

**SOFI**

Soziologisches Forschungsinstitut an der Universität Göttingen

**Nutzungs- und Akzeptanzstudie Mobile TV**

Abschlussbericht

# Inhalt

- 1. Fragestellung der Studie**
- 2. Nutzungssituationen**
- 3. Erwartungen an die Auslieferung der Inhalte**
- 4. Erwartungen an die technischen Merkmale**
- 5. Inhalte**

# 1. Fragestellung

Ziel der Untersuchung war die Frage, wie „Mobile TV“ von den Nutzern bewertet wird und welche konkreten Anforderungen sich hieraus für die Gestaltung von „Mobile TV“ ergeben.



Dabei stand die Exploration der folgenden Fragen im Vordergrund:

- In welchen Situationen wird auf dem Handy ferngesehen?
- Welche Bedeutung erlangt mobiles Fernsehen in diesen Situationen?
- Welche Erwartungen bestehen bei den Anwendern bezüglich der Fernsehinhalte und ihrer Auslieferung?
- Welche Erwartungen bestehen bei den Anwendern bezüglich der technischen Merkmale des Endgerätes?

# Sample und Untersuchungsdesign

- Zielgruppe der Studie waren aufgeschlossene, technik- und entertainmentaffine Jugendliche und junge Erwachsene (16-35 Jahre).
- Insgesamt wurden 71 Personen befragt (36 Männer, 35 Frauen).
- Die Studie wurde mit Hilfe qualitativer Forschungsmethoden durchgeführt. Um „Mobile-TV“ unter Alltagsbedingungen testen zu können, wurden die Teilnehmer für 4-14 Tage mit einem Mobiltelefon und einer Flatrate für alle UMTS-Dienste von Vodafone live! ausgestattet.
  - Fokusgruppendifkussionen: Im Anschluss an den Test nahmen alle Teilnehmer an Fokusgruppendifkussionen (Teilnehmerzahl 4-6 Personen) teil.
  - Fragebögen: Zur Exploration individueller Einstellungen beantwortete jeder Teilnehmer zwei Fragebogen jeweils vor und nach der Testphase.
  - Teilnehmende Beobachtung: Einige Teilnehmer wurden im Nutzungszeitraum beim mobilen Fernsehen in bestimmten Situationen beobachtet und im Anschluss zu spezifischen Nutzungsformen befragt.

## 2. NUTZUNGSSITUATIONEN



# Nutzungssituationen: „In welchen Situationen haben Sie Mobile TV genutzt?“

„In der Arbeitspause“

„Beim Warten auf den Zug“

„In der Mensa“

„Beim Warten auf den Bus“

„Während der Busfahrt“

„Beim Hochfahren des Computers“

„Beim Kochen“

„Beim Arzt, im Wartezimmer“

„Im Stau“

„In der Vorlesung“

„Im Unterricht“

„Auf dem Klo“

„Während der Arbeit, wenn nichts los ist“

„Im Zug, während der Fahrt“

„In der Pause auf dem Schulhof“

„Bei einer Massage“

„Im Auto, als Beifahrer“

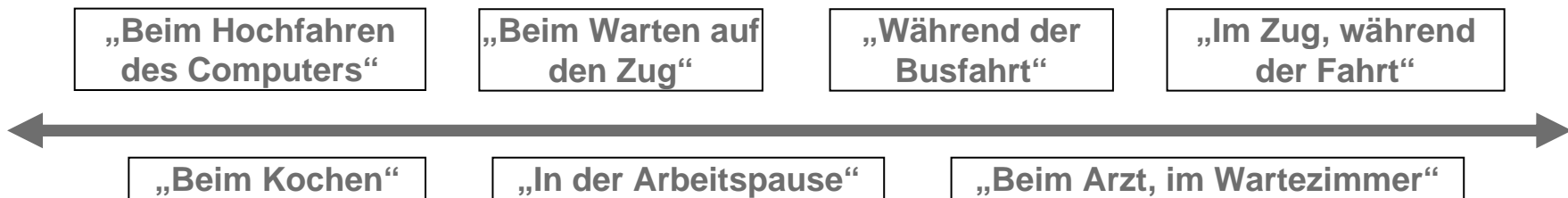
# Nutzungssituationen: Passivität und Langeweile aus Auslöser für mobiles Fernsehen

- Mobile TV wird häufig in Situationen genutzt, in denen der Nutzer nicht aktiv involviert ist und die bei ihm Langeweile erzeugen:
  - Er oder Sie *wird gefahren* („Im Zug, während der Fahrt“, „Im Auto, als Beifahrer“, „Während der Busfahrt“),...
  - *ist teilnahmslos, weil desinteressiert oder nicht gefordert* („Im Unterricht“, „In der Vorlesung“, „Während der Arbeit“) oder...
  - *wartet* auf ein Ereignis (Die Abfahrt des Zuges oder Busses, das fertige Essen, die Untersuchung beim Arzt, das Ankommen nach einer Zug- oder Busfahrt, das Ende der Pause oder der Arbeit).
- ➔ Mobile TV wird genutzt um die eigene Passivität, Teilnahmslosigkeit und Langeweile zu überwinden, indem man mit dem Handy aktiv eine neue Umgebung erschafft, in die man eintauchen kann.

