

Fachhochschule Trier

University of Applied Sciences

Fachbereich Gestaltung

Bachelorarbeit

im Studiengang „Intermediales Design“

soverview

Konzeption und Entwurf eines User Interface für den Fernsehkonsum

Prüfer: Prof. Tom Hirt

vorgelegt von: David Lauer

Matrikel-Nr: 946821

E-Mail: lauerd@fh-trier.de

Trier, der 18.07.2012

Inhaltsverzeichnis

Einleitung	3	Farbe	25
Fernsehen und Internet im Wandel der Zeit	4	Typografie	26
Parallelnutzung von Fernsehen und Social Media	5	Icons	27
Social-TV und der Second-Screen Approach	6	Logo	28
Analyse	7	Interface	31
Social-TV-Applikationen für das iPad	8	Quellenverzeichnis	45
Zusammenfassung und Problemstellung	17	Impressum	46
Entwurf	18		
Kreatividee und Ziel	19		
Anforderungen und Aufbau der Applikation	20		
Scribbles	21		
Rastergestaltung	23		
Layout	24		

Einleitung

Einleitung

Fernsehen und Internet im Wandel der Zeit

Das Fernsehen als Massenmedium hat sich seit den 1950er Jahren zum Leitmedium entwickelt. In Deutschland haben 95% der Haushalte ein Fernsehgerät, 40% davon sogar zwei oder mehr. Das Fernsehen ist ein wichtiger Bestandteil des Alltags und strukturiert bei vielen den Tagesablauf.¹ Durch die gesellschaftliche Entwicklung und den Einzug des Internets in den Alltag wurde diese Strukturierung teilweise aufgebrochen, da durch das Internet eine Orts- und zeitbeschränkung für den Medienkonsum nicht mehr gegeben ist.

Das Internet bietet eine neue Verbreitungsmöglichkeit von Bewegtbildern, die in Konkurrenz zur klassischen Nutzungs- und Verbreitungsform des Fernsehens tritt und neue Möglichkeiten und Vorteile bietet. Es wird erwartet, dass in wenigen Jahren die Einschaltquoten des herkömmlichen Fernsehen durch Internetfernsehen ersetzt werden.

Insbesondere bei jungen Menschen nimmt die Bedeutung des herkömmlichen Fernsehens zugunsten des Internets ab. Aus diesem Grund gilt das Internet bei vielen Experten als eine der größten Veränderungen des Informationswesens mit Auswirkungen auf die Bereiche des alltäglichen Lebens.²

Laut einer Studie der European Interactive Advertising Association nutzen deutsche Jugendliche im Alter von 16 bis 24 Jahren das Internet häufiger als Nachrichtenquelle als das Fernsehen.³

Eine weitere Studie der Management-Beratung Accenture besagt, dass junge Zuschauer auf Videoplattformen abwandern und regelmäßig Film- und Fernsehtitel im Internet konsumieren.⁴ Hauptursache dafür sind vor allem die starren Sendezeiten beim Fernsehen sowie wachsende On-Demand-Angebote und Mediatheken.⁵

1 <http://de.wikipedia.org/wiki/Fernsehen> (19.04.2012)

3 <http://www.golem.de/0711/55905.html> (19.04.2012)

2 <http://www.heise.de/newsticker/meldung/Internet-Fernsehen-in-fuenf-Jahren-oder-eher-139505.html>(19.04.2012)

4 <http://www.golem.de/0806/60115.html> (19.04.2012)

5 <http://www.golem.de/0809/62148.html> (19.04.2012)

Einleitung

Parallelnutzung von Fernsehen und Social Media

Das Fernsehen wie wir es bisher kannten befindet sich im Wandel. Durch Entwicklungen wie Smartphones, Tablets, On-Demand-Angebote, Mediatheken, Videoplattformen, Smart TV sowie der Eingliederung von Social Media in das laufende Fernsehprogramm hat das Internet den Einzug in die Fernsehlandschaft vollzogen und ihr in vielen Bereichen den Rang als Leitmedium abgelaufen.

Zuschauerfragen via Facebook oder Twitter sind beliebte Methoden, den Zuschauer in das Programm einzubinden, jedoch steht die Entwicklung noch am Anfang und die Möglichkeiten sind nicht ausgeschöpft.

Die vom Zuschauer gewünschte Interaktionsfähigkeit nimmt nur langsam zu, dabei ist es technisch längst möglich. In Deutschland nutzen 66% der Bevölkerung regelmäßig das Internet. Dabei ist vor allem zu beachten, dass das Internet zunehmend während dem TV-Konsum genutzt wird. Die parallele Internetnutzung hat in über zwei Drittel einen direkten Bezug zum Programm.⁶

Laut einer Studie von Yahoo nutzen 86% ihr Smartphone oder Tablet parallel zum Fernsehen.⁷ Weitere Studien bestätigen diese Entwicklung. 76% der britischen Fernsehzuschauer surfen im Internet mit Laptop, Tablet oder Smartphone.⁸ 80% der amerikanischen Smartphone-Nutzer nutzen es parallel zum Fernsehen, 94% nutzen dabei ein soziales Netzwerk oder schreiben Textnachrichten.⁹

6 <http://www.vprt.de/thema/marktentwicklung/marktdaten/mediennutzung/tv-nutzung/content/parallele-nutzung-von-tv-und-onli?c=2> (25.04.12)

7 <http://advertising.yahoo.com/article/the-role-of-mobile-devices-in-shopping-process.html> (23.04.12)

8 <http://thenextweb.com/uk/2011/10/25/media-multitasking-75-of-the-uk-use-other-technology-while-watching-tv/> (27.04.2012)

9 <http://mashable.com/2011/11/10/smartphone-multi-tasking/> (27.04.2012)

Einleitung

Social-TV und der Second-Screen Approach

Mit Social-TV wird der Ansatz verfolgt die Fernsehinhalte mit dem Internet zu kombinieren. Die Zuschauer sollen in das laufende Programm eingebunden werden und können durch soziale Netzwerke auch mit dem Programm interagieren (Umfragen, Kommentare, Diskussionen, Hintergrundinformationen, zusätzliche Medieninhalte).

Die Interaktion mit dem Programm, die Informationsbeschaffung und der Austausch mit Freunden oder Interessierten erfolgt dabei über Second-Screens¹⁰ (Smartphone, Tablet oder Laptop). Der Ansatz - mehr auf die Zuschauer und die gesellschaftlichen Entwicklungen einzugehen - hat das Ziel, dass sich die Zuschauer besser mit dem laufenden Programm identifizieren können. Diese Entwicklung wird mit der zunehmenden Verbreitung von Smartphones und Tablets weiter beschleunigt und es ist davon auszugehen, dass sich dieser Trend bestärkt.¹¹

¹⁰ http://en.wikipedia.org/wiki/Second_screen (16.05.2012)

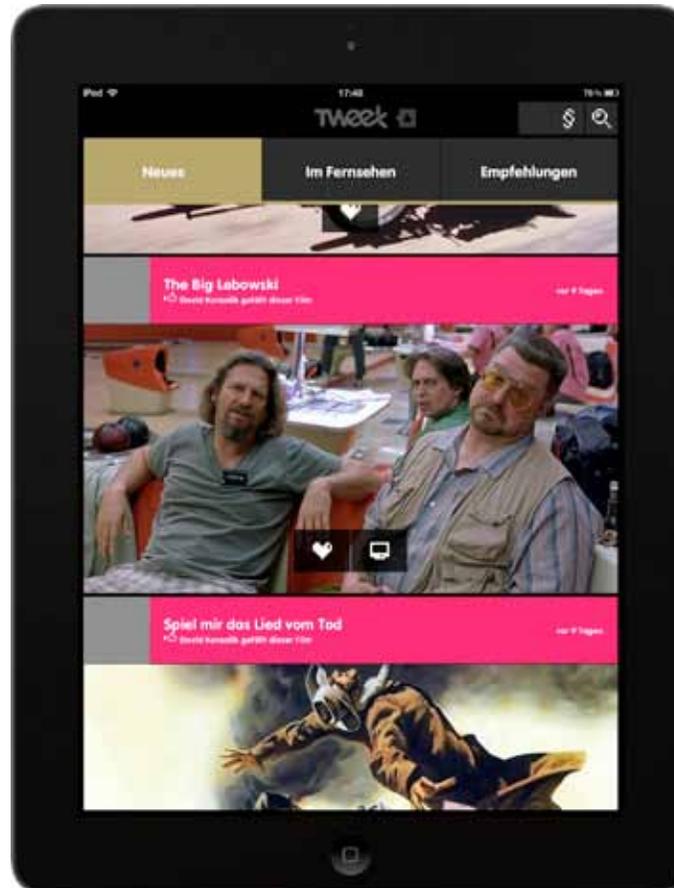
¹¹ <http://www.guidobuelow.de/2012/02/09/das-fernsehen-im-wandel-second-screen-apps-fur-den-social-tv-konsum/> (04.04.2012)

