



Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg
Hamburg University of Applied Sciences

DEPARTMENT INFORMATION

Bachelorarbeit

DISCOVER NEW CHANNELS - Entwicklung von Ideen und Konzepten zur Erneuerung von Organisationsstrukturen, Programmplanungen und innovativen Sendeformaten für den Tourismus- und Dokumentationssender von *TRT*

vorgelegt von

Begüm Tükenmez

Studiengang Medien und Information

erster Prüfer: Prof. Dr. Ralph Schmidt
zweiter Prüfer: Prof. Dr. Hans - Dieter Kübler

Hamburg, Juli 2010

Abstract

Gegenstand dieser Arbeit ist es, einen umfassenden Überblick über den Aufbau des neu gegründeten Tourismus- und Dokumentationssenders von *TRT* in seinem IST-Zustand zu geben und die bestehenden Problembereiche aufzuzeigen, um dann anschließend in einem SOLL-Konzept Vorschläge zu deren Behebung auszubreiten. Zu diesem Zweck wird zunächst die Geschichte des Fernsehens in der Türkei und eine kurze Chronik über den einzig existierenden öffentlich-rechtlichen Fernsehsender der Türkei, die *TRT*, vorgestellt. Der zweite Teil der Arbeit befasst sich mit einer IST-Analyse der gesamten Programmstruktur der Wochenübersicht und mit einer detaillierten Untersuchung bezüglich der vorhandenen Magazinsendungen des neuen Senders. Anhand dieser letztgenannten Analyse können aufschlussreiche Ergebnisse über den neu gegründeten Sender und seiner Probleme herausgefunden werden. Desweiteren wird im dritten Teil ein provisorisches SOLL-Konzept entworfen, das in erster Linie die einzelnen Probleme nacheinander beseitigt, indem die Magazinsendungen durch Innovationen, Behebung der Schwachstellen und teils mit neuen Ideenvorschlägen bereichert werden. Der letzte Teil stellt das verbesserte Konzept des neuen Tourismus- und Dokumentationssenders *TRT Turizm Belgesel* und die neuen Platzierungen seiner Magazinsendungen und der Film-Dokumentationen in der neu strukturierten Wochenübersicht vor. Die Zielsetzung des neuen Konzeptes für die Zukunft ist es, dem Sender eine hohe und stärkere Zuschauerbindung zu ermöglichen.

Die Erstellung der vorliegenden Arbeit basiert auf Informationen, die den im Literaturverzeichnis angegebenen Fachbüchern und einschlägigen Internetquellen entnommen worden sind, sowie solchen, die aus einem vier monatigen Aufenthalt bei *TRT* in Izmir im Jahr 2009 und aus direkten persönlichen Befragungen vor Ort gewonnen worden sind.

Deskriptoren: TRT, Türkei, Dokumentationskanal, IST-Analyse, Konzept, Organisation, Programmplanung, Sendeformat

Danksagung

Ich möchte mich an dieser Stelle ganz herzlich bei *TRT* bedanken, insbesondere bei Frau Meryem Doğan. Vielen Dank, dass Sie sich so viel Zeit für mich genommen, mich unterstützt und mir mit Informationen zur Seite gestanden haben. Außerdem möchte ich mich ganz herzlich bei meinen Eltern für die finanzielle und moralische Unterstützung bedanken, denn ohne sie wäre dieses Studium niemals möglich gewesen.

Inhaltsverzeichnis

Abbildungs- und Tabellenverzeichnis	9
1 Einleitung	10
2 Die Entstehung des Fernsehens in der Türkei	13
3 TRT - die öffentlich-rechtliche Rundfunk und Fernsehanstalt der Türkei	14
4 TRT Turizm Belgesel – eine IST-Analyse	16
4.1 TRT Turizm Belgesel - Der neue Tourismus- und Dokumentationsender	16
4.2 Aufbau des Senders	17
4.2.1 Personalstruktur und Tätigkeiten im neuen Sender	18
4.2.2 Zur Situation der Arbeitsräume	20
4.3 Ziel des neuen Senders	22
4.4 Probleme des Senders	22
4.4.1 Die Grundproblematik im Überblick	23
4.4.2 Problem: Personalwesen	23
4.4.3 Problem: Arbeitsräume	24
4.4.4 Problem: Sendername	24
4.4.5 Problem: Sender-Logo	26
4.4.6 Problem: Veränderungen der Magazinsendungen	27
4.4.7 Problem: Zuschauerbedürfnisse werden nicht beachtet	28
4.4.8 Zwischenfazit	28
5 Analyse der Programmstruktur von TRT Turizm Belgesel	30
5.1 Ziel der Analyse	30
5.2 Methodik zur IST-Analyse des Senders TRT Turizm Belgesel	30
5.3 Analyse des Senderangebots in einer Wochenübersicht	31
5.3.1 Aufbau der Programmstruktur in der Woche	31
5.3.2 Aufbau der Programmstruktur am Wochenende	32
5.3.3 Schwächen der Wochenstruktur	32
5.3.4 Stellenwert und Platzierung der Filmdokumentationen	33
5.3.5 Zwischenfazit	34
6 Analysen der bestehenden Magazinsendungen	36
6.1 Ziel der Analyse	36
6.2 Methodik zur IST-Analyse der bestehenden Magazinsendungen	36
6.3 Analyse <i>Buluşma Noktası</i>	37
6.3.1 Profil der Magazinsendung	37
6.3.2 Ablauf der Magazinsendung	38
6.3.3 Zielgruppe	39
6.3.4 Design des Studios	40
6.3.5 Die Schwächen des Sendeformats im Überblick	40

6.3.5.1 Schwachstelle: Moderatorinnen	41
6.3.5.2 Schwachstelle: unorganisiertes Team	41
6.3.5.3 Schwachstelle: unstrukturierter Sendeablauf	41
6.3.5.4 Schwachstelle: Studiodesign	42
6.3.5.5 Zwischenfazit	42
6.4 Analyse <i>Türkiyeden</i>	43
6.4.1 Profil der Magazinsendung	43
6.4.2 Ablauf der Magazinsendung	43
6.4.3 Zielgruppe	45
6.4.4 Design des Studios	45
6.4.5 Die Schwächen des Sendeformats im Überblick	46
6.4.5.1 Schwachstelle: Moderatorin	46
6.4.5.2 Schwachstelle: Studiodesign	46
6.4.5.3 Zwischenfazit	46
6.5 Analyse <i>Memleketim</i>	47
6.5.1 Profil der Magazinsendung	47
6.5.2 Ablauf der Magazinsendung	48
6.5.3 Zielgruppe	49
6.5.4 Design des Studios	49
6.5.5 Die Schwächen des Sendeformats im Überblick	50
6.5.5.1 Schwachstelle: Namenswechsel	50
6.5.5.2 Schwachstelle: Sendeablauf	51
6.5.5.3 Schwachstelle: Studiodesign	51
6.5.5.4 Zwischenfazit	52
6.6 Analyse <i>Hayatı Belgeyenler</i>	52
6.6.1 Profil der Magazinsendung	52
6.6.2 Ablauf der Magazinsendung	53
6.6.3 Zielgruppe	54
6.6.4 Design des Studios	54
6.6.5 Die Schwächen des Sendeformats im Überblick	55
6.6.5.1 Schwachstelle: keine feste Sendezeit	55
6.6.5.2 Schwachstelle: Sendezeit und Wiederholung	56
6.6.5.3 Zwischenfazit	56
6.7 Allgemeine Zusammenfassung der Analysen der Magazinsendungen	57
6.8 Zusammenfassende Kritik des herkömmlichen Sendekonzeptes von <i>TRT Turizm Belgesel</i>	58
7 Das neue Konzept für <i>TRT Turizm Belgesel</i> – Der SOLL-Zustand	60
7.1 Kurz gefasst: Aufbau des Senders <i>TRT Turizm Belgesel</i>	60
7.2 Zielgruppe des Senders	60
7.3 Die Grundidee des SOLL-Konzeptes	61
7.4 Allgemeine Zielsetzung des Senders im SOLL-Zustand	61
7.5 Entwicklung des Optimierungskonzeptes	62
7.6 Optimierungsstrategien für den Sender im Überblick	62

7.6.1 Personelle und räumliche Organisation	62
7.6.1.1 Interne Kommunikation und neue Organisationsstrukturen	63
7.6.1.2 Die Teambildung	64
7.6.1.3 Strukturen der Arbeitsräume	65
7.6.1.4 Zusammenfassung	66
7.6.2 Optimierung: Sendername und Sender-Logo	67
7.6.2.1 Der neue Sendername	67
7.6.2.2 Das neue Sender-Logo	69
7.6.2.3 Zusammenfassung	72
8 Ideen und Konzepte für Innovative Magazinformate	73
8.1 Zielsetzung der Optimierung	73
8.2 Vorgehensweise	74
8.3 <i>Bulusma Noktası</i> – Das neue Konzept	74
8.3.1 Kurz gefasst: Das Senderprofil	74
8.3.2 Verbesserung der Moderation	75
8.3.3 Die richtige Auswahl der Moderatoren	76
8.3.4 Das richtige Moderieren	77
8.3.5 Optimierung der Teamorganisation	77
8.3.6 Optimierung des Studiodesigns	78
8.3.7 Verbesserungsvorschläge und Empfehlungen	79
8.4 <i>Türkiyeden</i> – Das neue Konzept	80
8.4.1 Kurz gefasst: Das Senderprofil	80
8.4.2 Verbesserung der Moderatorin	81
8.4.3 Optimierung des Studiodesigns	81
8.4.4 Verbesserungsvorschläge und Empfehlungen	82
8.5 <i>Memleketim</i> – Das neue Konzept	82
8.5.1 Kurz gefasst: Das Senderprofil	82
8.5.2 Kontinuität des Formatnamens	83
8.5.3 Klare Strukturierung des Sendeablaufs	84
8.5.4 Optimierung des Studiodesigns	85
8.5.5 Verbesserungsvorschläge und Empfehlungen	86
8.6 <i>Hayatı Belgeyenler</i> – Das neue Konzept	87
8.6.1 Kurz gefasst: Das Senderprofil	87
8.6.2 Optimierung: Sendezeit und Senderangebot	88
8.6.3 Verbesserungsvorschläge und Empfehlungen	89
8.7 Das neue Konzept für die Magazinformate im Überblick	89
9 Planungsstrategien zur Entwicklung neuer Magazinformate	92
9.1 Sendungsidee	92
9.2 Konzeptskizze	92
9.3 Papierpilot	93
9.4 Zusammenfassung	93

10 Das Optimierungskonzept zur Verwendung von Dokumentationsformaten	95
11 Optimierung der Programmstruktur	98
11.1 Ziel des Konzeptes	98
11.2 Methodik des Konzeptes	98
11.3 Kurz gefasst: Die Programmstruktur	99
11.4 Programmplanung: Grundlagen und Strategien	100
11.5 Optimierung Programmstruktur von – <i>TRT Turizm Belgesel</i>	103
11.5.1 Die neue Programmstruktur in der Woche	103
11.5.2 Die neue Programmstruktur am Wochenende	106
11.6 Zusammenfassung	107
12 Zukünftige Ideen und Entwicklungen	109
13 Resümee	111
Literatur-und Quellenverzeichnis	114
Anhänge	122

Abbildungs- und Tabellenverzeichnis

Abbildung 1: Übersicht der Arbeitsetage bei <i>TRT</i>	21
Abbildung 2: <i>TRT</i> Eingangstür - mit dem Flyer	25
Abbildung 3: Der Flyer im Detail	25
Abbildung 4: Die entworfene Internetseite auf <i>TRT</i> für die Namensvorschläge	26
Abbildung 5: Übersicht der bisher verwendeten Sender-Logos	27
Abbildung 6: Das Studio Design der Magazinsendung <i>Buluşma Noktası</i>	40
Abbildung 7: Das Studio Design der Magazinsendung <i>Türkiyeden</i>	45
Abbildung 8: Das Studio Design der Magazinsendung <i>Memleketim</i>	50
Abbildung 9: Das Studio Design der Magazinsendung <i>Hayatı Belgeyenler</i>	55
Abbildung 10: Das Sender-Logo des neuen Senders in seinem jetzigen Zustand	70
Abbildung 11: Neues Sender-Logo von <i>TRT Bel-Tur</i>	71
Abbildung 12: Neues Sender-Logo mit dem neuen Sendernamen	71
Tabelle 1: Übersicht der Dokumentationsarten mit ihren Farben	17
Tabelle 2: Überblick der gesendeten Dokumentationen und ihrer Produktionsjahre	34
Tabelle 3: Die Namen der analysierten Magazinsendungen	37
Tabelle 4: Überblick der Problemstellungen des Senders	58
Tabelle 5: Überblick der Schwachstellen der Wochenübersicht und der Magazinsendungen	59
Tabelle 6: Überblick der gedrehten Dokumentationen von <i>TRT</i>	97
Tabelle 7: Übersicht der Sendestrukturen in ihrem IST-Zustand	103
Tabelle 8: Neue Programmstruktur in der Woche	105
Tabelle 9: Neue Programmstruktur am Wochenende	107

1 Einleitung

Seit mehr als 40 Jahren existiert der öffentlich-rechtliche Fernsehsender *TRT* in der Türkei. Bis zur heutigen Zeit haben sich die *TRT* und ihre angebotenen Programme erheblich verändert. In den letzten Jahren ist die *TRT* zunehmend bereit, in hoher Geschwindigkeit immer neue Sendeformate, mit oder ohne Erfolg, durchzusetzen. Eines der letzt gegründeten Sendeformate, auf die ich mich mit dieser Bachelor-Arbeit beziehe, ist der Sender *TRT Turizm Belgesel*. Der neue Sender sieht seine Aufgabe darin, die gesamte Bevölkerung, die im Ausland lebenden - und hauptsächlich für Tourismus- und Film-Dokumentationen-Interessierte thematisch zu versorgen. Die Programm-Verantwortlichen möchten durch den neuen Fernsehsender vor allem den Bekanntheitsgrad der Türkei erhöhen.

Das Hauptanliegen dieser Bachelor-Arbeit basiert darauf, dem im vergangenen Jahr 2009 neu eröffneten Tourismus- und Dokumentationssender von *TRT*, organisatorisch und programmplanerisch nachzuhelfen. *TRT Turizm Belgesel* bietet seinen Zuschauern täglich Magazinsendungen für die Bereiche Reise, Kultur und Tourismus an. Auch zahlreiche Dokumentationen sind ein fester Bestandteil des neuen Senders. Schon nach sehr kurzer Zeit der Eröffnung konnte beobachtet werden, dass in dem Sender Problemstellen vorhanden sind, die grundsätzlich dazu führen, dass der Sender seine Zielvorgaben nicht verwirklichen kann. Infolgedessen beschäftigt sich die Hauptaufgabe der vorliegenden Arbeit mit einer detaillierten Analyse des IST-Zustandes und einem SOLL-Konzept, die nur für den Zweck dieser Arbeit entwickelt wurden. Gerade die rasante Entwicklung des neuen Senders erfordert eine flexible und optimierungsfähige Struktur. Die Idee, ein neues Konzept zu entwerfen, ergab sich aus dem Umstand, dass die Programm-Verantwortlichen es nicht wirklich ermöglichen konnten, den Sender so zu präsentieren wie es eigentlich sein sollte. Es kann nicht sinnvoll sein, einen Sender zu eröffnen, bei dem der Programm-Verantwortliche selbst einzuschätzen weiß, dass viele Gründe dagegen sprechen, voreilig eine neue Sendeschiene einzuführen. Vielmehr muss Wert darauf gelegt werden, zuvor an den Strukturen zu arbeiten. Genau aus diesem Grund möchte ich diese Gelegenheit nutzen, ein verbessertes Konzept für den neu gegründeten Sender anzufertigen.

Die Arbeit gliedert sich in 12 Kapitel. Nach dieser Einführung wird im zweiten Kapitel ein kurzer Überblick über die Entstehung des Fernsehens in der Türkei gegeben. Das dritte Kapitel gibt eine kurze Zusammenfassung über die Chronik des einzig existierenden öffentlich-rechtlichen Fernsehsenders der Türkei, die *TRT*. Dieser Abriss dient in erster Linie dazu, darzustellen, mit welcher Grundhaltung sich die *TRT* ihre heutige Ausgangsposition verschafft hat. Kapitel vier präsentiert den Sender *TRT Turizm Belgesel* in seinem Aufbau, bezüglich der Personalstrukturen, der Organisation der Arbeitsräume und thematisiert vorhandene Problemstellen. Im fünften Kapitel wird eine Untersuchung der Programmstrukturen in einer Wochenübersicht erstellt und die dort auffindbaren Schwächen analysiert. Der Stellenwert und die Platzierung der Film-Dokumentationen die in dem Sender ausgestrahlt werden, werden in einem gesonderten Abschnitt (vgl. Kapitel 5.3.4) untersucht. Eine weitere IST-Analyse im sechsten Kapitel beschäftigt sich mit den bestehenden Magazinsendungen, die in dem Sender täglich angeboten werden. Die eigenständige Analyse, die hier durchgeführt wurde, bezieht sich einschließlich auf deren Profil, den Sendeablauf, dessen Zielgruppe, das Studiodesign und auf den auffallenden Schwächen. Der Schluss der IST-Analyse wird mit einer Zusammenfassung der Magazinsendungen und einer zusammenfassenden Kritik des herkömmlichen Sendekonzeptes abgeschlossen. Nachdem sich aus dem IST-Zustand erste aufschlussreiche und interessante Ergebnisse resultiert haben, widmet sich das siebte Kapitel dem SOLL-Zustand. Die Idee, ein neues SOLL-Konzept für diesen Sender zu erstellen, ist eine versuchsweise aufgestellte Idee. In erster Linie verbirgt sich dahinter der Gedanke, parallel zum IST-Zustand zu arbeiten und die anzutreffenden Problembereiche in der Sendestruktur und - Organisation zu beheben. Das achte Kapitel behandelt Ideen und Konzepte für die innovativen Magazinformate. Auch hier wird versucht, die Ideenkonzeption parallel zum IST-Zustand anzulegen: Die Magazinsendungen werden der Reihe nach umstrukturiert, und die beobachteten Schwachstellen durch die Umsetzung von Verbesserungsvorschlägen behoben. Nach den Umstrukturierungen der einzelnen Magazinsendungen werden im neunten Kapitel die Planungsstrategien zur Entwicklung neuer Magazinformate vorgestellt, die vor der Erstaussstrahlung neuer Sendungen meistens aufgestellt werden. Ein separates Optimierungskonzept zur Verwendung von Dokumentationsformaten bietet das zehnte Kapitel. Das elfte Kapitel zeigt die Optimierung der Programmstrukturen. Zunächst werden hier programmplanerische Begriffe definiert, die für die Umsetzung und Umstrukturierung des Aufbaus einer neuen Wochenübersicht benötigt werden. In dem zwölften Kapitel werden visionäre Ideen und Entwicklungen vorgestellt, die in dem Sender aufgenommen werden

könnten. Das letzte Kapitel schließt mit einem Resümee der dargelegten Argumente und Positionen.

Nach dieser ausführlichen Einleitung, möchte ich nun im folgenden Kapitel auf die Entstehung des Fernsehens in der Türkei eingehen.

2 Die Entstehung des Fernsehens in der Türkei

Die Einführung des Fernsehens in der Türkei hat eigentlich mit der Gründung von *TRT* angefangen. Vor *TRT* gab es lediglich eine kleine Episode mit einer Universität in Istanbul, die den Istanbulern erstmals die schwarz-weißen Bilder in ihre Wohnzimmer brachte.

Die erste türkische Fernsehsendung wurde am 09. Juli 1952 aus den Studios der I.T.Ü (*Istanbul Teknik Üniversitesi*) der Technischen Universität in Istanbul ausgestrahlt.¹ Dieser Tag gilt als geschichtlicher Beginn des Fernsehens in der Türkei. Von diesem Zeitpunkt an wurde jede Woche einmal, jeweils freitags, gesendet. Viele Istanbuler wussten dies anfangs nicht. Grund hierfür war, dass das Senden nur amateurhaft und für Bildungszwecke innerhalb der Universität betrieben wurde. Fernsehen war zu jenem Zeitpunkt sehr teuer und aufwendig.² Ein Jahr später wurde an der Universität in einem Konferenzsaal angekündigt, dass alle Interessierten jeden Freitag zwischen 17:00 und 18:00 Uhr fernsehen könnten. Die ersten Publikationen die sie gesendet haben waren: Theaterstücke, klassische Westeuropäische Musik, türkische Volksmusik, Vorträge über Gesundheit, Kinder und andere kulturelle Themen.³ Im Laufe der Zeit haben sich die begrenzten Programme verändert. Die Sendezeiten und die Fernsehumsätze sind gestiegen. Nahezu fünfzehn Jahre später (1966) konnten sich nur noch wohlhabende Haushalte, Hotels, Cafés und Schulen einen Fernseher leisten.⁴

Die von der I.T.Ü gesendeten Programme haben bis zum Jahr 1970 andauert. Bis eine kapitalistische Gruppe von Studenten die Studios der Technischen Universität überfallen haben. Nach diesem Geschehnis übergab die Hochschulverwaltung die im Jahr 1964 aufgebaute *TRT* und ihre technischen Geräte und beendete somit ihre fast 20 Jahre andauernde Sendedauer.⁵ Anschließend tritt mit der *TRT* erstmals ein öffentlicher Fernsehsender in der Türkei auf.

¹ Vgl. Serim 2007, S. 27

² Vgl. Serim 2007, S. 29

³ Vgl. Serim 2007, S. 30

⁴ Vgl. Serim 2007, S. 33

⁵ Vgl. Serim 2007, S. 35

3 *TRT die öffentlich-rechtliche Rundfunk- und Fernsehanstalt der Türkei*

Die Türkei verfügt über einen reichen und dynamischen Rundfunksektor. Mit dem Beginn des Gesetzes über Radioanlagen gingen die ersten Radioprogramme auf Sendung. Am 06. Mai 1927 wurde in Istanbul die erste offizielle Radiosendung gesendet.⁶ Circa 40 Jahre nach Beginn des Radiozeitalters von *TRT* fügt sich zum Radio das neue Gerät des Fernsehens in das gesellschaftliche Leben der Türkei ein. Wenn in der Türkei vom öffentlich-rechtlichen Sender die Rede ist, wird darunter gemeinhin die *TRT* verstanden. Der Türkische Rundfunk, (*türkisch: Türkiye Radyo ve Televizyon Kurumu*) ist in der Türkei der erste gegründete und einzige existierende öffentlich-rechtliche Sender. Gemäß Paragraph 359 des türkischen Gesetzes ist die *TRT* am 01. Mai 1964 gegründet worden.⁷ Mit dieser Entstehung hat in der Türkei im Bereich Radio-Fernsehen eine neue Periode begonnen.

Am 31. Januar 1968 um Punkt 19:27 Uhr ging das türkische Fernsehen erstmals landesweit auf Sendung und versorgte die türkischen Bürger mit Informationen aus Ankara, der Hauptstadt der Türkei und Sitz des Fernsehsenders *TRT*.⁸ Auf der linken oberen Seite des Fernsehens stand „Ankara Televizyonu“ (*auf Deutsch: „Ankara Fernsehen“*) und zu sehen war nur eine Statue von Atatürk.⁹ Ab Mai 1984 hat sich *TRT* vom schwarz-weißen Fernsehen verabschiedet und angefangen in Farbe auszustrahlen. Erst am 16. Januar 1991 ging *TRT1* zum ersten Mal 24 Stunden auf Sendung. Der Fernsehkanal hat es durch die soziale Einsatzbereitschaft der Mitarbeiter geschafft, einen dauerhaften Platz in den Herzen der türkischen Gesellschaft einzunehmen. Durch eine Bildungsstätte des Rundfunkes und durch eine vertrauenswürdige Sendeanstalt hat die türkische Rundfunkanstalt ihre heutige soziale Position erreicht. Die *TRT* bietet Sendungen für jedes Alter und jede Kultur. Ihre Kanäle sendet sie landesweit in verschiedenen Bereichen wie Nachrichten, Bildung und Kultur, Dokumentation, Kinder- und Sportprogramme, Reise- Tourismus, Musik, Unterhaltung, Dramen sowie Kinofilme. Ihre Zielgruppe ist die Gesamtbevölkerung. Dank neuester Technologie verfügt der

⁶ Vgl. TRT 2010a

⁷ Vgl. Serim 2007, S. 43

⁸ Vgl. Serim 2007, S. 51

⁹ Atatürk, Mustafa Kemal, geb. 1881 in Thessaloniki ehem. Selânik (Osmanischen Reich), gest. am 10. November 1938 in Istanbul, ist Gründer und erster Staatspräsident der Türkei gewesen (Vgl. Büyüm 1992, S. 115).

staatliche Sender über eine große geografische Reichweite. Die *TRT* strahlt heute nicht nur in der Türkei aus, sondern ist auch auf ein internationales Publikum ausgerichtet. Mit insgesamt zehn bestehenden Fernsehkanälen, dem *TRT1*, *TRT Haber*, *TRT3*, *TRT Çocuk*, *TRT Türk*, *TRT Avaz*, *TRT Gap*, *TRT6*, *TRT Turizm-Belgesel* und *TRT Müzik* kann *TRT* landesweit und in jeder Ecke der Türkei empfangen werden. Derzeit verfügt die *TRT* über 18 Radiokanäle.¹⁰ Neben dem Rundfunk stellt die *TRT* ein breites Angebot an Teletext- und Internetdiensten ihren Usern und Zuschauer bereit. In insgesamt 30 Sprachen steht *TRT* seit Ende 2008 mit ihrer Internetpräsenz zu Verfügung. Die internationalen Programme können von Europa, Asien, Australien, Neuseeland und den USA bis hin zu Kanada erreicht werden. Dabei finanziert sich die *TRT* durch ein Mischsystem aus Rundfunkgebühren, Anmeldegebühren für Fernseh-Empfänger, aus Werbung und weiteren öffentlichen Mitteln. Die Hauptzentrale von *TRT* liegt in der Hauptstadt Ankara, weitere Sendestationen sind verteilt auf folgende sieben Gebiete: Istanbul, Izmir, Trabzon, Diyarbakir, Antalya, Çukurova und Erzurum. *TRT* entwickelt immer wieder neue Formate. Der Sender produziert seit den letzten Jahren mit hoher Geschwindigkeit immerzu neue Sendekonzepte, die er mit wechselndem Erfolg etablieren kann.

¹⁰ Vgl. TRT 2010b

4 TRT Turizm Belgesel – eine IST-Analyse

4.1 TRT Turizm Belgesel - Der neue Tourismus- und Dokumentationsender

Am 17. Oktober 2009¹¹ ist der staatliche Fernsehkanal mit einer neuen Sendereihe, einem Tourismus- und Dokumentationsender auf Sendung gegangen. Der neue Sender trägt den Namen *TRT Turizm Belgesel (TRT Tourismus Dokumentation)*. Die Zentrale des neuen Fernsehsenders liegt an der ägäischen Küste der Türkei, in Izmir. Von dort aus wird 24 Stunden am Tag gesendet. Mit ihrem Tourismus- und Dokumentations-Programm informiert dieser Sender täglich seine Zuschauer, über kulturelle und touristische Ziele innerhalb der Türkei. Neben dem Tourismusformat gibt der Sender seinen Zuschauern außerdem die Möglichkeit, sich zahlreiche Film-Dokumentationen anzusehen, die von der TRT selbst produziert werden. Unmittelbar vor der Erstaussstrahlung des Senders hat der Kanal-Koordinator Hüdai Yılmazkan angekündigt: „Um auch unseren türkischen Zuschauern Dokumentationen darbieten zu können, müssen wir im Stande sein und ebenso das Ziel haben, die Türkei auch im Ausland in hoher Qualität zu präsentieren.“¹²

Die Themenbereiche der angebotenen Dokumentationen sind mit den einzelnen Farben des Regenbogens versehen: Wissenschaft, Forschung, Nachrichten und Sport, Amateurfilme, Kultur- und Kunstfilme, Natur und Umgebung, Geschichte und Archäologie, Reise- und Tourismusbranche, Gesellschaft und Porträts. *Hüdai Yılmazkan*: „Die grüne Farbe, symbolisiert auf der ganzen Welt die Natur und Umwelt. Deshalb haben wir für alle Natur-Dokumentationen den grünen Bogen bestimmt. Die Farbe Lila steht für Gesellschaft und Porträts, Blau für Reise- und Tourismusbranche, die Farbe Gelb für Kultur und Kunst, Rot für Wissenschaft, Forschung, Nachrichten und Sport, Türkis für Geschichte, Archäologie und zuletzt die Farbe Orange, sie soll die Amateur- und Dokumentarfilme symbolisieren.“¹³

¹¹ Vgl. TRT 2010c

¹² Zit. Gazete Turizm Tatil Seyahat 2010 – „Kanal Koordinatör Vekili Hüdai Yılmazkan, yaptığı açıklamada, Türk izleyicisinin belgesel ihtiyacını karşılamayı ve şifresiz, kaliteli yayınla Türkiye'yi yurt dışında tanıtmayı amaçladıklarını belirterek.“

¹³ Zit. Gazete Turizm Tatil Seyahat 2010 - “Yeşil renk tüm dünyada doğayı ve çevreyi simgeler. Yeşil kuşak dediğimiz belgeselleri bu isimle andık, mor rengin toplum ve portreler, mavinin seyahat ve turizm, sarının kültür ve sanat, kırmızının bilim, araştırma, haber ve spor, turkuvazın tarih ve arkeoloji, turuncunun amatör belgeselleri simgelediğini kaydetti.“

TRT Turizm Belgesel sendet nicht nur auf Türkisch, sondern auch noch in den Sprachen Deutsch, Englisch, Französisch und Russisch. Der Tourismus- und Dokumentationssender ist mit dem Satelliten D-SMART zu empfangen. Neben dem Satellit ist der Sender weltweit auch im Internet auf der Webseite von TRT unter <http://www.trt.net.tr/Canli/canli.aspx?Kanal=TV1> als Livestream zu sehen.¹⁴

Farbe:	Bereiche:
Rot steht für	Wissenschaft, Forschung, Nachrichten und Sport
Orange steht für	Amateurfilme
Gelb steht für	Kultur- und Kunstfilme
Grün steht für	Natur und Umgebung
Türkis steht für	Geschichte und Archäologie
Blau steht für	Reise und Tourismusbranche
Lila steht für	Gesellschaft und Porträts

Tab. 1: Übersicht der Dokumentationsarten mit ihren Farben
[Quelle: Vgl. Gazete Turizm Tatil Seyahat 2010, eigene Darstellung]

4.2 Aufbau des Senders

Seit Ende letzten Jahres strahlt der türkische staatliche Fernsehkanal seinen eigenen Tourismus- und Dokumentationssender aus. Der Sender wurde 2009 unter dem Namen *TRT Turizm Belgesel* gegründet. Schon kurz nach der Eröffnung des Senders haben sich einige bestehende Magazinsendungen, der Sendername und das Sender-Logo verändert. Auf dieses Thema werde ich im späteren Teil noch zu sprechen kommen.

Das Programm des öffentlich-rechtlichen Fernsehsenders widmet sich in erster Linie den Bereichen Kultur, Reise-Tourismus und Dokumentation und gehört zum Kernbereich des Senders. Außer auf Türkisch stellt er der Welt auf vier weiteren Sprachen die kulturellen Werte und die natürlichen Sehenswürdigkeiten der Türkei vor. Der Tourismus- und Dokumentationssender wird täglich von Montag bis Sonntag ausgestrahlt und ist eine werbefreie Sendung. Der Sender richtet sich an keine bestimmte Altersgruppe. Sichtbar ist jedoch, dass sein Zielpublikum in drei Gruppen aufgeteilt ist: Die erste Gruppe ist die gesamte Bevölkerung, die zweite Gruppe richtet sich an alle im Ausland lebenden

¹⁴ Vgl. TRT 2010d

Zuschauer und die letzte Zuschauergruppe sind diejenigen, die sich für Kultur, Reise-Tourismus und Film-Dokumentationen interessieren. Das Fernsehprogramm orientiert sich an den Bedürfnissen der oben genannten drei Zuschauergruppen. Der Fernsehsender verfügt über ein breitgefächertes Programm aus Magazinsendungen und den Dokumentationen. Seine Programmbereiche teilen sich aber überwiegend in zwei Hauptkategorien auf: den Magazinsendungen und den Dokumentarfilmen. Auch auf diese beiden Kategorien werde ich im späteren noch detaillierter eingehen.

4.2.1 Personalstruktur und Tätigkeiten im neuen Sender

In diesem Abschnitt soll zunächst eine Übersicht über die vorhandene Personalstruktur des neuen Senders gegeben werden.

Der Tourismus- und Dokumentationssender beschäftigt ein relativ kleines Team. So wird der Sender und seine angebotenen Magazinsendungen von einem kleinem Team geplant, gestaltet, produziert und auch gesendet. Die Programmleitung und das Redaktionsteam setzen sich dabei aus einem Kanal-Koordinator, Kanal-Koordinator Assistent, aus den Produzenten der unterschiedlichen Abteilungen, den Programm-Verantwortlichen, aus Dokumentarfilmern, Ratgebern, Moderatoren und aus den Live-Reportern zusammen. Im Folgenden eine Übersicht auf die einzelnen Tätigkeitsfelder:

- **Kanal-Koordinator** (*Kanal Koordinatör*):

Der Kanal-Koordinator ist der Oberhaupt des neuen Senders. Er trägt die Gesamtverantwortung und ist für die Betreuung und für die Führung des Senders zuständig. Seine Aufgaben bestehen darin, wichtige Entscheidungen in den Bereichen Organisationsstruktur und Programmplanungen zu treffen. Erst durch seine Zustimmung können Projekte für den Sender umgesetzt werden. Außerdem ist er dafür zu ständig, das Team zusammen zu halten und es zu unterstützen.

- **Kanal-Koordinator Assistent** (*Kanal Koordintör Assistantı*):

Der Assistent ist die zweite Hand des Kanal-Koordinators. Er begleitet den Koordinator in allen seinen Bereichen und übernimmt alle Aufgaben, die an ihn weitergeleitet werden. Hauptsächlich besteht seine Aufgabe aber darin, alles im Blickfeld zu halten, zu überprüfen, wie die einzelnen Teams in ihren Bereichen arbeiten, was sie leisten, und er protokolliert im Anschluss die Ergebnisse.