# Nutzungssituationen: Zeitvolumen

- Auch wenn Mobile TV dazu genutzt wird, um in eine neue Umgebung einzutauchen und die Zeit vergessen, kann die Situation, in der man sich vorher befand, nicht gänzlich suspendiert werden. Die Situation setzt weiterhin den Rahmen für die Nutzung von Mobile TV. Dieser Rahmen kann nach seiner **Zeit** und seinem **Reizvolumen** bemessen werden:

- **Zeit:** Die Situationen sind zeitlich begrenzt und haben meistens eine Dauer von wenigen Minuten bis zu einer knappen Stunde:



Die zur Verfügung stehende Zeit ist dabei in den meisten Fällen bekannt (Zugankunft, Ende der Schulpause, Dauer der Vorlesung, etc.), es gibt jedoch auch Ausnahmen („Bei der Arbeit, wenn nichts lost ist“, „Im Stau“, „Im Wartezimmer“, etc.).



# Nutzungssituationen: Reizvolumen

- **Reizvolumen:** Das Reizvolumen beschreibt den Informationsgehalt einer Umgebung.
  - Fernsehen findet üblicherweise zu Hause statt, d.h. in einer vertrauten Umgebung die eher als ruhig und reizarm beschrieben werden kann. Ereignisse sind relativ gut vorhersehbar und kontrollierbar.
  - Außerhäusliche Umgebungen enthalten vergleichsweise mehr Informationen, sie sind tendenziell abwechslungsreicher, neuartiger, heterogener, bewegter, überfüllter und zufälliger als das familiäre Wohnzimmer.

Beim Fernsehen in mobilen Nutzungssituationen muss man der Umwelt häufig mehr Aufmerksamkeit schenken: Im Bus muss darf man die richtige Haltestellen nicht verpassen, im Unterricht darf man sich nicht beim Fernsehen erwischen lassen, das Essen darf beim Kochen nicht anbrennen. Darüber hinaus wird man häufig durch unvorhergesehene Ereignisse überrascht und abgelenkt.

# Nutzungssituationen: Bus- und Zugfahrt

## Beispiele aus der teilnehmenden Beobachtung

Bei einer Zug- oder Busfahrt sind verschiedene Umweltreize potentielle Störquellen bei der mobilen Fernsehrezeption:



■ **Geräuschkulisse:** Besonders in vollen Bussen und Zügen kann es sehr laut werden. Bei einer Busfahrt kommen neben den Geräuschen im Bus (Fahrgeräusche und Fahrgäste) auch Strassengeräusche hinzu. Die Probanden können beim Fernsehen auch mit Hilfe der Kopfhörer nur schwer zuhören und sehen bei lauten Geräuschen immer wieder auf.



■ **Lichtverhältnisse:** Sich schnell abwechselnde Fahrten im hellen Sonnenlicht und im Schatten sind anstrengend für die Augen. Bei starkem Sonnenlicht ist das Bild nur schwer zu erkennen und der Bildschirm wird mit der Hand abgeschirmt.

■ **Geteilte Aufmerksamkeit:** Immer wieder müssen sich die mobilen Fernsehzuschauer vergewissern, wo sie sind, da sie ihre Haltestelle nicht verpassen dürfen.

# Nutzungssituationen: Mobile TV als kognitive Flucht

## 1/2

- Obwohl das starke Reizvolumen der Umwelt die Rezeption stört, ist es häufig der Grund für eine Rezeptionsform, die als „Eskapismus“ beschrieben werden kann: Mobiles Fernsehen dient hier als kognitive „Flucht“ aus der Alltagsrealität in eine „virtuelle“ Realität.
- Dieser „Eskapismus“ entsteht im Zusammenhang mit der Nutzung mobiler Fernsehdienste aus dem Bedürfnis heraus, sich in bestimmten Situationen von der realen, unbefriedigenden und störenden Umgebung abzulenken.

“Die Jungs im Bus drehen immer total durch, da will man einfach nur abschalten. Ich meine, nach sechs Stunden Schule will man einfach nur bei sich sein. Das ist der Grund warum ich Fernsehen geguckt habe.“

„Diese Leute im Bus, die sind so ekelhaft: Wie die teilweise aussehen oder riechen, das sind ganz komische Leute. Ich will mir die nicht angucken. Und dann sage ich zu mir: Guck auf das Handy! ...Ich wollte da nur irgendwie rauskommen und das Handy ist eine gute Möglichkeit.“

# Nutzungssituationen: Mobile TV als kognitive Flucht

## 2/2

- Dies waren insbesondere Stresssituationen bei der Arbeit (Nutzung von Mobile TV in der Pause um sich eine „Auszeit“ zu nehmen), aber insbesondere auch störende Umweltbedingungen, z.B. im Bus.
- Besonders geeignet für eine kognitive Flucht sind Umwelten, die dem Nutzer besonders vertraut sind und die eine schnelle Immersion in eine andere Welt ermöglichen. Als besonders geeignet erscheinen hier Serien zu sein. Besonders in befremdlichen Situationen dienen sie, besonders bei jungen Teilnehmerinnen, als Fluchtpunkt aus der Alltagsrealität.

