



Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg  
*Hamburg University of Applied Sciences*

DEPARTMENT INFORMATION

## *Bachelorarbeit*

### **Soziales Fernsehen – Analyse neuer Entwicklungen beim TV**

*vorgelegt von*  
**Niklas Möller**

Studiengang Bibliotheks- und Informationsmanagement

erster Prüfer: Prof. Dr. Hardy Gundlach  
zweiter Prüfer: Prof. Dr. Ulrich Hofmann

Hamburg, Juli 2014

## Abstract

Die vorliegende Arbeit untersucht die neuen Entwicklungen im Bereich des Social TV. Es wird gezeigt, inwiefern diese neue Form das Fernsehen im Hinblick auf die Einschaltquoten positiv beeinflussen kann durch die Wirkung des Social TV Buzz und des Microblogging Word of Mouth. Im zweiten Teil wird durch eine Inhaltsanalyse die Erwartungshaltung der Nutzer von Social TV Angeboten auf der Plattform Facebook untersucht, um herauszufinden, inwiefern Social TV eingesetzt werden muss, um die größtmögliche Wirkung auf dessen Nutzer zu erzielen. Anhand der Kommentare und deren Anzahl lässt sich anschließend erkennen, welche Social TV Strategien einen Erfolg für die Sendung versprechen und welche Strategien bei den Nutzern keinen Erfolg erzielen.

## Schlagworte

Social TV, Social TV Buzz, Word of Mouth, Inhaltsanalyse, Twitter-Effekt, Nutzungsmotive

## Inhaltsverzeichnis

Abstract	
Inhaltsverzeichnis	i
Abbildungsverzeichnis	iii
1. Einleitung	1
2. Definition Social TV	2
3. Aktuelle Situation	3
4. Verbreitung und Nutzungsebenen von Social TV-Angeboten	7
4.1. Verbreitung von Social TV-Angeboten	7
4.2. Nutzungsebenen von Social TV	8
5 Gründe für die Nutzung von Medien	9
5.1. Die emotionale Komponente von Fernsehen	10
5.2. Limbische Typen	10
5.3.1. Gründe für die Nutzung des Internets	11
5.3.2. Gründe für die Nutzung von Fernsehen	12
5.3.3. Gründe für die Nutzung von Social TV	12
6 Nutzen von Social TV	14
6.1. Der Twitter-Effekt	14
6.2. Social TV Buzz	18
6.3. Auswirkungen von Social TV auf das TV-Programm	20
6.4. Eignung von Formaten für Social TV	21
6.5. Beispiele für Social TV	22
7. Inhaltsanalyse	23
7.1. Erläuterung des Vorgehens der Inhaltsanalyse	23
7.1.1. Berlin – Tag und Nacht	26
7.1.2. Dein Sky Sport	29
7.1.3. RTL Aktuell	30
7.1.4. Die Geißens – Eine schrecklich glamouröse Familie	32
7.1.5. GRIP – Das Motormagazin	33
7.1.6. Galileo	34
7.1.7. Ran	36
7.1.8. Circus Halligalli	37
7.1.9. Tagesschau	39

7.2. Zusammenfassung.....	40
8. Fazit.....	41
Literaturverzeichnis.....	43
Anhang.....	-1-

## Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Parallelnutzung von TV und Internet.....	1
Abbildung 2: Verwendete Angebote mit dem Second Screen.....	6
Abbildung 3: Auswirkungen von Tweets auf verschiedene Genres.....	17
Abbildung 4: Screenshot Social TV-Monitor.....	-1-
Abbildung 5: Screenshot Social TV-Monitor.....	-29-
Abbildung 6: Screenshot Die Geißens.....	-30-
Abbildung 7: Screenshot Die Geißens.....	-32-
Abbildung 8: Screenshot Die Geißens.....	-36-
Abbildung 9: Screenshot Die Geißens.....	-38-
Abbildung 10: Screenshot Die Geißens.....	-41-
Abbildung 11: Screenshot GRIP.....	-43-
Abbildung 12: Screenshot GRIP.....	-45-
Abbildung 13: Screenshot GRIP.....	-48-
Abbildung 14: Screenshot GRIP.....	-50-
Abbildung 15: Screenshot Galileo.....	-53-
Abbildung 16: Screenshot Galileo.....	-57-
Abbildung 17: Screenshot Galileo.....	-60-
Abbildung 18: Screenshot Galileo.....	-62-
Abbildung 19: Screenshot Social TV-Monitor.....	-64-
Abbildung 20: Screenshot ran.....	-65-
Abbildung 21: Screenshot ran.....	-67-
Abbildung 22: Screenshot ran.....	-69-
Abbildung 23: Screenshot ran.....	-70-
Abbildung 24: Screenshot ran.....	-72-
Abbildung 25: Screenshot ran.....	-74-
Abbildung 26: Screenshot ran.....	-75-
Abbildung 27: Screenshot Circus Halligalli.....	-77-
Abbildung 28: Screenshot Circus Halligalli.....	-78-
Abbildung 29: Screenshot Circus Halligalli.....	-80-
Abbildung 30: Screenshot Circus Halligalli.....	-82-

Abbildung 31: Screenshot Circus Halligalli.....	-83-
Abbildung 32: Screenshot Tagesschau.....	-86-
Abbildung 33: Screenshot Tagesschau.....	-89-
Abbildung 34: Screenshot Tagesschau.....	-90-
Abbildung 35: Screenshot Tagesschau.....	-93-
Abbildung 36: Screenshot Tagesschau.....	-96-
Abbildung 37: Screenshot Tagesschau.....	-97-

## 1. Einleitung

Ab dem Jahr 2000, mit dem Aufkommen des Internets, hat sich in Bezug auf das Mediennutzungsverhalten der Menschen besonders ein Trend herauskristallisiert: die Parallelnutzung von Fernsehen und Internet.

Die Zeiten sind vorbei, in denen der klassische Fernsehzuschauer gebannt das Programm verfolgt und sich höchstens in den Werbepausen dringenden Erledigungen widmet (vgl. Kuhlmann 2008, S. 97). Inzwischen widmen sich immer mehr Menschen nebenbei anderen Beschäftigungen. Eine dieser Beschäftigungen, nämlich das Surfen im Internet, wurde in den letzten Jahren durch das Aufkommen von Smartphones begünstigt. Wie Grafik 1 zeigt, gehörten im Jahr 2012 schon mehr als die Hälfte der TV-Zuschauer, insgesamt 59 Prozent, zu den Parallelnutzern, womit dieser Trend seinen vorläufigen Höhepunkt erreichte.

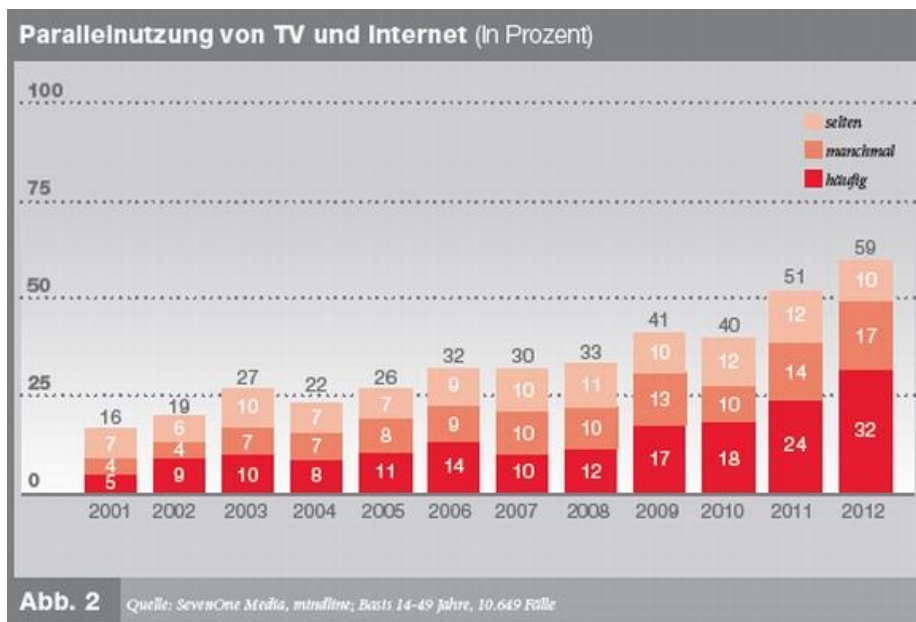


Abbildung 1: Parallelnutzung von TV und Internet Aus: SevenOne Media 2013.

Eine der Formen dieser Entwicklung ist die des Social TV, die es den Nutzern ermöglicht, sich während und nach einer Sendung über deren Inhalte auszutauschen. Der Betreiber des Programms erhofft sich hiervon einen Buzz, der das Interesse an der

Sendung erhöht und für bessere Einschaltquoten sorgt. Mit dem Thema beschäftigt sich die Arbeit. Zunächst soll der Effekt von Social TV auf den Erfolg nachgewiesen werden (vgl. Kapitel „Der Twitter-Effekt“). Um diesen Effekt verstehen zu können, soll nach einer Vorstellung der aktuellen Situation und den verschiedenen Funktionen, die Social TV inzwischen ermöglicht, auf die Gründe für die Nutzung eingegangen werden. Es werden sowohl die sozialen Motive für das Fernsehen als auch für die Nutzung des Internets aufgezeigt, die zusammen die Motive für die Nutzung von Social TV ergeben. Ein weiteres Kapitel beschäftigt sich mit der Art von Sendungen, die besonders gut geeignet sind für Social TV, weil sie auf die zuvor behandelten Kategorien zutreffen. Mithilfe dieses Vorwissens beschäftigt sich das nächste Kapitel mit dem Twitter-Effekt und zeigt Beispiele auf, die die positiven Auswirkungen von Social TV auf Einschaltquoten und auf erhöhtes Nutzerinteresse nachweisen.

Im zweiten Teil der Arbeit werden die Social-Media Kanäle von einzelnen Fernsehsendungen im deutschsprachigen Raum untersucht, um aufzuzeigen, auf welche Art diese die neuen Social TV-Funktionen für sich gewinnen und mit welchen Strategien es für welche Art von Sendung möglich ist, in der heutigen Zeit erfolgreiches Fernsehen zu betreiben. Somit soll die Arbeit demonstrieren, auf welche Weise verschiedene Medien vermischt werden können und dennoch auf hohe Resonanz bei den Nutzern stoßen. Dazu werden die verfassten Kommentare der Nutzer zu den Posts der Sendung analysiert und ausgewertet, um am Ende zu neuen Erkenntnissen zu führen, die aufzeigen, inwiefern Social TV das Interesse der Nutzer bestmöglich erreichen kann. Der Zeitraum dieser Untersuchung beträgt insgesamt drei Wochen, wobei in jeder Woche drei Sendungen aus den drei Genres Unterhaltung, Sport und Nachrichten zufällig ausgewählt werden. Die Methode der Inhaltsanalyse wurde aufgrund der Nähe zu den Nutzern von Social TV ausgewählt. Als Betreiber ist es wichtig, was die Kunden von einer neuen Funktion wie Social TV erwarten. Die Antwort darauf liefern diese persönlich, da analysiert werden kann, welche Art von Beiträgen von den Nutzern positiv aufgenommen wird und welche eher auf negative Kritik stößt.

## 2. Definition Social TV



Die Schickler Unternehmensberatung GmbH definiert den Begriff Social TV auf folgende Art:

„Im engeren Sinne stellt Social TV die technologische Entwicklung dar, die es Nutzern ermöglicht, sich über TV-spezifische Inhalte auszutauschen und miteinander zu interagieren. Die potentiellen Nutzer sollen sich vor, während und nach einer Sendung über das jeweilige Programm austauschen können und am Entstehen eines Buzz mitwirken.

Ein Buzz kommt zustande, wenn eine Sendung in erster Linie durch Mundpropaganda erfolgreich viral vermarktet wird. Heute werden vor allem Plattformen wie Twitter oder Facebook genutzt, um Feedback- und Unterhaltungskanäle für Nutzer zu schaffen.“ (Schickler 2012)

Eine weitere Definition liefert IT Wissen, das große Online-Lexikon für Informationstechnologie: „Social TV ist eine Technologie, die es Zuschauer ermöglicht, sich während der Ausstrahlung über Social Networks auszutauschen und ihre Meinung kundzutun. Die dahinter liegende Technik setzt voraus, dass der Mediennutzer Fernsehempfang und Internetzugang hat. Technologisch geht daher der Trend hin zu Smart-TV, resp. Hybrid-TV, das beide Techniken unterstützt. Für die Interaktion zwischen den Zuschauern und den Fernsehmachern stehen Social Networks wie Facebook oder Twitter zur Verfügung, aber auch Blogs, Diskussionsforen und Chats sowie Apps für Smartphones und Tablet-PCs. Die Zuschauer können sich während und nach der Sendung unterhalten und interagieren. Die Kommunikation und der Informationsaustausch über eine Sendung können sich positiv auf die Sehbeteiligung und den Erfolg einer Sendung auswirken und die virale Verbreitung nach der Tell-a-Friend-Funktion fördern.“ (Lipinski 2014)

Somit lässt sich sagen, dass Social TV eine technologische Entwicklung darstellt, die die Diskussion der Nutzer über eine TV-Sendung ermöglicht. Dies kann im idealen Fall dazu führen, dass durch den sogenannten Buzz die Sehbeteiligung einer Sendung steigt.

### 3. Aktuelle Situation

Gemäß dem Portal Statista lag die durchschnittliche tägliche Fernsehdauer der Deutschen im Jahr 2013 bei 221 Minuten (vgl. Statista 2014). Auch wenn das Medium

Fernsehen somit weiterhin sehr konstante Werte aufweist, seit dem Jahr 2003 beispielweise hat sich die Nutzung sogar um 18 Minuten täglich erhöht, ist der gleichzeitige Anstieg des Internetkonsums dennoch unverkennbar. Zwar fällt das Internet mit bislang 169 Minuten täglicher Nutzung laut der ARD/ZDF-Onlinestudie 2013 noch zurück, so steigerte es sich im Vergleich zum Vorjahr aber um 36 Minuten (vgl. ARD/ZDF-Onlinestudie 2013), was einen deutlicheren Anstieg verglichen mit der täglichen Fernsehdauer bedeutet. Vor allem die junge Zielgruppe der 14-29-Jährigen ist mit 218 Minuten sogar schon länger im Internet als sie sich mit jedem anderen Medium beschäftigt. Aber auch in der älteren Generation der ab 60-jährigen setzt sich das Internet immer stärker durch, von denen inzwischen sogar schon 42,9 Prozent der Bevölkerung aktive Nutzer sind (vgl. ARD/ZDF-Onlinestudie 2013).

Aber auch die Art und Weise wie das Medium Internet konsumiert wird, steht vor einem Wandel. Dieser Wandel ist auf die Entwicklung von mobilen Endgeräten wie Smartphones, Tablets und iPads zurückzuführen, die für Internetnutzer inzwischen zum Standard geworden sind. In der Nutzung spiegelt sich dies in einem Anstieg von 23 Prozent im Jahr 2012 auf 41 Prozent „Unterwegsnutzung“ im Jahr 2013 wider (vgl. ARD/ZDF-Onlinestudie 2013), womit mobile Endgeräte zu einem wichtigen Bestandteil der Internetnutzung geworden sind.

Demselben Trend geht auch eine Studie von SevenOne Media, der Vermarktungsgesellschaft der ProSiebenSat.1 Media AG, nach. Hier wurde jährlich auf einer Basis von über 1000 Befragten zwischen 14 und 49 Jahren unter anderem der Besitz von Smartphones und Tablet-PCs untersucht. Die Studie kommt zu dem Ergebnis, dass der Anteil der Smartphone-Besitzer im Jahr 2013 von 41 auf 58 Prozent angestiegen ist, genauso wie der Anteil an Tablet-Besitzern im Vergleich zum Vorjahr von acht auf 16 Prozent angestiegen ist (vgl. Seven One Media 2013).

Das Aufkommen von Tablets und Smartphones wirkt sich auch auf das Fernsehverhalten aus. Immer mehr Menschen benutzen während des Fernsehkonsums zeitgleich mithilfe von Smartphone, Tablet oder auch mit dem Laptop das Internet. SevenOne Media untersucht diesen Trend bereits seit dem Jahr 2001. Damals hatten 16 Prozent der Befragten angegeben, Internet und TV wenigstens selten parallel zu verwenden, nur fünf Prozent gehörten der Gruppe der häufigen Parallelnutzer an. Im Jahr 2013 ergab die Studie bereits, dass 67 Prozent der Befragten zumindest selten Fernsehen und Internet parallel nutzen und sogar 34 Prozent zur Gruppe der häufigen

Parallelnutzer zählen (vgl. Seven One Media 2013). Daraus lässt sich schließen, dass es zumindest für die 14-49 Jährigen, unter denen diese Befragung durchgeführt wurde, inzwischen zur Gewohnheit geworden ist, nicht bloß fernzusehen, sondern zeitgleich das Internet zu verwenden. Auch hier ist wieder die Gruppe der 14-29 Jährigen besonders aktiv. Innerhalb dieser sind es gar 81 Prozent der Befragten, die TV und Internet parallel nutzen.

Die Rolle des Fernsehens als „Nebenbeimedium“ deutete sich schon länger an. Schon im Sommer 2002 kam eine schriftliche Befragung der deutschen Bevölkerung zu dem Ergebnis, dass sowohl Essen als auch Hausarbeiten und Unterhaltungen während des Fernsehens ausgeführt wurden, dass also der Fokus der Nutzer nicht nur auf dem Bildschirm lag, sondern gleichzeitig auch auf anderen Tätigkeiten (vgl. Kuhlmann 2008, S. 100). Als wegweisend für einen neuen Trend erwies sich hierbei die Tatsache, dass vor allem die jüngere Generation Fernsehen relativ häufig nebenbei konsumierte. Für die Tatsache, dass es sich hierbei nicht um einen Generationeneffekt handelt, also dass davon ausgegangen werden kann, dass die jetzt Jungen mit zunehmendem Alter ebenfalls weniger Nebentätigkeiten während des Fernsehens durchführen, spricht die bessere Fähigkeit zur Parallelverarbeitung, weil die heutige Generation schon in ihrer Kindheit damit konfrontiert wird, neben dem Fernsehen weitere Tätigkeiten durchzuführen und dies für diese Generation somit zur Normalität wird (vgl. Kuhlmann 2008, S. 103f.).

Mit der vermehrten Nutzung des Internets erreicht diese neue Funktion des Fernsehens, nämlich die des Hintergrundgeräusches wie früher das Radio (vgl. Kuhlmann 2008, S. 98f.), seinen vorläufigen Höhepunkt, denn die Vielzahl an Tätigkeiten im Internet „transportieren diverse Anwendungen, die in medialer und/oder spielerischer Form Information und Unterhaltung liefern können. Hier wird Fernsehen potenziell nicht nur im ihm zur Verfügung gestellten Zeithaushalt angegriffen, sondern in seinen Kernfunktionen.“ (Kuhlmann 2008, S. 103)

Doch eine wichtige Frage, die sich hierbei stellt, lautet: auf welche Weise wird das Internet während des Fernsehens verwendet. Besonders beliebt sind E-Mails. So gaben unter den Befragten 63 Prozent an, sich während der Parallelnutzung mit elektronischen Nachrichten zu beschäftigen, gefolgt von Social-Network-Sites mit 51 Prozent. Besonders interessant sind im Folgenden diejenigen Nutzer, die im sich im Internet mit dem laufenden Programm beschäftigen. Dies sind der Studie zufolge insgesamt 72

Prozent der Befragten. Etwa jeder Zweite, genau 49 Prozent, gaben an, sich während der Parallelnutzung über das Fernsehprogramm zu informieren. 38 Prozent dagegen erklärten, sich über Produkte aus der laufenden TV-Sendung zu informieren, während mit 35 Prozent fast genauso viele Nutzer sich über Produkte aus der TV-Werbung informieren. Nur ein geringer Anteil, nämlich neun Prozent, nutzt die Möglichkeit, die TV-Sendung auf Social-Network-Sites oder in Foren zu kommentieren (vgl. Seven One Media 2013).

Eine von Horizont 2014 veröffentlichte Studie gelangt zu einem ähnlichen Schluss. Hinter den Suchmaschinen, die von 97 Prozent der Befragten genutzt wurden, folgen an zweiter Stelle die sozialen Netzwerke. Die Webseiten, beziehungsweise Apps, von Fernsehanbietern werden zwar von 76 und 66 Prozent genutzt, aber von den meisten nur ab und zu, ganz im Gegenteil zu den sozialen Netzwerken (siehe Abb. 2).

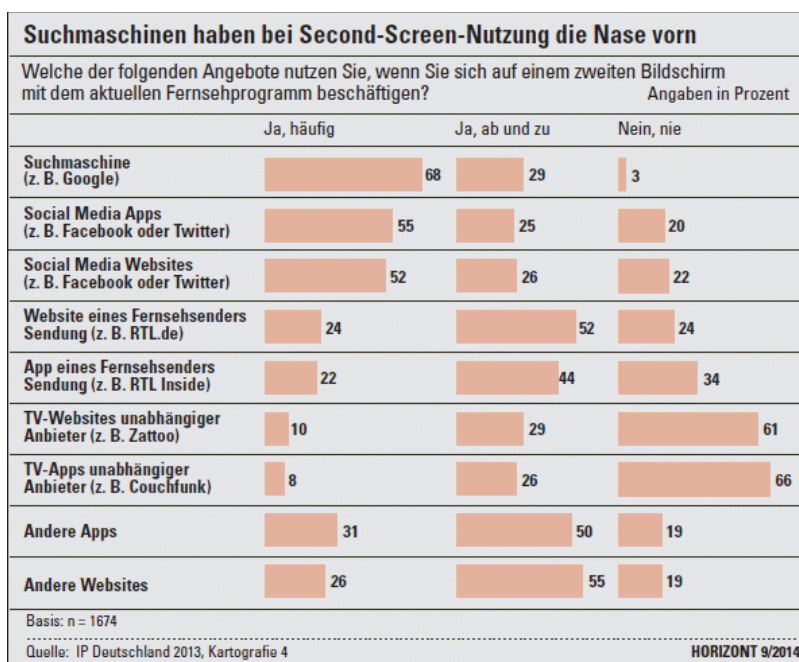


Abb. 2: Verwendete Angebote mit dem Second Screen Aus: Horizont 2014

Das Problem, das sich für die Fernsehanbieter letztlich ergibt, ist die Tatsache, dass die Second-Screen-Nutzer sich zu häufig nicht mit dem Fernsehprogramm beschäftigen, während sie beim Fernsehen das Internet verwenden. Der Fokus liegt zumeist eher auf sozialen Netzwerken oder auf der Suche nach anderen Inhalten. Um aber als

Werbezielgruppe interessant zu bleiben, sollte es den Fernsehanbietern gelingen, diesen neuen Trend in dem eigenen Fernsehprogramm zu etablieren.

#### 4. Verbreitung und Nutzungsebenen von Social TV

Im folgenden Kapitel soll dargestellt werden, inwieweit der Trend des Social TV in der deutschen Fernsehlandschaft bereits angekommen ist. Es wird aufgezeigt, welche Möglichkeiten des Social TV angeboten werden und auf welche Arten Social TV von verschiedenen Sendungen verwendet wird.

##### 4.1. Verbreitung von Social TV-Angeboten

Auch in der TV-Landschaft läßt sich der neue Trend zu Social Media wiederfinden. Gemäß einer Studie aus dem Jahr 2012 verfügten bereits 42 Prozent der analysierten TV-Sendungen im deutschen Fernsehen über eine offizielle Facebook-Seite, auf denen Fans Hintergrundinformationen zu ihren Serien erhielten (vgl. Schünemann 2012). Weitere 24 Prozent verfügten zudem über inoffizielle Seiten, die von Fans der Sendung betrieben wurden, während nur noch 34 Prozent aller TV-Sendungen ohne Präsenz bei Facebook auskamen.

Neben den bekannten Medien Facebook und Twitter existieren aber noch andere Möglichkeiten, Social TV anzubieten. Dies sind programmbegleitende Social TV-Apps wie zum Beispiel RTL INSIDE oder ProSieben Connect, die speziell für die Funktionen des Social TV entwickelt wurden. Sie verfügen über die Möglichkeit der sozialen Interaktion genauso wie sie das Interesse des Nutzers nach Hintergrundinformationen befriedigen (vgl. Schünemann 2012).

Ein Beispiel dafür, welche Funktionen die Social TV-Apps besitzen, liefert die Erklärung von RTL INSIDE:

„Was kann RTL INSIDE? Ein Überblick!

CHECK IN

Check dich in jede Sendung ein und teil deinen Freunden über die sozialen Netzwerke

Facebook, wer-kennt-wen, Twitter oder die RTL Community mit, was du gerade im TV schaust.

#### INSIDE & CHAT

Parallel erhältst du im INSIDE Bereich exklusive Informationen zur Sendung und kannst dich mit deinen Freunden und anderen Fans der Sendung im Chat austauschen.

#### VIDEOS

Egal wann, egal wo und egal mit wem: Mit RTL INSIDE kannst du jederzeit alle RTL Highlights im Video anschauen“ (RTL 2012).

RTL bietet diese Funktionen sowohl für Android-Geräte als auch im Apple-Store an, aber auch online wird ein RTL INSIDE Bereich kostenlos angeboten. Somit wird diese Funktion der größtmöglichen Nutzerzahl zur Verfügung gestellt.

#### 4.2. Nutzungsebenen von Social TV

Zwar verwenden mittlerweile sehr viele Sendungen die Funktionen, die Social TV bietet. Dabei unterscheiden sich die Möglichkeiten aber abhängig von Genre und Zweck, den eine Sendung erfüllt. Eine Sendung, die den Zuschauer unterhalten soll, benutzt soziale Medien wie Facebook, Twitter oder die senderinterne Social-App auf eine andere Weise als eine Sendung, die informieren soll. Verschiedene Sendungen bieten dabei unterschiedliche Konzepte des Mitwirkens des TV-Zuschauers an. Nachfolgend werden einige Beispiele erläutert, mit denen die TV-Sender versuchen, ihre Zuschauer an sich zu binden. Innerhalb der Interaktionsmöglichkeiten unterscheidet man zunächst einmal zwischen der horizontalen Interaktion und der vertikalen Interaktion. Von horizontaler Interaktion spricht man dann, wenn die Fernsehzuschauer über eine Plattform miteinander kommunizieren (vgl. Neef, Schroll, Hirsch). Dies funktioniert beispielweise über die sozialen Medien Facebook oder Twitter und erinnert an die Gespräche im Wohnzimmer, nur dass man sich mit Tausenden Nutzern auf einmal unterhalten kann. Eine weitere Komponente wird mit der vertikalen Interaktion hinzugefügt. Hier kann der Nutzer nicht nur über das Gesehen sprechen, sondern an

dem Geschehen teilhaben. Zum Beispiel mittels Abstimmungen greift der Zuschauer aktiv in die Sendung ein (vgl. Neef, Schroll, Hirsch).

Das einfachste Konzept der Nutzung von Social TV ist dabei die Ankündigung. Auf der Facebook-Seite von der Sendung „Planetopia“ oder des Senders 3Sat werden zum Beispiel regelmäßig Ankündigungen in Form von TV-Tipps gepostet. Auf diese Weise ist es möglich das Interesse der Zuschauer an dem Fernsehprogramm zu wecken.

Die zweite Möglichkeit ist die Nachricht. Nachrichtensendungen wie „RTL aktuell“ oder die „Tagesschau“ informieren ihre Facebook-Nutzer über die aktuellen Geschehnisse und motivieren somit, weiterhin dem sozialen Medium zu folgen. Dabei ist die Regelmäßigkeit von großer Bedeutung, um den Nutzer auf Dauer an die Sendung zu binden.

Eine dritte Nutzungsmethode ist der Austausch. Den Nutzern einer Sendung werden Fragen zum Beispiel bezüglich des Inhalts der weiteren Folgen gestellt. Somit wird das Interesse an der Meinung der Nutzer signalisiert. Die Sendung „Galileo“ kommuniziert auf diese Art mit den Fans. Zum Beispiel lässt die Sendung die Zuschauer abstimmen, was der jeweilige Moderator am nächsten Tag tun soll, wobei zwei Möglichkeiten vorgeschlagen werden.

Die bereits erwähnte horizontale Interaktion wird von TV-Sendungen wie „Berlin – Tag & Nacht“ oder dessen Ableger „Köln 50667“ genutzt. Das funktioniert auf die Weise, dass die Hauptdarsteller der Dokusoap mit dem Zuschauer auf Facebook kommunizieren, als seien sie reale Personen. Auch abseits der TV-Sendung wird dem Zuschauer ein Einblick in das Leben der Serienrollen gewährt, damit der sich weiter mit der Sendung und den Hauptdarstellern identifizieren kann.

Die vertikale Interaktion schließlich wird von der Sendung „Gute Zeiten schlechte Zeiten“ favorisiert. Hierbei werden dem Zuschauer nach der Sendung beispielweise Fragen bezüglich des Verlaufs der weiteren Sendung gestellt. Der Nutzer erhält die Gelegenheit, zu rätseln, wie es am nächsten Tag weitergeht (vgl. Kerkau 2014).

## 5. Gründe für die Nutzung von Medien

Nachdem in den Studien nachgewiesen wurde, dass Social TV aktuell stark an Beliebtheit gewinnt, drängt sich folglich die Frage auf, welche Gründe dies hat. Im folgenden Kapitel soll der Antwort nachgegangen werden. Dabei werden die sozialen

Motive, die dazu führen, dass Menschen fernsehen und das Internet nutzen erklärt. Dieses Wissen verhilft, zu verstehen, warum die Beteiligung am Social TV zunimmt. Mit Kenntnis der Motivationen erleichtert es, die Funktionen des Mediums an die Bedürfnisse der Nutzer anzupassen.

### 5.1. Die emotionale Komponente von Fernsehen

Neben der Aktualität ist vor allem ein Aspekt einer Sendung hauptverantwortlich für den Erfolg von Social TV. Hierbei handelt es sich um die emotionale Ansprache der Sendung. Wenn der Zuschauer einer Sendung beim Sehen ebendieser nicht auf irgendeine Art und Weise emotional angesprochen wird, dann besteht für diesen kein Grund, sich mithilfe von sozialen Medien über das TV-Programm auszutauschen. Deswegen muss eine Sendung den Zuschauer auf eine gewisse Weise berühren. Dies kann sowohl durch das Hervorrufen von positiven als auch von negativen Gefühlen geschehen. Die zehn möglichen Emotionen lauten wie folgt:

1. Interesse, Erregung
2. Freude, Vergnügen
3. Überraschung, Schreck
4. Kummer, Schmerz
5. Zorn, Wut
6. Ekel, Abscheu
7. Geringschätzung, Verachtung
8. Furcht, Entsetzen
9. Scham, Schüchternheit, Erniedrigung
10. Schuldgefühle, Reue

Jedoch überlagern diese sich in der Regel, sodass ein Gefühl nicht alleine auftritt, sondern vermischt mit anderen Gefühlen (vgl. Trommsdorff 2004, S.71).

### 5.2. Limbische Typen



Dabei muss jedoch auch bedacht werden, dass nicht jeder Mensch auf jede Situation gleich reagiert. Die moderne Hirnforschung identifizierte sieben verschiedene limbische Typen, die nicht nur verschiedene Produktinteressen besitzen, sondern auch auf Empfehlungen unterschiedlich reagieren. Diese lauten wie folgt: Harmoniser orientieren sich stark an der Familie, dafür aber weniger am eigenen Statusgewinn. Offene sind offen für Neues und zeichnen sich durch Toleranz aus. Hedonisten suchen aktiv nach Neuem und sind sehr spontan. Abenteurer besitzen eine hohe Risikobereitschaft. Performer sind ehrgeizig und sehr leistungsorientiert. Disziplinierte verfügen über ein hohes Pflichtbewusstsein, die Konsumlust hingegen ist gering. Und die Traditionalisten wünschen sich vor allem Ordnung und Sicherheit (vgl. Häusel 2010, S.54ff.). Für Social TV Betreiber ist es somit wichtig, die eigenen Zielgruppen zu kennen, um die Auswirkungen des Twitter-Effektes bestmöglich umzusetzen, denn die limbische Gruppe der Traditionalisten werden auf eine andere Weise angesprochen als beispielsweise die Abenteurer. Nur wenn die eigene Zielgruppe optimal angesprochen wird, wird das Angebot des Social TV einen größtmöglichen Erfolg erzielen.

### 5.3.1. Gründe für die Nutzung des Internets

Bei der Nutzung des Internets haben sich insgesamt fünf grobe Anwendungsfelder herausentwickelt. Das erste wird als Suche nach Informationen definiert, des Weiteren werden aber auch noch die Bereiche Kommunikation, Interaktion, Transaktion und Unterhaltung genannt (vgl. Breunig, Hofsummer, Schröter 2014, S. 133). Dabei sind die Bereiche Kommunikation und Interaktion besonders interessant im Hinblick auf Social TV. Das, vor allem bei der jungen Zielgruppe der 14- bis 29-Jährigen, vorhandene Bedürfnis nach Kommunikation wird zu großen Teilen durch das Internet abgedeckt (vgl. Breunig, Hofsummer, Schröter 2014, S. 143). Mithilfe von Versenden und Empfangen von E-Mails, aber auch mit Chats zum Beispiel in sozialen Netzwerken übernimmt das Internet einen Teil der persönlichen Kommunikation. Somit sind es vor allem die sozialen Komponenten, die die Nutzung des Internets vorantreiben. Auch eine Untersuchung von Zheng, Burrow-Sanchez und Drew bezeugt die Bedeutung von sozialen Motiven bei der Internetbenutzung. Dabei waren die befragten Jugendlichen besonders mit dem Internet als Medium zur Informationssuche zufrieden.

Besonders die Möglichkeit, mit Menschen in Verbindung zu bleiben, die man sonst nicht sieht, wird als wichtiger Aspekt angesehen, aber die Befragten fühlten sich durch das Internet auch weniger alleine. Um andere Menschen zu beeindrucken halten die Befragten das Internet dagegen als weniger geeignet (vgl. Zheng, Burrow-Sanchez, Drew 2008, S. 27). Dennoch wird die These bestätigt, dass das Internet die Möglichkeiten bietet, die sozialen Bedürfnisse der Nutzer zu befriedigen. Da auch die Aussage, dass man sich darin eingebunden fühlt, was mit anderen geschieht, mit Zustimmung beantwortet wurde (vgl. Zheng, Burrow-Sanchez, Drew 2008, S. 27), zeigt sich das vorhandene Interesse am Leben und den Vorlieben anderer Menschen. Dieses Motiv wiederum bestätigt die Vermutung, dass die Aktivität von Bekannten, zum Beispiel im Social TV, für viele Internetnutzer von Interesse ist. Von diesem vorhandenen Interesse an den Aktivitäten anderer, die zum Beispiel eine bestimmte TV-Sendung gerne mögen, kann wiederum dessen Anbieter profitieren, da Empfehlungen von Bekannten besonders relevant sind für das Verhalten eines Menschen (vgl. Kapitel „Der Twitter-Effekt“).