Analyse

Analyse

Social-TV-Applikationen für das iPad

Tweek.tv



Navigation

Orientierung und Nutzerführung

Die Orientierung innerhalb der App ist sehr gelungen, da aktive Bereiche farblich hervorgehoben werden.

Die Nutzerführung ist simpel und erklärt sich von selbst. Die Navigation ist horizontal und in detaillierter Ansicht auch vertikal aufgebaut. Als Nutzer weiß man immer, wo man sich gerade befindet und mit einem Klick gelangt man direkt zum Hauptmenü.

Content

Angebot und Verfügbarkeit

Das Angebot besteht aus dem aktuellen Fernsehprogramm, sowie einem On-Demand-Angebot über iTunes und Empfehlungen anhand der Facebook-likes seiner Freundesliste. Es gibt Trailer zu Film- und Fernsehsendungen.

Informationen

Es stehen zusätzlichen Informationen wie kurze Beschreibungen, Trailer, Links zu IMDb und Wikipedia zur Verfügung.

Analyse

Social-TV-Applikationen für das iPad

Suchen & Finden

Die Suche beschränkt sich auf Film- und Fernsehtitel.

Selbstbestimmung

Man kann einstellen, welche Freunde für die Empfehlungen einbezogen werden sollen.

Soziale Interaktion und Integration

Funktionen

Die Anmeldung erfolgt über Facebook, dabei werden die Film- und Fernsehsendungen, die von Freunden und einem selbst geliked wurden, ausgelesen. Dies ist die Grundlage für Empfehlungen. Nutzer können außerdem ein persönliches Statement (Tagline) zu Film- und Fernsehsendungen abgeben. Eine genauere Bewertung der Titel oder der Austausch mit anderen Nutzern steht nicht zur Verfügung.

Integration

Integration von Facebook (Freundesliste, Likes) sowie Links zu IMDb und Wikipedia.

Gestaltung

Form

Die Formsprache ist klar und durchgängig, sorgt so für eine gute Übersicht und eine Gruppierung des Inhalts.

Ein Raster, welches das Interface gliedert ist erkennbar und verstärkt die klare Struktur.

Farbe

Die App ist in dunklen Grautönen gestaltet. Die verschiedenen Kategorien sind farblich (Grün, Cyan, Magenta und Gold) voneinander abgetrennt und sorgen für zusätzliche Struktur im Interface.

Typografie

Als Schrift wird eine serifenlose linear Antiqua in einem runden Schnitt eingesetzt. Diese gliedert durch eine fette Überschrift und normalen Fließtext den Inhalt. Dies sorgt im Zusammenspiel mit der eckigen Formsprache für einen angenehmen Kontrast.

Analyse

Social-TV-Applikationen für das iPad

Couchfunk



Navigation

Orientierung und Nutzerführung

Die Orientierung innerhalb der App ist gut gelungen und übersichtlich. Am linken Bildschirmrand sind verschiedene Menüpunkte jederzeit abrufbar (Aktivitäten, Nutzerprofil, Informationen zur App). Mit einem Klick gelangt man jederzeit wieder zum Hauptmenü.

Content

Angebot und Verfügbarkeit

Das Angebot besteht aus dem aktuellen Fernsehprogramm. Das Programm wird gegliedert in Tipp des Tages, Top 10 der Nutzer, Jetzt im TV, Tipps der Redaktion, Heiß Diskutiert (Nachrichten aus aller Welt).

Informationen

Eine kurze Beschreibung der Sendung, Nachrichten aus aller Welt, Nutzer-Kommentare und Diskussionen sind in einem Newsstream abrufbar. Eine Durchschnittsbewertung aller Nutzer, die eine Bewertung zu einer Sendung abgegeben haben, wird zusätzlich als Anhaltspunkt angezeigt.

Analyse

Social-TV-Applikationen für das iPad

Suchen + Finden

Die Suche beschränkt sich auf Fernsehsendungen.

Selbstbestimmung

Die Möglichkeit, einen eigenen Channel mit Empfehlungen und Favoriten zu erstellen, besteht nicht.

Soziale Interaktion und Integration

Funktionen

Die Anmeldung erfolgt über Facebook. Falls die App von mehreren Personen genutzt wird, können weitere Profile erstellt werden. Sendungen können bewertet werden und eine Durchschnittsbewertung der Community und die Anzahl der abgegebenen Stimmen wird angezeigt. Nutzer können in Sendungen einchecken und dadurch angeben, was Sie gerade sehen. Außerdem kann dieser Status über Facebook und Twitter geteilt werden. Nutzer können Kommentare zur laufenden Sendung schreiben und so mit anderen Nutzern interagieren, da diese Kommentare geteilt, beantwortet und bewertet werden können. Zusätzlich können andere Mitglieder und deren Beiträge gezielt verfolgt werden. Man kann anderen Couchfunk Mitgliedern folgen, indem man sie zu Helden ernennt.

Folgt man diesen Nutzern, werden Kommentare und zuletzt bewertete Sendungen dieser favorisiert angezeigt.

Integration

Facebook und Twitter sind integriert.

Gestaltung

Form

Das Layout und die Formsprache sind klar strukturiert und übersichtlich dargestellt. Als störend wurde jedoch der Werbebanner am unteren Bildschirmrand wahrgenommen.

Farbe

Die App ist in Grautönen gestaltet. Durch die Sendungen, die alle mit einem Bild dargestellt werden, wirkt die App dennoch nicht zu eintönig. Der Tipp des Tages ist farblich durch einen violetten Button hervorgehoben.

Typografie

Als Schrift wurde eine serifenlose linear Antiqua verwendet, die sich gut in das Gesamtbild eingliedert.

Analyse

Social-TV-Applikationen für das iPad

yap.tv



Navigation

Orientierung und Nutzerführung

Eine klar strukturiertes Interface und eine gute Übersicht machen die Orientierung in dieser App sehr einfach und unkompliziert. Der Nutzer kann jederzeit alle Menüpunkte ansteuern und verliert nie die Orientierung. Navigieren kann man horizontal und vertikal.

Content

Angebot und Verfügbarkeit

Das Angebot besteht aus dem aktuellen Fernsehprogramm. Es ist gegliedert in mehrere Kategorien. Der Programmguide zeigt dem Nutzer alle Sendungen an, die gerade laufen und teilt diese in Genres ein. Zusätzlich dazu kann man sich das Fernsehprogramm des ganzen Tages anzeigen lassen, die Top 20 aller Nutzer, nur Filme und die eigenen Favoriten. Diese werden anhand der Facebook-likes ermittelt.

Informationen

Informationen zu Film -und Fernsehsendungen wie Beschreibung, Folge, Uhrzeit der Ausstrahlung und Umfragen.

Analyse

Social-TV-Applikationen für das iPad

Suchen & Finden

Mit Hilfe der Suche lassen sich Film -und Fernsehsendungen finden.

Selbstbestimmung

Fernsehsender können für den Programmguide beliebig angeordnet werden. Andere individuelle Anpassungsmöglichkeiten für den Nutzer bieten sich nicht.