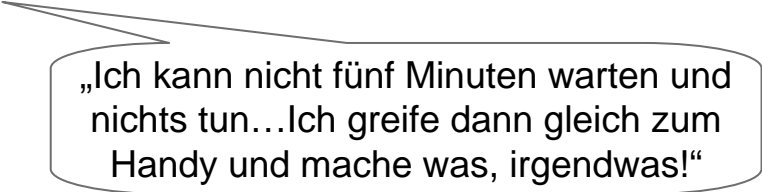


“Das Handy bringt dir eine andere Welt.“

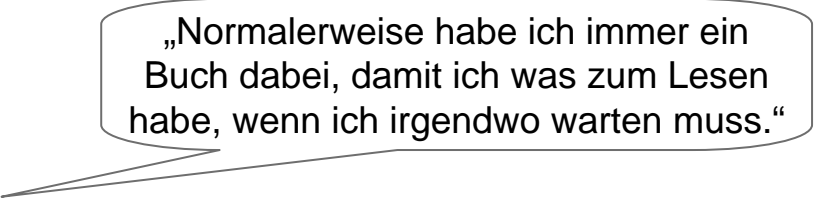
# Nutzungssituationen: Mobiles Fernsehen als „Zeitverkürzer“ und „Kommunikationsersatz“

- Für die meisten Nutzer gilt jedoch, dass die Zuwendung zum mobilen Fernsehen auf das Empfinden von leerer Zeit und Langeweile folgt. In diesem Zusammenhang sind traditionelle und mobile Fernsehnutzung miteinander vergleichbar. So gibt auch die Mehrheit der traditionellen Fernseh-Vielseher Langeweile als Nutzungsmotiv an.

Die Folge von Langeweile ist das Bemühen um eine Aktivität, die in der Lage ist, Zeit zu verkürzen. Die individuellen Reaktionen auf solche Situationen sind ganz unterschiedlich, aber auffallend hoch ist die Suche nach Kommunikation (z.B. Telefonieren) oder Kommunikationsersatz (Fernsehen, Lesen).



„Ich kann nicht fünf Minuten warten und nichts tun...Ich greife dann gleich zum Handy und mache was, irgendwas!“



„Normalerweise habe ich immer ein Buch dabei, damit ich was zum Lesen habe, wenn ich irgendwo warten muss.“

- Als Kommunikationsersatz in außerhäuslichen Situationen dienten bislang in der Regel Printmedien. Auch Die Probanden gaben an, in solchen Situationen in der Regel zu einer Zeitschrift, zu einem Buch oder einer Zeitung zu greifen.

# Nutzungssituationen: Mobiles Fernsehen als Ersatz für Printmedien in mobilen Nutzungssituationen



- Insbesondere den älteren Teilnehmern erscheint das Lesen von Zeitschriften oder Büchern geeigneter, die Langeweile in mobilen Nutzungssituationen schnell verfliegen zu lassen. Einige Teilnehmer gaben jedoch an, immer häufiger (und unbewusst) das Buch oder die Zeitschrift zu Hause zu lassen und unterwegs Mobile TV zu schauen.
- Die Mehrheit der jüngeren Teilnehmern sieht jedoch das mobile Fernsehen als das *potentiell* interessantere Medium an. Hier ersetzt das mobile Fernsehen nach kurzer Zeit die Lektüre von Büchern und Zeitschriften und wird zum häufig genutztem Tagesbegleiter.
- Die hohen Potentiale des mobilen Fernsehens als Ersatz für traditionelle mobile Unterhaltungsmedien werden jedoch durch die technischen Eigenschaften der Endgeräte sowie die Aufbereitung der Inhalte häufig kontrahiert.

# Nutzungssituationen: Vorteile von Printmedien

Dennoch orientiert sich die Bewertung von Mobile TV implizit an den Vorteilen von Printmedien in mobilen Situationen:

## ■ Zeitschriften und Tageszeitungen

- Man kann sich eine schnelle Übersicht über den Inhalt verschaffen.
- Hat man sich eine Übersicht verschafft, kann man sehr schnell (schnelles hin- und herblättern) die interessanten Artikel heraussuchen und lesen.
- Die Abfolge der zu lesenden Artikel ist nicht vorgegeben: Man kann die Reihenfolge selbst bestimmen.

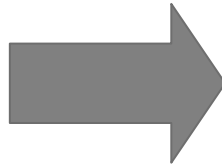
## ■ Bücher

- Man kann sich über einen längeren Zeitraum in eine andere Welt eintauchen.

## ■ Allgemein

- Man kann Printmedien überall hin mitnehmen und lesen.
- Wenn man gestört wird und eine längere Pause machen muss, kann man an der gleichen Stelle weiterlesen, an der man die Lektüre abbrechen musste.

# 3. Auslieferung





# Auslieferung: Klassisches TV als Referenz

Bei der Bewertung von Mobile TV dient immer wieder das klassische Fernsehen als Referenz. Mit dem „normalen“ Fernsehen werden dabei in der Regel die folgenden Vor- und Nachteile verbunden.



- **Orientierung:** Man weiß in der Regel, **was** (Sendung) man **wo** (Sender) und **zu welcher Zeit** (Ausstrahlung) sehen kann.
- **Zapping:** Wenn eine Sendung nicht gefällt, kann man **schnell und einfach** hin- und her schalten bis man etwas Interessantes findet.



- **Anpassungszwang:** Man ist an bestimmte Zeiten gebunden, an die man seinen **Tagesablauf anpassen** muss.
- **Keine Interaktion:** Die Zuschauer können nicht selber bestimmen, welche Sendungen sie sich wann anschauen können.