### 5.3.2. Gründe für die Nutzung von Fernsehen

Nachdem im letzten Abschnitt die Motive für die Nutzung des Internets erklärt wurden, stellt sich die Frage, weshalb das Fernsehen genutzt wird. Da Social TV diese beiden Medien miteinander verbindet, können sich hieraus die Nutzungsmotive für soziales Fernsehen ableiten lassen. Ducheneaut fand in einem Experiment bereits einige Motive heraus. Dazu befragte er die Teilnehmer nach ihren Gründen, gemeinsam fernzusehen. Eine der erhaltenen Antworten lautete: „TV is an excuse for sociality.“ (Ducheneaut u. a. 2008, S.140) Anhand dieser Antwort lassen sich bereits die sozialen Komponenten des Fernsehens erkennen, die schon immer vorhanden waren. Beim Fernsehen ging es schon immer darum, über den Inhalt zu diskutieren. Insofern bietet Fernsehen die Grundlage zum Diskutieren (vgl. Ducheneaut u. a. 2008, S.140).

### 5.3.3. Gründe für die Nutzung von Social TV

Dr. Florian Kerkau vom Beratungsunternehmen Goldmedia erklärt: „Motive der Nutzerinnen und Nutzer seien das Erregen von Aufmerksamkeit sowie der Wunsch, sich zu orientieren und selbst auf- oder abzuwerten. Außerdem gehe es darum, ergänzende Infos zu erhalten sowie Inhalte von Sendungen beeinflussen oder mit anderen diskutieren zu können.“ (Kurz 2014)

Goldmedia nennt fünf Hauptmotive für die Nutzung von Social TV. Der erste Grund ist der Wunsch nach Aufmerksamkeit. Dieser wird durch Social TV erfüllt, weil andere Nutzer die eigene Meinung bezüglich der Sendung lesen. Als zweites wird die Möglichkeit genannt, mithilfe von Kommentaren und Vergleichen das eigene Selbstwertgefühl zu steigern. Dabei spielt die Theorie des sozialen Abwärtsvergleiches eine entscheidende Rolle. Man selbst fühlt sich den anderen Nutzer durch die Kommentare überlegen, weshalb man sich besser als zuvor fühlt. Der Wunsch nach Informationen spielt ebenfalls eine Rolle, der durch manche der geschriebenen Kommentare ebenfalls gestillt werden kann. Das vierte Hauptmotiv beschreibt den Wunsch, TV-Inhalte direkt zu beeinflussen. Zum Beispiel können Umfragen oder Votings bei Casting-Shows dem Nutzer das Gefühl geben, eine gewisse Macht über die Sendung auszuüben. Das letzte Motiv ist der Wunsch, etwas Kurioses zu lesen. Auch das kann Social TV bieten (vgl. Goldmedia Pressemeldung 2012).

Auch das Unternehmen Viacom hat in einer internationalen Studie die drei Hauptmotive für Social TV Nutzung ermittelt. Hierbei wurde ebenfalls zunächst das Motiv der Informationssuche genannt. Zum Beispiel hat die Studie ergeben, dass viele Nutzer soziale Medien heute als Ersatz für die Programmzeitschrift verwenden. 44 Prozent der Befragten nutzten diese demnach, um über Ausstrahlungszeiten informiert zu bleiben, während 45 Prozent Neuigkeiten über die Sendung erfahren wollten. Der Zugang zu exklusiven Sendungsinformationen motivierte demnach 37 Prozent der Befragten. Der zweite genannte Aspekt ist der Gemeinschaftsaspekt, also der direkte Dialog mit den Fernsehsendungen selbst oder mit anderen Fans der Sendung. Auf 28 Prozent der Nutzer traf dieser Aspekt des sozialen Fernsehens zu.

Als drittes Motiv, und dieses wurde bei der Goldmedia-Studie nicht genannt, wurde der Bereich „Gaming“ definiert. Hierbei sind zum einen Spiele oder Wettbewerbe mit der Aussicht auf einen Gewinn, aber auch klassische Spiele und Apps sowie Quiz-Fragen gemeint. Fernsehbezogene Social Media-Games genießen eine hohe Beliebtheit unter den Nutzern, von denen über 30 Prozent wöchentlich spielen (vgl. Viacom 2013).

Somit zeigt sich letztendlich, dass die sozialen Funktionen von Social Media zwar einen sehr hohen Stellenwert bei den Nutzern besitzt und besonders für das Marketing viele Möglichkeiten für das TV bietet, als Motiv für die Nutzung dieser Angebote jedoch bloß auf dem zweiten Platz rangiert. Das wichtigste Motiv für die Nutzung ist die Möglichkeit, sich weiter zu informieren und zum Beispiel zusätzliches Wissen bezüglich einer Sendung zu erlangen, das ohne die Nutzung der Social Media-Kanäle nicht zu erhalten gewesen wäre.

## 6. Nutzen von Social TV

Nachdem im letzten Kapitel die Motivationen der Nutzer von Social TV erläutert wurden, beschäftigt sich das nächste Kapitel mit den Auswirkungen für die Sender. Der Twitter-Effekt wird erläutert und somit aufgezeigt, auf welche Weise Social TV mithilfe des Buzzes in der Lage ist, die Einschaltquoten von TV-Sendungen zu erhöhen. Da der Social-TV Buzz sich jedoch nicht auf jedes Genre in der gleichen Art bemerkbar macht, wird erklärt, welche Sendungen hier besonders stark beeinflussbar sind.

### 6.1. Der Twitter-Effekt

Microblogging Word of Mouth ist eine neuartige Form der Mund-zu-Mund-Propaganda, die mit sozialen Medien wie zum Beispiel Twitter entstanden ist. Thorsten Hennig-Thurau erklärt diese folgendermaßen: „Microblogging word of mouth (MWOM) combines key elements of TWOM and EWOM that are essential for their respective effectiveness. We define MWOM as any brief statement made by a consumer about a commercial entity or offering that is broadcast to some or all members of the sender’s social network through a specific web-based service (e.g., Twitter).” (Hennig-Thurau, Wiertz, Feldhaus 2012, S. 7) Die Abkürzungen TWOM bedeutet dabei Traditional Word of Mouth, also die klassische, nicht elektronische Mund-zu-Mund-Propaganda, wohingegen EWOM für Electronic Word of Mouth steht. Grundsätzlich wird davon ausgegangen, dass Mund-zu-Mund-Propaganda einen großen Einfluss auf

den Erfolg eines Produktes generell hat, denn ein sehr großer Teil der Bevölkerung vertraut mehr den Empfehlungen von Bekannten als Expertenmeinungen.

Der Twitter-Effekt besagt, dass durch viele positive Kommentare von Nutzern in diesem Netzwerk bezogen auf ein Produkt wie zum Beispiel einem Kinofilm der Anreiz steigt, dieses Produkt zu kaufen. So geben beispielweise Kinoexperten und Journalisten dem Twitter-Effekt und dem Microblogging Word of Mouth und den damit einhergehenden schlechten Kritiken von Nutzern die Schuld für das Scheitern von millionenschweren Kinoprojekten wie Brüno und G. I. Joe, während Filme, die von professionellen Kritikern schlecht bewertet wurden, wie zum Beispiel Transformers und Karate Kid, am Eröffnungswochenende Überraschungserfolge erzielten (vgl. Hennig-Thurau, Wiertz, Feldhaus 2012, S. 4).

Ob Microblogging Word of Mouth jedoch wirklich diesen großen Effekt auf den Erfolg von Produkten hat ist immer noch strittig. Manche Experten und Journalisten zweifeln an der Existenz eines Twitter-Effektes (vgl. Hennig-Thurau, Wiertz, Feldhaus 2012, S.4). Eine Studie über das Medienverhalten von Kinozuschauern kam zudem zu dem Schluss, dass die Auswirkungen von Twitter von vielen Experten als zu hoch eingeschätzt werden. 24.000 Kinobesucher nahmen an der Befragung teil und von denen gaben 48 Prozent an, dass sie die Empfehlung für den Film von Familie oder Freunden erhalten hätten, während beispielweise Facebook Empfehlungen für elf Prozent ausschlaggebend gewesen seien und Twitter gerade einmal einen Prozent der Befragten dazu bewogen hätte, in das Kino zu gehen. Die beliebtesten Quellen, um sich über Neuveröffentlichungen zu informieren, seien zudem mit großem Abstand die Werbung und Previews. 60 Prozent der Befragten gaben an, auf diese Weise an ihre Informationen zu gelangen. Als Erklärung, warum die Einspielergebnisse ab dem zweiten Wochenende im Vergleich zum Startwochenende in den letzten Jahren stark nachgelassen haben, wird der Wunsch der Leute genannt, diesen Film direkt zur Veröffentlichung zu sehen, oder aber abzuwarten, bis der Film auf DVD veröffentlicht wird (vgl. Lang 2010).

Von den Twitter-Nutzern gaben 46 Prozent der Befragten an, sie würden Filmempfehlungen von Fremden ignorieren, während 40 Prozent sagen, sie würden sich nicht einmal von Empfehlungen von Freunden beeinflussen lassen (vgl. Dugan 2010). Dabei wird an Twitter die limitierte Menge an Informationen kritisiert, die mit einer Nachricht übertragen werden kann, da nur höchstens 140 Zeichen verfügbar sind, was

somit auch die Wirkung dieser Information limitiere (vgl. Hennig-Thurau, Wiertz, Feldhaus 2012, S. 5).

Hennig-Thurau glaubte dennoch an eine Existenz des Twitter-Effektes und hielt die hohen Verkaufszahlen von Medienprodukten für eine Bestätigung seiner Annahme (vgl. Hennig-Thurau, Wiertz, Feldhaus 2012, S.9). Um seine Hypothese zu belegen untersuchte er Filme, die am Freitag in den Kinos starten in Bezug auf Social Media Kommentare der Kinogänger und verglich daraufhin das Einspielergebnis des ersten Tages mit dem von den Tagen Samstag und Sonntag, die in dem Fall als Gradmesser für den Erfolg von Microblogging Word of Mouth dienen. Nach diesem Modell wurden insgesamt 105 Filme ausgewertet

(vgl. Hennig-Thurau, Wiertz, Feldhaus 2012, S. 13). Um den tatsächlichen Einfluss des Microblogging Word of Mouth zu berechnen, wurden die Ergebnisse der ausgewerteten Filme mit ähnlichen, also vergleichbaren Filmen, aus der Zeit vor Twitter, genauer gesagt aus den Jahren 1998 bis 2006, verglichen (vgl. Hennig-Thurau, Wiertz, Feldhaus 2012, S. 23f.). Als Ergebnis der Analyse ließ sich schließlich sagen, dass sich ein Zusammenhang von Nutzerempfehlungen über Twitter und eine daraus resultierende Beeinflussung der Kinoszuhler für oder gegen einen Film nachweisen lassen konnte. Diese Beeinflussung wurde bei den Filmen, die vor der Twitter-Ära im Kino liefen, auf diese Weise nicht festgestellt (vgl. Hennig-Thurau, Wiertz, Feldhaus 2012, S. 26f.).

Eine Studie des amerikanischen Marktforschungsunternehmens Nielsen Research konnte ebenfalls einen Einfluss von Twitter-Aktivitäten auf die Einschaltquoten von TV-Sendungen im US-Fernsehen feststellen. Dabei untersuchte Nielsen 221 TV-Sendungen zur Hauptsendezeit und analysierte die Auswirkungen der programmbezogenen Tweets auf deren Einschaltquoten. Dabei wurden die Quotenveränderungen auch von Minute zu Minute gemessen, um den direkten Einfluss der Kommentare zu untersuchen. Das Ergebnis zeigt, dass zumindest ein Einfluss von Tweets auf die Quoten einer Sendung vorhanden ist, auch wenn dieser stark vom jeweiligen Genre abhängig ist. So hatte Twitter bei dem Format der Reality-Shows einen Einfluss auf fast die Hälfte der untersuchten Sendungen, nämlich auf 44 Prozent, also eine durch die Twitter-Kommentare bedingte erhöhte Einschaltquote, wohingegen der Einfluss von Twitter auf das Drama-Genre nur sehr gering ausfiel (vgl. Gesenhues 2013). Somit lässt sich letztendlich erkennen, dass die Nutzung von sozialen Medien wie Twitter sich positiv auf die Quoten einer Sendung auswirken kann. Dabei hängt die

Größe des Einflusses jedoch von bestimmten Faktoren ab, weshalb sich nicht einfach sagen lässt, dass eine erhöhte Aktivität in den sozialen Medien automatisch zu erhöhten Einschaltquoten führt. Manche Genres wie zum Beispiel die Reality-Shows eignen sich deutlich besser für Social TV als andere wie Dramen.

So kommt auch eine Untersuchung, die sich mit den sozialen Aspekten des Fernsehens beschäftigt, zu dem gleichen Ergebnis. So wurden die Partizipanten gefragt, welche Sorten von TV-Sendungen sie am liebsten in Gruppen sahen. Unter den beliebtesten Genres waren unter anderem Animationsserien, Sport-Events, aber auch Reality-TV zu finden (vgl. Ducheneaut u. a. 2008). Insofern ist es nicht verwunderlich, dass die Auswirkungen des Twitter-Effektes auf diese Art von Sendungen größer sind als auf andere. Wie bereits im vorherigen Kapitel erwähnt handelt es sich hierbei um die Genres, die die Bedingungen von sozialem Fernsehen in besonderer Hinsicht erfüllen. Sport-Events und Reality-TV erfüllen zum einen den Anspruch an Aktualität und sind gleichzeitig in der Lage, den Zuschauer emotional zu berühren. Deswegen ist es wenig überraschend, dass diese Genres bei den Teilnehmern der Umfrage sehr beliebt gewesen sind.

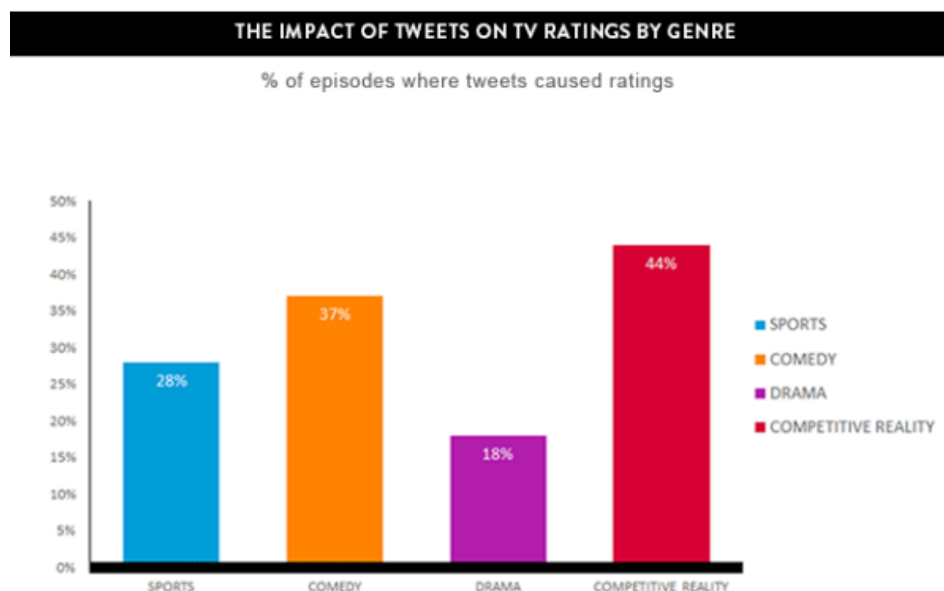


Abbildung 3: Auswirkungen von Tweets auf verschiedene Genres Aus: Gesenhues 2013

Auch die Studie von Viacom zeigt einen vorhandenen Einfluss von Social Media-Nutzung auf die Auswahl des TV Programms auf. Der Untersuchung zufolge waren die Nutzer, die einer Sendung auf Facebook oder Twitter folgen, zu 75 Prozent eher interessiert, sich die Sendung auch tatsächlich anzusehen. Anschließend sahen die Zuschauer die Sendung dann auch tatsächlich häufiger an, entweder live, als Stream oder in der Wiederholung.

Außerdem ergab sich, dass Social Media auf dem dritten Rang als Quelle für das Entdecken neuer Sendungen rangiert, was das Vorhandensein des Twitter-Effektes belegt. Nur klassische Promotion mit 54 Prozent und Mundpropaganda mit 50 Prozent erreichten mehr der Befragten als Social Media mit 39 Prozent. Der Impuls, sich eine Sendung anzusehen, die über Social Media entdeckt wurde, ist demzufolge deutlich größer als eine Sendung anzusehen, die auf andere Weise entdeckt wurde. Immerhin 70 Prozent schalteten ein, wenn die Sendung über soziale Medien gefunden wurde, verglichen mit 48 Prozent (vgl. Viacom 2013).

Die Tendenz ist also deutlich erkennbar, dass soziale Medien den Zuschauer dazu verführen können, sich eine Sendung anzusehen. Der Effekt, den Facebook und Twitter dabei auf den Zuschauer ausüben, scheint deutlich größer zu sein, als die Wirkung von klassischem Word of Mouth.

## 6.2. Social TV Buzz

Der Twitter-Effekt kann zugunsten einer Sendung nur dann eintreten, wenn das Microblogging Word of Mouth der Nutzer positiver Natur ist. Nur wenn eine Sendung von den Zuschauern auch weiterempfohlen wird, kann die Propaganda letztendlich einen Erfolg erzielen. Um den Effekt von Word of Mouth zu verstehen, sollte man sich zunächst dessen beide Formen vergegenwärtigen. Es werden zum einen der Dialog, also die synchrone Kommunikation unterschieden, die sich zum Beispiel in Form einer Diskussion der Fernsehzuschauer untereinander darstellen kann, zum anderen existiert die asynchrone dokumentierte Meinung. Diese kann zum Beispiel in Form von



Rezensionen vorliegen, oder als Erfahrungsbericht oder Produktbewertung (vgl. Körner 2010, S.24).

Da Social TV in der Regel als Gespräch zwischen den verschiedenen Nutzern einer TV-Sendung verwendet wird, ist somit die erstgenannte Form, also die synchrone Kommunikation besonders interessant, für die Marketingvariante des Buzz. Positives Word of Mouth wiederum kann zwei verschiedene Anlässe besitzen. Zum einen die Erfahrung des Anwenders mit dem Produkt (vgl. Körner 2010, S.24), also in dem Fall mit der Sendung. Es wird davon ausgegangen, dass der Zuschauer den anderen Nutzern des sozialen Netzwerkes oder seinen Bekannten mitteilen möchte, dass ihm eine bestimmte Sendung gutgefällt, weil er das TV-Programm gut kennt und es sich gerne ansieht. Der zweite Grund für positives Word of Mouth ist mit dem Neuigkeitswert eines Produktes zu erklären (vgl. Körner 2010, S.24). Ein Beispiel hierfür könnte eine vollkommen neuartige Sendung sein, über die ein Nutzer seine Bekannten informieren möchte oder eine Sendung, in der irgendetwas vollkommen Unerwartetes geschehen ist. Für den Buzz ist besonders der erste Fall wichtig, also die positiven Erfahrungen des Nutzers mit einem Produkt. Wenn dies eintritt, wird es als Advocacy bezeichnet und kann zu Empfehlungen führen, sofern der Nutzer diese Erfahrungen verbreitet (vgl. Körner 2010, S.24).

Die extreme Variante hiervon wird auch als Fans bezeichnet. Diese verbreiten ihre positiven Erfahrungen mit einem Produkt, also in dem Fall mit einer Fernsehsendung, und lassen somit ein gesteigertes Interesse an der Sendung entstehen (vgl. Körner 2010, S.24f.). Um ein Produkt erfolgreich zu vermarkten ist es daher wichtig, die Nutzer darüber in ein Gespräch zu verwickeln. Mithilfe von diesem Buzz kann sich die Anzahl der Fans steigern lassen, da Fans einer Sendung in der Lage sind, weitere Fans zu generieren.

Damit eine Sendung mit der Hilfe von sozialen Medien seine Reichweite steigern kann, gibt es somit also zwei Möglichkeiten. Entweder bringt man die Nutzer in sozialen Medien dazu, sich über die Sendung zu unterhalten, weil diese einen großen Neuigkeitswert bietet, das heißt, dass etwas Aufregendes passiert, was in der Sendung geschieht und möglichst viele Menschen interessiert. Von daher sollte hier ein allgemeines Interesse bestehen, das nicht bloß eine kleine Gruppe von Interessierten betrifft, sondern eine breite Masse, um den Effekt dieser Diskussion möglichst zu maximieren. Die zweite Möglichkeit ist die, dass viele Menschen Gefallen an der

Sendung finden und ihre Begeisterung dafür daraufhin weiterverbreiten. Auf diese Weise kann das Microblogging Word of Mouth erfolgreich verlaufen und eine TV-Sendung ist in der Lage, mithilfe von sozialen Interaktionen an Bekanntheit zu gewinnen und höhere Einschaltquoten zu generieren.

### 6.3. Auswirkungen von Social TV auf das TV-Programm

Die Frage, die sich nun mit dem Aufkommen von Social TV ergibt, lautet: Welchen Nutzen hat diese Entwicklung für das Fernsehen? Besonders interessant hierbei für die Fernsehsender ist der Effekt auf die Einschaltquoten. Um damit auf die ursprüngliche Hypothese zurückzukommen: es wird zunächst angenommen, dass Social TV in der Lage ist, die Einschaltquoten einer Sendung auf die Dauer gesehen zu steigern. Ein Beispiel, das zumindest die Bestätigung dieser These nahelegt, ist die deutsche Doku-Soap „Berlin – Tag & Nacht“. Der ausstrahlende Sender RTL2 beschreibt den Inhalt der Sendung mit den Worten: „„Berlin - Tag & Nacht“ zeigt das pure Leben in der bunten und lebensfrohen deutschen Metropole. Alina, Marcel, Ole und Co. sind überall dort, wo das Leben pulsiert - ob in Bars und Clubs, in der WG oder auf den Straßen Berlins.“ (RTL2.de 2014a) Was mit für die Verhältnisse des Senders enttäuschenden Einschaltquoten begann; in der ersten Sendewoche im September 2011 erlangte die Sendung gerade einmal 4,4 Prozent Marktanteil in der werberelevanten Zielgruppe. Erst mit der Zunahme der Fans auf der offiziellen Facebook-Seite stiegen auch die Quoten des Formats. Im August 2012 beliefen diese sich bereits auf 920.000 Zuschauer in der werberelevanten Zielgruppe bei einem Marktanteil von 14,4 Prozent (vgl. Ottenhues 2012).

Dabei nutzt der Sender RTL2 die Möglichkeiten von Social TV gezielt, um das Interesse der Zuschauer zu erhöhen. Dank Facebook bleiben diese immer auf dem Laufenden und sie werden „mit kryptischen Bemerkungen dazu animiert, am nächsten Tag einzuschalten, um ja nicht zu verpassen, wie es weitergeht.“ (Rentz 2012) Weiterhin wird Social TV als gutes Instrument der Marktforschung bezeichnet, mit dessen Hilfe die Betreiber von den Fans erfahren, welche Schwachpunkte es in einer Sendung gibt (vgl. Rentz 2012).

Auch der Sender Pro Sieben bindet seine Zuschauer mithilfe von Social TV an seine Formate wie „The Voice of Germany“. Dabei ist der Erfolg sehr groß. „Insgesamt nutzten 270000 Menschen das Angebot, die Seite „The Voice of Germany Connect“ verzeichnete über eine Million Page Impressions. Jeder sechste Nutzer wurde laut Pro Sieben durch die Anwendung entscheidend dazu motiviert, die Show auch im Fernsehen zu verfolgen. Darüber hinaus sei sie ein maßgeblicher Grund dafür gewesen, auch in den Werbepausen nicht umzuschalten (Rentz 2012)“. Demnach sieht auch Paul Mudter, Geschäftsleiter Interactive beim RTL-Vermarkter IP Deutschland, das Ziel, durch Social TV die Bindung der Zuschauer zu stärken und eine Reichweite aufzubauen (vgl. Rentz 2012).

#### 6.4. Eignung von Formaten für Social TV

Es lässt sich erkennen, dass sich nicht alle Fernsehformate gleichermaßen für Social TV eignen. Die Auswertung der Webseite „Social TV Monitor“ beweist, dass manche Sendungen in sozialen Medien sehr viel mehr Aktivitäten auslösen als andere. Dabei stellt sich aber die Frage: welche Arten von Sendungen funktionieren im Social TV gut? Und was bewirkt diesen Erfolg?

Um diese Frage zu klären, sollte man sich zunächst einmal ansehen, welche Sendungen besonders erfolgreich sind. Gemäß dem Social TV Monitor ist die erfolgreichste Sendung im Social TV Ranking in der Woche vom 28. April bis zum 04. Mai „Circus Halligalli“ gewesen, gefolgt von „Berlin – Tag und Nacht“, „Germany`s Next Top Model“, „Deutschland sucht den Superstar“ und „Köln 50667“. All diese Sendungen erfüllen die eine Voraussetzung, die ein Fernsehformat nach Experteneinschätzungen erfüllen muss, um in Bezug auf Social TV erfolgreich zu sein. Es muss relevant sein. Die Relevanz lässt sich demnach nach den beiden Variablen Aktualität und emotionale Ansprache bemessen. So gehören unter anderem Casting- und Gameshows, Sportübertragungen und TV-Events, wie zum Beispiel Musikawards, zu den Formaten, die die Anforderungen erfüllen. Bei Sportübertragungen ist es vor allem die Aktualität der Formate, die das Interesse am Mitdiskutieren während der Sendung auslöst. Casting-Shows dagegen liefern für den Zuschauer die Möglichkeit, mit den Kandidaten mit zu fiebern und einen Einfluss auf den Verlauf der Sendung zu nehmen (vgl.

Buschow u. a. 2013). Das sind dann wiederum die beiden Komponenten, die das Interesse an Social TV steigen lassen: die Aktualität und die emotionale Ebene einer Sendung. Wenn Fernsehen zumindest einen von den beiden Bereichen nachweisen kann, dann besteht die Möglichkeit, dass der Fernsehzuschauer während des Fernsehens auf die Option des Social TV zurückgreift.

### 6.5. Beispiele für Social TV

Durch die Konvergenz von Fernsehen und sozialen Medien profitieren viele Sendungen durch eine höhere Identifikation der Zuschauer mit dem Programm und mit den Charakteren der Sendung. Ein besonderes Beispiel hierfür ist die TV-Serie Glee, von der sich eine sehr spezielle Fankultur im sozialen Netzwerk Twitter entwickelt hat. Bei der Serie hat sich das sogenannte „transmedia storytelling“ (vgl. Wood, Baughman 2008, S. 334) entwickelt, mit dessen Hilfe die Identifikation der teilnehmenden Zuschauer mit der Serie zunimmt. Die speziell von Fans der Serie erstellten „role-playing accounts“, also Twitter Accounts mit den Namen der Charaktere aus der Serie, interagieren dabei während und nach der Sendung über die Sendung, speziell über den Inhalt der Sendung. So wirkt es dann, als würden sich die fiktiven Charaktere aus Glee über Twitter miteinander unterhalten (vgl. Wood, Baughman 2008, S. 334f.).

In einer zweiten Form von Rollenspiel, welches tatsächlich eher der klassischen Variante von Rollenspiel entspricht, erfinden die Fans über ihren speziellen Accounts beispielweise zusätzliche Dialoge, die zwar in der Form nicht in der Serie gesprochen worden sind, aber zumindest zu der Geschichte oder einer ganz bestimmten Szene innerhalb der Serie passen und somit zum Beispiel die Serie an gewissen Stellen selber fortführen (vgl. Wood, Baughman 2008, S. 335). Zum Beispiel ist es auch denkbar, dass neue Szenen erfunden werden, die so nicht in der Serie zu sehen sind, zwischen den Charakteren aber denkbar gewesen wären.

Insgesamt profitiert die Sendung Glee durch diese Art von Rollenspielen. Zum einen werden die Nutzer, die an den Spielen teilnehmen und sich zum Beispiel mit anderen Menschen auf diese Weise über das Gesehene austauschen und dieses auch selbst fortführen, sich selbst stärker mit ihrer eigenen Rolle und damit mit dem Charakter, den sie spielen, identifizieren, was wiederum dazu führt, dass sie die Sendung häufiger

ansehen (vgl. Wood, Baughman 2008, S.340). Der zweite Aspekt sind die passiven Nutzer, die durch diese fiktiven Dialoge erreicht werden können. Auch die passiven Nutzer werden durch diese Art von Marketing empfänglicher zum einen für die Produkte, die mit der Serie verbunden werden, aber auch eine Identifikation mit Schauspielern von der Serie und den Liedern, die in der Serie gesungen werden, kann verstärkt werden (vgl. Wood, Baughman 2008, S.340).

## 7. Inhaltsanalyse

Nach der theoretischen Abhandlung des Themas Social TV wurde eine Inhaltsanalyse von neun TV-Sendungen im deutschen Fernsehen durchgeführt. Die Ergebnisse dieser Analyse werden im nächsten Kapitel vorgestellt.

### 7.1. Erläuterung des Vorgehens der Inhaltsanalyse

Um die hier aufgestellten Theorien in der Praxis zu testen, hat die Arbeit das Ziel, mithilfe einer qualitativen Inhaltsanalyse herauszufiltern, welche Methoden verschiedenste Fernsehsendungen innerhalb ihrer Social-Media Kanäle anwenden und zu überprüfen, wie die Resonanz der Facebook-Nutzer, im Folgenden „Fans“ genannt, da diese sich so stark identifizieren, um über die Serie zu diskutieren, ausfällt. Dazu sollen von unterschiedlichen Sendungen, die zuvor in drei verschiedene Genres unterteilt worden sind, nämlich Unterhaltung, Nachrichten und Sport, jeweils mehrere Sendungen ausgewählt werden, deren Social-Media Kanäle dann untersucht werden. Für diese Untersuchung wurde Facebook zur Analyse ausgewählt, da dieses Format derzeit die größte Relevanz für Social TV besitzt (vgl. Goldmedia Pressemeldung 2012). Außerdem eignet Facebook sich gut für die Transparenz, denn Einträge auf der Facebook-Seite einer Sendung bleiben auch nach Monaten noch erhalten, sofern sie von den Betreibern der Serie nicht gelöscht werden, und sind somit auch nach einiger Zeit noch nachzulesen.

Bei der qualitativen Inhaltsanalyse wurden zum einen die Einträge der Seite der Fernsehsendung selbst betrachtet; so konnten die verschiedenen Strategien der

unterschiedlichen Sendungen analysiert werden. Zum Beispiel könnte die Möglichkeit bestehen, dass die Sendung sich direkt an die Fans wendet oder aber eine förmliche Distanz zu diesen einhält. Ein anderer wichtiger Aspekt ist die Art und Weise, auf die mit den Fans kommuniziert wird. Werden diese direkt von der Sendung in die Diskussion miteinbezogen oder werden sie nur informiert? Hierbei könnte es interessant sein, welche Strategie von welcher Art der Sendungen verwendet wird, wobei auch eine Mischform denkbar ist, und welche Strategie für die größere, beziehungsweise positivere Resonanz unter den Fans sorgt.

Da die Arbeit sich nur über einen Zeitraum von drei Monaten erstreckt, ist es nicht möglich eine Analyse von allen Fernsehsendungen in einem bestimmten Zeitraum durchzuführen. Um dieses Problem zu umgehen, wurde sich für eine Zufallsstichprobe entschieden. Eine Seite, die die Aktivität der Fans im Social TV misst, lautet <http://www.social-tv-monitor.de/> von Goldmedia. Hier werden wöchentlich die Nutzer gemessen, die sich im Social TV über eine Sendung unterhalten. Da Facebook als bedeutendster Social-Media-Kanal ausgewählt wurde, ist hier die Spalte „Wochenanalyse Facebook“ als besonders interessant anzusehen. Der Social TV Monitor wurde deswegen ausgewählt, weil er die erfolgreichsten TV-Sendungen im Social TV auflistet und die Analyse hat das Ziel, auf welche Weise Social TV als erfolgreiches Marketinginstrument dienen kann. Es ist natürlich bewusst, dass auch Sendungen mit niedrigerer wöchentlicher Reichweite eine sehr erfolgreiche Social TV Strategie anwenden können. Aber es wird dennoch davon ausgegangen, dass die Sendungen besonders erfolgreich sind, deren Strategie am besten funktioniert.

Um die Repräsentativität so gut es geht zu gewährleisten, sollen in der Zeit vom 20. Mai bis 15. Juni in drei der vier Kalenderwochen von 21 bis 24, da die Daten für die 23. Kalenderwoche nicht zur Verfügung stehen (Stand: 20. Juni 2014), jeweils die ersten zehn Plätze und somit die erfolgreichsten Social TV-Angebote auf Facebook im deutschen Fernsehen ausgewertet werden, wobei aus den drei genannten Kategorien jeweils per Los eine Sendung ermittelt wird. Aber auch innerhalb der Sendungen fehlt für diese Arbeit die Zeit, um alle der geschriebenen Posts auszuwerten, weil manche Sendungen pro Tag zehn oder mehr Posts veröffentlichen, weshalb auch hier pro Sendung nur etwa fünf verschiedene ausgewertet werden können. Das Ziel der Analyse ist es nicht, eine Sendung vollständig auszuwerten, sondern innerhalb der vorgegebenen Zeit möglichst viele verschiedene Aspekte von Social-TV Strategien von verschiedenen

Sendungen in verschiedenen Genres herauszufiltern, um letztendlich möglichst die Aspekte zu erkennen, mit denen Social-TV für eine Sendung als erfolgreiches Marketinginstrument dienen kann.

Die Kategorienbildung soll mithilfe des induktiven Schemas definiert werden, denn „eine induktive Kategoriendefinition [...] leitet die Kategorien direkt aus dem Material in einem Verallgemeinerungsprozess ab, ohne sich auf vorab formulierte Theorienkonzepte zu beziehen.“ (Mayring 2010, S.83) Dies hat für die Analyse den Vorteil, dass die Kategorien direkt der Fragestellung und dem zu interpretierenden Material angepasst werden können.