Soziale Interaktion und Integration

Funktionen

Anmelden kann man sich über seinen Facebook-Account. Die App liest danach die relevanten Facebook-Likes aus und speichert diese unter den Favoriten. Über das Profil kann man sich die Gemeinsamkeiten mit seinen Facebook-Freunden anzeigen lassen. Außerdem kann man Freunde direkt auswählen und mit ihnen chatten. In der Übersicht kann man weitere Sendungen als Favoriten markieren und via Twitter und Facebook teilen. Zusätzlich kann man in der Übersicht Fotos der Sendung ansehen, an Umfragen teilnehmen, Umfragen starten, die Sendungsrelevanten Tweets verfolgen und selber einen Kommentar via Twitter verfassen.

Integration

Integration von Facebook und Twitter.

Gestaltung

Form

Die Formsprache und das Layout erinnern an die Gestaltung von Apple-Produkten. Ein klares Raster bringt Übersichtlichkeit und eine gute Struktur. Das Interface wirkt aufgeräumt und harmonisch. Das Zusammenspiel von Fläche und Form ist gut gelöst.

Farbe

Das Interface wird von dunklen Grau-und Schwarztönen dominiert. Buttons und Schaltflächen sind in hellen Grautönen gestaltet und aktive Bereiche werden durch einen Blauton hervorgehoben.

Typografie

Als Schrift wird eine serifenlose linear Antiqua verwendet, die sich in das harmonische Gesamtbild einfügt.

Analyse

Social-TV-Applikationen für das iPhone

TunedIn



Navigation

Orientierung und Nutzerführung

Die Orientierung und Nutzerführung in dieser App ist insgesamt für den Nutzer nur befriedigend gelöst. Im Hauptmenü gibt es verschiedene Bereiche, die man ansteuern kann und eine vertikale Navigation mit einer Favoritenansicht. Bewegt man sich jedoch tiefer in die App, wird das Navigationskonzept gebrochen.

Es gibt eine horizontale- und vertikale Navigation zudem erscheint an verschiedenen Punkten eine Navigationsleiste am unteren Bildschirmrand. Dies führt zu Orientierungsproblemen, da der Nutzer nicht weiß, wo er sich befindet.

Content

Angebot und Verfügbarkeit

Das Angebot von TuneIn besteht aus dem aktuellen Fernsehprogramm. Ein Programmguide zeigt einem alle aktuell im Fernsehen laufende Sendungen, man kann aber auch gezielt einen bestimmten Wochentag auswählen. Im Hauptmenü werden dem Nutzer eigene Favoriten, die beliebtesten Sendungen aller Nutzer in Form von Charts, das aktuelle Kinoprogramm, neue Sendungen, Favoriten von Freunden, Klassiker und Award-Gewinner angezeigt.

Analyse

Social-TV-Applikationen für das iPhone

Diese Film- und Fernsehsendungen kann man entweder im Fernsehen live ansehen, oder über ein On-Demand-Angebot (iTunes) leihen oder kaufen. Youtube ist ebenfalls integriert, hier kann man sich Trailer oder Ausschnitte zu dem ausgewählten Titel anschauen. Live-Fernsehen ist nicht in die App integriert

Informationen

Die App bietet kurze Titelbeschreibungen, Erscheinungsjahr, Länge, Youtube-Videos, sowie externe Links zu IMDb und Wikipedia. Eine Durchschnittsbewertung aller Nutzer, die eine Bewertung zu einer Sendung abgegeben haben, wird ebenfalls angezeigt.

Suchen & Finden

Suchen kann man nach Film- und Fernsehsendungen.

Selbstbestimmung

Man kann sich im Hauptmenü eine Favoritenliste erstellen, so hat man einen schnellen Zugriff auf seine favorisierten Sendungen.

Soziale Interaktion und Integration

Funktionen

Die Anmeldung erfolgt via Facebook. Auf Grund dieser Daten wird ein Nutzerprofil erstellt. Film- und Fernsehtitel können bewertet werden und eine Durchschnittsbewertung aller Nutzer wird angezeigt. Anhand dieser Bewertungen werden die Charts erstellt und passende Titel empfohlen. Als Nutzer kann man in Sendungen einchecken (tune in) und dies mit seinen Freunden über Facebook und Twitter teilen. Zu jeder Sendung gibt es einen Newsstream, mit dem man sich verbinden kann. Dieser dient zum Austausch der Nutzer und beinhaltet eine direkte Kommentarfunktion. Außerdem kann man mit seinen Freunden live während der Sendung chatten und sich über das Programm unterhalten.

Integration

Integration von Facebook und Twitter.

Analyse

Social-TV-Applikationen für das iPhone

Gestaltung

Form

Die Formsprache wird von abgerundeten Ecken und vielen Farbverläufen dominiert. Ein klares Raster ist nicht zu erkennen. In diversen Menüs entsteht der Eindruck, dass das Interface überladen und nicht ausgewogen ist. Dies lenkt teilweise vom Inhalt ab und kann zur Überforderung führen.

Farbe

Grautöne bestimmen die Farbgebung. Durch fotorealistische Icons im Hauptmenü wird die Farbgebung aufgewertet und wirkt nicht eintönig. Aktive Buttons werden durch die Farbe blau hervorgehoben.

Typografie

Als Schrift wurde eine serifenlose linear Antiqua gewählt, die sich gut in das Gesamtbild einfügt. Durch einen fetten Schriftschnitt für Headlines und einen normalen für Fließtexte entsteht ein harmonisches Schriftbild.

Analyse

Zusammenfassung und Problemstellung

Die aktuell auf dem Markt erhältlichen Social-TV-Applikationen bieten teilweise zwar Interaktivität, diese spiegelt sich jedoch in den meisten Fällen nur in einem Newsstream zu einer Sendung ab, der sich aus Hashtags von Twitter und Nutzer-Kommentaren zusammensetzt.

Möglichkeiten, auf das aktuelle Geschehen im Fernsehen direkt einzugehen, an Live-Umfragen teilzunehmen oder sich zusätzliche Informationen zum Thema zu beschaffen, bestehen nicht oder nur begrenzt.

Der Fernsehkonsum in den jüngeren Zielgruppen verändert sich jedoch vom passiven Zurücklehnen in ein aktives Miteinander. Jeder zweite Zuschauer der jungen Zielgruppe surft parallel zum Fernsehen mit Smartphone oder Tablet im Internet. Dies hat meist einen direkten Bezug zum TV-Programm. Es wird im Internet nach Informationen zur Sendung gesucht, andere sehen sich eine Sendung an, weil sie von Freunden übers Internet darauf aufmerksam gemacht wurden wiederum andere chatten in Echtzeit über das gerade gesehene Programm und tauschen sich darüber aus. Diese Studien zeigen, dass interaktive Features vom Zuschauer gewünscht werden.¹²

Außerdem ist das Finden von relevanten Film- und Fernsehsendungen, die dem eigenen Geschmack entsprechen, ein Problem. Die Empfehlungen sind oft zu ungenau, da die Systeme den persönlichen Geschmack des Nutzers nicht kennen, sondern in den meisten Fällen lediglich ähnliche Titel nach Genre empfehlen.

Fragestellung

Wie kann ein System aussehen, das die Möglichkeiten der direkten Interaktion mit dem Programm (Chat, Diskussionen, Umfragen, zusätzliche Informationen) und die Integration sozialer Netzwerke und Dienste nutzt, um dem Nutzer passende Inhalte zu liefern?

¹² <http://www.vprt.de/thema/marktentwicklung/marktdaten/mediennutzung/tv-nutzung/content/parallele-nutzung-von-tv-und-onli?c=2> (25.04.2012)

Entwurf

Kreatividee und Ziel

Es wird ein System benötigt, das zugeschnitten auf die persönlichen Vorlieben und den Geschmack des Nutzers ist. Der Nutzer soll passende Inhalte finden, ohne eine lange Suchdauer. Das System soll Film- und Fernsehsendungen interaktiv und sozial machen, indem die Inhalte mit zusätzlichen Informationen und Features angereichert werden, die den Austausch unter den Nutzern ermöglichen.