*Das ideale mobile Fernsehen müsste aus Sicht der Zuschauer die Vorteile des normalen Fernsehens bieten und in Anbetracht der mobilen Nutzungsbedingungen zeitliche Ungebundenheit und neue Möglichkeiten der Interaktion.*

# Auslieferung: Assoziationen

- Vor der Nutzung gingen die Probanden davon aus, dass Mobile TV das gleiche Programm (d.h. die gleichen Sender und deren Programmangebote) anbieten würde wie das traditionelle Fernsehen zu Hause. Spontane Assoziation: „Ich kann mir das normale Fernsehen jetzt auch unterwegs anschauen“.

„Ich dachte, da kommen so ganz normale Kanäle, die man auch zu Hause im Kabel hat.“

„Vorher hatte ich eigentlich gedacht, man könnte z.B. die Tagesschau darauf schauen oder solche Sachen. .“

- Der assoziierte Mehrwert ist eine größere Unabhängigkeit von bestehenden Programmstrukturen, also ein geringerer zeitlicher „Anpassungszwang“ an das herkömmliche Fernsehen.

„Ich dachte: Ach toll, dann muss ich ja nicht mehr den Tatort verpassen wenn ich Sonntags im Zug sitze.“

# Auslieferung: Erwartungen an das Programm

Damit sollte das Mobile Fernsehen die Orientierungsfunktion des klassischen Fernsehen übernehmen und gleichzeitig den Nutzer von bestehende Anpassungszwängen befreien:



## ■ Orientierung:

Man weiß in der Regel, **was** (Sendung) man **wo** (Sender) und **zu welcher Zeit** (Ausstrahlung) sehen kann.



## ■ Anpassungszwang:

Man ist an bestimmte Zeiten gebunden, an die man seinen **Tagesablauf anpassen** muss.



*Auf Nutzerseite bestand demnach die Erwartung, zwar weiterhin seine Lieblingssendungen sehen zu können, aber nicht mehr an bestimmte Sendezeiten gebunden zu sein.*

# Auslieferung: „Live“

- Die Mehrheit der Teilnehmer ging davon aus, dass man das klassische **Broadcast-Fernsehen** empfangen würde, bei die bekannten öffentlichen und privaten Sender dem Inhalte zu festen Sendezeiten ausgestrahlt werden. Dies traf jedoch nur auf einen geringen Teil des Angebots zu.
- Lediglich zwei zur Verfügung stehenden Sender waren während des Testzeitraums echte „**Live**“-Sender: „Eurosport“ und „CNN“.
- Öffentlich-Rechtliche Sender sowie die großen Privaten (RTL, Sat 1 und Pro 7) waren nicht als Vollprogramme zu empfangen. Dies führte zu deutlichen Irritationen bei den Nutzern:

„Ich hatte natürlich gedacht, auch dass die öffentlich-rechtlichen sich da mit einschalten würden und dass man halt das Programm sehen kann (...). Ich dachte so wie bei den Sportkanälen live ihr ganzes Programm zeigen, dass das auch wirklich durchgängig für alle Programme so wäre“.

„Und dann sind nicht alle Sender dabei. Vorher hatte ich eigentlich gedacht, man könnte z.B. die Tagesschau darauf schauen oder solche Sachen. Aber das geht ja nicht. Auch die Sender, die da stehen, z.B. SAT1 oder Pro7, sind ja gar nicht das, was auf Sat 1 oder Pro7 in dem Moment im Fernsehen läuft.“

# Auslieferung: „Loop“ 1/2

- Am häufigsten verbreitet war die Auslieferungsform „**Loop**“: Die gleichen Inhalte wurden mehrmals am Tag zu verschiedenen Zeiten hintereinander „ausgestrahlt“. Die Sendungen werden zwar zu bestimmten Zeiten, aber auch mehrmals am Tag in einem bestimmten Turnus wiederholt.
- Im Testzeitraum waren dies Kanäle wie: „Verliebt in Berlin“, „Gute Zeiten, schlechte Zeiten“, „Comedy World“, „Vodafone Freistoß“, „Sat1 Mobile“, „Pro7 Mobile“
- „Loop“ führte mehrheitlich zu Irritationen: Auch nach längerer Nutzungsdauer wussten die Teilnehmer nicht, nach welcher Logik „Loop“ funktioniert: Sendungen brachen aus Nutzersicht scheinbar „abrupt“ ab, bekannte Programme erschienen „zerstückelt“ oder es liefen andere Programme als bei der Programmauswahl angekündigt.
- Aus diesem Unverständnis heraus wurden die so übertragenen Sendungen (insb. bei Sat1 Mobile und Pro7 Mobile) mit Werbung bzw. Trailern verwechselt, die dem eigentlichen Programm vorangestellt sind.