- **Produzent/-in (Yönetmen):**
Die Produzenten in diesem Sender tragen die organisatorische Verantwortung für die angebotenen Magazinsendungen. Ihre Hauptaufgaben bestehen darin, Kreativität- und Ideenfindung zu betreiben und zu fördern, und die Themen und Ablaufpläne für die Magazinsendungen zu erstellen und diese an den Programm-Verantwortlichen weiterzuleiten.
- **Programm-Verantwortliche (Yapımcı):**
Die Programm-Verantwortliche bereiten die Themen und den Programmablauf der bestehenden Magazinsendungen vor. Die Gestaltung der Sendungen ist auch Kernaufgabe der Programm-Verantwortlichen. Zudem sind sie dazu verpflichtet alle Anweisungen zu befolgen, die der/die Produzent/-in an sie weiterleitet.
- **Dokumentarfilmer/-in (Belgeselci):**
Ausgewählte Dokumentarfilmer/-in von TRT in Izmir, sind in den Magazinsendungen entweder als Produzent/-in, als Programm-Verantwortliche oder als Moderator/-in positioniert.
- **Ratgeber, Berater/-in (Danışman):**
Die Ratgeber und Berater sind auch ausgewählte Dokumentarfilmer/-in. Sie helfen bei dem Aufbau der Inhalte für die Themen der Magazinsendungen.
- **Moderator/-in (Sunucu):**
Die Moderatoren von TRT Turizm Belgesel präsentieren sich insbesondere in den Magazinsendungen. Ihre Aufgabenbereiche bestehen darin den Magazinsendungen einen Rahmen zu geben, die Zuschauer zu informieren und zu unterhalten, ihnen ein Wohlgefühl zu geben und eine Orientierungshilfe zu sein.
- **Live-Reporter/-in (Röportajcı):**
Die Magazinsendungen verfügen über Live-Reporter. Die Live-Reporter/-in sind diejenigen, die den Moderatoren dabei helfen, die jeweiligen Themen der Magazinsendungen live vor Ort zu präsentieren.

Nachdem eine Übersicht der Personalstrukturen und der Tätigkeiten des neuen Senders aufgeführt wurden, geht es im nächsten Abschnitt um den Aufbau und die Gestaltung der Arbeitsräume.

4.2.2 Zur Situation der Arbeitsräume

Die TRT in Izmir ist in zwei Gebäuden ansässig, aus einem Haupt- und einem Nebengebäude, die durch einen Korridor der sich im Erdgeschoss befindet, miteinander verbunden sind. Zunächst möchte ich das Hauptgebäude kurz beschreiben. Das Hauptgebäude von TRT ist auf neun Etagen aufgebaut. Alle Angestellten sind auf diesen Etagen verteilt. Desweiteren möchte ich die Aufteilung einer Etage in dem Hauptgebäude beispielhaft beschreiben: Auf einer Etage befinden sich drei große und acht kleine Arbeitsräume. In den größeren Räumen sind bis zu sechs Angestellte jeglicher Positionen wie Dokumentarfilmer-/in, Produzenten, Redakteure und Programm-Verantwortliche aus den unterschiedlichsten Abteilungen beschäftigt. Sie alle sind voneinander unabhängig. In sehr seltenen Fällen ist ein Arbeitsraum mit einem kompletten Team besetzt. Die Abbildung 1 zeigt eine selbst skizzierte Etage zur Veranschaulichung.¹⁵

¹⁵ Die Skizze wurde im Rahmen eines persönlichen Aufenthaltes in Izmir- Gebäude der TRT im Jahr 2009 von der Verfasserin selbst gefertigt.

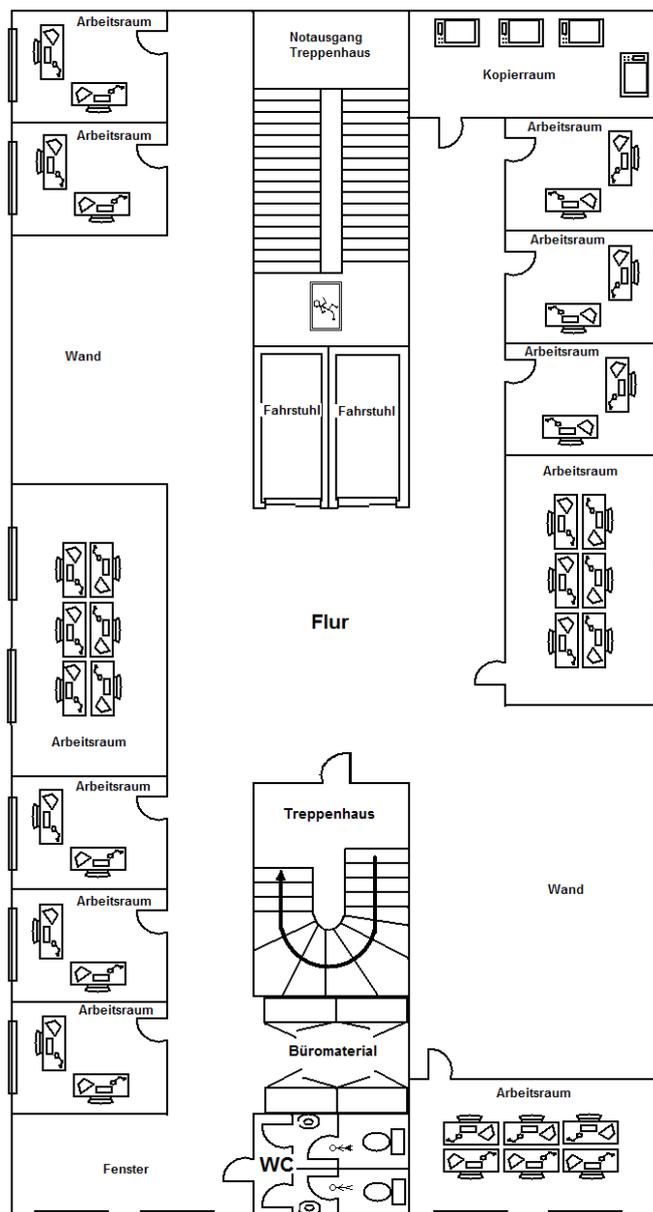


Abb. 1: Übersicht der Arbeitsetage bei TRT
 [Quelle: Eigene Darstellung]

Das Nebengebäude von TRT besteht derzeit aus drei Etagen. Sie ist als das so genannte Produktionsgebäude bekannt. Im Untergeschoss befinden sich ein mittelgroßes Studio, ein Tonstudio, die Dekorationsräume und ein Aufenthaltsraum. Das Erdgeschoss ist mit einem Regieraum und einem separaten Raum für die Bild- und Tonregie ausgestattet. Das Obergeschoss setzt sich aus den Schnitt- und Archivräumen zusammen.

4.3 Ziel des neuen Senders

Das Ziel des neuen Fernsehsenders ist es die Bevölkerung und die im Ausland lebenden Zuschauerinnen und Zuschauer nachhaltig an diesen Sender zu binden. Die Einrichtung von *TRT Turizm Belgesel* soll eine Anregung für das kulturelle Leben der Zuschauer geben. Darüber hinaus hat sich der Sender zum Ziel gesetzt, seinen Zuschauern in Filmdokumentationen die kulturellen und touristischen Besonderheiten der Türkei medienwirksam nahezu bringen. Der Generaldirektor von TRT, Ibrahim Şahin¹⁶, äußerte sich im Oktober 2009 zu den Zielen des neuen Senders folgendermaßen: „Was unsere Vielfalt an Tourismus betrifft, sind wir reich ausgestattet. Alle Ansammlungen, die Vielfalt und Schönheiten sollen durch unser Volk kennengelernt und in Besitz genommen werden, damit es in die ganze Welt getragen wird.“¹⁷ Durch diesen Sender soll das historische Erbe geschützt und die türkische Kultur vitalisiert werden.¹⁸

4.4 Probleme des Senders

Der neue Sender hat es nicht wirklich geschafft, diejenigen Ziele durchzusetzen, die der Generaldirektor Ibrahim Şahin angegeben hat. Seit fast sechs Monaten ist *TRT Turizm Belgesel* auf den Fernsehbildschirmen zu sehen. Von Anfang an jedoch hatte der Sender mit einer Reihe von Problemen zu kämpfen. Der neue Fernsehsender erweckt den Eindruck, dass die Programm-Zuständigen sich nicht darüber im Klaren sind, was genau das Ziel ihrer Sendung sein soll. Die Organisationsstrukturen und die Programmplanungen schaffen es nicht dem neuen Sender ein stabiles und kohärentes Erscheinungsbild zu geben. Einzelne Magazinsendungen sowie Sendername und Sender-Logo des neu gegründeten Senders sind in einem ständigen Wandel. Grund hierfür sind vor allem die Unprofessionalität der Angestellten, eine schwache Teamarbeit, mangelhafte Kommunikation, fehlendes Fachwissen, unübersichtliche Arbeitsräume, unprofessionelle Moderatoren und Fernsehmacher die es voreilig zulassen eine neue

¹⁶ Şahin, Ibrahim. Geb. 1962 in Amasya (Türkei). Er ist seit dem Jahr 2007 der Generaldirektor von TRT (Vgl. TRT 2010e)

¹⁷ Vgl. Zaman Online 2010 - „*Turizm çeşitliliği açısından çok büyük zenginliklerimiz var. Bunun kendi insanımız tarafından da öğrenilmesi, sahiplenilmesi ve dünyaya anlatılması gerekiyordu.*“

¹⁸ Vgl. EurActiv 2010 - *TRT Turizm ve Belgesel Kanalı, aynı zamanda sektöre destek veren diğer alanların da canlanmasına, tarihi mirasın ve çevrenin korunmasına, kültürümüzün yaşatılmasına büyük katkı sağlayacak.*

Sendeschiene einzuführen, obwohl sie eigentlich im klaren sind, dass viele Gründe dagegen sprechen.¹⁹ Verwunderlich sollte es dann nicht sein, dass sie durchaus nicht zu einem Erfolg gelangen können. Für eine detaillierte Übersicht werden im Folgenden die Probleme des neuen Senders ausführlicher der Reihe nach aufgeführt.

4.4.1 Die Grundproblematik im Überblick

4.4.2 Problem: Personalwesen

Beginnen möchte ich meine erste Ausführung mit der Arbeitsweise des Personals. Während der Vorbereitungen für die Inbetriebnahme des neuen Tourismus- und Dokumentationssenders konnte durch einen Aufenthalt bei TRT im Sommer letzten Jahres insbesondere die Arbeitsweise der Mitarbeiter näher betrachtet werden. Deutlich wurde, dass die einzelnen Angestellten sich erst dann zu einem Team zusammen gefunden haben, wenn Gruppenbesprechungen oder die Vorbereitungen für die Magazinsendungen aufbereitet werden mussten. Ansonsten arbeitete jeder einzelne für sich allein. Der Hintergedanke, eigenständig zu arbeiten, lässt sich wie folgt erklären: Der Aufenthalt und die intensive Beobachtung bei TRT haben gezeigt, dass die meisten Angestellten miteinander konkurrieren. Alle streben nach eigennützigem persönlichen Erfolg, und genau aus diesem Grund bevorzugen sie, selbständig zu arbeiten. Des Weiteren konnte beobachtet werden, dass die schlechte Kommunikation unter einander ständig dazu führte, dass jegliche Art von Problemen entstehen konnten. Hinzu kam das fehlende Fachwissen einiger Mitarbeiter, die vor diesem Hintergrund nicht für den Bereich der Magazinsendungen geeignet zu sein schienen. Noch auffällender waren die unprofessionellen Moderatoren der einzelnen Magazinsendungen. Die den einzelnen Sendungen zugewiesenen Moderatoren waren nur ungenügend oder gar nicht ausgebildet. Erstaunlicher aber sind die planungslosen Programm-Zuständigen, die sich nicht wirklich bewusst sind, was ihr angestrebtes Ziel ist. Sie selber sehen während den Vorbereitungen, dass die vorgeleisteten Organisations- und Planungsstrukturen und die mangelnde Einsatzbereitschaft der Mitarbeiter nicht ausreichen, um in überstürzter Weise eine neue Sendeschiene einzuführen.

¹⁹ Bei einem persönlichen Gespräch am 08. August 2009 mit Halil İbrahim Demirkıran, dem Kanal-Koordinator Assistent des neuen Senders *TRT Turizm Belgesel*.

4.4.3 Problem: Arbeitsräume

Das folgende Problem, das in diesem Abschnitt angeführt werden soll, sind die unübersichtlichen und unstrukturierten Arbeitsräume von TRT. Es lässt sich erinnern, dass eine Etage aus elf Arbeitsräumen besteht. Die Aufteilung und die Besetzung der Arbeitsräume sind vom Standpunkt der Verfasserin aus ein zu kritisierender Aspekt. Wie in Kapitel 4.2.2 angedeutet, teilen sich nicht zusammenhängende Tätigkeitsfelder ein und denselben Arbeitsraum. Im Folgenden soll dieses erklärt werden: Im Hauptgebäude befinden sich keine festgelegten Etagen, wo man beispielsweise nur die Dokumentarfilmer-/in, Produzenten oder Programm-Verantwortliche antreffen kann. Genauso sieht es mit den Teams des neuen Senders aus. Wie im vorigen Abschnitt erwähnt, bevorzugen die Angestellten es eigenständig zu arbeiten. Demzufolge ist es für sie unbedeutend, wie ihre Arbeitsplätze bestimmt sind.

4.4.4 Problem: Sendername

Den dritten Problembereich stellt die eigene Namensfindung des neuen Tourismus- und Dokumentationssenders dar. Am Eröffnungstag hat man dem Sender vorläufig dem Namen *TRT Turizm Belgesel* (*TRT Tourismus Dokumentation*) gegeben. Das Wort *vorläufig* lässt sich folgendermaßen erklären. Die Testsendungen sowie Flyer innerhalb des Gebäudes wurden mit diesem Namen benannt. Der Generaldirektor Ibrahim Şahin hat am Tag der Einweihung seine Rede folgendermaßen begonnen: „Wir sind sehr aufgeregt und zudem sehr stolz darauf einen neugeborenen Sender zu haben. Der Name wurde noch nicht festgelegt.“ Weiter sagte der Generaldirektor von TRT: „Wir möchten, dass unsere Bevölkerung den Namen des neuen Senders bestimmt. Darüber hinaus haben wir eine Internetseite erstellt, wo jeder Interessierte seinen Namensvorschlag abgeben kann.“²⁰ Die entworfene Seite ist eine lange Zeit, auch noch nach der Eröffnung auf der Internetseite von TRT zu sehen gewesen. Gestaltet ist die Seite mit einem Bild im Hintergrund und einem Video-Frame, der einen kurzen Trailer für die Bekanntmachung des Senders zeigt. Neben dem Videofenster wird in kurzen Sätzen beschrieben was

²⁰ Zit. Radikal 2010 - *TRT Genel Müdürü Ibrahim Şahin ise "Heyecanlıyız, gururluyuz, nur topu gibi yeni bir kanalımız oldu" diye başladığı konuşmasında, henüz kanalın isminin belirlenmediğini söyledi. Kanalın ismini Türk milletinin vermesi için web sayfası, mail ve mektupları aracılığıyla teklifleri beklediklerini ifade eden Şahin.*

diejenigen tun müssen, die einen Namensvorschlag abgeben möchten. Dieses System läuft per SMS. Der bestmögliche Name, den sie auswählen, *sollte mit einer Reise belohnt werden*. Bis heute wurde der Name des Gewinners nicht bekannt gegeben. Zudem wird der Sendername immer noch verändert. Der Trailer kann unter <http://www.trt.net.tr/tvprogramlar/trtturizm/> abgerufen werden. Wie schon eingangs erwähnt, hat man dem Sender am Anfang den Namen *TRT Turizm ve Belgesel* gegeben. Anschließend wurde er umgeändert auf *TRT Belgesel-Turizm (Dokumentationen-Tourismus)*. Dann folgte der Name *TRT Turizm TV (Tourismus TV)* und letztendlich hat man dem Sender den Namen *TRT Belgesel (TRT Dokumentation)* gegeben. Es ist darauf hinzuweisen, dass während der Recherchezeit für diese Arbeit der Sendername *TRT Turizm Belgesel* verwendet wird. Im Folgenden sind drei Abbildungen zu sehen. Die erste Abbildung zeigt den Haupteingang von TRT, wo gleich rechts neben der Eingangstür ein aufgehängter Flyer für die Bekanntmachung des neuen Senders zu sehen ist. Die zweite Abbildung veranschaulicht den Flyer von nahem und die letzte Abbildung gibt die Internetseite für die Namensvorschläge des Senders wieder.



Abb. 2: TRT Eingangstür - mit dem Flyer
[Quelle: Eigene Fotografie]



Abb. 3: Der Flyer im Detail
[Quelle: Eigene Fotografie]

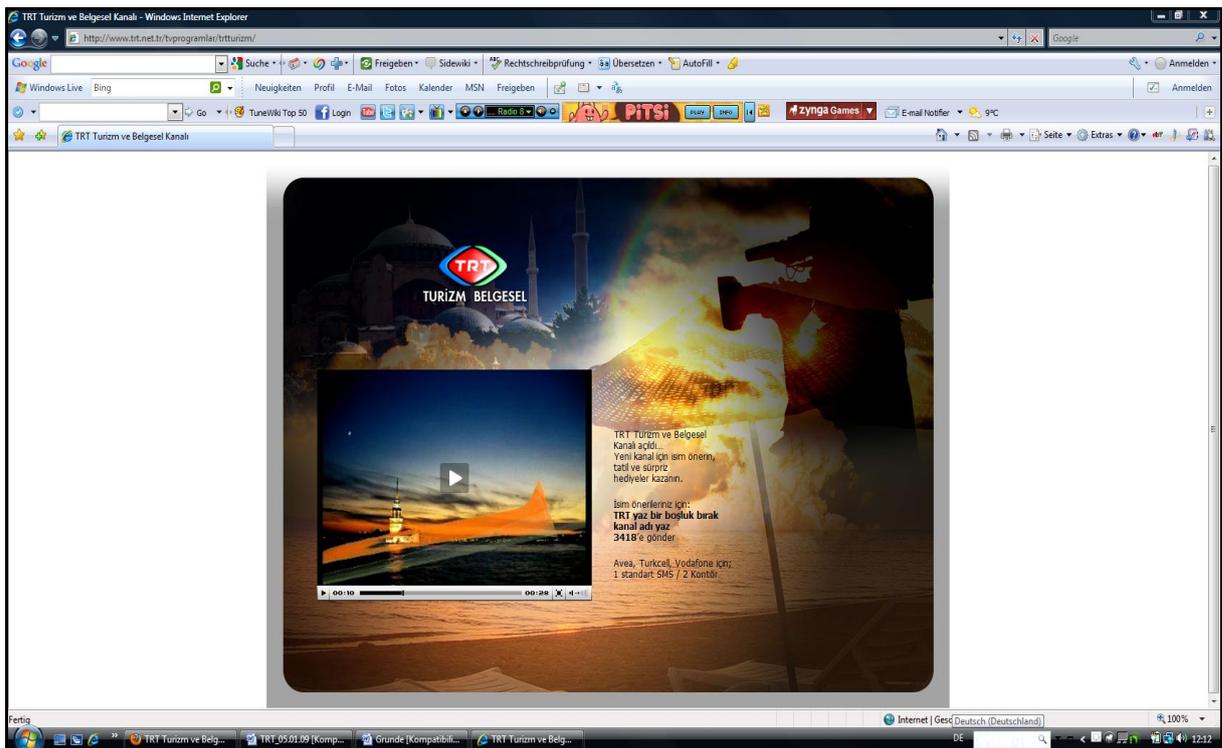


Abb. 4: Die entworfene Internetseite auf TRT für die Namensvorschläge [Quelle: Screenshot TRT 2010o]

4.4.5 Problem: Sender-Logo

Dieser Abschnitt zeigt das Problem des Sender-Logos. Das Sender-Logo wechselt sich in demselben Rhythmus wie der Sendername. Auch hier konnten die Zuständigen sich eine lange Zeit nicht darauf einigen, wie der Entwurf des Sender-Logos aussehen soll. In der nachfolgenden Tabelle werden die Sender-Logos mit ihren zugehörigen Namen, die jeweils kurzfristig eingeführt und wieder abgeschaffen worden sind, nacheinander dargestellt.



Abb. 5: Übersicht der bisher verwendeten Sender-Logos
[Quelle: Eigene Darstellung]

Anhand der oben aufgeführten Tabelle wird ersichtlich, wie vielfältig sich das Sender-Logo und der Sendername sich seit ihrem Sendestart verändert haben.

4.4.6 Problem: Veränderungen der Magazinsendungen

Wie man aus der Überschrift entnehmen kann, besteht die Problematik in diesem Abschnitt darin, dass bei der Beobachtung der Magazinsendungen festgestellt werden konnte, dass die Sendungen in sehr kurzen Zeitabständen konstanten Wandlungen unterworfen waren. Die Produzenten der Magazinsendungen verändern fortwährend den Titel und die Organisationsstrukturen der Sendung. Die ständigen Veränderungen die sie ihren Sendungen auferlegen, können bei dem Zuschauer einen Verwirrungseffekt verursachen, was wiederum dazu führen kann, dass der Zuschauer das Format und die Intention der Sendung nicht greifen kann und sich daher den angebotenen Inhalten verschließt. Ab Kapitel 6 werden die Magazinsendungen näher aufgegriffen. Unter

anderem wird gründlicher unter die Lupe genommen, bei welcher Sendung die stetigen Umänderungen als deren entscheidende Schwäche bezeichnet werden können. Es erscheint jedoch schlüssig, dass die Unentschlossenheit der Produzenten nicht wirklich erfolgsversprechend sein kann.

4.4.7 Problem: Zuschauerbedürfnisse werden nicht beachtet

In diesem Abschnitt wird kurz beschrieben, warum die Zuschauer des neuen Senders in ihren Bedürfnissen nicht wirklich beachtet werden.

Die vorhandenen Magazinsendungen werden alle in den frühen Morgenstunden, zu einem ungünstigen Zeitpunkt aufeinanderfolgend platziert. Nur in einer der Sendung werden nützliche Informationen wie kurz Nachrichten und Wetterberichte gesendet. Alle anderen Magazinsendungen sind nicht wirklich für den Morgen geeignet. Die Sendezeiten orientieren sich somit nicht an dem Nutzungsverhalten des Zuschauers. Die Zielzuschauer befinden sich zur Sendezeit entweder noch im Bett oder bereiten sich auf ihren Arbeitstag vor. Demzufolge haben sie gar nicht die Gelegenheit, die für sie konzipierte Sendung zu konsumieren. Darüber hinaus werden die Magazinsendungen, die morgens ausgestrahlt werden, dem Zuschauer nicht nahe genug gebracht. Diese Auffassung wird ab dem sechsten Kapitel näher erläutert.

4.4.8 Zwischenfazit

Schon allein bei der Betrachtung der oben aufgeführten Probleme und Gründe kann man auf den ersten Blick erkennen, dass dem Sender durch ein neues Konzept nachgeholfen werden muss. Die Probleme des Sendernamens haben gezeigt, wie häufig und mit welchen unterschiedlichen Namen der Sender schon unbenannt wurde. Genauso konnte beobachtet werden, wie oft das Sender-Logo verändert wurde. Momentan trägt er den Namen *TRT Belgesel* (*TRT Dokumentationen*). Schon allein auf Grund der Tatsache, dass im neuen Sender außer den Dokumentationsformaten auch Kultur- und Tourismussendungen ausgestrahlt werden, ist der jetzige Name als überaus unangemessen zu bewerten. Desweiteren wurden auch die ständigen Veränderungen (Namenswechsel) der Magazinsendungen als eine eigenständige Problematik erwähnt.

Diese werden jedoch in Kapitel 6.5.5.1 näher aufgegriffen. Dass die einzelnen Sendungen nicht auf das Nutzungsverhalten der Zuschauer abgestimmt werden, zeigte sich auch als ein zu kritisierender Punkt. Ein neues Konzept sowie Verbesserungsvorschläge für die Beseitigung der aufgeführten Probleme, erfolgt jedoch erst in den späteren Kapiteln. In diesem Zusammenhang wird im folgenden Kapitel auf die Programmstrukturen und zugleich auf die Senderangebote von *TRT Turizm Belgesel* näher eingegangen.

5 Analyse der Programmstruktur von *TRT Turizm Belgesel*

5.1 Ziel der Analyse

Das Ziel dieser Untersuchung ist es, aufzuzeigen, wie die Wochenübersicht und die aktuell bestehenden Magazinsendungen von *TRT Turizm Belgesel* aufgebaut sind. Um eine klare Erkenntnis über den aktuellen Zustand des neuen Senders zu erzielen, wurde eine genaue Analyse des Aufbaus der Programmstrukturen in einer Wochenübersicht und der grundsätzlichen Programmgestaltungen der einzelnen Magazinsendungen vorgenommen. Infolgedessen kann in den späteren Kapiteln besser dargestellt werden, wie der neue Sender in seinem SOLL-Zustand auszusehen hat. Für eine bessere Programmübersicht ist im Anhang 1 auf der Seite 123 bis 129 eine detaillierte Auflistung der Fernsehformate von Montag bis Sonntag zu finden.

5.2 Methodik zur IST-Analyse des Senders *TRT Turizm Belgesel*

Für die Analyse von *TRT Turizm Belgesel* gibt es bis heute keine offiziellen Daten. Die Analyse erfolgte in erster Linie auf der Grundlage eigener Beobachtungen; auch diese führten zu aufschlussreichen Ergebnissen des IST-Zustandes. In diesem Kapitel werden zwei voneinander getrennte Analysen durchgeführt. Während die erste Analyse auf die Senderangebote der Wochenübersicht und der Film-Dokumentationen eingeht, konzentriert sich die zweite Analyse speziell auf die Magazinformate. Im Folgenden werden die Schritte der beiden Analysen kurz erläutert.

Bei der ersten Analyse wurde zunächst der Aufbau der Programmstrukturen in der Woche (Montag bis Freitag) und am Wochenende (Samstag und Sonntag) in getrennten Abschnitten analysiert. Bei der Untersuchung der Wochenübersicht wurde der Sendeablauf eines gesamten Tages mit den Sendezeiten der Magazinsendungen, der Platzierung der Dokumentationen und der Wiederholungen aufgeführt. In dem darauf folgenden Abschnitt wurden dann die Schwächen der Wochenübersicht zusammengefasst. Auch die Stellenwerte und Platzierungen der Film-Dokumentationen werden in einem separaten Abschnitt näher angesprochen. Zum Abschluss des Kapitels werden die aufgeführten Merkmale in einem Zwischenfazit zusammengefasst.

Die zweite Analyse widmet sich den Magazinsendungen. Die vier bestehenden Magazinsendungen, die für die Analyse ausgewählt wurden, sind feste Sendungen des Tourismus- und Dokumentationssenders, die in der Woche täglich von Montag bis Freitag gesendet werden. Während der Analyse-Woche vom 22. Februar bis zum 26. Februar 2010 wurde für jede untersuchte Magazinsendung ein eigenes Profil erstellt, welches Auskunft über die Programminhalte, deren Zielgruppe, über das Design der Studios und die Schwächen des Sendeformats gibt und mit einer daraus resultierenden Zwischenauswertung schließt.

5.3 Analyse des Senderangebots in einer Wochenübersicht

Um eine Übersicht über den aktuellen Stand von *TRT Turizm Belgesel* zu bekommen, wird der Sender zunächst im Hinblick auf seine Wochenübersicht analysiert.

In diesem Kapitel wird der Aufbau der Programmstrukturen in der Woche und am Wochenende analysiert, einschließlich der auffallenden Schwächen der Wochenübersicht. Die Programmanalyse der Wochenübersicht erstreckte sich von 22. Februar bis zum 28. Februar 2010, beginnend mit einem Montag. Anschließend werden besonders die Film-Dokumentationen berücksichtigt, die in dem neuen Sender einen enormen Platz einnehmen.

5.3.1 Aufbau der Programmstruktur in der Woche

Der Sendebeginn eines jeden Tages fängt um 07:58 Uhr mit der Angabe der türkischen Uhrzeit (*06:58 Uhr der deutschen Zeit*) und der Nationalhymne der Türkei an. Anschließend folgt zweimal hintereinander die Tagesübersicht. Die Belegungen der ersten Morgenstunden und somit der Beginn des Fernsehprogrammes ergibt sich aus einem fast vier-stündigen Morgenmagazin. Von 08:00 bis 11:55 Uhr werden drei Magazinsendungen hintereinander platziert. Nach einer fünf minütigen Unterbrechung mit dem Wetterbericht auf Englisch geht es dann um 12:00 Uhr weiter mit der letzten Magazinsendung des Tages. Näher auf die Magazinsendungen eingegangen wird im sechsten Kapitel. Täglich von Montag bis Sonntag nimmt ein fünf-minütiger Weltwetterbericht um 11:55 Uhr und eine Wiederholung um 21:00 Uhr einen festen

Sendeplatz ein. Ausgenommen an den Wochenenden werden die Wiederholungen auf 19:55 Uhr vorgelegt. Ab dem Nachmittag um 13:00 bis ca. 22:00 Uhr werden die restlichen Sendeplätze mit Dokumentationen besetzt. Die Sendelänge der Dokumentationen beträgt jeweils 30 Minuten. Hinzu kommt, dass die Programm-Zuständigen über mehrere Wochen die gleichen Dokumentationen einsetzen. Jeden Tag um 22:00 Uhr folgen alle Wiederholungen des Tages in derselben Reihenfolge wie die ab 12:00 Uhr mittags startenden Erstausstrahlungen.

5.3.2 Aufbau der Programmstruktur am Wochenende

Betrachtet man die Verteilung der einzelnen Sendungen, die in dem neuen Fernsehsender von Montag bis Freitag platziert sind, so ergibt sich das am Wochenende die Verteilung der Sendungen in etwa unverändert bleibt.

Im Vergleich zur Programmstruktur in der Woche zeigt sich das Angebot am Wochenende in einer etwas veränderten Zusammenstellung. Die Gestaltung der Programmstrukturen wurde nur etwas verändert. Der samstägliche und sonntägliche Sendebeginn startet zur selben Uhrzeit und wieder mit der Nationalhymne der Türkei. Die Magazinsendungen am Morgen fallen über das ganze Wochenende über weg. Stattdessen belegen sie den frühen Morgen mit verschiedenen Filmbeiträgen. Diese Beiträge sind vorproduzierte kurze Filme, die Kulturelle Städte der Türkei vorstellen. Sie ähneln den Film-Dokumentationen. Allerdings werden sie durch einen realen Moderator oder eine Moderatorin vorgestellt. Nach den Weltwetterberichten folgen dann bis einschließlich 22:00 Uhr Dokumentationen, die in der Woche laufen, ergänzt von einigen neuen Dokumentationen. Auch hier endet das Tagesprogramm um 22:00 Uhr, und es werden alle Wiederholungen in derjenigen Reihenfolge eingesetzt, die die jeweiligen Erstsendungen hatten.

5.3.3 Schwächen der Wochenstruktur

Die in der Wochenübersicht festgestellten Schwächen zeigen sich insbesondere in den ersten Morgenstunden. Wie man aus dem Abschnitt 5.3.1 ersehen kann, werden alle vorhandenen Magazinsendungen fast immer dicht aufeinanderfolgend bis zum Mittag ausgestrahlt. Durch das nacheinander Platzieren der Magazinformate am Morgen

bewirken die Programm-Zuständigen somit, dass die gesamte Spannung des Tages wegfällt. Die Programmanordnung erzeugt keine Abwechslung. Seit der Eröffnung des Senders wird der komplette Morgen mit den Magazinsendungen besetzt. Ab Nachmittag werden die restlichen Sendezeiten bis zum Abend hin mit den Dokumentationen besetzt. Schließlich muss an dieser Stelle darauf hingewiesen werden, dass nahezu jeden Tag, mitunter auch über mehrere Wochen hinweg dieselben Film-Dokumentationen gezeigt werden, nur in einer anderen Reihenfolge.

Die Schwächen der Programmanordnung am Wochenende beginnen damit, dass Samstags und Sonntags generell keine Magazinsendungen gesendet werden. Stattdessen werden die ersten zwei Stunden am Morgen mit kurzen Filmbeiträgen über kulturelle und touristische Orte innerhalb der Türkei belegt. Eine weitere Schwäche zeigt sich darin, dass an den Wochenenden noch mehr Dokumentationen gezeigt werden als in der Woche. Zudem führen sie die gleichen Dokumentationen ein, die auch in der Woche mehrmals gesendet werden. Als eine weitere Schwäche, die beobachtet werden konnte, sind die Wiederholungen zu betrachten. Über die ganze Woche von Montag bis Sonntag haben die Programm-Zuständigen des neuen Senders die Wiederholungen auf 22:00 Uhr standardisiert. Was so viel bedeutet wie, dass die Zuschauer die gleichen Dokumentationen zweimal ansehen.

