0,5%) (vgl. Abbildung 1). Teilweise zeigen sich dabei Unterschiede zwischen 14- bis 49-Jährigen und 50- bis 69-Jährigen: Während für die Älteren die Fernsehzeitschrift (38,9%) von größerer Bedeutung ist, geben Jüngere häufiger als Ältere Teletext (6,3% vs. 3,1%), Trailer (17,8% vs. 9,8%) und Internet (3,8% vs. 1,2%) als Quellen an.

Sendungserleben verbessert sich durch Nutzung von Vorinformationen

Bei der Frage, ob sich durch die Vorinformation das Sendungserleben verbessert oder im Gegenteil verschlechtert, weil Erwartungen nicht erfüllt wurden, kann ein Blick auf die Bewertungen für Sendungen mit und ohne Vorinformationsnutzung Aufschluss geben. Bei allen im Untersuchungszeitraum abgegebenen Bewertungen für Sendungen, zu denen Vorinformationen genutzt wurden, zeigt

sich eine bessere Bewertung (8,5) als für Sendungen ohne solche Vorinformation (8,2) (vgl. Abbildung 2).

Zudem können im Rahmen des Instruments PAP für die 18 abgefragten Sender unter anderem Gesamtnoten berechnet werden. Stellt man hier die jeweiligen Senderdurchschnittsnote, in die Sendungen ohne Vorinformationsnutzung einfließen, den Senderdurchschnittsnote mit Vorinformationsnutzung gegenüber, so zeigen sich ebenfalls überwiegend Bewertungsverbesserungen: Bei nahezu allen Sendern verbessert sich die Gesamtnote unter Berücksichtigung der Vorinformationsnutzung. Notenverbesserungen weisen vor allem Arte (8,7 vs. 8,1), NDR (9,0 vs. 7,5), Super RTL (8,6 vs. 7,8), ZDF (8,6 vs. 8,1) und Sat.1 (8,5 vs. 8,0) auf. (7) Lediglich der MDR (8,7 vs. 8,8), das Bayerische Fernsehen (8,0 vs. 8,4) und RBB (8,4 vs. 8,7) verschlechtern sich in der Bewertung, wenn man den Durchschnitt der Sendungen mit Vorinformationsnutzung zugrunde legt. Zu berücksichtigen ist, dass es nicht zu allen Sendungen jede mögliche Form der Vorinformation gibt, wie beispielsweise Trailer, Plakate etc., und dass möglicherweise Vorinformationen verstärkt für die „Premium“-Angebote der Sender verfügbar sind. Dennoch zeigen die Ergebnisse deutlich, dass Vorinformationsnutzung einen positiven Einfluss auf die Bewertung von Fernsehen und somit auch auf das Fernseherleben hat.

Aufschlussreich ist auch ein Blick auf verschiedene Fernsehgenres. Vor allem bei Nachrichten/Magazinen, Dokumentationen, Talkshows, Shows und Fernsehfilmen/Spielfilmen zeigt sich eine bessere Bewertung der gesehenen Formate, wenn vorab mindestens eine Art der Vorinformation genutzt wurde.

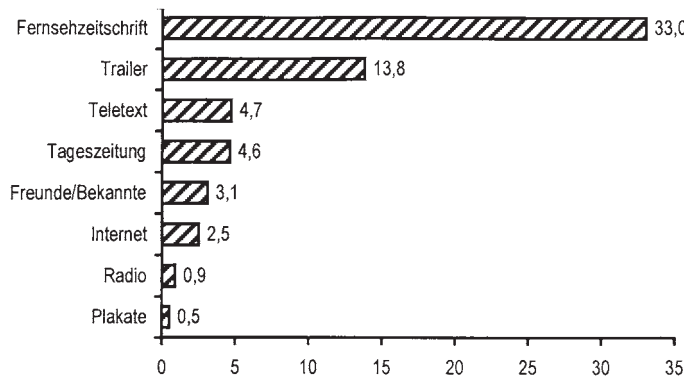
Dass die Vorinformationsnutzung zu Fernsehsendungen zu einer Verbesserung der Bewertung führt, zeigt sich sowohl bei 14- bis 49-Jährigen als auch bei 50- bis 69-Jährigen. Allerdings fällt die bessere Bewertung bei der jüngeren Zielgruppe deutlicher aus als bei der älteren Zielgruppe. Ähnliches gilt für Männer und Frauen: In beiden Zielgruppen verbessert sich die Bewertung bei Sen-

Auswirkungen auf verschiedene Fernsehgenres

Unterschiede nach Alter und Geschlecht der Befragten

Abb. 1 Vorinformationsnutzung - Häufigkeit der Nutzung

Aus welchen Quellen informieren sich die Zuschauer vorab über Fernsehinhalte?
 Erwachsene 14 bis 69 Jahre, Mehrfachnennungen möglich, Angaben in %

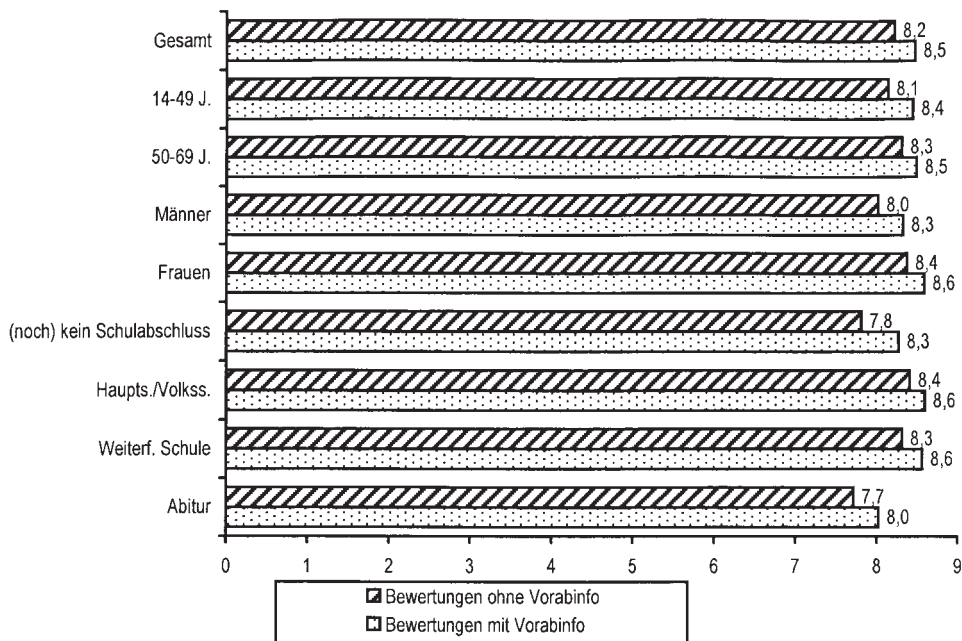


n=9 643 Interviews.