„Da bricht das auf einmal ab und dann fragt man sich: Äh, was kommt jetzt? Und dann kommt was ganz Neues. Und dann weiß man wieder nicht was das soll.“

# Auslieferung: „Loop“ 2/2

- Die Erwartungen weisen darauf hin, dass das Wissen über mobile Fernsehdienste nur schwach verbreitet ist.
- Umschreibungen wie „Fernsehen auf dem Handy“ und die Nutzung des Begriffes „TV“ lösen ganz bestimmte Erwartungen an die Gestaltung des Programms und die Auslieferung von Inhalten.
- Da diese Erwartungen nicht eingelöst werden, führt am Anfang zu einer Enttäuschung: Die Inhalte von Mobile TV werden als „zerstückeltes Fernsehen“ oder als eine Form der „Resteverwertung“ empfunden und beschrieben.
- Die Enttäuschung ist besonders groß bei den älteren Teilnehmern. Gerade bei diesen thematisierten die Erwartungen an ein normales Fernsehprogramm. Dies lag insbesondere auch daran, dass viele älteren Teilnehmer ihre Lieblingssender und -sendungen im Angebot nicht wieder fanden.
- Die jüngeren Teilnehmer hingegen hatten zwar die gleichen Erwartungen, die Enttäuschung war jedoch weniger groß als bei den älteren Teilnehmern. Grund: Das bestehende Angebot und deren Aufbereitung (kurze, schnell aufeinander folgende Clips) spielte den Geschmack dieser Generation stärker wieder.

# Auslieferung: „Video-on-Demand“ 1/3

- Beim Video-on-Demand Angebot von Mobile TV können vom Nutzer eine Sendung zu einem beliebigen Zeitpunkt starten.
- Im Testzeitraum konnten die Nutzer diese Funktion bei dem Archivmaterial der angebotenen Serien nutzen: *„Verliebt in Berlin“* und *„Gute Zeiten, schlechte Zeiten“*.
- Von allen Auslieferungsformen wurde „Video-on-Demand“ am positivsten bewertet.
- Besonders bei den Serien, die täglich zu festen Zeiten ausgestrahlt werden, empfinden die Nutzer die größere Unabhängigkeit von bestimmten Zeitstrukturen als vorteilhaft. Die Nutzer konnten nachholen was sie verpasst haben und emanzipieren sich vorgegebenen Programmstrukturen.
- *„Video-on-demand“ erfüllt die Erwartung, weiterhin seine Lieblingssendungen sehen zu können, aber nicht mehr an bestimmte Sendezeiten gebunden zu sein.*

# Auslieferung: „Video-on-Demand“ 2/3

- Die Vorteile von Video-on-Demand schwingen häufig in der Beurteilung des Loop-Angebots mit. Obschon der Nutzer bei „Loop“ durch die Wiederholungen nicht so stark an bestimmte Zeiten gebunden ist, wird auch diese Zeitbindung als ein Anpassungszwang gedeutet, der nicht zur mobilen Mediennutzung passt.

„Was ich ein bisschen skurril fand an der ganzen Sache, ist, dass ganz viele Sachen immer zu einer bestimmten Zeit anfangen, d.h. dann meist zur halben Stunde oder zur vollen Stunde. Und ich habe mir gedacht, wenn ich so was benutze, dann benutze ich das spontan. Also wie gesagt wenn sich eine Situation ergibt. Weil ansonsten, wenn ich etwas unbedingt sehen will, dann setze ich mich vor meinen großen Fernseher und plane das sozusagen. Aber jetzt zu planen, dass ich mir den Kurzfilm um sechs mit meinem Handy angucken möchte, das würde ich nicht machen. Das fand ich also ein bisschen merkwürdig. Weil dann schalte ich vielleicht um fünf nach sechs ein und dann habe ich den Anfang schon verpasst, das ist recht sinnlos.“

- Die Nutzer können demnach bei „Video-on-Demand“ spontaner handeln und die Rezeption den äußeren zeitlichen Bedingungen anpassen. Er müssen demnach keine tageszeitliche Muster der Fernsehnutzung herausgebildet, die sich am Programm orientieren.



# Auslieferung: „Video-on-Demand“ 3/3

Bei „Video-on-Demand“ betonen die Nutzer noch weitere Vorteile gegenüber den anderen Auslieferungsformen:

- Dadurch dass die Inhalte bei dieser Auslieferungsform zwischengespeichert werden, bieten sich für den Nutzer weitere Möglichkeiten, das Programm an eine gegebene Situation anzupassen:

Im Gegensatz zu anderen Auslieferungsformen sind die Nutzer in der Lage, bei kurzen Störungen während der Rezeptionssituation die Übertragung abubrechen und bei besseren Bedingungen an gleicher Stelle weiterzuschauen.

Eine von den Nutzern beschriebene Situation: Man kann während des Wartens auf den Bus eine Sendung sehen, sie während des Einsteigens kurz unterbrechen und dann im Bus weiterschauen.

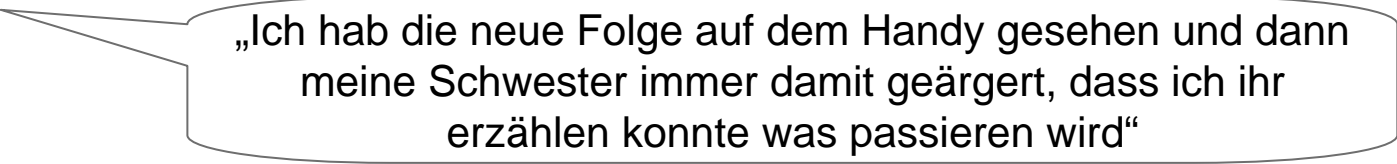
- ➔ Ein noch größerer Vorteil bestünde aus Nutzersicht darin, einen Vor- und Rücklauf nutzen zu können. Auch dieser Wunsch ergibt sich aus den spezifischen Umständen mobiler Nutzungssituationen, während derer es häufig zu Störungen und Unterbrechungen bei der Rezeption kommen kann.