5.3.4 Stellenwert und Platzierung der Film-Dokumentationen

Alle Film-Dokumentationen, die generell bei *TRT* und hauptsächlich in dem neuen Sender präsentiert werden, sind eigenproduzierte Dokumentationen von *TRT*, mit denen die Sendeplätze bei *TRT Turizm Belgesel* mehrheitlich besetzt werden. Gesichtet wurde, dass von Montag bis Freitag ab 13:00 bis ca. 22:00 Uhr und am Wochenende schon ab 08:30 bis ca. 22:00 Uhr eine hohe Anzahl von Dokumentationen als Füllstoff über den restlichen Tag hinweg verteilt ist. So kann man sehen, dass die Film-Dokumentationen als weniger quotenträchtig gelten und somit auf den Nachmittag platziert wurden. Wenn man dieses auf sieben Tage die Woche verteilt, kann man sogar sagen, dass noch nie zuvor bei *TRT* so viele Dokumentationen ausgestrahlt wurden wie in den neuen Tourismus- und Dokumentationsendern. Die täglich gesendeten Dokumentarfilme von *TRT* sind überwiegend Dokumentationen, die seit dem Jahr 2000 produziert wurden (siehe Tab. 2, S.34). Sie alle haben eine Sendelänge von 30 Minuten. Vor allem auffallend ist bei der

Betrachtung der Wochenübersicht, dass über eine ganze Woche die gleichen Dokumentationen, von Tag zu Tag in einer anderen Reihenfolge gesendet werden. Zusammenfassend lässt sich sagen, dass mit Berücksichtigung der Wiederholungen eine hohe Anzahl an Dokumentationen innerhalb eines Tages und in der Woche gesendet werden. Als eine Schwäche zeigt sich, dass sieben Tage die Woche und über mehrere Wochen wenn nicht sogar über Monate, hinweg dieselben Dokumentationen gezeigt werden. Dies könnte dafür sorgen, den Zuschauer zu langweilen, und den Sender einfach abzuschalten.

<u>Titel der Dokumentationen:</u>	<u>Produktionsjahr:</u>
Adı Ağaç	27.01.2001
Anadolu Mavisi	30.06.2000
Torosları Aşarken	24.03.2006
Anadolu'da Ev ve İnsan	06.01.2003
Film Bitti	11.05.2004
Türk Mucitler	03.02.2007
Sınırdan Yaşam	16.05.2007
Portreler Galerisi "Ali Fuat Başgil"	21.11.2006
Karlı Dağlardaki Sır	07.12.2007
Zamanın Seyyahları	30.04.2002
Suyla Gelen Kültür	10.03.1988
Genç Kalemler	25.03.2005
Koleksiyonlar	23.07.2005
Aydaki Adam	15.01.2002
Göçmen Kuşları Kim Düşünecek	05.07.2001
Hayal Şehirler	28.01.2008
Geç Olmadan "Foça"	05.12.2001
Safranbolu	22.09.1977
Yağmurcanın Çığı	22.10.2004
Yarım Kalan "Devrim"	23.01.2008
Sessiz Tanık Osmanlı Arşivleri	11.04.2004
Eİ Yapımı	01.02.2004

Tab. 2: Überblick der gesendeten Dokumentationen und ihr Produktionsjahr
[Quelle: Vgl. PDF-Anhang, *Geçmişten Geleceğe Belgeseler ... Bilgiler... 1968-2008*, eigene Darstellung]

5.3.5 Zwischenfazit

Generell lässt sich zusammenfassend sagen, dass die Programmstrukturen von Montag bis Sonntag sehr einfach und ohne große Bemühung gestaltet wurden. Betrachtet man

nun die Tage von Montag bis Freitag, so lässt sich zeigen, dass alle vorhandenen Magazinformaten des neuen Senders über einen festen Platz am Morgen verfügen, und die restlichen Sendezeiten ab dem Nachmittag mit den Film-Dokumentationen standardisiert werden. Somit haben die Programm-Zuständigen des neuen Senders sich nicht die Mühe gegeben, die Programmstrukturen in der Woche und am Wochenende abwechslungsreich zu gestalten. Am Wochenende zeigt sich bezüglich der Magazinsendungen, dass sie komplett entfallen. Desweiteren konnte gesichtet werden, dass die Zuständigen der Sendung die restlichen Sendezeiten überwiegend mit Dokumentationen füllen. Die Beobachtung der Wiederholungen in der Programmstruktur zeigt, dass sie täglich auf eine bestimmte Sendezeit festgesetzt wurden.

6 Analyse der bestehenden Magazinsendungen

6.1 Ziel der Analyse

In der vorliegenden Analyse werden die einzelnen Magazinformate des neuen Senders näher untersucht. Die Magazinsendungen sind eine gezielte Auswahl an aktuellen Tourismus- und Wissensmagazinen, die zurzeit auf den neuen Sender täglich zu sehen sind. Die Untersuchung bietet einen aktualisierten Überblick über die verschiedenen Programmangebote. Es sind sämtlich moderierte Sendungen, sie haben aber unterschiedliche Sendelängen. Die Sendungen haben alle im weitesten Sinne die Absicht, Informationen und Wissen zu vermitteln. Anhand der Analyse der Sendungen in einer Programmwoche von Montag bis Freitag soll herausgefunden werden, wie das vorhandene Programm in seinem IST-Zustand gestaltet ist. Dieses ermöglicht den ab Kapitel 8 dargestellten und umstrukturierten SOLL-Zustand der Magazinsendungen besser darzustellen.

6.2 Methodik zur IST-Analyse der bestehenden Magazinsendungen

Die vorliegende Analyse beschäftigt sich mit den angebotenen Magazinsendungen von *TRT Turizm Belgesel*. Der Untersuchungszeitraum der Analyse stellt für die ausgewählten Magazinsendungen *Buluşma Noktası, Türkiyeden, Memlektim und Hayatı Belgeyenler* die Woche von Montag, den 22. Februar 2010, bis einschließlich Freitag, den 26. Februar 2010. Im Folgenden werden die jeweiligen Arbeitsschritte kurz aufgelistet.

Die Analyse gliedert sich in folgende Arbeitsschritte:

- Profil der Magazinsendung
- Ablauf der Sendung
- Zielgruppe
- Design des Studios
- Schwächen des Sendeformats
- Zwischenfazit

Die aufgeführten Analyseschritte werden dann anschließend für jede einzelne vorgestellte Magazinsendung schrittweise erörtert.

Bevor die Untersuchung der Magazinsendungen in ihrem IST-Zustand dargestellt wird, soll in der nachfolgenden Tabelle eine Übersicht aller vier Sendungen gegeben werden die untersucht werden.

<u>Sendung</u>	<u>Sendezeit</u>	<u>Sendelänge</u>
Buluşma Noktası (Treffpunkt) <i>Livesendung</i>	Montag bis Freitag von 08:00 – 09:20 Uhr	80 Minuten
Türkiyeden (Aus der Türkei) <i>Livesendung</i>	Montag bis Freitag von 09:20 – 10:00 Uhr	40 Minuten
Memleketim (Meine Heimat) <i>Livesendung</i>	Montag bis Freitag von 10:00 – 11:30 Uhr	90 Minuten
Hayatı Belgeyenler (Personen die, das Leben dokumentieren) <i>vorproduzierte Sendung</i>	Montag bis Sonntag zu unterschiedlichen Uhrzeiten	60 Minuten

Tab. 3: Die Namen der analysierten Magazinsendungen
[Quelle Eigene Darstellung]

6.3 Analyse der Sendung *Buluşma Noktası*

6.3.1 Profil der Magazinsendung

Buluşma Noktası ist eine live moderierte Magazinsendung. Sie läuft von Montag bis Freitag, jeweils um 08:00 Uhr morgens, und ist ein 80-minütiges Mixmagazin. Geleitet wird die Sendung von einem fünf-köpfigen Team: dem Direktor Ercüment Gürsoy und vier weiblichen Produzenten, Simge İyülgülü, Ebru Şahin, İris Alagöz und Damla Çakır.²¹ Die Sendung wird jeweils auf vier unterschiedlichen Sprachen und grundsätzlich von vier verschiedenen weiblichen Moderatorinnen moderiert. Die Sendelänge beträgt dabei insgesamt 80 Minuten, wobei jede Moderatorin 20 Minuten Zeit hat, ihre Themen

²¹ Vgl. TRT 2010m

vorzustellen. Ihre Themenbereiche bestehen aus einer kurzen Nachrichtenübersicht, aus dem Wetterbericht der Türkei, aus einem zwei-minütigen Tourismusbeitrag, Vorstellungen von Veranstaltungen wie z.B. Konzerte, Oper, Theater, Messen etc. innerhalb der Türkei und zum Schluss aus dem Beitrag eines Telefongastes (Reiseführer/in) der circa. drei Minuten über die Sehenswürdigkeiten einer bestimmten Stadt in der Türkei erzählt. Nacheinander moderieren alle vier Moderatoren die Themen in ihrer jeweiligen Sprache.

6.3.2 Ablauf der Magazinsendung

In diesem Abschnitt wird der Sendeablauf der Magazinsendung *Buluşma Noktası* (auf Deutsch: *Treffpunkt*) vorgestellt. Das vorgestellte Sendeschema bleibt bei jedem Moderatorenwechsel bestehen.

Der Ablauf der Sendung verläuft folgendermaßen:

Die Sendung beginnt mit dem Auftritt der Moderatorin, die als erstes ihre Zuschauer begrüßt. In einem Schnelldurchlauf werden die Themen vorgestellt. Nach der Begrüßung und Einleitung erscheint auf dem Fernsehbildschirm das Thema, das als nächstes moderiert wird. Dieses Schema wird zu Beginn eines jeden Themas angewendet. Die Moderatorinnen sind während der Sendung an keinen bestimmten Standort gebunden. Nachdem das Thema eingeblendet wurde, steht die Moderatorin vor einem Pult. Mit Hilfe eines Laptops werden wichtige und aktuelle Nachrichten der letzten 24 Stunden berichtet. Die ersten Berichte werden einer seriösen und bekannten Internetseite entnommen in der jeweiligen Sprache, die gerade vorgetragen wird. Zum Beispiel entnimmt die deutschsprachige Moderatorin ihre Quellen ausnahmslos dem Spiegel Online. Weitere Nachrichten werden dann der offiziellen Internetseite von *TRT.World*- www.trtdeutsch.com²² entnommen (siehe Anhang 2, S. 130). Durch den im Hintergrund simultan eingeblendeten Bildschirm können die Zuschauer mitverfolgen, welche Nachrichten vorgetragen werden. Zusätzlich ist während der ganzen Sendung über eine laufende Nachrichtenleiste mit den aktuellen Nachrichten im unteren Bildschirmrand zu sehen. Mit einem Übergang wird das nächste Thema anmoderiert, und wieder erscheint auf dem Fernsehbildschirm der Titel des nächsten Themas. Zwischenzeitlich wurde das Pult weggeräumt und die Moderatorin

²² TRT-World-Sprachportal ist eine offizielle Internetseite von TRT. TRT-World.com wurde am 20. November 2008 gegründet und betreibt seine Internetpräsenz in über 30 Sprachen (vgl. TRT 2010n).

steht vor einem Touchscreen-Bildschirm. Weiter geht es mit dem Wetterberichten. Die Moderatorinnen sind hier frei in ihrer Auswahl, über welche Städte sie ihre Wettervorhersagen berichten. Durch eine Handberührung auf die das jeweilige Stadtsymbol auf dem Touchscreen-Bildschirm öffnet sich eine neue Seite, auf der drei Abbildungen dargestellt werden (siehe S. 130, Anhang 3). Diese Abbildungen zeigen die Wettervorschau für die nächsten drei Tage. Als nächstes folgt ein zwei-minütiger Tourismusbeitrag, der vorher durch die Redaktion bestimmt wird (siehe Anhang 4, S. 131). In diesem Beitrag wird eine Stadt präsentiert, über die eine animierte Computermoderation im Hintergrund, kurze Auskünfte erteilt. Dabei wird die Moderatorin im Studio ausgeblendet. Nach dem Beitrag werden die Zuschauer wieder zurück in das Studio geführt. Das Thema Agenda wird nun aufbereitet. Die junge Moderatorin befindet sich wieder vor dem Touchscreen-Bildschirm, den sie selbst bedient. Es öffnet sich die Seite mit der jeweiligen Veranstaltung, und zu sehen ist ein nicht all zu großes Bild mit den wichtigsten dazugehörigen Daten, die von der Moderatorin vorgetragen werden. Die Zuschauer bekommen hier eine Übersicht über die verschiedensten und aktuellsten Attraktionen, die sie in der angegebenen Stadt besuchen können (siehe Anhang 5, S. 131). Zum Abschluss jeder Sendung verbindet sich die Moderatorin dann mit einem Telefongast. Dieser Telefongast ist ein Reiseführer oder eine Reiseführerin eines bestimmten Gebietes. Auch hierfür wurde durch die Redaktion ein Filmbeitrag über die betreffende Stadt der Türkei angefertigt. Während der Gast anfängt über die Besonderheiten der Stadt zu erzählen, wird gleichzeitig der Filmbeitrag eingeblendet, und die Moderatorin ist unten rechts in einem kleinen viereckigen Bildschirm zu sehen (siehe Anhang 6, S. 132). Anschließend endet die Magazinsendung mit einer Einblendung der Email-Adresse, an die die Zuschauer ihre Anregungen und Wünsche schicken können. Der Sendeablauf für die später folgenden Moderationen der Sendung folgt immer dem gleichen Muster.

6.3.3 Zielgruppe

Für die Bestimmung der Zielgruppe gibt es bis heute keine Daten. Jedoch lässt sich beobachten, dass sich das Zielpublikum von *Buluşma Noktası* generell an ausländische Zuschauer richtet, die entweder in der Türkei leben oder sich als Reisende in der Türkei aufhalten und neugierig sind auf kurze Nachrichten, über den Wetterbericht, auf

Tourismusbeiträge und sich für Veranstaltungen in den verschiedensten Städten der Türkei interessieren.

6.3.4 Design des Studios

Die Magazinsendung *Buluşma Noktası* wird in einem kleinen Studio moderiert. Im Hintergrund befindet sich auf der linken Seite eine schräg gestellte Wand. Diese ist zickzackförmig mit Leuchten in den Farben des Regenbogens gestaltet. Die Verwendung der bunten Farben zeigt eine Vorliebe für nicht zu knallige sondern eher matte Töne. Die Wand auf der rechten Seite hat in ihrer Mitte einen viereckigen glänzenden Rahmen. In diesem Rahmen ist ein mittelgroßer Touchscreen-Bildschirm platziert. Ein nicht zu breites, dreieckiges Stehpult wird zu bestimmten Zeiten der Sendung aufgestellt und wieder abgeräumt. Der Boden des Studios ist mit einem hellgrauen und mit zwei orange-farbenen Streifen verziert. Das Studio ist kostensparend und sehr schlicht gehalten (siehe Abb. 6).



Abb. 6: Das Studio Design der Magazinsendung *Buluşma Noktası*
[Quelle: Screenshot Homepage TRT Internet-Fernsehen, Abruf: 22.02.2010]

6.3.5 Die Schwächen des Sendeformats im Überblick

Bei der Untersuchung der Magazinsendung von *Buluşma Noktası* bin ich auf folgende Schwächen gestoßen: Unprofessionelle Moderatorinnen, ein unorganisiertes Team, ein unstrukturierter Sendeablauf und ein nicht adäquates Studiodesign. Die aufgeführten Schwächen werden in den kommenden Abschnitten näher beschrieben.

6.3.5.1 Schwachstelle: Moderatorinnen

Die vier festgelegten Moderatorinnen die zurzeit die Sendung moderieren, verfügen entweder über ungenügende oder gar keine Ausbildung. Bis auf eine russische Moderatorin sind alle anderen türkisch stämmig. Schon allein bei der Beobachtung konnte festgestellt werden, dass man als Zuschauer Schwierigkeiten hat, den Moderatorinnen zuzuhören. Die Aussprache und der Akzent, mit dem sie auf der jeweiligen Sprache moderieren, sind schwer verständlich. Beispielsweise würde ein Engländer oder ein Franzose beim Zuhören Schwierigkeiten haben, die eigene Sprache zu verstehen. Desweiteren hat sich gezeigt, dass alle Moderatorinnen während der Sendung ihre Themen ständig von den Moderationskarten ablesen. Beim Freien Sprechen unterlaufen ihnen stets viele Fehler, was wiederum dazu führt, dass durch die Aufregung die Anmoderation des nächsten Themas vergessen wird. Zudem werden diverse Themen nicht beeindruckend vorgetragen, wodurch die Seriosität der Moderatorinnen leidet.

6.3.5.2 Schwachstelle: unorganisiertes Team

Dieser Abschnitt thematisiert die Schwäche des Teams. Es lässt sich beobachten, dass die Programm-Verantwortlichen der Sendung von *Buluşma Noktası* sich nicht auf eine einheitliche Struktur des Inhaltes bzw. der vorgetragenen Themen geeinigt haben. Das Sendeschema bleibt erhalten, aber der Inhalt wird von jeder Moderatorin sehr unterschiedlich präsentiert. Außerdem unterlaufen dem Team während der Live-Sendung, viele technische Fehler. Diese Fehler führen stetig dazu, die Moderatorinnen in Aufregung bis hin zur Panik zu versetzen.

6.3.5.3 Schwachstelle: unstrukturierter Sendeablauf

Die Beobachtungen haben gezeigt, dass das Sendeschema bei allen vorgetragenen Sprachen zwar bestehen bleibt, sich der Inhalt aber verändert. So zeigt sich hier als eine Schwachstelle, dass zum Beispiel bei jedem Moderatorenwechsel nicht dieselben Tourismusbeiträge gezeigt werden wie bei der Vorgängerin. Die Reihenfolge, sowie die

Anzahl der Städte der Wettervorhersagen und der Teil der Veranstaltungen wird von jeder Moderatorin ungleich vorgetragen.

6.3.5.4 Schwachstellen: Studiodesign

Bei der Betrachtung des Studiodesigns konnte folgende Schwäche bestimmt werden: Das Design des Studios entspricht nicht der Sendeintention. Die Gestaltung ist sehr schlicht gehalten und wirkt nicht wirklich anspruchsvoll. Die Auswahl der matt-tönenden Farben lässt das Studio uninteressant wirken. Vorschläge zur Verbesserung werden in Kapitel 8.3.6 gemacht.

6.3.5.5 Zwischenfazit

Zusammenfassend lässt sich über die Magazinsendung *Buluşma Noktası* sagen, dass sie grundsätzlich ein gut überlegtes Senderangebot ist. Durch die vier unterschiedlichen Sprachen, in denen die Moderatorinnen die Sendung moderieren, gibt es auch seinen ausländischen Zuschauern die Möglichkeit, am neuen Sender teil zu haben. Jedoch zeigt sich durch die oben aufgeführten Schwachstellen, dass der Sendung immer noch viele unnötige und leicht zu behebbende Fehler unterlaufen: Die verfügbaren Moderatorinnen sind nicht für die Sendung geeignet und die Programm-Verantwortlichen halten sich an keine einheitliche Struktur des Inhaltes. Immerzu tauchen technische Fehler auf, und das Studiodesign wurde sehr einfach und uninteressant gestaltet. Desweiteren wird seit dem Beginn der Sendung jeden Tag in demselben Schema vorgetragen. Dies könnte dazu führen, dass das Interesse der Zuschauer an der Sendung verloren gehen könnte. Aus den angeführten Gründen wird für die Magazinsendung eine Umstrukturierung und Verbesserung dringend empfohlen.

6.4 Analyse *Türkiyeden*

6.4.1 Profil der Magazinsendung

Die Magazinsendung *Türkiyeden* ist ein Teil der Sendung *Buluşma Noktası*, sie wird live gesendet und läuft direkt im Anschluss an *Buluşma Noktası*. Um Punkt 09:20 Uhr hat sie täglich von Montag bis Freitag ihren festen Sendeplatz und ist ein 40-minütiges Mixmagazin. Geleitet wird sie von demselben Team, das auch *Buluşma Noktası* unterstützt. Die komplette Sendung wird auf Türkisch vorgetragen. Ihre Themenbereiche entsprechen denen ihrer Vorgängersendung, lediglich ergänzt durch einige Extras. Es werden folgende Themen vorgestellt: die Nachrichtenübersicht, der Wetterbericht, Veranstaltungen wie beispielsweise Messen, Opern, Konzerte, Theater etc. innerhalb der Türkei, Tourismusbeiträge und die Vorstellung von Internetseiten in Verbindung mit Tourismus und Kultur.

6.4.2 Ablauf der Magazinsendung

Dieser Abschnitt zeigt einen typischen Sendeablauf der Magazinsendung *Türkiyeden* (auf Deutsch: *Aus der Türkei*). Es ist darauf hinzuweisen, dass das vorgestellte Sendeschema seinem Vorgänger relativ stark ähnelt und nur durch einige Extras ergänzt wurde.

Der Ablauf der Magazinsendung verläuft folgendermaßen:

Die Magazinsendung *Türkiyeden* beginnt mit dem Auftritt der Moderatorin, die als erstes ihre Zuschauer begrüßt. Die Themen der Sendung werden in einem Schnelldurchlauf von der Moderatorin vorgestellt. Nach der Begrüßung und Einleitung ist auf dem Fernsehbildschirm das Thema zu sehen, das als nächstes moderiert werden soll. Dieses Schema wird zu Beginn eines jeden Themas eingeführt. Die Moderatorin ist auch in dieser Sendung an keinen festen Standort gebunden. Nachdem das erste Thema der Sendung eingeblendet wurde, sieht man die Moderatorin vor einem Pult stehen. Mit Hilfe eines Laptops werden die wichtigsten und aktuellsten Nachrichten der letzten 24 Stunden in einer Version berichtet, die länger als in der vorhergehenden Sendung ist. Die Nachrichten werden direkt aus der offiziellen Internetseite von TRT (TRT.net.tr/Haber) entnommen. Die Zuschauer haben die Möglichkeit, die Nachrichten die gerade

vorgetragen werden durch den im Hintergrund platzierten Bildschirm, mit zu verfolgen. An dieser Stelle ist darauf hinzuweisen, dass während der ganzen Sendung eine durchlaufende Nachrichtenleiste mit den aktuellen Nachrichten unten im Fernsehbildschirm zu sehen ist. Direkt nach den Nachrichten wird das nächste Thema anmoderiert. In der Zwischenzeit wurde das Stehpult weggeräumt und die junge Moderatorin steht vor einem Touchscreen-Bildschirm. Es geht weiter mit den Wetterberichten aus der Türkei. Auch hier ist die Moderatorin frei in ihrer Auswahl der Städte, über die sie die Wettervorhersagen berichtet. Nach den Wetterberichten folgt das Thema Veranstaltungen. Der Standort der Moderatorin bleibt unverändert. Wie bei der Sendung *Buluşma Noktası* werden die Veranstaltungen per Touchscreen vorgetragen. Täglich werden den Zuschauern bis zu sechs aktuelle Ausgelmöglichkeiten wie zum Beispiel Oper, Konzerte, Theater und Museumsbesuche in den verschiedensten Städten der Türkei vorgestellt. Danach kommen die Extras der Sendung. Das Thema Internet wird eingeblendet. Die Moderatorin befindet sich links platziert vor einem Stehpult. Etwas distanzierter auf der rechten Seite wurde noch ein Stehpult aufgestellt, von wo aus ein Internetexperte täglich an der Sendung teilnimmt. Zwischen den beiden befindet sich im Hintergrund ein großer Bildschirm. Die Moderatorin begrüßt den Internetexperten und moderiert anschließend die Internetseiten die präsentiert werden. Alle beide verfügen sie über ein Laptop, das sie gleichzeitig bedienen können (siehe Abb. 7, S. 45). Die Zuschauer können durch den im Hintergrund stehenden Bildschirm in einem Vollbildmodus mitverfolgen, was vorgestellt wird. Der Inhalt der offiziellen Internetseite, auf der sie sich befinden, zeigt touristische und kulturelle Städte innerhalb der Türkei. Beispielsweise wird gezeigt, was die Stadt Konya an traditionellen kulinarischen Besonderheiten anzubieten hat, und welche berühmten Berge dort zu finden sind. Dann geht es weiter mit einem kurzen Tourismusbeitrag, der von der Redaktion fertiggestellt wurde. Eine animierte Moderatorin fängt an, über die Besonderheiten der Stadt zu erzählen, die in dem Beitrag zu sehen ist. Nach dem Filmbeitrag wird wieder das Studio eingeblendet. Die übrig bleibende Sendezeit füllt die Moderatorin zusammen mit dem Internetexperten, indem eine zweite Internetseite vorgeführt wird. Anschließend endet die Magazinsendung mit einer Erinnerung an die Email-Adresse der Sendung, an die die Zuschauer ihre Anregungen und Wünsche schicken können. Auch dieser Sendeablauf folgt täglich demselben Muster.

6.4.3 Zielgruppe

Für die Bestimmung der Zielgruppe von *Türkiyeden*, gibt es bis heute keine offiziellen Informationen. Die Zielgruppe ist vermutlich breit über gesellschaftliche Schichten gefächert. Sie hat in dieser Sendung die Möglichkeit, sich kurz und bündig über die Nachrichten der letzten 24 zu informieren, einen Blick auf den Wetterbericht zu werfen und sich evtl. über die Ausgelmöglichkeiten kundig zu machen.

6.4.4 Design des Studios

Die Magazinsendung *Türkiyeden* wird aus einem kleinen Studio heraus moderiert. Das Studiodesign wird direkt von der Sendung *Buluşma Noktası* übernommen und nur wenig verändert. Im Hintergrund bleibt alles bestehen bis auf den glänzenden Rahmen in der Mitte. Anstelle seiner Stelle wird ein orangefarbiger Rahmen verwendet. Zwei hochgestellte gelbfarbige Säulen wurden links und rechts des Rahmens gesetzt. Der mittelgroße Touchscreen-Bildschirm bleibt mittig im Rahmen erhalten. Gleich links neben dem Bildschirm wurde auf den orangefarbenen Rahmen eine ockergelbe und auf der rechten Seite ein khakifarbiges Balken gemalt. Bei der Verwendung der Farben hält man sich an matte Töne. In der Sendung wird an bestimmten Stellen ein eher schmales, dreieckiges Stehpult verwendet. Das Studiodesign ist kostensparend und sehr dezent gestaltet (siehe Abb. 7).



Abb. 7: Das Studio Design aus der Magazinsendung *Türkiyeden*
[Quelle: Screenshot Homepage TRT Internet-Fernsehen, Abruf: 22.02.2010]

6.4.5 Die Schwächen des Sendeformats im Überblick

Bei der Beobachtung der Magazinsendung *Türkiyeden* haben sich folgende Schwachstellen gezeigt: der Bekleidungsstil der Moderatorin und ein nicht adäquates Studiodesign. Im Folgenden Abschnitt werden die Schwächen näher ausgeführt.

6.4.5.1 Schwachstelle: Moderatorin

Als eine auffällige Schwäche hat sich insbesondere die Bekleidung der Moderatorin gezeigt. In der Analysenwoche wurde täglich von Montag bis Freitag beobachtet, dass die Bekleidung der Moderatorin nicht der Sendung entspricht. Sie passt sich vielmehr dem Privatleben an. Durch die Auswahl ihrer Alltags-Kleidung, leidet sichtlich die Seriosität der Moderatorin. Zudem zeigt sich die Moderatorin mit einem zu blassen Gesicht. Dies lässt die Moderatorin müde und abgeneigt erscheinen. Desweiteren ließ sich beobachten, dass die Moderatorin an einigen Stellen sehr ernst wirkt und anscheinend über keinen lächelnden oder gewinnenden Gesichtsausdruck verfügt. Dadurch verschenkt die Moderatorin dem Zuschauer gegenüber wichtige Sympathiepunkte.

6.4.5.2 Schwachstelle: Studiodesign

Da die Magazinsendung *Türkiyeden* ein Teil der Sendung *Buluşma Noktası* ist, lässt sich an dieser Stelle die Beschreibung der Schwäche des Studiodesigns aus Kapitel 6.3.5.4 wiederholen. Auch hier gilt, dass das Studiodesign der Sendung nicht entspricht. Vorschläge zur Verbesserung werden in Kapitel 8.4.3 gemacht. Durch die schlichte Gestaltung und die Auswahl der matt-tönigen Farben wirkt das Studio uninteressant und sehr einfalllos.

6.4.5.3 Zwischenfazit

Über die Sendung *Türkiyeden* kann zusammenfassend gesagt werden, dass sie im Grunde ein Teil der Sendung von *Buluşma Noktası* ist. Die genaue Betrachtung zeigte

schnell, dass der Sendeablauf im Hinblick auf den Inhalt (mit einigen Extras) und die Gestaltung der Sendung mit ihrem Vorgänger übereinstimmt. Durch einen veränderten Namen, einige Extras und die Platzierung auf einen anderen Sendeplatz vermittelt die Sendung keinen anderen Eindruck. Sie folgt direkt im Anschluss nach *Buluşma Noktası*. Schon allein bei der Beobachtung des Sendeschemas und des fast unveränderten Studios wird dem Zuschauer auf Anhieb deutlich, dass es sich bei dieser Magazinsendung um kein anderes Sendeangebot handelt. Die Schwachstellen der Sendung haben sich nur in dem Bekleidungsstil der Moderatorin und in der Gestaltung des Studios gezeigt. Ansonsten lässt sich sagen, dass der Sendeablauf deutlich besser ist als der ihres Vorgängers. Dennoch können auch hier für eine erfolgreichere Umsetzung noch Verbesserungen erreicht werden. Diese werden in Punkt 8.4.4 vorgeschlagen.

6.5 Analyse *Memleketim*

6.5.1 Profil der Magazinsendung

Memleketim ist eine live-moderierte Magazinsendung. Ausgestrahlt wird das 90-minütige Mixmagazin täglich von Montag bis Freitag um 10:00 Uhr morgens. Über den Tag verteilt wird die Sendung täglich am Abend um 19:00 Uhr als Wiederholung gesendet. Geleitet wird die Sendung von einem drei-köpfigen Team: den Direktoren Ercüment Gürsoy und Ismail R. Geçmen und von dem Programm-Verantwortlichen Dr. Abdullah Manaz.²³ Die Themen werden von den Zuständigen recherchiert und aufbereitet. Die Themen werden von einem Moderator und einer Moderatorin im Studio vorgetragen und von einem Live-Reporter vor Ort begleitet. *Memleketim* konzentriert sich die gesamte Sendung über auf mehrere Themen gleichzeitig. Die Themenbereiche bestehen aus touristischen und kulturellen Städten der Türkei, alternativen Reisemöglichkeiten, aus Destinationen, aus Wirtschaftsnachrichten und neue Informationen über Technologien. In jeder ihrer Sendungen werden Studiogäste wie Experten, Wissenschaftler und Gäste aus den Bereichen Kultur und Tourismus eingeladen. Das Ziel der Sendung ist es, der gesamten Bevölkerung zu zeigen, was die Türkei und ihre verschiedenen Städte an Sehenswürdigkeiten und Traditionen darzubieten hat.

²³ Vgl. TRT2010p

6.5.2 Ablauf der Magazinsendung

In diesem Abschnitt wird ein detaillierter Sendeablauf der Magazinsendung *Memleketim* (auf Deutsch: *Meine Heimat*) vorgestellt.

Der Ablauf der Sendung verläuft folgendermaßen:

Die Sendung beginnt mit einem 20 sekündigen Vorspann. Darin wird der Name der Magazinsendung und der dazugehörige Trailer abgespielt. Anschließend beginnt die Sendung mit dem Auftritt der beiden Moderatoren, die als erstes ihre Zuschauer freundlich begrüßen. Nach der Begrüßung werden die Themen abwechselnd vorgestellt. Mit der Einblendung der Telefonnummer die auf dem Fernsehbildschirm mit eingeblendet wird, haben die Zuschauer die Möglichkeit, ihre Fragen und Wünsche zu äußern (siehe Anhang 7, S. 132). Die ganze Sendung über befindet sich das Logo der Sendung in der unteren linken Bildschirmecke. Die Moderatoren sind im Studio an keinen festen Standort gebunden. Sie gehen auf die linke Seite des Studios, wo sich ein großer Monitor im Hintergrund befindet. Mit seiner Hilfe verbinden sie sich mit der ersten Live-Reporterin, die sich in einer bestimmten Stadt der Türkei aufhält. In ihrer Begrüßung stellt die Live-Reporterin vor Ort ca. zwei Minuten vor, in welcher Stadt sie sich befindet und über welche Sehenswürdigkeiten die Zuschauer ihre Informationen während über der gesamten Sendung bekommen werden (siehe Anhang 8, S. 133.). Danach gehen die Moderatoren auf die rechte Studio-Seite, wo sich parallel ein zweiter großer Monitor befindet. Auch hier verbinden sie sich mit einer zweiten Live-Reporterin, die sich in einer anderen Stadt aufhält. Nach demselben Verfahren berichtet sie kurz, wo sie sich aufhält und über was sie berichten wird. Zwischenzeitlich wurde ein Gast im Studio platziert. Nach Abschluss der Live-Reportage begrüßen die Moderatoren den Studiogast und unterhalten sich mit ihm, indem sie ihm Fragen stellen (siehe Anhang 9, S. 133.). Nach circa drei Minuten wird die Unterhaltung angehalten. Einer der Moderatoren steht auf und bewegt sich zum Monitor. Ein dritter Live-Reporter wird in das Studio geschaltet. Auch dieser Reporter hält sich in einer bestimmten Stadt auf, von wo er circa 15 Minuten lang in einem Durchlauf vor Ort berichtet. Weiter geht es dann wieder auf der anderen Seite, mit der ersten Live-Reporterin. Um die 10 Minuten lang wird berichtet und Reportagen gezeigt. Die Moderatoren sind in der Zwischenzeit nicht zu sehen. Anschließend werden die Zuschauer wieder zurück in das Studio geführt, wo sich weitere Studiogäste dazu gesellt haben. Die Gäste werden kurz begrüßt und das Gespräch mit Fragen gestartet.

Währenddessen werden im Hintergrund auf den großen Monitoren zum jeweiligen Thema die passenden Filmbeiträge angezeigt. Das Gespräch wird nach circa 15 Minuten abgebrochen und der Sendeablauf wird mit der zweiten Live-Reporterin fortgesetzt. Auch hier werden ungefähr 15 Minuten lang Reportagen gezeigt und berichtet. In einem Wechsel geht es dann wieder auf der anderen Seite des Studios circa 15 Minuten lang mit der ersten Reporterin weiter. Darauf folgend wird die Unterhaltung mit dem ersten Studiogast ungefähr drei Minuten lang fortgesetzt. Ein letztes Mal verbinden sich die Moderatoren mit der zweiten Live-Reporterin vor Ort. Zurückführend im Studio werden die letzten Sendeminuten damit gefüllt, dass die Studiogäste zum Schluss kurze Statements von sich geben und die Moderatoren sich einfach verabschieden. Dieser Sendeablauf folgt täglich demselben Muster.