Quelle: ZDF-Medienforschung, PAP, Zusatzbefragung zur Vorinformation, 24.5.-3.6.2009.

Abb. 2 Vorinformationsnutzung - Bewertungen im Programmbewertungspanel

mit und ohne Vorinformationen nach verschiedenen Zielgruppen,
 Erwachsene 14 bis 69 Jahre, Noten auf 10er Skala (10 = beste Note)



n=9 643 Interviews.

Quelle: ZDF-Medienforschung, PAP, Zusatzbefragung zur Vorinformation, 24.5.-3.6.2009.

dungen mit Vorabinformationsnutzung, fällt aber bei Männern stärker aus als bei Frauen (vgl. Abbildung 2).

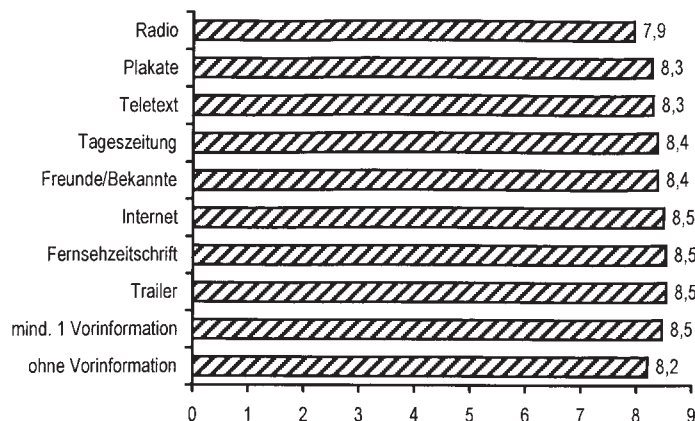
Fernsehzeitschrift und Trailer mit höchstem Einfluss auf Bewertung

Je nach Art der Vorinformation fällt die Bewertung der gesehenen Formate unterschiedlich aus: Die beiden am häufigsten genannten Vorinformationsquellen, Fernsehzeitschrift und Trailer, führen zu den besten Bewertungen (je 8,5) (vgl. Abbildung 3). Es folgen Tageszeitung und Freunde und Bekannte

(je 8,4) sowie Teletext und Plakate (je 8,3). Lediglich bei der Vorabinformation durch das Radio wird eine schwächere Bewertung generiert als ohne Vorinformation (7,9 vs. 8,2).

Betrachtet man einzelne Formate, so zeigen sich teilweise deutliche Bewertungsunterschiede zwischen Sendungen mit und ohne Vorinformationsnutzung. Bei den Nachrichtensendungen werden sowohl „heute 19.00 Uhr“ (9,4 vs. 9,1) und „Tagesschau 20.00 Uhr“ (9,2 vs. 8,9) als auch „RTL aktuell“ (9,4 vs. 9,2) im Untersuchungszeitraum von Befragten, die Vorinformationen zu den jeweiligen Sendungen genutzt haben, besser bewertet. Im

Abb. 3 Vorinformationsnutzung - Bewertungen nach verschiedenen Informationsquellen
Erwachsene 14 bis 69 Jahre, Noten auf 10er Skala (10 = beste Note)



n=9 643 Interviews.

Quelle: ZDF-Medienforschung, PAP, Zusatzbefragung zur Vorinformation, 24.5.-3.6.2009.

Genre Fiktion schneiden vor allem einzelne Serien, bei denen die Befragten vorab Informationen gesehen haben, besser ab. Hierzu gehören beispielsweise Daily Soaps und Telenovelas wie „Gute Zeiten, Schlechte Zeiten“ (9,0 vs. 8,6), „Sturm der Liebe“ (8,7 vs. 8,4), „Alisa – Folge Deinem Herzen“ (7,6 vs. 7,2) und „Verbotene Liebe“ (9,0 vs. 8,7).

Internetinformation zu Fernsehinhalten mit positivem Einfluss

Bei dieser Untersuchung (8) wurde der Frage nachgegangen, inwieweit die Zuschauer Informationen aus dem Internet zu Sendungen nutzen. Die zweite Fragestellung, die mit dieser Untersuchung verfolgt wurde, war, ob Sendungen, zu denen solche Zusatzinformationen gesucht werden, besser bewertet werden als Sendungen ohne Zusatzinformationen aus dem Internet. Dabei wurden drei Arten der Informationsnutzung im Internet unterschieden:

1. Vorabinformationen zu Sendungen (ob sich die Befragten vor dem Ansehen der Sendung im Internet informiert haben);
2. Sendungen werden (ganz oder auch in Ausschnitten) im Internet rezipiert (Nutzung von zum Beispiel Mediatheken zur Live-Rezeption oder zum späteren Ansehen);
3. zusätzliche Informationen im Anschluss an gesehene Sendungen (weiterführende Informationen im Internet zum Beispiel zu Inhalten, Tipps, Links, Making of..., etc.).

Drei Arten von Informationsnutzung im Internet

Internet bisher eher selten Informationsquelle über Fernsehinhalte

Die Befragten haben sich zu rund 10 Prozent der gesehene Sendungen mindestens auf eine Art im Internet informiert. Erwartungsgemäß nutzen 14- bis 49-Jährige (12,2%) das Internet auch hierbei häufiger als 50- bis 69-Jährige (7,9%). (9) Von den drei Arten der Informationsnutzung im Internet ist die Vorabinformation nach dieser Untersuchung (6,1%) die wichtigste, während die (teilweise) Nutzung von Fernsehsendungen im Internet mit 3,0 Prozent die geringste Rolle spielt (vgl. Abbildung 4). Weiterführende Informationen im Internet nach

der Rezeption einer Sendung haben die Befragten zu 4,5 Prozent der Sendungen angegeben. Insgesamt ist die Nutzung von Informationen zu Sendungen aus dem Internet somit bisher im quantitativen Sinn im Vergleich zu anderen Informationsquellen noch nicht von allzu großer Bedeutung.