Der gesellschaftliche Wandel in der jungen Zielgruppe soll genutzt werden, um ein neues Fernseherlebnis zu schaffen. Die Film- und Fernsehsendungen müssen Zeit- und ortsunabhängig verfügbar und über das Internet abrufbar sein, da durch die gesellschaftliche Entwicklung der Tagesablauf bei den Nutzern sehr unterschiedlich ist und nicht erwartet werden kann, dass sie sich an starre Sendezeiten anpassen. Ausnahmen hierbei sind große Live-Ereignisse wie Sportveranstaltungen, Konzerte und Unterhaltungsshows.

Es braucht ein System, das dem Nutzer relevante und passende Inhalte liefert. Das Ziel ist eine Applikation, die auf Smartphone, Tablet, Laptop und Fernseher läuft. Diese Applikation kann entweder auf einem Gerät laufen, aber auch mit einem anderen Gerät gekoppelt werden. D.h. der Nutzer kann die Applikation auf einem Tablet ausführen, die Inhalte über das Tablet Suchen und entweder über das Gerät selber Film- und Fernsehsendungen ansehen, oder das Tablet mit dem Fernseher koppeln.

So kann er Inhalte auf dem Fernseher ansehen und zeitgleich das Tablet als Second-Screen nutzen, um mit dem laufenden Live-Programm zu interagieren.

Ein komplexes Empfehlungssystem soll eine verbesserte Suche nach Inhalten ermöglichen und jedem Nutzer die Inhalte vorschlagen, die ihn wirklich interessieren.

Es sollen Inhalte durch Empfehlungen vorgeschlagen werden, die dem persönlichen Geschmack entsprechen. Das Empfehlungssystem soll aus Empfehlungen von Freunden, IMDb-Bewertungen und einem Aktivitäts-Barometer - zur besseren Beurteilung - bestehen. Empfehlungen von Freunden haben für den Nutzer eine höhere Aussagekraft über die Inhalte, da er die Freunde besser einschätzen kann und auch deren Vorlieben und Geschmäcker kennt.

Für Fernsehsender bietet sich durch dieses System eine Möglichkeit, die Zuschauerinteressen mit in das laufende Programm zu integrieren und eine gefestigte Zuschauerbasis zu schaffen. Für die Marketing- und Werbeindustrie bietet sich die Möglichkeit nicht nur zielgruppenspezifische Werbung, sondern personalisierte Werbung zu schalten, die vom Verbraucher auch angenommen und nicht als störend empfunden wird.

Entwurf

Anforderungen und Aufbau der Applikation

Navigation

Orientierung und Nutzerführung

Die Orientierung innerhalb der Applikation soll so einfach wie möglich sein, deshalb ist jede Kategorie (Live Fernsehen, Mediathek, Favoriten) farblich durch ein Orientierungselement voneinander abgetrennt. Zusätzlich dazu wird auf komplexe Untermenüs verzichtet und nur auf einen Hauptnavigationbereich gesetzt. Sobald der Nutzer tiefer als 2 Ebenen in die App navigiert, wird ein Hauptmenü-Icon in der Hauptnavigation eingeblendet, mit dem er sofort wieder zurück in das Hauptmenü gelangt.

Content

Angebot und Verfügbarkeit

Das Angebot ist in drei Bereiche gegliedert. Eine Live-Fernsehen-Übersicht zeigt dem Nutzer das aktuelle Fernsehprogramm mit starren Sendezeiten an. Hier hat er die Möglichkeit alle Sender einfließen zu lassen, oder nur seine Favoriten auszuwählen. Hat der Nutzer vorher verschiedene Film- und Fernsehsendungen geliked, bewertet oder eingeschaltet, werden diese favorisiert dargestellt. Außerdem werden dem Nutzer nachfolgende Sendezeiten zu Film- und Fernsehsendungen angezeigt.

Live-Ereignisse, die an Sendezeiten geknüpft sind und einen hohen interaktiven Mehrwert haben, werden ebenfalls hervorgehoben.

In der Mediathek findet der Nutzer Empfehlungen von Freunden sowie Film- und Fernsehtitel, die seinen persönlichen Vorlieben und dem eigenen Geschmack entsprechen. Grundlage dafür sind die Facebook-likes der Freunde, die IMDb-Bewertungen und ein Aktivitäts-Barometer, welches die Aktivität der Sendung im Internet widerspiegelt. Hat man Film- und Fernsehsendungen den eigenen Favoriten hinzugefügt, werden diese in der Mediathek nicht bevorzugt angezeigt. Es werden jedoch Titel mit den meisten Übereinstimmungen bei Freunden, von Personen denen man folgt, von Experten sowie Titel mit einem hohen Aktivitäts-Barometer, angezeigt. Ziel ist es, neue Inhalte, die dem eigenen Geschmack entsprechen, zu entdecken und nicht immer wieder die selben Inhalte vorgeschlagen zu bekommen.

Die Mediathek beinhaltet bevorzugt On-Demand-Angebote von verschiedenen Anbietern, um eine Zeit- und ortsunabhängigkeit zu garantieren. Dem Nutzer werden aber auch Sendezeiten im Live-Fernsehen angezeigt, sofern diese nicht länger als 14 Tage im Voraus liegen.

Entwurf

Anforderungen und Aufbau der Applikation

Unter Favoriten findet der Nutzer seine favorisierten Titel. Hat er einen Film bei Facebook geliked, einen bei IMDb oder direkt in der App bewertet, erscheint dieser bei guter Bewertung in den Favoriten. Die Favoriten sind ausschlaggebend für Empfehlungen. Aus diesem Grund braucht es für gute und passende Empfehlungen eine breite Basis an bewerteten und favorisierten Film- und Fernsehsendungen. Zusätzlich kann der Nutzer die Favoriten von freigeschalteten Freunden und Personen, denen er folgt, über den Button Freunde in der Hauptnavigation anzeigen lassen.

Dieser Button erscheint dem Nutzer nur, wenn er sich in der Favoriten-Übersicht befindet.

Informationen

Die App bietet dem Nutzer eine Vielzahl von Informationen zu Film- und Fernsehsendungen wie:

Beschreibung, Trailer, Dauer, Episodenguides (Serien), Hintergrundinformationen, Bewertungen (IMDb und app-intern, Likes, Aktivitäts-Barometer) weiterführende Links (IMDb, Rotten Tomatoes, offizielle Website, Twitter, Youtube, Amazon, Mediatheken, On-Demand-Anbieter, Sendezeiten im Live-Fernsehen, Shoppingergebnisse, Soundtrack zum Titel, Sportereignisse mit Ticker, Statistiken, Aufstellungen, Spielerprofile, Übersichten und anderen grafischen Visualisierungen

Suchen & Finden

Da gerade das Finden von passenden Inhalten im Vordergrund steht, kann über die Suchfunktion, die jederzeit in der Hauptnavigation anwählbar ist, nicht nur nach Film- und Fernsehsendungen, sondern auch nach Schauspielern, Regisseuren und Autoren gesucht werden. Eine gezielte Suche nach Titeln mit den besten Bewertungen und einem hohen Aktivitäts-Barometer ist integriert. Hier besteht die Möglichkeit nach Titeln zu Suchen, die gerade im Netz sehr angesagt sind bzw. denen eine große Aufmerksamkeit zu Teil wird.

Entwurf

Anforderungen und Aufbau der Applikation

Selbstbestimmung

Eine hohe Selbstbestimmung bedeutet auch eine bessere Anpassung an die persönlichen Vorlieben der Nutzer. Fernsehsender kann der Nutzer für den Programmguide beliebig ein- und ausschalten. Diese Einstellung besteht auch bei der Freundesliste. Hier kann er Freunden, bei denen ihm die Empfehlungen nicht gefallen, oder die einen anderen Geschmack haben, ebenfalls deaktivieren.