# Auslieferung: Zeitsouveränität

- Auf der einen Seite wünschen sich die Zuschauer die bekannten Sendungen aus dem traditionellen Fernsehen, auf der anderen Seite evozieren gerade mobile Nutzungssituationen den Wunsch nach Zeitsouveränität und somit Unabhängigkeit von vorgegebenen Programmstrukturen.
- In diesem Zusammenhang erscheint „Video-on-Demand“ als am ehesten geeignet, die Nutzerbedürfnisse in mobilen Nutzungssituationen zu befriedigen.
- Gerade vor dem Hintergrund eines hohen Aktivitätsniveaus, das sich durch chronische Zeitknappheit auszeichnet, erhoffen sich diese Nutzer vor allem eine Erhöhung ihres „Zeitwohlstandes“, zumindest aber keine weitere Beeinträchtigung.
- Es ist anzunehmen, dass der Wunsch nach Zeitsouveränität bereits durch die Nutzung anderer Medien (Mobiltelefon, Internet, Videogerät, etc.) vorbereitet und verstärkt wurde.

# Auslieferung: Zeitsouveränität bei Serienguckern

- Die besonderen Vorteile im Hinblick auf die Zeitsouveränität gegenüber dem klassischen Fernsehen werden insbesondere von Seriengucker genannt.
- Dies liegt zum einen daran, dass sich Seriengucker (besonders bei Daily Soaps) täglich an die bestehende Programmstruktur anpassen müssen. Hierdurch ist die Möglichkeit eine Sendung zu verpassen besonders hoch.
- Mobile TV wurde von solchen Teilnehmern genutzt, um verpasste Folgen nachzuholen und somit unabhängig von der bestehenden Programmstruktur des normalen Fernsehens auf dem Laufenden zu bleiben.
- Ein besonderer Vorteil wurde darin gesehen, dass man bei „Gute Zeiten, schlechte Zeiten“ die aktuelle Folge noch vor der eigentlichen Ausstrahlung sehen konnte. Viele Teilnehmer nutzten diese Möglichkeit sogar dann, wenn sie nicht damit rechnen mussten, die aktuelle Folge im Fernsehen zu verpassen. Der Vorteil für die Teilnehmer war der Informationsvorsprung.



„Ich hab die neue Folge auf dem Handy gesehen und dann meine Schwester immer damit geärgert, dass ich ihr erzählen konnte was passieren wird“

# Auslieferung: Zapping 1/2

- Gleichzeitig jedoch erfordert „Video-on-Demand“ eine Rationalität bei der Programmauswahl, die häufig nicht der traditionellen Fernsehnutzung entspricht.
- Bei der traditionellen Programmauswahl handelt es sich meistens um einen zweistufigen Prozess, bei dem die Zuwendung zum Medium, also die Frage: "Schalte ich den Fernseher an oder nicht?" zunächst einmal unabhängig vom Programminhalt und allein vom Zeitbudget und der jeweiligen Situation abhängig ist. In mobilen Nutzungssituationen sind dies häufig Wartezeiten oder unvorhergesehene Zeitreste, die aus Sicht der Nutzer sinnvoll mit Paralleltätigkeiten füllen lassen.
- Die Nutzung wird demnach häufig nicht durch die Entscheidung eingeleitet, eine *bestimmte Sendung* sehen zu wollen, sondern ganz allgemein „Fernsehen“ zu wollen.
- Die Auswahl einer Sendung erfolgt erst in einem zweiten Schritt: Erst nach dem Einschalten des Fernsehens wird durch die habitualisierten Formen des „Zapping“ und „Gracing“ entschieden, was man sehen möchte. Wenn einem eine Sendung nicht gefällt, kann man schnell und einfach hin- und her schalten bis man etwas Interessantes findet.
- Die Auswahl eines bestimmten Inhaltes erfolgt demnach häufig erst nach der Entscheidung für das Fernsehen an sich.

# Auslieferung: Zapping 2/2

- Häufig bemängelt wurde, dass das traditionelle „Zapping“ auf dem Handy kaum möglich ist wegen der langen Umschaltzeiten.
- Dies wird als deutliche („unerträgliche“) Einschränkung erfahren, da man einmal getroffene Entscheidungen für eine Sendung nicht schnell wieder rückgängig gemacht werden können. Dieses Problem besteht besonders dann, wenn die angewählte Sendung nicht schon von sich aus verschiedene Inhalte in kurzer Taktung anbietet. In solchen Fällen können die Zuschauer nicht erwarten, dass das Laufende Programm sich schnell wieder ändert.
- Dadurch, dass die Nutzer häufig ungeplante Zeitreste für mobiles Fernsehen nutzen und nicht durch die Programme zappen können, ist ein „Sich-Treibenlassen“ im Strom der medialen Angebote“ nicht möglich. Dies - und der Umstand, dass es sich bei den neuen Diensten um kostenpflichtige Programme handelt – führt zu einer sehr ablehnenden Haltung bei den Nutzern.

