

Codebuch Inhaltsanalyse

1	Allgemeine Angaben zum Fernsehsender	IV
1.1	Name des Fernsehsenders	IV
1.2	Organisationsform	IV
1.3	Programmangebot	IV
1.4	Verbreitung	IV
1.5	Marktanteil	IV
1.6	Zielgruppe	IV
1.7	Zuschaueranteil der 14-49-Jährigen	IV
1.8	Anzahl der Websites des Fernsehsenders	IV
2	Allgemeine Angaben zur Website des Fernsehsenders	V
2.1	Untersuchte Websites	V
2.2	Personalisierung der Website	V
2.3	Externe Links zu Web-2.0-Plattformen	V
3	Weblogs	V
3.1	Weblogs auf der Website des Fernsehsenders vorhanden	V
	3.1.1 <i>Wenn Weblogs vorhanden</i>	V
3.2	Weblogs von Dritten	VIII
	3.2.1 <i>Diskussion über den Fernsehsender in der deutschsprachigen Blogosphäre</i>	VIII
3.3	Mikroblogging	VIII
	3.3.1 <i>Wenn kein twitter-Kanal vorhanden</i>	VIII
	3.3.2 <i>Wenn twitter-Kanal vorhanden</i>	VIII
4	Podcasts	XI
4.1	Podcast -Angebot des Fernsehsenders	XI
	4.1.1 <i>Audio-Podcasts des Fernsehsenders</i>	XI
	4.1.1.1 <i>Wenn Podcasts vorhanden</i>	XI
	4.1.2 <i>Video-Podcasts des Fernsehsenders</i>	XII
	4.1.2.1 <i>Wenn Video-Podcasts vorhanden</i>	XII
4.2	Einbindung der Podcasts auf der Website des Senders	XIII
	4.2.1 <i>Wenn Podcasts auf der Website eingebunden</i>	XIII

4.3	Registrierung der Podcasts bei Dritten	XIII
5	Soziale Netzwerke	XIV
5.1	Soziales Netzwerk auf der Website des Fernsehsenders	XIV
	5.1.1 Wenn Soziales Netzwerk vorhanden	XIV
5.2	Beteiligung an Sozialem Netzwerk	XV
	5.2.1 Wenn an Sozialem Netzwerk beteiligt	XV
	5.2.1.1 Wenn keine Präsenz	XVI
	5.2.1.2 Wenn Gruppe	XVI
5.3	Offizielle Präsenz in TV-unabhängigen Sozialen Netzwerken	XVIII
	5.3.1 studiVZ/meinVZ	XIX
	5.3.1.1 Wenn in studiVZ/meinVZ nicht offiziell aktiv	XIX
	5.3.1.2 Wenn in studiVZ/meinVZ offiziell aktiv	XIX
	5.3.2 MySpace	XXI
	5.3.2.1 Wenn in MySpace nicht offiziell aktiv	XXI
	5.3.2.2 Wenn in MySpace offiziell aktiv	XXI
	5.3.3 facebook	XXIV
	5.3.3.1 Wenn in facebook nicht offiziell aktiv	XXIV
	5.3.3.2 Wenn in facebook offiziell aktiv	XXIV
	5.3.3.2.1 Wenn Gruppe	XXIV
	5.3.3.2.2 Wenn Fanpage	XXVII
6	Content-Sharing-Portale	XXIX
6.1	Plattform für Zuschauer-Videos auf der Website des Fernsehsenders	XXIX
	6.1.1 Wenn Plattform für Zuschauer-Videos vorhanden	XXIX
6.2	Plattform für TV-Sendungen auf der Website des Fernsehsenders (Mediathek)	XXX
6.3	Beteiligung an einem externen Content-Sharing-Portal	XXX
	6.3.1 Wenn an Content-Sharing-Portal beteiligt	XXXI
	6.3.1.1 Wenn keine Präsenz	XXXI
	6.3.1.2 Wenn Kanal	XXXI
6.4	Offizielle Präsenz in TV-unabhängigen Content-Sharing-Portalen	XXXIV
	6.4.1 YouTube	XXXIV
	6.4.1.1 Wenn in YouTube nicht offiziell aktiv	XXXIV
	6.4.1.2 Wenn in YouTube offiziell aktiv	XXXIV

Mrkwicka K, Kießling M, Kolbe LM (2010) Fernsehsender im Web 2.0 – Potenzial moderner Web-Anwendungen für das Zuschauerbindungsmanagement. In: Proceedings of MKWI, Göttingen.

6.4.2	<i>sevenload</i>	XXXVII
6.4.2.1	<i>Wenn in sevenload nicht offiziell aktiv</i>	XXXVII
6.4.2.2	<i>Wenn in sevenload offiziell aktiv</i>	XXXVII
7	Wikis	XL
7.1	Einbindung von Wikis auf der Website des Fernsehsenders	XL
7.1.1	<i>Wenn Wiki vorhanden</i>	XL
7.2	Präsenz auf unabhängigen Wikis	XLI
7.2.1	<i>Eintrag zum Fernsehsender in Wikipedia</i>	XLI
7.2.1.1	<i>Wenn Eintrag auf Wikipedia</i>	XLI
7.2.2	<i>Verlinkungen auf die Website des Fernsehsenders von Wikipedia</i>	XLI
8	Soziale Lesezeichensammlungen	XLI
8.1	Buttons für soziale Lesezeichensammlungen und Weiterempfehlung auf der Website des Fernsehsenders	XLI
8.1.1	<i>Wenn Buttons für soziale Lesezeichensammlungen und zur Weiterempfehlung angeboten</i>	XLI
8.2	Verweise auf einen Fernsehsender bei soziale Lesezeichensammlungen	XLI

1 Allgemeine Angaben zum Fernsehsender

1.1	Name des Fernsehsenders <i>Vollständiger Name (inkl. Rechtsform)</i>	
1.2	Organisationsform <i>Organisationsform des Fernsehsenders</i>	Öffentlich-rechtlich (1) Privat..... (2)
1.3	Programmangebot <i>Inhaltliche Breite des Programmangebots (Einordnung auf Basis der ALM-Datenbank)</i>	Vollprogramm..... (1) Spartenprogramm (2)
1.4	Verbreitung <i>Geographische Reichweite der Programme (Einordnung auf Basis der ALM-Datenbank)</i>	International (1) National (2) Regional..... (3)
1.5	Marktanteil <i>Durchschnittlicher Marktanteil 2008 (AGF/GfK)</i>	
1.6	Zielgruppe <i>Charakterisierung der Zielgruppe auf Basis von Senderangaben</i>	Keine Zielgruppenfestlegung (0) Zielgruppenfestlegung vorhanden (1)
	<i>Wenn Zielgruppenfestlegung vorhanden (1):</i>	
	Altersgruppe <i>Bevorzugte Altersgruppen (mehrere Antworten möglich)</i>	Keine Spezifizierung (0) Unter 14 Jahren (1) 14-19 Jahre (2) 20-29 Jahre (3) 30-39 Jahre (4) 40-49 Jahre (5) 50-59 Jahre (6) Über 60 Jahre (7)
1.7	Zuschaueranteil der 14-49-Jährigen <i>Zu nennen ist der Marktanteil bei Zuschauern zwischen 14 und 49 Jahren (Durchschnitt für alle Sendungen, vgl. AGF/GfK und Senderangaben)</i>	
1.8	Anzahl der Websites des Fernsehsenders <i>Anzahl der Websites des Fernsehsenders, die auch der Anzahl der ausgewerteten Websites für diesen Fernsehsender entspricht</i>	

2 Allgemeine Angaben zur Website des Fernsehsenders

2.1 Untersuchte Websites

URL der im Folgenden untersuchten Websites

2.2 Personalisierung der Website

Zu codieren ist, ob der Nutzer sich für die Website (oder bestimmte Teile) registrieren und seine Interessen angeben kann, sodass beim Aufrufen der Seite automatisch die gewünschten Informationen dargeboten werden

Nein..... (0)

Ja (1)

2.3 Externe Links zu Web-2.0-Plattformen

Zu codieren ist, inwiefern die Fernsehsender auf Web-2.0-Anwendungen verweisen

Keine externen Links vorhanden (0)

Externe Links vorhanden (1)

Wenn externe Links zu Web-2.0-Plattformen vorhanden (1):

Name

Name der externen Web-2.0-Plattformen

3 Weblogs

3.1 Weblogs auf der Website des Fernsehsenders vorhanden

Zu codieren ist, ob auf der Website des Fernsehsenders Weblogs vorhanden sind

Nein..... (0)

Ja (1)

3.1.1 Wenn Weblogs vorhanden

Die folgenden Fragen sind zu beantworten, wenn Frage 5.1 mit „Ja“ (1) beantwortet wurde

Anzahl unterschiedlicher Weblogs

Zu nennen ist die Anzahl der aufrufbaren Weblogs; bei mehreren Weblogs sind die folgenden Fragen für jeden Weblog einzeln zu beantworten

Bezug der Weblogs

Zu nennen ist die Anzahl der Weblogs, die den verschiedenen Kategorien angehören

Senderbezogen

Sendungsübergreifend

Sendungsbezogen

Andere

Mrkwicka K, Kießling M, Kolbe LM (2010) Fernsehsender im Web 2.0 – Potenzial moderner Web-Anwendungen für das Zuschauerbindungsmanagement. In: Proceedings of MKWI, Göttingen.