Dabei wurden folgende Kategorien definiert:

1. Positive Kritik an der Sendung
2. Negative Kritik an der Sendung
3. Inhaltliche Diskussion
4. Verbesserungsvorschläge
5. Sonstige Kategorie

In die ersten beiden Kategorien fallen alle Kommentare, in denen sich entweder im positiven oder negativen Sinn über die Sendung geäußert wird. Wenn die Nutzer zum Beispiel zufrieden sind und sich über das Programm oder den Kommentar auf Facebook gefreut haben, dann wird diese Äußerung in diese Kategorie eingeordnet. Dies gilt im negativen Sinn genauso wie im Positiven.

Die dritte Kategorie befasst sich mit dem inhaltlichen Aspekt. In dem Fall geht es darum, dass die Nutzer sich über die Sendung austauschen, sich zum Beispiel über die Handlung unterhalten oder über die nächste Folge der Sendung, ohne aber eine wertende Haltung einzunehmen.

Verbesserungsvorschläge beinhaltet die Form von Kommentaren, in denen der Nutzer konkrete Vorschläge für die nächste Folge der Sendung angibt. Insofern handelt es sich hierbei um eine weiterführende Form der Kritik, denn anstatt bloß zu kritisieren, werden auch Möglichkeiten geliefert, dies in Zukunft besser zu machen. Für den Anbieter der Sendung können diese Formen von Kommentaren sehr nützlich sein, denn der Nutzer, also die Zielgruppe, erläutert schon, was einen größeren Reiz auslösen würde, die Sendung weiterzuverfolgen.

Alle Kommentare, die nicht in eine der vier genannten Kategorien hineinpassen, werden in die fünfte Kategorie einsortiert.

Am Ende soll die Untersuchung anhand von erfolgreichen Beispielen aufzeigen, auf welche Art und Weise Social TV eine neue Art des Fernsehens darstellen kann und welche Möglichkeiten für unterschiedliche Genres bestehen, um eine Sendung erfolgreich in diesem Markt zu etablieren.

Die neun ausgewählten Sendungen lauten wie folgt:

1. Berlin – Tag und Nacht (Unterhaltung)
2. Dein Sky Sport (Sport)
3. RTL Aktuell (Nachrichten)
4. Die Geißens- Eine schrecklich glamouröse Familie (Unterhaltung)
5. Grip – Das Motormagazin (Sport)
6. Galileo (Nachrichten)
7. Ran (Sport)
8. Circus Halligalli (Unterhaltung)
9. Tagesschau (Nachrichten)

Die Inhaltsanalyse wird deswegen als geeignetes Instrument für die Untersuchung angesehen, weil Social TV stark nutzerabhängig ist. Im Gegensatz zu Experteninterviews zum Beispiel lassen sich hierbei direkt die Erwartungen und Wünsche der Nutzer herausfiltern, die auch ihre Meinung zum Thema nennen. Insofern gibt sich bei der Inhaltsanalyse der Nutzerkommentare die Möglichkeit, Social TV aus Nutzersicht zu betrachten und in Erfahrung zu bringen, auf welche Weise dieses aus Sicht der Zielgruppe funktionieren sollte. Nachteil an der Inhaltsanalyse ist insofern auch die Tatsache, dass viele der geschriebenen Kommentare nicht in Zusammenhang mit der Sendung stehen, weil die Nutzer untereinander diskutieren und viele nicht konstruktive Beiträge von Nutzern, da Social TV, in dem Fall die Facebook-Seiten der einzelnen Sendungen, nicht speziell für Kritik entwickelt worden ist. Kritik und Anregungen sind nur ein kleiner Teil des Social TV.

#### 7.1.1. Berlin – Tag und Nacht



Die zufällige Auslosung ergab in der ersten Woche eine Analyse der Facebook-Seite der Sendung „Berlin – Tag und Nacht“. Aktuell (Stand: 29.05.2014) hat die Facebook-Seite dieser Sendung etwas über 3,2 Millionen Fans und ist somit die größte Facebook-Seite einer deutschen Fernsehsendung.

Berlin – Tag und Nacht veröffentlicht an jedem Tag mindestens zwei Posts, an manchen Tagen sogar wesentlich mehr, sodass die Fangemeinde stets auf dem aktuellen Stand über die Geschehnisse der TV-Serie gehalten wird. Dabei werden die Posts in Form von Kommentaren der Figuren der Serie dargestellt, die über ihr eigenes Leben berichten und den Zuschauer somit auch außerhalb der Serie informieren. Jede Aussage, die in der Alltagssprache der handelnden Personen verfasst ist, wird dabei entweder von einem Bild oder eine kurzen Video begleitet.

Bei der Analyse dieses Materials ist zunächst aufgefallen, dass manche der Posts deutlich mehr Kommentare von den Nutzern erhalten haben, als andere. Dies lässt sich mit den Anforderungen erklären, die an Social TV gestellt werden. In dem Fall von Berlin – Tag und Nacht bedeutet dies, dass Emotionen ausgelöst werden müssen, um eine große Resonanz zu erfahren. Ein Beispiel hierfür ist der Post von Marcel vom 28. Mai etwa um zwei Uhr nachts, in dem die Figur schreibt, dass sie nicht schlafen könne und nachfragt, wie es den Nutzern geht. Etwa vierzehn Stunden später hatte diese Aussage auf Facebook bereits 1300 Kommentare seitens der Nutzer ausgelöst, die sich angesprochen fühlten, weil es ihnen genauso erging. Dies lässt sich daran erkennen, dass viele der Nutzer ihr Mitleid mit Marcel bekundeten und ihm erzählten, dass sie an dem gleichen Problem litten. Somit sind es die Emotionen, die das Interesse der Zuschauer auslösen, um sich am Social TV zu beteiligen. Ein zweites Beispiel für den Erfolg von Emotionen in dem Kontext ist der Eintrag von Piet vom 23. Mai. Dort hat er ein Bild hochgeladen und vergleicht die Frau, die dort zu sehen ist, mit seiner ehemaligen Freundin. Am 28. Mai wurde der Eintrag über 1800 mal von den Nutzern kommentiert, die zu einem großen Teil sehr beleidigend und negativ gegenüber der Frau auf dem Foto wurden, weil diese überhaupt keine Ähnlichkeiten mit seiner Ex-Freundin aufweisen soll, die demnach viel besser aussieht als die Neue.

Indem hier eine neue Rolle mit einer den Fans der Serie bereits bekannten Rolle verglichen wurde, löste dies bei ihren Fans Zorn aus. Vielleicht, weil sie fürchten, dass die andere Rolle durch das Erscheinen der neuen Figur fortan an Bedeutung verlieren

könnte, versuchen die Nutzer auf diese Weise zu zeigen, wie sehr sie die alte Figur mochten.

Insofern gelang es diesen beiden Posts sehr viele Kommentare zu erzielen, indem auf eine bestimmte Weise die Emotionen der Zuschauer angesprochen wurden. Aber auch mit anderen Themen gelingt es der Serie, die Nutzer in Diskussionen zu verwickeln und somit ein Gespräch über die Sendung in die Wege zu leiten. Am 26. Mai schrieb die Figur Michelle, dass sie nach ihrer mündlichen Abitur-Prüfung feiern wollte und zeigte dabei ein Bild von sich und der Figur Hannah. Da Hannah bereits Mutter ist, regten sich sehr viele Nutzer über ihr Verhalten auf und stellten sie als „Rabenmutter“ dar, weil sie sich lieber um ihr Kind kümmern sollte.

Des Weiteren lässt sich erkennen, dass der Facebook-Auftritt der Sendung von der Art und Weise beeinflusst wird, in der die Sendung die Posts schreibt. Als Ole zum Beispiel am 28. Mai schrieb, dass Gino „dämlich“ sei, wurde Ole daraufhin von vielen Nutzern beleidigt und in einem weiteren Post, in dem Ole sich am 27. Mai über die unordentliche Lebensweise von Fabrizios Familie beklagte, beschwerten sich viele Nutzer über die klischeehafte Darstellung der Italiener in der Serie. Wenn man dies wiederum mit dem bereits erwähnten Post von Marcel in der Nacht vergleicht, so erfährt dieser wesentlich mehr Zustimmung von den Zuschauern. Insofern wird Facebook von der Serie auch dazu genutzt, die Charaktere der Serie auf ihre aus dem Fernsehen gewohnte Weise weiter darzustellen und die Geschichte der Serie im sozialen Netzwerk fortzusetzen.

Die Kommentare der Nutzer ermöglichen weiterhin, Schwachpunkte der Serie aufzudecken und dem Macher aufzuzeigen, welche Charaktere bei den Zuschauern beliebt sind und welche weniger beliebt oder welche Handlungsstränge sich für die Zukunft gewünscht werden.

Zum Beispiel beschwerten sich viele Nutzer über das Bild, das Marcel mitten in der Nacht hochgeladen hatte, weil er nicht schlafen konnte, weil dieses am Dienstag um 16.30 Uhr gemacht worden sei.

Andere Kritik vieler Nutzer bezog sich auf die falsche Aussprache Paulas von Marcells Namen. Manche der Nutzer waren sogar so genervt, dass sie damit drohten, die Sendung nicht länger sehen zu wollen, wenn sie seinen Namen weiterhin nicht richtig aussprechen wird. Zudem wurde teilweise kritisiert, dass ihnen viele der neuen Figuren unsympathisch seien. Dies kann jeweils den Machern der Sendung für die zukünftige

Planung eine Hilfestellung liefern, denn sie wissen, auf welche Weise sie das Interesse ihrer Zuschauer an der Sendung weiterhin erhalten. Immer wieder kam von vereinzelt Nutzern Kritik an der Sendung generell auf, was zu Diskussionen führte. Manche zeigten auch, dass ihnen die Funktion der Diskussionen mit den Fans große Freude bereite, was die Wichtigkeit des Social TV für die Sendung Berlin Tag und Nacht belegt.

### 7.1.2. Dein Sky Sport

Wie der Name bereits sagt, handelt es sich bei Sky Sport um einen Sportsender. „Im Fokus steht dabei der Live-Sport von unseren Sky-Kanälen. Ob Fußball, Formel 1 oder Golf - hier sind wir so nah am Geschehen wie niemand sonst, können Informationen liefern, Seitenblicke ermöglichen und Deine Meinung ins Fernsehen bringen.“ (Dein Sky Sport 2014) Am 31. Mai 2014 kam die Facebook Seite auf fast 400.000 Fans und gehört damit zu den beliebtesten Social-Media-Auftritten deutschsprachiger Sportsendungen. In unregelmäßigen Abständen werden Nachrichten bezüglich verschiedener Sportarten gepostet, wobei Fußball hier den größten Stellenwert einnimmt. Insgesamt kommt die Seite pro Tag auf mehrere Nachrichten, wobei die tatsächliche Anzahl abhängig ist von der aktuellen Nachrichtensituation. Neben Texten werden auch immer wieder Videos hochgeladen, von denen manche jedoch nur von Abonnenten sichtbar sind.

Hier ist dann auch schon die erste Auffälligkeit von Sky Sport bezüglich der Marketingstrategie des Facebook-Auftrittes ersichtlich, denn Sky Sport kommuniziert über das soziale Netzwerk mit seinen Nutzern. Über ein lizenztechnisch geschütztes und somit nur für die Kunden verfügbares Video vom 27. Mai beschwerten sich einige Nutzer, die diese Tatsache offenbar nicht nachvollziehen konnten. Daraufhin erklärte Sky Sport diesen Nutzern, dass sie selbst in dem Fall nur die Lizenznehmer und nicht die Lizenzhalter seien und somit keinen Einfluss auf die rechtliche Verfügbarkeit des Videos hätten. Daraufhin bedankte sich der Nutzer für die Aufklärung, was somit einen erfolgreichen Fall der Kommunikation zwischen dem Facebook-Auftritt und dessen Nutzern verdeutlicht.

Andere Kritik, die von Nutzern immer wieder bezüglich der vielen Werbung geäußert wurde, blieb jedoch unbeantwortet. Auch wenn manche der Nutzer sogar damit drohten, ihr Abonnement zu kündigen, was neben der Werbung auch daran lag, dass diese von Sky zumeist nur sehr preiswerte Receiver erhielten und somit Schwierigkeiten mit dem Empfang bekamen. Ein weiterer Post, in dem Jupp Heynckes sich zu der Personalstrategie vom deutschen Fußballbundestrainer Joachim Löw äußerte, vom 27. Mai hat unter manchen Nutzern starke Kritik ausgelöst, weil diese den Titel des Eintrages für übertrieben hielten. Sie schrieben, dass hier, anders als im Titel suggeriert wird, nicht richtig kritisiert wurde, und dass Sky mit der Überschrift übertrieben hätte. All diese Aspekte können Sky dazu dienen, die zukünftige Strategie zu überarbeiten, denn sie erfahren durch die Facebook-Kritik, was den Nutzern an dem Sender nicht gefällt und weshalb diese damit drohen, ihre Abonnements zu kündigen.

Auch Sky gelingt es, die Nutzer mit manchen Kommentaren in Diskussionen zu verwickeln. Dabei spielt es wieder eine große Rolle, Emotionen bei den Nutzern zu erwecken. Ein Post über das Weltmeisterschafts-Aus eines Fußballspielers vom 28. Mai löste zum Beispiel große Schadenfreude unter vielen Nutzern aus, weitere Emotionen löste eine Theorie aus, die auf der Facebook-Seite ebenfalls am 27. Mai hochgeladen wurde. Dort wurden mehrere Gemeinsamkeiten mit dem Jahr 1966 gefunden und die Frage gestellt, ob sich die Geschichte wiederholen würde. Zum einen fanden viele der Nutzer es spannend, dass es zwischen den beiden verglichenen Jahren so viele Gemeinsamkeiten gab, zum anderen diskutierten sie, wer in diesem Jahr tatsächlich Fußballweltmeister wird. Damit ist ein weiterer Aspekt gefunden, der in dem Fall immerhin zu über 1000 Kommentaren und damit zu einer sehr großen Aufmerksamkeit seitens der Nutzer führte. Themen, die die Menschen interessieren, und dazu gehört die Frage nach dem Fußballweltmeister, erzielen eine große Resonanz, denn zu solchen Fragen hat fast jeder, der sich für Sport interessiert, und die Nutzer der Sky Sport Facebook-Seite zählen zu dieser Gruppe, eine eigene Meinung.

### 7.1.3. RTL Aktuell

Bei RTL Aktuell handelt es sich um eine Nachrichtensendung. Die Facebook-Seite der Sendung hat über 500.000 Fans (Stand 02.06.2014) und es werden sehr regelmäßig

neue Nachrichten geschrieben, teilweise sogar eine pro Stunde. Bei den Themen handelt es sich um die gleichen, die auch in der Fernsehsendung gezeigt werden könnten, jedoch ist die Facebook-Seite wesentlich aktueller, da diese nicht an einen festen Sendetermin gebunden ist.

Aufgrund der nachrichtlichen Themen fiel bei der Inhaltsanalyse zunächst auf, dass die Diskussionen der Nutzer sich aufgrund der nachrichtlichen Themen in einem sachlicheren Rahmen bewegen, als bei Sendungen wie „Berlin – Tag und Nacht“. Die Nutzer wurden weniger persönlich, sondern diskutierten ihre Meinungen zu dem Thema, über das die Facebook-Seite schrieb.

Dabei gab es Themen, die mehr und manche Themen, die weniger Diskussionsstoff lieferten. So erzielte die Nachricht vom 28. Mai, dass es zukünftig mehr Geld für Pflegebedürftige geben soll, nur 80 Kommentare, wohingegen die Nachricht, dass eine Jugendliche sich an das Jugendamt gewendet hat, ebenfalls vom 28. Mai, mit über 500 Kommentaren deutlich mehr Diskussionspotenzial lieferte. Auch hier bestätigt sich wieder die Theorie, dass eine Nachricht die Emotionen ansprechen muss, um von der Nutzerseite aus Resonanz zu erzeugen.

Hierbei ist jedoch zu beachten, dass die persönliche Meinung der Nutzer auf diese Art nur schwer erreicht wird, weil über die sachlichen Themen zumeist nur sachliche Diskussionen ausgelöst werden. Um die Nutzer persönlich zu erreichen, müssen diese auch persönlich angesprochen werden. Dies tat RTL Aktuell mithilfe einer sogenannten Eilmeldung am 23. Mai, in der die Nachrichtensprecher in einem eigens erstellten Video mitteilten, dass die Facebook-Seite die 500.000 Fans erreicht habe. Aufgrund dieser persönlichen Worte kommentierten über 500 Nutzer den Beitrag, zumeist mit positivem Feedback. Im Allgemeinen gab es nur selten Kritik der Nutzer, die zum Beispiel das Niveau der RTL-Nachrichten bemängelten. Somit ist es für eine Nachrichtensendung deutlich schwieriger, mithilfe von sozialem Fernsehen Verbesserungsvorschläge der Nutzer zu erhalten, weil die Diskussionen deutlich sachlicher und weniger persönlich sind als bei Unterhaltungssendungen. Dennoch existiert auch die Möglichkeit, den Erfolg zu beeinflussen, denn es ist abhängig von den jeweiligen Themen, wie die Resonanz der Nutzer ausfällt. Es sollten vor allem Nachrichten gepostet werden, die den Zuschauer in einer Art interessieren und emotional ansprechen, damit er sich an den Diskussionen beteiligt.

#### 7.1.4. Die Geißens – Eine schreckliche glamouröse Familie

Bei „Die Geißens- Eine schrecklich glamouröse Familie“ handelt es sich um eine Doku-Soap über das Leben der Familie Geiß. Bei Facebook hat die Serie über eine Millionen Fans (Stand: 05. Juni 2014), die unregelmäßig, manchmal sogar nur jeden zweiten oder dritten Tag, über die Neuigkeiten in Bezug auf die Ereignisse im Leben der Familie Geiß informiert werden. Dabei werden neben informierenden Texten auch kurze Videos mit zum Beispiel Hinweisen auf die ausgestrahlten Folgen der Serie oder Gewinnspiele auf der Seite eingestellt.

Die Analyse der Facebook-Seite ergab zunächst, dass die Serie das Gefühl des Neids bei den Zuschauern auslöst. So zeigen die Geißens zum Beispiel ein Bild kurz bevor sie in den Urlaub fliegen, woraufhin viele der Nutzer antworten, dass sie ebenfalls gerne in den Urlaub fliegen würden. Damit passt der Inhalt auf Facebook zu dem Image der Serie, in der das Leben der reichen Familie dargestellt wird.

Die Zielgruppe der Facebook-Nutzer unterscheidet sich dabei generell von der von anderen Doku-Soaps wie dem bereits analysierten „Berlin – Tag und Nacht“. Kritik kommt nur vereinzelt auf, stattdessen sind die meisten Nutzer tatsächlich Fans der Sendung, die mitteilen, dass ihnen die Serie sehr gut gefällt und sie die Familie sympathisch finden. Viele behaupten sogar, dass der Montagabend ohne die Serie langweilig sei, und dass sie sich wünschen, die Serie noch lange weiter zu sehen. Dies alles spricht für das bisherige Konzept der Serie. Dennoch schreiben auch manche Nutzer, dass sie die Serie inzwischen langweilig fänden und auch der Lebensstil der Familie wird kritisiert: so wurde zu dem Eintrag von der Geburtstagsparty vom 26. Mai geschrieben, dass die Feier übertrieben sei und man das Geld besser hätte spenden können.

Besonders positiv bewertet wurde hingegen die Verlosung der Fanpakete vom 29. Mai. Weit über 1000 Kommentare erhielt dieser Eintrag innerhalb von wenigen Tagen, zumeist mit dem Interesse an der Verlosung und der Bemerkung, dass diese Idee sehr gut ankam. Bemängelt wurden dagegen die Verbindungsfehler auf der Webseite, sodass diese das nächste Mal scheinbar belastbarer sein sollte.

Generell wurde bei der Serie nur sehr selten auf die Stärken und Schwächen eingegangen, weil die Diskussionen sich eher auf den Lebensstil und die

Persönlichkeiten der Familie Geiß beliefen, ein Aspekt wurde dabei jedoch mehrfach genannt. Die passende Hintergrundmusik der Serie wurde erwähnt, auch wurde nach einem der Hintergrundlieder gefragt, was zumindest ein Interesse vermuten lässt. Dies hilft den Produzenten der Serie insofern, dass sie bei der Wahl der Musik für zukünftige Folgen ihrer bisherigen Linie treubleiben können. Kritisiert wurde hingegen die zu offensichtliche Werbung für die eigene Modelinie „Roberto Geißini“. Zum Beispiel wird in dem Eintrag vom vierten Juni explizit erwähnt, dass der Koffer auf dem Bild von dieser Marke stammt. Ein anderer Nutzer beschwert sich über die hohen Preise für T-Shirts von „Roberto Geißini“. Manche Kommentare beziehen sich positiv auf die Marke, erwähnen aber auch, dass es zu teuer für sie sei. Dennoch ist Facebook damit ein guter Marketingkanal für die eigene Modelinie, denn auf diese Weise sehen viele Nutzer die Stücke und äußern sich größtenteils auch sehr positiv, zum Beispiel wollen sie auch gerne einen Koffer, wie auf dem Bild vom vierten Juni zu sehen ist.

#### 7.1.5. GRIP – Das Motormagazin

„Seit 2007 bietet „GRIP - Das Motormagazin“ seinen Zuschauern sonntags um 18:00 Uhr bei RTL II kompetenten Motorjournalismus vereint mit Tests der Superlative. Mit viel Humor, einem hochwertigen Look und außergewöhnlichen Themen verbindet „GRIP - Das Motormagazin“ Unterhaltung rund um die Motorwelt mit Service für den Verbraucher.“ (RTL2.de 2014b) Das Motormagazin besitzt inzwischen über 700.000 Facebook Fans (Stand: 09.06.2014) und gehört damit zu den erfolgreichsten Sportsendungen im deutschen Fernsehen. Dabei werden diese direkt und persönlich angesprochen. Besonders die Interaktivität der Sendung steht dabei im sozialen Netzwerk im Vordergrund.

Das Magazin bemüht sich darum, seine Fans im Social TV zu aktivieren. Zum einen lassen sie diese auf Facebook abstimmen, welchem Wagen als nächstes ein Test unterzogen werden soll, so geschehen am ersten Juni, an dem ein Ergebnis mitgeteilt wurde. Dabei bedankte die Sendung sich für die vielen Vorschläge und entschuldigte sich gleichzeitig dafür, dass nicht jeder Wunsch berücksichtigt werden konnte. Diese Miteinbeziehung kommt auch bei den Nutzern gut an, denn immer wieder werden Vorschläge unterbreitet, welches Auto von der Sendung als nächstes getestet werden

soll. Auch die fast 500 Nutzerreaktionen bezüglich eines Vergleichs dreier Sportwagen vom 27. Mai zeigen große Resonanz auf die Interaktivität der Sendung. Es ging darum, unter den drei Sportwagen seinen Favoriten zu nennen, womit das Bedürfnis der Nutzer, seine eigene Meinung zu präsentieren, angeregt wurde.

Dabei unterschieden sich die Social TV-Nutzer der Sendung „GRIP – Das Motormagazin“ von anderen Sendungen, indem sie sich generell von Autos begeistern lassen. Zum Beispiel führte der Eintrag vom ersten Mai, in dem das Magazin mitteilt, dass ein neuer Mercedes getestet wird, zu Diskussionen der Nutzer, ob die Marke BMW oder Mercedes der anderen überlegen sei. Auffällig ist, dass viele Posts von Nutzern von anderen Nutzern beantwortet wurden; wenn zum Beispiel eine Frage aufkam, so wurde diese von anderen beantwortet, aber auch die Diskussionen kamen auf diese Weise zustande. Somit gelingt es der Sendung, Themen anzusprechen, für die sich deren Nutzer interessieren und ein Mitteilungsbedürfnis haben.

Daneben kündigt die Sendung auf der Facebook-Seite ihre nächsten Sendezeiten an und gibt auch schon eine kurze Vorschau, um die Neugierde der Nutzer zu wecken. So wurde am 31. Mai mitgeteilt, dass in der Sendung am nächsten Tag der neue BMW getestet werden soll. Dies führte zu über 600 Kommentaren, die sich größtenteils auf die folgende Sendung freuten und erklärten, unbedingt einschalten zu müssen. Auf diese Weise gelang es der Sendung somit scheinbar, die Vorfreude der Nutzer zu steigern und ein Interesse entstehen zu lassen.

Kritisiert wurde von den Nutzern nur sehr wenig an der Sendung. Manche fragten nach, weshalb die Videos nur mit einer Qualität von 360p hergestellt würden und nicht 480p oder 720p. Beim Test vom 02. Juni hätten sich einige lieber einen Rundenrekord gesehen anstelle von Drifts. Ebenfalls kam die Meinung auf, dass die getesteten Autos zu teuer seien und für Normalverdiener nicht erschwinglich, weshalb auch einmal wieder preiswertere Alternativen vorgestellt werden sollten. Ansonsten erhielt die Sendung sehr viel positives Feedback von Nutzern, die sich bereits auf die nächste Sendung freuten.

#### 7.1.6. Galileo



Das Wissensmagazin Galileo wird auf seiner offiziellen Facebook-Seite von über 1,9 Millionen Personen gemocht (vgl. Galileo 2014) und ist in seiner Sparte die erfolgreichste Sendung in den sozialen Medien im deutschen Fernsehen. Dabei präsentiert Galileo neben informativen und unterhaltsamen Texten und Bildern und Videos auch immer wieder Hinweise auf den Inhalt der folgenden Sendung, um das Interesse der Menschen am TV-Programm zu entfachen. Ein Beispiel ist hier der Beitrag vom dritten Juni, in dem angekündigt wird, dass der Reporter am Abend in einem Fastfood-Restaurant zu sehen sein wird. Dabei wird jedoch nicht nur auf das eigene Programm hingewiesen, sondern es wird auch für Kollegen geworben, zum Beispiel wurde am zweiten Juni ein Post mit einer Umfrage erstellt, welche Version des Stefan Raab Weltmeisterschaftsliedes den Nutzern am besten gefalle. Durch diese Zusammenarbeit des Senders untereinander kann es gelingen, die Fans von der einen Sendung auch für andere Sendungen zu interessieren.

Dabei ist Galileo die Interaktion mit den Fans besonders wichtig. Zum Beispiel haben sich die Reporter, wie am zweiten Juni Harro Füllgrabe, die Zeit genommen, den Nutzern auf Facebook ihre Fragen zu beantworten. Dies wurde in dem Fall auch sehr gut genutzt und hat auf Facebook zu über 2.000 Kommentaren geführt, was deutlich über dem Beteiligungsgrad an den anderen Posts der Sendung lag. Diese Nutzung des Facebook-Auftrittes führte zu so vielen Kommentaren, dass der Reporter nicht in der Lage war, diese alle zu beantworten, was wiederum zu einigen enttäuschten Kommentaren führte, die auf ihre Fragen auch gerne eine Antwort gehabt hätten. Aber sie involvieren ihre Nutzer auch auf andere Art und Weise, so riefen sie ihre Nutzer zum Beispiel am 29. Mai auf, die Gedanken zum Thema „30 Sekunden“ zu nennen. Über 260 Kommentare mit teilweise sehr kreativen Meinungen zu dem Thema wurden verfasst. Somit zeigt sich, dass Galileo möchte, dass die Nutzer auf Facebook Spaß haben und kreativ sein können.

Aber Galileo gelingt es mit seinen Beiträgen auch, sachliche Diskussionen unter den Nutzern auszulösen. Der Beitrag vom dritten Juni führte zum Beispiel zu einer Unterhaltung untereinander über die Arbeitsbedingungen bei McDonalds, was insgesamt über 100 Kommentare einbrachte.

Insgesamt wurde nur sehr wenig Kritik, sowohl im positiven als auch im negativen Sinn, über Galileo verfasst, denn bei den Diskussionen verlief es hauptsächlich sachlich oder es wurden kreative Antworten zu dem vorgegebenen Thema verfasst.

Damit zeigt sich auch die Marketingstrategie auf der Galileo Facebook-Seite. Es geht darum, die Nutzer zu involvieren, sie werden direkt dazu aufgefordert, ihre Meinung zu verschiedenen Themen zu äußern und somit länger auf der Seite zu verweilen und sich mit Galileo zu identifizieren. Dies funktionierte besonders dann sehr gut, wenn Galileo, wie bei den Fragen an die Reporter, geantwortet hat. Somit lässt sich an Galileo erkennen, dass eine Interaktion mit den Nutzern hilfreich ist, wenn eine Sendung Social-TV als Marketingplattform verwenden möchte.

#### 7.1.7. Ran

Die Sendung „Ran“ beschäftigt sich mit Fußball und erreicht über 260.000 Fans auf Facebook (vgl. Ran 2014). Die Themen behandeln hier somit hauptsächlich Fußball, wobei zeitweise stündlich neue Nachrichten verfasst werden. Dabei reichen diese von der Liveberichterstattung zur Fußballweltmeisterschaft, zum Beispiel Posts zur Halbzeitpause von dem Spiel Deutschland gegen Portugal, aber auch Nachrichten zum nationalen und internationalen Fußball. Doch nicht nur Fußball gehört zu den Themen, auch über andere Sportarten wird geschrieben. Die Benachrichtigung zum Sieg von Martin Kaymer bei den US Open am 15. Juni ist hierbei zu erwähnen. Auffällig ist dabei, dass die Ankündigungen auf der Facebook-Seite fast immer Verlinkungen zu der Homepage von „Ran“ herstellen. Somit dient Facebook für „Ran“, um das Interesse des Nutzers an der Homepage zu wecken, auf der längere Texte oder Bilderstreifen zu lesen, beziehungsweise zu betrachten sind.

Dabei stellt sich jetzt die Frage, auf welche Art die Sendung die Nutzer davon überzeugt, auf die Facebook-Seite zu gelangen, um von da aus die Verlinkungen auf die Homepage zu nutzen. Entscheidender Faktor sind dabei die Themen, die besonders dann zu Diskussionen der Nutzer untereinander führen, wenn das Interesse der Nutzer geweckt wird.

Für viele Diskussionen sorgte die Nachricht vom 18. Juni, dass die spanische Fußballnationalmannschaft bei der Weltmeisterschaft ausgeschieden war. Insgesamt 185 Kommentare wurden erzeugt. Die Nachricht rief unter vielen Nutzern die emotionale Komponente der Schadenfreude und Häme hervor, während andere in dem Zusammenhang ihre Meinung über die deutsche Nationalmannschaft kundtaten oder

glaubten, dass Spanien schon bald zurückkäme. Insofern eignete sich diese Nachricht für die Nutzer gut, um sich selbst mitzuteilen, was zuvor bereits als ein wichtiger Aspekt für den Erfolg von Social TV erkannt wurde.

Ein weiterer Beitrag, der zu vergleichsweise großer Reichweite und Nutzerdiskussionen führte, befasste sich mit einem Spieler und einer Spekulation der TV-Sendung, weshalb dieser sich krankgemeldet habe, vom 18. Juni. Die Fragestellung und die Spekulation regen den Nutzer zur Diskussion an; und genau dieses Bild ergab die Analyse. Die Nutzer diskutierten ihre verschiedenen Meinungen, weshalb der Inhalt des Posts das Interesse der Nutzer geweckt hat. Die Nutzer wurden dazu aufgefordert, ihre eigene Meinung mitzuteilen.

Dennoch lässt sich auch festhalten, dass die Sendung „Ran“ im Vergleich zu den anderen untersuchten Sendungen sehr wenige Kommentare erzeugt hat. Die sieben untersuchten Posts erzielten zusammen nur 600 Kommentare, wodurch sich die Tendenz zeigt, dass weniger Kommentare als bei den anderen untersuchten Sendungen geschrieben wurden. Es wurden aufgrund der nicht vorhandenen Zeit nicht alle Posts untersucht, weshalb dieses Bild nicht repräsentativ ist, aber der Trend ist dennoch vorhanden. Die Links zu externen Seiten wie der Homepage sind hier für die deutlich niedrigere Aktivität der Nutzer als Erklärung heranzuziehen. In früheren Untersuchungen, die zu dem gleichen Erkenntnis kamen, wurde vermutet, dass der Nutzer mithilfe der Links die Seite verlässt und nicht wieder zurückkehrt (vgl. Flath 2012 nach Graf 2012). Insofern erweist sich die Strategie, mithilfe von Facebook auf die Homepage der Sendung zu verlinken, zumindest nicht als Erfolgsfaktor, um die Aktivität im Social TV zu erhöhen, sondern hindert die Menschen eher daran, miteinander über das TV zu diskutieren.

#### 7.1.8. Circus Halligalli

Circus Halligalli ist eine Unterhaltungsshow, die auf dem Privatsender Pro7 ausgestrahlt wird. Mit über 1,4 Millionen Fans auf Facebook gehört die Sendung zu den erfolgreichsten Formaten im deutschen Fernsehen. Auch Circus Halligalli postet in unregelmäßigen Abständen, aber zumindest täglich und meistens sogar mehrmals am Tag neue Beiträge. Diese werden dabei in einer ironischen und nicht ernst zu

nehmenden Weise verfasst, aber den Stil der Sendung widerspiegeln, was schon das Motto der Show zeigt: „Die zweitbeste Sendung der Welt“ (vgl. Circus Halligalli 2014). Auffällig bei der Analyse ist die Vermischung von Fernsehen und Social Media, die bei der Sendung Circus Halligalli sehr gut gelingt. Die Witze aus der Sendung werden von den Fans auf Facebook immer wieder aufgenommen und zahlreich kommentiert. So wurde der Witz „Von Jokos Geld gezahlt“, der innerhalb der Sendung entstanden ist, unter anderem unter dem Post vom 17. Juni, der sich mit dem Fußballspiel Deutschland gegen Portugal beschäftigt, aufgegriffen. Bereits am 11. Juni griff Circus Halligalli den Witz in einem eigenen Post auf und zeigte ein Bild mit genau dieser Aufschrift. Die Kommentare fielen daraufhin positiv aus und manche Nutzer nannten den Satz „legendär“ oder „den besten Satz“. Die Sendung hat durch Social TV also zum einen ein Feedback der Nutzer erhalten, dass die Witze der Sendung bei einem großen Teil des Publikums scheinbar sehr gut ankommen, denn anderenfalls würden nicht immer wieder Nutzer diesen Satz rezitieren. Andererseits gelang es der Show, eine Art Trend unter den Nutzern auszulösen und diese zu animieren, die Witze der Sendung mithilfe von Kommentaren im sozialen Medium zu verbreiten. Insofern funktioniert hier das Zusammenspiel von TV und Social Media, denn Social Media verbreitet die Inhalte der Sendung unter den Nutzern des Internets und sorgt somit für gesteigerte Aufmerksamkeit.

