

## Codebuch Inhaltsanalyse

<b>1</b>	<b>Allgemeine Angaben zum Fernsehsender .....</b>	<b>IV</b>
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
<b>2</b>	<b>Allgemeine Angaben zur Website des Fernsehsenders .....</b>	<b>V</b>
2.1	Untersuchte Websites .....	V
2.2	Personalisierung der Website .....	V
2.3	Externe Links zu Web-2.0-Plattformen .....	V
<b>3</b>	<b>Weblogs .....</b>	<b>V</b>
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
<b>4</b>	<b>Podcasts .....</b>	<b>XI</b>
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
<b>5</b>	<b>Soziale Netzwerke .....</b>	<b>XIV</b>
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
<b>6</b>	<b>Content-Sharing-Portale .....</b>	<b>XXIX</b>
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
<b>7</b>	<b>Wikis</b> .....	<b>XL</b>
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
<b>8</b>	<b>Soziale Lesezeichensammlungen</b> .....	<b>XLI</b>
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>	
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 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) |

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

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		
<i>Anzahl der Pinnwandeinträge zum offiziellen Kanal</i>		
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 Kanals</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 ein gemeinsamer oder eigener Kanal existiert</i>	Information .....	(1)
	Sport .....	(2)
	Unterhaltung .....	(3)
	Musik.....	(4)
	Kinder.....	(5)
	Fiction .....	(6)
6.4.2 <i>sevenload</i>	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

<i>Zu codieren ist der Bezug des Kanals</i>	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](http://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

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

Nein..... (0)

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