Wenn sendungsübergreifende, sendungsbezogene oder andere Kanäle:

Ausrichtung der Kanäle

Zu nennen ist die Anzahl der sendungsübergreifenden, sendungsbezogenen oder anderen Kanäle, die zum jeweiligen Genre angeboten werden

Genre-Einordnung nicht möglich

Information

Sport

Unterhaltung

Musik

Kinder

Fiction

Im Folgenden sind die Weblogs jeweils einzeln zu codieren

URL des Weblogs

Zu nennen ist die URL des Weblogs, für den die folgenden Aussagen gelten

Startdatum

Zu nennen ist das Datum des ersten Posts

Anzahl der Posts

Zu nennen ist die Anzahl der Posts

Autor(-en)

Zu codieren ist, wer den Weblog führt

Funktion

Zu codieren ist, welche Funktion der Weblog einnimmt

Redakteur (1)

Unabhängiger Experte (2)

(Ausgewählte) Zuschauer (3)

Andere (99)

Blick hinter die Kulissen (1)

Journalistische Darstellungsform (2)

Andere (3)

Mrkwicka K, Kießling M, Kolbe LM (2010) Fernsehsender im Web 2.0 – Potenzial moderner Web-Anwendungen für das Zuschauerbindungsmanagement. In: Proceedings of MKWI, Göttingen.

Zeitlicher Rahmen	Zeitlich begrenzt..... (1)
<i>Zu codieren ist, wie lange die Zuschauer eigene Videos hochladen können</i>	Zeitlich unbegrenzt..... (2)
Bezug	Senderbezogen..... (1)
<i>Zu codieren ist der Bezug des Weblogs</i>	Sendungsübergreifend..... (2)
	Sendungsbezogen (3)
	Andere (99)
<i>Wenn sendungsübergreifender, sendungsbezogener oder anderer Bezug (2, 3 oder 99):</i>	
Genre	Kein gemeinsames Genre (0)
<i>Genre der Sendungen für die eine gemeinsame oder eigene Plattform für Zuschauer-Videos existiert</i>	Information (1)
	Sport (2)
	Unterhaltung (3)
	Musik..... (4)
	Kinder..... (5)
	Fiction (6)
Funktionen	
<i>Zu codieren ist, welche Funktionen den Zuschauern über das Hochladen hinaus zur Verfügung stehen (mehrere Antworten möglich):</i>	
Keine weiteren Funktionen	Nein..... (0)
	Ja (1)
Textkommentar	Nein..... (0)
	Ja (1)
<i>Wenn Textkommentar möglich ist:</i>	
Akzeptanz	
<i>Anzahl der Kommentare zum vorletzten Post</i>	
Bewertung	Nein..... (0)
	Ja (1)
<i>Wenn Bewertung möglich ist:</i>	
Akzeptanz	
<i>Anzahl der Bewertungen zum vorletzten Post</i>	

Mrkwicka K, Kießling M, Kolbe LM (2010) Fernsehsender im Web 2.0 – Potenzial moderner Web-Anwendungen für das Zuschauerbindungsmanagement. In: Proceedings of MKWI, Göttingen.

Videoantwort
 Nein..... (0)
 Ja (1)

Wenn Videoantwort möglich ist:

Akzeptanz
 Anzahl der Videoantworten zum vorletzten Post

Weiterempfehlung
 Nein..... (0)
 Ja (1)

3.2 Weblogs von Dritten

3.2.1 *Diskussion über den Fernsehsender in der deutschsprachigen Blogosphäre
 Mit Hilfe von Google Blogsuche die Anzahl der deutschsprachigen Blogeinträge
 ermitteln, die auf die Sender-Homepage verlinken (<http://blogsearch.google.de/>)*

3.3 Mikroblogging
 Zu codieren ist, ob ein offizieller Kanal bei twitter als größtem Mikroblogging-Anbieter
 vorhanden ist
 Nein..... (0)
 Ja (1)

3.3.1 *Wenn kein twitter-Kanal vorhanden
 Die folgende Frage ist zu beantworten, wenn Frage 5.3 mit „Nein“ (0) beantwortet wurde*

Anzahl der Verweise auf den Fernsehsender
 Zu nennen ist die Anzahl der Verweise, die den Namen des Senders als Tag ausweisen (<http://search.twitter.com/> Suche nach „#Fernsehsender“)

3.3.2 *Wenn twitter-Kanal vorhanden
 Die folgenden Fragen sind zu beantworten, wenn Frage 5.3 mit „Ja“ (1) beantwortet wurde*

Anzahl angebotener twitter-Kanäle
 Zu nennen ist die Anzahl der angebotenen Kanäle

Bezug der twitter-Kanäle
 Zu nennen ist die Anzahl der Kanäle, die den verschiedenen Kategorien angehören

Senderbezogen
 Sendungsübergreifend
 Sendungsbezogen

Mrkwicka K, Kießling M, Kolbe LM (2010) Fernsehsender im Web 2.0 – Potenzial moderner Web-Anwendungen für das Zuschauerbindungsmanagement. In: Proceedings of MKWI, Göttingen.

Andere

Wenn sendungsübergreifende, sendungsbezogene oder andere Kanäle:

Ausrichtung der Kanäle

Zu nennen ist die Anzahl der sendungsübergreifenden und sendungsbezogenen Kanäle, die zum jeweiligen Genre angeboten werden

Genre-Einordnung nicht möglich

Information

Sport

Unterhaltung

Musik

Kinder

Fiction

Im Folgenden sind die twitter-Kanäle jeweils einzeln zu codieren

URL des Kanals

Zu nennen ist die URL unter der der twitter-Kanal zu erreichen ist

Startdatum

Zu nennen ist das Datum der ersten twitter-Nachricht

Anzahl der Updates

Zu nennen ist die Anzahl der Updates innerhalb der letzten sieben Tage

Autor(-en)

Zu codieren ist, wer twittert

Nicht feststellbar	(0)
Redakteur	(1)
Unabhängiger Experte	(2)
(Ausgewählte) Zuschauer	(3)
Automatisiert (RSS)	(4)
Andere	(99)

Anzahl der Abonnenten

Zu codieren ist, wie viele twitter-Nutzer den Kanal abonniert haben („follower“)

Rückkanal

Zu codieren ist die Anzahl der Anfragen an den Fernsehsender innerhalb der letzten Woche (<http://search.twitter.com/> Suche nach „@fernsehsender“)

Funktion

Zu codieren ist, welche Funktion der twitter-Kanal einnimmt (mehrere Antworten möglich):

Blick hinter die Kulissen	Nein..... (0)
	Ja (1)
Journalistische Darstellungsform	Nein..... (0)
	Ja (1)
Exklusive (Vorab-)Informationen	Nein..... (0)
	Ja (1)
Programminformation	Nein..... (0)
	Ja (1)
Kontakt zum Zuschauer (z.B. Austausch, Gewinnspiele)	Nein..... (0)
	Ja (1)
Cross Promotion (z.B. Hinweise auf die Website, ergänzende Angebote etc.)	Nein..... (0)
	Ja (1)
Weitere, nicht genannte Funktion	Nein..... (0)
	Ja (1)

Zeitlicher Rahmen

Zu codieren ist der zeitliche Rahmen des twitter-Kanals

Zeitlich begrenzt..... (1)
Zeitlich unbegrenzt..... (2)

Bezug

Zu codieren ist der Bezug des Weblogs

Senderbezogen..... (1)
Sendungsübergreifend..... (2)
Sendungsbezogen (3)
Andere (99)

Wenn sendungsübergreifender, sendungsbezogener oder anderer Bezug (2, 3 oder 99):

Genre	Kein gemeinsames Genre (0)
<i>Genre der Sendungen für die ein gemeinsamer oder eigener twitter-Kanal existiert</i>	Information (1)

Mrkwicka K, Kießling M, Kolbe LM (2010) Fernsehsender im Web 2.0 – Potenzial moderner Web-Anwendungen für das Zuschauerbindungsmanagement. In: Proceedings of MKWI, Göttingen.