Der Versuch, Werbung für die 7TV App innerhalb der Posts zu integrieren (vom 13. Juni 2014), erwies sich aus Nutzersicht hingegen als Fehler. Mit nur 7 Kommentaren fand der Eintrag kaum Beachtung und die Nutzermeinungen fielen einstimmig negativ aus. Zum Beispiel erhielt ein Kommentar, der die Sendung dazu aufforderte, in Zukunft keine Werbung mehr in die Beiträge zu integrieren, 14 Gefällt-Mir Klicks, also eine große Zustimmung unter den anderen Nutzern. Kritisiert wurde ebenso der Versuch, die Sommerpause mit Geschichten alter Folgen zu füllen

Als positiv hingegen erwies sich das Interesse der Nutzer an verschiedenen Sendungen oder Aspekten der Show. So wurde von den Nutzern mehrfach nach einer neuen Folge von „Das Duell um die Welt“, einer anderen Sendung der beiden Moderatoren von Circus Halligalli, gefragt, was zumindest auf ein vorhandenes Interesse hindeutet. Auch die Referenzen zu der Serie „Die Dinos“ vom 13. Juni wurden positiv aufgenommen, wobei einige Nutzer schrieben, dass sie jetzt Lust hätten, sich diese Serie noch einmal anzusehen.

### 7.1.9. Tagesschau

Die Tagesschau ist eine Nachrichtensendung und laut eigenen Angaben die erfolgreichste Nachrichtensendung Deutschlands (vgl. Tagesschau 2014). Auch im Social TV liegt die Tagesschau in der Beliebtheit der Fans mit über 280.000 sehr weit vorne. Dabei postet die Sendung mehrfach am Tag, zeitweise sogar stündlich, Nachrichten aus der gesamten Welt zu den aktuellen Geschehnissen wie Politik, Wirtschaft, Gesellschaft, aber auch Sport.

Die Diskussionen der Nutzer fallen dabei deutlich sachlicher und stärker auf den Inhalt der Nachrichten bezogen aus als bei manchen anderen Sendungen; nicht die Tagesschau an sich ist das Thema der Nutzer, sondern die Nachrichten, die verbreitet werden. Ein analysiertes Beispiel hierfür ist ein Beitrag vom 15. Juni, der sich inhaltlich mit dem Krieg zwischen dem Irak und den Kurden gegen die ISIS auseinandersetzt. Hier diskutierten die Nutzer über den Islam und über die Schuldigen dieses Krieges.

Insofern ist ein Kriterium für die Tagesschau zur erfolgreichen Nutzung von Social TV, dass das Interesse seiner Nutzerschaft an den Themen geweckt wird. Dieser Versuch spiegelt sich auch in der häufigen Berichterstattung über Fußball wieder. Gerade während der Weltmeisterschaft berichtet auch die Seite der Tagesschau sehr ausführlich über Fußball, da dieser innerhalb der Nutzer große Emotionen auslöst. Zum Beispiel wurde am 13. Juni, also zu Beginn der Weltmeisterschaft, über Franz Beckenbauer und die FIFA berichtet. Dieses Thema erzielte aufgrund der hohen Emotionalität und dem Interesse an Fußball über 200 Kommentare von Nutzern und damit mehr als die anderen analysierten Posts. Auch hier wurde wieder inhaltlich über die FIFA diskutiert. Jedoch ist bei den Facebook-Nutzern der Tagesschau auffällig, dass das Interesse an Ereignissen wie Fußball geringer ist als bei anderen Sendungen. Vielmehr scheint hier der Skandal Auslöser der großen Diskussionen zu sein. Ein weiterer Beitrag vom 14. Juni, der eine Umfrage beinhaltete, ob die Mannschaft von Spanien die Vorrunde überstehen würde, erhielt weitaus weniger Resonanz. Nur 15 Kommentare von Nutzern, die größtenteils negativ ausfielen, weil man demzufolge über wichtigere Ereignisse berichten könnte, waren die Folge. Dies zeigt die unterschiedlichen Interessen der

Nutzer von verschiedenen Sendungen, die es für eine erfolgreiche Social TV-Strategie zu bedenken gilt.

## 7.2. Zusammenfassung

Auffällig bei allen untersuchten Sendungen war die Tatsache, dass auf Facebook besonders die Interaktion zwischen den einzelnen Folgen einer Sendung den Großteil des Social TV ausmacht. Somit werden auf diese Weise die Zuschauer nicht nur während der Sendung, sondern auch davor oder danach an das Programm gebunden und das Interesse der Nutzer bereits vor Ausstrahlung der nächsten Sendung geweckt. Viele der untersuchten Sendungen nutzten diese Möglichkeit auch aus und wiesen auf die nächste Folge hin, indem zum Beispiel Ankündigungen gemacht wurden, was den Zuschauer in der Sendung erwarten würde.

Dabei unterscheidet sich die Art, auf die Social TV von den verschiedenen Sendungen genutzt wird, erheblich. Während die Beteiligung der Nutzer bei einigen Sendungen, in dem Fall „RTL Aktuell“ oder die „Tagesschau“, besonders vom Inhalt der verfassten Beiträge abhängig war und sich die Diskussion der Nutzer somit speziell auf den von der Sendung verbreiteten Inhalt konzentrierte, diskutierten diese auf der Seite von „Berlin – Tag und Nacht“ stärker über die Sendung an sich. Dabei ließ sich die Kritik auch leichter herausfiltern, weil die Nutzer sich zum Beispiel über bestimmte Figuren in positiver oder negativer Hinsicht verstärkter äußerten oder Wünsche für die Zukunft der Serie nannten. Diese Form der Kritik ließ sich zwar auch bei anderen Sendungen wiederfinden, jedoch trat sie hier weniger verstärkter auf als bei den Unterhaltungssendungen.

Eine Strategie, um im Social TV hohe Nutzungszahlen zu erhalten, bestand darin, den Nutzer direkt in den Inhalt mit einzubeziehen. Dabei existieren verschiedene Wege, die besonders von „Galileo“ genutzt wurden. So wurde der Nutzer hierbei direkt aufgefordert, seine Meinung zu einem bestimmten Thema zu nennen. Somit zeigt die Sendung, dass der Nutzer einen hohen Stellenwert genießt. Noch deutlich größer wurde die Beteiligung, indem „Galileo“ einen Facebook-Chat mit den Moderatoren organisierte, die den Nutzern in einer bestimmten Zeit Fragen beantworteten. Hiermit

wurden über 2000 Kommentare erzielt, was einem Vielfachen der wenigen Hundert Kommentaren entspricht, die „Galileo“ gewöhnlich verbucht.

Generell lässt sich erkennen, dass manche Sendungen wesentlich erfolgreicher im Social TV abschneiden als andere. Wie zuvor bereits erwähnt, eignen sich bestimmte Formate besonders gut zum Diskutieren; und dies gilt insbesondere für Sendungen wie „Berlin – Tag und Nacht“. Die Sendung wird im Internet fortgeführt, wenn keine Episode läuft, aber die Fans der Serie möchten weiterhin diskutieren und sich mit anderen Nutzern über die Figuren austauschen. Und der Sendung gelingt es auch, Emotionen auszulösen, die daraufhin zum Kommentieren eines Posts leiten. Als Piet seine scheinbar neue Geliebte Nicole mit JJ vergleicht, werden über 1800 Kommentare erzielt. Viele Nutzer sind enttäuscht und wütend, weil ihnen die Figur JJ sympathischer war. Somit lassen sich Emotionen sehr erfolgreich einsetzen, um die Nutzer zu Diskussionen untereinander zu verleiten und die Nutzung von Social TV voranzutreiben.

Ein weiteres Kriterium für den Erfolg von Social TV ist die Aktualität eines Themas oder eines Beitrages. Auffällig ist die Häufigkeit des Themas Fußball in der Zeit der Fußballweltmeisterschaft. Nicht nur die analysierten Sportsendungen wie „Dein Sky Sport“ und „Ran“ nutzten die Popularität, um Aktivität im Social TV zu erhalten, sondern auch die „Tagesschau“ oder sogar „Galileo“. Dabei ist der Erfolg eines Themas aber auch immer abhängig von der Nutzerschaft. Im Vergleich zu „Ran“ zum Beispiel, dessen Nutzer sich kaum für andere Sportarten interessieren und Beiträge darüber nur sehr vereinzelt kommentieren, reagierten manche Nutzer der „Tagesschau“ teilweise sogar etwas irritiert über die regelmäßigen Befragungen zum Thema Fußball auf der Facebook-Seite, weil es ihrer Meinung nach bedeutendere Themen gibt, über die die „Tagesschau“ berichten sollte.

## 8. Fazit

Social TV lässt sich auf verschiedene Arten verwenden. Dabei hängt es auch stark vom Inhalt der Sendung ab, auf welche Weise soziales Fernsehen angeboten werden muss. Für alle Arten gilt jedoch, dass das Interesse des Nutzers ausgelöst werden muss, damit dieser sich an den Diskussionen beteiligt, oder aber die anderen angebotenen

Funktionen verwendet. Dies gelingt dadurch, dass im Nutzer Emotionen ausgelöst werden, wobei jedoch von der Art der Nutzer abhängt, auf welche Weise diese von Social TV angesprochen werden. Jeder der sogenannten limbischen Typen wird auf andere Weise dazu angeregt, eine Sendung zu verfolgen. Insofern müssen die Macher ihre Zuschauer genau kennen, um die Social TV Strategie an ihre Zielgruppe anpassen zu können.

Der sogenannte Twitter-Effekt erklärt dabei, auf welche Art Social TV in der Lage ist, solange eine erfolgreiche Social-Media Strategie angewendet wird, höhere Quoten zu erzielen. Dabei unterscheidet sich die Art, wie genügend Nutzer erreicht werden können, erheblich. Besonders für Reality-Sendungen ist dieses Format dabei geeignet, um an Reichweite zu gewinnen, weil Reality-Sendungen wie „Berlin – Tag und Nacht“ große Emotionen innerhalb des Zuschauers auslösen und somit besonders motivieren, sich mit dem Angebot zu befassen. Dies zeigt auch der Erfolg ebenjener Sendung durch Social TV, der die Einschaltquoten innerhalb von kurzer Zeit deutlich ansteigen ließ. Neben Sportsendungen, die von der Aktualität profitieren, können aber auch andere Sendungen, sofern deren Social TV Strategie erfolgreich ist, von dieser Entwicklung profitieren. „Circus Halligalli“ und „Galileo“ sind dabei zwei Beispiele, die eine erfolgreiche Strategie anwenden. Die direkte und persönliche Kommunikation mit den Nutzern führte dazu, dass jeweils weit über eine Millionen Nutzer die Social TV Auftritt dieser Sendungen verfolgen. Dabei gelingt es den erfolgreichen Sendungen, die Art von Inhalt und Kommunikation anzubieten, nach der die Zuschauer der TV-Sendung verlangen und somit eignet sich Social TV als erfolgreiche Ergänzung von Fernsehen. Da dieses Angebot jedoch neu ist, ist damit zu rechnen, dass in der Zukunft die Sendungen immer besser von den Wünschen der Zuschauer lernen und ihren Inhalt noch besser an die Anforderungen anpassen, damit der Effekt von Social TV sich noch weiter auswirken kann.



## Literaturverzeichnis

ARD/ZDF-Onlinestudie 2013

ARD/ZDF Onlinestudie (Hrsg.): URL: <http://www.ard-zdf-onlinestudie.de/index.php?id=439>

Anywab

Anywab (Hrsg.): Second Screen Zero: Die Macht des zweiten Bildschirms URL: <http://anywab.com/second-screen/die-studie/>

Bonfadelli, Friemel 2011

Bonfadelli, Heinz; Friemel, Thomas N.: Medienwirkungsforschung; 4. Aufl., UVK Verlagsgesellschaft, Konstanz, 2011

Breunig, Hofsummer, Schröter 2014

Breunig, Christian; Hofsummer, Karl-Heinz; Schröter, Christian: Funktionen und Stellenwert der Medien – das Internet im Kontext von TV, Radio und Zeitung In: Media Perspektiven 3 (2014), Online verfügbar unter: [http://www.media-perspektiven.de/uploads/tx\\_mppublications/03-2014\\_Breunig\\_Hofsuemmer\\_Schroeter.pdf](http://www.media-perspektiven.de/uploads/tx_mppublications/03-2014_Breunig_Hofsuemmer_Schroeter.pdf)

Buschow [u. a.] 2013

BUSCHOW, Christopher; CARSTENSEN, Lisa; HEUER, Martin; SCHNEIDER, Beate; SCHOFT, Anika: Social TV in Deutschland: Rettet soziale Interaktion das lineare Fernsehen? In: MedienWirtschaft 10 (2013), Nr. 1 Online verfügbar unter: [http://www.researchgate.net/publication/256089792\\_Social\\_TV\\_in\\_Deutschland\\_Rettet\\_soziale\\_Interaktion\\_das\\_lineare\\_Fernsehen\\_Social\\_TV\\_in\\_Germany\\_-\\_Is\\_linear\\_television\\_saved\\_by\\_social\\_interaction/file/60b7d521a1cbab8696.pdf](http://www.researchgate.net/publication/256089792_Social_TV_in_Deutschland_Rettet_soziale_Interaktion_das_lineare_Fernsehen_Social_TV_in_Germany_-_Is_linear_television_saved_by_social_interaction/file/60b7d521a1cbab8696.pdf) .

Abruf: 2014-05-08

Circus Halligalli 2014

Circus Halligalli (Hrsg.): Facebook URL: <https://de-de.facebook.com/CircusHalliGalli>

Abruf: 26.06.2014

Dein Sky Sport 2014

Dein Sky Sport (Hrsg.): Facebook URL: <https://www.facebook.com/DeinSkySport/info>

Abruf: 31.05.2014

Ducheneaut [u. a.] 2008

Ducheneaut, Nicolas (u.a.): Social TV: Designing for Distributed Sociable Television Viewing. In: International Journal of Human-Computer Interaction. 24 (2008) S. 136-154

Dugan 2010

Dugan, Lauren: „Study: There is no Twitter „Twitter Effect“ Happening in Hollywood“ In: Social Times, 2010 URL: [http://socialtimes.com/study-there-is-no-twitter-effect-happening-in-hollywood\\_b23714](http://socialtimes.com/study-there-is-no-twitter-effect-happening-in-hollywood_b23714)

Flath 2012

Flath, Herbert: Facebook: Mehr Interaktion durch Emoticons? In: Blog des Instituts für Public Relations .Dresden .Ilmenau, 19. November 2012 URL: <http://wordpress.p130864.webspaceconfig.de/?p=1126> Abruf: 24.06.2014

Galileo 2014

Galileo (Hrsg.): Facebook URL: <https://de-de.facebook.com/Galileo> Abruf: 15.06.2014

Gesenhues 2013

Gesenhues, Amy: Study: Nielsen Research Proves Twitter Impact on TV Ratings is a 2-Way Street. In: Marketing Land, Aug 6, 2013 URL: <http://marketingland.com/study-nielsen-research-proves-twitter-influence-on-tv-ratings-is-a-2-way-street-54756>

Goldmedia 2012

Goldmedia Pressemitteilung (Hrsg.): Social TV: Per Second Screen wird gerne diskutiert und gelästert. 2012 URL: [http://www.goldmedia.com/uploads/media/121023\\_Pressemeldung\\_Social\\_TV\\_Monitor\\_2012\\_Plattformen\\_Goldmedia.pdf](http://www.goldmedia.com/uploads/media/121023_Pressemeldung_Social_TV_Monitor_2012_Plattformen_Goldmedia.pdf)

Graf 2012

Graf, M.: Social Media in der externen Unternehmenskommunikation dargestellt am Beispiel der Modebranche. Unveröffentlichte Magisterarbeit am Institut für Germanistik der TU Dresden, 2012

Häusel 2010

Häusel, Hans-Georg: Das Empfehlungsverhalten der Limbic-Types In: Schüller, Anne; Schwarz, Torsten (Hrsg.): Leitfaden WOM Marketing: Die neue Empfehlungsgesellschaft: Online & offline neue Kunden gewinnen durch Social Media Marketing, Viral Marketing, Advocating und Buzz. Waghäusel: Marketing-Börse GmbH, 2010, S. 54 - 61

Hennig-Thurau, Wiertz, Feldhaus 2012

Hennig-Thurau, Thorsten; Wiertz, Caroline; Feldhaus, Fabian: Exploring the „Twitter Effect.“ An Investigation of the Impact of Microblogging Word of Mouth on Consumers' Early Adoption of New Products. Department of Marketing & Media Research, Münster/Germany, Working Paper, March 5, 2012

Horizont 2014

Horizont (Hrsg): Parallelnutzung ist Fluch und Segen zugleich In: HORIZONT - Marketing, Werbung und Medien, 9/2014 URL: [http://www.wiso-net.de/webcgi?START=A60&DOKV\\_DB=ZECO&DOKV\\_NO=HOR20140227101122&DOKV\\_HS=0&PP=1](http://www.wiso-net.de/webcgi?START=A60&DOKV_DB=ZECO&DOKV_NO=HOR20140227101122&DOKV_HS=0&PP=1), Abruf: 20.07.2014

Kerkau 2014

Kerkau, Dr. Florian: Phänomen Social TV: Hype oder Revolution des Fernsehens? LfM Fachtagung In: Lfm-nrw.de, 2014 URL: [http://www.lfm-nrw.de/fileadmin/lfm-nrw/Medienkompetenz/Veranstaltungen/KbiM14/GOLDMEDIA\\_Social\\_TV\\_LfM\\_Tagung.pdf](http://www.lfm-nrw.de/fileadmin/lfm-nrw/Medienkompetenz/Veranstaltungen/KbiM14/GOLDMEDIA_Social_TV_LfM_Tagung.pdf)

Körner 2010

Körner, Alexander: Ein roter Faden im Begriffsdschungel. In: Leitfaden WOM Marketing: Die neue Empfehlungsgesellschaft: Online & offline neue Kunden gewinnen durch Social Media Marketing, Viral Marketing, Advocating und Buzz. Waghäusel: Marketing-Börse GmbH, 2010, S. 22-26

Kuhlmann 2008

Kuhlmann, Christoph: Nebenbeimedium: Die künftige Rolle des Fernsehens? In: Kaumanns, Ralf; Siegenheim, Veit; Sjurts, Insa (Hrsg.): Auslaufmodell Fernsehen? Perspektiven des TV in der digitalen Medienwelt. Düsseldorf, Hamburg: Gabler, 2008, S. 97 – 112

Kurp 2014

Kurp, Dr. Matthias: Immer und überall: „Mediennutzung to go“, 2014 URL: [http://www.lfm-nrw.de/fileadmin/lfm-nrw/Medienkompetenz/Veranstaltungen/KbiM14/Fachtagung\\_LfM\\_010414\\_neu\\_01.pdf](http://www.lfm-nrw.de/fileadmin/lfm-nrw/Medienkompetenz/Veranstaltungen/KbiM14/Fachtagung_LfM_010414_neu_01.pdf)

Lang 2010

Lang, Brent: „Study: The Twitter Effect Does not Exist“ In: The Wrap, 2010 URL: <http://www.thewrap.com/?p=+21035>

Lipinski 2014

Lipinski, Klaus: Social TV In: IT Wissen: Das große Online-Lexikon für Informationstechnologie, 2014 URL: <http://www.itwissen.info/definition/lexikon/Social-TV-social-TV.html>

Mayring 2010

Mayring, Philipp: Qualitative Inhaltsanalyse: Grundlagen und Techniken, 11., aktual. Und überarbeitete Aufl., Beltz 2010

Neef, Schroll, Hirsch

Neef, Andreas; Schroll, Willi; Hirsch, Dr. Sven: TV 2020: Die Zukunft des Fernsehens: Eine Trendstudie von Z\_Punkt In: Z\_punkt URL: <http://www.z->

[punkt.de/fileadmin/be\\_user/D\\_Publikationen/D\\_Zukunftsreports/TV-2020 Die Zukunft des Fernsehens Report.pdf](http://punkt.de/fileadmin/be_user/D_Publikationen/D_Zukunftsreports/TV-2020_Die_Zukunft_des_Fernsehens_Report.pdf)

Ottenhues 2012

Ottenhues, Rabea: „Berlin – Tag und Nacht“ und der Aufstieg des Social TV In: ZDF Blog Hyperland, 2012 URL: <http://blog.zdf.de/hyperland/2012/08/berlin-tag-amp-nacht-und-der-aufstieg-des-social-tv/>

Ran 2014

Ran (Hrsg.): Facebook: URL: <https://de-de.facebook.com/ransport> Abruf: 22.06.2014

Rentz 2012

Rentz, Ingo: Die soziale Seite des Fernsehens; Social TV: Mit der Verknüpfung von Social Media und Fernsehen wollen TV-Sender vor allem junge Zuschauer stärker an sich binden In: Horizont, Oktober 2012

RTL 2012

RTL (Hrsg.): RTL INSIDE Erklärung, 2012 URL <http://www.rtl.de/cms/sendungen/rtl-inside-erklaerung.html>

RTL2.de 2014a

RTL2.de (Hrsg.): Inhalt Berlin: Tag & Nacht URL: <http://www.rtl2.de/sendung/berlin-tag-und-nacht/inhalt> Stand: 30.04.2014

RTL2.de 2014b

RTL2.de (Hrsg.): Inhalt GRIP – Das Motormagazin URL: <http://www.rtl2.de/sendung/grip-das-motormagazin/inhalt> Stand: 09.06.2014

Schickler 2012

Schickler Unternehmensberatung GmbH (Hrsg.): Social TV: the next big thing im TV-Markt? In: Schickler Kompakt, 2012 URL: <http://www.schickler.de/expertise/presse/SCHICKLER-Kompakt-Social-TV.pdf>

Schneider, Buschow

Schneider, Beate; Buschow, Christopher: Fernsehen trifft Social Media: Was Social TV für Produktionsunternehmen bedeutet In: Medienproduktion: Online-Zeitschrift für Wissenschaft und Praxis

URL: [http://www2.tu-ilmeneau.de/zsmp/fernsehen trifft social media schneider buschow](http://www2.tu-ilmeneau.de/zsmp/fernsehen_trifft_social_media_schneider_buschow)

Schünemann 2012

Schünemann, Sandra: Social TV: die neue Dimension des Gemeinschaftsmediums Fernsehen

In: IP.de 2012 URL:

[http://www.ip.de/fakten\\_und\\_trends/fourscreen/fourscreen\\_trends/ausgabe\\_122012/social\\_tv.cfm](http://www.ip.de/fakten_und_trends/fourscreen/fourscreen_trends/ausgabe_122012/social_tv.cfm)

Seven One Media 2013

Seven One Media (Hrsg.): Der direkte Draht: Parallelnutzung und Impulswirkung des Fernsehens 2013 URL:

[https://www.sevenonemedia.de/c/document\\_library/get\\_file?uuid=590115d6-44fd-4433-9346-0919dfd7e7bc&groupId=10143](https://www.sevenonemedia.de/c/document_library/get_file?uuid=590115d6-44fd-4433-9346-0919dfd7e7bc&groupId=10143)

Social TV Monitor 2014

Social TV Monitor URL: <http://www.social-tv-monitor.de/> Stand: 07. Mai 2014

Statista 2014

Statista: Durchschnittliche tägliche Fernsehdauer in Deutschland in den Jahren von 1997 bis 2013 (in Minuten), 2014 URL:

<http://de.statista.com/statistik/daten/studie/118/umfrage/fernsehkonsum-entwicklung-der-sehdauer-seit-1997/>

Tagesschau 2014

Tagesschau (Hrsg.): Facebook URL: <https://de-de.facebook.com/tagesschau> Stand: 01. Juli 2014

Trommsdorff 2004:

Trommsdorff, Volker: Konsumentenverhalten. 6. Auflage. Stuttgart: Kohlhammer, 2004

Viacom 2013

Viacom (Hrsg.): Viacom Studie zur fernsehbezogenen Social Media-Nutzung: Funktionaler Informationsnutzen, die Gemeinschaft und Social Gaming stehen im Vordergrund. In: Viacom.de, 2013 URL: <http://www.viacom.de/news/30821-viacom-studie-zur-fernsehbezogenen-social-media-nutzung-funkktionaler-informationsnutzen-die-gemeinschaft-und-social-gaming-stehen-im-vordergrund>

Wood, Baughman 2012

Wood, Megan.; Baughman, Linda: Glee Fandom and Twitter: Something New, or More of the Same Old Thing In: Communication Studies, Vol. 63, 2012

Zheng, Burrow-Sanchez, Drew

Zheng, Dr. Robert; Burrow-Sanchez, Dr. Jason; Drew, Dr. Clifford: Effects of Motives for Internet Use, Aloneness and Age Identity Gratification on Oline Social Behaviors and Social Supporting among Adolescents. In: Adolescent Online Social Communication and Behavior

## Anhang: Inhaltsanalysen

### 1. Woche

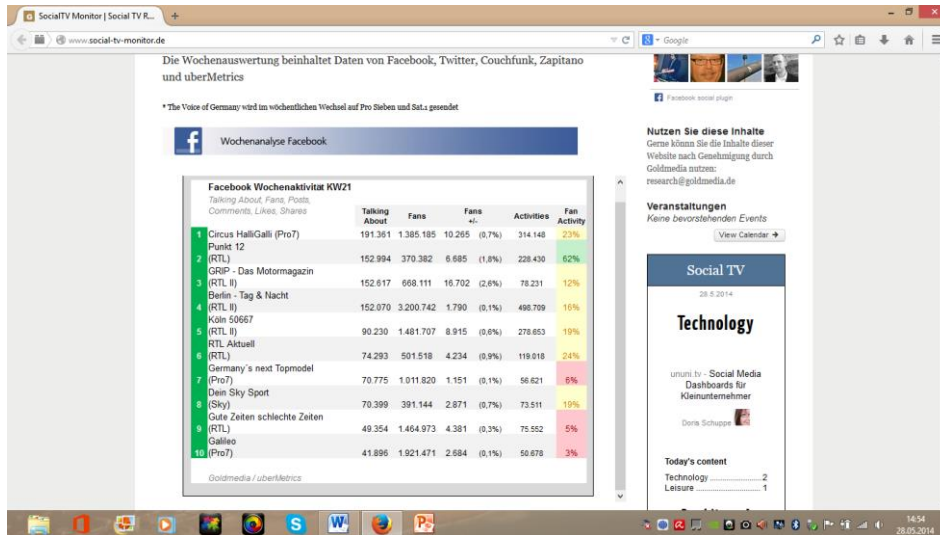


Abbildung 4: Screenshot Social TV-Monitor, eigene Darstellung

#### Erstens: Berlin - Tag und Nacht

28.05.2014 Stand: 28.05.2014 15:15 Uhr

76 Kommentare, 4160 Gefällt mir Angaben, 24 geteilte Inhalte

Zitat: Berlin Tag und Nacht: [Gino raffts nicht!](#) Ist Gino wirklich so dämlich und checkt nicht was hier abgeht?? Euer Ole

Gefallen an den Charakteren Krätze und Schmidt

Zustimmung mit dem Kommentar

Die Figur Ole nervt

Aufforderung an die Figur, die Aussage zu beweisen

Die Figur JJ wird vermisst

Kritik an dem Niveau der Sendung, die nicht mehr gesehen wird



Ole zwar nervig, aber für die WG da  
Zustimmung mit dem Kommentar

Kritik an Oles Intelligenz

Zustimmung mit Ole

Zustimmung mit Ole

Gefallen an Paco

Zustimmung mit Ole, Fabrizio ist auch nicht intelligent

Beleidigung Ole gegenüber

Die Sendung ist nur gespielt → Antworten der anderen Nutzer, die wissen, dass alles nur gespielt ist

„Jede TV Serie oder Film hat nun mal Drehbuch, und wird danach gespielt also lasst doch einfach die Kommentare dazu, wenn jemand bei CSI verunglückt ist das auch nur gespielt nur das da keiner drüber redet“

Kritik an Ole

Franka und Fabrizio sollen zusammenkommen

Drohung Ole gegenüber

Kritik an der Sendung

Beleidigung gegenüber Ole

Beleidigung gegenüber Ole

Beleidigung gegenüber Ole

Beleidigung gegenüber Ole

Gefallen an Ole

Gefallen an Ole

Positive Kritik an der Sendung:

Gefallen an den Charakteren Krätze und Schmidt

Die Figur JJ wird vermisst

Gefallen an Paco

Franka und Fabrizio sollen zusammenkommen

Gefallen an Ole

Negative Kritik an der Sendung:

Die Figur Ole nervt  
Beleidigung gegenüber Ole  
Kritik an der Sendung

Inhaltliche Diskussion:  
Zustimmung mit dem Kommentar  
Aufforderung an die Figur, die Aussage zu beweisen

28.05.2014 Stand: 28.05.2014 15:54  
1300 Kommentare, 23843 Gefällt Mir Angaben, 40 geteilte Inhalte

Zitat: Schlaflos in Berlin... Noch jemand im Wachmodus? Marcel

Bejahung der Frage: sehr viel Zustimmung  
Interessiert keinen, wie die geschlafen haben  
Kritik an den Fans der Serie  
Frage, warum er nicht schlafen kann?  
Aufforderung, dass er eine Frau braucht  
Kritik an der Sendung  
Sieht sich gerade die Aufnahme von Berlin Tag und Nacht an  
Gefallen an Marcel  
Ich find das lustig, die fragen, ihr antwortet und die freuen sich ihres Lebens weil sie  
nie antworten  
Freut sich, dass Marcel auch etwas schreibt  
Kritik an dem unpassend gewählten Bild  
Hofft auf Antwort von Marcel  
Gefallen an Marcel  
Berlin Tag und Nacht ist nur Schauspielerei  
Wäre gerne ein Teil der Sendung  
Mitleid mit Marcel  
Facebook ist nur Müll  
Kritik, weil das Foto um 16:30 Uhr hochgeladen wurde

Marcel ist der Beste

Berlin Tag und Nacht eine gute und interessante Sendung

Berlin Tag und Nacht sehr gut gespielt

Berlin Tag und Nacht bringt einen fernab von der Realität

Kritik an dem Foto, das um 16:30 Uhr hochgeladen wurde

Sendung ist Schwachsinn

Sendung belanglos mit mittelmäßigen Schauspielern

Mitleid mit Marcel

Mitleid mit Marcel

Gefallen an Marcel

Kritik an den Zuschauern von Berlin Tag und Nacht

Positive Kritik an der Sendung:

Gefallen an Marcel

Wäre gerne ein Teil der Sendung

Berlin Tag und Nacht eine gute und interessante Sendung

Negative Kritik an der Sendung:

Kritik an den Fans der Serie

Kritik an dem unpassend gewählten Bild

Berlin Tag und Nacht ist nur Schauspielerei

Sendung belanglos mit mittelmäßigen Schauspielern

Inhaltliche Diskussion:

Interessiert keinen, wie die geschlafen haben

Frage, warum er nicht schlafen kann?

Aufforderung, dass er eine Frau braucht

Freut sich, dass Marcel auch etwas schreibt

Hofft auf Antwort von Marcel

Mitleid mit Marcel

Kritik, weil das Foto um 16:30 Uhr hochgeladen wurde

Sonstige Kategorie:

Sieht sich gerade die Aufnahme von Berlin Tag und Nacht an

Ich find das lustig, die fragen, ihr antwortet und die freuen sich ihres Lebens weil sie nie antworten

Facebook ist nur Müll

27.05.2014 Stand: 28.05.2014 um 16: 10 Uhr

218 Kommentare, 23423 Gefällt-Mir-Angaben, 53 geteilte Inhalte

Zitat: Berlin Tag und Nacht: Happy Saloneröffnung liebe Paula! Marcel

Viel Erfolg

Marcel und Paula sollen zusammenkommen

Marcel und Paula sollen zusammenkommen

Paula soll Marcells Namen richtig aussprechen

Das sind Schauspieler

Bild sieht gut aus

Das ist Fiktion und kein echtes Leben

Möchten trotzdem darüber diskutieren

Passen gut zusammen

Kritik an den Fans, können sich wahrscheinlich nicht die Namen von Bekannten merken

Schönes Foto

Viel Erfolg

Viel Glück

Möchte auch zu Marcel in den Frisörladen kommen

Marcel und Amy sind ein Traumpaar

Paula hat schöne Augen

Paula hat schöne Augen

Paula und Marcel sind Traumpaar

Nervt, wenn Paula den Namen Marcel falsch → Aufforderung an die Autoren

Paula und Marcel werden bestimmt zusammenkommen

Mag Marcel und Paula

Marcel und Paula das perfekte Paar

Super Paar Marcel und Paula

Marcel auf zu vielen Fotos abgebildet

Würde gerne in dem Salon anfangen

Hätte die Charaktere gerne als Freunde

Marcel verunstaltet die Fotos

Viel Glück für den Salon

Paulas Aussprache von Marcel stört

Paula soll Marcel richtig aussprechen

Kritik an Paulas Aussprache von Marcel

Marcel und Paula passen gut zusammen

Piet ist der beste Charakter in der Serie

Paula ist eine tolle Frau

Extrem genervt, dass Paula Marcel falsch ausspricht

Schade, dass Alina jetzt in London ist

Findet Paula und Marcel super

Positive Kritik an der Sendung:

Marcel und Paula sollen zusammenkommen

Möchte auch zu Marcel in den Frisörladen kommen

Marcel und Amy sind ein Traumpaar

Paula hat schöne Augen

Negative Kritik an der Sendung:

Paula soll Marcells Namen richtig aussprechen

Das sind Schauspieler

Kritik an den Fans, können sich wahrscheinlich nicht die Namen von Bekannten merken

Inhaltliche Diskussion:

Viel Erfolg

Bild sieht gut aus

Marcel auf zu vielen Fotos abgebildet

Sonstige Kategorie:

Möchten trotzdem darüber diskutieren

27.05. 2014, Stand: 28.05. 2014 16:30 Uhr

Kommentare 149, 15721 Gefällt-mir-Angaben, 52 geteilte Inhalte

Zitat: Was für ein Chaos! Wenn die Italiener so Fußball spielen wie Fabrizio's Familie hier lebt, dann wird es nix mit dem WM-Titel Euer Ole

Zu viele Klischees in der Sendung

Die Serie ist gestellt

Möchte in der WG wohnen

Ole soll den Mund halten und nervt

Gefällt Paolo

Gefällt Berlin Tag und Nacht

Zu viele Leute in der WG

Ole ist der Beste in Berlin Tag und Nacht

Ole ist der Beste

Alles zu überzogen, gehen die Ideen aus?