6.5.3 Zielgruppe

Auch zur Bestimmung der Zielgruppe von *Memleketim* gibt es bis heute keine offiziellen Informationen oder Daten. Die Beobachtung jedoch zeigt, dass sich die Sendung an die gesamte Bevölkerung richtet. Täglich 90 Minuten lang versucht diese Magazinsendung vielfältige und abwechslungsreiche Themen in den verschiedensten Bereichen wie Tourismus und Kultur, alternative Reisemöglichkeiten, Tagesausflüge, berühmte Heilquellen etc. innerhalb der Türkei für jeden anzubieten.

6.5.4 Design des Studios

Die Magazinsendung *Memleketim* wird aus einem mittel großen Studio ausgestrahlt. Im Hintergrund des Studios befindet sich eine halbrunde Stellwand, die mit einem weißen Rahmen versehen wurde. In diesem Rahmen haben sie auf die linke und auf die rechte Seite zwei große schräggehende Monitore platziert. Die Mitte der Stellwand zeigt links und rechts zwei parallel zueinander stehende Säulen. Die leere Fläche zwischen den Säulen wurde mit zwei von oben beleuchteten Bildern dekoriert. Bei der Verwendung der Farben wurden schlichte Töne bevorzugt. Die Studiomöbel wie Stühle, Tisch und Pult werden täglich und abwechslungsreich verändert. Entweder gestalten sie das Studio mit einem flach gestellten Glastisch, der umgeben ist mit modernen Stühlen oder sie

bevorzugen es, Hockerstühle mit einem davor stehenden Pult zu platzieren. Außer den Stuhl- und Pultmöbeln bleibt alles andere in der Sendung unverändert (siehe Abb. 8).



Abb. 8: Das Studio Design aus der Magazinsendung *Memleketim*
[Quelle Screenshot Homepage TRT Internet-Fernsehen, Abruf: 23.02.2010]

6.5.5 Die Schwächen des Sendeformats im Überblick

Bei der Beobachtung der Magazinsendung von *Memleketim* konnten folgende Schwachstellen festgestellt werden: Ständiger Namenswechsel, ein verwirrender Sendeablauf, der Umstand, dass die Moderatoren mit ihren Themen überfordert erscheinen und ein unpassendes Studiodesign. Die aufgeführten Schwächen werden im folgenden Abschnitt näher beschrieben.

6.5.5.1 Schwachstelle: Namenswechsel

Während der Analyse konnte beobachtet werden, dass *Memleketim* einer derjenigen Magazinsendungen im neuen Sender ist, deren Name sich konstant verändert. Gestartet wurde mit dem Namen *Bir başkadır benim memleketim* (auf Deutsch: *Meine Heimat ist ganz anders*), umgeändert wurde der Name dann in *Memleketim* (auf Deutsche: *Meine Heimat*) und ihr offizieller Name ist nun *Turkuvaz* (auf Deutsch: *Türkis*). Das ständige Umändern kann dazu führen, dass die Zuschauer die Sendung evtl. nicht wiedererkennen und sich somit keine Zuschauerbindung entwickeln kann. Hinzuweisen ist auch darauf,

dass während der Analyse die Sendung den Namen *Memleketim* getragen hat und aus diesem Grund weiterhin dieser Name verwendet wurde.

6.5.5.2 Schwachstelle: Sendeablauf

Eine weitere Schwachstelle hat sich im Sendeablauf gezeigt. Wie man aus dem Abschnitt 6.5.2 entnehmen kann, ist der Sendeablauf zumindest verwirrend. Während der ganzen Sendung über wechseln die Moderatoren ständig ihren Standort. Abwechselnd zwischen Studiogast und Live-Reporter moderieren sie täglich ihre Sendung. Damit werden in erster Linie die Studiogäste vernachlässigt, und auch die vorgestellten Themen werden für den Zuschauer unverständlich. Kaum fangen sie an eine Unterhaltung mit ihrem Gast zu führen, muss schon wieder abgebrochen werden, weil sie sich mit den Live-Reportern verbinden müssen. Dies zeigt, dass die Moderatoren mit dem Präsentationsrhythmus der vorgegebenen Themen überfordert sind. Zudem verabschieden sich die Moderatoren in jeder ihrer Sendung auf eine schnelle und hektische Art und Weise, weil die Sendezeit keinen Raum mehr lässt. Der unüberschaubare Sendeablauf könnte dazu führen, dass es dem Zuschauer zu viel wird und er einfach abschaltet.

6.5.5.3 Schwachstelle: Studiodesign

Die Beobachtung hinsichtlich des Studiodesigns zeigte, dass es unpassend ist. Durch die jetzige Gestaltung wirkt das Studio sehr leer und uninteressant. Wie in Abschnitt 6.5.4 schon erwähnt, beinhaltet das Studio zwei große Monitore, die auf der linken und auf der rechten Seite des Studios im Hintergrund platziert wurden. Nun zeigt sich die Schwäche insbesondere darin, dass die Moderatoren während der Sendung unnötig von einem Monitor zum anderen wechseln. Dadurch wird potenziell wertvolle Sendezeit verschwendet. Desweiteren zeigt sich eine andere Schwachstelle in der Umänderung der Studiomöbel. Die tägliche Umwandlung kann dazu führen, dass der Widererkennungseffekt der Sendung verloren gehen könnte. Das Studio ist sehr dezent und farblos gestaltet worden, demzufolge wirkt es sehr leer und uninteressant. Grundsätzlich kann man beim Design des Studios von *Memleketim* von einem einfachen jedoch nicht sehr anspruchsvollen Studio sprechen.

6.5.5.4 Zwischenfazit

Zusammenfassend lässt sich über die Magazinsendung *Memleketim* sagen, dass sie eine interessant gestaltete Sendung ist. Mit viel Mühe und Aufwand versucht die Sendung jeden Tag, ihren Zuschauern möglichst viele nützliche und interessante Themen zu geben. Durch eingeladene Studiogäste wie Reiseführer, Experten, Wissenschaftler, Vereinsvorsitzende und anderen speziellen Fachleuten die täglich an der Sendung teilnehmen, werden den Zuschauern dieser Sendung weitere zusätzliche Informationen geliefert. Einige Schwachstellen wie Namenswechsel, unstrukturierter Sendeablauf und unpassendes Studiodesign können in der Zukunft dazu führen, dass die Zuschauer sich nicht mehr von der Sendung angesprochen fühlen könnten und aus diesem Grund abschalten. Für einen besseren Erfolg benötigt die Magazinsendung *Memleketim* mehrere Optimierungen, die unter 8.5.5 dargestellt werden.

6.6 Analyse *Hayatı Belgeyenler*

6.6.1 Profil der Magazinsendung

Hayatı Belgeyenler ist eine vorproduzierte Magazinsendung. Sie wird sieben Tage die Woche von Montag bis Sonntag 60 Minuten lang bei *TRT Turizm Belgesel* gesendet. Jedoch wird sie täglich zu den verschiedensten Sendezeiten ausgestrahlt. Sie beginnt an jeden Montag um 12:00 Uhr mittags und wird dann in den darauffolgenden Tagen immer um eine Stunde nach hinten verschoben (dienstags 13:00 Uhr, mittwochs 14:00 Uhr, ... sonntags 18:00 Uhr). Die Sendung wird von einem kleinen Team geleitet: der Produzentin Meryem Doğan²⁴ und zwei Programm-Verantwortlichen: Ertuğrul Karslıoğlu²⁵ und Semra Güzel Korver.²⁶ Die Sendung *Hayatı Belgeyenler* zeigt ihre Themen speziell in Dokumentationsformaten. In jeder Ihrer Sendungen werden berühmte Dokumentarfilmer-

²⁴ Vgl. TRT 2010q

²⁵ Karslıoğlu Ertuğrul, Geb. 1964 in Kars - Göle (Türkei). Er wurde 1973 als Dokumentar bei *TRT* eingestellt. 1976 hat er angefangen, als Produzent und Programmverantwortlicher zu arbeiten. 1993-2000 hat er als Nachrichten-Moderator gearbeitet und nebenbei Dokumentarfilme entwickelt. Jetzt arbeitet er in Istanbul an einer Universität für Kultur und gibt Unterricht im Bereich Dokumentarfilm (Vgl. Kamera Arkası 2010a).

²⁶ Güzel Korver Semra, Geb. 1968 in Istanbul (Türkei). Semra wurde 1999 als Produzentin bei *TRT Istanbul* eingestellt. Sie arbeitet weiterhin bei *TRT Istanbul* als Direktorin für Bildungs-, Kultur- und Drama-Programme (Vgl. Kamera Arkası 2010b).

/in als Studiogäste eingeladen. Diese erzählen über ihre Karriere, von ihren bisher produzierten Film-Dokumentationen, über die hier gesammelten Erfahrungen, Ideenfindungen, Recherchen, Drehorte, ihre zukünftigen Pläne und Projekte.

6.6.2 Ablauf der Magazinsendung

Dieser Abschnitt zeigt einen Sendeablauf der Magazinsendung *Hayatı Belgeyenler (auf Deutsch: Personen, die das Leben dokumentieren)*.

Der Ablauf der Sendung verläuft folgendermaßen:

Die Sendung beginnt mit einem 30 sekündigen Vorspann. Am Ende des Vorspanns wird der Name der Sendung angezeigt. Die Sendung beginnt mit einem seriösen Auftritt des Moderators, der in einem Schnelldurchlauf seine Zuschauer begrüßt. Anschließend moderiert er seine Studiogäste an, die gleichzeitig das Studio betreten. Auch sie werden stehend begrüßt und zu ihren Sitzplätzen gewiesen (siehe Anhang 10, S. 134). Die ganze Sendung über befindet sich der Name der Sendung in der unteren rechten Bildschirmecke. Die Sendung wird die gesamte Zeit über sitzend moderiert. Die Unterhaltung beginnt sofort mit den Fragen des Moderators, die an die Dokumentarfilmer-/in gestellt werden. Die Gäste sind entweder einander unbekannt oder Dokumentarfilmer-/in, die zusammenarbeiten. Im Hintergrund werden auf einem Monitor zu den jeweiligen Themen passende Bilder angezeigt (siehe Anhang 11, Seite 134). Nach ungefähr 10 Minuten Unterhaltung wird dann in einem Vollbildmodus den Zuschauern Ausschnitte aus dem Dokumentarfilm gezeigt, den der Studiogast selbst gedreht hat. Danach geht es im Studio weiter, wo der Moderator Fragen zum Film stellt. Etwa fünf Minuten lang wird das Gespräch fortgesetzt und durch die Einführung des Dokumentarfilms wieder unterbrochen. Zurück im Studio wird das Thema weiter behandelt, wo der Moderator das Gespräch anhält und einen anderen vorproduzierten Filmbeitrag anmoderiert. In dem Beitrag werden täglich von der Redaktion festgelegte ausländische Dokumentarfilmer-/in (Deutsche, Engländer, Franzosen und Holländer) zum jeweiligen Thema befragt, wobei sie dann ihre persönlichen Meinungen abgeben, die in einem Untertitel auf Türkisch übersetzt und vom Zuschauer mit verfolgt werden können. Anschließend werden diese Statements durch den Moderator zusammengefasst. Die restliche Sendezeit (ca. 20 Minuten) wird im Wechsel zwischen Dokumentarfilm und Unterhaltung fortgesetzt. Den

Schluss der Sendung läutet der Moderator ein, indem er die Studiogäste nach ihren zukünftigen Projekten fragt. Mit einer Erinnerung an die Email-Adresse, die simultan auf dem Bildschirm eingeblendet wird, verabschiedet sich der Moderator am Ende, an demselben Standort, von wo aus er seine Sendung zu Beginn anmoderiert hat.

6.6.3 Zielgruppe

Für die Bestimmung der Zielgruppe von *Hayati Belgeyenler* gibt es bis heute keine zugänglichen und verlässlicheren Daten. Jedoch lässt sich erkennen, dass sich das Zielpublikum hauptsächlich an Dokumentarfilm-Interessierte richtet. Alle neugierigen Zuschauer, wie z.B. Amateur-Dokumentare, bekommen täglich Informationen und Einblicke, auf welche Art und Weise berühmte professionelle Dokumentarfilmer/-in arbeiten.

6.6.4 Design des Studios

Die Magazinsendung *Hayati Belgeyenler* wird aus einem kleinen Studio gesendet. Die Gestaltung des Studios orientiert sich komplett an dem thematischen Schwerpunkt der Sendung. Verteilt über das ganze Studio wurden große Filmstreifen gesetzt. Diese Filmstreifen sind jeweils mit unterschiedlichen Bildern dekoriert. Den Hintergrund bildet eine dunkle Wand, die von unten angeleuchtet wird. Auf der rechten Seite des Studios wurde ein großer Filmstreifen angebracht, der schräg und hoch gestellt ist. In diesen Filmstreifen wurde ein großer Monitor gesetzt. Desweiteren haben sie auf die linke Seite des Studios ein altes Holzstativ gestellt, das eine alte Kamera trägt. Die Studiomöbel wurden in die Mitte des Studios platziert. Der Tisch besteht aus einer Filmrolle und die Sitzplätze aus Regiestühlen. Dekoriert wurde der Tisch mit einer Filmklappe und mit schwarzen Wassergläsern für die Gäste. Insgesamt wurde das Studio dunkel gehalten (siehe Abb. 9, S.55).



Abb. 9: Das Studio Design aus der Magazinsendung *Hayati Belgeleyenler*
[Quelle Screenshot Homepage TRT Internet-Fernsehen, Abruf: 24.02.2010]

6.6.5 Die Schwächen des Sendeformats im Überblick

Bei der Beobachtung der Magazinsendung *Hayati Belgeleyenler* haben sich die Schwachstellen darin gezeigt, dass das Sendeformat zu einer nicht adäquaten Sendezeit ausgestrahlt und die Sendung am Abend wiederholt wird. Die aufgeführten Schwächen werden im folgenden Abschnitt näher beschrieben.

6.6.5.1 Schwachstelle: keine feste Sendezeit

Wie bereits eingangs im Profil von *Hayati Belgeleyenler* erwähnt, fängt die Sendung an einem jeden Montag um 12:00 Uhr an und wird dann anschließend in den darauffolgenden Tagen um eine Stunde nach hinten verschoben. Zuschauer jedoch neigen dazu, eine Sendung immer wieder zur selben Uhrzeit anzusehen. Auch wenn sich die Sendestruktur dieser Sendung in dem neuen Sender fest etabliert hat, sollte sie schnell umgeändert werden. Denn wenn dieser Sendezeitwechsel in seinem jetzigen Zustand weiterhin beibehalten wird, könnte dies dazu führen, dass die bereits gewonnenen Zuschauer verloren werden könnten.

6.6.5.2 Schwachstelle: Sendezeit und Wiederholung

Während der Analyse konnte beobachtet werden, dass die Sendung *Hayatı Belgeyenler* zu einer nicht entsprechenden Sendezeit platziert wurde. Dieses lässt sich folgendermaßen begründen: Der Aufbau des Studios (verdunkeltes Studiodesign) und die Atmosphäre während der Sendung zeigt, dass die Sendung eher ein für den Abend produziertes Sendeformat ist. Beim Ansehen entspricht die dunkle Gestaltung des Studios nicht mit den Assoziation von Tag und Tageslicht überein. Dadurch versetzt sie den Zuschauer in eine andere Stimmung, was wiederum dazu führen kann, dass dieser abschaltet, obwohl die Sendung sehr informativ ist. Desweiteren wird sie täglich am späten Abend als Wiederholung ein zweites Mal gesendet. An dieser Stelle lässt sich die Schwachstelle damit begründen und erinnern, das *Hayatı Belgeyenler* keine live moderierte sondern eine vorproduzierte Sendung ist. Deshalb kann sie einmal am Tag ohne einer Wiederholung, zur einen passenden Sendezeit gesendet werden.

6.6.5.3 Zwischenfazit

Über die Auswertung der Sendung *Hayatı Belgeyenler* kann zusammenfassend gesagt werden, dass sie ein gut überlegtes Sendeformat ist. Dokumentarfilm-Begeisterte und Interessierte bekommen durch die Sendung die Möglichkeit, sich täglich über die Welt der Film-Dokumentationen zu informieren. Tag für Tag erzählen berühmte türkische Dokumentare, die als Studiogäste mit an der Sendung teilhaben, über ihre Karriere, über ihre Pläne und Projekte, die sie an ihre Zuschauer weitergeben. In jeder Sendung ist der Moderator elegant gekleidet, was seine Seriosität unterstützt. Die Schwächen der Sendung, zeigten sich in den Sendezeiten und in den Wiederholungen. Für noch zukünftig größere Zuschauerbindung, müssen diese Schwachstellen beseitigt werden. Vorschläge dazu werden in Abschnitt 8.6.3 behandelt.

6.7 Allgemeine Zusammenfassung der Analysen der Magazinsendungen

Die formalen Rahmenbedingungen der Analyse des Senderangebots in einer Wochenübersicht und bezüglich der Magazinsendungen sind nun präsentiert worden.

Vom Allgemeinen zum Einzelnen hin werden nun die zuvor in ihrem IST-Zustand analysierten vier Magazinendungen kurz aufgeführt, um deren Image in Erinnerung zu bringen. Dabei ist festzuhalten, dass bis heute keine Daten für den neuen Sender *TRT Turizm Belgesel* und somit auch für dessen bestehende Magazinsendungen vorhanden sind. Aus diesem Grund bringt die ab Kapitel 6 aufgeführte Programmanalyse erste interessante Ergebnisse. Alle vorgestellten Sendungen sind ein Senderangebot, das seit Beginn des neuen Senders existiert. Die Magazinsendungen werden alle in der Stadt Izmir produziert. Bis auf eine vorproduzierte sind alle verbleibenden live moderierte Sendungen, und diese werden täglich alle hintereinander am Morgen ausgestrahlt. Betrachtet man die Verteilung der Sendungen in der Wochenübersicht, so lässt sich zeigen, dass sie komplett die Sendeplätze am Morgen besetzen.

Die erste Sendung am Morgen *Buluşma Noktası* ist eine live und auf vier unterschiedlichen Sprachen moderierte Magazinsendung. Mit kurzen Nachrichten, Wettervorhersagen, Ausgelmöglichkeiten und kurzen Filmbeiträgen über touristische Orte innerhalb der Türkei werden die Zuschauer täglich informiert. Direkt im Anschluss folgt die Sendung *Türkiyeden*, die ein Teil von *Buluşma Noktası* ist. Ihre Themenbereiche entsprechen der Vorgängersendung, ergänzt durch einige Extras (Vorstellung von Webseiten mit der Teilnahme eines Internet Experten). Eine bessere Einführung in das jeweilige Thema sowie Gesprächsstoffe zu den Beiträgen, die innerhalb der Sendung gezeigt werden, bietet die Sendung *Memleketim*. Täglich präsentiert sich die Sendung mit Doppelmoderation, Live-Reportern vor Ort und eingeladenen Studiogästen. Über die ganze Sendung hinweg werden mehrere Themen simultan behandelt. Das Ziel der Sendung ist es, junge und ältere Zuschauer über kulturelle und touristische Orte, über die verschiedensten Veranstaltungen und die verschiedensten Vereine zu informieren. Die letzte Sendung des Tages bietet *Hayatı Belgeyenler*. Sie ist eine zielgerichtete Sendung und richtet sich an alle Zuschauer, die sich besonders für Film-Dokumentationen interessieren. Berühmte türkische Dokumentarfilmer-/in werden täglich in die Sendung

eingeladen, die über ihre Karriere, Erfahrungen und zukünftige Projekte berichten. Der nächste Abschnitt wird eine Kurzfassung der Kritik des Senderangebots anführen.

6.8 Zusammenfassende Kritik des herkömmlichen Sendekonzeptes von *TRT Turizm Belgesel*

Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass im Augenblick in dem neuen Sender von einem wirklichen Erfolg nicht die Rede sein kann. Die bisherige Akzeptanz und der Erfolg von *TRT Turizm Belgesel* kann dabei nur auf Grundlage eigener Beobachtungen thematisiert werden, da es leider keine zugänglichen Daten darüber gibt. Die aufgeführten Problemstellungen und Schwachstellen (siehe Tab. 4 und 5) zeigen, dass das Konzept in seinem IST-Zustand nicht wirklich sinnvoll entwickelt wurde, und aus den angeführten Gründen nicht davon gesprochen werden kann, dass der Sender bisher einen großen Erfolg erzielt hat. Infolgedessen soll das nun zu entwickelnde SOLL-Konzept durch Erneuerungen dazu beitragen, die Schwachstellen zu beseitigen, um den neu gegründeten Sender mittels Verbesserungsvorschlägen ein noch erfolgreicherer Image zu ermöglichen. Im Folgenden noch einmal eine Kurzzusammenstellung der wichtigsten Problemfelder:

<u>Problemstellungen des Senders</u>
<ul style="list-style-type: none">• Unprofessionalität der Mitarbeiter• Arbeitsräume• Name der Sendung• Logo des Senders• Veränderungen der Magazinsendungen• Nicht Beachtung der Zuschauerbedürfnisse

Tab. 4 : Überblick der Problemstellungen des Senders
[Quelle: Eigene Darstellung]

<u>Schwachstellen der Wochenübersicht</u>
<ul style="list-style-type: none">• Alle Magazinsendungen werden hintereinander am Morgen gesendet.• Übrigbleibende Sendezeiten werden mit Dokumentationen besetzt.• Am Wochenende fallen die Magazinsendungen komplett weg.
<u>Schwachstellen der Magazinsendungen</u>
<ul style="list-style-type: none">• Unorganisiertes Team• Unprofessionelle Moderatorinnen• Unstrukturierter Sendeablauf• Unangepasstes Studiodesign• Ständiger Namenswechsel• Nicht adäquate Sendezeit

Tab. 5: Überblick der Schwachstellen der Wochenübersicht und der Magazinsendungen
[Quelle: Eigene Darstellung]

7 Das neue Konzept für *TRT Turizm Belgesel* – Der SOLL-Zustand

7.1 Kurz gefasst: Aufbau des Senders *TRT Turizm Belgesel*

Die meisten Menschen lieben es einfach zu verreisen, neue Kulturen kennen zu lernen und Dokumentationen anzusehen, die zu diesen Themen und auch über die Bereiche Geschichte, Kultur, Natur, Reise und Tourismus berichten. Sie sind immer wieder offen dafür, alles darüber zu erfahren. Der neue Sender steht im Zeichen von Magazinsendungen, Dokumentationen– Information und Wissen. Er setzt sich aus unterschiedlichen Perspektiven wie aktuelle Kurznachrichten, Wettervorhersagen und aus kurzen Filmbeiträgen in den verschiedensten Rubriken zusammen. Unterschiedliche Moderatoren der einzelnen Magazinsendungen verbinden die einzelnen Themen miteinander.

TRT Turizm Belgesel ist der einzige Tourismus- und Dokumentationssender von *TRT* und wurde am 17. Oktober 2009 zum ersten Mal ausgestrahlt. Wie in Abschnitt 4.2 aufgeführt, werden in dem neuen Fernsehsender von *TRT* in seinem jetzigen Zustand, Magazinsendungen in den Bereichen Reise, Kultur, Tourismus und zahlreiche Film-Dokumentationen angeboten. Sie sind feste Bestandteile des Senders und werden täglich von Montag bis Sonntag ausgestrahlt. Die zusammenfassende Kritik, die in Kapitel 6.8 aufgezeigt wurde, soll durch ein Soll-Konzept aufgelöst werden.

7.2 Zielgruppe des Senders

Die Kernzielgruppe richtet sich in erster Linie an die gesamte Bevölkerung, da das Senderangebot überwiegend auf Türkisch präsentiert wird. Darüber hinaus richtet sich der Sender an alle ausländischen Zuschauer, die entweder in der Türkei leben oder sich als Reisende in der Türkei aufhalten. Schließlich wird ein Teil des Senderangebots (*Magazinsendung*) in vier unterschiedlichen Sprachen angeboten. Desweiteren ist *TRT Turizm Belgesel* ein Angebot für alle Menschen, die sich insbesondere für Reise, Tourismus, Kultur und Dokumentationen interessieren.

7.3 Die Grundidee des SOLL-Konzeptes

Das Konzept für die Umsetzung, Organisation und Planung eines innovativen Senders folgt im Rahmen dieser Bachelor Arbeit. Die Grundidee ein neues Konzept für den neuen Sender einzurichten, liegt in der Behebung der beschriebenen Problembereiche des Senders. Um überhaupt ein neues Konzept zu entwickeln, musste zuallererst der Sender *TRT Turizm Belgesel* in seinem IST-Zustand gesichtet und bewertet werden. Durch die intensive Untersuchung konnte eine Einarbeitung in das Thema erfolgen. Diese Einarbeitung zeigte erste wichtige Erkenntnisse über die Probleme des Senders (*Personal, Arbeitsräume, Name der Sendung, Sender-Logo, Veränderungen der Magazinsendungen und unbeachtete Zuschauer*), bezüglich der Programmstrukturen in einer Wochenübersicht, den bestehenden Magazinsendungen und deren Schwachstellen. So erhob sich die Frage, in welcher Form ein zu entwickelndes SOLL-Konzept Sinn machen würde. Es konnte festgestellt werden, dass ein Konzept entwickelt werden musste, welches die Problembereiche und die Schwachstellen beheben konnte. Es bleibt darauf hinzuweisen, dass in diesem Kapitel versucht wurde, parallel zum IST-Zustand zu arbeiten. So entstand die Grundidee des Konzeptes für den neuen Tourismus- und Dokumentationssender von *TRT*.

7.4 Allgemeine Zielsetzung des Senders im SOLL-Zustand

Das Ziel des SOLL-Zustandes ist es, die Erhöhung des Bekanntheitsgrades von dem Sender *TRT Turizm Belgesel* durch Umstrukturierungen und Erneuerungen der Programmstrukturen in einer Wochenübersicht, hinsichtlich der angebotenen Magazinsendungen und mit den Entwicklungen neuer Ideen, einen bestehenden Sender in einen neuen um zu formen. Damit soll vor allem das Interesse des Zuschauers noch mehr geweckt werden, aber ihm auch zu einem besseren Überblick und einer klareren Orientierung verholfen werden. Das Ziel der Umsetzung ist es, eine möglichst große Zielgruppe langfristig an das Programm zu binden. Damit dieses auch erreicht werden kann, müssen die Programm-Zuständigen dieser Sendung auf ein klares und strukturiertes Konzept setzen. Das neue Image soll den Zuschauern in den Sinn kommen, wenn sie sich Film-Dokumentationen ansehen oder sich Informationen über Kultur und Reisetipps holen möchten; und zwar wenn möglich ohne auch nur lang überlegen zu müssen.

7.5 Entwicklung des Optimierungskonzeptes

Eine zielgerichte und durchdachte Vorgehensweise spielt bei der Planung und der Realisierung des Konzeptes eine große Rolle. Im folgenden Abschnitt soll beschrieben werden, wie die Entwicklung des Konzeptes in einzelnen Schritten verwirklicht werden soll.

In dem folgenden Abschnitt wird das angedachte Konzept für den neuen Sender *TRT Turizm Belgesel* dargestellt. Nachdem die Analyse im IST-Zustand aufgeführt wurde, verfolgt das SOLL-Konzept folgende Ziele:

- Verbesserte personelle und räumliche Organisation
- Neuer konstanter Sendername
- Neues Sender-Logo
- Ideen und Konzepte für innovative Magazinformate
- Optimierung der Programmstruktur
- Zukünftige Ideen und Empfehlungen

Durch die aufgelisteten Ziele soll das SOLL-Konzept verwirklicht werden. Im nächsten Schritt werden die personellen und räumlichen Organisationen in ihrem SOLL-Zustand vorgestellt.

7.6 Optimierungsstrategien für den Sender im Überblick

7.6.1 Personelle und räumliche Organisation

Der nächste Abschnitt führt die in Kapitel 4.4.2 vorgestellten Probleme des Personals auf. Anschließend sollen die einzelnen Probleme durch Verbesserungen beseitigt werden.

Es sei daran erinnert, dass die Angestellten sich erst dann zu einem Team zusammengesetzt haben, wenn Gruppenbesprechungen oder die Vorbereitungen der Magazinsendungen aufbereitet werden mussten. Die Beobachtungen zeigten, dass die einzelnen Mitarbeiter des neuen Senders es bevorzugen selbständig zu arbeiten obwohl sie ein Team bilden. Dieses erklärte sich dadurch, dass jeder einzelne in einem zu hohen

Maße nur nach seinem eigenen persönlichen Erfolg zu suchen schien. Desweiteren konnte beobachtet werden, dass eine schlechte Kommunikation untereinander stetig dazu geführt hat, dass jegliche Arten von Problemen entstehen konnte. Dieser Umstand ist möglicherweise einer der Hauptgründe für das suboptimale Erscheinungsbild des Senders. Es stellt sich nun die Frage, wie diese Probleme behoben werden soll? Im nächsten Abschnitt soll dieses mittels neuer Teambildungen und verbesserter interner Kommunikation beseitigt werden.

7.6.1.1 Interne Kommunikation und neue Organisationsstrukturen

Für jeden einzelnen auf dieser Welt wird der Arbeitsplatz immer dynamischer. Alles ändert sich ständig und es gibt immer wieder etwas Neues. Die Mitarbeiter eines Unternehmens müssen schnell und gezielt handeln, Lösungen finden und Innovationen schnell umsetzen können.²⁷ Damit auch ein Sender erfolgsversprechend und ordnungsgemäß produzieren und senden kann, muss vorher festgelegt werden, wer für was zuständig ist und wie die Aufgabenabstimmung zwischen den einzelnen Mitarbeitern funktionieren soll.²⁸ Deshalb wird im Unternehmen die Teamarbeit, die Kommunikation immer wichtiger und ist zu dem Erfolgsfaktor schlechthin geworden.

Ein Betrieb ist ein lebendiges dazu ein kompliziertes und vielgestaltiges System, in dem viele Kräfte mitwirken. Das Zusammenarbeiten eines Teams ist ein wichtiger Punkt, denn das Team ist es, das den Erfolg herbeiführt. Damit die Zusammenarbeit auch ordnungsgemäß ablaufen kann, wird darauf Wert gelegt, die interne Kommunikation einzuführen und zu verbessern. Bei der internen Kommunikation müssen sich alle Teilnehmer abstimmen, d. h. jeder muss mit jedem koordinieren, erst so kann die interne Kommunikation richtig funktionieren. „Nur der informierte Mitarbeiter identifiziert sich mit seinem Unternehmen, setzt sich für seine Ziele ein.“²⁹ Die interne Kommunikation ermöglicht den Mitarbeitern die Verständigung und kann zudem die Motivation der

²⁷ Vgl. Herbst 1999, S. 13

²⁸ Vgl. Karstens 2005, S. 370

²⁹ Zit. Herbst 1999, S. 15

Mitarbeiter unterstützen.³⁰ Dieses kann wiederum dazu führen, dass das Unternehmen schneller zum Erfolg gelangt. „In einem Unternehmen kann es noch so viele Probleme geben - wenn wirklich an der Verbesserung der Kommunikationskultur gearbeitet wird, dann lösen sich viele Probleme von selbst.“³¹ Festzuhalten bleibt, dass die interne Kommunikation hauptsächlich dann eingeführt werden kann, wenn die Mitarbeiter von *TRT Turizm Belgesel* sich erst zu einem Team gebildet haben. Im darauffolgenden Abschnitt wird nun beschrieben, wie eine Teambildung zustande kommt.

7.6.1.2 Die Teambildung

Die Teamarbeit ist es, die den Erfolg eines Senders und in Bezug auf seine Sendungen zeigt. Ein Team verfolgt ein gemeinsames Ziel, an dessen Realisierung jeder einzelne Mitarbeiter des Senders daran beteiligt sein sollte, und wofür alle die Verantwortung tragen.

Selbstverständlich ist es keine leichte Aufgabe ein durchweg gutes Team aufzustellen, denn das erfordert sehr viel Geduld. Ein gut funktionierendes Team stellt sich erst nach einiger Zeit heraus. Darüber hinaus ist es sehr von Bedeutung, dass man sich im Vorfeld überlegen muss, nach welchen Kriterien ein Team gebildet werden soll. Eine Teamarbeit ist zwar nicht immer erforderlich, aber für den neuen Sender spricht alles dafür, ein offizielles Team zu bilden. An dieser Stelle ist daran zu erinnern, dass in Kapitel 4.4.2 angeführt wurde, dass jeder Mitarbeiter des Senders danach strebt, selbständig zu arbeiten, vor allem um persönlichen Erfolg zu haben, und nicht an den Erfolg des Senders denkt. Aus diesem Grund wird es für notwendig gehalten, dass die Mitarbeiter des neuen Senders sich bemühen ein Team zu bilden, damit sie kein eigenes, sondern ein gemeinsames Ziel vor Augen haben. Das Fachwissen sowie berufliche Erfahrungen sind auf jeden Fall erforderlich und müssen im Team aufeinander abgepasst sein. Um aber überhaupt die Teamarbeit zu ermöglichen, müssen bestimmte Voraussetzungen erfüllt sein.

Folgende grundlegende Regeln bilden den Grundstock für eine gute Teamarbeit:

³⁰ Vgl. Herbst 1999, S. 16

³¹ Zit. Herbst 1999, S. 16

- Das Team muss konstant sein und sich verstehen. Der Einsatz muss ernst genommen werden und zu dem auf Dauer sein³²
- Ein Team hat immer genaue Ziele, die es durchsetzt
- Das Team unterstützt sich gegenseitig und vertraut einander
- Das Team ist immer wieder bereit, verschiedene Aufgabenbereiche zu übernehmen
- Es besteht immer eine effektive Kommunikation
- Ein erfolgreiches Team muss geführt werden³³
- Eine im Voraus festgelegte Aufgabe für jeden einzelnen in Team vermeidet Missverständnisse, Unklarheiten, Verwirrungen und vor allem vermeidet sie doppelte Arbeit
- Die Arbeit unter den Mitarbeitern ist gleichmäßig zu teilen
- Das Team bemüht sich stets um Verbesserungen, Erneuerungen und Veränderungen³⁴
- In einem Team können beispielsweise schwierige Aufgaben zusammen gelöst werden
- Ständiger Informationsaustausch, regelmäßige Sitzungen und Mitarbeiterbesprechungen sollten eingeführt werden³⁵
- Die Teambildung ist es, die dazu führt, dass jeder einzelne weiß, was sein eigener Aufgabenbereich ist und sich darüber hinaus im Klaren ist, welche Verantwortungen er übernommen hat und welche Art von Entscheidungen er zu treffen hat

Die aufgeführten Punkte sind wichtige Voraussetzungen für eine gute Teamarbeit, an denen sich das Personal des neuen Senders von *TRT* für die Zukunft halten sollte, um größere Erfolge zu erzielen.