Sport	(2)
Unterhaltung	(3)
Musik.....	(4)
Kinder.....	(5)
Fiction	(6)

4 Podcasts

4.1 Podcast -Angebot des Fernsehsenders
Zu codieren ist, ob Podcasts angeboten werden

Nein.....	(0)
Ja	(1)

4.1.1 Audio-Podcasts des Fernsehsenders
Zu codieren ist, ob Podcasts angeboten werden

Nein.....	(0)
Ja	(1)

4.1.1.1 Wenn Podcasts vorhanden

Die folgenden Fragen sind zu beantworten, wenn Frage 6.1 mit „Ja“ (1) beantwortet wurde

Anzahl angebotener Podcasts

Zu nennen ist die Anzahl der angebotenen Podcasts

Bezug der Podcasts

Zu nennen ist die Anzahl der Podcasts, die den verschiedenen Kategorien angehören

Senderbezogen

Sendungsübergreifend

Sendungsbezogen

Andere

Wenn sendungsübergreifende, sendungsbezogene oder andere Podcasts:

Ausrichtung der Podcasts

Zu nennen ist die Anzahl der sendungsübergreifenden, sendungsbezogenen oder anderen Podcasts, die zum jeweiligen Genre angeboten werden

Genre-Einordnung nicht möglich

Information

Mrkwicka K, Kießling M, Kolbe LM (2010) Fernsehsender im Web 2.0 – Potenzial moderner Web-Anwendungen für das Zuschauerbindungsmanagement. In: Proceedings of MKWI, Göttingen.

Sport

Unterhaltung

Musik

Kinder

Fiction

Länge der Podcasts

Zu codieren ist, ob die Sendungen in Originallänge oder gekürzt als Podcast zur Verfügung stehen

Originallänge (1)

Gekürzte Version (2)

Verschiedene Versionen (3)

4.1.2 Video-Podcasts des Fernsehsenders

Nein (0)

Ja (1)

4.1.2.1 Wenn Video-Podcasts vorhanden

Die folgenden Fragen sind zu beantworten, wenn Frage 6.2 mit „Ja“ (1) beantwortet wurde

Anzahl angebotener Video-Podcasts

Zu nennen ist die Anzahl der angebotenen Video-Podcasts

Bezug der Video-Podcasts

Zu nennen ist die Anzahl der Video-Podcasts, die den verschiedenen Kategorien angehören

Senderbezogen

Sendungsübergreifend

Sendungsbezogen

Andere

Wenn sendungsübergreifende, sendungsbezogene oder andere Video-Podcasts:

Ausrichtung der Video-Podcasts

Zu nennen ist die Anzahl der sendungsübergreifenden, sendungsbezogenen oder anderen Video-Podcasts, die zum jeweiligen Genre angeboten werden

Mrkwicka K, Kießling M, Kolbe LM (2010) Fernsehsender im Web 2.0 – Potenzial moderner Web-Anwendungen für das Zuschauerbindungsmanagement. In: Proceedings of MKWI, Göttingen.

	Genre-Einordnung nicht möglich	
	Information	
	Sport	
	Unterhaltung	
	Musik	
	Kinder	
	Fiction	
	Länge der Video-Podcasts	Originallänge (1)
	<i>Zu codieren ist, ob die Sendungen in Originallänge oder gekürzt als Video-Podcasts zur Verfügung stehen</i>	Gekürzte Version (2)
		Verschiedene Versionen (3)
4.2	Einbindung der Podcasts auf der Website des Senders	Nicht in Website abrufbar (0)
	<i>Zu codieren ist, ob die Podcasts auf der Website des Senders angeboten werden</i>	Auf Website abrufbar (1)
	<i>4.2.1 Wenn Podcasts auf der Website eingebunden</i>	
	<i>Die folgenden Fragen sind zu beantworten, wenn Frage 6.1.3 mit „Auf Website abrufbar“ (1) beantwortet wurde</i>	
	Erläuterungen zu Podcasts	Nein (0)
	<i>Zu codieren ist, ob allgemeine Erläuterungen für die Zuschauer vorhanden sind</i>	Ja (1)
4.3	Registrierung der Podcasts bei Dritten	
	<i>Zu codieren ist, ob die Podcasts in verbreiteten Podcatchern registriert sind</i>	
	iTunes	Nein (0)
		Ja (1)
	Juice	Nein (0)
		Ja (1)
	Podcast.de	Nein (0)
		Ja (1)

5 Soziale Netzwerke

- 5.1 Soziales Netzwerk auf der Website des Fernsehsenders Nein..... (0)
Zu codieren ist, ob auf der Website (unter der oben angegebenen URL) des Fernsehsenders ein Soziales Netzwerk angeboten wird Ja (1)

5.1.1 Wenn Soziales Netzwerk vorhanden

Die folgenden Fragen sind zu beantworten, wenn Frage 3.1 mit „Ja“ (1) beantwortet wurde

Anzahl der Sozialen Netzwerke

Zu nennen ist die Anzahl der angebotenen Netzwerke

Bezug der Netzwerke

Zu nennen ist die Anzahl der Netzwerke, die den verschiedenen Kategorien angehören

Senderbezogen

Sendungsübergreifend

Sendungsbezogen

Andere

Wenn sendungsübergreifende, sendungsbezogene oder andere Netzwerke:

Ausrichtung der Netzwerke

Zu nennen ist die Anzahl der sendungsübergreifenden, -bezogenen oder anderen Netzwerke, die zum jeweiligen Genre angeboten werden

Genre-Einordnung nicht möglich

Information

Sport

Unterhaltung

Musik

Kinder

Fiction

Mrkwicka K, Kießling M, Kolbe LM (2010) Fernsehsender im Web 2.0 – Potenzial moderner Web-Anwendungen für das Zuschauerbindungsmanagement. In: Proceedings of MKWI, Göttingen.

Funktionen

Zu codieren ist, welche Funktionen angemeldeten Nutzern zur Verfügung stehen

Nutzerprofil anlegen und pflegen	Nein..... (0)
	Ja (1)
Statusangaben	Nein..... (0)
	Ja (1)
Nachrichten versenden	Nein..... (0)
	Ja (1)
Chatten	Nein..... (0)
	Ja (1)
Gruppen	Nein..... (0)
	Ja (1)
Eigene Inhalte (z.B. Fotos, Videos) veröffentlichen	Nein..... (0)
	Ja (1)
Inhalte (z.B. Nachrichten, Videos) suchen	Nein..... (0)
	Ja (1)
5.2 Beteiligung an Sozialem Netzwerk	Nein..... (0)
<i>Zu codieren ist, ob der Fernsehsender oder das dazugehörige Netzwerk an einem Sozialen Netzwerk beteiligt ist</i>	Ja (1)

5.2.1 Wenn an Sozialem Netzwerk beteiligt

Die folgenden Fragen sind zu beantworten, wenn Frage 3.2 mit „Ja“ (1) beantwortet wurde

Name des Sozialen Netzwerks

Vollständiger Name des Sozialen Netzwerks (inkl. Rechtsform)

Anzahl der aktiven Mitglieder

Unique Visitors (vgl. AGOF 2008-III oder Senderangaben)

Visits pro Monat

Anzahl der Visits im Januar 2008 (vgl. IVW)

Mrkwicka K, Kießling M, Kolbe LM (2010) Fernsehsender im Web 2.0 – Potenzial moderner Web-Anwendungen für das Zuschauerbindungsmanagement. In: Proceedings of MKWI, Göttingen.