Wie bei der Untersuchung zu den allgemeinen Vorinformationen fallen auch die Bewertungen aller im Untersuchungszeitraum ausgestrahlten Sendungen mit mindestens einer Art der Internetinformation (8,7) besser aus als bei Sendungen ohne Internetnutzung (8,4) (vgl. Abbildung 5). Die drei Arten der Internetnutzung weisen dabei kaum Unterschiede in der Bewertungsverbesserung auf.

Die Bewertung der gesehene Sendungen mit Internetinformation verbessert sich dabei in den Altersgruppen der 14- bis 49-Jährigen (8,6 vs. 8,2) und 50- bis 69-Jährigen (9,0 vs. 8,5) sowie bei Männern (8,6 vs. 8,2) und Frauen (8,8 vs. 8,5) in gleichem Maße (vgl. Abbildung 6).

Betrachtet man die Bewertungen der Befragten mit und ohne Internetinformation, so zeigt sich, dass Sendungen mit Internetinformation in der Bewertung besser abschneiden. Bei den meisten Sendern verbessert sich die Bewertung ebenfalls, wenn man diese danach unterscheidet, ob zu den ausgestrahlten Sendungen mindestens eine Art der Internetnutzung vorkam. (10)

Eine Betrachtung unterschiedlicher Genres zeigt, dass sich die Bewertung fast aller Genres verbessert, wenn die Befragten mindestens eine Art der abgefragten Internetinformation genutzt haben. Am deutlichsten fällt die verbesserte Bewertung bei Talkshows (8,8 vs. 8,3), Doku-Soaps (8,8 vs. 8,3), Serien (8,8 vs. 8,3) und Nachrichten/Magazinen (8,8

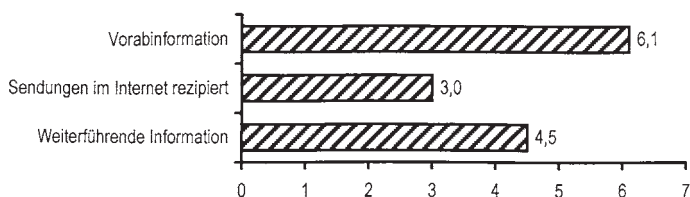
Nutzung des Internets für Fernsehinhalte verbessert Fernseherleben

Senderbewertungen überwiegend verbessert

Fernsehgenres erzielen verbesserte Noten

Abb. 4 Internetinformation zu gesehenen Sendungen - Häufigkeit der Nutzung

Erwachsene 14 bis 69 Jahre, Mehrfachnennungen möglich, Angaben in %

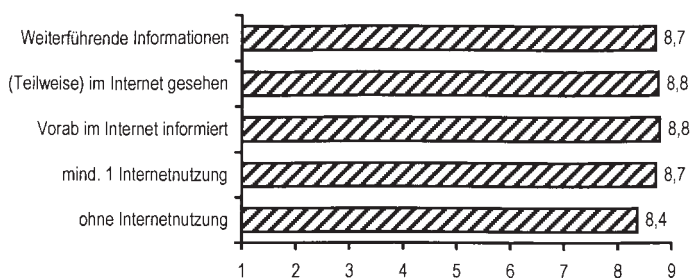


n=5 479 Interviews.

Quelle: ZDF-Medienforschung, PAP, Zusatzbefragung zur Internetnutzung, 26.1.-7.2.2009.

Abb. 5 Internetinformation - Bewertungen nach verschiedenen Arten der Internetinformation

Erwachsene 14 bis 69 Jahre, Noten auf 10er Skala (10 = beste Note)



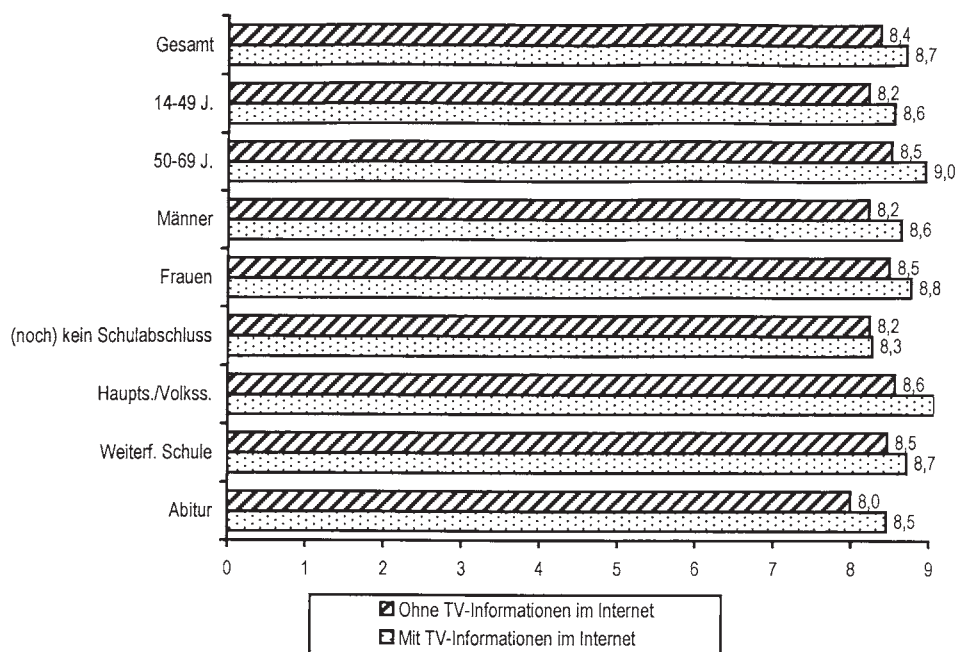
n=5 479 Interviews.

Quelle: ZDF-Medienforschung, PAP, Zusatzbefragung zur Internetnutzung, 26.1.-7.2.2009.

Abb. 6 Internetinformation - Bewertungen im Programmbewertungspanel

nach verschiedenen Zielgruppen mit und ohne Internetinformationen,

Erwachsene 14 bis 69 Jahre, Noten auf 10er Skala (10 = beste Note)



n=5 479 Interviews.