Italiener werden viel zu negativ dargestellt

Idioten TV, idiotische Zuschauer

Sendung ist nur gespielt, Aufregung über die Zuschauer, die das scheinbar nicht bemerken

Positive Kritik an der Sendung:

Möchte in der WG wohnen

Gefällt Paolo

Gefällt Berlin Tag und Nacht

Negative Kritik an der Sendung:

Die Serie ist gestellt

Ole soll den Mund halten und nervt

Zu viele Leute in der WG

Idioten TV, idiotische Zuschauer

Inhaltliche Diskussion

Alles zu überzogen, gehen die Ideen aus?

Italiener werden viel zu negativ dargestellt

Zu viele Klischees in der Sendung

27. 05. 2014 Stand: 28.05.2014 16:48 Uhr

Kommentare: 215, 10310 Gefällt-Mir-Angaben, 88 geteilte Inhalte

[Niemand glaubt mir!](#)

Ich habe vor meiner Familie ALLES gestanden und dann das... Ciao, Fabrizio

Genervt von Fabrizio

Gute Serie

Fabrizio ein genialer Typ

Fabrizio nervt allmählich

Sendung ist gestellt

Fabrizio ist der Beste

Mitleid mit Fabrizio

Fabrizio und Ole sind die Besten

Fabrizio und Peggy nerven

Gefällt Fabrizio

Hasst Franca

Mitleid mit Fabrizio

Niveau der Facebook-Nutzer auf der Seite sehr niedrig

Kritik am Niveau der Sendung

Gut, dass Fabrizio gestanden hat

Viele Menschen denken, dass das echt sei

Das ist nur Fernsehen

Wissen alle, dass das nur gespielt ist

Kindergarten-Sendung

Ist nur gespielt

#### Kritik am Niveau der Sendung

Nervt, dass viele Nutzer erklären müssen, dass es nur eine Serie ist

Mitleid mit Fabrizio

Paolo und Gina sympathisch

Mitleid mit Fabrizio

Kritik an der Dummheit von Ole

Beleidigung Gino gegenüber

Autoren fallen keine neuen Geschichten mehr ein

Kritik an gespielter Sendung

#### Positive Kritik an der Sendung:

Gute Serie

Fabrizio ein genialer Typ

Fabrizio und Ole sind die Besten

#### Negative Kritik an der Sendung:

Genervt von Fabrizio

Sendung ist gestellt

Fabrizio und Peggy nerven

Hasst Franca

Niveau der Facebook-Nutzer auf der Seite sehr niedrig

Kindergarten-Sendung

Beleidigung Gino gegenüber

Autoren fallen keine neuen Geschichten mehr ein

#### Inhaltliche Diskussion:

Gut, dass Fabrizio gestanden hat

#### Sonstige Kategorien:

Wissen alle, dass das nur gespielt ist

Nervt, dass viele Nutzer erklären müssen, dass es nur eine Serie ist



26. 05.2014, Stand: 28.05. 17:04 Uhr

Kommentare: 306, 26413 Gefällt-Mir-Angaben, 56 geteilte Inhalte

Mündliche Abiprüfung: DONE!!! Jetzt wird gefeiert! Michelle

Michelles Zopf sieht komisch aus

Michelles Zopf sieht komisch aus

Zopf sieht nicht gut aus

Hannah soll Verantwortung übernehmen

Hanna geht zu oft feiern

Gefällt der Zopf

Zu viel gefeiert, schlechte Mutter

Glückwunsch Michelle

Gefällt Zopf

Gefällt Zopf nicht

Michelle sieht gut aus

Schlechte Mutter Hannah

Mag Michelle nicht

Berlin Tag und Nacht gute Serie

Zopf von Michelle hässlich

Zopf sieht gut aus

Glückwunsch

Hannah ist keine Rabenmutter, kümmert sich um Tochter

Man darf auch feiern gehen, wenn man Kinder hat

Gutes, schönes Foto

Man darf als Mutter Party machen

Gratulation

Glückwunsch und viel Spaß beim Feiern

Kritik am Zopf

Als Mutter weiß sie am besten, was zu tun ist

Herzlichen Glückwunsch

Herzlichen Glückwunsch

Viel Spaß

Sympathie für Michelle gewachsen

Michelles Zopf ist kindisch

Möchte mit feiern

Positive Kritik an Sendung:

Glückwunsch Michelle

Gefällt Zopf

Berlin Tag und Nacht gute Serie

Gutes, schönes Foto

Negative Kritik an Sendung:

Michelles Zopf sieht komisch aus

Mag Michelle nicht

Inhaltliche Diskussion:

Hannah soll Verantwortung übernehmen, nicht so viel feiern

Man darf als Mutter Party machen

Als Mutter weiß sie am besten, was zu tun ist

Möchte mit feiern

Sympathie für Michelle gewachsen

23. 05.2014, Stand: 28. Mai, 18:55 Uhr

Kommentare: 1833, 14955 Gefällt-Mir-Angaben, 53 geteilte Inhalte

Ha! Sie nennt sich Nicole und bringt mich in ihrem neuen Gewand doch glatt auf

Temperatur! Ähnlichkeit mit JJ? Na und!! THE PIET

Keine Ähnlichkeit mit JJ –Widerspruch

Sieht billig aus

Was für Ähnlichkeit mit JJ?

Barbie-Püppchen

Wie Schaufensterpuppe

Sieht nicht einmal ansatzweise so aus wie JJ

Niemals  
Billig  
Was sind das denn für Schuhe?  
Die sieht dumm aus  
Keine Ähnlichkeit, eher Missgeburt  
Furchtbar  
Barbie  
Hat ihre Haare misshandelt  
JJ ist viel hübscher  
Sieht nicht wie JJ aus  
Das ist krank  
Ähnlichkeit nur für Blinde  
Oh Gott  
Billig und dumm  
JJ ist die Beste und kann keiner ersetzen  
Niemand kann JJ ersetzen  
JJ ist hübsch und sie das Gegenteil  
Kritik an Piet  
Die wird nie wie JJ aussehen  
Piet gehe mal zum Psychologen  
JJ ist 1000 Mal hübscher  
Sieht aus wie Ente auf zwei Stelzen  
Beleidigung gegenüber JJ  
Widerlich  
Sieht aus wie Wachsfigur  
Billig und dumm  
Kleid könnte kürzer sein, ansonsten geht es  
Bin froh, wenn ich JJ nicht mehr sehen muss  
Ich mag das Gesicht nicht  
Alles an ihr ist nicht hübsch  
Ist das eine Wachsfigur?  
Mag die jetzt schon nicht  
Sieht ein wenig aus wie ein Kerl

Ihr seid dumm, das sind nur Schauspieler  
JJ hat bessere Figur  
Gedacht, jemand hätte sich als Frau verkleidet  
Was für ein Monster, schrecklich  
Sieht aus wie ein Kerl  
Sieht fast noch aus wie ein Kind  
Da liegen Welten auseinander  
Billiger geht es nicht  
Sie ist hübsch ... und alle, die hier niveaulos werden sind peinlich  
Vom Verhalten ist sie ein Kind  
Die will nur Piets Geld  
Ich weiß schon, warum ich Berlin Tag und Nacht nicht mehr schau  
Die billige Version von JJ  
Die Schuhe gehen gar nicht  
Idioten TV  
Was soll das, Piet? Das verdirbt mir die Laune, weiterzuschauen  
Schön anzusehen, wie die Idioten die Sendung ernst nehmen  
Was ist das für eine Sendung geworden?  
Piet, das wird immer schlimmer mit dir  
Fernsehen für geistig Arme  
Piet hat die Richtige gefunden  
Unterbelichtete Sendung  
Ich mag die Zu- und Abgänge nicht mehr das geht zu schnell → hat 9 Gefällt-mir-  
Angaben bekommen, also Zustimmung  
Piet steigt von Ferrari auf Trabi  
Die ist noch ein Kind  
Die sieht aus wie zwölf

Negative Kritik an Sendung:

Idioten TV

Kritik an Piet

Ich weiß schon, warum ich Berlin Tag und Nacht nicht mehr schau

Ich mag die Zu- und Abgänge nicht mehr das geht zu schnell

Inhaltliche Diskussion:

Keine Ähnlichkeit mit JJ –Widerspruch

Sieht billig aus

JJ ist viel hübscher

Beleidigung gegenüber JJ

Kleid könnte kürzer sein, ansonsten geht es

Sonstige Diskussionen:

Ihr seid dumm, das sind nur Schauspieler

## **Zweitens: Dein Sky Sport**

28.05.2014, Stand: 30. Mai, 16:52 Uhr

54 Kommentare, 554 Gefällt-Mir-Angaben, 2 geteilte Inhalte

Sky Deutschland mit Ultra HD-Weltpremiere! Erstmals weltweit wurde am 26. April ein Fußballspiel live in Ultra HD mit einer Auflösung von 2160p50 über Satellit bei einem internen Showcase ausgestrahlt: <http://bit.ly/SKY-UHD>

Das Stadion zuhause erleben mit brillanter UHD-Auflösung im Curved Design von #Samsung: <http://bit.ly/Samsung-UHD>

So viel Werbung ist eine Frechheit, denn das war der Beweggrund, nicht mehr die öffentlich-rechtlichen Sender zu sehen, sondern Sky

Sogar während Bundesliga, einem Extrapaket Werbebanner, lächerlich  
Mich nervt das auch, macht weiter so, dann tschüß  
In Deutschland PayTV falsch angepackt, Sky in England ein halbes Jahr für jeden offen  
zum Testen, Sky England angeblich 7 Millionen Kunden  
Werbung abschaffen oder Sky billiger machen  
Lieber das Full-HD Bild mit höherer Bitrate  
Sky soll bessere Receiver verschicken  
→ Genau, das ist das billigste vom Billigen, kündige bald

Fernseher und Modul funktionierten nicht, Sky nicht zu empfehlen, Abonnement nach 6  
Jahren gekündigt  
Sky wird sowieso nicht bei Facebook antworten  
Werden die UHD Sender von Sky auch für Kabelkunden zu empfangen sein

Negative Kritik an Sendung:

So viel Werbung ist eine Frechheit, denn das war der Beweggrund, nicht mehr die  
öffentlich-rechtlichen Sender zu sehen, sondern Sky  
In Deutschland PayTV falsch angepackt, Sky in England ein halbes Jahr für jeden offen  
zum Testen, Sky England angeblich 7 Millionen Kunden  
Sky soll bessere Receiver verschicken  
Fernseher und Modul funktionierten nicht, Sky nicht zu empfehlen, Abonnement nach 6  
Jahren gekündigt  
Sky wird sowieso nicht bei Facebook antworten

Inhaltliche Diskussion:

Lieber das Full-HD Bild mit höherer Bitrate  
Werden die UHD Sender von Sky auch für Kabelkunden zu empfangen sein

28.05.2014, Stand: 30.05.2014, etwa 17:24 Uhr

[34 Kommentare, 307 Gefällt-mir-Angaben, 4 geteilte Inhalte](#)

Wie man ihn kennt: [Mario Balotelli](#) interviewt sich selbst - dabei kommt es zu amüsanten Aussagen.

Mehr dazu: [http://bit.ly/Balotell\\_Italien](http://bit.ly/Balotell_Italien)

Muss anfangen, das Profidasein anzunehmen

Immer noch sympathischer als Ronaldo

Schlimmer als Ronaldo, Ballotelli meint, er wäre der Beste, solche Aussagen macht

Ronaldo nicht

Solche Typen sind mir tausend Mal lieber als durchschnittliche Langweile Typen wie

Lahm

Mag ich nicht, weil er Begabung als selbstverständlich ansieht

War als Spaß gemeint, versteht die Presse nicht

Fällt mehr mit Sprüchen auf als mit Fähigkeiten

Prolet

Angeber

Komm zum BVB

Nicht klar im Kopf

Ich mag ihn nicht

Arrogant, aber Ronaldo ist noch schlimmer

Inhaltliche Diskussion:

Muss anfangen, das Profidasein anzunehmen

Immer noch sympathischer als Ronaldo

Schlimmer als Ronaldo, Ballotelli meint, er wäre der Beste, solche Aussagen macht

Ronaldo nicht

Solche Typen sind mir tausend Mal lieber als durchschnittliche Langweilertypen wie

Lahm

Komm zum BVB

28.05.2014, Stand: 30.05.2014, etwa 17:33 Uhr

194 Kommentare, 1001 Gefällt-Mir-Angaben, 30 geteilte Inhalte

Rafael van der Vaart fällt offenbar für die WM aus.

Mehr dazu: [http://bit.ly/Van\\_der\\_Vaart](http://bit.ly/Van_der_Vaart)

Kein Verlust für Holland. Hätte den nach der Saison nicht einmal nominiert

Dann kann Holland jetzt sogar Weltmeister werden

Die Verletzten können bald eine eigene WM spielen

Nicht gut, dadurch werden sie stärker

Der kann eh nix

Seitdem er nicht mehr mit Sylvie zusammen ist, läuft nichts mehr

Seine Zeit ist schon lange vorbei

Die haben den nominiert?

Verletzung dient zum Schutz des Spielers, weil er es nicht in den endgültigen Kader geschafft hätte

Der wurde nominiert? Peinlich, Holland

Eindruck, dass er andere Probleme hat

Das ist eher ein Vorteil

Eher gut für Holland

Dann hat Holland doch noch eine Chance, die Vorrunde zu überstehen

Für ihn tut es mir Leid

Schade, gute Besserung

Wen interessiert das?

Negative Kritik an Sendung:

Wen interessiert das?

Inhaltliche Diskussion:

Kein Verlust für Holland. Hätte den nach der Saison nicht einmal nominiert

Dann kann Holland jetzt sogar Weltmeister werden

Schade, gute Besserung

Eindruck, dass er andere Probleme hat



27. Mai, Stand: 30. Mai 2014, etwa 18:10 Uhr

1143 Kommentare, 10830 Gefällt-Mir-Angaben, 2558 geteilte Inhalte

Wiederholt sich Geschichte?

Alles zur WM 2014: [http://bit.ly/WM2014\\_Brasil](http://bit.ly/WM2014_Brasil)

1966

Österreich gewinnt den Eurovision Song Contest

Atletico Madrid wird spanischer Meister

Real Madrid gewinnt die Champions League

England wird Weltmeister

2014

Österreich gewinnt den Eurovision Song Contest

Atletico Madrid wird spanischer Meister

Real Madrid gewinnt die Champions League

? wird Weltmeister

Wer hat so viel Langeweile, um solche Parallelen zu finden?

Letztes Jahr ähnlicher Vergleich, trotzdem gewann FC Bayern Pokal und nicht Stuttgart

Unterschied Torlinientechnik, dieses Jahr ist Wembley-Tor nicht möglich

Außerdem ist Real Betis Sevilla in beiden Jahren aus der ersten Liga abgestiegen

Ein weiterer Grund: 1966: die Erde ist rund, 2014: die Erde ist immer noch rund

Lustig, wie sich alle aufregen

Diese Parallelen werden bei jedem Turnier gefunden

England garantiert nicht (sehr häufig erwähnt)

Ich lach mich tot

Damals hatte Österreich keine ESC Gewinnerin mit Bart

Man findet auch für alles eine Statistik

Allein der Geschichte wegen setz ich auf England

England? In welcher Sportart?

Lustiger Zufall

Das ist spannend

Nur Gehässigkeiten hier

Was ihr so herausfindet ... Respekt

Spanien oder Brasilien gewinnt

Deutschland gewinnt

Sehr mysteriös

Kurios

Deportivo La Coruna steigt jeweils auf, Betis Sevilla ab

Wäre faszinierend, aber schade

Wie ich diese Parallelen immer hasse, kommt eh nix bei raus

Das sind doch nur blöde Statistiken

Traditionen sind da, um sie zu brechen

Niemals

Niemals

Deutschland

Bosnien

Belgien

Spanien

Gibt Torlinientechnik, deshalb kein Wembley-Tor möglich

Unfassbar, wie das alles passt

Seltsam, was für Zufälle es gibt

Echt? Die ersten drei Gemeinsamkeiten sind ja schon fast unmöglich

England fliegt in der Vorrunde raus

Sky hat Langeweile, um solche Vergleiche heranzuziehen

Dann fallen Weihnachten und Neujahr in diesem Jahr auch auf einen Tag?

Nein

Positive Kritik an Sendung:

Das ist spannend

Negative Kritik an Sendung:

Wer hat so viel Langeweile, um solche Parallelen zu finden?

Inhaltliche Diskussion:

Letztes Jahr ähnlicher Vergleich, trotzdem gewann FC Bayern Pokal und nicht Stuttgart

Unterschied Torlinientechnik, dieses Jahr ist Wembley-Tor nicht möglich

Außerdem ist Real Betis Sevilla in beiden Jahren aus der ersten Liga abgestiegen

Ein weiterer Grund: 1966: die Erde ist rund, 2014: die Erde ist immer noch rund

Lustig, wie sich alle aufregen

England garantiert nicht

Damals hatte Österreich keine ESC Gewinnerin mit Bart

27.05.2014 Stand: 30.05.2014, 18:19 Uhr

87 Kommentare, 614 Gefällt-Mir-Angaben, 24 geteilte Inhalte

Jupp Heynckes kritisiert den Bundestrainer im Interview mit [Sky Sport News HD](#):

<http://bit.ly/Jupp-kritisiert-Loew>

Sky übertreibt mal wieder → hat 31 Gefällt-Mir-Angaben bekommen

Schöne Überschrift, hat nur nix mit dem Interview zu tun, was sollen diese

Schwachsinnitel, die nicht zum Inhalt passen

Eine richtige Kritik ist das auch nicht

Er hat Löw nicht wirklich kritisiert

Kritik ist etwas Anderes

Trotzdem hat Sky Recht, Heynckes kritisiert Löw

Positive Kritik an Sendung:

Trotzdem hat Sky Recht, Heynckes kritisiert Löw

Negative Kritik an Sendung:

Sky übertreibt mal wieder

Schöne Überschrift, hat nur nix mit dem Interview zu tun, was sollen diese

Schwachsinnitel, die nicht zum Inhalt passen

27.05.2014, Stand: 30.05.2014, 18:32Uhr

35 Kommentare, 574 Gefällt-Mir-Angaben, 23 geteilte Inhalte

"Wahnsinn, sensationell und einfach nur Hamma!"

<http://bit.ly/best-of-bierduschen-2014>

Mit: [FC Bayern München](#), [1. FC Köln](#), [Jérôme Boateng Official](#), [Esther Sedlaczek](#),  
[Ruth Hofmann](#) ...

Manche Bierduschen sind leider lizenzrechtlich geschützt und somit nur für Kunden konsumierbar.

Ihr seid doch die Lizenzhalter und könnt entscheiden, wer was sehen kann

Antwort von Sky Sport: Stimmt nicht, sind Lizenznehmer, dürfen nicht alles zeigen, weil Manches geschützt ist

Antwort: Danke für die Erläuterungen

Stammkundenbetreuung ist nicht gut

Antwort von Sky Sport: immer wieder attraktive Angebote für Stammkunden

Kundenservice ist etwas Anderes

Traurig, dass nicht alle das Video sehen dürfen

Antwort von Sky Sport: Das sind Lizenzgründe

Habe Abonnement gekündigt, wegen der Kundenunfreundlichkeit

Sollten mehr Berichte über WM bringen

Schlechter Service. Kann Video nicht sehen, wofür zahle ich jeden Monat das Bundesligapaket, bin sauer.

Bin genervt, dass Sky die meisten Videos nur noch von Kunden abspielen lässt

Meinetwegen könnte alles nur für Kunden sein, weil Sky ein Pay-Sender ist

Fernsehen ohne Sky? Unmöglich

Gut, dass Sky überhaupt ein paar Videos freigibt

Positive Kritik an Sendung:

Gut, dass Sky überhaupt ein paar Videos freigibt

Meinetwegen könnte alles nur für Kunden sein, weil Sky ein Pay-Sender ist

Negative Kritik an Sendung:

Ihr seid doch die Lizenzhalter und könnt entscheiden, wer was sehen kann

Stammkundenbetreuung ist nicht gut

Traurig, dass nicht alle das Video sehen dürfen

Habe Abonnement gekündigt, wegen der Kundenunfreundlichkeit

Verbesserungsvorschläge:

Sollten mehr Berichte über WM bringen

### **Drittens: RTL Aktuell**

28.05.2014, Stand: 01.06.2014, 16:23 Uhr

552 Kommentare, 1270 Gefällt-mir-Angaben, 271 geteilte Inhalte

Weil eine 15-Jährige zu Hause Probleme hat, wendet sie sich an das örtliche Jugendamt und bittet dort um Hilfe. Gegen den Willen der Eltern lebt das Mädchen jetzt in einer Wohngruppe.

Nur wegen Hausarrest, anscheinend haben Eltern nichts mehr zu sagen

Staat hat Eltern entmachtet

Ohne Klarheit der Situation die beste Lösung

Kritik an der Tochter

In dem Fall übertrieben

Überzogen, dennoch sollte Jugendamt öfter so schnell reagieren

Hausarrest manchmal in Ordnung

Häufig bewirken Eltern das Gegenteil mit Hausarrest

Aktion ist übertrieben

In anderen Situationen wäre es dringender

Bei dringenden Fällen handeln sie erst zu spät

Konsequenz ist wichtig für die Erziehung

Kein Einzelfall

Wenn es wirklich wichtig ist, interessiert es keinen

Jugendamt hat überreagiert

Sollten reagieren, wenn es wichtig ist

Wäre es immer so schnell, würde es vielen Kindern besser gehen

Jugendamt sollte sich um Kinder kümmern, denen es wirklich schlecht geht

Richtige Entscheidung

Früher wäre das nicht möglich gewesen

Lächerlich

Lächerlich

Wenn es wichtig ist, reagiert das Jugendamt nicht

Das ist richtig, dass das Jugendamt etwas unternimmt

Wer weiß, was wirklich passiert ist

Vermutlich gab es noch andere Gründe

Wohl mehr vorgefallen als zugegeben

Nur die negativen Geschichten werden veröffentlicht

Wird Gründe geben

Vielleicht gibt es andere Gründe

Schwierige Situation für das Jugendamt

Diskussionen sind übertrieben

Das ist RTL-Berichterstattung

Warum werden Bilder gepostet, die zensiert werden?

Heutige Jugend weiß nicht, was Disziplin bedeutet

Macht es besser als das Jugendamt

Negative Kritik an der Sendung:

Das ist RTL-Berichterstattung

Warum werden Bilder gepostet, die zensiert werden?

Inhaltliche Diskussion:

Nur wegen Hausarrest, anscheinend haben Eltern nichts mehr zu sagen

Ohne Klarheit der Situation die beste Lösung

Kritik an der Tochter

In dem Fall übertrieben

In anderen Situationen wäre es dringender

Nur die negativen Geschichten werden veröffentlicht

28.05.2014, Stand: 01.06.2014 16:50 Uhr

80 Kommentare, 355 Gefällt-Mir-Angaben, 72 geteilte Inhalte

Volle Absicherung gab es aus der Pflegekasse noch nie - doch die Kosten sind schneller gestiegen als die Leistungen. Nun soll es mehr Geld geben. Es ist ein erster von mehreren Reformschritten.

Wo und wie Sie gute Pflege finden, hier alle Infos:

Wer zahlt das wieder?

Wurde Zeit

Erst wenn es Politiker trifft, folgen die Diskussionen

Wird Zeit

Wäre zu wünschen

Die jetzt Jungen werden auch irgendwann in die Situation kommen

Guter Schritt

Solidargemeinschaft

Alte Menschen haben es verdient

Frage mich, was Kinderlose noch zahlen sollen

Inhaltliche Diskussion:

Wer zahlt das wieder?

Wurde Zeit

Erst wenn es Politiker trifft, folgen die Diskussionen

Die jetzt Jungen werden auch irgendwann in die Situation kommen

Solidargemeinschaft

Alte Menschen haben es verdient

27.05.2014, Stand: 01.06.2014, 18:50 Uhr

227 Kommentare, 2295 Gefällt-Mir-Angaben 1169 geteilte Inhalte

Nach der Aufregung um die AGB von WhatsApp nimmt jetzt das Berliner Landgericht den Kurznachrichtendienst in die Mangel...

Alle Infos hier:



Gefällt mir

Etwas Positives

Wird Zeit

Richtig so

Freut mich

Gut

Gute Entscheidung

Richtig

Verbraucherfreundlich

Sollte man sperren, bis es geändert wurde

Gejammer nicht nachvollziehbar, werde weiter WhatsApp benutzen

Wird doch keiner gezwungen, zu benutzen, was er nicht versteht



Inhaltliche Diskussion:

Gefällt mir

Wird Zeit

Verbraucherfreundlich

Sollte man sperren, bis es geändert wurde

Gejammer nicht nachvollziehbar, werde weiter WhatsApp benutzen

Wird doch keiner gezwungen, zu benutzen, was er nicht versteht

23. 05.2014, Stand: 01.06.2014, 19:20 Uhr

511 Kommentare, 10642 Gefällt-Mir-Angaben, 283 geteilte Inhalte

Unsere ganz persönliche Eilmeldung heute:

<https://de->

[de.facebook.com/photo.php?v=740954919284761&set=vb.119845424729050&type=2](https://de-)

[&theater](https://de-)

Glückwunsch. Weiter so.

Weiter so. Schau viel RTL

Super

Super

Weiter so

Klasse. Weiter machen

Mein Sender, meine Nachrichtensendung

Ihr seid super

Mein RTL

Mag beide Nachrichtensprecher

Was habt ihr davon?

Weiter so

Seid Klasse

Seid top

Seid spitze

Weiter so  
Beste Nachrichtensendung  
Mag den Smalltalk der beiden  
Super Team  
Lieblingssender  
Kann die beiden nicht mehr sehen  
Unter Eilmeldung etwas anderes erwartet  
Tägliches Abendritual  
Großartig  
Wann kommt Wolfram wieder?  
Das ganze Team unschlagbar  
Hab mich gefragt, was jetzt wieder passiert ist  
Sehe jeden Abend RTL Aktuell  
Besten Nachrichten  
Super  
Beste Nachrichtensendung  
Das einzige, was ich mir auf RTL ansehen  
Verdreht die Wahrheiten  
Fand Nachrichten heute toll  
Schau jeden Abend  
Kritik an Sender RTL  
Kritisiert, dass im Nachtjournal die Jugend gegenüber den Alten aufgehetzt wurde.  
Genervt von Politikern  
Langweilig, keine wichtige Nachricht  
Sympathisches Nachrichtenteam  
Schöne Ansage  
Einzig Gute bei RTL  
RTL ist super  
Toller Sender  
Eine der besseren RTL-Sendungen, der Rest hat nachgelassen  
Gute Sendung, ansonsten wenig Interesse an RTL  
Sind langweilig  
Unpassender Titel

Niedriges Niveau

Niveaulose Sendung

Mag die Moderatoren

Tolle Sendung

Bin gerne dabei

Manche Themen zu belanglos für eine seriöse Nachrichtensendung  
unschlagbar

Positive Kritik an Sendung:

Glückwunsch. Weiter so.

Weiter so. Schau viel RTL

Super

Mein Sender, meine Nachrichtensendung

Mag den Smalltalk der beiden

Wann kommt Wolfram wieder?

Tägliches Abendritual

Eine der besseren RTL-Sendungen, der Rest hat nachgelassen

Negative Kritik an Sendung:

Kann die beiden nicht mehr sehen

Unter Eilmeldung etwas anderes erwartet

Langweilig, keine wichtige Nachricht

Kritik an Sender RTL

Verbesserungsvorschläge:

Manche Themen zu belanglos für eine seriöse Nachrichtensendung

Sonstige Kategorie:

Kritisiert, dass im Nachtjournal die Jugend gegenüber den Alten aufgehetzt wurde.

Genervt von Politikern

## 2. Woche

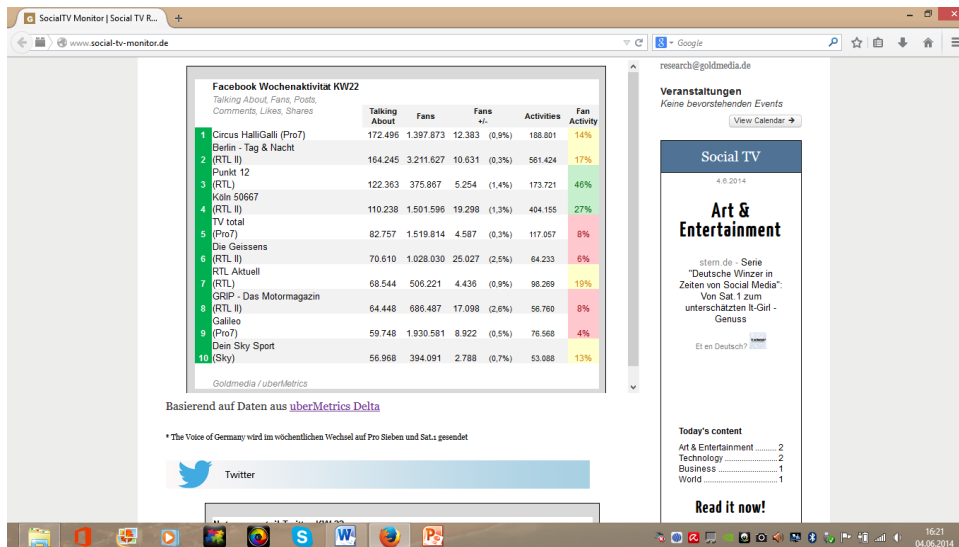


Abbildung 5: Screenshot Social TV-Monitor, eigene Darstellung

### Viertens: Die Geißens

04.06.2014, Stand: 04.06.2014 16:40 Uhr

Nach 27 Minuten 91 Kommentare, 1678 Gefällt-Mir-Angaben, 14 geteilte Inhalte

Ich packe meinen Koffer ...

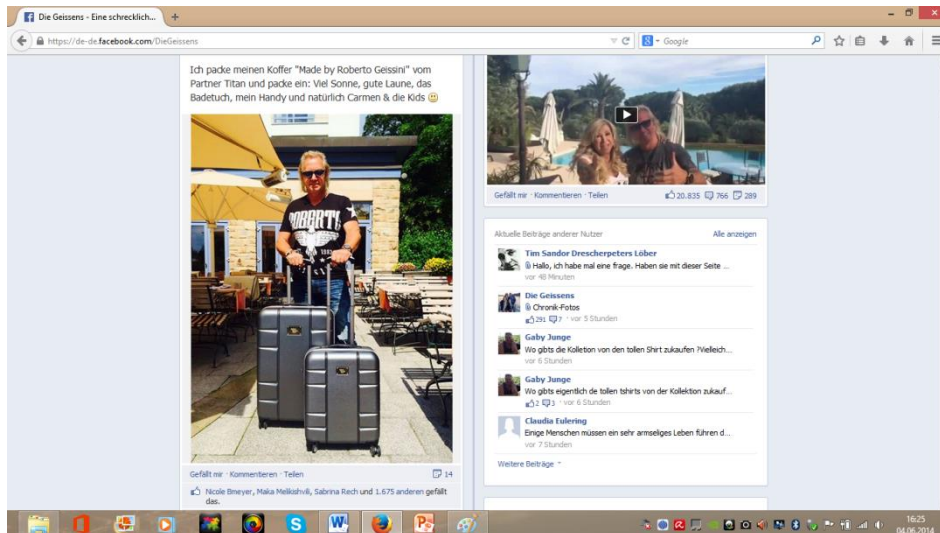


Abbildung 6: Screenshot Die Geißens, eigene Darstellung

Will wissen, wohin

Soll auf die Haare von Carmen aufpassen

Läuft hoffentlich bald wieder im Fernsehen

Familie ist super

Will mit

Viel Spaß

Hier ist es kalt

Viel Spaß und Ruhe

Hätte auch gerne so einen Koffer

Mag die Geißens

Viel Spaß

Hätte gerne die Koffer

Kritik an den Facebook-Nutzern, die die Sprache nicht können

Wohin geht es

Schöne Koffer, aber zu teuer

Würde auch gerne Urlaub machen

Kreditkarte nicht vergessen

Viel Spaß und Erholung

Schöne Koffer

Will auch so einen Koffer

Fragt, wann die Sendung wieder im Fernsehen läuft

Wo sind die anderen Koffer?  
Schön  
Gute Reise  
Liebe Sendung und Lifestyle, würde gerne tauschen  
Will auch so einen Koffer  
Mach weiter so  
Viel Spaß  
Was ist Urlaub?  
Nimm uns mit  
Ich will auch mit  
Ich auch  
Macht das nur noch für die Medien  
Du hast mich vergessen  
Wo geht es hin  
Ich habe euch vor zwei Jahren gesehen  
Hätte auch gerne Ferien  
Ich freue mich schon auf die nächste Folge  
Hätte gerne so einen Koffer  
Machen sich wichtig

Positive Kritik an Sendung:

Läuft hoffentlich bald wieder im Fernsehen  
Familie ist super  
Will mit  
Liebe Sendung und Lifestyle, würde gerne tauschen  
Ich freue mich schon auf die nächste Folge

Negative Kritik an Sendung:

Macht das nur noch für die Medien  
Machen sich wichtig

Inhaltliche Diskussion:

Will wissen, wohin  
Soll auf die Haare von Carmen aufpassen

Hier ist es kalt

Hätte gerne die Koffer

Hätte auch gerne Ferien

Sonstige Kategorie:

Kritik an den Facebook-Nutzern, die die Sprache nicht können

02.06.2014, Stand: 04.06.2014 17:37 Uhr

1199 Kommentare, 13047 Gefällt-Mir-Angaben, 114 geteilte Inhalte

Keine Folge von den Geißens

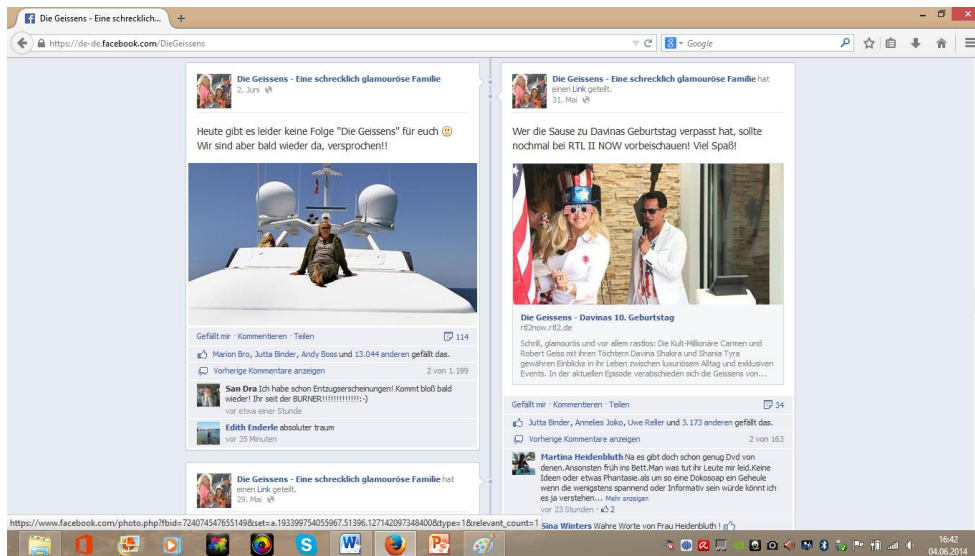


Abbildung 7: Screenshot Die Geißens, eigene Darstellung

Schade

Montag kann man jetzt vergessen

Warum nicht?