Der Nutzer kann oft verwendete Geräte (Smartphone, Tablet, Laptop, Fernseher) im Profil angeben, um sich durch einen Klick auf den Button Koppeln in der Hauptnavigation direkt damit zu verbinden, wenn diese in Reichweite bzw. im selben WiFi Netz sind.

Ein weiteres Feature, über das der Nutzer selber bestimmen kann, ist die Teilen-Funktion. Er kann sich mit mehreren Accounts (Facebook, Twitter, Google+, IMDb, Rotten Tomatoes etc.) einloggen und angeben wie er Kommentare in diesen Netzwerken teilt. Dies kann er für jeden Account individuell einstellen.

Soziale Interaktion und Integration

Funktionen und Integration

Die Anmeldung erfolgt bevorzugt über Facebook, sie kann jedoch auch über andere Dienste (Facebook, Twitter, Google+, IMDb, Rotten Tomatoes etc.) oder nur über die App erfolgen. Die App liest die relevanten Facebook-Likes vom Nutzer und seinen Freunden aus und speichert sie ab. Über den Favoriten-Bereich lässt man sich die Freunde mit den meisten Übereinstimmungen anzeigen. Ist der Nutzer mit seinen Accounts verbunden, kann er direkt über die App Bewertungen bei IMDb abgeben, Kommentare via Twitter, Facebook, Google+ oder einem anderen sozialen Netzwerk teilen, mit anderen Chaten und an Umfragen teilnehmen.

Weiterführende Links und Informationen zu Film- und Fernsehserien werden ebenfalls in das Interface integriert und reißen den Nutzer nicht aus seiner gewohnten Umgebung. Anhand des Aktivitäts-Barometer kann der Nutzer einschätzen wie angesagt ein Film momentan im Netz ist.