Quelle: ZDF-Medienforschung, PAP, Zusatzbefragung zur Internetnutzung, 26.1.-7.2.2009.

vs. 8,4) aus. Aber auch bei Fernsehfilmen/Spielfilmen (9,0 vs. 8,7), Dokumentationen (8,7 vs. 8,4), Sport (8,9 vs. 8,6) und Unterhaltungsformaten (8,2 vs. 8,0) verbessert sich die Bewertung. Dabei zeigt sich zwischen den drei in die Untersuchung einbezogenen Arten der Internetinformation kein systematischer Zusammenhang in der Verbesserung. Während beispielsweise bei den Fernsehfilmen/Spielfilmen alle drei Arten zur gleichen Verbesserung in der Bewertung führen, werden bei Nachrichten/Magazinen die besseren Bewertungen bei der Rezeption im Internet sowie der weiterführenden Information im Anschluss an die Sendung erzielt.

Sendungsbeispiele für eine Bewertungsverbesserung durch mindestens eine Art der Internetinformation stellen zum Beispiel „Tatort“ (8,7 vs. 8,4), „Sturm der Liebe“ (9,0 vs. 8,7), „Wer wird Millionär?“ (9,2 vs. 8,9) und „WISO“ (9,5 vs. 8,7) dar. Auch das im Untersuchungszeitraum ausgestrahlte Fußballspiel „DFB-Pokal: VfB Stuttgart – FC Bayern München“ verbessert sich im Erleben der Zuschauer mit Internetinformation zur Sendung deutlich (8,9 vs. 8,3).

Zeitversetzte Nutzung und verpasste Sendungen

Zwei Untersuchungen

Die Zeitsouveränität der Nutzung ist eine der zentralen technischen Weiterentwicklungen des Fernsehens. Der zufällige oder durch andere Aktivitäten verursachte Verzicht auf Nutzung kann mit eigenen Aufzeichnungen zum Beispiel auf Hard-disk-Recordern oder Verfügbarkeit in Mediatheken „bequem“ (11) vermieden werden. Neben dem quantitativen Aspekt der möglichen Ausweitung der Fernsichtnutzung ist auch der qualitative Aspekt der Qualitätsverbesserung von Interesse. Um diesen Aspekt genauer untersuchen zu können, wurde mit zwei Untersuchungen (12) der Frage nachgegangen, inwieweit Sendungen von den Zuschauern als verpasst empfunden werden und inwieweit Sendungen zur zeitversetzten Nutzung aufgezeichnet und zeitversetzt genutzt werden. Für diese Sendungen wurde dann eine Bewertung ermittelt.

Bewertung verpasster Sendungen ist hypothetisch

Während für die zeitversetzt genutzten Sendungen die Bewertung analog einer tatsächlich stattgefundenen Realtime-nutzung möglich ist, ist die Bewertung der verpassten Sendungen eine hypothetische. Sie stellt einen erwarteten Wert dar, der sich aufgrund von Vorinformationen, vorausgegangenen Episoden oder vergleichbaren Sendungen ergibt. Auch wenn damit ein qualitativ unterschiedlicher Sachverhalt erfasst wird, sind Rückschlüsse auf das Potenzial der zeitversetzten Nutzung möglich: Durch den Umfang lässt sich das quantitative Ausmaß verpasster Sendungen und durch die Bewertung ein Anhaltspunkt für die Wahrscheinlichkeit einer Aufzeichnung abschätzen.

Sendungen werden subjektiv häufig verpasst

Es zeigt sich, dass die Befragten häufig das Gefühl haben, Sendungen verpasst zu haben. In den an neun Tagen in 2008 durchgeführten Interviews gaben die Befragten zu 44 Prozent an, eine oder mehrere Sendungen am Vortag verpasst zu haben. Dabei war nicht entscheidend, aus welchem Grund

sie eine Sendung nicht sehen konnten. Von den bewertungsrelevanten Sendungen in der in 2008 durchgeführten Untersuchung (13) wurden 71,1 Prozent ein- oder mehrmals als verpasst eingestuft. (14)

Am häufigsten haben die Befragten bei ARD/ Das Erste (12,9%), ProSieben (12,1%), ZDF (11,9%) und RTL (11,9%) das Gefühl, Sendungen verpasst zu haben. Es folgen mit Abstand VOX (9,2%), Sat.1 (6,8%), kabel eins (6,1%), RTL II (4,5%), Arte (3,8%) und 3sat (3,7%). Zwischen 1,0 Prozent und 3,6 Prozent der Sendungen entfallen jeweils auf die ARD-Dritten und Super RTL. Interessant ist auch ein Blick auf die Genres, zu denen die verpassten Sendungen zählen: Am häufigsten werden Serien und Soaps (22,7%), Fernsehfilme/Spielfilme (17,1%), Dokumentationen (14,0%) und Nachrichten/Magazine (13,0%) als verpasst angegeben, gefolgt von Doku-Soaps (7,9%), Shows (7,3%), Sport-sendungen (4,3%) und Talkshows (2,6%).

In einem zweiten Schritt wurden die Befragten aufgefordert, den Sendungen, die sie als verpasst angegeben haben, eine Bewertung zuzuweisen. Diese Ergebnisse wurden in der Analyse mit den Bewertungen der Befragten zusammengeführt, die die jeweiligen Sendungen tatsächlich gesehen haben. Hierbei zeigt sich, dass diejenigen, die Sendungen verpasst haben, besser bewerten als diejenigen, die Sendungen tatsächlich gesehen haben. Die bessere Bewertung von verpassten Sendungen zeigt sich in allen Zielgruppen: Sowohl 14- bis 49-Jährige (8,6 vs. 8,3) als auch 50- bis 69-Jährige (8,6 vs. 8,5) sowie Frauen (8,7 vs. 8,6) und Männer (8,5 vs. 8,2) haben an die verpassten Sendungen eine hohe Erwartung, die sich in einer überdurchschnittlichen Bewertung wiederfindet (vgl. Abbildung 7).