Page Impressions pro Monat

Anzahl der Page Impressions im Januar 2008 (vgl. IVW)

Art der Präsentation

Zu codieren ist, in welcher Form sich der Sender in seinem Sozialen Netzwerk präsentiert

Keine Präsenz..... (0)

Gruppe (1)

5.2.1.1 Wenn keine Präsenz

Die folgende Frage ist zu beantworten, wenn die Frage zur „Art der Präsentation“ mit „Keine Präsenz“ (0) beantwortet wurde

Verlinkung

Zu codieren ist, ob es einen Link (auch Werbeflächen) gibt, der die Nutzer direkt zur Website des Fernsehsenders weiterleitet

Nein..... (0)

Ja (1)

5.2.1.2 Wenn Gruppe

Die folgende Frage ist zu beantworten, wenn die Frage zur „Art der Präsentation“ mit „Gruppe“ (0) beantwortet wurde

Anzahl der offiziellen Gruppen

Bei mehreren Gruppen die folgenden Fragen für jede Gruppe einzeln ausfüllen

Bezug der Gruppen

Zu nennen ist die Anzahl der Gruppen, die den verschiedenen Kategorien angehören

Senderbezogen

Sendungsübergreifend

Sendungsbezogen

Andere

Wenn sendungsübergreifende, sendungsbezogene oder andere Gruppen:

Ausrichtung der Gruppen

Zu nennen ist die Anzahl der sendungsübergreifenden, sendungsbezogenen und anderen Gruppen, die zum jeweiligen Genre angeboten werden

Genre-Einordnung nicht möglich

Information

Sport

Mrkwicka K, Kießling M, Kolbe LM (2010) Fernsehsender im Web 2.0 – Potenzial moderner Web-Anwendungen für das Zuschauerbindungsmanagement. In: Proceedings of MKWI, Göttingen.

Unterhaltung

Musik

Kinder

Fiction

Im Folgenden sind die Gruppen jeweils einzeln zu codieren

Name der Gruppe

Zu nennen ist der Name der Gruppe, für die die folgenden Aussagen gelten

Mitglieder

Anzahl der Mitglieder der offiziellen Gruppe

Mitgliederbeiträge

Anzahl der angegebenen Mitgliederbeiträge plattformabhängig erfassen, z.B. Pinnwandeinträge, Kommentare oder Diskussionsbeiträge

Verlinkung

Zu codieren ist, ob es einen Link gibt, der die Nutzer direkt zur Website des Fernsehsenders weiterleitet

Nein..... (0)

Ja (1)

Offizielle Beiträge

Zu codieren ist, ob der Fernsehsender Inhalte bereitstellt

Nein..... (0)

Ja (1)

Wenn offizielle Beiträge (1):

Art der offiziellen Beiträge

Zu codieren ist, welche Art von offiziellen Beiträgen angeboten werden (mehrere Antworten möglich; ein Beitrag gilt als vorhanden, wenn er mindestens einmal gefunden wird):

Schriftliche Programmhinweise

Nein..... (0)

Ja (1)

Programmtrailer (Video)

Nein..... (0)

Ja (1)

Diskussionsanregungen

Nein..... (0)

Ja (1)

Mrkwicka K, Kießling M, Kolbe LM (2010) Fernsehsender im Web 2.0 – Potenzial moderner Web-Anwendungen für das Zuschauerbindungsmanagement. In: Proceedings of MKWI, Göttingen.

Exklusive Informationen	Nein.....	(0)
<i>Zu codieren ist, ob in der Gruppe exklusive* Online-Inhalte angeboten werden</i>	Ja	(1)
<i>*exklusiv = nur Online, kann aber auch auf anderen Plattformen auftauchen</i>		
Zuschauerbetreuung/-unterstützung	Nein.....	(0)
	Ja	(1)
Eventankündigungen/-einladungen	Nein.....	(0)
	Ja	(1)
Gewinnspiele	Nein.....	(0)
	Ja	(1)
Bezug	Senderbezogen.....	(1)
<i>Zu codieren ist der Bezug der Gruppe</i>	Sendungsübergreifend.....	(2)
	Sendungsbezogen	(3)
	Andere	(99)
<i>Wenn sendungsübergreifender, sendungsbezogener oder anderer Bezug (2, 3 oder 99):</i>		
Genre	Kein gemeinsames Genre	(0)
<i>Genre der Sendungen, zu denen eine gemeinsame oder eigene Gruppe existiert</i>	Information	(1)
	Sport	(2)
	Unterhaltung	(3)
	Musik.....	(4)
	Kinder.....	(5)
	Fiction	(6)
5.3 Offizielle Präsenz in TV-unabhängigen Sozialen Netzwerken	In keinem der drei Sozialen Netzwerke	
<i>Berücksichtigung von studiVZ/meinVZ, MySpace und facebook als unabhängige Soziale Netzwerke (Eigentümer ist kein deutscher TV-Sender); offizielle Präsenz vorhanden, wenn ein Ansprechpartner des Unternehmens als Urheber bzw. Moderator genannt wird oder die Urheberschaft des Unternehmens eindeutig gekennzeichnet ist (Mehrere Antworten möglich)</i>	offiziell präsent	(0)
	In einem Sozialen Netzwerk offiziell präsent	(1)
	In zwei der Sozialen Netzwerke offiziell präsent.....	(2)
	In allen drei Sozialen Netzwerken offiziell präsent.....	(3)

Wenn in mindestens einem Sozialen Netzwerk offiziell präsent:

5.3.1 *studiVZ/meinVZ* Nein..... (0)
Zu codieren ist, ob der Sender offiziell in studiVZ/meinVZ präsent ist Ja (1)

5.3.1.1 *Wenn in studiVZ/meinVZ nicht offiziell aktiv*
Die folgenden Fragen sind zu beantworten, wenn Frage 3.3.1 mit „Nein“ (0) beantwortet wurde

Anzahl der inoffiziellen Fan-Gruppen zum Fernsehsender
Zu nennen ist die Anzahl der inoffiziellen Gruppen, die eine neutrale bzw. positive Einstellung zum Fernsehsender zeigen

5.3.1.2 *Wenn in studiVZ/meinVZ offiziell aktiv*
Die folgenden Fragen sind zu beantworten, wenn Frage 3.3.1 mit „Ja“ (1) beantwortet wurde

Anzahl der offiziellen Gruppen
Zu nennen ist die Anzahl der offiziellen Gruppen

Bezug der Gruppen
Zu nennen ist die Anzahl der Gruppen, die den verschiedenen Kategorien angehören

- Senderbezogen
- Sendungsübergreifend
- Sendungsbezogen
- Andere

Wenn sendungsübergreifende, sendungsbezogene oder andere Gruppen:

Ausrichtung der Gruppen
Zu nennen ist die Anzahl der sendungsübergreifenden, sendungsbezogenen und anderen Gruppen, die zum jeweiligen Genre angeboten werden

- Genre-Einordnung nicht möglich
- Information
- Sport
- Unterhaltung
- Musik

Kinder

Fiction

Im Folgenden sind die Gruppen jeweils einzeln zu codieren

Name der Gruppe

Zu nennen ist der Name der Gruppe, für die die folgenden Aussagen gelten

Mitglieder

Anzahl der Mitglieder der offiziellen Gruppe

Diskussionsbeiträge

Anzahl der Diskussionsbeiträge in der offiziellen Gruppe

Verlinkung

Zu codieren ist, ob es einen Link gibt, der die Nutzer direkt zur Website des Fernsehsenders weiterleitet

Nein..... (0)

Ja (1)

Offizielle Beiträge

Zu codieren ist, ob der Fernsehsender Inhalte bereitstellt

Nein..... (0)

Ja (1)

Wenn offizielle Beiträge (1):

Art der offiziellen Beiträge

Zu codieren ist, welche Art von offiziellen Beiträgen angeboten werden (mehrere Antworten möglich; ein Beitrag gilt als vorhanden, wenn er mindestens einmal gefunden wird):

Schriftliche Programmhinweise

Nein..... (0)

Ja (1)

Programmtrailer (Video)

Nein..... (0)

Ja (1)

Diskussionsanregungen

Nein..... (0)

Ja (1)

Exklusive Informationen

Nein..... (0)

Ja (1)

Mrkwicka K, Kießling M, Kolbe LM (2010) Fernsehsender im Web 2.0 – Potenzial moderner Web-Anwendungen für das Zuschauerbindungsmanagement. In: Proceedings of MKWI, Göttingen.