Warte auf euch

Hoffentlich bald wieder

Schade

Pech  
Dafür bei Wer wird Millionär  
Schade  
Das ist traurig  
Warum  
Schade  
Viel Spaß bei der Reise  
Schade  
Aber bei Wer wird Millionär, das ist auch super  
Habe mich so gefreut  
Braucht auch mal Zeit für euch  
Gute Serie  
Aber bei Wer wird Millionär  
Roooooobert  
Das geht nicht  
Schade  
Wir werden es überleben  
Dann kann der Fernseher ausbleiben  
Kann ich gleich ins Bett gehen  
Geh ohne Geißens nicht ins Bett  
Viel Glück bei Wer wird Millionär  
Ich mag euch sehr  
Dann heute Wer Wird Millionär  
Wie soll man einen Montag ohne die Geißens aushalten?  
Die einzige Freude am Montag  
Sind eh schon Multimillionäre  
Möchte es auch mal so gut haben  
Werdet langweilig  
Reicht auch langsam  
Dauert hoffentlich nicht zu lange, bis neue Folgen kommen  
Genervt, weil es keine neue Folge gibt  
Und die Neider freuen sich  
Roberto Geißinis T-Shirts sind sehr teuer



Habe schon einige Kleidungsstücke erworben  
Ohne ist es langweilig  
Dann gucke ich Günther Jauch  
Dann sehe ich euch bei Wer wird Millionär  
Schade  
Langweiliger Montag Abend  
Wieso antworten die Geißens auf unsere Kommentare nicht?  
Kritik an den Geißens, Mitleid mit Günther Jauch  
Brauche keine weitere Folge von den Geißens  
Sind zu viel im Fernsehen zu sehen  
Das ist nur dein Neid  
Sie ist wie sie ist. Und das ist richtig  
Will auch so ein Leben  
Schade, dass sie sich so produziert  
Carmen ist wie sie ist. Neid  
Toll bei Wer wird Millionär  
Wer wird Millionär mal anders. Carmen und Robert, ihr wart spitze  
Gut bei Wer wird Millionär  
Nicht nur unterhaltsam, sondern auch schlau  
Warum schreiben manche so gemeine Sachen?  
Wer keine Neider hat, hat nichts erreicht  
Werdet nie langweilig  
Habe euch bei Günther Jauch gesehen  
Wart super bei Wer wird Millionär  
Kritik, dass manchen Leuten die Seite gefällt, aber sie die Geißens nicht mögen, sollen  
den anderen ihren Spaß lassen  
Die Leute lassen nur ihren Frust ab

Positive Kritik an Sendung:  
Gute Serie  
Will auch so ein Leben  
Carmen ist wie sie ist. Und das ist richtig

Negative Kritik an Sendung:

Werdet langweilig

Brauche keine weitere Folge von den Geißens

Sind zu viel im Fernsehen zu sehen

Inhaltliche Diskussion:

Schade

Montag kann man jetzt vergessen

Warum nicht?

Warte auf euch

Hoffentlich bald wieder

Dafür bei Wer wird Millionär

Braucht auch mal Zeit für euch

Habe schon einige Kleidungsstücke erworben

Verbesserungsvorschläge:

Wieso antworten die Geißens auf unsere Kommentare nicht?

Sonstige Kategorie:

Rooooooooobert

Und die Neider freuen sich

Kritik, dass manchen Leuten die Seite gefällt, aber sie die Geißens nicht mögen, sollen den anderen ihren Spaß lassen

Warum schreiben manche so gemeine Sachen?

29.05.2014, Stand: 04.06.2014, 18:51 Uhr

1189 Kommentare, 9407 Gefällt-Mir-Angaben, 276 geteilte Inhalte

100 Geißens Fanpakete

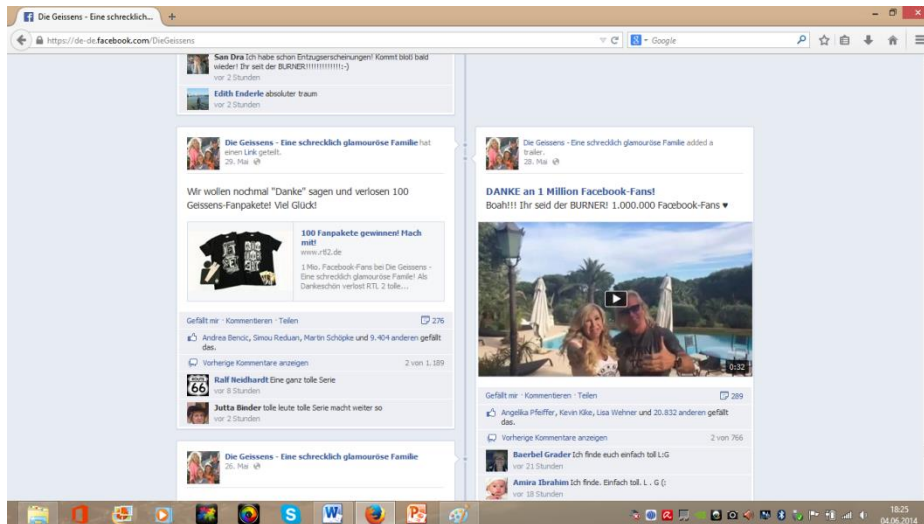


Abbildung 8: Screenshot Die Geißens, eigene Darstellung

Ich will auch

Würde mich freuen

Würde mich freuen

Möchte ich auch

Will auch eins. Gucke die Sendung immer

Würde Roberto Geißini mit Freude tragen

Ihr seid die Besten

Würde gerne gewinnen

Sieht gut aus

Schade, dass ihr so wenig im TV lauft

Danke, dass es euch gibt

Sind alle riesen Fans

Was muss ich machen?

Gute Serie

Funktioniert nicht, zu viele Verbindungen

Kann die Seite nicht öffnen

Hätte gerne mitgemacht, aber kommt nur error

Muss ich haben

Geniale, Idee. Danke sagen kann jeder, aber mit der Verlosung muss man das euch erst einmal nachmachen

Störungsmeldung

Hätte auch gerne eins  
Will Roberto Geißini T-Shirts  
Ist doch nur PR  
Muss Danke sagen, liebe eure Dokumentation  
Toll, dass ihr so etwas macht, funktioniert aber nicht  
Habe mitgemacht  
Ihr seid super  
Die Mode ist echt klasse  
Lied My City Miami ist super. Lieblingsfolgen in Miami  
Ordentlicher Webserver ist wohl zu teuer  
Tolle Idee von euch  
90 Euro für ein T-Shirt sind zu teuer  
Hoffentlich noch lange im TV  
Nur 100 Pakete bei 1000000 Fans sind zu geizig  
Tolle Aktion. Schätze euch sehr  
Die Geißens sind mittlerweile Kult  
Macht zwei Nullen hinter die Zahl der Fanpakete  
Liebe diese Sendung  
Zu viele Daten müssen angegeben werden  
Robert ist so liebenswürdig zu Carmen  
Unverständnis darüber, dass alle das Fanpaket gewinnen möchten  
Tolle Serie  
Tolle Serie

Positive Kritik an Sendung:

Ihr seid die Besten  
Gute Serie  
Schade, dass ihr so wenig im TV läuft  
Sind alle riesen Fans  
Geniale, Idee. Danke sagen kann jeder, aber mit der Verlosung muss man das euch erst  
einmal nachmachen  
Lied My City Miami ist super. Lieblingsfolgen in Miami

Negative Kritik an Sendung:

Ist doch nur PR

Unverständnis darüber, dass alle das Fanpaket gewinnen möchten

Inhaltliche Diskussion:

Ich will auch. Gucke die Sendung immer

Würde Roberto Geißini mit Freude tragen

Was muss ich machen?

Die Mode ist echt klasse

Verbesserungsvorschläge:

Funktioniert nicht, zu viele Verbindungen

Kann die Seite nicht öffnen

90 Euro für ein T-Shirt sind zu teuer

Nur 100 Pakte bei 1000000 Fans sind zu geizig

Zu viele Daten müssen angegeben werden

26.05.2014, Stand: 04.06.2014, 19:15 Uhr

285 Kommentare, 7823 Gefällt-Mir-Angaben, 161 geteilte Inhalte

Showtime bei den Geißens

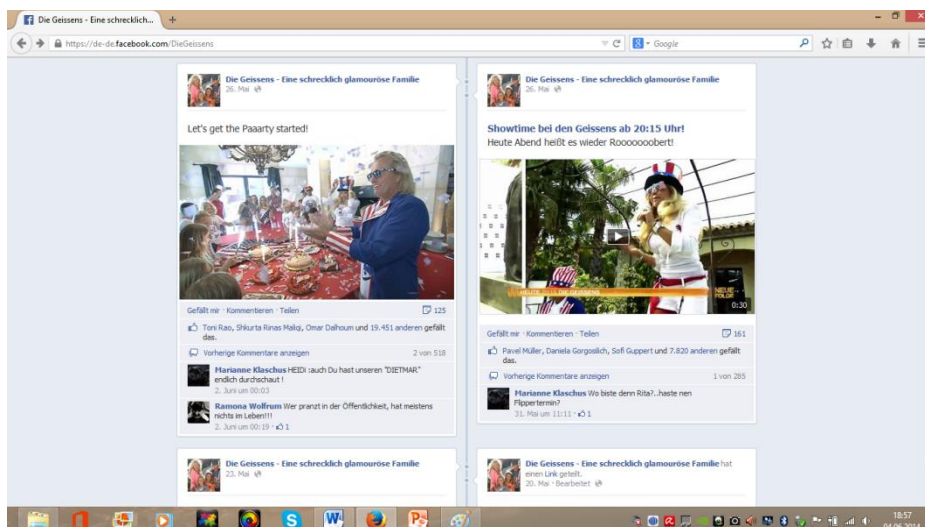


Abbildung 9: Screenshot Die Geißens, eigene Darstellung

Muss man sehen  
Ich sehe es mir an  
Freue mich drauf  
Rooooobert  
Carmen ist spitze  
Muss ich gucken  
Schaue ich immer  
Sollten sich mal bedanken, wenn die Leute so nett über sie reden (zwei Tage später  
bedankten sich die Geißens für eine Millionen Fans mit Gewinnspiel)  
Haben vielleicht keine Lust, zu antworten  
Sehen jede Staffel  
Finde ich klasse  
Aufruf an alle anderen Menschen, die Sendung zu sehen  
Braucht keiner mehr  
Setz ich mich lieber auf den Balkon  
Pflicht  
Geburtstagspartys sind immer witzig  
Kritik an der Rechtschreibung der Fans  
Bin dabei  
Freue mich schon  
Früher immer geguckt, gefällt mir inzwischen gar nicht mehr  
Mittlerweile nur noch langweilig  
Kritik an dem Niveau von RTL2  
Verblödung geht weiter  
Vermissen die Großeltern  
Tolle Geburtstagsparty  
Beste Folge überhaupt  
Seid arrogant  
Die sind nicht arrogant  
Seid nur neidisch  
Übertrieben Party, hätten das Geld spenden sollen  
Vielleicht spenden sie das Geld hinter der Kamera

Tolle Familie

Positive Kritik an Sendung:

Carmen ist spitze

Aufruf an alle anderen Menschen, die Sendung zu sehen

Geburtstagspartys sind immer witzig

Vermissen die Großeltern

Negative Kritik an Sendung:

Braucht keiner mehr

Setz ich mich lieber auf den Balkon

Mittlerweile nur noch langweilig

Kritik an dem Niveau von RTL2

Verblödung geht weiter

Übertrieben Party, hätten das Geld spenden sollen

Inhaltliche Diskussion:

Muss man sehen

Freue mich drauf

Verbesserungsvorschläge:

Sollten sich mal bedanken, wenn die Leute so nett über sie reden

Sonstige Kategorie:

Kritik an der Rechtschreibung der Fans

26.05.2014, Stand: 04.06.2014, 19:45 Uhr

518 Kommentare, 19454 Gefällt-Mir-Angaben, 125 geteilte Inhalte



Abbildung 10: Screenshot Die Geißens, eigene Darstellung

Happy birthday

Wer ist es denn?

Würde gerne mitfeiern

Alles Gute

Ich freue mich

Gutes Foto, Robert sieht gut aus

Mag die Extravaganz wegen der Bemühen um die Kinder

Gucken

Freut mich

Eure Leben sollen immer so lustig sein

Liebe Grüße

Man kann es auch übertreiben

Robert ist sehr humorvoll

Wir sind mit RTL2 dabei

Würde gerne einen kleinen Teil davon bieten

Tolle Party

Super Familie

Neider gibt es immer

Würde gerne wie die Geißens Geld zum Fenster rauswerfen

Wundervolle Familie

Robert sieht toll aus



Tolle Unterhaltung

Passende Hintergrundmusik seltene Hinweise auf Stärken und Schwächen der Sendung

Zu viel Roberto Geißini Werbung

Großvater in letzter Zeit kaum aufgetaucht

Übertrieben

Wäre auch gerne so reich

Solltet auch meinen Geburtstag planen

Würde auch gerne so eine Party machen

Wie hieß das letzte Lied der heutigen Sendung?

Sympathische Familie

Übermütig geworden

Tolle Party

Beste Folge

Tolle Party

Beste Party

Wo sind die Großeltern

Hätte auch gerne so viel Geld

Seid die Besten

Hätte auch gerne so ein Leben

Sollten auch mal Geld spenden

Gut gemacht

Großeltern haben gefehlt

Tolle Ideen

Alles nur Neider

Übertrieben

Sollten Geld lieber spenden

Kann es nicht mehr sehen

Toller Geburtstag

Positive Kritik an Sendung:

Mag die Extravaganz wegen der Bemühen um die Kinder

Robert ist sehr humorvoll

Würde gerne einen kleinen Teil davon bieten

Passende Hintergrundmusik

Negative Kritik an Sendung:

Man kann es auch übertreiben

Zu viel Roberto Geißini Werbung

Kann es nicht mehr sehen

Inhaltliche Diskussion:

Happy birthday

Wer ist es denn?

Würde gerne mitfeiern

Gutes Foto, Robert sieht gut aus

Tolle Party

Sonstige Kategorie:

Großvater in letzter Zeit kaum aufgetaucht

## Fünftens: GRIP – Das Motormagazin

02.06.2014, Stand: 07.06.2014, 18:44 Uhr

161 Kommentare, 6690 Gefällt-Mir-Angaben, 201 geteilte Inhalte

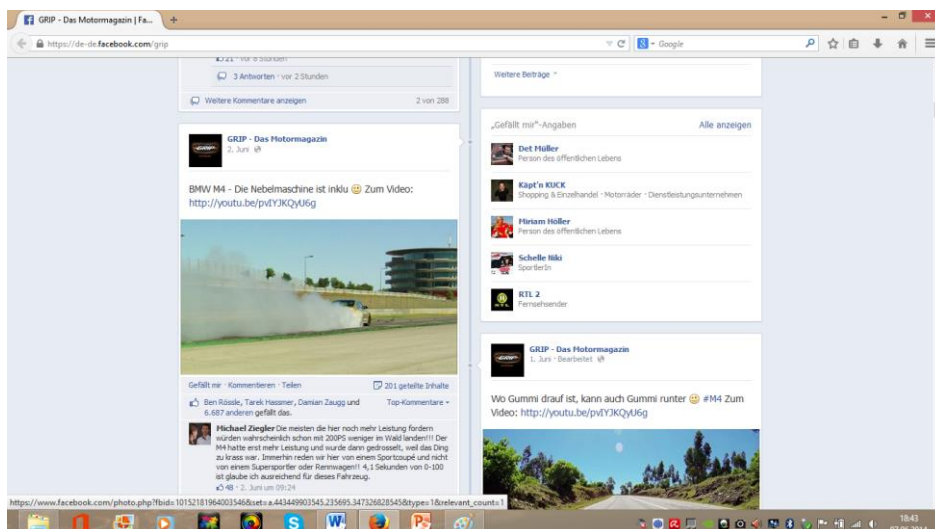


Abbildung 11: Screenshot GRIP, eigene Darstellung

Diskussionen über die Leistung des M4, mehrere Nutzer antworten auf den Post  
Findet das Auto toll, Diskussionen und Zustimmung  
Bitte, statt 360p Videos 480 oder 720p Videos anzubieten  
Aufgreifen des Begriffs Nebelmaschine, daraufhin wieder Diskussionen, welche Autos  
Nebelmaschinen sind  
BMW hat gute Traktion  
Lustig machen über den Begriff Nebelmaschine  
Leider ist das Auto zu teuer  
Tolles Auto  
Gefällt der Sound vom M4  
Nebelmaschine  
Sollte Test mit Rundenrekord machen  
Gutes Auto  
Kann nur BMW  
Nebelmaschine  
Wahnsinn  
Lustig machen über Nebelmaschine  
Diskussionen, welche Autos besser sind, c63 oder M4  
Gefällt der Sound nicht  
Hätte lieber Zeiten als Drifts gesehen  
Lustig machen über Wort Nebelmaschine  
Hofft, den M4 G-Power zu sehen  
Möchte auch fahren  
Toll, aber sehr teuer  
Wieso nur 360p Videoqualität  
Nebelmaschine  
Tolles Auto  
Zu leise

Inhaltliche Diskussion:

Diskussionen über die Leistung des M4  
Findet das Auto toll

Nebelmaschine

Gefällt der Sound vom M4

BMW hat gute Traktion

Leider ist das Auto zu teuer

Diskussionen, welche Autos besser sind, c63 oder M4

Gefällt der Sound nicht

Verbesserungsvorschläge:

Bitte, statt 360p Videos 480 oder 720p Videos anzubieten

Sollte Test mit Rundenrekord machen

Hofft, den M4 G-Power zu sehen

01.06.2014, Stand: 07.06.2014. 19:15 Uhr

Facebook-Test

193 Kommentare, 3084 gefällt-Mir-Angaben, 34 geteilte Inhalte



Abbildung 12: Screenshot GRIP, eigene Darstellung

Wünscht sich einen zweiten M6 G-Power Test, führt zu BMW Audi Diskussionen der Fans

Grip beste Sendung, tolle Autos

Möchte die Wagen der Moderatoren kennen

Grip ist Pflicht

Sollten Königsegg Agera r One vorstellen  
Tolle Sendung, aber Leute bei Facebook sollten bei Wünschen realistisch bleiben  
Langweiliger Klang vom Auto  
Tolle Folge  
Sollten Lamborghini Hurricane testen  
Lamborghini Aventador  
Gerne längeren Test vom McLaren  
RS7  
Toll  
Lamborghini Levon  
Tolles Teil  
Toll  
Höchstgeschwindigkeit testen  
Vollbremsung sehen  
Auf Autobahn so schnell wie man kann fahren  
Höchstgeschwindigkeit  
Höchstgeschwindigkeit  
Aus dem Stand Vollgas geben  
Wie ist die Alltagstauglichkeit?  
Was verbraucht er auf 100 Kilometer?  
Vollbremsung  
Räder durchdrehen  
Wie driftet der?  
Gutes Handling?  
Mathias sollte das machen, nicht Niki  
Möchte Probefahrt machen  
Praxistest  
Testet den McLaren F1  
Toll  
Tolles Auto  
Schlechter Sound  
Spundcheck machen  
Driften

Positive Kritik an Sendung:

Grip beste Sendung, tolle Autos

Inhaltliche Diskussion:

Langweiliger Klang vom Auto

Tolles Auto

Verbesserungsvorschläge:

Wünscht sich einen zweiten M6 G-Power Test

Sollten Königsegg Agera r One vorstellen

Sollten Lamborghini Hurricane testen

Gerne längeren Test vom McLaren

Höchstgeschwindigkeit testen

Auf Autobahn so schnell wie man kann fahren

Vollbremsung sehen

Wie ist die Alltagstauglichkeit?

Mathias sollte das machen, nicht Niki

Sonstige Kategorie:

Möchte die Wagen der Moderatoren kennen

31.05.2014, Stand: 08.06.2014, 18:58 Uhr

626 Kommentare, 7978 Gefällt-Mir-Angaben, 391 geteilte Inhalte



Abbildung 13: Screenshot GRIP, eigene Darstellung

Mach den Tankdeckel zu

Endlich wieder der richtige Motor

Schade, dass m3 Ära vorbei ist Antwort von Nutzer: gibt es noch, nur nicht als Coupe

Sollen andere Autos testen, wird langweilig

Sollen schnellere Autos testen

BMW wird nicht erreicht

Wird angeschaut

Direkt ansehen

Wird gut

Folge ist ein Muss

Angucken

Darf man nicht verpassen

Müssen wir gucken

Also Sonntag Grip gucken

Mag die neuen Serien von BMW nicht

Mathias macht das richtig gut

Mathias zerstört viele Reifen

Soll Hennesy Venom GT testen

Driften

Grip

Werde ich mir ansehen

Bester BMW

Wann kommt Folge mit McLaren P1

Will auch damit fahren

Müssen wir gucken

Tankdeckel auf

Ansehen

Einschalten

Super gemacht von BMW

Muss ich sehen

Darf ich nicht verpassen

Unbedingt einschalten

Wäre gerne Testfahrer

Ich will auch fahren

Pflichtveranstaltung

Bester Job der Welt

Der fährt immer so tolle Autos

Soll Porsche Turbo nehmen

Positive Kritik an Sendung:

Direkt ansehen

Wird gut

Mathias macht das richtig gut

Negative Kritik an Sendung:

Sollen andere Autos testen, wird langweilig

Inhaltliche Diskussion:

Endlich wieder der richtige Motor

BMW wird nicht erreicht

Mag die neuen Serien von BMW nicht

Super gemacht von BMW

Bester Job der Welt

Der fährt immer so tolle Autos



Verbesserungsvorschläge:

Soll Hennesy Venom GT testen

Driften

Wann kommt Folge mit McLaren P1

Sonstige Kategorie:

Mach den Tankdeckel zu

27.05.2014, Stand: 08.06.2014, 19:20 Uhr

Ford GT, Dodge Viper, Corvette

462 Kommentare, 7006 Gefällt-Mir-Angaben, 95 geteilte Inhalte



Abbildung 14: Screenshot GRIP, eigene Darstellung

Z06

Viper

Corvette Z16 wäre noch besser

Ford GT

Viper

Ford Mustang Shelby GT 500

Lieber Mustang, Challenger und Camaro vergleichen, können sich normale Leute noch leisten

Z06 ist toll

GT

Ford GT

Mustang

Ford GT

Z06

Ford GT

Ford GT

Ford GT

Corvette

Corvette

Persönliche Anfrage, dass Ford Raptor getestet werden soll

Im Bericht wurde manches verdreht, Viper ist besser als Ford

Viper

Corvette

Corvette

Corvette

Dodge Viper

Viper

Testet C7 oder neue Dodge Viper

Viper Camaro SS

Ford GT

Viper

Viper

Ford GT

Dodge Viper

Könnt ihr den Maserati Granturismo MC Stradale testen

Viper

Ford

Ford Corvette

Ford

Dodge Viper

Dodge Viper

Hätten ZR1 nehmen sollen

Drei grandiose Autos  
Drei tolle Autos  
Matthias ist der Beste  
Hätten Hennessey Venom sehen sollen  
Grip ist eine tolle Sendung

Positive Kritik an Sendung:  
Grip ist eine tolle Sendung  
Matthias ist der Beste

Inhaltliche Diskussion:  
Z06  
Viper  
Corvette Z16 wäre noch besser  
Ford GT  
Drei tolle Autos

Verbesserungsvorschläge:  
Lieber Mustang, Challenger und Camaro vergleichen, können sich normale Leute noch leisten  
Persönliche Anfrage, dass Ford Raptor getestet werden soll  
Testet C7 oder neue Dodge Viper  
Könnt ihr den Maserati Granturismo MC Stradale testen

**Sechstens: Galileo**

02.06.2014, Stand 11.06.2014, 19:00 Uhr  
2135 Kommentare, 1123 Gefällt-Mir, 1 Mal geteilt



Abbildung 15: Screenshot Galileo, eigene Darstellung

Galileo: konnte leider nicht alle Fragen beantworten

Antwort: Schade, aber auch nicht leicht

Wie viele Sprachen sprichst du

Galileo: Englisch, Spanisch, Französisch, Deutsch

Magst du China?

Galileo: China ist ein tolles Land

Spielst du gerne Fußball?

G: Wenn ich Zeit habe

Fliegst du gerne so viel um die Welt?

G: Ich liebe es, Neues zu entdecken

Wer gewinnt die WM?

G: Ich hoffe wir, aber es wird schwer. Der Beste soll gewinnen

Wie bist du an deinen Beruf gekommen?

G: Ich hatte Glück, ich war Sportjournalist und jemand von Galileo hat mich dann gefragt.

Ist Ihre Arbeit anstrengend und würden Sie es wieder machen?

G: Es ist manchmal sehr anstrengend und gefährlich, aber ich kann mir nur wenige Dinge vorstellen, die ich lieber täte

Was denkt deine Familie über die gefährlichen Dinge?

G: Ich mache immer alles in Absprache mit meiner Familie und lasse die Dinge, die mir zu gefährlich erscheinen.

Wie hast du dich bei den Einsätzen gefühlt?

G: Ich war angespannt.

Hattest du immer Spaß, oder wolltest du auch manchmal nach Hause?

G: meistens hatte ich Spaß, aber es gab auch Momente, in denen ich mich gefragt habe, was ich tue.

Wieso arbeitest du bei Pro7?

G: Weil es mir Spaß macht.

Was war das schlimmste Ereignis?

G: Die Arbeit mit den Polizisten in Tijuana

Könnt ihr mehr über Japan machen?

G: Ich habe viele Filme in Japan gedreht.

Was verdienst du monatlich?

Wie hast du dich in Mexiko am Tatort gefühlt?

Was für Musik hörst du?

Warst du schon in Lebensgefahr?

Wo warst du überall?

Magst du Japan?

Warst du schon in Serbien?

Was war der schlimmste und einsamste Ort?

Keine einzige Frage wurde beantwortet

Wieso beantwortet der meine Frage nicht?

Wäre es nicht sinnvoller, einen Livestream zu machen

Das sind aber viele Fragen

Wann macht ihr wieder eine Reportage über einen Freizeitpark?

Warum müssen Reportagen über Mexiko immer negativ sein?

Was hast du als Ausbildungsberuf gelernt?

Ich habe großen Respekt

Wieso verstehen dich im Ausland alle, obwohl du Deutsch sprichst?

Ich würde gerne mal hinter die Kulissen blicken

In wie vielen Ländern warst du schon?

Kritik zum Video mit dem Thema AddBlocker

Was war das peinlichste Erlebnis?  
Welcher Ausflug war der Beste?  
Bist du glücklich?  
Könnt ihr einen Report zum VideoDay 2014 machen?  
Fragen sind leider untergegangen  
Was war das Schönste für dich bei Galileo  
Was hast du studiert?  
Wo hattest du am meisten Angst?  
Wo wurdest du geboren?

Positive Kritik an Sendung:

Ich habe großen Respekt

Negative Kritik an Sendung:

Keine einzige Frage wurde beantwortet

Inhaltliche Diskussion:

Galileo: konnte leider nicht alle Fragen beantworten

Antwort: Schade, aber auch nicht leicht

Wie viele Sprachen sprichst du:

Galileo: Englisch, Spanisch, Französisch, Deutsch

Magst du China?

Galileo: China ist ein tolles Land

Spielst du gerne Fußball?

G: Wenn ich Zeit habe

Fliegst du gerne so viel um die Welt?

G: Ich liebe es, Neues zu entdecken

Wer gewinnt die WM?

G: Ich hoffe wir, aber es wird schwer. Der Beste soll gewinnen

Wie bist du an deinen Beruf gekommen?

G: Ich hatte Glück, ich war Sportjournalist und jemand von Galileo hat mich dann gefragt.

Ist Ihre Arbeit anstrengend und würden Sie es wieder machen?

G: Es ist manchmal sehr anstrengend und gefährlich, aber ich kann mir nur wenige Dinge vorstellen, die ich lieber täte

Was denkt deine Familie über die gefährlichen Dinge?

G: Ich mache immer alles in Absprache mit meiner Familie und lasse die Dinge, die mir zu gefährlich erscheinen.

Wie hast du dich bei den Einsätzen gefühlt?

G: Ich war angespannt.

Hattest du immer Spaß, oder wolltest du auch manchmal nach Hause?

G: meistens hatte ich Spaß, aber es gab auch Momente, in denen ich mich gefragt habe, was ich tue.

Wieso arbeitest du bei Pro7?

G: Weil es mir Spaß macht.

Was war das schlimmste Ereignis?

G: Die Arbeit mit den Polizisten in Tijuana

Könnt ihr mehr über Japan machen?

G: Ich habe viele Filme in Japan gedreht.

Was verdienst du monatlich?

Wie hast du dich in Mexiko am Tatort gefühlt?

Was für Musik hörst du?

Warst du schon in Lebensgefahr?

Wo warst du überall?

Magst du Japan?

Warst du schon in Serbien?

Was war der schlimmste und einsamste Ort?

Verbesserungsvorschläge:

Wäre es nicht sinnvoller, einen Livestream zu machen

29.05.2014, Stand: 11.06.2014

261 Kommentare, 437 gefällt-mir-Angaben, 1 geteilter Inhalt

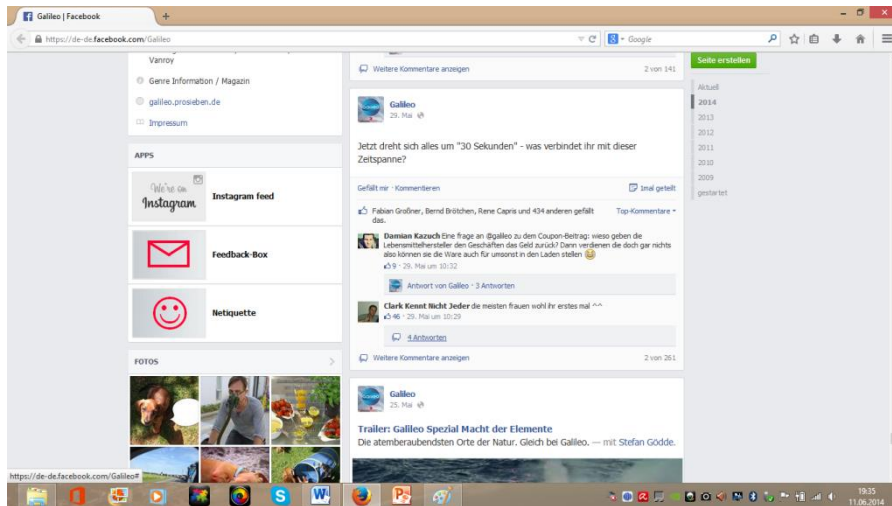


Abbildung 16: Screenshot Galileo, eigene Darstellung

Frage zu dem Coupon-Beitrag: Wieso geben Lebensmittelhersteller den Geschäften das

Geld zurück? Antwort von Galileo: Werbeabsicht, um sich bekannter zu machen

Wenn bei uns 30 Sekunden vergehen, dann vergeht in Afrika eine halbe Minute

30 Seconds to Mars

30 Sekunden können unterschiedlich lang sein

Philosophische Antwort zu 30 Sekunden

Serverrestart nach Battlefield 3

Existenz von Essen

Höchstgrenze der Langzeitbelichtung einer Canon 600D

Habe ich auch gerade gedacht

Beziehung zwischen Bachelor und Siegerkandidatin

Schlafrhythmus im Unterricht

30 Seconds to Mars

30 Seconds to Mars

Das Vergehen von 30 Sekunden

Prominenten-Ehe

Ihr solltet mehr Beiträge bringen, bei denen man etwas lernt

Kritik an Galileo, jede Sendung wird schlechter

30 Seconds to Mars

Eine halbe Minute

Die letzten 30 Sekunden vom Unterricht



Für Schulaufgaben lernen  
Auf dem Crosstrainer zu schwitzen anfangen  
Pause beim Workout  
Halbe Minute  
30 Seconds to Mars  
Keep your light shining  
30 Sekunden  
30 Sekunden bis Handy wieder entsperrt ist  
30 Seconds to Mars  
Auf Bus warten ist kurz, auf heißer Herdplatte sitzen lang  
Spiel namens „A half minute hero“  
Den Bus verpasst  
Händedesinfektion  
Mikrowelle  
Der Knopf an der Mikrowelle  
Die Welt in 30 Sekunden  
30 Seconds to Mars  
Letzte Beziehung  
Nach 30 Sekunden schalte ich in letzter Zeit bei Galileo immer um  
Dann hat Köln gegen Aue das erste Tor geschossen  
Noch 30 Sekunden bis zur Abgabe einer Prüfung  
Durch den Garten heizen  
Mundspülung  
Lernen  
0.5 Minuten  
30 Seconds to Mars  
Leben und Tod  
Keep Your Light Shining  
Sein neues Lieblingslied hören  
Eine Frage an das Galileo-Team  
Aufmerksamkeitsspanne  
Halbe Minute  
Mikrowellen-Intervall

Licht schafft ein sechzehntel seines Weges zur Sonne

Irdische Konstante für Zeit

Halbe Minute

Halbe Minute

Das Leben und den Tod

Galileo war mal gut

Kürzer als 31 Sekunden

Der dünne Zeiger geht von 12 auf 6

Negative Kritik an Sendung:

Ihr solltet mehr Beiträge bringen, bei denen man etwas lernt

Kritik an Galileo, jede Sendung wird schlechter

Galileo war mal gut

Nach 30 Sekunden schalte ich in letzter Zeit bei Galileo immer um

Inhaltliche Diskussion:

Wenn bei uns 30 Sekunden vergehen, dann vergeht in Afrika eine halbe Minute

30 Seconds to Mars

30 Sekunden können unterschiedlich lang sein

Philosophische Antwort zu 30 Sekunden

Serverrestart nach Battlefield 3

Existenz von Essen

Höchstgrenze der Langzeitbelichtung einer Canon 600D

Beziehung zwischen Bachelor und Siegerkandidatin

Schlafrhythmus im Unterricht

Prominenten-Ehe

Keep your light shining

Licht schafft ein sechzehntel seines Weges zur Sonne

Kürzer als 31 Sekunden

Der dünne Zeiger geht von 12 auf 6

03.06.2014, Stand: 14.06.2014, 19:30 Uhr

101 Kommentare, 560 Gefällt-Mir-Angaben, 27 geteilte Inhalte

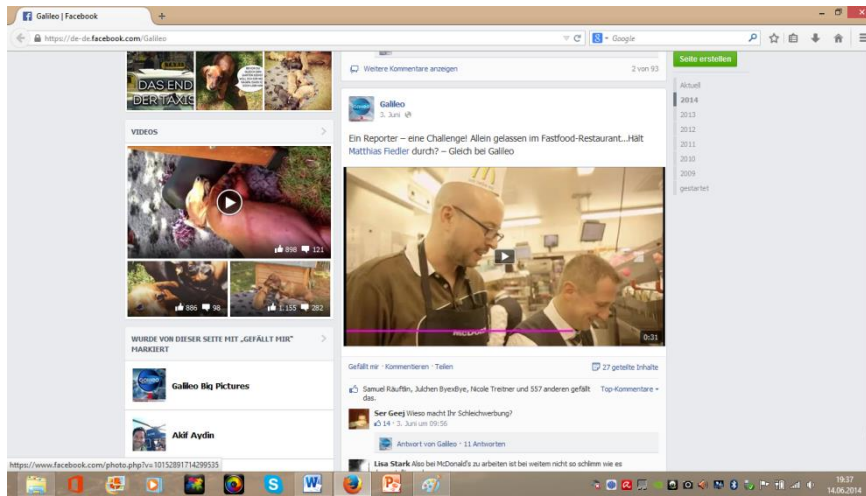


Abbildung 17: Screenshot Galileo, eigene Darstellung

Wieso macht ihr Schleichwerbung?