7.6.1.3 Strukturen der Arbeitsräume

Dieser Abschnitt wird zuerst eine kurze Zusammenfassung über die Probleme der Arbeitsräume von *TRT* in Erinnerung bringen. Hinterher wird versucht diese Problemstellung durch ein angedachtes, nicht zu tief gehendes Konzept zu beseitigen.

Das Hauptgebäude von *TRT* besteht aus neun Etagen. Eine Etage besteht aus elf Arbeitsräumen, in denen sich voneinander unabhängige Mitarbeiter aufhalten. Beispielsweise ist ein Arbeitsraum zusammen mit Dokumentaren, Radioproduzenten oder mit TV-Produzenten besetzt. In einem sehr seltenen Fall ist ein Raum mit einem Team

³² Vgl. P. Rabey 1994, S. 169

³³ Vgl. P. Rabey 1994, S. 173

³⁴ Vgl. P. Rabey 1994, S. 58

³⁵ Vgl. P. Rabey 1994, S. 169

belegt. Aus diesem Grund wurde ein provisorisches Konzept angedacht. Um auch das Konzept der Arbeitsräume umsetzbar zu machen, mussten einige organisatorische Umbauten stattfinden. Das Konzept soll klar definierte, überschaubare, innovative Arbeitsbereiche für die Mitarbeiter und die einzelnen Teams zusammen stellen. Die Räume sollen so aufgebaut werden, dass Teams und andere abhängige Mitarbeiter sich in der Zukunft in einem Arbeitsraum aufhalten. Durch die organisatorische Umsetzung soll auch gleichzeitig das Engagement der Teamarbeit gefördert werden. Es ist anzudenken, dass ein klar definierter Arbeitsbereich die Kommunikation der Mitarbeiter und damit auch das Arbeitsklima des neuen Tourismus- und Dokumentationssenders fördern kann.

Für das Konzept einer Etage wurde folgende Aufteilung der Arbeitsräume angedacht:

Den Mitarbeitern von *TRT* in Izmir stehen insgesamt elf Arbeitsräume in dem Hauptgebäude zu Verfügung. Für eine bessere Struktur und für ein schnelleres Auffinden des Personals könnte man eine Etage mit den klar definierten Mitarbeitern besetzen, wie z.B. alle Dokumentarfilmer-/in auf eine Etage, die komplette Radiomannschaft auf eine Etage, TV-Chefs und deren Assistenten, Sekretäre und andere Zugehörige auf eine andere Etage etc. Die anderen Etagen können mit den jeweiligen Teams platziert werden oder mit allen anderen Mitarbeitern mit denselben Tätigkeiten aus einer Arbeitseinheit. Dieses kann dazu dienen, die regelmäßige Kommunikation aufrecht zu erhalten, um Störungen zu vermeiden und die Konzentration zu fokussieren.

7.6.1.4 Zusammenfassung

Aufgrund der Tatsache, dass die Mitarbeiter in ihrer jetzigen Arbeitssituation überdurchschnittlich danach streben, eigenständig zu arbeiten, um persönlichen Erfolg zu erzielen, wird vermutet, dass sie evtl. nicht in der Lage sind in einem Team zu arbeiten. Das unabhängige Arbeiten voneinander führt zudem dazu, dass chaotische Verhältnisse zustande kommen, und dieses sicherlich dazu beiträgt kein erfolgreiches Programm realisieren zu können.³⁶ Durch die Teamarbeit lernen die Mitarbeiter im neuen Sender bei *TRT*, was es bedeutet, die Aufgaben und Ziele zusammen durchzusetzen. Zudem lernen sie auch sich selbst im Umgang mit anderen kennen. Die aufgeführten Punkte für eine gute Teamarbeit sind wichtige Bestandteile der Teambildung und sollen stets von den

³⁶ Vgl. Karstens 2005, S. 370

Programm-Zuständigen berücksichtigt werden. Durch die intensive Einhaltung der internen Kommunikation können Probleme schneller gelöst werden. Das Wort Team ist das Schlüsselwort zur Verbesserungen der Leistungen und der Erfolgsfaktor in einem jeden Unternehmen. Deshalb sollte sich jeder Mitarbeiter des neuen Senders bemühen, sich in einem Team einzufinden um eine erfolgreiche Teamarbeit zu verwirklichen.

Zusammenfassend kann man über die neue provisorische Umsetzung der Arbeitsräume von *TRT* sagen, dass sie in ihrem SOLL-Zustand eine viel bessere Orientierung verschafft und zudem ihren Mitarbeitern einen Arbeitsbereich anbietet, dessen Arbeitseinheit dieselbe ist und die Mitarbeiter daher kollegial zusammen arbeiten können. Desweiteren ermöglicht ihnen die Aufteilung sich zu einem kompletten Team zu bilden, um auch regelmäßiger Informationen auszutauschen, bei Veränderungen und Problemen stets gegenseitig zu helfen und abhängige Mitarbeiter zusammen legen zu können, damit sie voneinander profitieren können. Für den Anfang wäre diese Umsetzung für die Zukunft eine vorläufige Verbesserung und bezüglich des neuen Senders für *TRT*.

7.6.2 Optimierung: Sendername und Sender-Logo

In diesem Abschnitt geht es darum, in einer Kurzfassung die Probleme des Sendernamens in Erinnerung zu rufen. Anschließend wurde für den neuen Fernsehsender ein Sendername angedacht, der nur im Rahmen dieser Arbeit eingesetzt wurde.

Darauffolgend wird der ständige Wandel des Sender-Logos kurz in Erinnerung gerufen. Und schließlich wird dem Sender ein eigen entworfenes und adäquates Sender-Logo vergeben. Auch an dieser Stelle ist darauf hinzuweisen, dass das entwickelte Logo nur für den Zweck dieser Arbeit benutzt wurde.

7.6.2.1 Der neue Sendername

Die in Kapitel 4.4.4 aufgeführten Probleme bezüglich des Sendernamens haben dargelegt, dass der neue Tourismus- und Dokumentationssender von *TRT* seit dem Beginn seiner ersten Ausstrahlung ständig den Sendernamen verändert. Der

Generaldirektor Ibrahim Şahin hatte am Eröffnungstag des Senders angekündigt, dass der Sendername noch nicht festgelegt worden sei und es zudem den türkischen Bürgern überlassen bliebe, wie der Sender in Zukunft heißen solle. Es wurde eine Internetseite bezüglich der Namensvorschläge auf der offiziellen Homepage von *TRT* entworfen. Darüber hinaus hat die Seite Anweisungen gegeben was jeder Interessierte tun muss, um einen Namensvorschlag abzugeben. Der bestmögliche Namensvorschlag sollte ausgewählt und mit einer Reise belohnt werden, der Name aber selbst ist bis heute nicht bekannt gegeben worden. Während der gesamten Beobachtungszeit über hat insgesamt dreimal eine Namensveränderung stattgefunden. In dem nächsten Teil werden zuerst die Anforderungen für eine Namensfindung angeführt und anschließend wird dem Sender ein neuer Name zugeteilt.

Die Festlegung eines festen Sendernamens sollte als Grundvoraussetzung betrachtet werden, um überhaupt einen neuen Sender etablieren zu können. Mit dem Namen erst, wird der Sender für den Zuschauer existent. Der Name soll ein Bild, ein Symbol und ein Image der Sendung präsentieren können. Natürlich ist eine Namensfindung nicht immer einfach und sollte stets gut überlegt sein. Damit auch eine zielführende Idee zustande kommt, wird es für erforderlich gehalten, dass sich alle Mitwirkenden des neuen Senders zu einem Team bilden und entsprechende Ideen sammeln. Dabei sollte es ganz gewiss um Einfälle gehen, die sich dem Sender und in etwa dessen Inhalt anpassen. Der ausgewählte Name könnte eventuell Hinweise darauf geben, um was für einen Sendeformat es sich handelt. Die Anforderungen für die Namensfindung sollten einprägsam, eindeutig, leicht erkennbar, unverwechselbar, identifizierbar, kurzsilbig, dauerhaft und aufmerksamkeitsstark sein.³⁷ Die Ideen, die innerhalb des Teams gefunden werden, können auch beispielsweise Freunden und Bekannten vorgestellt werden, um nach deren Reaktion zu schauen. Der Name muss nicht wirklich sensationell sein, aber authentisch wirken. Damit auch das provisorische Konzept real umgesetzt werden kann, wurde ein möglicher Sendername für den Tourismus- und Dokumentationssender von *TRT* angedacht.

Für den neuen Sender wurde der Name *TRT Bel-Tur* vorgesehen. Selbstverständlich kamen auch andere Namensideen in den Sinn, nur sind es immer wieder Ideen gewesen, die eine türkische Bedeutung tragen. Da sich aber auch ein Teil des Senderangebots an ausländische Zuschauer richtet, wurde ein Name bevorzugt der sowohl für die türkische

³⁷ Vgl. Pepels 2003. S. 349

Bevölkerung als auch für die ausländischen Zuschauer interessant klingt. Der Name beinhaltet, wie man auch schon denkbar erkennen kann, die Abkürzungen von *Belgesel* (*Dokumentationen*) und *Turizm* (*Tourismus*). Die Abkürzung Bel hört sich an wie *wundervoll* (wie beispielsweise auf der Sprache Französisch) und Tur klingt wie *Tour*, man könnte davon ausgehen, dass es sich um *wundervolle Touren* handelt, was ja auch wahrheitsgemäß zutrifft. Den ausgewählten Sendernamen könnte man sich für die Zukunft gut vorstellen, ohne es auch je verändern zu müssen. Zusammen mit dem neuen Sendernamen soll im nächsten Abschnitt nun das passende Sender-Logo für den neuen Sender *TRT Bel-Tur* bestimmt werden.

7.6.2.2 Das neue Sender-Logo

Wie in dem Kapitel 4.4.5 intensiv beobachtet und dargestellt, wurde das Sender-Logo in demselben Tempo verändert wie der Sendername. Insgesamt dreimal wurde das Logo verwandelt, (vgl. Abb. 5, S.27). Nun soll auch an dieser Stelle, wie es für den Sendernamen vorgesehen wurde das Sender-Logo so umgestaltet werden, dass es auch in Zukunft bestehen bleiben kann.

Für das Fernsehgeschäft spielt das Design eine besondere Rolle. Anhand eines Logos sind alle TV-Sender dazu verpflichtet sich zu identifizieren. Der Gestaltungsentwurf und seine praktische Umsetzung sind fast so wichtig wie das Programm selbst. Das Erscheinungsbild eines TV-Senders ist sein Wiedererkennungseffekt „und damit Auslöser für eine gewisse Treue zum Produkt“.³⁸ Das Sender-Logo befindet sich während des gesamten Programmes über, entweder auf der rechten oder auf der linken Ecke des Bildschirms. Es wird als die sogenannte „Fliege“ bezeichnet.³⁹ Das Logo ist ein gemischtes Zeichen, das zum Teil aus Schrift und zum Teil aus einer Abbildung besteht.⁴⁰ Einige Sender benutzen grafisch gestaltete Namen, während andere Sender es wiederum bevorzugen Symbole zu verwenden. Das Logo sollte zeitgemäß gestaltet, dazu erkennbar, einprägsam und unverwechselbar sein.⁴¹ Das Logo Design soll speziell auf den Sender und dessen Inhalt ausgerichtet werden. „Um von einem Logo profitieren zu können, sollte es über Jahre hinweg ohne große Veränderungen beibehalten und ständig

³⁸ Zit. Karstens 2005, S. 224

³⁹ Vgl. Holtmann 1999, S. 327

⁴⁰ Vgl. Çamdereli 2006, S. 39

⁴¹ Vgl. Karstens 2005, S. 229

präsentiert werden, so dass es ohne große Erklärung fest im Wissen des Zuschauers verankert ist.“⁴²

Das vorhandene Sender-Logo, soll nun gestalterisch neu umgesetzt werden. Vorerst zeigt aber die Abbildung 10 das derzeitige Logo des Senders, um anschließend das neue Sender-Logo besser davon abheben zu können.



Abb. 10: Das Sender-Logo des neuen Senders in seinem jetzigen Zustand
[Quelle: TRT 2010r]

Wie in der Abbildung 10 zu erkennen ist, wurde das jetzige Logo des Senders sehr einfach, uninteressant und farblos gestaltet. Es stellt ein Logo dar, der überhaupt nicht dem Sender entspricht. Im nächsten Schritt wird das eigens entworfene Sender-Logo erst einmal grafisch dargestellt. Anschließend wird das umgestaltete Logo näher beschrieben.

Für das graphische Design des Sender-Logos wurde folgende Umsetzung angedacht:

⁴² Zit. Holtmann 1999, S. 326

Grafische Umsetzung



Abb. 11: Neues Sender-Logo von TRT Bel-Tur
[Quelle: Eigene Darstellung]



Abb. 12: Neues Sender-Logo mit dem neuen Sendernamen
[Quelle: Eigene Darstellung]

Das Logo Design in Abbildung 11 und 12 wurde von der Verfasserin selbst angedacht und umgesetzt. Die Farben des Regenbogens im Logo spiegeln die angebotenen Inhalte des neuen Senders wieder. Es kann daran erinnert werden, dass alle Film-Dokumentationen (Wissenschaft, Amateurfilme, Kultur- und Kunstfilme, Natur, Geschichte, Reise und Gesellschaft) im Sender, nach den Farben des Regenbogens bestimmt wurden. Desweiteren haben die Kulturen eines Landes eine enorme Auswirkung auf die Bedeutung der Farben.⁴³ „Farben begleiten uns jeden Tag und sie beeinflussen uns mehr als wir denken.“⁴⁴ Jede einzelne Farbe vermittelt eine besondere Bedeutung. Die Farbe Rot steht für Lebensfreude, Energie und Aktivität, gelb vermittelt Wärme, gibt einem gute Laune und macht wachsam, Orange erhebt durch ihre wärme die Stimmung, die Farbe Grün beruhigt und verbindet einen mit der Natur, Türkis steht für Gelassenheit, die blaue

⁴³ Colours Moments Feelings 2010

⁴⁴ Zit. Lichtkreis 2010

Farbe entspannt, Lila gilt als geheimnisvoll, inspiriert, schenkt dem Menschen Ruhe und Entspannung.⁴⁵ Die zweite Abbildung 12 zeigt das neue Sender-Logo mit dem neuen Sendernamen. Zusammenfassend kann man sagen, dass das neu gestaltete Logo für die Zuschauer besser einprägsam, unverwechselbar und sehr leicht wieder zu erkennen ist. Desweiteren passt sich das Logo in seinem SOLL-Zustand besser dem Sender an und lässt das Publikum mit seinen Farben die Vielfältigkeit des neuen Fernsehsenders spüren.

7.6.2.3 Zusammenfassung

Zusammenfassend lässt sich über den neu angedachten Sendernamen und das umgestaltete Sender-Logo sagen, dass sich beide jetzt vielmehr dem neuen Sender anpassen als vorher. Der Sendername *TRT Bel-Tur* hört sich interessant an und orientiert sich zudem mit seinen Abkürzungen an den Senderinhalten. Die Farben des Regenbogens um das Sender-Logo herum geben den Inhalt des neuen Senders vitalisierend und positiv wieder. Durch seine neuen und bunten Farben wirkt es nun lebhafter und lässt zudem den Sender leicht wiedererkennen. Nachdem nun der Sendername und das Sender-Logo neu erstellt wurden, soll im nächsten Kapitel ein neues Konzept für die angebotenen Magazinsendungen erstellt werden.

⁴⁵ Vgl. Lichtkreis 2010

8 Ideen und Konzepte für innovative Magazinformate

Die Programm-Zuständigen eines neuen Senders müssen sich vorher im Klaren darüber sein, welche wichtigen Punkte berücksichtigt werden müssen, um überhaupt den bestmöglichen Sender und die dazu gehörigen Sendungen zu entwickeln. Der jeweilige Erfolg der Sendung hat nicht immer nur und ausschließlich mit dem Inhalt des Formates zu tun, es kommt genau so darauf an, wie ein Format unterstützt, aufgebaut, geplant und gesendet wird. Eine wichtige Voraussetzung der Programm-Verantwortlichen sollte im Voraus sein, diesen Sender zu lieben und dem ausgestrahltem Programm ehrliches Interesse entgegen zu bringen.

8.1 Zielsetzungen der Optimierung

Das Ziel von *TRT Bel-Tur* in seinem SOLL-Zustand ist es, den neuen Fernsehsender bekannter zu machen und eine noch interessant gestaltete Sendeschiene aufzubauen. Diese besteht aus zwei Hauptteilen: Magazinsendung und Film-Dokumentation. Durch diese Elemente soll seine Präsenz bei den Zuschauern noch mehr verstärkt und somit eine stärkere Bindung an den Sender und natürlich an das Unternehmen *TRT* erreicht werden. Um dieses realisieren zu können, musste vorerst eine intensive Analyse des IST-Zustandes der einzelnen Sendungen durchgeführt werden (vgl. Kapitel 6-6.8).

Durch die Umsetzung soll das Zielpublikum mit festen, stabilen, unterhaltenden und informativen Angeboten bedient werden können. Die Ansprüche der Zuschauer müssen erfüllt werden. Um aber auch qualitativ gute und informative Programme zu machen, müssen die Programm-Verantwortlichen eine gute Struktur konzipieren können. Man muss die Interessen, Bedürfnisse und Einstellungen des Zielpublikums gut einschätzen können, um beide Komponenten sinnvoll miteinander zu verbinden.

Mit der Umsetzung soll Folgendes erreicht werden:

- Den ganzen Tag über eine Abwechslung zwischen Tourismus- und Dokumentationen anzubieten
- Zuverlässigkeit
- Zuschaueransprache, sich gezielt auf die Zuschauer einstellen

- Eine optimale Planung, die Sendungen am richtigen Sendeplatz platzieren
- Neue Ideen und Empfehlungen

Durch die oben aufgeführten Merkmale soll eine neue Programmstruktur, Umstrukturierungen und eine bessere Sendeschiene gestartet werden als zuvor. Das initiierte Konzept für die Magazinsendungen soll das Image der Sendung fördern und dadurch die Identität stärken. Außerdem soll es dazu beitragen, dass noch mehr Interessenten über touristische und kulturelle Orte, sowie interessante und berühmte Sehenswürdigkeiten innerhalb der Türkei informiert werden. Desweiteren ist das Ziel des Konzeptes, dem Publikum eine einheitliche und vertraute Struktur anzubieten.

8.2 Vorgehensweise

Nach der Erarbeitung der personellen- und räumlichen Organisationen, dem neuen Sendernamen und der Umstrukturierung des Sender-Logos soll nun ein Konzept für die bestehenden Senderangebote erstellt werden. Um ein neues SOLL-Konzept zu entwickeln, mussten zuerst alle die ab dem Kapitel 6 aufgeführten Magazinsendungen in ihrem IST-Zustand beobachtet und bewertet werden. Nacheinander folgend werden in den kommenden Abschnitten die fest bestehenden vier Sendungen des neuen Senders kurz im Hinblick auf ihr Profil und auf ihre Schwachstellen erinnert. Um anschließend dann mit den Behebungen und Verbesserungsvorschläge zu beginnen.

8.3 *Buluşma Noktası* – Das neue Konzept

8.3.1 Kurz gefasst: Das Senderprofil

Es lässt sich erinnern, dass *Buluşma Noktası (Treffpunkt)* eine live Sendung ist und täglich von Montag bis Freitag die ersten Morgenstunden des neuen Senders belegt. Die Magazinsendung wird in vier verschiedenen Sprachen (Deutsch, Englisch, Französisch, Russisch) und von vier verschiedenen Moderatorinnen nacheinander moderiert. Täglich versuchen sie ihre Zuschauer durch Kurznachrichten, dem Wetterbericht, mit kurzen

Tourismusbeiträgen und mit Veranstaltungen in den verschiedensten Städten der Türkei mit Informationen zu versorgen. Jedoch haben sich bei der Analyse der Sendung, folgende Schwachstellen beobachten lassen:

Die Schwachstellen:

- bei den Moderatorinnen
- bei dem Team
- bei dem Sendeablauf
- bei dem Studio Design

In dem darauffolgenden Abschnitt geht es nun darum, für die aufgeführten Schwachstellen einzeln eine Lösung zu finden.

8.3.2 Verbesserung der Moderation

Bei der Beobachtung der Moderatorinnen von *Buluşma Noktası* wurde festgestellt, dass man als Zuschauer dieser Sendung Schwierigkeiten hat, den Moderatorinnen zuzuhören. Bis auf eine russisch stämmige Moderatorin sind alle anderen türkisch stämmige Moderatorinnen, die auf Deutsch, Englisch und auf Französisch moderieren. Die Aussprache sowie der Akzent, mit dem auf der jeweiligen Sprache vorgetragen wird, zeigt, dass die Moderatorinnen ungenügend oder gar nicht ausgebildet wurden. Ständig werden die vorgetragenen Themen aus den Moderationskarten abgelesen. Beim freien Sprechen wurde deutlich, dass ihnen viele Fehler unterliefen. Desweiteren werden zum Teil die Themen märchenhaft vorgetragen. Die nachfolgenden Abschnitte zeigen, was für Möglichkeiten es gibt, um passende Moderatoren zu finden, und wie das richtige Moderieren in einer Sendung funktioniert.

„Zweifelsfrei ist der Moderator in Magazin-Sendungen bis heute unverzichtbar: Er stellt den personalen Bezug zwischen Programm und Publikum dar: Durch ihn kommt eine Sendung ins Haus; er ist das erkennbare, wiederkehrende „Menschliche“ in einer Sendung voll unterschiedlicher Informationen, wechselnder Bilder und Beiträge.“⁴⁶ Die

⁴⁶ Zit. Kreuzer 1988, S. 131

Moderatoren sind die Verkäufer eines Programms.⁴⁷ Nicht nur das Einleiten, Verbinden und das durch die Sendung Führen ist die Aufgabe des Moderators. Die Aufgaben der Moderatoren bestehen heute auch darin, redaktionell-inhaltlich mitzuwirken, an der thematischen Erschließung der Sendeinhalte mit zu arbeiten, Recherchearbeiten und Informationsbeschaffung durchzuführen, beim Mitwirken der Übersetzungen⁴⁸ und im selber Schreiben ihrer Texte. Es gibt nur annäherungsweise den ausgezeichneten Moderator, was bedeutet: „Er soll *entspannt*, aber nicht lässig wirken; *ruhig*, aber nicht langweilig sein; *überlegen*, aber nicht arrogant; *sprachgewandt*, aber nicht maniert; *gut gekleidet*, aber nicht geckenhaft.“⁴⁹

Die ausgewählten Moderatorinnen müssen mit den Themen vertraut sein, um sie auch entsprechend präsentieren zu können. Für eine gute Moderation ist es wichtig, dass alle ausgestrahlten Filmbeiträge vor der Sendung gründlich angesehen, angehört und alle vorbereiteten Texte genau durchgelesen werden. „Eine falsche Besetzung der Moderation oder anderer Positionen vor der Kamera kann ein ansonsten hervorragendes Konzept um seinen Erfolg bringen.“⁵⁰

8.3.3 Die richtige Auswahl der Moderatoren

Die Redaktion einer Sendung setzen regelmäßige Castings ein, „um genauere Anhaltspunkte über die Ausstrahlung der Bewerber zu bekommen.“⁵¹ In diesem Casting wird den zukünftigen Moderatoren vor laufender Kamera die Möglichkeit gegeben auf die Sendung bezogene Aufgaben zu lösen. Zum Abschluss eines solchen Verfahrens kann über die Aufzeichnung des Castings oder durch eine Pilotsendung (vgl. Kapitel 9.3) festgestellt werden, ob die Moderatoren in die Sendung passen oder nicht.⁵² Solch ein Casting sollte für die Zukunft stets durch die Programm-Verantwortlichen des neuen Senders berücksichtigt werden, womit sie in erster Linie verhindern, dass Zuschauer abschalten, und dazu beitragen die Sendung wieder ernst nehmen zu können. Gut ausgebildete Moderatoren können es schaffen, eine erfolgreichere Sendung zu moderieren.

⁴⁷ Vgl. Schult 1997, S. 206

⁴⁸ Vgl. Fritzsche 2009, S. 26-28

⁴⁹ Zit. Schult 1997, S. 208

⁵⁰ Zit. Karstens 2005, S. 194

⁵¹ Zit. Karstens 2005, S. 155

⁵² Vgl. Karstens 2005, S. 155

8.3.4 Das richtige Moderieren

Hanns Joachim Friedrichs⁵³ gibt in dem Buch von Schult/Buchholz (1997) folgende Moderationstipps:

- Der Moderator soll die Moderationstexte selber schreiben
- Die Verständlichkeit ist der Schlüssel zur Akzeptanz bei dem Zuschauer
- Filmbeiträge die in der Sendung gezeigt werden, müssen vorher mindestens dreimal angesehen werden, damit die Moderatoren auch reichlich Informationen erhalten und Fehler vermeiden
- Die Abwechslung zwischen dem Ablesen und dem freien Sprechen ist für Friedrich schwierig. Denn dieses verursacht, dass man sich entweder auf das Ablesen konzentriert oder auf das Freie Sprechen. Deshalb sollte man sich stets für eines der beiden entscheiden⁵⁴

Natürlich gibt es keine geheimen Rezepte für ein erfolgreiches Moderieren, denn so etwas „entscheidet sich ein bisschen schon in der Stunde der Geburt.“⁵⁵ Die Moderationstipps, die Hanns Joachim Friedrichs für wichtig hält, sollten durch die Programm-Verantwortlichen von *TRT Bel-Tur* an die Moderatoren des neuen Senders weitergeleitet oder durch eine bessere Auswahl berücksichtigt werden. Sie können dazu beitragen, dass die Sendung für die Zukunft über durchweg gute Moderatoren verfügt, um somit bessere Erfolge erzielen zu können und von den Zuschauern ernster genommen zu werden.

8.3.5 Optimierung der Teamorganisation

Bei der Beobachtung dieser Schwachstelle zeigte sich, dass sich das Team nicht auf eine einheitliche Struktur des Inhaltes der Sendung geeinigt hatte. Das Sendeschema bleibt erhalten, aber die Struktur der Inhalte wird durch jede Moderatorin ungleich präsentiert. Zudem unterlaufen dem Team während der Live-Sendung viele technische Fehler.

An dieser Stelle ist die mangelnde Zusammenarbeit des Teams wieder das beste Beispiel. Würden die Programm-Zuständigen besser zusammen arbeiten und den Inhalt

⁵³ Hans Joachim Friedrich, geb. 1927 in Hamm/Westf., gest. 1995, war Fernsehjournalist, 1985-1991 regelmäßiger Moderator der „Tagesthemen“ (ARD), (Vgl. Schult 1997, S. 214)

⁵⁴ Vgl. Friedrich in Schult 1997, S. 210-213

⁵⁵ Zit. Friedrich in Schult 1997, S. 213

für die jeweiligen Moderationen gut vorbereiten, dann würden sie solche Schwachstellen vermeiden. Es sollte stets darauf Wert gelegt werden, dass die Programm-Zuständigen von *Buluşma Noktası* ihrem Sendeablauf eine einheitliche Struktur geben. Durch diese Umsetzung wird dann in jeder Sprache die Reihenfolge, sowie die Anzahl der Städte der mit Wettervorhersagen und der Veranstaltungsteil von jeder Moderation mit der gleichen Struktur vorgetragen.

8.3.6 Optimierung des Studiodesigns

Bei der Studio-Gestaltung von *Buluşma Noktası* lässt sich daran erinnern, dass das Design sehr schlicht gehalten wurde und nicht wirklich anspruchsvoll wirkte. Die matt-tönenden Farben ließen, das Studio uninteressant aussehen. Auch an dieser Stelle wurde eine Veränderung des Studiodesigns vorgenommen.

„Das Studio ist ein Rahmen für den Ausschnitt aus der Wirklichkeit, den die Sendung zeigen will.“⁵⁶ Wie ein jeder Rahmen besteht seine Aufgabe darin, etwas einzuschließen und zum Vorschein zu bringen. „Das Studio trägt zum Erfolg einer Sendung bei.“⁵⁷ Mit weiteren Gestaltungselementen stellt das Studio eine optische Konstante dar: es bleibt in jeder ihrer Folgen gleich, kündigt an, um welche Sendung es sich handelt, und bietet seinem Publikum die nötige Orientierung.

Für das Umgestalten des Studios von *Buluşma Noktası* wurde Folgendes angedacht:

Den Hintergrund des Studios, kann man anstelle der schräg gestellten Wand, die zickzack-förmig mit den Farben des Regenbogens dekoriert wurde, mit verschiedenen Bildern wie zum z.B. von berühmten Sehenswürdigkeiten (Statuen, Denkmäler, berühmte Moscheen, antike Sehenswürdigkeiten etc.) der verschiedensten Städte der Türkei dekorieren. Die Bilder sollen großförmig sein, an die Wand platziert und beleuchtet werden. Im Hintergrund kann direkt in die Mitte der Wand ein Monitor aufgestellt werden, an dem weiterhin nach dem bekannten Verfahren per touch die Wettervorhersagen und die Veranstaltungen präsentiert werden können. Den Boden des Studios könnte man mit einem weißen Lackboden gestalten. Damit das Studio auch nicht so leer wirkt, kann man

⁵⁶ Zit. Karstens 2005, S. 172

⁵⁷ Zit. Karstens 2005, S. 173

ein etwas breiteres Stehpult platzieren mit einem Stehhocker, der auch feststehend ist und nicht jedes Mal umgeräumt wird, nur um den Anschein von Abwechslung erwecken zu wollen.

8.3.7 Verbesserungsvorschläge und Empfehlungen

In diesem Abschnitt geht es darum, der Sendung einige Vorschläge für eine bessere und abwechslungsreichere Sendung zu unterbreiten.

Zunächst werden im Folgenden die Verbesserungsmöglichkeiten, die für die Sendung *Buluşma Noktası* angedacht wurden, aufgeführt:

- **Eine Sendungs eigene Internetseite:**
Die Sendung *Buluşma Noktası* verfügt über eine Email-Adresse, aber keine eigene Internetseite. Die Zuschauer der Sendung haben nur über Email-Kontakt die Gelegenheit, ihre Wünsche, Äußerungen (negativ oder positiv) und evtl. Verbesserungsvorschläge zu unterbreiten. Da der Sender noch frisch auf dem Markt ist, wäre es sinnvoll, eine Internetseite auch auf der offiziellen Seite von *TRT* zu ergänzen. Die Seite muss nicht allzu professionell aufgebaut sein. Kontaktdaten, Videoarchiv und ein Gästebuch reichen völlig aus, um die Meinungen des Publikums über die Sendung zu erfahren. Wie diese Homepage genau aussehen soll, kann im Rahmen dieser Arbeit nicht weiter untersucht werden.
- **Ein Sendungslogo:**
Während der ganzen Sendung über, wird bei *Buluşma Noktası* kein Sendungslogo eingeblendet. Somit haben neue und ältere Zuschauer keinen Einblick, was für eine Sendung gerade ausgestrahlt wird. Für die Wiedererkennung wird es für nötig gehalten, ein entsprechendes Sendungslogo zu entwickeln. Beispielsweise könnte man den Namen als Schrift hinschreiben und dazu die jeweilige Flagge, des gerade thematisierten Landes einblenden. Dies wäre eine Möglichkeit.
- **Moderationskarten:**
Während der Sendung über werden Moderationskarten verwendet. Bei näherer Betrachtung sieht man, dass die Karten der Moderatorinnen mit dem allgemeinen Logo von *TRT* gestaltet sind. Normalerweise befindet sich auf der Vorderseite der Karte meistens das Logo der Sendung. Für den Wiedererkennungseffekt empfiehlt es sich hier, die Moderationskarten mit dem Sendungslogo zu gestalten.
- **In dem Themenbereich der Wettervorhersage:**
Beim Präsentieren der Wettervorhersagen lässt sich daran erinnern, dass die Moderatorinnen frei in der Auswahl sind, über welche Städte sie moderieren. Als Abwechslung könnte man in den Hintergrund die jeweilige Stadt abbilden und täglich ein immerzu anderes Bild der Stadt einfügen. Von der Optik her würde es

eine ganz andere Atmosphäre schaffen als der jetzige Zustand.

- **In dem Themenbereich der Veranstaltungen:**

Bei der Vorführung der Veranstaltungen ist zu erinnern, dass auf dem Bildschirm nur ein Foto mit Text der jeweiligen Veranstaltung zu Verfügung gestellt wird. Hier könnte als eine Abwechslung, während die Moderatorin die Daten anmoderiert, im Hintergrund ein kurzer Filmabschnitt über die Vorstellung (Oper, Theater, Museum etc.) angezeigt werden. Denn nur durch ein Foto kann man die Zuschauer nicht wirklich beeindrucken, aber ein kurzer Filmabschnitt würde die Aufmerksamkeit des Publikums evtl. mehr anregen.

- **Extras:**

Anstelle eines zwei minütigen Tourismusbeitrags können die Moderatoren mit Hilfe des Internets eine offizielle Seite präsentieren (die vorher durch die Redaktion bestimmt wird), die touristische Orte, berühmte und interessante Sehenswürdigkeiten der Türkei zeigen. Dies würde der Sendung eine Abwechslung geben.