„... dass man nicht zappen konnte, dass das so lange dauert, zwischen den Sendern zu schalten, das ist einfach ein Nachteil!“

# Auslieferung: Seriengucker 2



- Lediglich bei den Serienguckern war der Wunsch nach „Zapping“-Möglichkeiten weniger stark. Im Gegensatz zu anderen Nutzern ist die Zuwendung zum Fernsehen bei Serienguckern nicht unabhängig vom Inhalt: Die Nutzer wollen zielgerichtet eine bestimmte Sendung sehen.
- Aus diesem Grund haben Seriengucker Mobile TV auch häufig zu Hause genutzt, weil die Intention hier nicht das Ausfüllen von Zeitresten in mobilen Nutzungssituationen ist, sondern das Nachholen einer vermissten Folge oder die Vorwegnahme einer Verpassten.
- Allerdings vermissen die Seriengucker in mobilen Nutzungssituationen auch bei der aktuellen Folge die Möglichkeit, bei einer Rezeptionsstörung die Übertragung zu unterbrechen und an der gleichen Stelle fortzufahren.

# Auslieferung: Zusammenfassung

- An mobiles Fernsehen werden insgesamt höhere Ansprüche an Flexibilität und Interaktivität gestellt, gerade weil mobile Nutzungssituationen tendenziell abwechslungsreicher, neuartiger, heterogener und zufälliger sind als kontrollierte Nutzungssituationen in den eigenen vier Wänden.
- Mobile Medien müssen sich deshalb weitestgehend an die mobile Situation anpassen lassen. Flexible Auslieferungsformen sind hier von entscheidender Bedeutung für die Akzeptanz von Mobile TV.
- Dies ist gegenwärtig nur bei Video-on-Demand der Fall: Sendung können vom Nutzer zu einem beliebigen Zeitpunkt gestartet und bei Störungen angehalten werden. Eine flexible Anpassung des Angebots an die mobile Nutzungssituation ist gegeben.
- Flexible Anpassungsmöglichkeiten an die jeweilige Situation lassen sich jedoch auch ohne Video-on-Demand erreichen. Voraussetzung ist jedoch, dass die Nutzer durch das „Zapping“ oder „Gracing“ die Möglichkeit bekommen, sich einen schnellen und mühelosen Überblick über das bestehende Angebot zu verschaffen, sich die jeweils passende Sendung auszusuchen und bei beliebigen wieder zu wechseln.

## 4. TECHNISCHE MERKMALE





# Technische Merkmale: Menuführung und Einwahl



Die Menuführung wurde mehrheitlich als positiv bewertet. Die meisten Teilnehmer bezeichneten sie als klar und intuitiv.




Viele Nutzern kam die Einwahl, trotz klarer und intuitiver Menuführung, oft „unglaublich lange“ und in Anbetracht der Nutzungsdauer als unverhältnismäßig vor. Besonders bemängelt wurden die häufig angeforderten Bestätigungen für die Herstellung der Verbindung und den Abruf des Dienstes.

„Bei 10 Minuten Fernsehen muss man sich 5 Minuten einwählen...“

*Trotz der negative Beurteilung langer Einwahlschritte werden diese im Hinblick auf spätere Nutzungssituationen, bei denen man mit Kosten für die Nutzung des UMTS-Dienstes und Mobile TV rechnet, als positiv bewertet. Sie würden verhindern, dass man sich „aus Versehen“ in das Netz einwählt.*

# Technische Merkmale: Menüführung und Einwahl

 Kein „Zapping“: Am häufigsten wurde bemängelt, dass man mit dem Handy nicht schnell durch die Kanäle zappen kann. Hierdurch wurde den Nutzern die Möglichkeit genommen, sich eine schnelle Übersicht über das aktuelle Angebot zu verschaffen und eine entsprechende Auswahl zu treffen. Herkömmliche Fernsehgewohnheiten waren somit nicht übertragbar

Stattdessen mussten sie umständlich verschiedene Einwahlschritte wiederholt durchführen, um sich eine andere Sendung anschauen zu können. In Anbetracht dieser aus Nutzersicht mühseligen und zeitraubenden Programmauswahl blieben die Nutzer lieber bei der ersten Entscheidung und warteten auf eine neue Sendung:

„Wenn die ersten Gags bei Comedy World nicht so gut waren habe ich halt gewartet bis es besser wird. Normalerweise hätte ich da gleich umgeschaltet und geguckt ob es was besseres gibt. Aber das ist immer viel zu stressig und so viel Zeit hat man ja auch nicht.“

→ Allerdings wurde betont, dass man eine solche Geduld in keinem Fall aufbringen würde, wenn der Dienst nicht mehr kostenlos wäre.

# Technische Merkmale: Empfang



Die Geschwindigkeit der Datenübertragung wird als „sehr flott“ und „schneller als erwartet“ beschrieben.



Keine Verfügbarkeit „anytime“ und „anywhere“: Gerade in Situationen, die als besonders geeignet für mobiles Fernsehen angesehen werden, gibt es keinen oder nur schlechten Empfang (z.B. bei Bahnfahrten).

Häufige Abbrüche und Unregelmäßigkeiten bei der Empfangsqualität führen zur Verunsicherung der Nutzer: Funktioniert das Gerät noch? Bin ich noch „online“? Wann geht es weiter?

„Es hat nicht immer funktioniert. Zum Beispiel im Zug, da ist es oft ausgefallen. Teilweise hatte ich ein Bild und keinen Ton. Und auf einmal war alles weg und dann ging es nicht. Da ging es gar nicht mehr. Da ist das Gerät wieder abgestürzt. Dann konnte man auch nicht mehr zurück.“

*Die Unsicherheit darüber, ob man in solchen Momenten im Normalfall für die Nutzung des Netzes oder Dienstes noch bezahlen müsste, ist bei allen Nutzern groß und führt ggf. zu hohen Akzeptanzproblemen.*

# Technische Merkmale: Bildschirm



Die Beurteilung des Bildschirms variiert von den präferierten Inhalten:

Bei der Rezeption von Formaten wie Comedy, Serien oder Cartoons wird der kleine Bildschirm als weniger störend empfunden.