Zuschauerbetreuung/-unterstützung	Nein..... (0)
	Ja (1)
Eventankündigungen/-einladungen	Nein..... (0)
	Ja (1)
Gewinnspiele	Nein..... (0)
	Ja (1)
Bezug	Senderbezogen..... (1)
<i>Zu codieren ist der Bezug der Gruppe</i>	Sendungsübergreifend..... (2)
	Sendungsbezogen (3)
	Andere (99)

Wenn sendungsübergreifender, sendungsbezogener oder anderer Bezug (2, 3 oder 99):

Genre	Kein gemeinsames Genre (0)
<i>Genre der Sendungen, zu denen eine gemeinsame oder eigene Gruppe existiert</i>	Information (1)
	Sport (2)
	Unterhaltung (3)
	Musik..... (4)
	Kinder..... (5)
	Fiction (6)

5.3.2 MySpace

Zu codieren ist, ob der Sender offiziell in MySpace präsent ist

Nein..... (0)
Ja (1)

5.3.2.1 Wenn in MySpace nicht offiziell aktiv

Die folgenden Fragen sind zu beantworten, wenn Frage 3.3.2 mit „Nein“ (0) beantwortet wurde

Anzahl der Videos zum Fernsehsender

Zu nennen ist die Anzahl der Videosuchtreffer, die den Namen des Fernsehsenders enthalten

5.3.2.2 Wenn in MySpace offiziell aktiv

Die folgenden Fragen sind zu beantworten, wenn Frage 3.3.2 mit „Ja“ (1) beantwortet wurde

Anzahl der Profile

Zu nennen ist die Anzahl der offiziell angebotenen Profile (zusammengehörende Profile werden hier und im Folgenden nur einmal gezählt)

Mrkwicka K, Kießling M, Kolbe LM (2010) Fernsehsender im Web 2.0 – Potenzial moderner Web-Anwendungen für das Zuschauerbindungsmanagement. In: Proceedings of MKWI, Göttingen.

Bezug der Profile

Zu nennen ist die Anzahl der Profile, die den verschiedenen Kategorien angehören

Senderbezogen

Sendungsübergreifend

Sendungsbezogen

Andere

Wenn sendungsübergreifende, sendungsbezogene oder andere Profile:

Ausrichtung der Profile

Zu nennen ist die Anzahl der sendungsübergreifenden, -bezogenen oder andere Profile, die zum Genre angeboten werden

Genre-Einordnung nicht möglich

Information

Sport

Unterhaltung

Musik

Kinder

Fiction

Im Folgenden sind die Profile jeweils einzeln zu codieren

Name der Profils

Zu nennen ist die URL des Profils, für das die folgenden Aussagen gelten

Anmeldedatum

Zu nennen ist das Datum der Profilanmeldung

Freunde

Anzahl der Freundes des offiziellen Profils

Kommentare

Anzahl der Kommentare zum offiziellen Profil

Mrkwicka K, Kießling M, Kolbe LM (2010) Fernsehsender im Web 2.0 – Potenzial moderner Web-Anwendungen für das Zuschauerbindungsmanagement. In: Proceedings of MKWI, Göttingen.

Verlinkung	Nein.....	(0)
<i>Zu codieren ist, ob es einen Link gibt, der die Nutzer direkt zur Website des Fernsehsenders weiterleitet</i>	Ja	(1)
Offizielle Beiträge	Nein.....	(0)
<i>Zu codieren ist, ob der Fernsehsender Inhalte bereitstellt</i>	Ja	(1)
<i>Wenn offizielle Beiträge (1):</i>		
<i>Art der offiziellen Beiträge</i>		
<i>Zu codieren ist, welche Art von offiziellen Beiträgen angeboten werden (mehrere Antworten möglich, ein Beitrag gilt als vorhanden, wenn er mindestens einmal gefunden wird):</i>		
Schriftliche Programmhinweise	Nein.....	(0)
	Ja	(1)
Programmtrailer (Video)	Nein.....	(0)
	Ja	(1)
Diskussionsanregungen	Nein.....	(0)
	Ja	(1)
Exklusive Informationen	Nein.....	(0)
	Ja	(1)
Zuschauerbetreuung/-unterstützung	Nein.....	(0)
	Ja	(1)
Eventankündigungen/-einladungen	Nein.....	(0)
	Ja	(1)
Gewinnspiele	Nein.....	(0)
	Ja	(1)
Bezug	Senderbezogen.....	(1)
<i>Zu codieren ist der Bezug des Profils</i>	Sendungsübergreifend.....	(2)
	Sendungsbezogen	(3)
	Andere	(99)

Wenn sendungsübergreifender, sendungsbezogener oder anderer Bezug (2, 3 oder 99):

Genre	Kein gemeinsames Genre	(0)
Genre der Sendungen, zu denen ein gemeinsames oder eigenes Profil existiert	Information	(1)
	Sport	(2)
	Unterhaltung	(3)
	Musik.....	(4)
	Kinder.....	(5)
	Fiction	(6)
	Nein.....	(0)
	Ja	(1)

5.3.3 facebook

Zu codieren ist, ob der Sender offiziell in facebook präsent ist

5.3.3.1 Wenn in facebook nicht offiziell aktiv

Die folgenden Fragen sind zu beantworten, wenn Frage 3.3.3 mit „Nein“ (0) beantwortet wurde

Anzahl der inoffiziellen Fan-Gruppen zum Fernsehsender

Zu nennen ist die Anzahl der inoffiziellen Gruppen, die eine neutrale bzw. positive Einstellung zum Fernsehsender zeigen

5.3.3.2 Wenn in facebook offiziell aktiv

Die folgenden Fragen sind zu beantworten, wenn Frage 3.3.3 mit „Ja“ (1) beantwortet wurde

Art der Präsentation

Zu codieren ist, in welcher Form der Sender sich in facebook präsentiert

Gruppe

Fanpage

5.3.3.2.1 Wenn Gruppe

Die folgenden Fragen sind zu beantworten, wenn Frage 3.3.3.2 mit „Gruppe“ (1) beantwortet wurde

Anzahl der Gruppen

Zu nennen ist die Anzahl der offiziellen Gruppen

Bezug der Gruppen

Zu nennen ist die Anzahl der Gruppen, die den verschiedenen Kategorien angehören

Senderbezogen

Sendungsübergreifend

Sendungsbezogen

Andere

Wenn sendungsübergreifende, sendungsbezogene oder andere Gruppen:

Ausrichtung der Gruppen

Zu nennen ist die Anzahl der sendungsübergreifenden, sendungsbezogenen oder anderen Gruppen, die zum jeweiligen Genre angeboten werden

Genre-Einordnung nicht möglich

Information

Sport

Unterhaltung

Musik

Kinder

Fiction

Im Folgenden sind die Gruppen jeweils einzeln zu codieren

Name der Gruppe

Zu nennen ist der Name der Gruppe, für die die folgenden Aussagen gelten

Mitglieder

Anzahl der Mitglieder der offiziellen Gruppe

Diskussionsbeiträge

Anzahl der Diskussionsbeiträge zur offiziellen Gruppe

Pinnwandeinträge

Anzahl der Pinnwandeinträge in der offiziellen Gruppe

Verlinkung

Zu codieren ist, ob es einen Link gibt, der die Nutzer direkt zur Website des Fernsehsenders weiterleitet

Nein..... (0)

Ja (1)

Offizielle Beiträge

Zu codieren ist, ob der Fernsehsender Inhalte bereitstellt

Nein..... (0)

Ja (1)

Wenn offizielle Beiträge (1):

Art der offiziellen Beiträge

Zu codieren ist, welche Art von offiziellen Beiträgen angeboten werden (mehrere Antworten möglich, ein Beitrag gilt als vorhanden, wenn er mindestens einmal gefunden wird):

Schriftliche Programmhinweise	Nein.....	(0)
	Ja	(1)
Programmtrailer (Video)	Nein.....	(0)
	Ja	(1)
Diskussionsanregungen	Nein.....	(0)
	Ja	(1)
Exklusive Informationen	Nein.....	(0)
	Ja	(1)
Zuschauerbetreuung/-unterstützung	Nein.....	(0)
	Ja	(1)
Eventankündigungen/-einladungen	Nein.....	(0)
	Ja	(1)
Gewinnspiele	Nein.....	(0)
	Ja	(1)

Bezug

Zu codieren ist der Bezug der Gruppe

Senderbezogen.....	(1)
Sendungsübergreifend.....	(2)
Sendungsbezogen	(3)
Andere	(99)

Wenn sendungsübergreifender, sendungsbezogener oder anderer Bezug (2, 3 oder 99):

Genre

Genre der Sendungen, zu denen ein gemeinsames oder eigenes Profil existiert

Kein gemeinsames Genre	(0)
Information	(1)
Sport	(2)
Unterhaltung	(3)
Musik.....	(4)

Mrkwicka K, Kießling M, Kolbe LM (2010) Fernsehsender im Web 2.0 – Potenzial moderner Web-Anwendungen für das Zuschauerbindungsmanagement. In: Proceedings of MKWI, Göttingen.