Die insgesamt bessere Bewertung von verpassten gegenüber gesehenen Sendungen zeigt sich unter anderem darin, dass sich die Gesamtbewertung aller im Untersuchungszeitraum ausgestrahlten Sendungen durch das Hinzunehmen der verpassten Sendungen von 8,4 auf 8,6 verbessert. Abgesehen von einigen Dritten Programmen der ARD verbessert sich die Bewertung aller übrigen Sender bei Hinzunahme der verpassten Sendungen. So erzielt ARD/Das Erste beispielsweise mit den verpassten Sendungen im Untersuchungszeitraum die Gesamtnote 8,7 und ohne die verpassten Sendungen die Gesamtnote 8,5. Beim ZDF fällt die Verbesserung mit 8,6 gegenüber 8,4 ähnlich aus. RTL verbessert sich sogar mit der Note 8,8 gegenüber 8,5 noch etwas deutlicher. (15)

Eine Betrachtung der verschiedenen Genres zeigt auch hier eine überwiegende Bewertungsverbesserung bei verpassten gegenüber gesehenen Sendungen. Die deutlichste Bewertungsverbesserung weisen dabei Serien und Soaps auf, die von den Befragten auch am häufigsten als verpasst angegeben

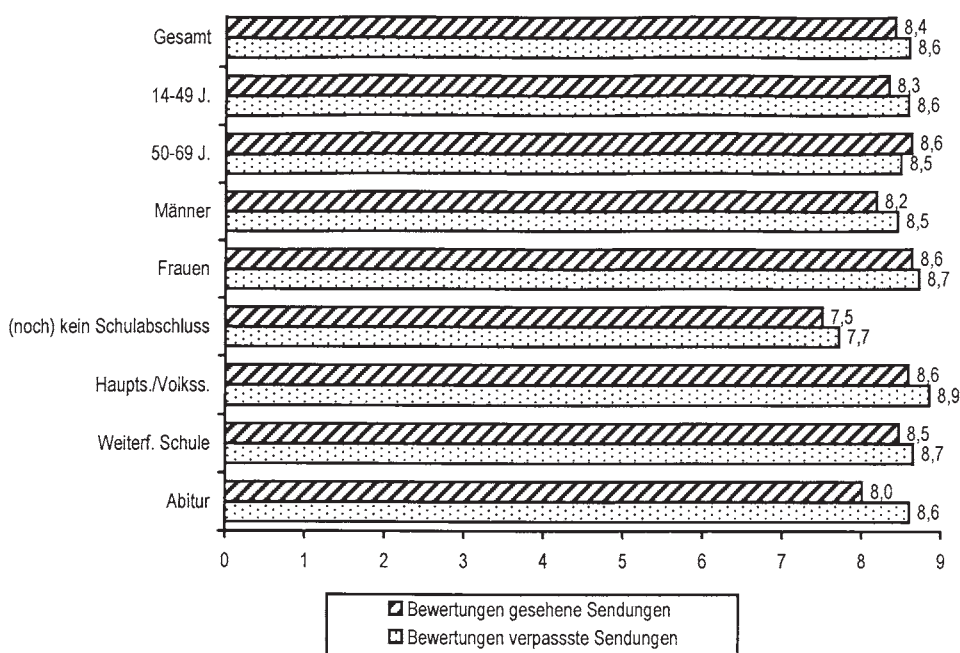
Sender und Genres, die häufig als verpasst empfunden werden

Verpasste Sendungen werden besser bewertet als gesehene

Serien und Soaps mit stärkster Verbesserung bei verpassten Sendungen

Abb. 7 Verpasste Sendungen - Bewertungen im Programmbewertungspanel

nach verschiedenen Zielgruppen, Erwachsene 14 bis 69 Jahre, Noten auf 10er Skala (10 = beste Note)



n=7 414 Interviews.

Quelle: ZDF-Medienforschung, PAP, Zusatzbefragung zu verpassten Fernsehsendungen, 19.11.-27.11.2008.

werden. Auch die anderen Genres mit Ausnahme der Talkshows verbessern sich in der Bewertung: Fernsehfilme/Spielfilme (8,5 vs. 8,3), Dokumentationen (8,6 vs. 8,5), Nachrichten/Magazine (8,8 vs. 8,5), Doku-Soaps (8,5 vs. 8,4), Shows (8,5 vs. 8,3) und Sportsendungen (8,2 vs. 8,1).

Einzelne Sendungen, die sich in der Bewertung bei Einbeziehung von verpassten Sendungen verbessern, sind vor allem Serien wie „Alles was zählt“, „CSI: Den Tätern auf der Spur“, „Dr. House“, „Türkisch für Anfänger“ und „Bones“ sowie Spielfilme wie „Der Herr der Ringe: Die Gefährten“ und „James Bond 007: Moonraker“. Auch bei Nachrichtensendungen wie „heute-journal“ und „RTL aktuell“ zeigen sich Verbesserungen wie auch bei Shows wie „Bauer sucht Frau“ oder „Bambi 2008“. Einige Sendungen wie beispielsweise „Sturm der Liebe“, „Wer wird Millionär?“ oder „heute 19.00 Uhr“ verschlechtern sich hingegen in der Bewertung. Hier ist somit die Erwartung, die in diese Sendungen gesetzt wird, geringer als das tatsächliche Gefallen.

In verpasste Sendungen werden höhere Erwartungen gesetzt

Insgesamt gehören verpasste Sendungen für die Befragten mehrheitlich zu den Sendungen, in die sie höhere Erwartungen setzen und die somit eher besser bewertet werden. Für die zeitversetzte Nutzung des Fernsehens besteht durchaus ein quantitativ relevantes Potenzial, das auch insgesamt zu einem verbesserten Fernseherleben führen kann.

Zeitversetzte Nutzung von aufgezeichneten Sendungen

Im Vergleich zum Volumen der verpassten Sendungen ist der Umfang aufgezeichneter Sendungen eher klein. Dies ist aber auch erwartbar, da die Angabe, eine Sendung verpasst zu haben, eine subjektive Äußerung ist, die ohne Handlungskonsequenz ist, während das Aufzeichnen von Sendungen aktives Handeln bedingt. Im Rahmen der Untersuchung zum Thema Aufzeichnen von Fernsehsendungen wurden die Befragten zum einen dazu befragt, ob sie Sendungen aufgezeichnet haben und zum anderen, ob sie diese Sendungen im Folgenden auch angeschaut haben. Wurden die Sendungen gesehen, so haben die Befragten diese im Rahmen von PAP auch bewertet.