Als weniger geeignet wurde der Bildschirm für Sendungen mit viele Details und schnelle Bewegungen angesehen (z.B. Sportübertragungen, Musikclips, Wetter).

„Wetter TV...Ich konnte überhaupt nicht erkennen, wo es warm ist und wo kalt“


„Wenn ich dann mal die Fußballzusammenfassung gesehen habe, dann konnte ich höchstens erahnen wo der Ball ist, weil die Spieler alle dahin gelaufen sind.“


„Ich hätte mir nichts angeguckt was länger als 5 oder 10 Minuten dauert. Das wäre extrem. Wegen dem Bildschirm einfach“

Allgemein wurde der Bildschirm als ungeeignet für eine Rezeptionsdauer von mehr als 10 Minuten betrachtet. Als Grund würden Augen- oder Kopfschmerzen angeführt.

*Geeignet sind Sendungen, in denen wichtige Bildelemente groß dargestellt werden und denen es kaum schnelle Bewegungen gibt.*

# Technische Merkmale: Ton

 Die Soundqualität wurde durchweg als mangelhaft beurteilt. Dies galt sowohl für die Außenlautsprecher, die als scheppernd und blechern empfunden wurden, als auch für die Kopfhörer, die nahezu allen Nutzern viel zu leise waren.

 Der Tonqualität beim eine hohe Bedeutung zu, da mobiles Fernsehen durch unkontrollierbare Umweltreize häufig keine konstante visuelle Wahrnehmung der Fernsehinhalte ermöglicht. Bei Ablenkungen müssen die Nutzer eine Sendung auditiv weiterverfolgen, bis sich wieder dem Bild zuwenden können.

„Mit besserem Ton könnte man auch an Sachen dranbleiben, wenn man grad nicht gucken kann ...“

Guter Ton wird auch als notwendig angesehen, um sich (trotz anderer Umweltreize) in die Fernsehhandlung zu vertiefen und so besser „abzuschalten“.

Bei manchen Sendungen spielen die visuellen Reize häufig nur eine untergeordnete Bedeutung (z.B. MTV). Auch deshalb ist der Anspruch an eine gute Tonqualität hoch.

*Neben der Bildqualität ist auch die Tonqualität gerade in mobilen Nutzungssituationen, die durch starke Umweltreize und unvorhergesehene Ablenkungen geprägt sind, von hoher Bedeutung.*

# 5. INHALTE



## „Welche Sendungen haben Sie auf Mobile TV gesehen?“

- Im Gegensatz zu den älteren Teilnehmern präferierten die jüngere Zielgruppe von 16-21 Jahren solche Inhalte, die Ihnen kurzweilige Unterhaltung und Ablenkung boten. Die älteren Teilnehmern präferierten insgesamt mehr Informationsangebote statt reiner Unterhaltung.
- Die jüngeren Teilnehmern favorisierten in ersten Linie Sendungen wie „Nick“, „Comedy-World“, „Sat-1 mobile“, „Pro-7 mobile“ und „MTV-mobile“. Die älteren Teilnehmer präferiert eher Nachrichtensender wie CNN und N-TV.
- Die weiblichen Teilnehmer sahen altersübergreifend gerne Serien wie „Gute Zeiten, schlechte Zeiten“ und „Verliebt in Berlin“, die männlichen Teilnehmer „Vodafone-Freistoß“.
- Die Sendungen entsprachen in erster Linie dem, was die jüngeren Teilnehmer auch schon im klassischen Fernsehen sahen. Die älteren Teilnehmer fühlten sich durch das bestehende Angebot weniger angesprochen. Das inhaltliche Angebot von Mobile TV entsprach demnach insbesondere den Vorstellungen der jungen Zielgruppe.

## „Welche Sendungen haben Sie auf Mobile TV gesehen?“

- Von kaum jemanden gesehen wurden der Shoppinkanal „QVC“ und der Modekanal „Fashion TV“.
- Die jüngeren Teilnehmer wünschten sie sich noch Sender wie RTL-2 und Vox. Öffentlich-rechtlichen Angeboten standen sie eher ablehnend gegenüber. Die älteren Teilnehmer wünschte sich insbesondere mehr anspruchsvollere Serien (bei den weiblichen Teilnehmern häufig genannt „Sex and the City“).
- Insgesamt fand das bestehende Angebot einen höheren Zuspruch bei der jüngeren Zielgruppe. Dies liegt jedoch nicht nur allein am Inhalt, der sich mit den Präferenzen der Zielgruppe deckt, sondern insbesondere an dessen Aufbereitung.
- Kanälen wie „Nick“, „Comedy-World“, „Sat-1 mobile“, „Pro-7 mobile“ und „MTV-mobile“ sind deshalb besonders geeignet für die mobile Rezeption, weil die nur kurzen und schnell aufeinander folgenden Sendungen und Clips nur Aufmerksamkeitsspannen erfordern. Dies entspricht den nur kurzen Zeitspannen für die mobile Fernsehrezeption.