**Entwurf
Scribbles**

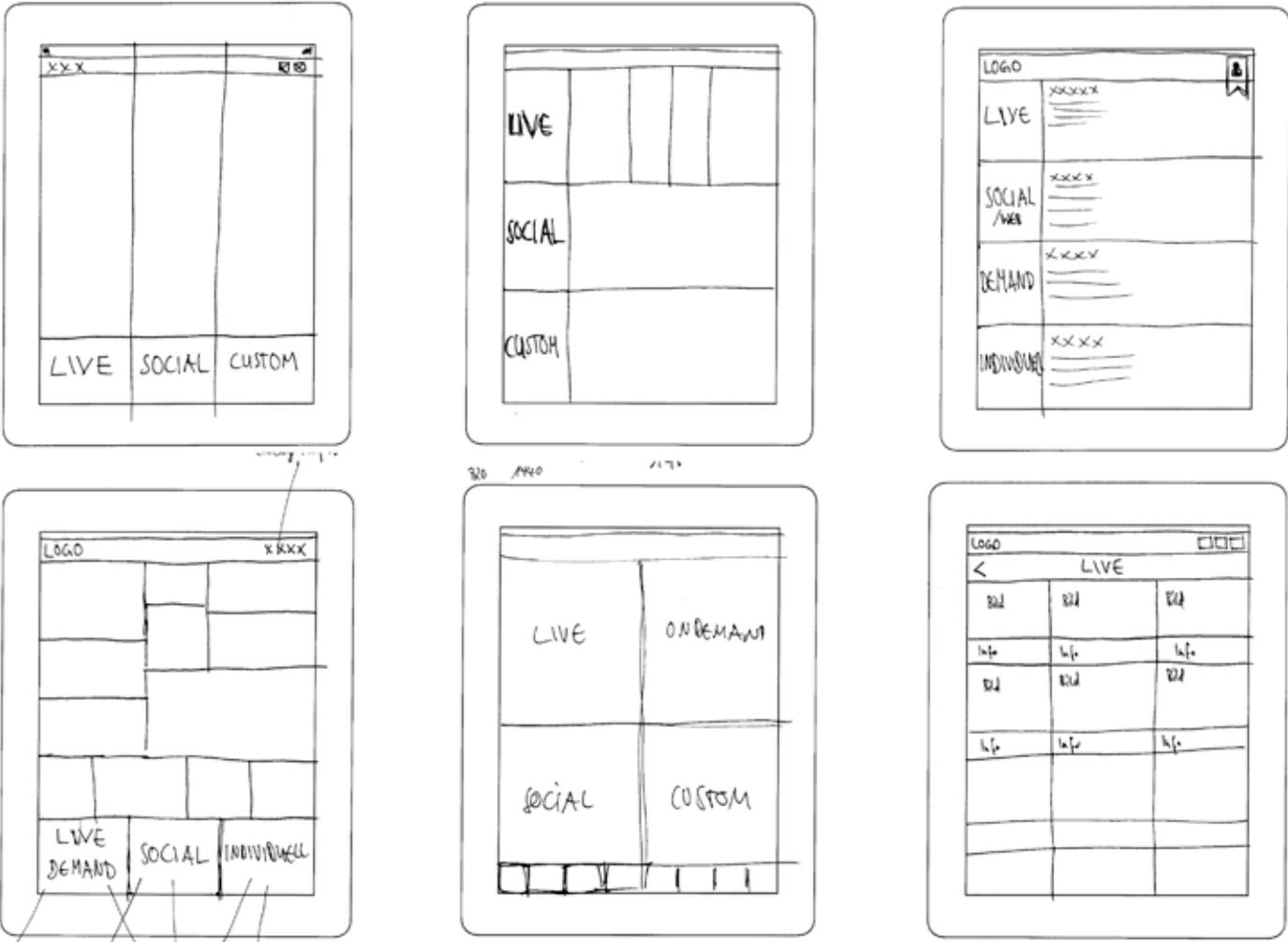


Abbildung: Scribbles_01

Entwurf Scribbles

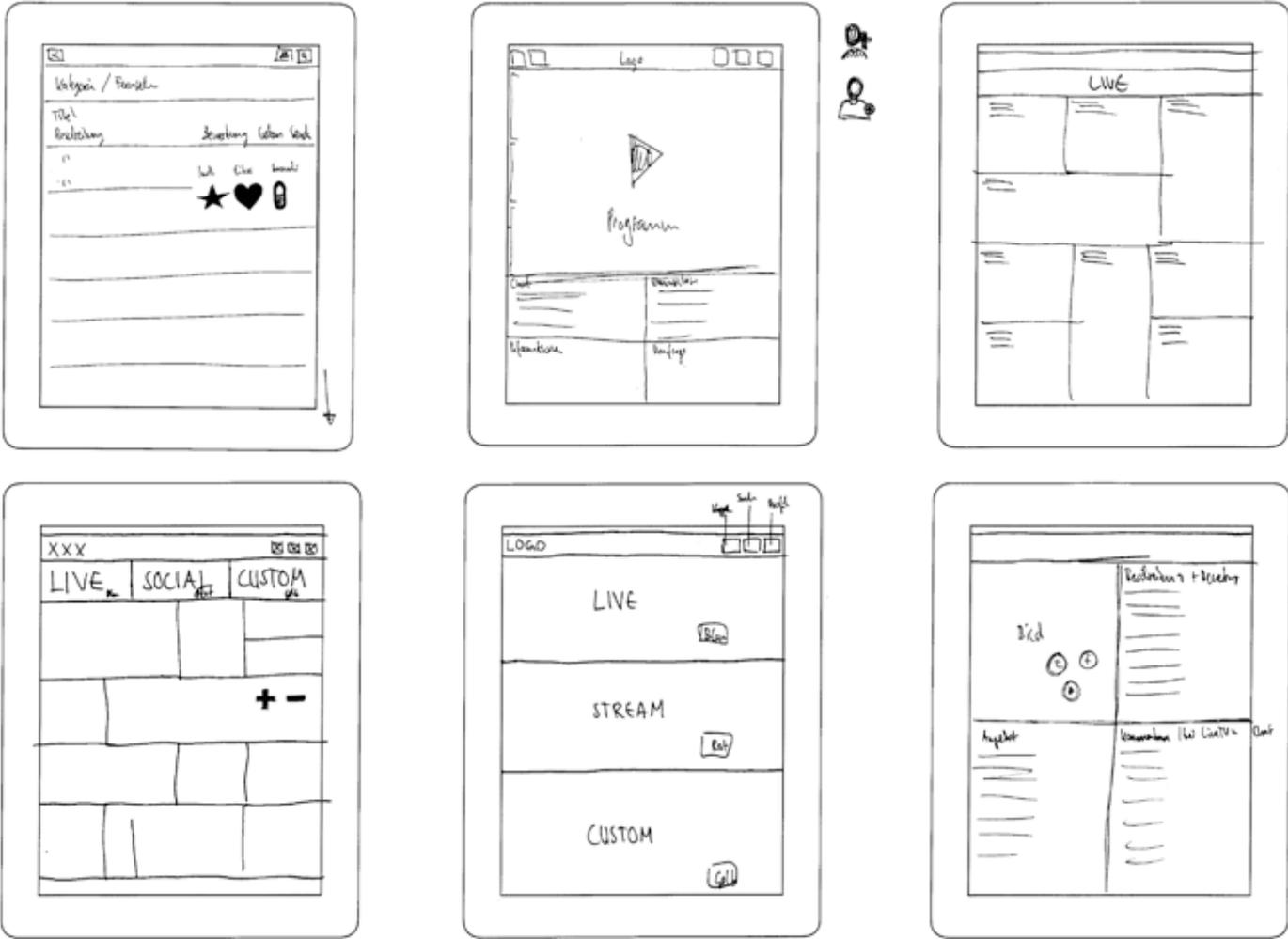


Abbildung: Scribbles_02

Entwurf

Gestaltungsraster

Das iPad mit Retina-Bildschirm hat eine Auflösung von 1536px in der Breite und 2048px in der Höhe. Da diese Maße festgelegt sind, bietet es die Möglichkeit mit einem Raster, welches die einzelnen Interface-Elemente ordnet, zu arbeiten.

Als Grundlinienraster wurden 30px bei einer Schriftgröße von 24px für Fließtexte gewählt. Durch eine Spaltenanzahl von 16 und einer Spaltenbreite von 84px bietet dieses Raster genügend Spielraum für die Gestaltung der verschiedenen Elemente. Der Abstand der Spalten beträgt 12px. Zusätzlich dazu werden links und rechts 6px sowie oben und unten 12px als Rand festgelegt.

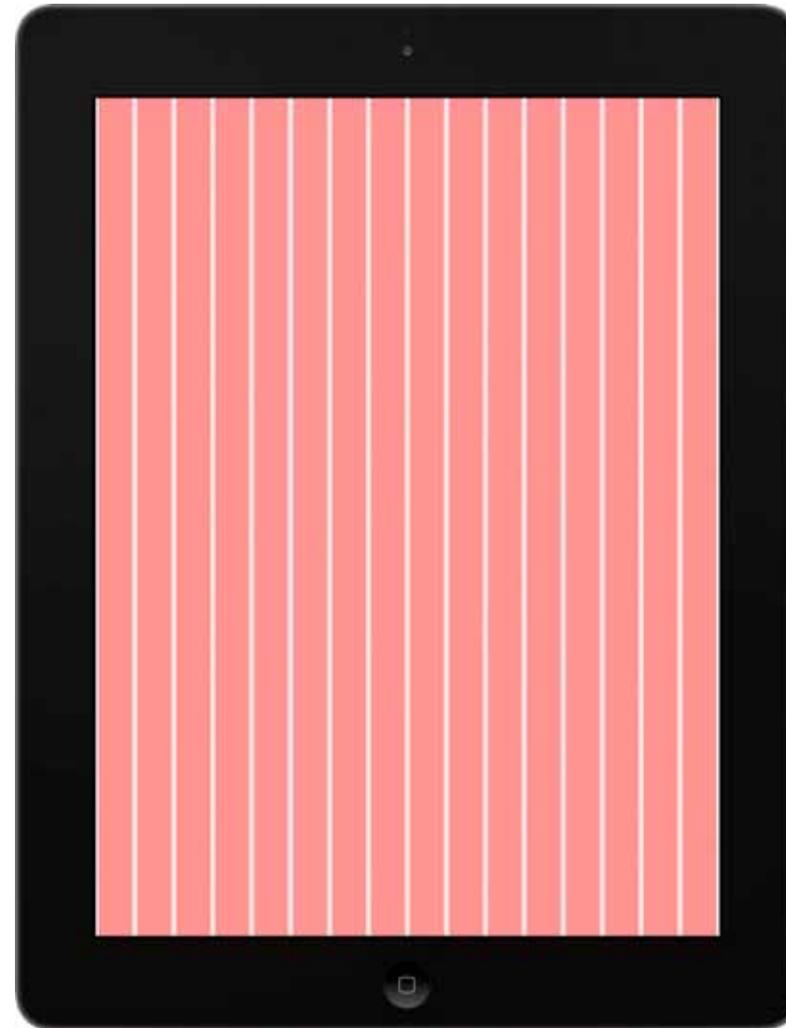


Abbildung: Gestaltungsraster

Entwurf

Layout

Das Layout gliedert den Bildschirm in unterschiedliche Bereiche, die dem Nutzer die Orientierung in der Applikation erleichtern und das schnelle Erlernen des Navigationskonzeptes ermöglichen. Das Layout ist in drei Bereiche unterteilt. Am oberen Rand befindet sich der Hauptnavigation-Bereich, von der aus der Nutzer alle wichtigen Bereiche über Icons direkt ansteuern kann. Dieser Bereich ist 1524px breit und hat eine Höhe von 84px. Darunter befindet sich der Orientierungs-Bereich mit einer Breite von 1524px und einer Höhe von 180px. Hier bekommt der Nutzer eine Rückmeldung, wo er sich gerade im Interface befindet. Der dritte und größte Bereich ist für den Inhalt. Er hat ebenfalls eine Breite von 1524px und eine Mindesthöhe von 1736px. Da sich die Inhalte automatisch generieren, hat der Nutzer hier die Möglichkeit beliebig weit mit einer Touch-Geste (wischen) nach unten zu navigieren.



Abbildung: Layout

Entwurf

Farbe

Die Farbgebung des Interfaces beschränkt sich auf zurückhaltende Grautöne, Schwarz mit einer Deckkraft von 80% sowie Rot, Blau und Gelb für die unterschiedlichen Bereiche. Rot steht für das Live-Fernsehen, Blau für die Mediathek und Gelb für die eigenen Favoriten. Texte werden in Weiß dargestellt.

Da Film- und Fernsehsendung jeweils mit einem Vorschaubild dargestellt werden und der Inhaltsbereich in Folge dessen sehr Farbenprächtigt erscheint, wurden neutrale und zurückhaltende Grautöne als Primärfarbe gewählt. Dies verhindert ein unruhig und nervöses Erscheinungsbild.