8.4 *Türkiyeden* – Das neue Konzept

8.4.1 Kurz gefasst: Das Senderprofil

Grundsätzlich lässt sich bei der Magazinsendung *Türkiyeden* (*Aus der Türkei*) erinnern, dass sie ein Teil der Sendung von *Buluşma Noktası* ist und direkt im Anschluss läuft. Auch sie hat ihren festen Sendeplatz von Montag bis Freitag und ist eine live, nur auf Türkisch moderierte Sendung. Geleitet wird sie von demselben Redaktionsteam. Ihre Themengebiete entsprechen ihrem Vorgänger und werden in der gleichen Reihenfolge ergänzt durch einige Extras (Vorstellung von Internetseiten mit einem Experten), vorgetragen.

In dieser Sendung haben sich jedoch weniger Schwachstellen gezeigt als in der vorhergehenden Sendung:

Die Schwachstellen bestehen hauptsächlich aus:

- Dem Stil der Moderatorin
- dem Studio Design

Im Nachfolgenden sollen die Schwachstellen beseitigt werden.

8.4.2 Verbesserung der Moderatorin

Bei der Untersuchung der Sendung *Türkiyeden* wurde die Bekleidung der Moderatorin und ihr sehr blass wirkendes Gesicht bemängelt. Während der Analyse konnte beobachtet werden, dass die Moderatorin sich täglich in einer Kleidung präsentiert, die sich eher am Privatleben orientiert und nicht an der Sendung. Ein zu blasses Gesicht lässt die junge Dame stets müde aussehen.

„Im Gesamtpaket bringt eine vorteilhafte Optik den Mehrwert der ganzen Sendung. Gute Optik ist für einen Moderator ein >must<.“⁵⁸ Der Träger der Sendung ist der Moderator. Zum Image der Magazinsendung gehört der Bekleidungsstil der Moderatoren mit dazu. „Die Auswahl der Kleidung gehört zu den Mitteln, die einer Redaktion zur Verfügung stehen.“⁵⁹ Man kann sich der Mode anpassen, ohne dass man die Seriosität oder die Zuverlässigkeit dabei verliert. Natürlich haben alle Moderatoren einen eigenen Stil, dennoch muss eine richtige Auswahl von Kleidungsstil getroffen werden, die der Sendung entspricht. Gerade bei dem öffentlich-rechtlichen Sender *TRT* gilt im Allgemeinen, dass die Moderatorinnen zwar modern, aber nicht allzu freizügig auftreten dürfen. Denn *TRT* gilt als ein gediegener Sender der sich von anderen privaten Sendern der Türkei durch seine Seriosität unterscheidet. Aus diesem Grund sollten die Programm-Verantwortlichen von *Türkiyeden* und die Moderatorin der Sendung sich vorher über die Kleidung absprechen. Desweiteren müssen die Maskenbildnerinnen darauf aufmerksam gemacht werden, die Moderatorin im Gesicht noch lebhafter zu schminken, damit sie bewegter und beeindruckender aussieht.

8.4.3 Optimierung des Studiodesigns

Die Magazinsendung *Türkiyeden* findet in dem gleichen Studio statt wie *Buluşma Noktası*. Sie wird direkt im Anschluss übernommen und nur minimal verändert. Der Hintergrund sowie der Stehpult bleiben stehen, nur der Rahmen der um den Monitor herum ist, fällt weg. Anstelle eines glänzenden Rahmens, wird ein Orange farbiger Rahmen verwendet, auf dessen rechte und linke Seite eine hochgestellte Säule in Gelb gesetzt wurde. Der

⁵⁸ Zit. Fritzsckke 2009, S. 209

⁵⁹ Zit. Karstens 2005, S. 156

Touchscreen Bildschirm ist an derselben Stelle positioniert. Man hält sich bei der Verwendung der Farben, an matte Töne, die das Studio, genauso wie ihren Vorgänger, uninteressant aussehen lassen. Da es sich bei *Türkiyeden* um dieselbe Sendung handelt wie bei *Buluşma Noktası*, wird es für sinnvoll gehalten, dass das neue Studiodesign, das schon in Abschnitt 8.3.6 beschrieben wurde, übernehmen. Ein neu angedachtes Studio würde sich hier nicht lohnen (siehe Abschnitt 8.4.4). Denn schon auf den ersten Blick sieht der Zuschauer, dass es sich bei dieser Sendung um kein anderes Sendeformat handelt.

8.4.4 Verbesserungsvorschläge und Empfehlungen

Für die Sendung *Türkiyeden*, gibt es insgesamt nur einen Verbesserungsvorschlag, der angedacht wurde.

- ***Buluşma Noktası* und *Türkiyeden* zusammen tun:**
Wie bereits erwähnt, ist *Türkiyeden* ein Teil der Sendung *Buluşma Noktası*. Der Aufbau des Inhaltes sowie die Struktur der Sendung werden in derselben Reihenfolge wiedergegeben. Eine Namensveränderung, die Platzierung auf einen anderen Sendeplatz und ein etwas verändertes Studio Design lässt die Sendung keineswegs anders aussehen. Aus diesem Grund wäre es sinnreich, beide Sendungen zusammen zu legen, um daraus eine einzige zu machen. Die Reihenfolge der Sprachen spielt keine allzu große Rolle, aber den türkisch sprachigen Beitrag könnte man zuletzt senden, weil seine Sendezeit länger ist als die der anderen.

8.5 Umsetzung *Memleketim* – Das neue Konzept

8.5.1 Kurz gefasst: Das Senderprofil

Bei der Magazinsendung *Memleketim (Meine Heimat)* ist daran dazu erinnern, dass sie von Montag bis Freitag täglich 90 Minuten lang ausgestrahlt wird. Durch eine Doppelmoderation (männlich und weiblich) und begleitet von den Live-Reportern vor Ort werden die Themen in den Bereichen touristische und kulturelle Orte in der Türkei, alternative Reisemöglichkeiten, Veranstaltungen und berühmte Vereinen in den verschiedensten Städten der Türkei präsentiert. Tag für Tag werden Studiogäste wie

Experten, Wissenschaftler und andere besondere Gäste in die Sendung eingeladen. Das Ziel ihrer Sendung ist es möglichst viele informative, interessante Projekte und Besonderheiten der Türkei aufzuzeigen.

Die Schwachstellen der Sendung *Memleketim* haben sich in den folgenden Bereichen gezeigt:

Die Schwachstellen sind:

- der ständige Namenswechsel
- Unklarer Sendeablauf
- das Studio Design

Nachstehend sollen die angeführten Schwachstellen einzeln behoben werden.

8.5.2 Kontinuität des Formatnamens

Als eine besondere Schwachstelle zeigte sich im Rahmen der Untersuchung, die ständige Namensveränderung der Magazinsendung *Memleketim*. Seit der Eröffnung des neuen Senders *TRT Bel-Tur* wurde der Sendungsname insgesamt zweimal verändert. Es wurde kritisiert, dass das häufige Umändern dazu führen könne, dass die Zuschauer dieser Sendung, egal wie interessant das Programm auch gestaltet sei, die Sendung beispielsweise in der Wochenübersicht nicht wiedererkennen und somit erst gar nicht einschalten oder beim Ansehen umschalten könnten.

In diesem Abschnitt gilt dasselbe wie für den Sendernamen. Auch an dieser Stelle müsste zuerst im Vorfeld über einen festen Namen für die Sendung entschieden werden. Mit einem feststehenden Namen wird die Sendung erst für das Publikum präsent. Er muss das Image der Sendung zur Geltung bringen können. Damit auch der perfekte Name zustande kommt, müssen sich die Programm-Verantwortlichen von vornherein gründlicher über einen angemessenen Sendungsnamen nachdenken. Seit kurzem trägt sie nun den Namen *Turkuvaz* (auf Deutsch: *Türkis*). Mit der Farbe Türkis verbinden die Türken das natürliche, das Menschliche, ein Teil der Geschichte, das Kulturelle, die Schönheit, die

Kreativität und Innovationen.⁶⁰ Es lässt sich mutmaßen, dass mit der jetzigen Namensauswahl die Vielfältigkeit dieser Themen evtl. wiedergegeben werden soll. Anzumerken ist, dass in diesem Abschnitt nicht weiter über eine neue Namensauswahl nachgedacht wurde, da der jetzige Name als für die Sendung passend erscheint und gehofft wird, dass er auch in der Zukunft bestehen bleiben wird.

8.5.3 Klare Strukturierung des Sendeablaufs

An dieser Stelle lässt sich erinnern, dass sich eine weitere Schwachstelle bei dem Sendeablauf von *Memleketim* zeigte. Abwechselnd zwischen Studiogast und den Live-Reportern müssen die beiden Moderatoren während der gesamten Sendung moderieren. Es ließ sich beobachten, dass diese Schwäche in jeder ihrer Sendung dazu führte, dass sie in erster Linie ihre Studiogäste vernachlässigten, in dem sie die Unterhaltung jedes Mal abbrechen mussten, weil sie sich mit den Live-Reportern vor Ort verbinden mussten. Dies bringt den Zuschauer in Verwirrung und verursacht, dass die vorgestellten Themen unverständlich werden. Es wurde eindeutig, dass die Moderatoren mit diesem Sendeablauf völlig überfordert sind und ihnen zum Abschluss der Sendung keine Zeit mehr bleibt, um sich richtig von ihrem Publikum zu verabschieden. Der unüberschaubare Sendeablauf könnte dazu führen, dass sich die Zuschauer überfordert fühlen und die Sendung dadurch abschalten können.

In diesem Teil wird ein neu konzipierter Sendeablauf gezeigt, der eine übersichtlichere Sendestruktur für seine Zuschauer anbietet und die Moderatoren der Sendung nicht überfordert, sondern entspannter wirken lassen soll. In die Magazinsendung von *Memleketim* werden täglich je nach den aufbereiteten Themen, bis zu insgesamt drei Studiogäste in die Sendung eingeladen. Der stetige Wechsel zwischen den Gästen und den Reportern soll durch die neue Struktur gekürzt werden.

Folgende Überlegung wurde für den Sendeablauf angedacht:

Je nach eingeladenen Gästen kann man die Live-Reporter die in der Sendung mitwirken eingrenzen. Das bedeutet wenn beispielsweise an einem Sendetag insgesamt drei Studiogäste eingeladen werden, könnte man die Reporter vor Ort auf eine oder je nach

⁶⁰ Vgl. İSTANBULTURKUAZ TURİZM FOLKLOR DERNEĞİ GK 2010

dem auf zwei reduzieren. Genau so könnte es aber auch anders herum aussehen. Wird in die Sendung nur ein Studiogast eingeladen, so kann man die Anzahl der Reporter wieder erhöhen. In diesem Fall haben die Moderatoren während der ganzen Sendung die Gelegenheit, sich auf weniger Sachen konzentrieren zu müssen und können viel gelassener moderieren. Sie können sich intensiver mit ihren Studiogästen unterhalten und geben ihren Zuschauern viel mehr Informationen, ohne sie weiterhin durcheinander zu bringen. Desweiteren haben sie zum Abschluss der Sendung die Zeit, sich gründlicher von ihren Gästen und Zuschauern zu verabschieden und können die zuständige Telefonnummer, die sie eingangs für Wünsche und Äußerungen erwähnt haben, nochmals auf den Fernschirmen einblenden und in Erinnerung bringen.

Ansonsten ist *Memleketim* eine sehr interessante und informativ gestaltete Sendung. Täglich versucht sie ihren Zuschauern viele nützliche Themen aus den verschiedensten Ecken der Türkei aufzubereiten. Aus diesem Grund soll alles andere im Sendeablauf beibehalten werden. Im nächsten Abschnitt wird das Studio Design umgeändert.

8.5.4 Optimierung des Studiodesigns

Hinsichtlich der Schwachstelle des Studio Designs soll in Erinnerung gerufen werden, dass das Studio unpassend eingerichtet wurde. Im Hintergrund des Studios wurden auf die linke und parallel auf die rechte Seite des Studios querstehende große Monitore platziert, mit deren Hilfe sich die Moderatoren jedes Mal mit den Live-Reportern verbinden. Kritisiert wurde hier, dass die Moderatoren während der Sendung sinnlos von einem Monitor zum anderen wechseln. Durch das ständige hin und her Gehen wird Sendezeit vergeudet. Darüber hinaus zeigte sich als eine weitere Schwäche die Umänderung der Studiomöbel. Täglich werden die vorhandenen Stühle und Tische durch neue ersetzt. Diese Umwandlung könnte dazu führen, dass der Wiedererkennungseffekt der Sendung verloren gehen könnte. Zudem ist das Studio farblos und leer gehalten.

Für die Umgestaltung wurde folgendes Studio Design für die Sendung *Memleketim* angedacht:

Für das Gesamtbild der Gestaltung des Studios wurden die Farben Rot, Orange, Gelb und Weiß ausgewählt. Es lässt sich erinnern, dass die Farbe Rot für Dynamik, Energie

und für Aktivität steht. Die Farbe Orange symbolisiert ebenfalls die Aktivität, gibt Stärke und erhebt durch ihre Wärme die Stimmung. Die gelbe Farbe steht einfach für gute Laune und verleiht Freude. Die Farbe Weiß ist im eigentlichen keine Farbe, aber sie symbolisiert das Reine und das Gute. Die aufgeführten Farben geben mit ihrer Symbolik die Themenbereiche wieder. Sie sollen im Hintergrund des Studios in gemischter Weise, evtl. mit interessanten Designs, aufgenommen werden. „Jedes Studio dient dazu, aufzufallen. Was auffällt, bekommt Aufmerksamkeit.“⁶¹ Die Größe des Studios soll beibehalten werden, es wird jedoch durch die neue Einrichtung kleiner wirken. Auf die rechte Seite kann in die Wand ein weißer Rahmen montiert werden, in dessen Mitte der große Monitor platziert werden soll. Hier können die Moderatoren sich weiterhin mit den Live-Reportern verbinden und Filmbeiträge zeigen. Die mittlere leere Fläche kann mit dem Sendungslogo und dem Namen der Sendung gestaltet werden. Desweiteren kann auf die rechte Seite ein längliches Sofa in einem ockergelben Ton, etwas schräg stehend, aufgestellt werden, so dass hier insgesamt etwa drei Gäste bequem sitzen können. Gegenüberstehend können zwei moderne Sofa Stühle auch in demselben Ton für die Moderatoren platziert werden. Ein nicht zu großer Tisch kann die Mitte füllen und gleichzeitig als Dekoration dienen. Die neue Zusammenstellung des Studio Designs kann für eine längere Zeit in der Sendung beibehalten werden.

8.5.5 Verbesserungsvorschläge und Empfehlungen

Für eine bessere und abwechslungsreichere Sendung wurden in diesem Abschnitt einige Verbesserungsvorschläge angedacht und aufgeführt.

- **Eine Sendungseigene Internetseite:**

Die Sendung *Memleketim* verfügt einzig über eine eigene Telefonnummer, an die zu Beginn der Sendung erinnert wird. Die Zuschauer haben nur über die angegebene Telefonnummer die Möglichkeit, Wünsche und Äußerungen für die Sendung abzugeben. Auch hier gilt dasselbe wie bei der Sendung *Buluşma Noktası*. Die Sendungen sind genau wie der Sender neu auf dem Markt, daher wäre es sinnvoll, eine Internetseite anzulegen, die das Nötigste beinhaltet. Kontaktdaten, Gästebuch und Videoarchiv reichen vollkommen aus. Wie diese Internetseite gestaltet werden soll, soll im Rahmen dieser Arbeit nicht weiter ausgeführt werden.

⁶¹ Zit. Karstens 2005, S. 174

- **Moderationskarten**

Die Moderatoren verwenden während der Sendung Moderationskarten. Bei der Analyse ist aufgefallen, dass die Karten ebenfalls mit dem allgemeinen Logo von TRT abgebildet sind. Auch hier empfiehlt es sich für den Wiedererkennungseffekt, die Moderationskarten mit dem Sendungslogo zu gestalten.

- **Inhalt**

Die Sendung *Memleketim* ist eine sehr informativ und interessant gestaltete Sendung. Es lässt sich andenken, dass die Jahreszeit für den Inhalt der Sendung auch eine entscheidende Rolle spielen kann. Beispielsweise könnte man im Winter und Herbst als besondere Themenbereiche z.B. Sportreisen wie Skiurlaub, Snowboarden, Kamin und Wellness in den verschiedensten Städten der Türkei, die dies anbieten, vorstellen. Im Frühling und Sommer können dann Themen wie Städtetipps, interessante Tagesausflüge und Attraktionen ebenfalls an den unterschiedlichsten und berühmtesten Orten der Türkei angeboten werden. Die aufgeführten Beispiele können dann durch die Live-Reporter vor Ort präsentiert werden. Dies würde bei den Zuschauern noch mehr Interesse wecken.

8.6 Umsetzung *Hayatı Belgeyenler* – Das neue Konzept

8.6.1 Kurz gefasst: Das Senderprofil

Zu erinnern ist bei der Magazinsendung *Hayatı Belgeyenler* (*Personen die das Leben dokumentieren*), dass sie die einzige vorproduzierte Sendung unter den anderen vorgestellten Sendungen ist. Im Gegensatz zu den anderen wird sie sieben Tage die Woche eine Stunde lang auf dem neuen Sender ausgestrahlt. Sie hat eine etwas schwer nachzuvollziehende Sendezeit. An jedem Montag beginnt sie um 12:00 Uhr mittags und wird dann in den darauffolgenden Tagen immer um eine Stunde verschoben. Geleitet wird die Sendung von einem kleinen Team. *Hayatı Belgeyenler* ist eine zielgerichtete Sendung, deren Themenbereiche sich speziell an Dokumentationen ausrichtet. In jeder ihrer Sendung werden berühmte türkische Dokumentare als Studiogäste eingeladen, die über ihre Karriere und zukünftige Pläne und Projekte erzählen.

Folgende Schwachstellen haben sich bei der Magazinsendung *Hayatı Belgeyenler* gezeigt:

Die Schwachstellen sind:

- Keine feste Sendezeit
- Sendezeit und Wiederholung

Die angeführten Schwachstellen, sollen in den nächsten Abschnitten zur einer Lösung gebracht werden.

8.6.2 Optimierung: Sendezeit und Senderangebot

Es lässt sich erinnern, dass die Sendezeit der Magazinsendung *Hayati Belgeyenler* an einem jedem Wochenbeginn um 12:00 Uhr anfängt und an den darauffolgenden Tagen um eine Stunde verschoben wird. Für das Publikum könnte dies ein Grund dafür sein, sich nicht mehr die Sendung ansehen zu wollen. Denn Zuschauer haben die Angewohnheit und dazu das Bedürfnis, eine bereits lieb gewonnene Sendung auch weiterhin zur selben Uhrzeit anzusehen.

Desweiteren wird die Sendung zu einer nicht adäquaten Sendezeit gesendet. An dieser Stelle ist daran zu erinnern, dass die Gestaltung des Studios in dunkleren Tönen gehalten wurde (siehe Abb. 9, S.55). Das verdunkelte Studio Design erzeugt eine Atmosphäre, die eher für den Abend bestimmt ist. Eine weitere beobachtete Schwäche hat sich bei den Wiederholungen gezeigt. Da es sich bei *Hayati Belgeyenler* um keine live-moderierte, sondern um eine vorproduzierte Sendung handelt, kann sie einmal täglich zu einer für angemessen gehaltenen Sendezeit ausgestrahlt werden.

In diesem Bereich werden für die beiden aufgeführten Schwachstellen eine zusammenfassende Lösung gefunden.

Die Programm-Verantwortlichen dieser Sendung haben es im Grunde genommen viel leichter, als die anderen Programmgestalter des Senders. Die Sendung wird stets vorproduziert und für den kommenden Tag fertig gestellt. Die Wochenübersicht des neuen Senders zeigt, wie die einzelnen Sendeplätze jeweils belegt sind. Desweiteren ist auch zu sehen, dass ab Nachmittag (ca. 13:00 Uhr) bis zum Abend hin die Sendeplätze mit den Dokumentationen besetzt werden. Die Sendung soll für die Zukunft einen festen

Sendeplatz in dem neuen Sender *TRT Bel-Tur* bekommen. Infolgedessen kann man beispielsweise am Abend fest ab 19:00 Uhr die Magazinsendung *Hayatı Belgeyenler* platzieren. Somit haben die Zuschauer jeden Tag die Möglichkeit, die Sendung immer zur selben Uhrzeit anzusehen. Desweiteren passt sich dann auch die anzupassende Studiogestaltung zukünftig dem Tage an.

8.6.3 Verbesserungsvorschläge und Empfehlungen

Damit die Sendung *Hayatı Belgeyenler* auch in Zukunft besser für ihre Zuschauer zugänglich ist, wurden folgende Überlegungen und Verbesserungsvorschläge angedacht.

- **Eine Sendungseigene Internetseite:**

Die Sendung *Hayatı Belgeyenler* verfügt über eine eigene Email-Adresse (hayatibelgeyenler@trt.net.tr), die zu Beginn und zum Abschluss der Sendung erinnert und gleichzeitig eingeblendet wird. Die Zuschauer haben nur über die angegebene Mailadresse die Möglichkeit ihre Wünsche und Äußerungen für die Sendung abzugeben. Wie für ihren Vorgänger empfiehlt es sich, eine Internetseite anzulegen, die nur das Wichtigste enthält. Kontaktdaten, Gästebuch und evtl. ein Videoarchiv reichen völlig aus. Wie diese Internetseite gestaltet und funktionieren soll, soll an dieser Stelle nicht weiter ausgeführt werden.

- **Moderationskarten:**

Auch in dieser Sendung werden vom Moderator Moderationskarten verwendet. Während der Analyse wurde beobachtet, dass die Vorderseite der Karte aus dem allgemeinen *TRT* Logo besteht. So wie bei den Vorgängern empfiehlt es sich auch in dieser Sendung, eine Sendungs eigene Moderationskarte anzulegen. Dies verleiht der Sendung eine andere Art von Seriosität.

8.7 Das neue Konzept für die Magazinformate im Überblick

Die aufgeführten und umstrukturierten Magazinsendungen *Buluşma Noktası*, *Türkiyeden*, *Memleketim* und *Hayatı Belgeyenler* sollen in ihrem SOLL-Zustand als tägliche Sendungen weiterhin ihre Zuschauer über Kurznachrichten, Wettervorhersagen, Veranstaltungen, über Kultur und Tourismus, alternative Reisemöglichkeiten und über interessante Sehenswürdigkeiten in den verschiedensten Städten und Orten der Türkei informieren. Mit einer neu strukturierten Verpackung soll das Publikum auf den Inhalt der

Sendung neugierig gemacht werden. Im Folgenden wird für eine klarere Übersicht jede Magazinsendung einzeln zusammengefasst.

- **Zusammenfassung für die Sendung *Buluşma Noktası*:**
Mit einer vorsichtigeren und besseren Auswahl von Moderatorinnen, einem organisierten Team, einem farbvollen und ansprechenden Studio Design, ergänzt durch die Verbesserungsvorschläge wie eine eigene Internetseite, ein Sendungslogo, die Umgestaltung der Moderationskarten, das Umstrukturieren der Themenbereiche (Wettervorhersage und den Veranstaltungen) soll die Sendung *Buluşma Noktası* von nun an ihren Zuschauern ein noch lebhafteres und abwechslungsreicheres Programm anbieten können.
- **Zusammenfassung für die Sendung *Türkiyeden*:**
Zusammenfassend lässt sich sagen, dass durch eine Veränderung der Bekleidung und ein passendes Make-up der Moderatorin ein besseres Erscheinungsbild zustande kommt. Das neue Image und das perfekte Make-up lässt die Moderatorin in der Sendung dynamischer aussehen. In diesem Verbesserungsvorschlag, wurde das Zusammenfügen der beiden Sendungen für sinnvoll gehalten. Da es sich bei der Magazinsendung *Türkiyeden* um die gleiche Sendung handelt wie bei *Buluşma Noktası* wurde desweiteren über keine anderen Vorschläge und Empfehlungen nachgedacht.
- **Zusammenfassung für die Sendung *Memleketim*:**
Zusammenfassend lässt sich über die Magazinsendung *Memleketim* in ihrem SOLL-Zustand sagen, dass ein im Vorfeld bestimmter Sendungsname, eine bessere Präsenz für ihr Publikum bewirkt. Eine überschaubare Sendestruktur bietet den Zuschauern eine bessere und verständlichere Sendung. Desweiteren haben die Moderatoren durch den umstrukturierten Sendeablauf mehr Zeit für ihre Studiogäste und können somit entspannter ihre Sendung moderieren. Auffällig bei der Umänderung des Studio Designs wurden die Farben in überwiegenden warmen Tönen gehalten. Die neugestalteten Sitzmöglichkeiten verleihen dem Studio eine andere Atmosphäre. Grundsätzlich vermittelt das Gesamtbild des Studios, in seinem jetzigen Zustand dem Zuschauer einen frischeren Eindruck und passt sich der Sendung besser an.
- **Zusammenfassung für die Sendung *Hayatı Belgeyenler*:**
Es kann zusammenfassend über die Magazinsendung *Hayatı Belgeyenler* im SOLL-Zustand gesagt werden, dass durch eine vorherige Bestimmung des Sendeplatzes die Zuschauer nicht mehr in Verwirrung kommen und wissen, wann sie die Sendung täglich einschalten können. Durch die Platzierung auf eine richtige Sendezeit beispielsweise am Abend, würde sich auch das Dunkel gehaltene Studio Design besser dem Tag und dem Auge des Zuschauers anpassen. Damit auch die Sendung in Zukunft noch besser für seine Zuschauer zu erreichen ist, wurde für die Sendung eine Sendungseigene Internetseite empfohlen. Desweiteren sollen die neugestalteten Moderationskarten, die von nun ab auf der Vorderseite das Sendungslogo tragen, der Sendung eine andere Anregung verleihen.

Desweiteren bekommen die einzelnen Magazinsendungen einen neuen Sendeplatz in der Wochenübersicht, die jeweils in dem Kapitel 11.5.1 aufgeführt werden.

9 Planungsstrategien zur Entwicklung neuer Magazinformate

9.1 Sendungsidee

Nachdem die einzelnen Magazinsendungen umstrukturiert, die Schwachstellen beseitigt und durch neue Vorschläge einer Verbesserung unterzogen wurden, geht es nun in diesem Abschnitt darum, den Ablauf einer Sendungsidee und die dazu gehörige Konzeptskizze und den Papierpiloten vorzustellen. Sie werden meistens eingeführt, bevor neue Sendungen das erste Mal in einem Sender ausgestrahlt werden. Dies könnte evtl. durch die Programm-Verantwortlichen von *TRT Bel-Tur* wahrgenommen werden, falls der neue Sender wirklich ernstgenommen wird und die Zuständigen danach streben, mit ihren Sendungen Erfolg zu haben.

Die Entscheidungsprozesse die für die Umsetzung oder das Verwerfen von Sendungsideen sprechen, laufen im jedem Sender unterschiedlich ab.⁶² Natürlich lässt sich nicht beantworten, ob eine neu entstandene Sendung Erfolg haben wird oder nicht. Selbst nach den ersten Folgen bleibt offen, „ob der Sender ein Erfolgsformat herausgebracht hat oder sich über kurz oder lang von einem Misserfolg verabschieden muss.“⁶³ Deutlich steigern lassen sich die Chancen einer neuen Sendung, wenn die verantwortlichen Programm-Macher die verschiedensten Merkmale wie Sendungsidee, Studio, Moderation etc. abstimmen und miteinander in Übereinstimmung bringen. Hat der Sender es geschafft, die oben aufgeführten Merkmale durchzusetzen, so steht dem Programm nichts im Wege. Der Rest ist dem Publikum selbst überlassen.⁶⁴

9.2 Konzeptskizze

Die Konzeptskizze stellt in etwa den Grundsatz und dessen Ablauf dar. Der Entscheider solch einer Konzeptskizze möchte so viel wie möglich über das Format informiert werden. Mithilfe der benannten Merkmale in der Skizze kann dann abgeschätzt werden, ob die Sendungsidee seine Erwartungen erfüllt. Konzeptskizzen, die nicht ausdrücklich „auf die konkrete Entscheidungssituation des Senders zugeschnitten sind, landen sehr schnell in

⁶² Vgl. Karstens 2005, S. 192

⁶³ Zit. Karstens 2005, S. 196

⁶⁴ Vgl. Karstens 2005, S. 196

dem Papierkorb.“⁶⁵ Gewinnt aber die Konzeptskizze an Interesse, so wird ein Papierpilot angefordert.

9.3 Papierpilot

Bei einem Papierpiloten geht es um eine sehr genaue Darstellung einer Beispielsendung. Im Papierpiloten wird der gesamte Ablauf einer Sendung sekundengenau definiert und beschrieben, was in den einzelnen Ablaufpunkten inhaltlich passiert. Durch ihn wird außerdem gezeigt, ob ein Aufbau der Sendung möglich ist.⁶⁶

Eine letzte Bestimmung über die Umsetzung einer Sendungsidee wird meistens durch den Auftrag einer Pilotfolge gegeben. Hier haben die Entscheider durch eine sendefähige Pilotfolge die Gelegenheit, einen Blick auf die Ausstrahlung zu werfen. Um sendefähige Pilotfolgen ausstrahlen zu können, müssen alle wichtigen Elemente enthalten und ein vollständiges Design erstellt worden sein. Pilotfolgen werden oft einem Sendungstest unterzogen. Durch solch einen Sendungstest haben Zuschauer die Möglichkeit, sich die Sendungen anzusehen und ihre Meinungen darüber zu äußern. Kommt es dazu, dass eine Pilotenfolge in einem Testverfahren überprüft werden soll, muss sie perfekt produziert sein.⁶⁷ Die Kosten für die Erstellung der Pilotfolge betragen eine sehr hohe Summe. Deshalb wird diese Art erst dann gestartet, „wenn eine sehr hohe Wahrscheinlichkeit für eine positive Entscheidung über die Realisierung der Sendung besteht.“⁶⁸

9.4 Zusammenfassung

Durch die Konzeptskizze wird der Ablauf einer Sendung dargestellt. Darüber hinaus entscheidet sie, ob solch eine Sendungsidee Sinn macht oder verworfen werden sollte. Gewinnt die Konzeptskizze an Interesse, so wird ein Papierpilot angefordert. Der Papierpilot entscheidet dann anschließend, ob ein Aufbau der Sendung realisierbar ist

⁶⁵ Zit. Karstens 2005, S. 192

⁶⁶ Vgl. Karstens 2005, S. 192

⁶⁷ Vgl. Karstens 2005, S. 193

⁶⁸ Zit. Karstens 2005, S. 193

oder nicht. Streben die TV-Macher von *TRT Bel-Tur* wirklich danach, mit dem neuen Sender und deren bestehenden Sendungen einen Erfolgskurs einzuschlagen, dann sollte die Konzeptskizze und der Papierpilot wahrgenommen werden, um Problem- und Schwachstellen stets zu vermeiden.

10 Das Optimierungskonzept zur Verwendung von Dokumentationsformaten

Bei dem Stellenwert und der Platzierung der Dokumentationen in dem neuen Sender muss kurz in Gedanken gerufen werden, dass die Sendeplätze in ihrem jetzigen Zustand täglich ab Nachmittag (ca. 13:00 Uhr) bis in den späten Abend (ca. 22:00 Uhr) hinein als Füllstoff des restlichen Tages verteilt worden sind. Es konnte gesichtet und recherchiert werden, dass es sich bei dem ausgestrahlten Dokus meistens um solche handelt, die seit dem Jahr 2000 produziert worden sind. Desweiteren konnte beobachtet werden, dass über eine ganze Woche und sogar über mehrere Wochen ständig die gleichen Dokumentarfilme nur in einer anderen Reihenfolge gesendet werden.

Ibrahim Şahin, der Generaldirektor von *TRT* äußerte sich im vergangenen Jahr, bei der Eröffnung des neuen Senders über die Dokumentationen folgendermaßen: „Wir haben einen sehr umfangreichen Archiv, was unsere Dokumentationen betrifft. Unser Archiv ist so groß und so reich ausgestattet, dass wir fünf Jahre lang ununterbrochen Dokumentarfilme ausstrahlen können.“⁶⁹ An dieser Stelle lässt sich nun die Frage stellen, wo diese Dokumentationen geblieben sind. Bei der Eröffnung des neuen Senders wird stolz angeführt, dass sie über ein großes Archiv verfügen, was die Dokumentationen von *TRT* betrifft; aber ausgestrahlt werden immerzu dieselben Dokumentarfilme. Wie eingangs erwähnt, haben sie alle Dokumentationsarten, die sie im neuen Sender ausstrahlen, durch die Farben des Regenbogens bestimmt. Aus diesem Grund sollen von nun täglich alle Dokumentationsarten wie Kultur- und Kunstfilme, Natur, Geschichte und Archäologie, Reise- und Tourismus, Wissenschaft und Gesellschaft mindestens einmal gesendet werden, damit sie auch alle zur Geltung kommen. Hinterher können die Zuständigen des Senders weiterhin ihre übrigbleibenden Sendeplätze - fürs erste je nach Situation - mit weiteren beliebigen Dokumentationsarten besetzen.

Die *TRT* hat im Jahr 2008 eine Buchserie mit all den gedrehten Dokumentationen von der *TRT* namens *Geçmişten Geleceğe Belgeseler ... Bilgiler... 1968-2008* übersetzt auf Deutsch *Von der Vergangenheit in die Zukunft, Dokumente ... Wissen 1968-2008* - in vier

⁶⁹ Zit. tümgazeteler 2010 - 5 yıl belgesel yayınlasak tükenmeyecek kadar geniş bir arşivimiz var.

Folgen zusammengefasst und herausgebracht.⁷⁰ Diese Buchserie steht nur in den einzelnen Hauptgebäuden, in der Stadt Ankara, Istanbul und in Izmir zu Verfügung. Durch einen persönlichen Aufenthalt bei *TRT* in Izmir im vergangenen Jahr konnte die Buchserie näher betrachtet und für den Zweck dieser Bachelor Arbeit ausgeliehen und benutzt werden. Desweiteren konnte durch große Mühe durchgesetzt werden, das unverkäufliche Produkt als PDF-Datei zu bekommen, welches sich als Anhang im CD-ROM befindet und dort betrachtet werden kann.

Für eine nähere Veranschaulichung über die verfügbaren Dokumentationen, die bisher in der Buchserie gesammelt wurden, bringt die nachstehende Tabelle eine Übersicht und eine Zusammenfassung über die Dokumentationsarten und deren Häufigkeiten.