Antwort von Galileo: Wir machen keine Schleichwerbung

Bei McDonalds zu arbeiten ist nicht so schlimm, wie es dargestellt wurde. Kritik an dem Galileo-Bericht

Diskussionen der Nutz untereinander über Arbeitsbedingungen bei McDonalds

Sehr viel Stress, bei McDonalds zu arbeiten

Darstellung wurde verschönt

Sollten bei McDonalds mit Handschuhen arbeiten

Positive Erfahrung mit McDonalds, hält Lohn für angemessen

Hat sich ungeschickt angestellt

Reporter sollten mal in der Pflege arbeiten

Wieso trägt keiner Handschuhe?

Ohne Kameras läuft das ohnehin anders

Arbeit bei McDonalds ist Ausbeutung

Kritik an Galileo-Beitrag, der zu positiv berichtet hat

Gut gemacht, Mathias

McDonalds ist verschwenderisch

Kritik, dass laut Beitrag sich alle Angestellten an die Zeitvorgaben halten würden

Kritik an dem Beitrag

Zu inhaltslos

Galileo sollte Beitrag über Hatsune Miku machen

Ich werde es gucken

Kritik an McDonalds

Nur ein Trick, um die Geschehnisse der letzten Woche gutzumachen

Beitrag gut gemacht

Gut, dass Mathias die stressige Arbeit zeigt

Sah überfordert aus

Kritik an McDonalds

Werde ich auch mal Galileo-Reporter?

Möchte ich nicht machen

Verpasst. Kann ich es noch einmal anschauen?

Kann ich nicht empfehlen

Sollten Handschuhe verwenden

Kritik an den Beiträgen von Galileo

Bin gespannt

Habe es gesehen

Positive Kritik an Sendung:

Gut gemacht, Mathias

Gut, dass Mathias die stressige Arbeit zeigt

Verpasst. Kann ich es noch einmal anschauen?

Negative Kritik an Sendung:

Wieso macht ihr Schleichwerbung?

Antwort von Galileo: Wir machen keine Schleichwerbung

Bei McDonalds zu arbeiten ist nicht so schlimm, wie es dargestellt wurde. Kritik an dem Galileo-Bericht

Kritik an Galileo-Beitrag, der zu positiv berichtet hat

Zu inhaltslos

Inhaltliche Diskussion:

Diskussionen der Nutz untereinander über Arbeitsbedingungen bei McDonalds

Sehr viel Stress, bei McDonalds zu arbeiten

Wieso trägt keiner Handschuhe?

Ohne Kameras läuft das ohnehin anders

Arbeit bei McDonalds ist Ausbeutung

Verbesserungsvorschläge:

Galileo sollte Beitrag über Hatsune Miku machen

01.06.2014, Stand: 14.06.2014, 19:57 Uhr

70 Kommentare, 192 Kommentare, 16 geteilte Inhalte

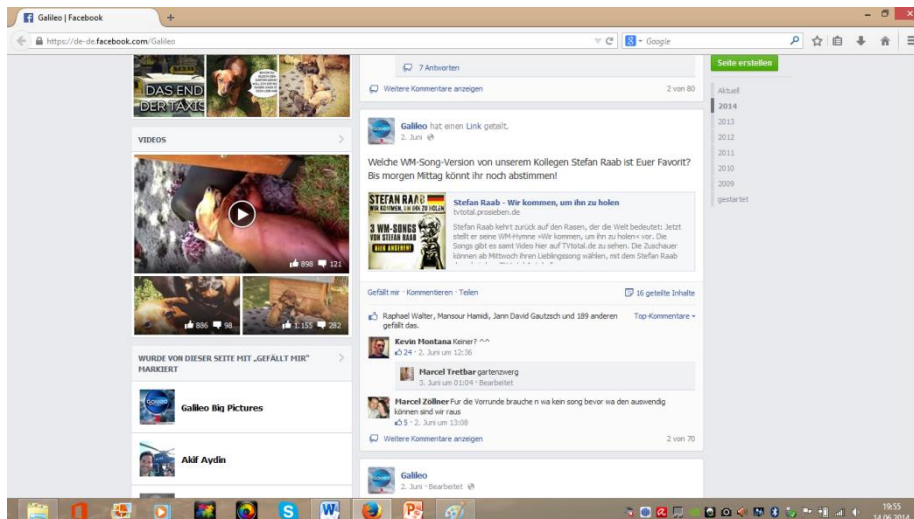


Abbildung 18: Screenshot Galileo, eigene Darstellung

Keiner

Brauchen kein Lied, sind schon vorher ausgeschieden, bevor man den Text auswendig kennt

Keiner

Raab ist zu oft zu sehen

Hat Raab den Sender gekauft?

In den Medien macht doch inzwischen jeder überall mit

Raabstein

Raabstein

Raabstein

Alle schlecht

Von der Comedy gut, gute Texte

Raabstein

Raabstein

Raabstein

Gute Idee, gleich drei Versionen zu produzieren. Aber Kritik am Niveau von TV Total

Niemand macht sich über Rammstein lustig

Kritik an Stefan Raab

Zeitverschwendung

Schon wieder gewonnen, bevor man gespielt hat?

Gar keine

Kein weltmeisterliches Feeling

Raabstein?

Warum keine Reportage über Hatsune Miku?

Italien wird gewinnen

Das zweite ist gut

Alle schlecht

Raabstein

Keins

Finde Gartenzwergeversion gut

Lied ist nicht gut

Vielleicht soll das Lied auch nur unterhaltsam sein

Ich hasse WM-Lieder

Wer ist Stefan Raab?

Der mit Raab

Alle sind gut, alles was der macht, ist super

Inhaltliche Diskussion:

Keiner

Brauchen kein Lied, sind schon vorher ausgeschieden, bevor man den Text auswendig

kennt

Raab ist zu oft zu sehen

Hat Raab den Sender gekauft?

In den Medien macht doch inzwischen jeder überall mit

Raabstein

Von der Comedy gut, gute Texte

Gute Idee, gleich drei Versionen zu produzieren. Aber Kritik am Niveau von TV Total

Niemand macht sich über Rammstein lustig

Kein weltmeisterliches Feeling

Finde Gartenzwergversion gut

Lied ist nicht gut

Vielleicht soll das Lied auch nur unterhaltsam sein

Ich hasse WM-Lieder

Wer ist Stefan Raab?

Verbesserungsvorschläge:

Warum keine Reportage über Hatsune Miku?

### 3. Woche

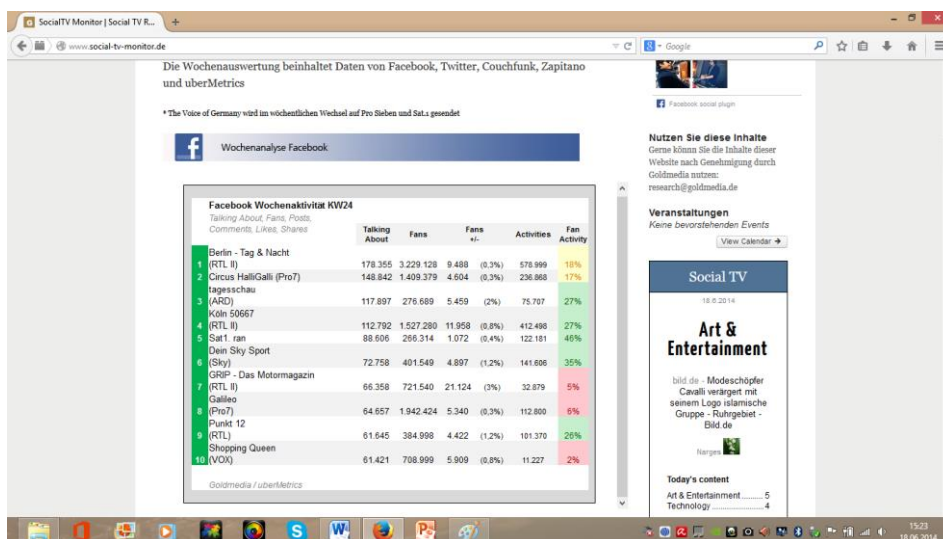


Abbildung 19: Screenshot Social TV-Monitor, eigene Darstellung

**Siebtens: Ran**

18.06.2014, Stand: 21.06.2014, 16:22 Uhr

185 Kommentare, 3403 Gefällt-Mir, 273 geteilte Inhalte

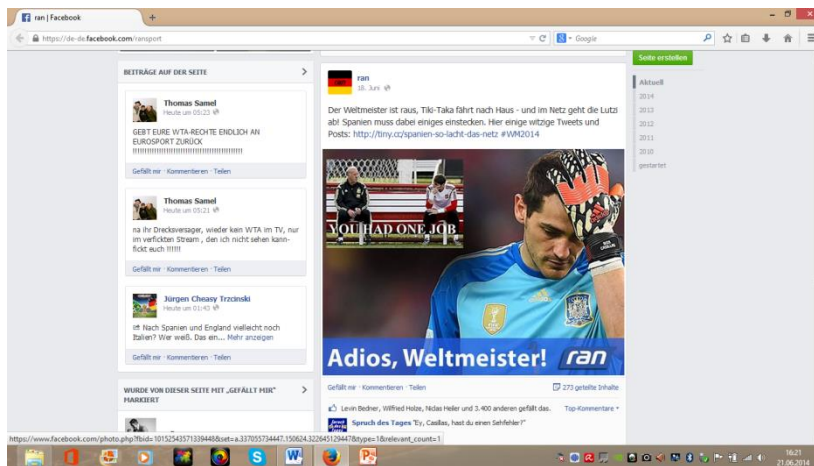


Abbildung 20: Screenshot ran, eigene Darstellung

Witz über Casillas

Lasst Casillas in Ruhe

Antwort von Nutzer: so unschuldig ist der auch nicht, Diskussionen

Habt mehr Respekt vor einem der besten Torhüter, typisch deutsche Mentalität

Antwort: Deutsche können sich nur über Verlierer lustig machen

Kann die Häme nicht nachvollziehen, bodenständiges Team

Antwort: Super Worte

6 Jahre Dominanz sind zu ende, aber es geht weiter

Respekt an Spanien

Häme sehr übertrieben, 6 Jahre hatte Deutschland null Chance, haben mit Anstand verloren

Trotz Schadenfreude nicht zu überheblich sein

Demut vor dem Ausscheiden einer der größten Mannschaften

Bin sicher, dass Spanien in nächsten Jahren zurückkommt

Jeder vergisst, was Casillas in den letzten Jahren geleistet hat

Casillas ist trotzdem der Torhüter

Spanien ist raus

Alles geht mal zu ende

Ist doch klar, dass die Motivation nachlässt

Deutsche sind schlechte Gewinner geworden



Casillas hat seine Konstanz verloren  
Spanien lässt auch einmal die anderen gewinnen  
Kritik an HSV Torwart  
Spanien war schlechter als Griechenland, peinlich  
Traurig  
Immer die besten  
Kommen bei der EM zurück  
Deutschland wird sicher auch noch schlecht spielen  
Spanien hätte die Mannschaft verjüngen müssen  
Es ist nur Fußball, manche führen sich auf wie im Krieg  
Sind nicht mehr so gut  
Kritik an Deutschland  
Man kann nicht jedes Mal Weltmeister werden  
Deutschland wird eh nichts erreichen  
Topleistung von Chile, gute Mentalität  
Es gehört dazu, sich lustig zu machen, aber man sollte es nicht übertreiben  
Antwort: Kritik an den Medien, die Deutschland schon vor dem Spiel als Weltmeister sehen  
Spanien wird stärker zurückkehren, macht euch ruhig lustig  
Jetzt kommt ein Umbruch und dann kehrt Spanien zurück  
Kritik an den Deutschen Fans, die keine guten Gewinner sind  
Arroganz der Deutschen  
Glücklich, dass Favoriten schon in der Vorrunde rausfliegen  
Endlich ist Spanien raus  
Spanien hat als Team versagt  
Tiki-Taka war eine Modeerscheinung  
Überraschungs-WM?  
Keine Mannschaft ist perfekt  
Schadenfreude nicht angebracht  
Wie ist das schön  
Spaniens Zeit ist vorbei, aber sie kommen zurück

Inhaltliche Diskussion:

Witz über Casillas

Lasst Casillas in Ruhe

Habt mehr Respekt vor einem der besten Torhüter, typisch deutsche Mentalität

Kann die Häme nicht nachvollziehen, bodenständiges Team

Casillas ist trotzdem der Torhüter

Spanien ist raus

Alles geht mal zu ende

Deutsche sind schlechte Gewinner geworden

Traurig

Tiki-Taka war eine Modeerscheinung

Sonstige Kategorie:

Es ist nur Fußball, manche führen sich auf wie im Krieg

18.06.2014, Stand: 21.06.2014, 16:47 Uhr

38 Kommentare, 1492 Gefällt-Mir-Angaben, 39 geteilte Inhalte

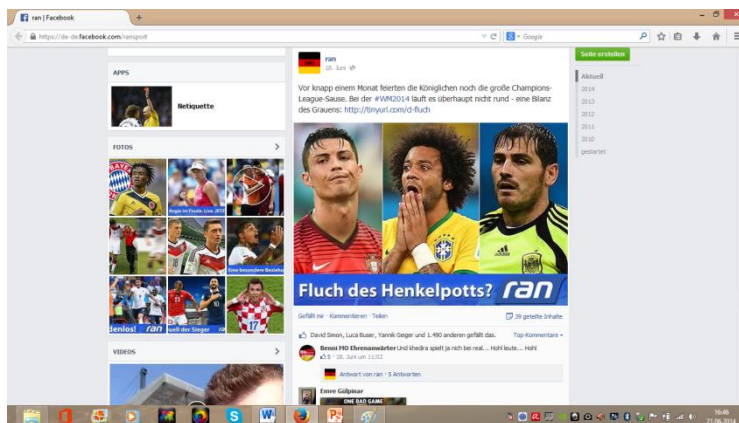


Abbildung 21: Screenshot ran, eigene Darstellung

Khedira spielt ja nicht bei Real, Kritik an dem Sender

Antwort von ran: erst gucken, dann meckern, Khedira ist in der Galerie dabei

Neidische Bayern-Fans

Hat Pepe auch von euch die rote Karte bekommen? Kritik an dem Sender

Benzema und di Maria haben gewonnen, nicht immer nur Real kritisieren, Kritik an Sender

Champions-League inzwischen wertvoller, weil alle guten Spieler dabei sind

Einen haben die vergessen

Kritik an Cristiano Ronaldo

Khedira

Kritik an Real Madrid

Genügend Real-spieler kommen weiter

Marcelo hat auch gewonnen

Ist doch kein Fluch, Kritik an der Wortwahl von Ran

Dann wird Deutschland Weltmeister

Ist so, keine Motivation der Spieler

Negative Kritik an Sendung:

Khedira spielt ja nicht bei Real, Kritik an dem Sender

Antwort von ran: erst gucken, dann meckern, Khedira ist in der Galerie dabei

Hat Pepe auch von euch die rote Karte bekommen? Kritik an dem Sender

Benzema und di Maria haben gewonnen, nicht immer nur Real kritisieren, Kritik an Sender

Ist doch kein Fluch, Kritik an der Wortwahl von Ran

Inhaltliche Diskussion:

Champions-League inzwischen wertvoller, weil alle guten Spieler dabei sind

Kritik an Cristiano Ronaldo

Khedira

Kritik an Real Madrid

Genügend Real-spieler kommen weiter

Dann wird Deutschland Weltmeister

Ist so, keine Motivation der Spieler

Sonstige Kategorie:

Neidische Bayern-Fans

18.06.2014, Stand: 21.06.2014, 16:58 Uhr

90 Kommentare, 2987 Gefällt-Mir-Angaben, 123 geteilte Inhalte



Abbildung 22: Screenshot ran, eigene Darstellung

Beste Spieler der Welt

Erst ausgepiffen, jetzt der Held, Kritik an Bayern-Fans

Führt zu Diskussionen untereinander über Bayern-Fans

Kritik an den Bayern-Hassern

Als Bayern-Fan für die Pfiffe geschämt, hat viel geleistet

Glück, dass Bale nicht spielt, sonst wäre das nicht so

Was redet ihr von Bale? Wird mit der Nationalmannschaft nie große Erfolge erreichen

Spieler von Bayern eben

Robben einer der besten Spieler der Welt

Lustiges Bild

Der fliegende Holländer

Gibt viele gute Spieler auf der Welt

Kritik am Bild

Der schnellste wäre Aubameyang

Respekt an Robben

Ich sprinte schneller als der

Nur weil Bale nicht dabei ist

Glaube nicht, dass Robben schneller ist als Ronaldo

Positive Kritik an Sendung:

Lustiges Bild

Negative Kritik an Sendung:

Kritik am Bild

Inhaltliche Diskussion:

Beste Spieler der Welt

Erst ausgepiffen, jetzt der Held, Kritik an Bayern-Fans

Als Bayern-Fan für die Pfiffe geschämt, hat viel geleistet

Glück, dass Bale nicht spielt, sonst wäre das nicht so

Was redet ihr von Bale? Wird mit der Nationalmannschaft nie große Erfolge erreichen

Der fliegende Holländer

Gibt viele gute Spieler auf der Welt

18.06.2014, Stand: 21.06.2014, 17:08 Uhr

123 Kommentare, 628 Gefällt-Mir, 18 geteilte Inhalte



Abbildung 23: Screenshot ran, eigene Darstellung

Will wohl den Wechsel erzwingen

Kommentare mit Zustimmung, Vergleiche mit anderen Spielern kommen auf

HSV Fans vergessen, was er geleistet hat

Jetzt erst recht nicht wechseln lassen

Mitleid mit dem Spieler

Soll 2 Jahre auf der Bank sitzen beim HSV  
HSV Fans undankbar  
Charakterloser Spieler  
Söldner  
Kann sich Tränen mit Geldscheinen trocknen  
Hat es sich selbst zuzuschreiben  
Macht es viel schlimmer  
Will wohl den Wechsel erzwingen  
Selber Schuld  
Soll sein Geld wie jeder andere auch durch Arbeit verdienen  
Kritik an den Nutzern, die andere angreifen  
Nachvollziehbar, bei dem was einige HSV Fans schreiben  
Wenn er weg will, warum unterschreibt er dann?  
Feige  
Hat wohl den falschen Berater  
Kritik an den Spieler  
Selber Schuld  
Kann einem Leid tun, weil er den falschen Berater hat  
Verbaut sich die Karriere  
Man muss seine Leistung respektieren  
Unsympathisch  
Sollte auf die Bank  
Charakterlos  
Kann ihn verstehen  
Soll gehen, wenn er nicht hundert Prozent gibt  
Kann man sogar verstehen  
Kritik an den Fans  
Soll gehen  
Selber Schuld  
Will den HSV scheinbar unter Druck setzen, um zu gehen  
Will den Wechsel erzwingen  
Ihr seid unfair  
Der HSV macht einem Angst

Kritik an dem Charakter vieler junger Spieler

Selber verschuldet

Kritik am Spieler

Inhaltliche Diskussion:

Will wohl den Wechsel erzwingen

Kommentare mit Zustimmung, Vergleiche mit anderen Spielern kommen auf HSV Fans vergessen, was er geleistet hat

Jetzt erst recht nicht wechseln lassen

Mitleid mit dem Spieler

Soll 2 Jahre auf der Bank sitzen beim HSV

Der HSV macht einem Angst

Unsympathisch

Sonstige Kategorie:

Kritik an den Nutzern, die andere angreifen

Kritik an den Fans

16.04.2014, Stand: 22.06.2014, 16:37 Uhr

38 Kommentare, 1156 Gefällt-Mir-Angaben, 64 geteilte Inhalte

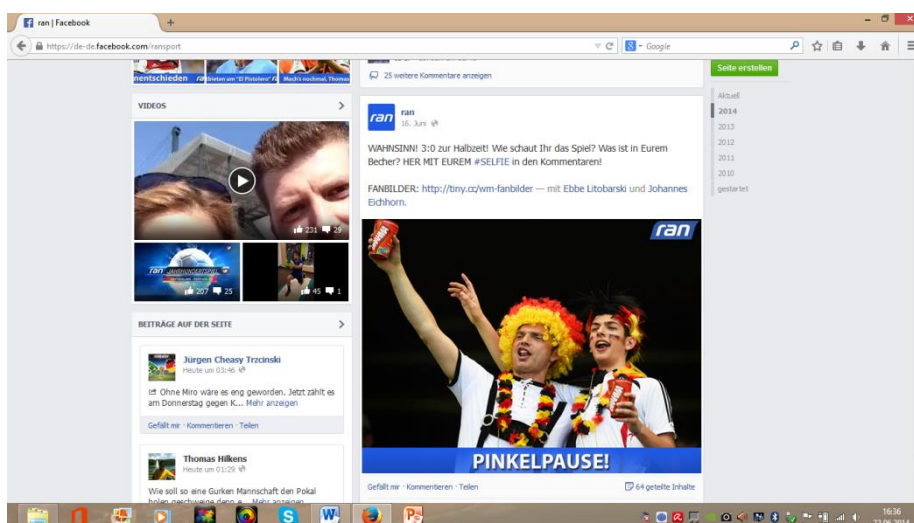


Abbildung 24: Screenshot ran, eigene Darstellung

Im Hörsaal

Kritik an Müller

Hat jemand etwas von Ronaldo gesehen?

Begeistert von Deutschland

Kritik an Eventfans

Tolles Spiel

Portugal ist erschreckend schwach

Gewinnen immer gegen schwache Gegner

Deutschland spielt gut, nicht überragend, Portugal schwach

Wahnsinn

Inhaltliche Diskussion:

Im Hörsaal

Kritik an Müller

Hat jemand etwas von Ronaldo gesehen?

Begeistert von Deutschland

Portugal ist erschreckend schwach

Gewinnen immer gegen schwache Gegner

Sonstige Kategorie:

Kritik an Eventfans

15.06.2014, Stand: 22.06.2014, 16:43 Uhr

11 Kommentare, 606 Gefällt-Mir-Angaben, 4 geteilte Inhalte



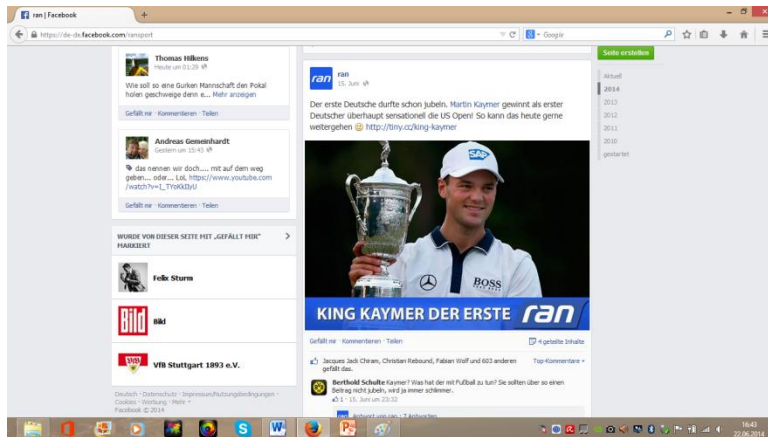


Abbildung 25: Screenshot ran, eigene Darstellung

Was hat Kaymer mit Fußball zu tun?

Antwort von ran: der hat Sportgeschichte geschrieben, das ist erwähnenswert

Bin zwar auch Fußballfan, aber man kann sich auch über andere Sportarten freuen

Herzlichen Glückwunsch

Kritik an Nutzer, seit wann darf ran nicht über andere Sportarten berichten

Held

Als Tennisfan freue ich mich auch, wenn Deutsche im Fußball gewinnen

Positive Kritik an Sendung:

Bin zwar auch Fußballfan, aber man kann sich auch über andere Sportarten freuen

Negative Kritik an Sendung:

Was hat Kaymer mit Fußball zu tun?

Antwort von ran: der hat Sportgeschichte geschrieben, das ist erwähnenswert

Inhaltliche Diskussion:

Herzlichen Glückwunsch

16.06.2014, Stand 22.06.2014 16:53 Uhr

115 Kommentare, 1156 Gefällt-Mir-Angaben, 12 geteilte Inhalte

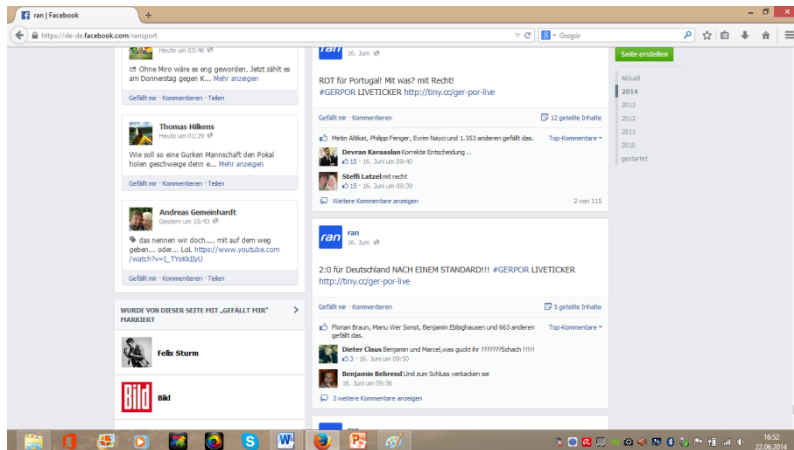


Abbildung 26: Screenshot ran, eigene Darstellung

Korrekte Entscheidung

Mit Recht

Unsportlich

Unmöglich

Klare rote Karte

3:0 für Deutschland

Schiedsrichter pfeift für Deutschland

Kritik an Pepe

Das ist eine Rote Karte

Beste Schiedsrichter-Entscheidung

Plötzlich sind alle für Deutschland

Hoffentlich verletzt sich kein Deutscher

Rot

Schauspielerei von Müller

Man darf anscheinend keine andere Meinung haben

Gerecht

Portugal hat einfach keine Chance

Das war niemals Rot

Klare rote Karte, warum diskutieren wir hier überhaupt?

Kritik an Müller

Selber Schuld

Deutschland wird trotzdem nicht Weltmeister

Fehlentscheidung

Heißt „womit“ und nicht „mit was?“

Lächerlich

Kritik an den Schiedsrichtern bei der Weltmeisterschaft

Schiedsrichter klaut Portugal einen Elfmeter

Bin zufrieden

Alles richtig gemacht

Sehe ich auch so

Super Entscheidung

Deutschland wird Weltmeister

Die Deutschen sind Schauspieler

Glück

Kritik an Deutschland

Negative Kritik an Sendung:

Heißt „womit“ und nicht „mit was?“

Inhaltliche Diskussion:

Korrekte Entscheidung

Mit Recht

Unsportlich

Beste Schiedsrichter-Entscheidung

Plötzlich sind alle für Deutschland

Hoffentlich verletzt sich kein Deutscher

Schauspielerei von Müller

Lächerlich

Verbesserungsvorschläge

Sonstige Kategorie:

Man darf anscheinend keine andere Meinung haben

**Achtens: Circus Halligalli**

18.06.2014 Stand: 24.06.2014 20:40 Uhr

146 Kommentare, 13458 Gefällt-Mir-Angaben, 28 geteilte Inhalte

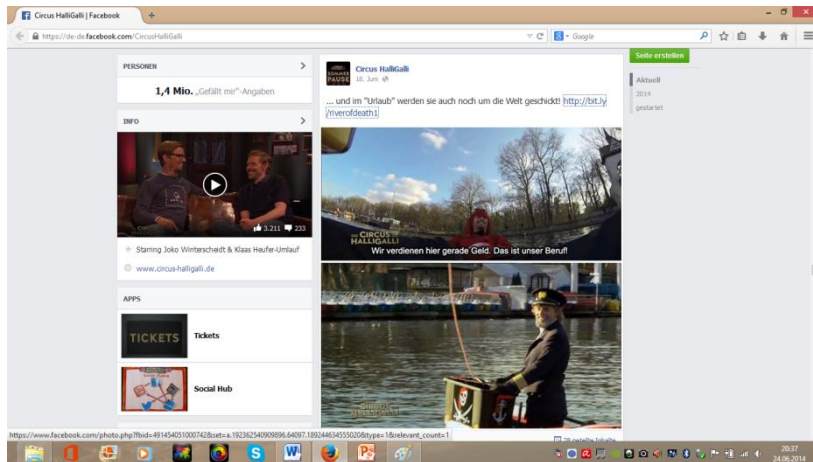


Abbildung 27: Screenshot Circus Halligalli, eigene Darstellung

Lieber so etwas als „Mein bester Feind“  
Kann mir das jeden Tag anschauen  
Tolle Folge  
Gefällt das Bild  
Traumberuf  
Will neue Ausgabe von „Duell um die Welt“  
Will sich bewerben  
Fragt nach neuer Folge „Das Duell um die Welt“  
Fand die Show lustig  
Sollen arbeiten gehen, um Idee vom richtigen Leben zu erhalten  
Ist Sommerpause schon vorbei?  
Will den Beruf auch  
Tolle Folge  
Neidisch auf Joko und Klaas  
Fragt, wie das mit der Bezahlung funktioniert

Positive Kritik an Sendung:  
Lieber so etwas als „Mein bester Feind“  
Kann mir das jeden Tag anschauen  
Tolle Folge

Gefällt das Bild

Traumberuf

Negative Kritik an Sendung:

Sollen arbeiten gehen, um Idee vom richtigen Leben zu erhalten

Inhaltliche Diskussion:

Traumberuf

Verbesserungsvorschläge:

Will neue Ausgabe von „Duell um die Welt“

Sonstige Kategorie:

Ist Sommerpause schon vorbei?

Fragt, wie das mit der Bezahlung funktioniert

17.06.2014 Stand: 24.06.2014 20:50 Uhr

267 Kommentare, 25416 Gefällt-Mir-Angaben, 59 geteilte Inhalte



Abbildung 28: Screenshot Circus Halligalli, eigene Darstellung

Kommentar über Kevin Großkreutz

Hätten das erst sagen sollen, nachdem Deutschland Weltmeister ist

Von Jokos Geld bezahlt

Von Jokos Geld gezahlt (Witz innerhalb der Sendung, der von Fans fortgesetzt wird)

Bezahlt von Jokos Geld

Möchte Thomas Müller mit Photoshop in orthopädischen Schuhen sehen

Hoffentlich von seinem eigenen Geld gezahlt

Witz über Ronaldo

Nicht lustig

Mal neue Witze parat?

Gekauft von Müllers eigenem Geld

Bei der Leistung war es mir klar

Hätte man sich denken können

Möchte auch orthopädische Schuhe haben

Mentos vor und nach dem Spiel

Von Jokos Geld bezahlt

Deswegen war der so gut

Fragt nach Aushalten Public Viewing Teil 2

Wurden von Jokos Geld gesponsert

Müssen wir auch haben

Genial

Bezahlt von Jokos Geld

Sollten wir auch holen

Orthopädische Sandalen

Wunderschön

Ich gucke gerne Circus Halligalli

Ich wusste es

Ein-Mann-Mauer von Jokos Geld bezahlt

Mit Umberto zusammen

Positive Kritik an Sendung:

Genial

Wunderschön

Ich gucke gerne Circus Halligalli

Negative Kritik an Sendung:

Nicht lustig

Mal neue Witze parat?