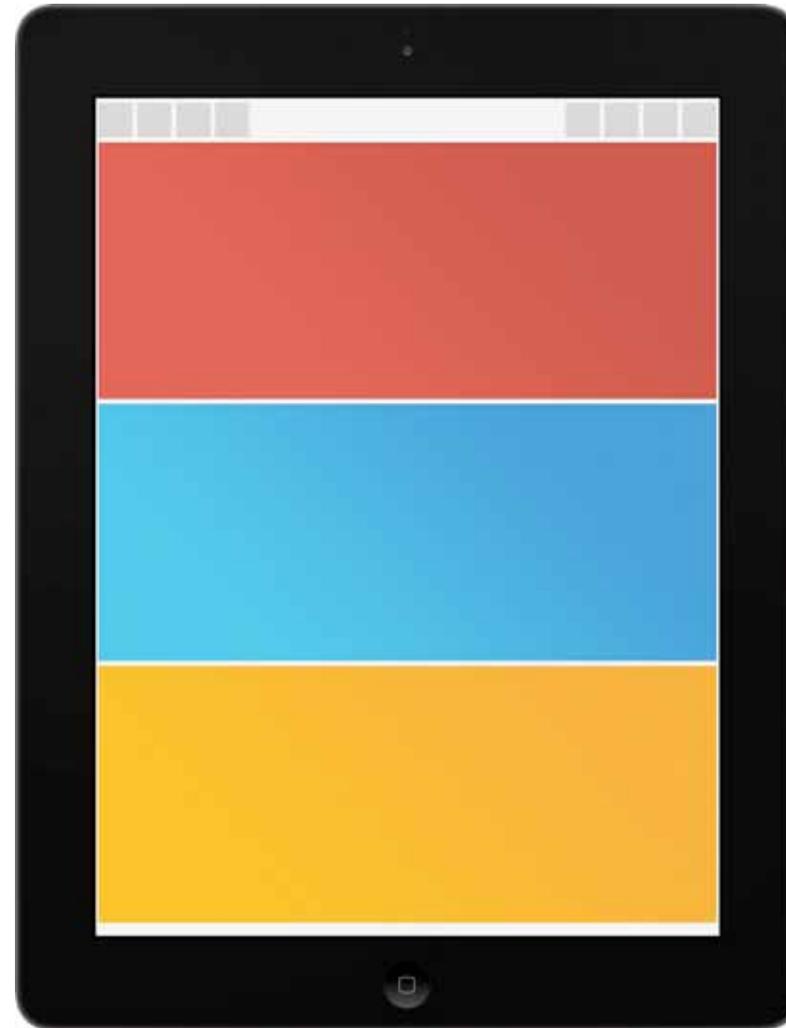


Abbildung: Farbe

Entwurf

Typografie

Die Bariol Rounded ist eine klare und abgerundete Schrift und eignet sich besonders gut für die Darstellung auf einem Display. Durch das hochauflösende Retina Display des iPads kommt die Schrift noch besser zur Geltung und sorgt durch ihren Kontrast zur Formsprache des Interfaces für ein interessantes Gesamtbild.

Als Schrift wird die Bariol Rounded Regular für Fließtexte in einer Schriftgröße von 24px eingesetzt. Für Headlines und Kategoriebezeichnungen wird die Bariol Rounded Bold in verschiedenen Schriftgrößen eingesetzt



Abbildung: Typografie

Entwurf

Icons

Für die Navigation im Interface werden Icons zur zusätzlichen Beschreibung der Funktionen eingesetzt. Hierbei wird zwischen der Hauptnavigation und der Navigation im Inhaltsbereich unterschieden. Für eine klare Abtrennung und Zuordnung sind die Icons in der Hauptnavigation alle mit einem Kreis hinterlegt. Um dem Nutzer die Funktionen, die sich hinter den Icons verbergen deutlich zu machen, wurde auf eine eindeutige und durchgehende Gestaltungssprache geachtet.