⁷⁰ Vgl. Hür Haber 2010 - 4 kitapta 1425 sayfa olarak hazırladığı eser "*Geçmişten Geleceğe Bilgiler Belgeler*" adını taşıyor.

	Die Dokumentationsarten:	Auf Türkisch	Die Anzahl der gedrehten Filme:
1	Geschichte	<i>Tarih</i>	210 Stück
2	Biographie	<i>Biyografi</i>	372 Stück
3	Besondere Tage	<i>Özel gün</i>	207 Stück
4	Kultur	<i>Kültür</i>	559 Stück
5	Werbung	<i>Tanıtım</i>	265 Stück
6	Sozial	<i>Sosyal</i>	69 Stück
7	Natur	<i>Doğa</i>	141 Stück
8	Erinnerung	<i>Anma</i>	33 Stück
9	Geografie	<i>Coğrafya</i>	1 Stück
10	Gesundheit	<i>Sağlık</i>	2 Stück
11	Politisch	<i>Siyasi</i>	10 Stück
12	Porträt	<i>Potre</i>	2 Stück
13	Dramatisch	<i>Dramatik</i>	9 Stück
14	Wissenschaft	<i>Bilim</i>	10 Stück
15	Erziehung	<i>Eğitim</i>	2 Stück
16	Kunst	<i>Sanat</i>	15 Stück
17	Sport	<i>Spor</i>	4 Stück
18	Allgemein	<i>Genel</i>	28 Stück
19	Ökologie	<i>Ekoloji</i>	1 Stück
20	Gesellschaft	<i>Toplum</i>	1 Stück
21	Industrie	<i>Sanayi</i>	5 Stück
22	Reise	<i>Gezi</i>	3 Stück
23	Krieg	<i>Savaş</i>	1 Stück
24	Musik	<i>Müzik</i>	2 Stück
25	Literatur	<i>Edebiyat</i>	2 Stück
26	Umgebung	<i>Çevre</i>	3 Stück
27	Wirtschaft	<i>Ekonomi</i>	5 Stück
28	Soziologie	<i>Sosyoloji</i>	1 Stück
		<u>Insgesamt:</u>	<u>1963 Stück</u>

Tab. 6: Überblick der gedrehten Dokumentationen von TRT

[Quelle: . PDF-Anhang, *Geçmişten Geleceğe Belgeseler ... Bilgiler... 1968-2008*, eigene Darstellung]

11 Optimierung der Programmstruktur

11.1 Ziel des Konzeptes

Nachdem die einzelnen Magazinsendungen und Dokumentationen einer Umstrukturierung und Verbesserung unterzogen wurden, verfolgt die Zielsetzung des SOLL-Konzeptes, die Wochenübersicht des neuen Senders umzuplanen. Damit auch die Umsetzung in diesem Kapitel realisiert werden konnte, musste die Wochenübersicht vorerst in ihrem IST-Zustand gesichtet und bewertet werden. Die IST-Analyse konnte dabei aufschlussreiche Ergebnisse der Programmstrukturen in der Woche und am Wochenende geben. Die neue provisorische Umstrukturierung der Wochenübersicht von *TRT Bel-Tur* soll ein interessanteres und besseres Angebot im Tagesablauf bieten können, als in ihrem jetzigen Zustand. Ein wichtiger Punkt ist dabei, dass das Programmschema ihren Zuschauern nicht das Gefühl geben soll, als liefere immer wieder dasselbe.

11.2 Methodik des Konzeptes

Für das Konzept der Wochenübersicht wird zunächst der Aufbau der Programmstrukturen der gesamten Woche und deren Schwachstellen in ihrem IST-Zustand in Erinnerung gebracht. Anschließend werden Begriffe der Programmplanung definiert, die für die Umsetzung berücksichtigt und verwendet wurden. Nach der Begriffserklärung geht es dann im nächsten Abschnitt mit der Umstrukturierung der Wochenübersicht weiter, wobei ein neuer Aufbau der Programmstrukturen in der Woche und für das Wochenende erstellt wurde. Beide Abschnitte zeigen die neue Programmübersicht in einer Tabelle, sowohl in der Woche als auch eine separate Struktur für das Wochenende. Der letzte Teil bringt eine Auswertung für das Konzept der Wochenübersicht in ihrem SOLL-Zustand. Anschließend werden zukünftige Ideen vorgeschlagen, die von dem neuen Sender aufgenommen werden könnten.

11.3 Kurz gefasst: Die Programmstruktur

An dieser Stelle soll der Aufbau der Programmstrukturen und die Schwachstellen in der Woche und am Wochenende des IST-Zustandes kurz in Erinnerung gerufen werden. Der Beginn eines jeden Tages fängt am frühen Morgen mit der Nationalhymne der Türkei und der Tagesübersicht an. Darauf folgend belegen drei der bestehenden Magazinsendungen *Buluşma Noktası*, *Türkiyeden* und *Memleketim* bis kurz vor Mittag die ersten Sendeplätze. Mit einer fünf minütigen Unterbrechung des Wetterberichts, geht es dann ab Mittag mit der letzten vorhandenen Magazinsendung *Hayatı Belgeyenler* des Tages weiter. Die restlichen Sendeplätze des Nachmittags, werden dann bis einschließlich in den Abend mit den Dokumentationen besetzt. Anschließend fangen am späten Abend alle Wiederholungen des Tages an.

Die Programmstrukturen am Wochenende werden nur minimal verändert. Das Tagesprogramm beginnt mit derselben Uhrzeit und mit dem gleichen Programmschema. Die Magazinsendungen fallen über das gesamte Wochenende weg. Stattdessen belegen sie die Sendeplätze am Morgen mit touristischen Filmbeiträgen, die durch reale Moderatoren an den verschiedensten Orten der Türkei vorgestellt werden. Ab Nachmittag folgt dann das Sendeschema dem gleichen Muster wie in der Woche.

Die Beobachtungen der Schwachstellen in der Wochenübersicht haben sich besonders am Wochenende gezeigt. Am Wochenende werden generell keine Magazinsendungen ausgestrahlt. Wie schon vorab erwähnt, belegen alle Magazinsendungen den Morgen bis zum Mittag, während der Nachmittag bis zum Abend als Füllstoff mit den Dokumentationen gestaltet wird. So wird jedoch sichtbar, dass in der Wochenübersicht keine Abwechslung besteht und auf Dauer alles langweilig wirken kann. Zudem wird den Zuschauern ein Programmschema angeboten, in dem ständig das gleiche und nach der derselben Struktur abläuft. Durch das SOLL-Konzept soll nun in den nachstehenden Abschnitten eine neue Wochenübersicht für den neuen Tourismus- und Dokumentationssender von *TRT* erzeugt werden.

11.4 Programmplanung: Grundlagen und Strategien

Im Zusammenhang mit dem SOLL-Konzept für die Wochenübersicht werden im Folgenden Begriffe der Programmplanung definiert, die für die Umsetzung in der Wochenübersicht berücksichtigt und verwendet werden.

Die Beeinflussung und Steuerung für die erfolgswirksamen Abschnitte des Fernsehprogramms, die Beschaffung, die Programmschemaplanung und konkrete Sendeplatzbelegung und Positionierung geschieht im Bereich der Programmplanung. Im Folgenden wird die Programmplanung und deren einzelnen Funktionen als eine spezielle Form erklärt, die bei der Erstellung der Wochenübersicht berücksichtigt wurden.

Definition: Im Allgemeinen wird mit dem Begriff der Programmplanung, die strategische Planung des Angebots eines Unternehmens definiert. Die Programmplanung schafft es mit ihren Instrumenten, die Sendung im TV so aufzustellen, dass auch die anvisierte Zielgruppe erreicht wird.⁷¹ Durch die Programmplanung werden die TV-Sendungen zu einem Fernsehprogramm gefügt. Beachtet werden müssen das Zielsystem und das Entscheidungsfeld des Unternehmens.

Ziel der Programmplanung ist es, langfristige und wirkungsvolle Programme einzusetzen.⁷² „Je kleiner die definierte Zielgruppe, umso einfacher ist das Programm zu gestalten.“⁷³ Für die Verwirklichung der Ziele muss die Programmplanung bestimmte Aufgaben erfüllen. Zentrale Aufgaben sind dabei neue Sende-Konzepte zu entwickeln, den Programmplan zu erstellen und zu platzieren. Weitere Aufgaben der Programmplanung übernimmt das Programmschema.

„Unter dem Begriff Programschema versteht man die tabellarische Übersicht aller Sendungen eines Fernsehkanals einer typischen (sprich: durchschnittlichen) oder auch speziellen Woche. Üblicherweise werden die Tage in Spalten und die Stunden in Zeilen dargestellt, so dass man auf einen Blick die Programmstruktur eines Senders erkennen, beurteilen und bearbeiten kann.“⁷⁴ Das Programmschema legt fest, mit welchen Formaten die Sendeplätze gefüllt werden.

⁷¹ Vgl. Stadler 2008, S. 38

⁷² Vgl. Stadler 2008, S. 39

⁷³ Zit. Stadler 2008, S. 39

⁷⁴ Zit. Karstens 2005, S. 129

„Das Programmschema dient als allgemeine Planungsvorgabe für die Sendeplätze“⁷⁵ und muss sich in erster Linie auf seinen Konsumenten einstellen können. Die gesamte Programmplanung, muss sich an dem Tagesablauf der Zielgruppe ausrichten. Durch das stetige Ändern der Gesellschaft müssen sich somit auch die Sender den geänderten Lebensgewohnheiten des Publikums anpassen können. Mit dem Programm erreicht man nicht immer die Zielgruppe, die man tatsächlich ansprechen möchte, stattdessen findet man immerzu Zuschauer, die man eigentlich gar nicht erwartet hat. Bei dem Programmschema kommt es darauf an, was das Publikum von dem angebotenen Sender erwartet, ob die Angebote auch zur richtigen Zeitpunkt, an die richtige Zielgruppe gemacht werden. Vor allem hängt es davon ab, wie sich der Zuschauer in dem Programm zu Recht findet.⁷⁶

Zunächst wird im Fernsehen zwischen fünf Zeitzonen im Tagesverlauf unterschieden. Diese Zeitzonen haben vorab verschiedene Bedeutungen. Sie sind für den Gesamterfolg, des Senders und für die Struktur des Programmangebots wichtig.⁷⁷

Daytime: Vormittagsprogramm - Zwischen 06:00 bis 17:00 Uhr beginnt die *Daytime*.⁷⁸ In dieser Zeitzone, versammelt sich nur ein gewisser Teil der Gesellschaft vor den Bildschirmen: „Rentner, Hausfrauen, Arbeitslose, Kinder – kurz alle, die tagsüber keinen Job nachgehen.“⁷⁹ Zu dieser Zeit haben die meisten Zuschauer den Bedarf, sich in erster Linie zu informieren,⁸⁰ „eventuell auch, sich unterhalten zu lassen.“⁸¹ Deshalb werden morgens Nachrichten- und Informationsprogramme eingesetzt. Mit Morgenmagazinen bekommen die Zuschauer und Zuschauerinnen erste Möglichkeiten, sich für ihren Tag zu orientieren wie zum Beispiel mit ersten Informationen über das Wetter („Wie kalt wird es heute?“).⁸²

Acces Prime Time: Nachmittagsprogramm - Die Acces Prime Time findet ungefähr von 17:00 bis 20:00 Uhr statt. Sie wird deshalb als Zugangszeit zur Prime Time genannt. In dieser Zeitzone dreht sich der Zuschauerkreis erneut. Ein Teil des Publikums kommt nach Hause. Hier bevorzugen die Sender es, für die einen ein „leichtes Programm zur

⁷⁵ Zit. Stadler 2008, S. 39

⁷⁶ Vgl. Karstens 2005, S. 131

⁷⁷ Vgl. Karstens 2005, S. 131

⁷⁸ Vgl. Eick 2007, S. 84

⁷⁹ Zit. Eick 2007, S. 84

⁸⁰ Vgl. Eick 2007, S. 83

⁸¹ Zit. Eick 2007, S. 83

⁸² Vgl. Eick 2007, S. 84

Entspannung⁸³ anzubieten und für die anderen Informationen. So ist die Acces Prime Time für das Publikum eine wichtige Zone, um sich zu erholen und Informationen zu sammeln.

Prime Time: Hauptprogramm - Die Prime Time ist in der Programmplanung für Fernsehveranstalter die wichtigste TV-Nutzungszeit. Zwischen 20:00 bis 23:00 Uhr findet die Prime Time statt. Jetzt sind viele Zuschauerinnen und Zuschauer fernsehbereit. Der TV-Sender erreicht hier im Vergleich zu den anderen Tageszeiten die größten Einschaltquoten. In diesem Zeitraum können Programmacher möglichst viele Zuschauer inhaltlich erreichen und hier gleichzeitig eine große Aufmerksamkeit erzielen.

Late Night: Nachtprogramm - Die Late Night (das Nachtprogramm) findet in der Zeit von 23.00 bis 00:30 Uhr statt.⁸⁴ Eine Tageszeit, an der die Zuschauerschaft sinkt. Hier sind die meisten Zuschauer müde, und übrig bleiben nur noch diejenigen, die spät ins Bett gehen.⁸⁵

Overnight: Nachmitternachtsprogramm - Die Overnight beginnt in etwa so gegen 00:30 Uhr und endet morgens um 07:00 Uhr. Hier geht die Nutzung des Fernsehens noch einmal deutlich zurück und weist die geringste Fernsehnutzung durch die Zuschauer auf. Die Nachtschiene wird eingesetzt und der Sender stellt für die kleinere Zuschauergruppe meistens die Wiederholungen des Tages ein.⁸⁶

Desweiteren soll die Programmplanungsstrategie und deren nötigstes Instrument und Methode aufgeführt werden, die für die Wochenübersicht verwendet werden soll. Entscheidend für die strategische Planung eines Fernsehformates ist die Programmplanung.⁸⁷ Durch programmplanerische Strategien kann für ein Programm die Aufmerksamkeit der gesamten Zielgruppe erlangt werden. Da es sich bei dem neuen Sender um ein Sendeformat handelt, das sich an eine nicht allzu große Zielgruppe richtet, wird im Folgenden nur das erforderlichste Instrument der Schemaplanung dargestellt, das für die neue Struktur der Wochenübersicht benötigt wird.

Instrument Stripping - „Viele Zuschauer haben die Angewohnheit, jeden Tag zur gleichen Zeit fernzusehen.“⁸⁸ Beim Stripping wird täglich an Werktagen, manchmal auch an Wochenenden, zur selben Zeit über mehrere Wochen ein gleiches, oder

⁸³ Zit. Eick 2007, S. 88

⁸⁴ Vgl. Eick 2007, S. 90

⁸⁵ Vgl. Karstens 2005, S. 132

⁸⁶ Vgl. Eick 2007, S. 91

⁸⁷ Vgl. Stadler 2008, S. 47

⁸⁸ Zit. Holtmann 1999, S. 119

ähnliches Sendeformat ausgestrahlt „(same place same show).“⁸⁹ In dieser Methode geht es darum, die Sehgewohnheiten zu erzeugen. Durch Stripping wird erreicht, dass Zuschauer wissen, was zu einem bestimmten Zeitpunkt im Fernsehen läuft, ohne sich extra darüber zu informieren. Somit verringern sie das Risiko, dass das Publikum andere Fernsehsender einschaltet.⁹⁰ Ein weiterer Vorteil von Stripping ist, dass Zuschauer schnell mit dem Programmschema neuer Sender oder Sendekonzepte vertraut werden.

11.5 Optimierung der Programmstruktur von – TRT Turizm Belgesel

In diesem Teil geht es nun darum, der Wochenübersicht eine neue und abwechslungsreiche Sendestruktur zu geben. Vorerst wird aber kurz daran erinnert, wie die einzelnen Magazinsendungen und die Dokumentationen in ihrem IST-Zustand in der Wochenübersicht platziert worden sind. Bisher haben alle vier bestehenden Magazinsendungen ihren Sendeplatz (IST-Zustand) von um 08.00 Uhr bis einschließlich 13:00 Uhr nacheinander folgend in dem neuen Sender eingenommen. Die Dokumentationen belegen die Sendeplätze ab dem Nachmittag bis hin zum Abend (ab 13:00 bis ca. 21:30 Uhr). Die nachstehende Tabelle gibt eine Übersicht zur Erinnerung.

<u>Sendetag und Uhrzeit:</u>	<u>Name der Magazinsendungen:</u>
Montag bis Freitag: 08:00 bis 09:20 Uhr	Buluşma Noktası (Treffpunkt) Livesendung
Montag bis Freitag: 09:20 bis 10:00 Uhr	Türkiyeden (Aus der Türkei) Livesendung
Montag bis Freitag: 10:00 bis 11:30 Uhr	Memleketim (Meine Heimat) Livesendung
Montag bis Sonntag: <i>uneinheitliche Sendestruktur</i>	Hayatı Belgeyenler (Personen die, das Leben dokumentieren) vorproduzierte Sendung
Montag bis Freitag: 13:00 bis 21:30 Uhr Samstag und Sonntag: 09:30 bis 21:30 Uhr	Dokumentationen Dokumentationen

Tab. 7: Übersicht der Sendestrukturen in ihrem IST-Zustand
[Quelle: Eigene Darstellung]

11.5.1 Die neue Programmstruktur in der Woche

Bei der Umsetzung wurde insbesondere drauf geachtet, dass die bestehenden Magazinsendungen nicht mehr nacheinander folgend gesendet werden sollen. Die Dokumentationen wurden so platziert, dass alle Farben zum Einsatz kommen.

⁸⁹ Zit. Eick 2007, S. 102

⁹⁰ Vgl. Eick 2007, S. 103

Nachfolgendem provisorischen Programmschema könnte der Aufbau einer Sendewoche für *TRT Bel-Tur* entsprechen:

Folgende Sendestruktur wurde für den neuen Sender angedacht:

Der Beginn eines jeden Sendetages fängt um 07:58 Uhr mit der Nationalhymne der Türkei an. Anschließend soll ein zehnminütiger Weltwetterbericht, weiterhin nach demselben Schema wie im IST-Zustand, auf Englisch und ergänzend auf Türkisch gesendet werden. Nach dem Wetterbericht sollen einschließlich bis 09:00 Uhr Filmbeiträge über touristische Orte der Türkei gezeigt werden. Den Anfang der Magazinsendungen für den Tag soll die Sendung *Buluşma Noktası* mit einer Umänderung der Sendezeit von 09:00 bis 11:00 Uhr in der Zeitzone *Daytime* einnehmen. *Buluşma Noktası* strahlt in ihrer neuen Zusammensetzung länger aus, weil sie sich mit der Sendung *Türkiyeden* zusammengesetzt hat. Ihren Sendeplatz hat sie weiterhin am Morgen behalten, weil sich ihre Themeninhalte mit Kurznachrichten, dem Wetterbericht und mit Veranstaltungen befassen. Der Zuschauer hat am Morgen die Möglichkeit, sich kurz über die Nachrichten der letzten 24 Stunden zu erkundigen. Weiter in der *Daytime* sollen von um 11:00 bis um 14:30 Uhr Dokumentationen ausgestrahlt werden, wobei alle Farben einmal zum Einsatz kommen und täglich neue Dokumentationen eingesetzt werden. Um 14:30 Uhr nimmt die Sendung *Memleketim* ihren neuen Sendeplatz am Nachmittag ein, wo sie weiterhin ihre Zuschauer mit interessanten Themen und eingeladenen Studiogästen informiert. Für die Sendeplätze von 16:00 bis 19:00 Uhr sollen wieder Dokumentationen eingesetzt werden. Die letzte Magazinsendung *Hayati Belgelenler* bekommt ihren festen Sendeplatz in der Wochenübersicht um 19:00 Uhr in der *Acces Prime Time*. Durch einen festen Sendeplatz können sich die Zuschauer in der Zukunft täglich zur gleichen Zeit die Sendung ansehen und kommen somit nicht mehr in Verwirrung. Die restlichen Sendeplätze, d. h. die Zeit ab 20:00 bis 00:00 Uhr, sollen abwechselnd mit Filmbeiträgen über kulturelle- und touristische Orte der Türkei und mit den Dokumentationen besetzt werden. Die Sendezeit ab 00:00 Uhr in der *Over Night* bis zu Beginn der Sendezeit des nächsten Tages kann mit den Wiederholungen des Tages belegt werden. Das bedeutet, dass die ersten vier Stunden (00:00 bis 04:30 Uhr) nacheinander folgend mit den Wiederholungen der Magazinsendungen programmiert und gesendet werden können. Die verbleibende Sendezeit wird mit den Wiederholungen der Dokumentationen besetzt.

Nach der veränderten Struktur würde das Programmangebot des neuen Tourismus- und Dokumentationssenders von *TRT* in der Wochenübersicht in der Zukunft folgendermaßen aussehen:

<u>Sendezeit:</u>	<u>Programmstruktur in der Woche:</u>
07:58	Beginn der Sendung (Nationalhymne)
08:00 – 08:10	Weltwetterbericht (Türkisch und Englisch)
08:10 – 09:00	Filmbeiträge über touristische Orte
09:00 – 11:00	Buluşma Noktası
11:00	Dokumentationen Rot
11:30	Orange
12:00	Gelb
12:30	Grün
13:00	Blau
13:30	Türkis
14:00	Lila
14:30 – 16:00	Memleketim
16:00	Rot
16:30	Orange
17:00	Gelb
17:30	Grün
18:00	Blau
18:30	Türkis
19:00	Lila
19:30 – 20:00	Hayatı Belgeyenler
20:30	Filmbeitrag
21:00	Dokumentation
21:30	Filmbeitrag
22:00	Dokumentation
22:30	Filmbeitrag
23:00	Dokumentation
23:30	Filmbeitrag
00:00 – 02:00	Wiederholungen Buluşma Noktası
02:00 – 03:30	Memleketim
03:30 – 04:30	Hayatı Belgeyenler
04:30 →	bis zu Beginn eines neues Tages Wiederholungen der Dokumentationen einsetzen.

Tab. 8: Neue Programmstruktur in der Woche
[Quelle: Eigene Darstellung]

11.5.2 Die neue Programmstruktur am Wochenende

Der Beginn der Sendezeit am Wochenende fängt zur selben Uhrzeit an (07:58 Uhr). Anschließend soll bis 09:00 Uhr dasselbe Sendeschema wie in der Woche angewendet werden. Da keine weiteren Magazinsendungen in dem neuen Sender vorhanden sind, soll von um 09:00 bis um 10:30 Uhr die Sendung *Memleketim* (Wiederholungen aus der Woche) eingesetzt werden. Ab 10:30 bis 13:30 Uhr sollen Dokumentationen ausgestrahlt werden, wobei alle Themen mindestens einmal zur Geltung kommen. Um 14:30 bis 16:00 kann dann eine weitere Wiederholung der Magazinsendung *Memleketim* platziert werden. In der Zeit von 16:00 bis einschließlich 19:00 Uhr sollen die verschiedensten Dokumentationsarten zum Einsatz kommen. Ab 19:30 Uhr (zur selben Zeit wie in der Woche) soll eine Stunde lang eine Wiederholung der Sendung *Hayatı Belgeyenler* gesendet werden. Von um 20:30 bis 00:00 Uhr können dann die Sendeplätze abwechselnd mit Filmbeiträgen und Dokumentationen belegt werden. Letztendlich wird dann die Zeitzone *Over Night* erreicht und die Nachtschiene kann bis zum Beginn eines neuen Tages mit den Wiederholungen des Tages belegt werden.

Nach der veränderten Struktur würde das Programmangebot des neuen Tourismus- und Dokumentationssenders von *TRT* in der Wochenübersicht in der Zukunft folgendermaßen aussehen:

<u>Sendezeit:</u>	<u>Programmstruktur am Wochenende:</u>
07:58	Beginn der Sendung (Nationalhymne)
08:00 – 08:10	Weltwetterbericht (Türkisch und Englisch)
08:10 – 09:00	Filmbeiträge über touristische Orte
09:00 – 10:30	Memleketim Wiederholung Montag
10:30	Dokumentationen Rot
11:00	Orange
11:30	Gelb
12:00	Grün
12:30	Blau
13:00	Türkis
13:30	Lila
14:00	Filmbeitrag über Touristische Orte
14:30 – 16:00	Memleketim Wiederholung Dienstag
16:00	Rot
16:30	Orange
17:00	Gelb
17:30	Grün
18:00	Blau
18:30	Türkis
19:00	Lila
19:30 – 20:00	Hayatı Belgeyenler Wiederholung
20:30	Filmbeitrag
21:00	Dokumentation
21:30	Filmbeitrag
22:00	Dokumentation
22:30	Filmbeitrag
23:00	Dokumentation
23:30	Filmbeitrag
00:00 – 02:00	Wiederholungen Memleketim
02:00 – 03:30	Hayatı Belgeyenler
03:30 →	bis zu Beginn eines neues Tages Wiederholungen der Dokumentationen einsetzen.

Tab. 9: Neue Programmstruktur am Wochenende
[Quelle: Eigene Darstellung]

11.6 Zusammenfassung

Für die Zusammenfassung des SOLL-Konzeptes der Wochenübersicht lässt sich sagen, dass es in seinem neuen umstrukturierten Zustand eine abwechslungsreichere Programmstruktur, in der Woche sowie am Wochenende, anbietet. Im Gegensatz zum IST-Zustand, wo alle vorhandenen Magazinsendungen nacheinander folgend vom Morgen bis zum Mittag in der Wochenübersicht platziert wurden, wurden die Magazinsendungen in ihrem SOLL-Zustand über den ganzen Tag verteilt. Die Sendung

Buluşma Noktası wurde mit der Magazinsendung *Türkiyeden* zusammengelegt. Ihre Sendezeit wurde um eine Stunde auf 09:00 Uhr verschoben und sie wird weiterhin in der *Daytime* gesendet. *Memleketim* ist auch eine am Morgen gesendete Livesendung (10:00 Uhr). Ihre neue Platzierung erhält sie am Nachmittag um 14:30 Uhr in der *Daytime*, wo sie weiterhin täglich 90 Minuten lang ihre Zuschauer über interessante Themen informiert. Bei der Magazinsendung *Hayatı Belgeyenler* wurde gestrippt, d. h. ihr wurde in ihrem neuen Zustand, in der Wochenübersicht ein fester Sendeplatz täglich am Abend um 19:30 Uhr in der *Acces Prime Time* gegeben, damit sich die Zuschauer jeden Tag zur selben Uhrzeit die Sendung ansehen können. Die Dokumentationen wurden in die Wochenübersicht so platziert, dass mindestens alle Arten ein Mal zur Geltung kommen. Um die Zuschauer nicht zu langweilen, sollen desweiteren in ihrem neuen Zustand täglich neue Dokumentationen ausgestrahlt werden. Der restliche Abend bis zur Mitternacht wurde vorläufig abwechselnd mit Filmbeiträgen und Dokumentationen besetzt. Die Wiederholungen wurden in ihrem SOLL-Zustand auf 00:00 Uhr in die *Over Night* verschoben. Die ersten vier Stunden belegen dabei die Wiederholungen der Magazinsendungen. Anschließend werden die übrig bleibenden Sendeplätze bis zum Anfang eines neuen Tages mit den Dokumentationen besetzt. Die Ideen, die in Kapitel 12 aufgeführt wurden, sollen in Zukunft mit in den neuen Sender aufgenommen werden, um seinen Zuschauern ein noch abwechslungsreicheres und interessanteres Programmangebot anbieten zu können. Mit der neuen Programmstruktur soll der Zuschauer zukünftig noch stärker an den neuen Sender gebunden werden.

12 Zukünftige Ideen und Entwicklungen

Um den Zuschauern ein noch abwechslungsreicheres Programmangebot zur Verfügung zu stellen, werden in diesem Abschnitt einige Ideen aufgeführt, die mit in dem neuen Sender *TRT Bel-Tur* aufgenommen werden können.

Folgende Ideen und Ergänzungen für den neuen Sender wurden angedacht:

- **TRT Internationaler Dokumentarfilmwettbewerb:**
Die *TRT* veranstaltet seit dem Jahr 2008 einmal jährlich den „*TRT Internationalen Dokumentarfilmwettbewerb*.“ Alle Amateur– sowie Profifilmer und Dokumentaristen können an diesem Wettbewerb teilnehmen. In diesem Jahr wird der zweite internationale und der erste nationale Wettbewerb in Istanbul stattfinden.⁹¹
Da es sich bei diesem Wettbewerb um einen Dokumentarfilme handelt, kann es auf dem neuen Sender gesendet werden. Desweiteren können im Sender für Interessierte die wichtigsten Daten des Wettbewerbs eingeblendet werden (*wo und wann findet es statt*). In erster Linie strahlen sie damit etwas Neues aus und können somit eine neue interessierte Zuschauergruppe an den Sender binden.
- **Neue touristische Filmbeiträge:**
TRT Bel-Tur kann ein vorproduziertes neues Programm anbieten, in dem Reporter an touristischen Orten und Städten der Türkei günstige Urlaubsziele und Sehenswürdigkeiten vor Ort präsentieren. Hier können beispielsweise preiswerte Hotels (*mit den jeweiligen Hotelnamen*), interessante Sehenswürdigkeiten und günstige Stadtrundfahrten aufgesucht werden, die vor Ort den Zuschauern zur Schau gestellt werden. Solch ein Programmangebot könnte bei den Zuschauern noch mehr Interesse erwecken. Wie dieses Programmangebot gestaltet werden soll, wird hier nicht weiter ausgeführt.
- **Andere Touristische Länder kennenlernen:**
Bei dieser Idee geht es um eine Überlegung, die erst dann verwirklicht werden kann, wenn der Sender einmal wirklich erfolgreich läuft. Es geht darum, dass der Sender sein Programmangebot ausweitet und mit anderen touristischen Ländern zusammen arbeitet. Das bedeutet, man könnte Stück für Stück anfangen, andere Länder, deren Kulturen und Sehenswürdigkeiten vorzustellen. Hier würde man der türkischen Bevölkerung, die Gelegenheit geben nicht nur die Türkei, sondern auch andere interessante Länder kennenzulernen und wissenswerte Informationen über diese zu sammeln.

⁹¹ Vgl. TRT 2010s

Die aufgeführten Ideen sind lediglich eine grundsätzliche Vorstellung, die im neuen Sender aufgegriffen werden könnten. Sie können dazu beitragen, dass *TRT* noch mehr Zuschauer an den Sender binden und ihnen ein noch breitgefächerteres Programmangebot anbieten kann.

13 Resümee

Nun möchte ich meine Bachelor-Arbeit zusammenfassen. Nach der Darstellung des neu gegründeten Senders *TRT Bel-Tur* hinsichtlich der IST-Analyse und des SOLL-Konzeptes sollen nun die einzeln durchgeführten Untersuchungen und die entsprechenden Umsetzungen zusammengefasst werden.

Das Ziel dieser Arbeit ist es gewesen, sich in erster Linie einen Überblick über den neu gegründeten Tourismus- und Dokumentationssender *TRT Bel-Tur*, in seinem jetzigen Zustand zu verschaffen. Im ersten Schritt ging es darum, den Aufbau des Senders hinsichtlich seiner Personalstrukturen, des Aufbaus der Arbeitsräume und der einzelnen damit zusammenhängenden Probleme darzustellen. Folgende Problembereiche konnten hier erkannt werden:

- Personalwesen und Arbeitsräume
- Sendername und Sender-Logo
- Veränderungen der Magazinsendungen
- Nicht Beachtung der Zuschauerbedürfnisse

Ein weiteres Ziel ist es gewesen, im nächsten Schritt zwei voneinander getrennte IST-Analysen durchzuführen, bei denen zunächst die Programmstrukturen in der Woche und am Wochenende und in einem separaten Abschnitt die angebotenen Magazinsendungen analysiert wurden. Die Untersuchungen haben gezeigt, dass der eingeschlagene Weg wahrscheinlich zu keinem Erfolg führen kann. Zudem waren sie sehr hilfreich, um ein darauf aufbauendes provisorisches SOLL-Konzept für den Sender zu entwickeln.

Bei der Analyse der Programmstrukturen in der Woche zeigten sich die Schwächen insbesondere am Morgen. Täglich werden alle Magazinformate des Senders aufeinander folgend vom frühen Morgen bis zum Mittag ausgestrahlt. Den restlichen Tag, bis zum Abend hin, werden die Sendeplätze mit den Film-Dokumentationen besetzt. Zudem ist darauf hinzuweisen, dass nahezu jeden Tag, mitunter auch über mehrere Wochen und Monate hinweg, dieselben Dokumentationen gesendet werden, obwohl die *TRT* ein sehr breitgefächertes Dokumentations-Archiv besitzt. Am Wochenende konnte über den Zeitraum der Analyse hinweg gesichtet und als eine Schwäche erkannt werden, dass samstags und sonntags keine Magazinsendungen ausgestrahlt werden, und der gesamte

Tag mit einem Mix aus Filmbeiträgen und Dokumentationen besetzt wird. Zusammenfassend lässt sich sagen, dass die Programmstrukturen des Senders mangelhaft sind und zudem einfach und ohne große Bemühung gestaltet wurden.