Insgesamt haben im 13-tägigen Untersuchungszeitraum 15,6 Prozent der Befragten angegeben, mindestens eine Sendung aufgezeichnet zu haben (vgl. Abbildung 8). Von allen aufgezeichneten Sendungen stellen Serien und Soaps (40,2%) das größte Genre dar, gefolgt von Fernsehfilmen/Spielfilmen (18,6%), Dokumentationen (8,4%), Doku-Soaps (7,3%), Nachrichten/Magazine (6,3%) und Shows (6,0%). Hier ergeben sich erwartungsgemäß deutliche Parallelen zur Befragung nach den verpassten Sendungen, bei der ebenfalls Serien/Soaps und Fernsehfilme/Spielfilme am häufigsten genannt wurden.

Mehr als 60 Prozent der Sendungen wurden im Untersuchungszeitraum auf den Sendern RTL (15,6%), ProSieben (13,8%), ARD/Das Erste (12,1%), VOX (10,9%) und ZDF (9,6%) aufgenommen. Es folgen mit Abstand Sat.1, kabel eins, RTL II, 3sat

Aufzeichnen von Sendungen erfordert aktives Handeln

Serien und Soaps werden am häufigsten aufgezeichnet

und Arte. Auf die Dritten Programme der ARD und Super RTL entfallen im Untersuchungszeitraum jeweils zwischen 2,2 Prozent und 0,9 Prozent der Nennungen.

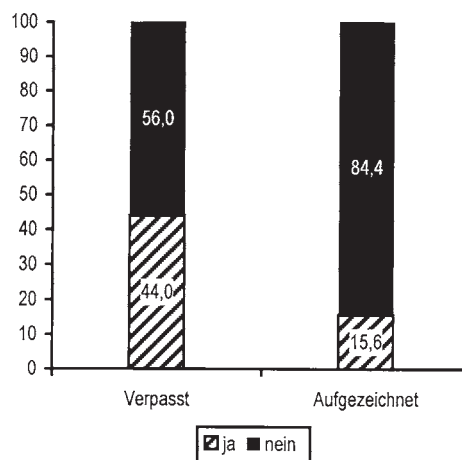
Keine Bewertungsverbesserung bei aufgezeichneten Sendungen

Anders als bei den oben beschriebenen Untersuchungen zur zeitversetzten Nutzung und zum Service rund um das Programm weisen die aufgezeichneten und dann später gesehenen Sendungen keine Bewertungsverbesserung (realtime: 8,4 / zeitversetzt: 8,1) auf. Dies zeigt sich sowohl bei 14- bis 49-Jährigen (8,3 vs. 7,9) und 50- bis 69-Jährigen (8,6 vs. 8,3) als auch bei Männern (8,3 vs. 7,8) und Frauen (8,6 vs. 8,3) (vgl. Abbildung 9).

Kaum Auswirkungen auf Gesamtbewertung der Sender

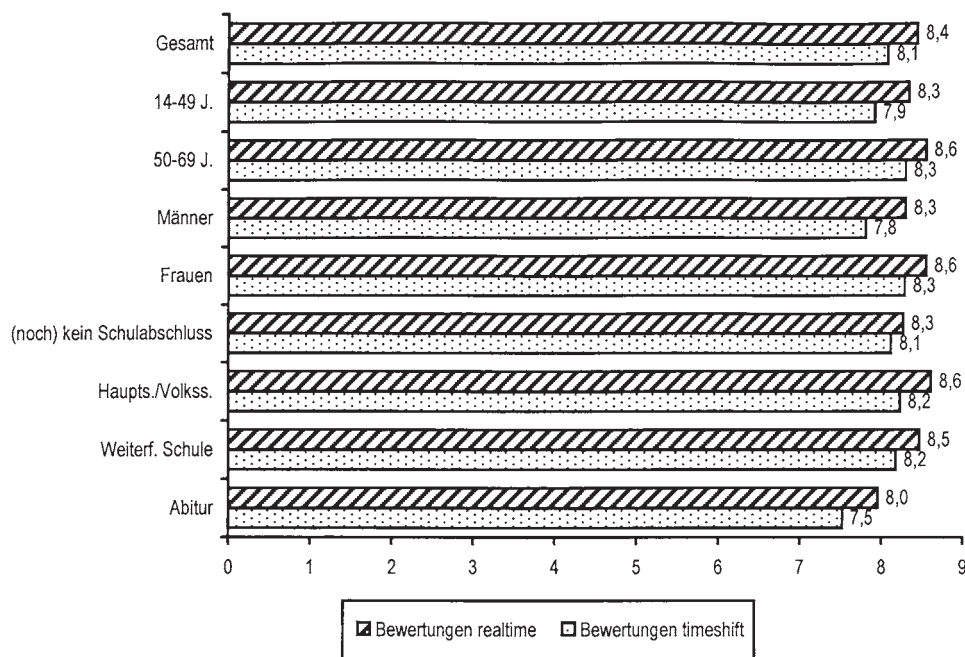
Der überwiegende Teil der 18 im Rahmen von PAP abgefragten Sender verändert sich in der Bewertung nicht, wenn die aufgezeichneten und dann gesehenen Sendungen in die jeweilige Sendernote einbezogen werden. Lediglich Super RTL, ProSieben, 3sat und Arte verschlechtern sich leicht. Betrachtet man für die Sender jeweils nur die Bewertungen, die für die zeitversetzt gesehenen Sendungen vergeben wurden, so weisen diese überwiegend eine Notenverschlechterung auf. Aufgrund

Abb. 8 Verpasste Sendungen und Häufigkeit der zeitversetzten Nutzung
Häufigkeitsverteilung der verpassten und aufgezeichneten Sendungen nach Interviews, Mehrfachteilnahmen möglich, in %



Quelle: ZDF-Medienforschung, PAP, Zusatzbefragungen von 21.10.2007 bis 27.11.2009, siehe Tabelle 1.

Abb. 9 Zeitversetzte Nutzung von Fernsehsendungen - Bewertungen im Programmbewertungspanel
nach verschiedenen Zielgruppen, Erwachsene 14 bis 69 Jahre, Noten auf 10er Skala (10 = beste Note)



n= 3 959 Befragte.