Kinder..... (5)

Fiction (6)

5.3.3.2.2 *Wenn Fanpage*

Die folgenden Fragen sind zu beantworten, wenn Frage 3.3.3.2 mit „Fanpage“ (2) beantwortet wurde

Anzahl der Fanpages

Zu nennen ist die Anzahl der offiziell angebotenen Fanpages

Bezug der Fanpages

Zu nennen ist die Anzahl der Fanpages, die den verschiedenen Kategorien angehören

Senderbezogen

Sendungsübergreifend

Sendungsbezogen

Andere

Wenn sendungsübergreifende, sendungsbezogene oder andere Fanpages:

Ausrichtung der Fanpages

Zu nennen ist die Anzahl der sendungsübergreifenden, sendungsbezogenen oder anderen Fanpages, die zum jeweiligen Genre angeboten werden

Genre-Einordnung nicht möglich

Information

Sport

Unterhaltung

Musik

Kinder

Fiction

Im Folgenden sind die Fanpages jeweils einzeln zu codieren

Name der Fanpage

Zu nennen ist der Name unter dem die Fanpage zu finden ist

Startdatum

Zu nennen ist das Datum des Fanpagestarts

Fans

Anzahl der Fans der offiziellen Seite

Pinnwandeinträge

Anzahl der Pinnwandeinträge auf der offiziellen Seite

Verlinkung

Zu codieren ist, ob es einen Link gibt, der die Nutzer direkt zur Website des Fernsehsenders weiterleitet

Nein..... (0)

Ja (1)

Offizielle Beiträge

Zu codieren ist, ob der Fernsehsender Inhalte bereitstellt

Nein..... (0)

Ja (1)

Bezug

Zu codieren ist der Bezug der Gruppe

Senderbezogen..... (1)

Sendungsübergreifend..... (2)

Sendungsbezogen (3)

Andere (99)

Wenn sendungsübergreifender, sendungsbezogener oder anderer Bezug (2, 3 oder 99):

Genre

Genre der Sendungen, zu denen eine gemeinsame oder eigene Fanpage existiert

Kein gemeinsames Genre (0)

Information (1)

Sport (2)

Unterhaltung (3)

Musik..... (4)

Kinder..... (5)

Fiction (6)

6 Content-Sharing-Portale

- 6.1 Plattform für Zuschauer-Videos auf der Website des Fernsehsenders
Zu codieren ist, ob Zuschauer auf der Website des Fernsehsenders (unter der oben angegebenen URL) eigene Videos hochladen können
- | | |
|--|---------------|
| | Nein..... (0) |
| | Ja (1) |

6.1.1 Wenn Plattform für Zuschauer-Videos vorhanden

Die folgenden Fragen sind zu beantworten, wenn Frage 4.1 mit „Ja“ (1) beantwortet wurde

Anzahl unterschiedlicher Plattformen

Zu nennen ist die Anzahl unterschiedlicher Möglichkeiten zum Hochladen eigener Videos; bei mehreren Plattformen sind die folgenden Fragen für jede Plattform einzeln zu beantworten

Bezug

Zu codieren ist, wie die Video-Plattform eingebunden ist

- | | |
|---------------------------|------|
| Senderbezogen..... | (1) |
| Sendungsübergreifend..... | (2) |
| Sendungsbezogen | (3) |
| Andere | (99) |

Wenn sendungsübergreifender, sendungsbezogener oder anderer Bezug (2, 3):

Genre

Genre der Sendungen für die eine gemeinsame oder eigene Plattform für Zuschauer-Videos existiert

- | | |
|------------------------------|-----|
| Kein gemeinsames Genre | (0) |
| Information | (1) |
| Sport | (2) |
| Unterhaltung | (3) |
| Musik..... | (4) |
| Kinder..... | (5) |
| Fiction | (6) |

Inhaltlicher Rahmen

Zu codieren ist, welche inhaltlichen Vorgaben den Zuschauern für das Hochladen von Videos gemacht werden (mehrere Antworten möglich):

Keine Vorgaben

- | | |
|-----------|-----|
| Nein..... | (0) |
| Ja | (1) |

Thematische Vorgabe

- | | |
|-----------|-----|
| Nein..... | (0) |
| Ja | (1) |

Stilistische Vorgabe	Nein..... (0)
	Ja (1)
Andere Vorgaben	Nein..... (0)
	Ja (1)
Zeitlicher Rahmen	Zeitlich begrenzt..... (1)
<i>Zu codieren ist, in wie lange die Zuschauer eigene Videos hochladen können</i>	Zeitlich unbegrenzt..... (2)
Anreiz zur Beteiligung	Kein spezifischer Anreiz..... (0)
<i>Zu codieren ist, mit welchem Anreiz die Zuschauer eigene Videos hochladen (bei einem Wettbewerb gibt es für den Sieger u.U. auch eine materielle Belohnung, aber in diesem Fall ist der Anreiz der Wettbewerb; Status bezieht sich auf Punkte in einem Profil oder ähnliches)</i>	Wettbewerb..... (1)
	Materielle Belohnung (2)
	Status (3)
	Anderer (99)
Funktionen	
<i>Zu codieren ist, welche Funktionen den Zuschauern über das Hochladen hinaus zur Verfügung stehen (mehrere Antworten möglich):</i>	
Keine weiteren Funktionen	Nein..... (0)
	Ja (1)
Textkommentar	Nein..... (0)
	Ja (1)
Bewertung	Nein..... (0)
	Ja (1)
Videoantwort	Nein..... (0)
	Ja (1)
Weiterempfehlung	Nein..... (0)
	Ja (1)
6.2 Plattform für TV-Sendungen auf der Website des Fernsehsenders (Mediathek)	Nein..... (0)
<i>Zu codieren ist, ob der Fernsehsender Sendungen als Stream oder zum Herunterladen auf seiner Website anbietet</i>	Ja (1)
6.3 Beteiligung an einem externen Content-Sharing-Portal	Nein..... (0)
<i>Zu codieren ist, ob der Fernsehsender an einem Content-Sharing-Portal beteiligt ist</i>	Ja (1)

6.3.1 Wenn an Content-Sharing-Portal beteiligt

Die folgenden Fragen sind zu beantworten, wenn Frage 4.2 mit „Ja“ (1) beantwortet wurde

Name des Content-Sharing-Portals

Vollständiger Name des Content-Sharing-Portals (inkl. Rechtsform)

Anzahl der aktiven Mitglieder

Unique Visitors (vgl. AGOF 2008-III oder Senderangaben)

Visits pro Monat

Anzahl der Visits im Januar 2008 (vgl. IVW)

Page Impressions pro Monat

Anzahl der Page Impressions im Januar 2008 (vgl. IVW)

Art der Präsentation

Zu codieren ist, ob sich der Sender in seinem Content-Sharing-Portal präsentiert (Cross Promotion/Werbung zählt nicht als Web-2.0-Präsenz)

Keine Präsenz..... (0)

Kanal..... (1)

6.3.1.1 Wenn keine Präsenz

Die folgende Frage ist zu beantworten, wenn Frage 4.2 mit „Keine Präsenz“ (0) beantwortet wurde

Verlinkung

Zu codieren ist, ob es einen Link (auch Werbeflächen) gibt, der die Nutzer direkt zur Website des Fernsehsenders weiterleitet

Nein..... (0)

Ja (1)

6.3.1.2 Wenn Kanal

Die folgenden Fragen sind zu beantworten, wenn Frage 4.1 mit „Kanal“ (1) beantwortet wurde

Anzahl unterschiedlicher Kanäle

Zu nennen ist die Anzahl unterschiedlicher Kanäle; bei mehreren Plattformen sind die Fragen für jeden Kanal einzeln zu beantworten

Bezug der Kanäle

Zu nennen ist die Anzahl der Kanäle, die den verschiedenen Kategorien angehören

Senderbezogen

Sendungsübergreifend

Sendungsbezogen

Andere

Mrkwicka K, Kießling M, Kolbe LM (2010) Fernsehsender im Web 2.0 – Potenzial moderner Web-Anwendungen für das Zuschauerbindungsmanagement. In: Proceedings of MKWI, Göttingen.