Die zweite IST-Analyse, befasste sich mit den einzelnen Magazinformaten des neuen Senders. Sie alle wurden einzeln auf ihr Profil, Sendeablauf, Zielgruppe, Studiodesign inklusive deren Schwächen analysiert. Auch diese Untersuchung konnte folgende interessante Ergebnisse hinsichtlich der beobachtbaren Defizite aufzeigen:

- Schwachstelle: Moderatorinnen
- Schwachstelle: unorganisiertes Team
- Schwachstelle: Studiodesign
- Schwachstelle: unstrukturierter Sendeablauf
- Schwachstelle: Namenswechsel (Magazinsendung)
- Schwachstelle: keine feste Sendezeit

Einen weiteren wichtigen Abschnitt der vorliegenden Arbeit umfasste das Konzept (SOLL-Zustand) für *TRT Bel-Tur*. Hier ging es darum, die aufgeführten Problembereiche und Schwächen parallel zum IST-Zustand und aufeinander folgend zu umgehen und durch Verbesserungsvorschläge und Empfehlungen die Programm-Verantwortlichen des neuen Senders darauf aufmerksam zu machen, was getan werden könnte um besseren größeren und nachhaltigeren Erfolg zu erzielen. Folgendes provisorisches SOLL-Konzept konnte erarbeitet werden:

- Personelle und räumliche Organisation (z. B. interne Kommunikation und neue Organisationsstrukturen, eine bessere Teambildung und bessere Strukturen der Arbeitsräume)
- Neuer Sendername *TRT Bel-Tur*
- Neues Sender-Logo
- Ideen und Konzepte für innovative Magazinformate (z. B. Sendungseigene Internetseite, Moderationskarten beschriftet mit dem Sendungsnamen, Sendungslogo und Umstrukturierung der Themeninhalte)
- Optimierung der Programmstruktur
- Zukünftige Ideen und Empfehlungen (z. B. TRT Internationaler Dokumentarfilmwettbewerb, neue Touristische Filmbeiträge und das vorstellen von anderen interessanten touristischen Ländern)

Oft wird vergessen, dass das Programm der Ausweis eines Fernsehsenders ist. In erster Linie ist die Funktion eines Senders, ein Programm anbieten zu können, das das

Publikum anspricht.⁹² Damit auch der Sender zu einem Erfolg kommen kann, müssen sich die einzelnen Programme eng an den Bedürfnissen, Wünschen und dem Nutzungsverhalten der Zuschauer ausrichten. Schließlich kann sich eine Sendung nur dann durchsetzen, wenn alle Leistungen, die sie sich zum Ziel setzt auch erbracht werden. Den Programm-Verantwortlichen des Senders muss geraten werden, sich ganz bewusst zu entscheiden, welche Voraussetzungen erfüllt werden müssen, um eine neue Sendeschiene einzusetzen. Die bestehenden Problemkomponenten und die einzelnen Schwächen, die aufgeführt wurden, haben gezeigt, dass der Sender in seinem IST-Zustand nicht wirklich sinnvoll entwickelt wurde. Das Konzept des SOLL-Zustandes hat wiederum gezeigt, wie es besser gemacht werden kann, wenn man einzelne formelle Aspekte wie z.B. die Auswertung einer Konzeptskizze eines Papierpiloten beachtet. Natürlich ist ein Erfolg damit nicht garantiert. Mit einer besseren Teamarbeit, einer neu aufgebauten Arbeitsetage, einem entsprechenden Sender-Logo und mit einem entsprechenden Sendernamen, mit neuen Konzepten für die bestehenden Magazinformate und der Optimierung der Programmstrukturen kann die Qualität und somit der Erfolg des neuen jungen Senders gesteigert und die Zuschauer besser erreicht werden.

Abschließend und mit einem Blick in die Zukunft lässt sich sagen:

Vorausschauend kann gesagt werden, dass schließlich die Zukunft zeigen wird, ob es sinnvoll ist, die Ideen und Empfehlungen für den neuen Sender *TRT Bel-Tur* zu erweitern. Das Konzept der Sendung in ihrem neuen Zustand inklusive der eingebrachten Ideen und Empfehlungen, würde in jedem Fall besser und erfolgreicher funktionieren, wenn es denn je eingeführt werden sollte.

Die intensive Untersuchung und die Entwicklung des SOLL-Konzeptes, das nur im Rahmen dieser Arbeit umgesetzt werden konnte, ist eine sehr aufwändige und zudem eine sehr interessante Arbeit gewesen. Sie hat gezeigt, auf was man alles bei einem Aufbau eines Senders aufpassen muss. Für die Zukunft ist zu hoffen, dass das provisorische Konzept in der Zukunft dem neuen Sender einmal vorgestellt und evtl. verwirklicht werden könnte.

⁹² Vgl. Eick 2007, S. 25

Literatur- und Quellenverzeichnis

BÜYÜM 1992

Büyüm, Nazar; Sönmez, Sadun; Belen, Dr. Cihan. *Temel Britannica: Temel Eğitim ve Kültür Ansiklopedisi*, Cilt 2, Ana Yayıncılık A.Ş, İstanbul 1992

ÇAMDERELİ 2006

Çamdereli, Mete: *Reklam arası*. Tablet Kitapevi, Konya 2006

COLOURS MOMENTS FEELINGS 2010

Colours Moments Feelings, Thöne Mara: *Farbensymbolik*. – URL:
<<http://www.mara-thoene.de/html/farbensymbolik.html>> [Letzter Aufruf:
05.05.2010]

DER LICHTREIS 2010

Der Lichtkreis: *Welt der Farben*. – URL:
<http://www.lichtkreis.at/html/Wissenswelten/Welt_der_Farben/welt-der-farben.htm> [Letzter Aufruf: 05.05.2010]

EICK 2007

Eick, Dennis: *Programmplanung: Die Strategien deutscher TV-Sender*. UVK Verlagsgesellschaft mbH, Konstanz 2007

EURACTIV 2010

EurActiv – AB Haber ve Politika Portalı: *TRT Turizm ve Belgesel Kanalı, 4 dilde yayına hazırlanıyor*. [online Stand: 17. September 2009] – URL:
<<http://www.euractiv.com.tr/turizm/article/trt-turizm-ve-belgesel-kanali-4-dilde-yayna-hazrlanyor-007009>> [Letzter Aufruf: 13.02.2010]

Fritzsche 2009

Fritzsche, Silke: *TV-Moderation*. UVK Verlagsgesellschaft mbH, Konstanz 2009

GAZETE TURİZM TATİL SEYAHAT 2010

Gazete Turizm Tatil Seyahat: *TRT'nin "Turizm ve Belgesel" kanalı çok yakında*. [online Stand: 12. Oktober 2009] – URL:
<<http://www.turizmtatilseyahat.com/trtnin-turizm-ve-belgesel-kanali-cok-yakinda.htm>> [Letzter Aufruf: 11.02.2010]

HERBST 1999

Herbst, Dieter: *Das professionelle 1X1, Interne Kommunikation*.
Cornelsen Verlag, Berlin 1999

HOLTMANN 1999

Holtmann, Klaus: *Programmplanung im werbefinanzierten Fernsehen: Eine Analyse unter besonderer Berücksichtigung des US-Amerikanischen Free-TV / Klaus Holtmann*. – Lohmar; Köln: Eul, 1999. Zugl.: Köln, Univ., Diss., 1998

HÜR HABER 2010

Hür Haber: „Arşiv“ – „Geçmişten Geleceğe Bilgiler Belgeler“. [online Stand: 01. August 2009] – URL:
<http://www.hurhaber.com/news_detail.php?id=215258> [Letzter Aufruf: 19.03.2010]

İSTANBULTURKUAZ TURİZM FOLKLOR DERNEĞİ GK 2010

Istanbul Turkuaz Turizm folklor derneği GK: *"Bir yaşam biçimidir TURKUAZ"*. –
URL:<http://www.istanbulturkuaz.com/index.php?option=com_content&view=article&id=47&Itemid=34> [Letzter Aufruf: 10.05.2010]

Kamera Arkası 2010a

Kamera Arkası: *Belgesel-Türk Belgesel Yönetmenleri-Ertuğrul Karslıoğlu*. -
URL: <<http://www.kameraarkasi.org/yonetmenler/e/ertugrulkarslioglu.html>>
[Letzter Aufruf: 31.03.2010]

Kamera Arkası 2010b

Kamera Arkası: *Belgesel-Türk Belgesel Yönetmenleri-Semra Güzel Korver.*

- URL: <<http://www.kameraarkasi.org/yonetmenler/s/semraguzel.html>>

[Letzter Aufruf: 31.03.2010]

KARADAĞ 2008

Karadağ N. Beyhan: *Geçmişten Geleceğe Belgeseler Bilgiler 1968–2008*

Baskı: Aydoğdu Ofset Matbaacılık Ambalaj San. Ve Tic. Ltd. Şti., Ankara
2008

KARSTENS 2005

Karstens, Eric; Schütte, Jörg: *Praxishandbuch Fernsehen: Wie TV-Sender arbeiten.* 1. Auflage Oktober 2005. VS Verlag für

Sozialwissenschaften/GWV Fachverlage GmbH, Wiesbaden 2005

KREUZER 1988

Kreuzer, Helmut; Schumacher, Heidemarie: *Magazine audiovisuell:*

Politische und Kulturmagazine im Fernsehen der Bundesrepublik

Deutschland. Wissenschaftsverlag Volker Spiess GmbH, Berlin 1988

P. RABEY 1994

P. Rabey, Gordon: *Basiswissen für Führungskräfte: Selbstmanagement,*

Teambildung, Arbeitsorganisation. Der Deutschen Ausgabe 1997, Falken

Verlag, Niedernhausen/Ts. 1994

Pepels 2003

Pepels, Werner: *Produktmanagement: Produktinnovation, Markenpolitik,*

Programmplanung, Prozessorganisation. Oldenburg Wissenschaftsverlag

GmbH, Oldenburg 2003

RADIKAL 2010

Radikal: *TRT'nin yeni kanalı yayında*. [online Stand: 18. Oktober 2009]. –

URL:

<<http://www.radikal.com.tr/Radikal.aspx?aType=RadikalDetay&ArticleID=959838&CategoryID=77>> [Letzter Aufruf: 10.04.2010]

SCHULT 1997

Schult, Gerhard; Buchholz, Axel: *Fernsehjournalismus: Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis*. Paul List Verlag GmbH, München 1997

SERIM 2007

Serim, Ömer: *Türk Televizyon Tarihi 1952-2006*. 1. Baskı: Epsilon Yayıncılık Hizmetleri Tic. San. Ltd. Şti., İstanbul 2007

STADLER 2008

Stadler, Eva: *Die strategische Planung von Fernsehsendungen: Möglichkeiten der Erfolgsoptimierung durch medienwissenschaftliche und ökonomische Ansätze*. UVK Verlagsgesellschaft mbH, Konstanz 2008

TAŞKIRAN 2006

Taşkıran, M. Aydan; Ulusoy, Zafer; Knudsen, Holger: *Almanca – Türkçe, Türkçe – Almanca: Modern Sözlük*. Baskı ve Cilt, FONO Açıköğretim Kurumu, İstanbul 2006

TRT 2010a

TRT: *Kurumsal-YAYINLARIMIZ-Radyo*. – URL:

<<http://www.trt.net.tr/Kurumsal/RadyoTanitim.aspx>> [Letzter Aufruf:05.01.2010]

TRT 2010b

TRT: *CANLI*. – URL: <<http://www.trt.net.tr/Canli/canli.aspx?Kanal=TV1>> [Letzter Aufruf: 05.01.2010]

TRT 2010c

TRT: Haber. *TRT'den "Turizm ve Belgesel" Kanalı.* – URL:
<<http://www.trt.net.tr/haber/HaberDetay.aspx?HaberKodu=0645f549-2555-471a-ba7c-4bbd92f0c6b9>> [Letzter Aufruf: 11.02.2010]

TRT 2010d

TRT: *CANLI.* – URL: <<http://www.trt.net.tr/Canli/canli.aspx?Kanal=TV1>>
[Letzter Aufruf: 05.01.2010]

TRT 2010e

TRT: *Kurumsal-TRT HAKKINDA- Genel Müdürler.* – URL:
<<http://www.trt.net.tr/Kurumsal/Kisilcerik.aspx?IcerikKodu=06462b90-00ee-4af0-9daa-9fe529331d19>> [Letzter Aufruf: 13.02.2010]

TRT 2010f

TRT: *Televizyon- Tüm akışlar.* [online Stand: 22. Februar 2010] – URL:
<<http://www.trt.net.tr/TV/TvAkis.aspx?gunler=1&kanal=10&akistur=1&tdgun=0&control=1>> [Letzter Aufruf: 22.02.2010]

TRT 2010g

TRT: *Televizyon- Tüm akışlar.* [online Stand: 22. Februar 2010] – URL:
<<http://www.trt.net.tr/TV/TvAkis.aspx?gunler=2&kanal=10&akistur=1&tdgun=1&control=0>> [Letzter Aufruf: 22.02.2010]

TRT 2010h

TRT: *Televizyon- Tüm akışlar.* [online Stand: 22. Februar 2010] – URL:
<<http://www.trt.net.tr/TV/TvAkis.aspx?gunler=3&kanal=10&akistur=1&tdgun=2&control=0>> [Letzter Aufruf: 22.02.2010]

TRT 2010i

TRT: *Televizyon- Tüm akışlar*. [online Stand: 22. Februar 2010] – URL:
<<http://www.trt.net.tr/TV/TvAkis.aspx?gunler=4&kanal=10&akistur=1&tdgun=3&control=0>> [Letzter Aufruf: 22.02.2010]

TRT 2010j

TRT: *Televizyon- Tüm akışlar*. [online Stand: 22. Februar 2010] – URL:
<<http://www.trt.net.tr/TV/TvAkis.aspx?gunler=5&kanal=10&akistur=1&tdgun=4&control=0>> [Letzter Aufruf: 22.02.2010]

TRT 2010k

TRT: *Televizyon- Tüm akışlar*. [online Stand: 22. Februar 2010] – URL:
<<http://www.trt.net.tr/TV/TvAkis.aspx?gunler=6&kanal=10&akistur=1&tdgun=5&control=0>> [Letzter Aufruf: 22.02.2010]

TRT 2010l

TRT: *Televizyon- Tüm akışlar*. [online Stand: 22. Februar 2010] – URL:
<<http://www.trt.net.tr/TV/TvAkis.aspx?gunler=0&kanal=10&akistur=1&tdgun=4&control=0>> [Letzter Aufruf: 22.02.2010]

TRT 2010m

TRT: *Televizyon- Tüm akışlar Buluşma Noktası*. – URL:
<<http://www.trt.net.tr/TV/Detay.aspx?kimlikid=4011&tur=TV>> [Letzter Aufruf:
22.02.2010]

TRT 2010n

TRT: *Kurumsal-YAYINLARIMIZ-TRT-World.com*. – URL:
<http://www.trt.net.tr/Kurumsal/WorldTanitim.aspx> [Letzter Aufruf:
31.03.2010]

TRT 2010o

TRT: *TV Programlar-TRT Turizm.* – URL:

<<http://www.trt.net.tr/tvprogramlar/trtturizm/>> [Letzter Aufruf: 06.04.2010]

TRT 2010p

TRT: *Televizyon Turkuvaz.* – URL:

<<http://www.trt.net.tr/TV/Detay.aspx?kimlikid=4183&tur=T>> [Letzter Aufruf: 23.02.2010]

TRT 2010q

TRT: *Televizyon Hayatı Belgeyenler.* – URL:

<<http://www.trt.net.tr/TV/Detay.aspx?kimlikid=4211&tur=TV>> [Letzter Aufruf: 24.02.2010]

TRT 2010r

TRT: *Kurumsal Logolarımız.* – URL:

<<http://www.trt.net.tr/img/logolar/trt-%20belgesel.png>> [Letzter Aufruf: 05.05.2010]

TRT 2010s

TRT Uluslararası Belgesel Yarışması: „*Yarışma Şartnamesi*“. - URL:

<<http://www.trt.net.tr/belgeselfilmyarismasi/index.php?page=index&id=2>>
[Letzter Aufruf: 12.03.2010]

TÜMGAZETELER 2010

Tümgazeteler: *Şahin: 5 yıl belgesel yayınlasak tükenmeyecek kadar geniş bir arşivimiz var.* [online Stand: 17. Oktober 2009] – URL:

<<http://www.tumgazeteler.com/?a=5627182>> [Letzter Aufruf: 10.05.2010]

ZAMAN ONLINE 2010

Zaman Online: *İnternetin İlk Türk Gazetesi. Şahin: 5 yıl belgesel yayınlasak tükenmeyecek kadar geniş birarşivimiz var.* [online Stand: 17. Oktober 2009] – URL:
<<http://www.zaman.com.tr/haber.do?haberno=904742&keyfield=7472742062656C676573656C>> [Letzter Aufruf: 12.02.2010]

Anhänge

Anhang 1: Die Wochenübersicht in ihrem IST-Zustand (von 22.02. bis 27.02.2010)___ 30

Montag Dienstag Mittwoch Donnerstag Freitag Samstag Sonntag

07:58 İstiklal Marşı ve Günün Program Akışı
 08:00 **Buluşma Noktası**
 09:20 **Türkiyeden**
 10:00 **Memleketim**
 11:30 **Bir İnsan Bir Hikaye"Esat Uluumay"**
 11:55 **Hava Durumu Dünya**
 12:00 **Hayatı Belgeleyenler"Ertuğrul Karslıoğlu"**
 13:00 **Adı Ağaç**
 13:30 **Anadolu Mavisini**
 14:00 Yansıma
 14:30 **Torosları Aşarken**
 15:00 **Anadolu'da Ev ve İnsan**
 15:30 **Film Bitti**
 16:00 **Türk Mucitler**
 16:30 Türkiye'de Spor
 17:00 **Sınırdaki Yaşam**
 17:30 **Portreler Galerisi "Ali Fuat Başgil"**
 18:00 **Karlı Dağlardaki Sır**
 18:30 **Zamanın Seyyahları**
 19:00 **Memleketim**
 20:30 **Suyla Gelen Kültür**
 21:00 Hava Durumu Dünya
 21:05 **Genç Kalemler**
 21:30 **Koleksiyonlar**
 22:00 **Hayatı Belgeleyenler"Ertuğrul Karslıoğlu"**
 23:00 **Adı Ağaç**
 23:30 **Anadolu Mavisini**
 00:00 Yansıma
 00:30 **Torosları Aşarken**
 01:00 **Anadolu'da Ev ve İnsan**
 01:30 **Film Bitti**
 02:00 **Türk Mucitler**
 02:30 Türkiye'de Spor
 03:00 **Sınırdaki Yaşam**
 03:30 **Portreler Galerisi "Ali Fuat Başgil"**
 04:00 **Karlı Dağlardaki Sır**
 04:30 **Zamanın Seyyahları**
 05:00 **Memleketim**
 06:30 **Suyla Gelen Kültür**
 07:00 **Genç Kalemler**
 07:30 **Koleksiyonlar**

Legende:

- tägliche Magazine
- Dokumentationen
- Wiederholungen
- Welt Wetterbericht

Ab 22:00 Uhr kommen alle Wiederholungen, die ab 12:00 Uhr mittags ausgestrahlt wurden.

Inhalt aus der Wochenübersicht von TRT
 [Quelle: TRT 2010f, eigene Darstellung]

Montag **Dienstag** Mittwoch Donnerstag Freitag Samstag Sonntag

07:58 İstiklal Marşı ve Günün Program Akışı
 08:00 Buluşma Noktası
 09:20 Türkiye'den
 10:00 Memleketim
 11:30 Bir İnsan Bir Hikaye"Cengiz Eratalay"
 11:55 Hava Durumu Dünya
 12:00 Karlı Dağlardaki Sır
 12:30 Zamanın Seyyahları
 13:00 Hayatı Belgeleyenler"Ertuğrul Karslıoğlu"
 14:00 Adı Ağaç
 14:30 Anadolu Mavisini
 15:00 Yansıma
 15:30 Torosları Aşarken
 16:00 Anadolu'da Ev ve İnsan
 16:30 Film Bitti
 17:00 Türk Mucitler
 17:30 Türkiye'de Spor
 18:00 Sınırdaki Yaşam
 18:30 Portreler Galerisi "Ali Fuat Başgil"
 19:00 Memleketim
 20:30 Suyla Gelen Kültür
 21:00 Hava Durumu Dünya
 21:05 Aydaki Adam
 21:35 Göçmen Kuşları Kim Düşünecek
 22:00 Karlı Dağlardaki Sır
 22:30 Zamanın Seyyahları
 23:00 Hayatı Belgeleyenler"Ertuğrul Karslıoğlu"
 00:00 Adı Ağaç
 00:30 Anadolu Mavisini
 01:00 Yansıma
 01:30 Torosları Aşarken
 02:00 Anadolu'da Ev ve İnsan
 02:30 Film Bitti
 03:00 Türk Mucitler
 03:30 Türkiye'de Spor
 04:00 Sınırdaki Yaşam
 04:30 Portreler Galerisi "Ali Fuat Başgil"
 05:00 Memleketim
 06:30 Suyla Gelen Kültür
 07:00 Aydaki Adam
 07:30 Göçmen Kuşları Kim Düşünecek

Inhalt aus der Wochenübersicht von TRT
 [Quelle: TRT 2010g, eigene Darstellung]

Ab 22:00 Uhr kommen
 alle Wiederholungen, die
 ab 12:00 Uhr mittags
 ausgestrahlt wurden.

Montag Dienstag **Mittwoch** Donnerstag Freitag Samstag Sonntag

07:58 İstiklal Marşı ve Günün Program Akışı
 08:00 Buluşma Noktası
 09:20 Türkiye'den
 10:00 Memleketim
 11:30 Bir İnsan Bir Hikaye "Sıtkı Olçar"
 11:55 Hava Durumu Dünya
 12:00 Sınırdan Yaşam
 12:30 Portreler Galerisi "Ali Fuat Başgil"
 13:00 Karlı Dağlardaki Sır
 13:30 Zamanın Seyyahları
 14:00 Hayatı Belgeleyenler "Ertuğrul Karslıoğlu"
 15:00 Adı Ağaç
 15:30 Anadolu Mavisini
 16:00 Yansıma
 16:30 Torosları Aşarken
 17:00 Anadolu'da Ev ve İnsan
 17:30 Film Bitti
 18:00 Türk Mucitler
 18:30 Türkiye'de Spor
 19:00 Memleketim
 20:30 Suyla Gelen Kültür
 21:00 Hava Durumu Dünya
 21:05 Hüsn-ü Hat
 21:35 Buluşma
 22:00 Sınırdan Yaşam
 22:30 Portreler Galerisi "Ali Fuat Başgil"
 23:00 Karlı Dağlardaki Sır
 23:30 Zamanın Seyyahları
 00:00 Hayatı Belgeleyenler "Ertuğrul Karslıoğlu"
 01:00 Adı Ağaç
 01:30 Anadolu Mavisini
 02:00 Yansıma
 02:30 Torosları Aşarken
 03:00 Anadolu'da Ev ve İnsan
 03:30 Film Bitti
 04:00 Türk Mucitler
 04:30 Türkiye'de Spor
 05:00 Memleketim
 06:30 Suyla Gelen Kültür
 07:00 Hüsn-ü Hat
 07:30 Buluşma

Inhalt aus der Wochenübersicht von **TRT**
 [Quelle: TRT 2010h, eigene Darstellung]

Ab 22:00 Uhr kommen
 alle Wiederholungen, die
 ab 12:00 Uhr mittags
 ausgestrahlt wurden.

Montag Dienstag Mittwoch **Donnerstag** Freitag Samstag Sonntag

07:58 İstiklal Marşı ve Günün Program Akışı
 08:00 **Buluşma Noktası**
 09:20 **Türkiyeden**
 10:00 **Memleketim**
 11:30 **Bir İnsan Bir Hikaye"Gürbüz Candemir"**
 11:55 **Hava Durumu Dünya**
 12:00 **Türk Mucitler**
 12:30 Türkiye'de Spor
 13:00 **Sınırdaki Yaşam**
 13:30 **Portreler Galerisi "Ali Fuat Başgil"**
 14:00 **Karlı Dağlardaki Sır**
 14:30 **Zamanın Seyyahları**
 15:00 **Hayatı Belgeleyenler"Ertuğrul Karslıoğlu"**
 16:00 **Adı Ağaç**
 16:30 **Anadolu Mavisini**
 17:00 Yansıma
 17:30 **Torosları Aşarken**
 18:00 **Anadolu'da Ev ve İnsan**
 18:30 **Film Bitti**
 19:00 **Memleketim**
 20:30 **Suyla Gelen Kültür**
 21:00 Hava Durumu Dünya
 21:05 **Adı Güzel Kendi Güzel Muhammed**
 22:00 **Türk Mucitler**
 22:30 Türkiye'de Spor
 23:00 **Sınırdaki Yaşam**
 23:30 **Portreler Galerisi "Ali Fuat Başgil"**
 00:00 **Karlı Dağlardaki Sır**
 00:30 **Zamanın Seyyahları**
 01:00 **Hayatı Belgeleyenler"Ertuğrul Karslıoğlu"**
 02:00 **Adı Ağaç**
 02:30 **Anadolu Mavisini**
 03:00 Yansıma
 03:30 **Torosları Aşarken**
 04:00 **Anadolu'da Ev ve İnsan**
 04:30 **Film Bitti**
 05:00 **Memleketim**
 06:30 **Suyla Gelen Kültür**
 07:00 **Adı Güzel Kendi Güzel Muhammed**

Ab 22:00 Uhr kommen alle Wiederholungen, die ab 12:00 Uhr mittags ausgestrahlt wurden.

Inhalt aus der Wochenübersicht von TRT
 [Quelle: TRT 2010i, eigene Darstellung]

Montag Dienstag Mittwoch Donnerstag **Freitag** Samstag Sonntag

07:58 İstiklal Marşı ve Günün Program Akışı
 08:00 Buluşma Noktası
 09:20 Türkiyeden
 10:00 Memleketim
 11:30 Bir İnsan Bir Hikaye "Ahmet Oztaşan"
 11:55 Hava Durumu Dünya
 12:00 Anadolu'da Ev ve İnsan
 12:30 Film Bitti
 13:00 Türk Mucitler
 13:30 Türkiye'de Spor
 14:00 Sınırdan Yaşam
 14:30 Portreler Galerisi "Ali Fuat Başgil"
 15:00 Karlı Dağlardaki Sır
 15:30 Zamanın Seyyahları
 16:00 Hayatı Belgeleyenler "Ertuğrul Karslıoğlu"
 17:00 Adı Ağaç
 17:30 Anadolu Mavisini
 18:00 Yansıma
 18:30 Torosları Aşarken
 19:00 Memleketim
 20:30 Suyla Gelen Kültür
 21:00 Hava Durumu Dünya
 21:05 Eski Otel Öyküleri
 21:35 Hayal Şehirler
 22:00 Anadolu'da Ev ve İnsan
 22:30 Film Bitti
 23:00 Türk Mucitler
 23:30 Türkiye'de Spor
 00:00 Sınırdan Yaşam
 00:30 Portreler Galerisi "Ali Fuat Başgil"
 01:00 Karlı Dağlardaki Sır
 01:30 Zamanın Seyyahları
 02:00 Hayatı Belgeleyenler "Ertuğrul Karslıoğlu"
 03:00 Adı Ağaç
 03:30 Anadolu Mavisini
 04:00 Yansıma
 04:30 Torosları Aşarken
 05:00 Memleketim
 06:30 Adı Ağaç
 07:00 Eski Otel Öyküleri
 07:30 Hayal Şehirler

Ab 22:00 Uhr kommen alle Wiederholungen, die ab 12:00 Uhr mittags ausgestrahlt wurden.

Inhalt aus der Wochenübersicht von TRT
 [Quelle: TRT 2010], eigene Darstellung]

Montag Dienstag Mittwoch Donnerstag Freitag **Samstag** Sonntag

07:58 İstiklal Marşı ve Günün Program Akışı
 08:00
 09:00 Ötekinin Sesi"Yeşilçam'ın Görünmeyen Kadınları"
 09:30 Geç Olmadan"Foça"
 10:00 Bir Yer Var
 11:30 Şehre Dair
 11:55 Hava Durumu Dünya
 12:00 Yansıma
 12:30 Torosları Aşarken
 13:00 Anadolu'da Ev ve İnsan
 13:30 Film Bitti
 14:00 Türk Mucitler
 14:30 Türkiye'de Spor
 15:00 Sınırdan Yaşam
 15:30 Portreler Galerisi "Ali Fuat Başgil"
 16:00 Karlı Dağlardaki Sır
 16:30 Zamanın Seyyahları
 17:00 Hayatı Belgeleyenler"Ertuğrul Karslıoğlu"
 18:00 Adı Ağaç
 18:30 Anadolu Mavisini
 19:00 Geç Olmadan"Tuz Gölü -Ihlara"
 19:30 Şehre Dair
 19:55 Hava Durumu Dünya
 20:00 Turizme Yön Verenler
 20:30 Bir Yer Var
 22:00 Yansıma
 22:30 Torosları Aşarken
 23:00 Anadolu'da Ev ve İnsan
 23:30 Film Bitti
 00:00 Türk Mucitler
 00:30 Türkiye'de Spor
 01:00 Sınırdan Yaşam
 01:30 Portreler Galerisi "Ali Fuat Başgil"
 02:00 Karlı Dağlardaki Sır
 02:30 Zamanın Seyyahları
 03:00 Hayatı Belgeleyenler
 04:00 Adı Ağaç
 04:30 Anadolu Mavisini
 05:00 Turizme Yön Verenler
 05:30 Bir Yer Var
 07:00 Geç Olmadan"Tuz Gölü -Ihlara"
 Inhalt aus der Wochenübersicht von **TRT**
 [Quelle: TRT 2010k, eigene Darstellung]

Ab 22:00 Uhr
kommen alle
Wiederholungen,
die ab 12:00 Uhr
mittags
ausgestrahlt
wurden.

Montag Dienstag Mittwoch Donnerstag Freitag Samstag **Sonntag**

07:58 İstiklal Marşı ve Günün Program Akışı
 08:00 Anadolu'da Süs Takıları
 08:30 Safranbolu
 09:00 Yağmurcanın Çiğliği
 09:30 Adam ve Çocuk
 10:00 Bir Yer Var
 11:30 Her Şehir Ayrı Bir Yaşam
 11:55 Hava Durumu Dünya
 12:00 Adı Ağaç
 12:30 Anadolu Mavis
 13:00 Yansıma
 13:30 Torosları Aşarken
 14:00 Anadolu'da Ev ve İnsan
 14:30 Film Bitti
 15:00 Türk Mucitler
 15:30 Yarım Kalan "Devrim"
 16:00 Sınırdan Yaşam
 16:30 Portreler Galerisi
 17:00 Sessiz Tanık Osmanlı Arşivleri
 17:30 Zamanın Seyyahları
 18:00 Hayatı Belgeleyenler "Tahsin İşbilen-Işın Turgut"
 19:00 Kuşbakışı
 19:45 EI Yapımı
 19:55 Hava Durumu Dünya
 20:00 Turizme Yön Verenler
 20:30 Bir Yer Var
 22:00 Adı Ağaç
 22:30 Anadolu Mavis
 23:00 Yansıma
 23:30 Torosları Aşarken
 00:00 Anadolu'da Ev ve İnsan
 00:30 Film Bitti
 01:00 Türk Mucitler
 01:30 Yarım Kalan "Devrim"
 02:00 Sınırdan Yaşam
 02:30 Portreler Galerisi
 03:00 Sessiz Tanık Osmanlı Arşivleri
 03:30 Zamanın Seyyahları
 04:00 Hayatı Belgeleyenler "Tahsin İşbilen-Işın Turgut"
 05:00 Turizme Yön Verenler
 05:30 Bir Yer Var
 07:00 Kuşbakışı

Inhalt aus der Wochenübersicht von TRT
 [Quelle: TRT 2010I, eigene Darstellung]

Ab 22:00 Uhr
 kommen alle
 Wiederholungen, die
 ab 12:00 Uhr mittags
 ausgestrahlt wurden.

Anhänge

Anhang 2: *Buluşma Noktası* – Die Nachrichten _____ 38

Die Nachrichten bei der Magazinsendung *Buluşma Noktası*
[Quelle: Screenshot Homepage TRT Internet-Fernsehen, Abruf: 22.02.2010]

Anhang 3: *Buluşma Noktası* – Die Wettervorhersage _____ 39

Die Wettervorhersage bei der Magazinsendung *Buluşma Noktası*
[Quelle: Screenshot Homepage TRT Internet-Fernsehen, Abruf: 22.02.2010]

Anhänge

Anhang 4: *Buluşma Noktası* – Der Tourismusbeitrag _____ 39



Der Tourismusbeitrag bei der Magazinsendung *Buluşma Noktası*
[Quelle: Screenshot Homepage TRT Internet-Fernsehen, Abruf: 22.02.2010]

Anhang 5: *Buluşma Noktası* – Die Veranstaltungen _____ 39



Die Veranstaltungen bei der Magazinsendung *Buluşma Noktası*
[Quelle: Screenshot Homepage TRT Internet-Fernsehen, Abruf: 17.06.2010]

Anhänge

Anhang 6: *Buluşma Noktası* – Telefongast _____ 39



Telefongast bei der Magazinsendung *Buluşma Noktası*
[Quelle: Screenshot Homepage TRT Internet-Fernsehen, Abruf: 22.02.2010]

Anhang 7: *Memleketim* – Fragen und Meinungen _____ 48



Erinnerung an die Telefonnummer für Fragen und Meinungen bei der
Magazinsendung *Memleketim*
[Quelle: Screenshot Homepage TRT Internet-Fernsehen, Abruf: 23.02.2010]

Anhänge

Anhang 8: *Memleketim* – Die Live-Reporter _____ 48



Die Live-Reporter bei der Magazinsendung *Memleketim*
[Quelle: Screenshot Homepage TRT Internet-Fernsehen, Abruf: 23.02.2010]

Anhang 9: *Memleketim* – Studiogast _____ 48



Studiogast bei der Magazinsendung *Memleketim*
[Quelle: Screenshot Homepage TRT Internet-Fernsehen, Abruf: 23.02.2010]

Anhänge

Anhang 10: *Hayatı Belgeyenler* – Studiogast _____ 53



Studiogast bei der Magazinsendung *Hayatı Belgeyenler*
[Quelle: Screenshot Homepage TRT Internet-Fernsehen, Abruf: 24.02.2010]

Anhang 11: *Hayatı Belgeyenler* – Monitor _____ 53



Monitor bei der Magazinsendung *Hayatı Belgeyenler*
[Quelle: Screenshot Homepage TRT Internet-Fernsehen, Abruf: 24.02.2010]

Eidesstattliche Versicherung

Ich versichere, die vorliegende Arbeit selbständig ohne fremde Hilfe verfasst und keine anderen Quellen und Hilfsmittel als die angegebenen benutzt zu haben. Die aus anderen Werken wörtlich entnommenen Stellen oder dem Sinn nach entlehnten Passagen sind durch Quellenangabe kenntlich gemacht.

Ort, Datum

Unterschrift