Inhaltliche Diskussion:

Hätten das erst sagen sollen, nachdem Deutschland Weltmeister ist

Von Jokos Geld gezahlt (Witz innerhalb der Sendung, der von Fans fortgesetzt wird)

Möchte Thomas Müller mit Photoshop in orthopädischen Schuhen sehen

Hoffentlich von seinem eigenen Geld gezahlt

Hätte man sich denken können

Möchte auch orthopädische Schuhe haben

Verbesserungsvorschläge:

Fragt nach Aushalten Public Viewing Teil 2

Sonstige Kategorie

Kommentar über Kevin Großkreutz

Witz über Ronaldo

11.06.2014, Stand: 25.06.2014 20:51 Uhr

469 Kommentare, 20245 Gefällt-Mir-Angaben, 74 geteilte Inhalte

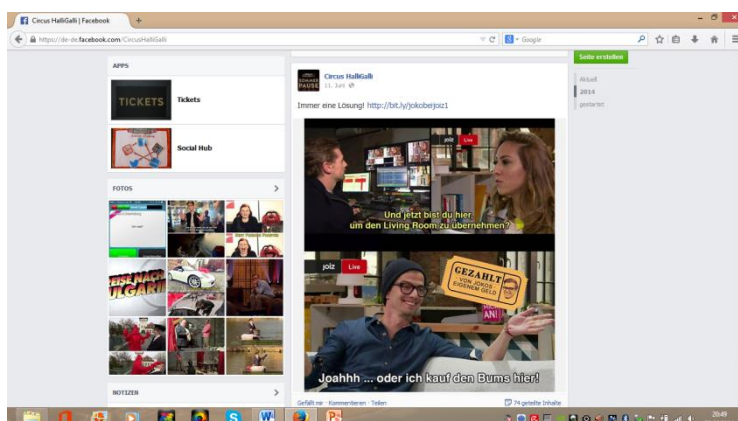


Abbildung 29: Screenshot Circus Halligalli, eigene Darstellung

Geht es nur mir so, oder läuft auf Android 4.4.2 nur die Werbung

Könnte es mir die ganze Zeit anschauen

Einfach immer wieder schön

Finde es immer noch gut

Jedes mal so lachen

Legendär

Der beste Satz

Lustig

Bester Spruch

Hahaha

Voll lustig

Lustig

Vermis es schon

Sommerpause mit Geschichten alter Folgen füllen: keine Lösung

Habe gelacht

Der beste

Genialste Aussage

Überragend

Gemein, aber lustig

Standardspruch, danke Klaas für das neue Stück Kulturgut

Vermisse es so

Dumme Moderatorenfragen

Das war so toll

Gezahlt von Jokos eigenem Geld

Ich hasse die Sommerpause

Positive Kritik an Sendung:

Könnte es mir die ganze Zeit anschauen

Einfach immer wieder schön

Jedes mal so lachen

Vermis es schon

Ich hasse die Sommerpause



Negative Kritik an Sendung:

Geht es nur mir so, oder läuft auf Android 4.4.2 nur die Werbung  
Sommerpause mit Geschichten alter Folgen füllen: keine Lösung  
Dumme Moderatorenfragen

Inhaltliche Diskussion:

Standardspruch, danke Klaas für das neue Stück Kulturgut

Legendär

Der beste Satz

Gezahlt von Jokos eigenem Geld

13.06.2014 Stand: 25.06.2014, 21:08 Uhr

7 Kommentare, 295 Gefällt-Mir-Angaben, 2 geteilte Inhalte

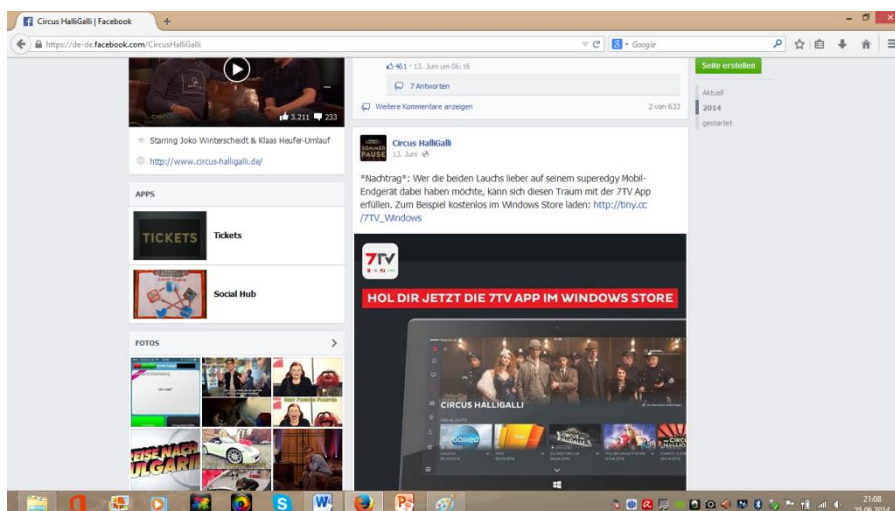


Abbildung 30: Screenshot Circus Halligalli, eigene Darstellung

Hört auf mit dieser Werbung (14 Gefällt-Mir-Angaben)

Die einzelnen Sendungen kosten doch etwas, oder?

Im Playstore gibt es das doch auch schon

Negative Kritik an Sendung:

Hört auf mit dieser Werbung (14 Gefällt-Mir-Angaben)

Die einzelnen Sendungen kosten doch etwas, oder?

Im Playstore gibt es das doch auch schon

13.06.2014, Stand: 25.06.2014, 21:14 Uhr

633 Kommentare, 45092 Gefällt-Mir-Angaben, 422 geteilte Inhalte

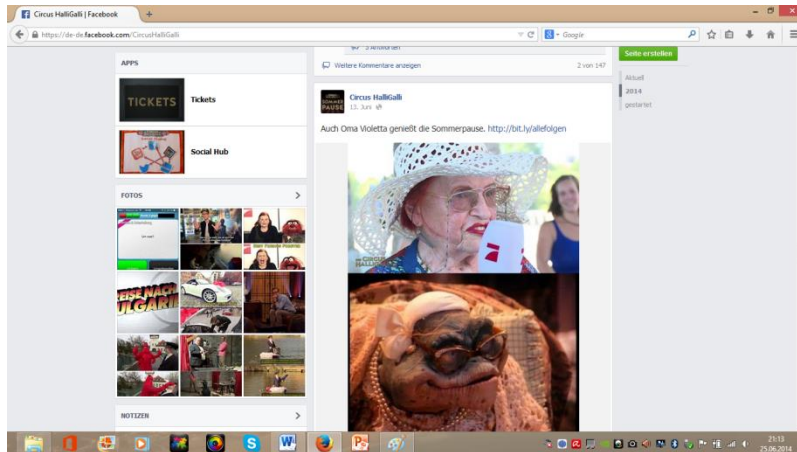


Abbildung 31: Screenshot Circus Halligalli, eigene Darstellung

Pro7 Maxx soll die Dinos ins Programm nehmen

Verstehe nicht, was an der witzig ist

Jetzt weiß ich, woher ich Violetta kenne

Evolutionstheorie damit in Teilen widerlegt

Hahaha, toll

Sie sieht besser aus als vorher

Jetzt weiß ich, woher sie mir so bekannt vorkommt

Perfekt

Die gute alte Ethel Philipps, fand es immer witzig, wenn sie Earl geärgert hat

Lustig

Unsere Lieblingsoma

Lustig

Lustig

Ethel Philipps

Die Oma von den Dinos

Habe mich immer gefragt, an wen sie mich erinnert, danke Facebook

Ähnlichkeit ist verblüffend

Kritik an Violetta, sollte aus der Sendung genommen werden

Vermisse die Dinos

Lustig

Wir lieben sie

Hahaha

Kein Unterschied

Beste

Ihr kritisiert die arme Frau

Böse, böse

Wie gleich

Hahaha

Beste

Die alte Morla

Lachen + Gänsehaut + Folge Dinos gucken

Kritik an dem Vergleich, kann nichts für ihren Blick

Sehr lustig

Überlege mir, die Serie die Dinos anzuschaffen

Gefällt mir

Gute Ähnlichkeit

Habe Ewigkeiten überlegt, an wen sie mich erinnert

Ähnlichkeiten enorm

Beides hat meine Kindheit geprägt

Fies, aber gut

Die Dinos ist die beste Serie

Passender Vergleich

Wie gemein

Ihr seid fies

Wir genießen die Sommerpause aber nicht

Oberguter Vergleich

Das waren noch Zeiten, als die Dinos im TV kamen

Positive Kritik an Sendung:

Sie sieht besser aus als vorher

Wir lieben sie

Lustig

Wir genießen die Sommerpause aber nicht

Negative Kritik an Sendung:

Verstehe nicht, was an der witzig ist

Kritik an Violetta, sollte aus der Sendung genommen werden

Inhaltliche Diskussion:

Jetzt weiß ich, woher ich Violetta kenne

Evolutionstheorie damit in Teilen widerlegt

Die gute alte Ethel Philipps, fand es immer witzig, wenn sie Earl geärgert hat

Unsere Lieblingsoma

Habe mich immer gefragt, an wen sie mich erinnert, danke Facebook

Vermisse die Dinos

Die alte Morla

Ähnlichkeiten enorm

Beides hat meine Kindheit geprägt

Die Dinos ist die beste Serie

Sonstige Kategorie:

Überlege mir, die Serie die Dinos anzuschaffen

**Neuntens: Tagesschau**

18.06.2014, Stand: 29.06.2014, 16:36 Uhr

56 Kommentare, 33 Gefällt-Mir-Angaben,

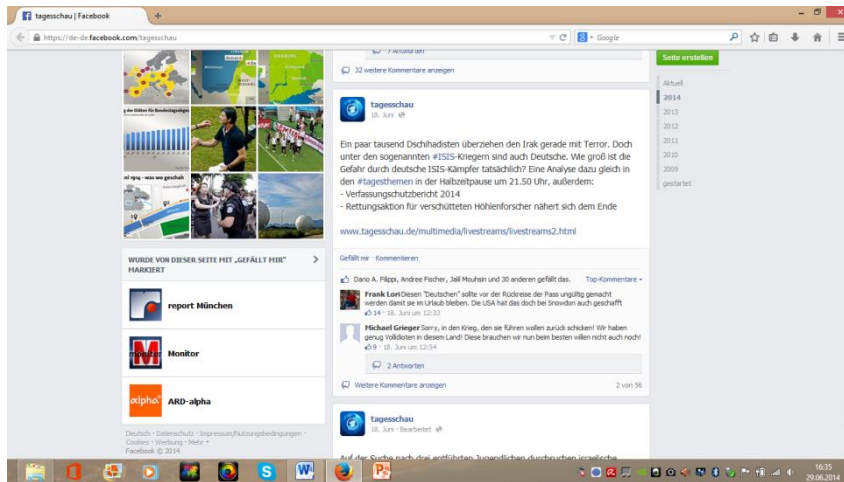


Abbildung 32: Screenshot Tagesschau, eigene Darstellung

Forderung, dass diesen „Deutschen“ der Pass für ungültig erklärt wird

Sollten in den Krieg zurückgeschickt werden

Sind keine Deutschen, haben höchstens deutschen Pass

Deutsche Dschihadisten sind auch bei Facebook

Hat nichts mit Religion zu tun

Nach Halbzeitpause riecht nach Propaganda, Hetze gegen Islam, distanziert sich von diesen Gruppen

Nur Propaganda, die wahren Terroristen sind die Politiker der USA

Gibt auch in Deutschland Menschen, die gerne Krieg spielen möchten

Kritik an den Menschen und dem Niveau bei Facebook

Leuten die Staatsbürgerschaft entziehen

Überziehen diese Dschihadisten ebenfalls Syrien mit Terror

Ironische Bemerkung, dass nicht der Islam, sondern die bösen Deutschen wieder einmal Schuld sind

Ist doch egal, woher sie kommen

Kritik, dass eine Demonstration von friedlichen Exil-Syrern gezeigt wird, anstelle der

Salafisten, anschließend Bilder einer Koranverteilung durch Salafisten, ähnliche

Propaganda wie bei der Assad-Regierung, Kritik an der Tagesthemen-Redaktion: hat an die Tagesthemen Redaktion geschrieben

Vorsätzliche Desinformation, friedliche Demonstration gegen Assad gleichgesetzt mit Dschihadisten

Eine Abschreckung von den Medien

Kritik an den Islamisten

Quatsch, Islam ist friedliche Religion, auch in Deutschland sind Muslime liberal

Wer in den Krieg möchte, braucht nur bei der Bundeswehr anheuern, da werden Leute gesucht

Die Gefahr vor Terroristen ist sehr groß, solange unsere Regierung sie unterstützt und Unruhe stiftet

Was ist bloß los? Eben noch Freiheitskämpfer und jetzt Dschihadisten? Kann nur mit Putin zu tun haben

5 Minuten Höhlenrettung, 10 Minuten Fußball und eine Minute sonstige Konflikte, wann hat das öffentlich rechtliche Fernsehen seinen Informationsauftrag verkauft?

Kann das Wort Terror in den Medien nicht mehr hören

Die USA kann das doch mit Drohnen machen, klappt doch sonst auch immer (wohl ironisch)

Berichte helfen hier nicht

Eine Million verrückter Kreationisten in Europa? Wer regt sich über die auf?

Kritik an deutschen Politikern, kein Wunder, dass sich immer mehr Leute den extremen Hetzern zuwenden, ein großes Potenzial an Enttäuschten

Was die Typen in Syrien angerichtet haben, hat die Medien scheinbar nicht interessiert  
Schützt der Verfassungsschutz die Verfassung eigentlich auch?

Wo war die NSA bei den deutschen Dschihadisten?

Echten Terroristen sind Amerika

Woher weiß die Tagesschau, dass auch Deutsche unter den Dschihadisten sind?

Negative Kritik an der Sendung:

5 Minuten Höhlenrettung, 10 Minuten Fußball und eine Minute sonstige Konflikte, wann hat das öffentlich rechtliche Fernsehen seinen Informationsauftrag verkauft?

Inhaltliche Diskussion:

Forderung, dass diesen „Deutschen“ der Pass für ungültig erklärt wird

Sollten in den Krieg zurückgeschickt werden

Sind keine Deutschen, haben höchstens deutschen Pass

Deutsche Dschihadisten sind auch bei Facebook

Hat nichts mit Religion zu tun

Nach Halbzeitpause riecht nach Propaganda, Hetze gegen Islam, distanziert sich von diesen Gruppen

Nur Propaganda, die wahren Terroristen sind die Politiker der USA

Gibt auch in Deutschland Menschen, die gerne Krieg spielen möchten

Ironische Bemerkung, dass nicht der Islam, sondern die bösen Deutschen wieder einmal Schuld sind

Ist doch egal, woher sie kommen

Kritik, dass eine Demonstration von friedlichen Exil-Syrern gezeigt wird, anstelle der Salafisten, anschließend Bilder einer Koranverteilung durch Salafisten, ähnliche Propaganda wie bei der Assad-Regierung, Kritik an der Tagesthemen-Redaktion: hat an die Tagesthemen Redaktion geschrieben

Vorsätzliche Desinformation, friedliche Demonstration gegen Assad gleichgesetzt mit Dschihadisten

Eine Abschreckung von den Medien

Was ist bloß los? Eben noch Freiheitskämpfer und jetzt Dschihadisten? Kann nur mit Putin zu tun haben

Die USA kann das doch mit Drohnen machen, klappt doch sonst auch immer (wohl ironisch)

Berichte helfen hier nicht

Eine Million verrückter Kreationisten in Europa? Wer regt sich über die auf?

Kritik an deutschen Politikern, kein Wunder, dass sich immer mehr Leute den extremen Hetzern zuwenden, ein großes Potenzial an Enttäuschten

Was die Typen in Syrien angerichtet haben, hat die Medien scheinbar nicht interessiert  
Schützt der Verfassungsschutz die Verfassung eigentlich auch?

Wo war die NSA bei den deutschen Dschihadisten?

Echten Terroristen sind Amerika

Sonstige Kategorie:

Kritik an den Menschen und dem Niveau bei Facebook

Woher weiß die Tagesschau, dass auch Deutsche unter den Dschihadisten sind?

16.06.2014, Stand: 29.06.2014, 21:13 Uhr

41 Kommentare, 201 Gefällt-Mir-Angaben, 32 geteilte Inhalte

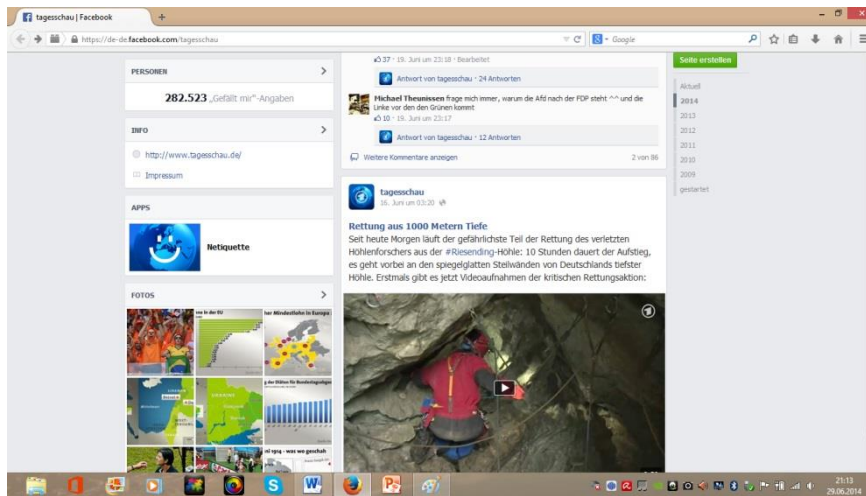


Abbildung 33: Screenshot Tagesschau, eigene Darstellung

Wer bezahlt das Ganze? Der Verursacher?

Immer dieses „Wer bezahlt das?“ Kann man zur Not im Internet herausfinden,

Hauptsache alle kommen da heil wieder raus: 39 Gefällt-Mir

Respekt vor der Leistung der Beteiligten

Dummheit ist ein Menschenrecht

Wichtig, dass den Helfern Respekt entgegengebracht wird

Respekt an die Retter

Bete, dass es gelingt

Tolle Leistung von den Menschen, die in den Berg einsteigen, das kann nicht jeder aufgrund der Luft

Wahnsinn, was die leisten

Wenige beherrschen solch ein Handwerk

Höhlenforscher haben mehr Recht, gerettet zu werden, als die ganzen Touristen

Tolle Leistung

Weltklasse Leistung

Hoffe, allen geht es gut

Der Meinung, dass die Nachricht so aufgebauscht wird, weil ein „Happy End“

wahrscheinlich ist

Selbst Schuld



Sollen ihm die Rechnung schicken

Wünsche mir Gottes Segen für alle. Kann die Frage nicht nachvollziehen, wie viel ein Menschenleben kosten sollte

Respekt den Rettern

Respekt an die Helfer

Schön, dass der Mensch gerettet wird, möchte mir das aber nicht wochenlang ansehen

Schicke ihm viel Geduld und Kraft

Inhaltliche Diskussion:

Wer bezahlt das Ganze? Der Verursacher?

Immer dieses „Wer bezahlt das?“ Kann man zur Not im Internet herausfinden,

Hauptsache alle kommen da heil wieder raus: 39 Gefällt-Mir

Respekt vor der Leistung der Beteiligten

Dummheit ist ein Menschenrecht

Wichtig, dass den Helfern Respekt entgegengebracht wird

Höhlenforscher haben mehr Recht, gerettet zu werden, als die ganzen Touristen

Selbst Schuld

Sollen ihm die Rechnung schicken

13.06.2014, Stand: 29.06.2014, 21:27 Uhr

236 Kommentare, 575 Gefällt-Mir, 141 geteilte Inhalte

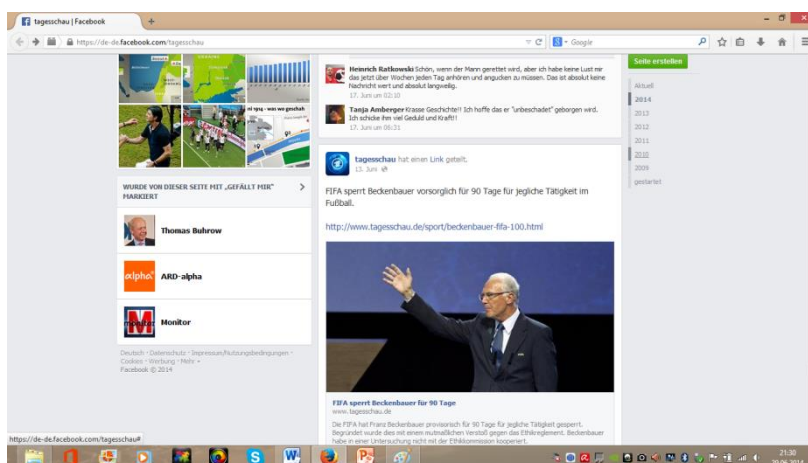


Abbildung 34: Screenshot Tagesschau, eigene Darstellung

MAFIFA (46 Gefällt-Mir)

Wenn schon FIFA und Ethikreglement steht; FIFA sollte sich selbst außer Betrieb nehmen (89 Gefällt-Mir)

Dachte erst, das wäre vom Postillon (26 Gefällt-Mir)

Kritik an der FIFA

FIFA auflösen

Unverständlich

Beckenbauernopfer

Wie viel Millionen hat er wohl von Katar erhalten?

Sperrt lieber Blatter

Habe stark gelacht

Blatter mitsperren

FIFA und WM ist ein Witz

Korrupte FIFA soll vor Beckenbauer niederknien

Dann gehört Blatter erst recht gesperrt

Sperrt Blatter lebenslang

90 Jahre für Blatter

Dann kann Löw ihn gar nicht einwechseln

Kritik am „mutmaßlichen Verstoß“, sperrt Blatter

Weg von Kaiser zu Korruption wohl nicht weit

Willkommen in der realen Welt, Herr Beckenbauer

Fußball abschaffen und solchen Leuten kein Forum bieten

Kritik an Blatter

Die FIFA hat ein Ethikreglement?

Nur weil er einen englischen Fragebogen beantworten musste, Ironischer Kommentar,

Mitleid mit Beckenbauer

Uli, mach mal ein Bett frei (3 Gefällt Mir Angaben)

Die FIFA sollte sich selbst sperren (8 Gefällt mir Angaben)

FIFA? Ethik? Beckenbauer? Wie soll das zusammenpassen?

FIFA sind Steuerhinterzieher

FIFA und Ethik, wie geht das?

Ist Deutsch jetzt verboten und illegal, Unverständnis

Nur 90 Tage?

FIFA und Ethik ist ein Widerspruch

Blatter weg

Sperre ein Witz

Großteil der Kommentierenden hat Artikel nicht gelesen

Noch ein Korrupter

Kritik an der FIFA

Dumme Erklärung von Beckenbauer

FIFA ist Mafia

„Mutmaßlicher Verstoß“ ist schon fragwürdig

Kritik an Fußball

Frech Intrigant Furchtbar Arrogant = FIFA!

Blatter soll gesperrt werden

Warum will er nicht auf Englisch antworten? Eine Schande

Hinterhältig, wiederholter Versuch, Deutschland zu diskreditieren, will Macht in Asien und Afrika verbessern

Kritik an FIFA

Dachte schon, Gag vom Postillon

Ethik-Kommission und FIFA?

Kritik an FIFA

Ablenkungsmanöver?

90 Prozent der FIFA Funktionäre korrupt

Lebenslang sperren

Kann ich mir gut vorstellen

Blatter hat wohl Angst

Richtig so

Wenn jetzt jeder wegen mutmaßlichen Verstößen gesperrt wird, dann gute Nacht

Würde mir von der FIFA nichts vorschreiben lassen

Da will jemand Gegner aus dem Weg räumen

Provisorisch unpassendes Wort

Guter Witz

Inhaltliche Diskussion:

MAFIFA (46 Gefällt-Mir)

Wenn schon FIFA und Ethikreglement steht; FIFA sollte sich selbst außer Betrieb nehmen (89 Gefällt-Mir)

Dachte erst, das wäre vom Postillon (26 Gefällt-Mir)

Kritik an der FIFA

FIFA auflösen

Unverständlich

Beckenbauernofper

Wie viel Millionen hat er wohl von Katar erhalten?

Sperrt lieber Blatter

Habe stark gelacht

Blatter mitsperren

FIFA und WM ist ein Witz

Korrupte FIFA soll vor Beckenbauer niederknien

Dann gehört Blatter erst recht gesperrt

Dann kann Löw ihn gar nicht einwechseln

Sonstige Kategorie:

Großteil der Kommentierenden hat Artikel nicht gelesen

15.06.2014, Stand: 30.06.2014, 16:23 Uhr

50 Kommentare, 112 Gefällt-Mir-Angaben, 23 geteilte Inhalte



Abbildung 35: Screenshot Tageschau, eigene Darstellung

Der Islam ist und bleibt eine Gefahr. Säkularer Staat ist gerechter (9 Gefällt-Mir-Angaben)

Islamfeindlichen Kommentare sind peinlich, von Menschen, die im friedlichen Deutschland ohne echte Probleme an der Tastatur sitzen (6 Gefällt-Mir-Angaben)

Woher haben die denn die ganzen Waffen?

Man weiß nicht, ob der Reporter in Kairo oder Bagdad ist, man sieht immer nur die drei obligatorischen Palmen

USA sind verantwortlich für das Desaster. Nicht verwunderlich, dass sich die Rebellenorganisation ISIS bildet

Kriegstreiberisch sind die westlichen Staaten. An der Statistik kann man sehen, was für Mörder die westlichen Staaten sind. Lasst sie ihre Probleme alleine lösen. Kritik an der ISIS. Die demokratischsten im Nahen Osten sind die Kurden

Die ISIS sind krank

Amerikaner haben den Irak völlig zerstört

Kurden sind auch mehrheitlich Sunniten wie ISIS

Irak: viele verschiedene Kulturen bislang friedlich gelebt, doch durch falsche Politik ist Situation außer Kontrolle geraten

Gut, dass WM ist und niemand die Frage stellt, welche Rolle Deutschland bei der Aufrüstung der Terroristen spielt

Dank Kurden kommen die Iraker weiter

„offenbar“ bedeutet, dass man nichts genaues weiß

Dachte, ISIS wären syrische Rebellen

Ihr wisst, dass der Iran Shiiten sind

Totaler Witz, von wegen der Irak sei stabil

Das interessiert mich nicht

Wo ist die Nation, die für dieses Chaos verantwortlich ist

Wo sind die Drohnen, wenn man sie braucht?

Die Ruhe vor dem Sturm

Immer diese Behauptungen, dass die Sunniten im Irak ausgegrenzt sind, ich kann mir nicht vorstellen, dass die kurdischen Truppen mit den Irakern gegen die ISIS vorgegangen sind

Zweifelt an den Worten offenbar, vermutlich, glaubt daher nicht an den Wahrheitsgehalt

Anstatt die Fußball WM zu verfolgen, werden Menschen von Terroristen verschleppt

Negative Kritik an Sendung:

Man weiß nicht, ob der Reporter in Kairo oder Bagdad ist, man sieht immer nur die drei obligatorischen Palmen

Inhaltliche Diskussion:

Der Islam ist und bleibt eine Gefahr. Säkularer Staat ist gerechter (9 Gefällt-Mir-Angaben)

USA sind verantwortlich für das Desaster. Nicht verwunderlich, dass sich die Rebellenorganisation ISIS bildet

Kriegstreiberisch sind die westlichen Staaten. An der Statistik kann man sehen, was für Mörder die westlichen Staaten sind. Lasst sie ihre Probleme alleine lösen. Kritik an der ISIS. Die demokratischsten im Nahen Osten sind die Kurden

Die ISIS sind krank

Amerikaner haben den Irak völlig zerstört

Kurden sind auch mehrheitlich Sunniten wie ISIS

Irak: viele verschiedene Kulturen bislang friedlich gelebt, doch durch falsche Politik ist Situation außer Kontrolle geraten

Dachte, ISIS wären syrische Rebellen

Ihr wisst, dass der Iran Shiiten sind

Totaler Witz, von wegen der Irak sei stabil

Die Ruhe vor dem Sturm

Immer diese Behauptungen, dass die Sunniten im Irak ausgegrenzt sind, ich kann mir nicht vorstellen, dass die kurdischen Truppen mit den Irakern gegen die ISIS vorgegangen sind

Zweifelt an den Worten offenbar, vermutlich, glaubt daher nicht an den Wahrheitsgehalt

Anstatt die Fußball WM zu verfolgen, werden Menschen von Terroristen verschleppt

Sonstige Kategorie:

Islamfeindlichen Kommentare sind peinlich, von Menschen, die im friedlichen Deutschland ohne echte Probleme an der Tastatur sitzen (6 Gefällt-Mir-Angaben)

14.06.2014, Stand: 30.06.2014, 16:46 Uhr

15 Kommentare, 15 Gefällt-Mir-Angaben

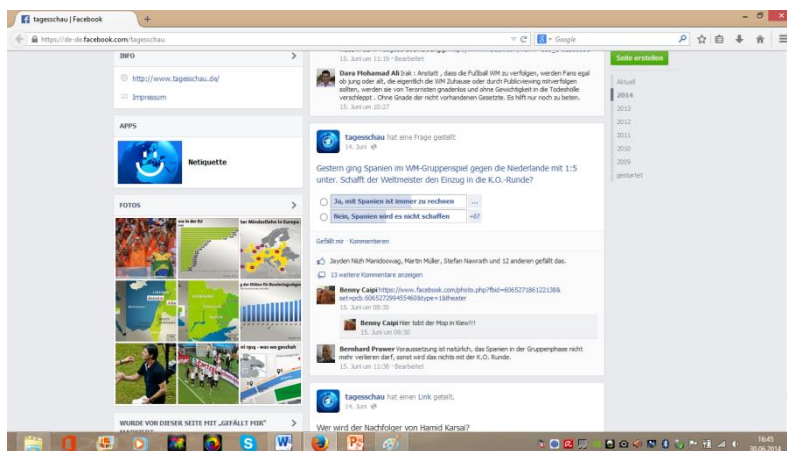


Abbildung 36: Screenshot Tagesschau, eigene Darstellung

Nein

Gibt wichtigeres, als über die Mafia FIFA und ihre Gladiatoren zu berichten (6 Gefällt-Mir-Angaben)

Frage zur WM, aber nicht zu TTIP, Ukraine, Erfolg der Rechten bei Europawahl, Rüstungsexporten an Länder, die die ISIS finanzieren? (3 Gefällt-Mir-Angaben)

In Brasilien werden Leute erschossen und aus den Armutsvierteln vertrieben, um dem Westen ein heiles Brasilien vorzugaukeln. WM wird boykottiert

Ist immer noch WM?

Gibt wichtigere Fragen: Antwort von Tagesschau: stimmt, mit denen beschäftigen wir uns auch auf tagesschau.de und in unseren Sendungen

Macht euch lächerlich, weil ihr Nachrichten nur auf Facebook lest

In der Welt passiert Wichtigeres

Spanien darf in der Gruppenphase nicht mehr verlieren

Negative Kritik an der Sendung:

Gibt wichtigeres, als über die Mafia FIFA und ihre Gladiatoren zu berichten (6 Gefällt-Mir-Angaben)

Frage zur WM, aber nicht zu TTIP, Ukraine, Erfolg der Rechten bei Europawahl, Rüstungsexporten an Länder, die die ISIS finanzieren? (3 Gefällt-Mir-Angaben)

In Brasilien werden Leute erschossen und aus den Armutsvierteln vertrieben, um dem Westen ein heiles Brasilien vorzugaukeln. WM wird boykottiert

Ist immer noch WM?

Gibt wichtigere Fragen: Antwort von Tagesschau: stimmt, mit denen beschäftigen wir uns auch auf tageschau.de und in unseren Sendungen

Inhaltliche Diskussion:

Nein

Spanien darf in der Gruppenphase nicht mehr verlieren

Sonstige Kategorie:

Macht euch lächerlich, weil ihr Nachrichten nur auf Facebook lest

14.06.2014, Stand: 30.06.2014, 16:54 Uhr

12 Kommentare, 20 Gefällt-Mir-Angaben

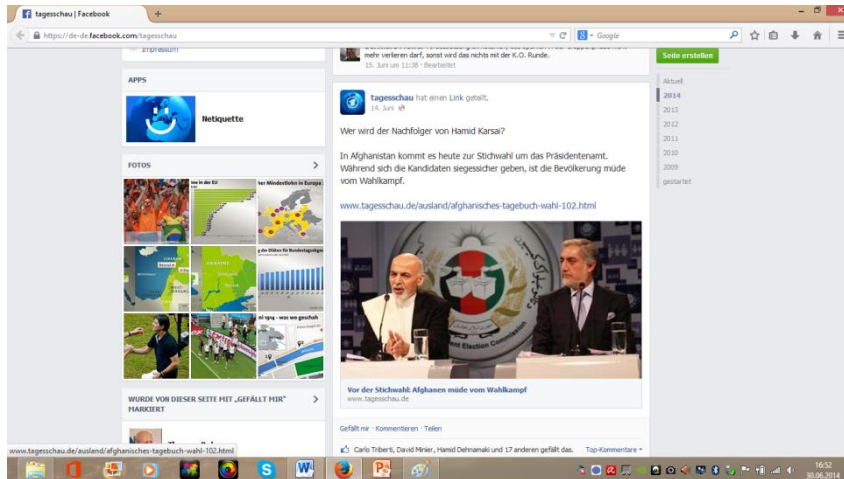


Abbildung 37: Screenshot Tagesschau, eigene Darstellung

Man sollte aufhören, diesen Ländern unsere Vorstellung von Demokratie aufzuzwingen, bin schon lange von unseren Medien enttäuscht, Berichterstattung in Europa nur eine große Lüge

Erstaunlich, wie oberflächlich und falsch die Medien berichten

US-Regierung sponsert beide, Bevölkerung wird sich gegen beide wenden



Hoffentlich Gauck

Bedeutungslos, wer Bürgermeister von Kabul wird

Und dann Demokratie?

Pseudowahlen

Wäre bei so einem Bericht interessant, zu erfahren, welche Ziele die beiden verfolgen  
(eine Gefällt-Mir-Angabe)

Frage ist, wen von beiden die Taliban als erstes aufknüpft

Stichwahl zwischen Korruption und Korruption

Negative Kritik an der Sendung:

Man sollte aufhören, diesen Ländern unsere Vorstellung von Demokratie aufzuzwingen,  
bin schon lange von unseren Medien enttäuscht, Berichterstattung in Europa nur eine  
große Lüge

Erstaunlich, wie oberflächlich und falsch die Medien berichten

Inhaltliche Diskussion:

US-Regierung sponsert beide, Bevölkerung wird sich gegen beide wenden

Hoffentlich Gauck

Bedeutungslos, wer Bürgermeister von Kabul wird

Und dann Demokratie?

Pseudowahlen

Verbesserungsvorschläge:

Wäre bei so einem Bericht interessant, zu erfahren, welche Ziele die beiden verfolgen  
(eine Gefällt-Mir-Angabe)

### **Eidesstattliche Versicherung**

„Ich versichere, die vorliegende Arbeit selbstständig 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.“

Bad Oldesloe, 22.07.2014

Niklas Möller