Wenn sendungsübergreifende, sendungsbezogene oder andere Kanäle:

Ausrichtung der Kanäle

Zu nennen ist die Anzahl der sendungsübergreifenden, sendungsbezogenen oder anderen Kanäle, die zum jeweiligen Genre angeboten werden

Genre-Einordnung nicht möglich

Information

Sport

Unterhaltung

Musik

Kinder

Fiction

Länge der Videos

Zu codieren ist, ob die Sendungen in Originallänge oder gekürzt als Clip zur Verfügung stehen

Unterschiedlich (0)

Originallänge (1)

Gekürzte Version/Ausschnitte/Clips (2)

Im Folgenden sind die Kanäle jeweils einzeln zu codieren

URL des Kanals

Zu nennen ist die URL des Kanals, für den die folgenden Aussagen gelten

Startdatum

Zu nennen ist das Datum des Kanalstarts

Abonnenten

Anzahl der Abonnenten des offiziellen Kanals

Freunde

Anzahl der Freunde des offiziellen Kanals

Pinnwandeinträge

Anzahl der Pinnwandeinträge zum offiziellen Kanal

Mrkwicka K, Kießling M, Kolbe LM (2010) Fernsehsender im Web 2.0 – Potenzial moderner Web-Anwendungen für das Zuschauerbindungsmanagement. In: Proceedings of MKWI, Göttingen.

Verlinkung	Nein..... (0)
<i>Zu codieren ist, ob es einen Link gibt, der die Nutzer direkt zur Website des Fernsehsenders weiterleitet</i>	Ja (1)
Offizielle Beiträge	Nein..... (0)
<i>Zu codieren ist, ob der Fernsehsender Inhalte bereitstellt</i>	Ja (1)
Wenn offizielle Beiträge (1):	
Art der offiziellen Beiträge	
<i>Zu codieren ist, welche Art von offiziellen Beiträgen angeboten werden (mehrere Antworten möglich, ein Beitrag gilt als vorhanden, wenn er mindestens einmal gefunden wird):</i>	
Schriftliche Programmhinweise	Nein..... (0)
	Ja (1)
Programmtrailer (Video)	Nein..... (0)
	Ja (1)
Diskussionsanregungen	Nein..... (0)
	Ja (1)
Exklusive Informationen	Nein..... (0)
	Ja (1)
Zuschauerbetreuung/-unterstützung	Nein..... (0)
	Ja (1)
Eventankündigungen/-einladungen	Nein..... (0)
	Ja (1)
Gewinnspiele	Nein..... (0)
	Ja (1)
Bezug	Senderbezogen..... (1)
<i>Zu codieren ist der Bezug des Kanals</i>	Sendungsübergreifend..... (2)
	Sendungsbezogen (3)
	Andere (99)

Wenn sendungsübergreifender, sendungsbezogener oder anderer Bezug (2, 3 oder 99):

Genre	Kein gemeinsames Genre	(0)
<i>Genre der Sendungen für die eine gemeinsame oder eigene Plattform für Zuschauer-Videos existiert</i>	Information	(1)
	Sport	(2)
	Unterhaltung	(3)
	Musik.....	(4)
	Kinder.....	(5)
	Fiction	(6)
6.4 Offizielle Präsenz in TV-unabhängigen Content-Sharing-Portalen	In keinem der beiden Content-Sharing-Portale	
<i>Berücksichtigung von Kanälen bei YouTube und sevenload als unabhängige Content-Sharing-Portale (Eigentümer ist kein deutscher TV-Sender)</i>	offiziell präsent	(0)
<i>Offizielle Präsenz vorhanden, wenn ein Ansprechpartner des Unternehmens als Urheber genannt wird oder die Urheberschaft des Unternehmens eindeutig gekennzeichnet ist</i>	In einem der beiden Content-Sharing-Portale	
	mit einem Kanal offiziell präsent	(1)
	In beiden Content-Sharing-Portalen mit einem	
	Kanal offiziell präsent.....	(2)
6.4.1 YouTube	Nein.....	(0)
<i>Zu codieren ist, ob der Sender offiziell mit einem Kanal in YouTube präsent ist</i>	Ja	(1)
6.4.1.1 <i>Wenn in YouTube nicht offiziell aktiv</i>		
<i>Die folgende Frage ist zu beantworten, wenn Frage 4.3.1 mit „Nein“ (0) beantwortet wurde</i>		
Anzahl der inoffiziellen Clips zum Fernsehsender		
<i>Zu nennen ist die Anzahl der inoffiziellen Clips, die den Namen des Senders enthalten</i>		
6.4.1.2 <i>Wenn in YouTube offiziell aktiv</i>		
<i>Die folgenden Fragen sind zu beantworten, wenn Frage 4.3.1 mit „Ja“ (1) beantwortet wurde</i>		
Anzahl unterschiedlicher Kanäle		
<i>Zu nennen ist die Anzahl unterschiedlicher Kanäle</i>		
Bezug der Kanäle		
<i>Zu nennen ist die Anzahl der Kanäle, die den verschiedenen Kategorien angehören</i>		
Senderbezogen		
Sendungsübergreifend		

Mrkwicka K, Kießling M, Kolbe LM (2010) Fernsehsender im Web 2.0 – Potenzial moderner Web-Anwendungen für das Zuschauerbindungsmanagement. In: Proceedings of MKWI, Göttingen.

Sendungsbezogen

Andere

Wenn sendungsübergreifende, sendungsbezogene oder andere Kanäle:

Ausrichtung der Kanäle

Zu nennen ist die Anzahl der sendungsübergreifenden, sendungsbezogenen oder anderen Kanäle, die zum jeweiligen Genre angeboten werden

Genre-Einordnung nicht möglich

Information

Sport

Unterhaltung

Musik

Kinder

Fiction

Länge der Videos

Zu codieren ist, ob die Sendungen in Originallänge oder gekürzt als Clip zur Verfügung stehen

Unterschiedlich (0)

Originallänge (1)

Gekürzte Version/Ausschnitte/Clips (2)

Im Folgenden sind die Kanäle jeweils einzeln zu codieren

URL des Kanals

Zu nennen ist die URL des Kanals, für den die folgenden Aussagen gelten

Startdatum

Zu nennen ist das Datum des Kanalstarts

Abonnenten

Anzahl der Abonnenten des offiziellen Kanals

Freunde

Anzahl der Freunde des offiziellen Kanals

Mrkwicka K, Kießling M, Kolbe LM (2010) Fernsehsender im Web 2.0 – Potenzial moderner Web-Anwendungen für das Zuschauerbindungsmanagement. In: Proceedings of MKWI, Göttingen.

Pinnwandeinträge

Anzahl der Pinnwandeinträge zum offiziellen Kanal

Verlinkung

Zu codieren ist, ob es einen Link gibt, der die Nutzer direkt zur Website des Fernsehsenders weiterleitet

Nein..... (0)
Ja (1)

Offizielle Beiträge

Zu codieren ist, ob der Fernsehsender Inhalte bereitstellt

Nein..... (0)
Ja (1)

Wenn offizielle Beiträge (1):

Art der offiziellen Beiträge

Zu codieren ist, welche Art von offiziellen Beiträgen angeboten werden (mehrere Antworten möglich; ein Beitrag gilt als vorhanden, wenn er mindestens einmal gefunden wird):

Schriftliche Programmhinweise

Nein..... (0)
Ja (1)

Programmtrailer (Video)

Nein..... (0)
Ja (1)

Diskussionsanregungen

Nein..... (0)
Ja (1)

Exklusive Informationen

Nein..... (0)
Ja (1)

Zuschauerbetreuung/-unterstützung

Nein..... (0)
Ja (1)

Eventankündigungen/-einladungen

Nein..... (0)
Ja (1)

Gewinnspiele

Nein..... (0)
Ja (1)

Bezug

Zu codieren ist der Bezug des Kanals

Senderbezogen..... (1)
Sendungsübergreifend..... (2)
Sendungsbezogen (3)