Quelle: ZDF-Medienforschung, PAP, Zusatzbefragung zur Aufzeichnung von Fernsehsendungen, 21.10.-2.11.2007.

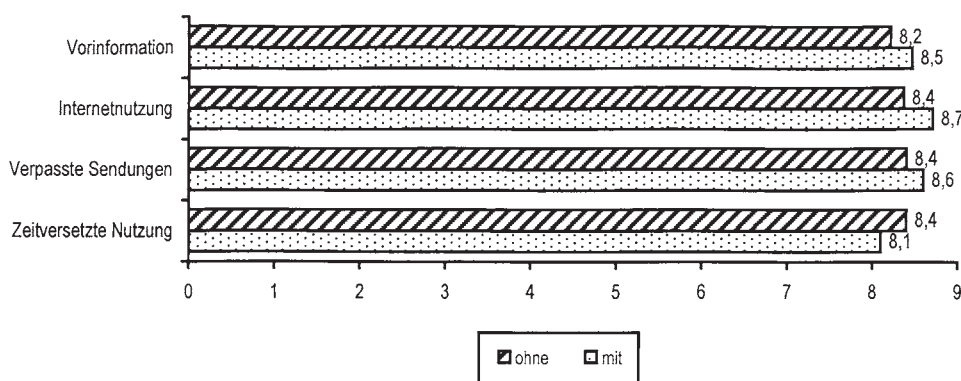
des eher geringen Anteils von 15,6 Prozent an aufgezeichneten Sendungen hat dies auf die Gesamtbewertung allerdings kaum Auswirkungen.

film/Spielfilm und Serien werden schlechter bewertet als die realtime gesehenen Formate dieser Genres. Lediglich Talkshows und Doku-Soaps verbessern sich. Bei Unterhaltung und Sport zeigen sich keine Unterschiede.

Unterschiedliche Auswirkungen je nach Genre

Eine Betrachtung der verschiedenen Fernsehgenres zeigt ein ähnliches Bild: Aufgezeichnete und dann zeitversetzt gesehene Formate aus den Genres Nachrichten/Magazine, Dokumentationen, Fernseh-

Abb. 10 Überblick über die Effekte von zeitsouveräner Nutzung und Service auf die Bewertungsveränderung
Bewertungen insgesamt, Noten auf 10er Skala (10 = beste Note)



Quelle: ZDF-Medienforschung, PAP, Zusatzbefragungen von 21.10.2007 bis 3.6.2009, siehe Tabelle 1.

② Überblick über ausgewählte Formate in den vier Untersuchungen

Bewertungsverbesserung/-verschlechterung

	Fernsehen und Begleitinformation	Fernsehen und Internet	verpasste Sendungen 2008	Zeitversetzte Nutzung
Rote Rosen (ARD)	+	+	+	+
Sturm der Liebe (ARD)	+	+	-	-
Tatort (ARD)	+	+	+	-
Frontal 21 (ZDF)	+	+	+	+
Johannes B. Kerner (ZDF)	+	+	+	+
SOKO Leipzig (ZDF)	+	+	*	-
Wege zum Glück (ZDF)	*	-	+	-
Gute Zeiten, Schlechte Zeiten (RTL)	+	-	+	-
Wer wird Millionär? (RTL)	+	+	-	-
Galileo (ProSieben)	+	+	+	+
CSI: NY (VOX)	+	+	-	-

* ggf. keine Ausstrahlung in der Feldzeit.

Quelle: ZDF-Medienforschung, PAP, Zusatzbefragungen von 21.10.2007 bis 3.6.2009, siehe Tabelle 1.

Beispiele für Formate im Untersuchungszeitraum, die bei zeitversetzter Nutzung besser abschneiden als bei realtime-Nutzung sind „Verbotene Liebe“, „Marienhof“ und „Without a trace“ sowie die „Tagesschau“. Eine schwächere Bewertung weisen hingegen beispielsweise Formate aus dem Genre Fiktion wie „Navy CIS“, „Wege zum Glück“, „CSI: NY“, „Sturm der Liebe“, „The Village – Das Dorf“ und „Der letzte Zeuge“ sowie Unterhaltungsformate wie „Schmidt & Pocher“ auf.

Aufgezeichnete Sendungen erfüllen Erwartungen (teilweise) nicht

Unter Berücksichtigung der Befunde zu den verpassten Sendungen scheint folgende Erklärung plausibel: Bei der Aufzeichnung und dem dann zeitversetzten Sehen von Fernsehsendungen scheint eine hohe Erwartung in Formate gesetzt worden zu sein, die daher aufgezeichnet wurden. Diese Erwartung scheint sich im späteren Ansehen dann zumindest teilweise nicht erfüllt zu haben, was zum Teil zu schwächeren Bewertungen geführt hat.

Fazit

Zusammenfassend zeigen die vier Untersuchungen, dass sich die Erlebnisqualität von Fernsehen durch Service und zeitsouveräne Nutzung überwiegend verbessert (vgl. Abbildung 10). (16) Hierbei zeigen sich formatspezifische Unterschiede, die in Tabelle 2 dargestellt sind.

Die im Rahmen des ZDF-Programmbewertungspanel PAP durchgeführten Untersuchungen zu den Themen zeitsouveräne Fernsehnutzung und Service rund um das Programm haben ergeben, dass sich die Bewertungen von Formaten, die sowohl zeitsouverän genutzt werden können, als auch von Formaten, zu denen sich die Zuschauer vorab oder begleitend zusätzlich informieren können, überwiegend verbessern. Besonders deutlich fällt diese Verbesserung bei den Vorinformationen aus Quellen wie Fernsehzeitschrift und Trailer sowie der zusätzlichen Nutzung von Informationen aus dem Internet über Fernsehhalte aus. Hieraus lässt sich ableiten, dass die Nutzung von programmbegleitenden Informationen das Fernseherleben verbessert. Bei der Untersuchung zum Verpassen von Sendungen wird zudem durch die verbesserte Bewertung von verpassten Sendungen gegenüber

Verbesserung der TV-Erlebnisqualität durch Service und zeitsouveräne Nutzung

tatsächlich gesehenen deutlich, dass die Zuschauer das Gefühl haben, verpasste Sendungen seien die besseren Sendungen. Ob dies nun die Verifikation eines allgemeinen psychologischen Phänomens ist, dass unerreichte Ziele überbewertet werden, oder ob Marketingaktivitäten der Sender so gut gelungen sind, dass damit eine hohe Erwartungshaltung erreicht wird, wäre einer genaueren Untersuchung wert.