	Andere	(99)
<i>Wenn sendungsübergreifender, sendungsbezogener oder anderer Bezug (2, 3 oder 99):</i>		
Genre	Kein gemeinsames Genre	(0)
<i>Genre der Sendungen für die ein gemeinsamer oder eigener Kanal existiert</i>	Information	(1)
	Sport	(2)
	Unterhaltung	(3)
	Musik.....	(4)
	Kinder.....	(5)
	Fiction	(6)
6.4.2 sevenload	Nein.....	(0)
<i>Zu codieren ist, ob der Sender offiziell mit einem Kanal in sevenload präsent ist</i>	Ja	(1)
6.4.2.1 <i>Wenn in sevenload nicht offiziell aktiv</i>		
<i>Die folgende Frage ist zu beantworten, wenn Frage 4.3.2 mit „Nein“ (0) beantwortet wurde</i>		
Anzahl der inoffiziellen Fanggruppen mit dem Namen des Fernsehsenders		
<i>Zu nennen ist die Anzahl der inoffiziellen Gruppen, die den Namen des Senders enthalten</i>		
6.4.2.2 <i>Wenn in sevenload offiziell aktiv</i>		
<i>Die folgenden Fragen sind zu beantworten, wenn Frage 4.3.2 mit „Ja“ (1) beantwortet wurde</i>		
Anzahl unterschiedlicher Kanäle		
<i>Zu nennen ist die Anzahl unterschiedlicher Kanäle; bei mehreren Plattformen sind die folgenden Fragen für jeden Kanal einzeln zu beantworten</i>		
Bezug der Kanäle		
<i>Zu nennen ist die Anzahl der Kanäle, die den verschiedenen Kategorien angehören</i>		
Senderbezogen		
Sendungsübergreifend		
Sendungsbezogen		
Andere		
<i>Wenn sendungsübergreifende, sendungsbezogene oder anderen Kanäle:</i>		

Mrkwicka K, Kießling M, Kolbe LM (2010) Fernsehsender im Web 2.0 – Potenzial moderner Web-Anwendungen für das Zuschauerbindungsmanagement. In: Proceedings of MKWI, Göttingen.

Ausrichtung der Kanäle

Zu nennen ist die Anzahl der sendungsübergreifenden, sendungsbezogenen oder anderen Kanäle, die zum jeweiligen Genre angeboten werden

Genre-Einordnung nicht möglich

Information

Sport

Unterhaltung

Musik

Kinder

Fiction

Länge der Videos

Zu codieren ist, ob die Sendungen in Originallänge oder gekürzt als Clip zur Verfügung stehen

Unterschiedlich (0)

Originallänge (1)

Gekürzte Version/Ausschnitte/Clips (2)

Im Folgenden sind die Kanäle jeweils einzeln zu codieren

URL des Kanals

Zu nennen ist die URL des Kanals, für den die folgenden Aussagen gelten

Startdatum

Zu nennen ist das Datum des Kanalstarts

Abonnenten

Anzahl der Abonnenten des offiziellen Kanals

Freunde

Anzahl der Freunde des offiziellen Kanals

Pinneinträge

Anzahl der Pinneinträge zum offiziellen Kanal

Verlinkung

Zu codieren ist, ob es einen Link gibt, der die Nutzer direkt zur

Nein (0)

Ja (1)

Mrkwicka K, Kießling M, Kolbe LM (2010) Fernsehsender im Web 2.0 – Potenzial moderner Web-Anwendungen für das Zuschauerbindungsmanagement. In: Proceedings of MKWI, Göttingen.

Website des Fernsehsenders weiterleitet

Offizielle Beiträge	Nein.....	(0)
<i>Zu codieren ist, ob der Fernsehsender Inhalte bereitstellt</i>	Ja	(1)

Wenn offizielle Beiträge (1):

Art der offiziellen Beiträge

Zu codieren ist, welche Art von offiziellen Beiträgen angeboten werden (mehrere Antworten möglich; ein Beitrag gilt als vorhanden, wenn er mindestens einmal gefunden wird):

Schriftliche Programmhinweise	Nein.....	(0)
	Ja	(1)
Programmtrailer (Video)	Nein.....	(0)
	Ja	(1)
Diskussionsanregungen	Nein.....	(0)
	Ja	(1)
Exklusive Informationen	Nein.....	(0)
	Ja	(1)
Zuschauerbetreuung/-unterstützung	Nein.....	(0)
	Ja	(1)
Eventankündigungen/-einladungen	Nein.....	(0)
	Ja	(1)
Gewinnspiele	Nein.....	(0)
	Ja	(1)

Bezug

Zu codieren ist der Bezug des Kanals

Senderbezogen.....	(1)
Sendungsübergreifend.....	(2)
Sendungsbezogen	(3)
Andere	(99)

Wenn sendungsübergreifender, sendungsbezogener oder anderer Bezug (2, 3 oder 99):

Mrkwicka K, Kießling M, Kolbe LM (2010) Fernsehsender im Web 2.0 – Potenzial moderner Web-Anwendungen für das Zuschauerbindungsmanagement. In: Proceedings of MKWI, Göttingen.

Genre	Kein gemeinsames Genre	(0)
<i>Genre der Sendungen für die ein gemeinsamer oder eigener Kanal existiert</i>	Information	(1)
	Sport	(2)
	Unterhaltung	(3)
	Musik.....	(4)
	Kinder.....	(5)
	Fiction	(6)

7 Wikis

7.1 Einbindung von Wikis auf der Website des Fernsehsenders	Nein.....	(0)
<i>Zu codieren ist, ob auf der Website des Fernsehsenders ein Wiki angeboten wird</i>	Ja	(1)

7.1.1 Wenn Wiki vorhanden

Die folgenden Fragen sind zu beantworten, wenn Frage 8.1 mit „Ja“ (1) beantwortet wurde

Anzahl der angebotenen Wikis

Zu nennen ist die Anzahl angebotener Wikis; bei mehreren Wikis sind die folgenden Fragen für jeden Wiki einzeln zu beantworten

URL des Wikis

Zu codieren ist die URL unter der der Wiki zu erreichen ist

Bezug

Zu codieren ist der Bezug des Wikis

Senderbezogen.....	(1)
Sendungsübergreifend.....	(2)
Sendungsbezogen	(3)
Andere	(99)

Wenn sendungsübergreifender, sendungsbezogener oder anderer Bezug (2, 3 oder andere):

Genre	Kein gemeinsames Genre	(0)
<i>Genre der Sendungen für die ein Wiki existiert</i>	Information	(1)
	Sport	(2)
	Unterhaltung	(3)
	Musik.....	(4)
	Kinder.....	(5)
	Fiction	(6)

Mrkwicka K, Kießling M, Kolbe LM (2010) Fernsehsender im Web 2.0 – Potenzial moderner Web-Anwendungen für das Zuschauerbindungsmanagement. In: Proceedings of MKWI, Göttingen.

7.2 Präsenz auf unabhängigen Wikis

Präsenz in unabhängigen Wikis am Beispiel von Wikipedia als umfangreichstes und meistgenutztes Angebot

7.2.1 Eintrag zum Fernsehsender in Wikipedia

Zu codieren ist, ob es einen Eintrag zum Sender gibt

Nein..... (0)

Ja (1)

7.2.1.1 Wenn Eintrag auf Wikipedia

Die folgende Frage ist zu beantworten, wenn Frage 8.2 mit „Ja“ (1) beantwortet wurde

Umfang des Eintrags

Zu codieren ist der Umfang des Eintrags, gemessen an der Anzahl der Worte

7.2.2 Verlinkungen auf die Website des Fernsehsenders von Wikipedia

Zu codieren ist die Anzahl der Wikipedia-Einträge, die auf die Website des Fernsehsenders verweisen (Suche nach www.fernsehsender.de)

8 Soziale Lesezeichensammlungen

8.1 Buttons für soziale Lesezeichensammlungen und Weiterempfehlung auf der Website des Fernsehsenders

Nein..... (0)

Ja (1)

8.1.1 Wenn Buttons für soziale Lesezeichensammlungen und zur Weiterempfehlung angeboten

Die folgenden Fragen sind zu beantworten, wenn Frage 7.1 mit „Ja“ (1) beantwortet wurde

Gesamtanzahl Buttons

Zu nennen ist die Anzahl der insgesamt unterstützten soziale Lesezeichensammlungen (Anzahl der angebotenen Buttons)

Weiterempfehlung in andere Web-2.0-Anwendungen

Nein..... (0)

Zu codieren ist, ob Buttons die Weiterleitung einzelner Seiten in Soziale Netzwerke ermöglichen (z.B. facebook, MySpace, twitter)

Ja (1)

8.2 Verweise auf einen Fernsehsender bei soziale Lesezeichensammlungen

Zu nennen ist jeweils die Anzahl der Verweise auf die Website des Fernsehsenders

Del.icio.us

Mister Wong

Digg