Schlechtere Bewertungen bei zeitversetzter Nutzung aufgezeichneter Sendungen

Lediglich bei der Untersuchung zur zeitversetzten Nutzung überwiegt eine Bewertungsverschlechterung bei aufgezeichneten und später angeschauten Sendungen. Hier scheinen somit die Erwartungen, die die Befragten in Sendungen setzen, die sie aufgezeichnet haben, eher nicht erfüllt worden zu sein. Möglicherweise ist aber auch ein Publikum, das gezielt Sendungen aufzeichnet und dann anschaut, ein kritischeres Publikum als jenes, das bei verfügbarer Zeit das Medium Fernsehen wählt.

Neue Chancen in der qualitativen Akzeptanz des Fernsehens

Die Ergebnisse zeigen, dass Zusatzinformationen und zusätzliche Nutzungsoptionen für das Fernsehen neue Chancen auch in der qualitativen Akzeptanz des Mediums insgesamt eröffnen. Die Unterschiede bezüglich Formaten, Bewertung unterschiedlicher Vorinformationen und der Rolle des Internets werden auch Auswirkungen auf die Gestaltung des Angebotsportfolios der Sender haben.

Anmerkungen:

- 1) Vgl. Lönneker, Jens: Das Ende der Zielgruppen? Verfassungsmarketing als Königsweg. Eigenverlag Rheingold-Institut. Köln o.J.
- 2) Da die GfK sowohl das PAP-Projekt als auch die Einschaltquotenermittlung betreut, können hier Synergien – zum Beispiel Zulieferung der Sendeprotokolle oder Zulieferung für ZDF-internes Reporting-System Overnight – genutzt werden.
- 3) Das PAP-Panel ist ein Sub-Panel des GfK Online Panels „askGfK“ (Shared-Panel-Ansatz). Dadurch können bereits existierende Strukturen synergetisch genutzt werden. Die Rekrutierung der PAP-Panelisten erfolgt dabei aus dem Global Online Panel der GfK sowie offline.

- 4) Auch in der elektronisch gemessenen Fernsehnutzungsforschung wird ein vergleichbares Verfahren für den Ausweis der so genannten produktbezogenen Leistungswerte verwendet: Hier wird die zeitversetzte Nutzung über die Verlinkung zur Ausstrahlung einem spezifischen Programm („Produkt“) zugerechnet. Vgl. hierzu Engel, Bernhard/Dieter K. Müller: Zeitversetzte Nutzung im AGF/GfK-Fernsehpanel. Maßnahmen zur vollständigeren Abbildung der Fernsehnutzung. In: Media Perspektiven 8/2008, S. 410–419.
- 5) ZDF-Medienforschung, PAP, Zusatzbefragung zur Vorinformation, 24.5. bis 3.6.2009, n=9 643 Interviews, Erwachsene 14 bis 69 Jahre.
- 6) Gefragt wurde nach Fernsehzeitschrift, Tageszeitung, Teletext, Trailer im Fernsehen, Internet, Plakate, Freunde/Bekanntes und Radio.
- 7) Die übrigen Sender mit Verbesserung: kabel eins (8,5 vs. 8,2), ProSieben (8,3 vs. 8,0), ARD/Das Erste (8,5 vs. 8,3), RTL II (8,3 vs. 8,1), RTL (8,5 vs. 8,4), VOX (8,4 vs. 8,3) und vier der sieben Dritten Programme der ARD.
- 8) ZDF-Medienforschung, PAP, Zusatzbefragung zur Internetnutzung, 27.1. bis 8.2.2009, n=5 479 Interviews, Erwachsene 14 bis 69 Jahre.
- 9) Zur Internetnutzung in Deutschland vgl. Eimeren, Birgit van/Beate Frees: Der Internetnutzer 2009 – multimedial und total vernetzt? Ergebnisse der ARD/ZDF-Onlinestudie 2009. In Media Perspektiven 7/2009, S. 354–348.
- 10) ARD (9,0 vs. 8,5), ZDF (8,7 vs. 8,4), Arte (9,2 vs. 8,4), Sat.1 (8,9 vs. 8,2), ProSieben (8,6 vs. 8,0), kabel eins (8,5 vs. 8,2), RTL II (8,6 vs. 7,9), Super RTL (9,3 vs. 8,0) und VOX (8,8 vs. 8,4).
- 11) Auch wenn die Verfügbarkeit der bandbetriebenen Geräte für Videoaufzeichnungen in Deutschland bei über drei Viertel der Haushalte vorhanden war, blieb die Nutzung unter 1 Prozent der Gesamtnutzung. Mit einer der Gründe war die „unbequeme“ Handhabung der Geräte bei der Aufnahme und Wiedergabe.
- 12) ZDF-Medienforschung, PAP, Zusatzbefragung zur Aufzeichnung von Fernsehsendungen, 21.10. bis 2.11.2009, n= 3 959 Befragte, Erwachsene 14 bis 69 Jahre und ZDF-Medienforschung, PAP, Zusatzbefragung zu verpassten Fernsehsendungen, 19.11. bis 28.11.2009, n=7 414 Interviews, Erwachsene 14 bis 69 Jahre.
- 13) Sendungen, für die mindestens eine Bewertung abgegeben wurde.
- 14) In beiden Untersuchungen zu verpassten Sendungen in 2007 und 2008 wurden durchschnittlich von den bewertungsrelevanten Sendungen 63,5 Prozent ein- oder mehrmals als verpasst eingestuft.
- 15) Die übrigen Sender: 3sat (8,4 vs. 8,1), Arte (8,5 vs. 7,9), kabel eins (8,8 vs. 8,1), ProSieben (8,4 vs. 8,2), RTL II (8,6 vs. 8,4), Sat.1 (8,5 vs. 8,3), Super RTL (8,8 vs. 8,5), VOX (8,8 vs. 8,4).
- 16) Unterschiede in den Notendurchschnitten ergeben sich durch die unterschiedlichen Erhebungszeiträume.