Abbildung: Icons

Entwurf
Logo-Scribbles

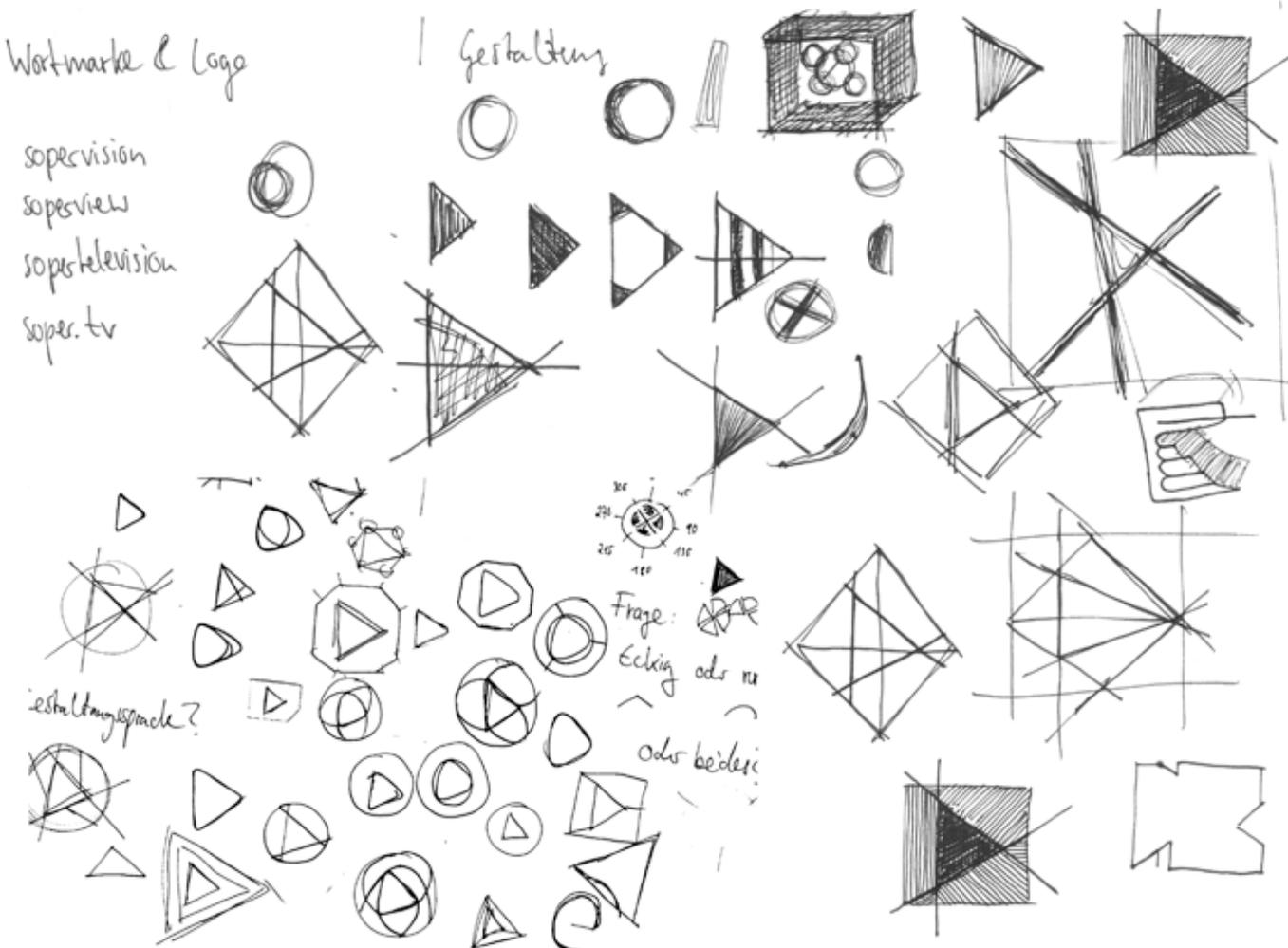


Abbildung: Scribbles_Logo

**Entwurf
Logo**

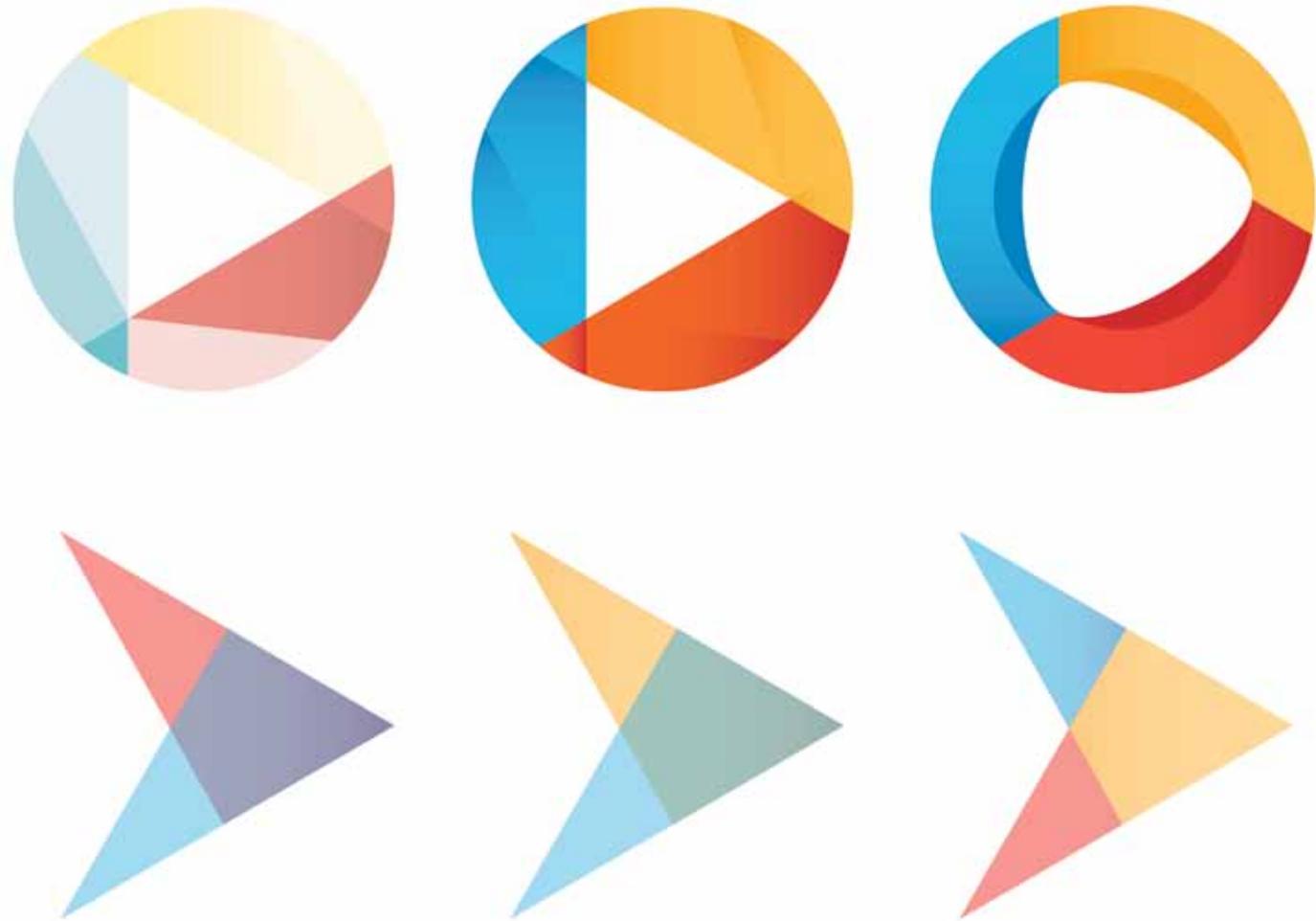


Abbildung: Entwurf_Logo

Entwurf

Logo

Als Logo für die Applikation dient ein angedeutetes Play-Zeichen, was sich durch 3 Ebenen mit unterschiedlicher Deckkraft ergibt. Die Auswahl ist auf dieses Zeichen gefallen, da das Logo so einfach wie möglich, aber dennoch markant sein soll. Also Wortmarke wurde der Begriff „soverview“ gebildet. Dieser steht für Eigenschaften der Applikation (social, television, view, overview).

Die Applikation gibt dem Nutzer einen Überblick über das Film- und Fernsehangebot (television, overview) und zeitgleich eine neue Sicht auf die Inhalte durch die Integration von Social Media Diensten (social, view). Das Logo kann in verschiedenen Farbkombinationen, die einen Bezug zu den 3 Bereichen herstellen, in Grautönen oder S/W verwendet werden.



soverview



soverview



soverview



soverview

Abbildung: Logo_Final

Entwurf

Interface

Über das Hauptmenü kann der Nutzer alle Bereiche der Applikation direkt ansteuern. Zusätzlich erhält er eine kleine Information zu den drei Hauptkategorien Live Fernsehen, Mediathek und Favoriten.



Abbildung: Hauptmenü

Für eine bessere Betrachtung des Interfaces sind alle Screenshots separat im Ordner Screens_final abgelegt.

Entwurf Interface

Die Live Fernsehen Übersicht zeigt dem Nutzer Film- und Fernsehsendungen, die auf seinen Geschmack zugeschnitten sind. Titel, die mit einem Klick auf den Ein/Aus Button aktiviert sind (grün) werden favorisiert angezeigt. Ebenfalls Titel, die unter den Favoriten sind bzw. die bewertet oder geliked wurden.

Live-Ereignisse wie Sportveranstaltungen oder Konzerte, die einen hohen Mehrwert an Interaktivität bieten, werden dem Nutzer vorgeschlagen.

(siehe auch Anforderungen und Aufbau der App)

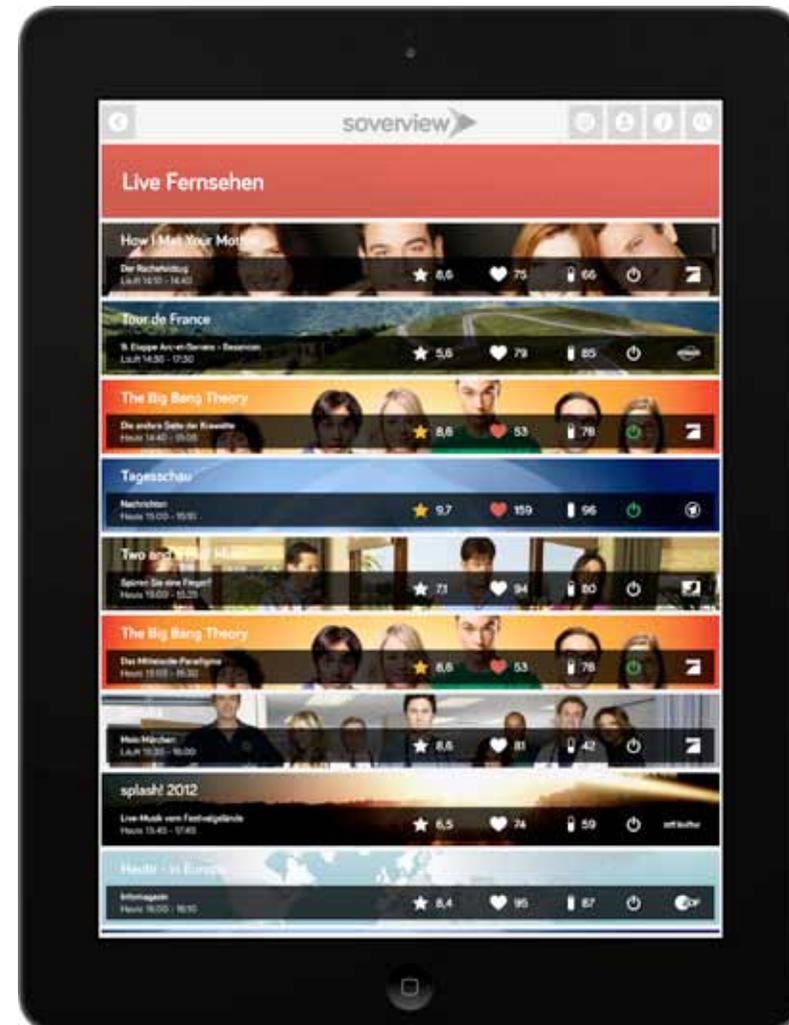


Abbildung: LiveFernsehen_Übersicht

Entwurf Interface

Hat der Nutzer eine Sendung in der Live Fernsehen Übersicht ausgewählt, erscheint eine kurze Beschreibung und die Sendezeit im Fernsehen. Durch einen Klick auf den Sender kann der Nutzer das Programm ansehen. Bei der Auswahl eines Fernsehsenders kann der Nutzer zusätzlich bestimmen, ob der das Programm auf einem anderen Gerät abspielen möchte und das iPad als Second-Screen aktiviert wird, oder ob er die Sendung direkt auf dem iPad ansehen möchte.

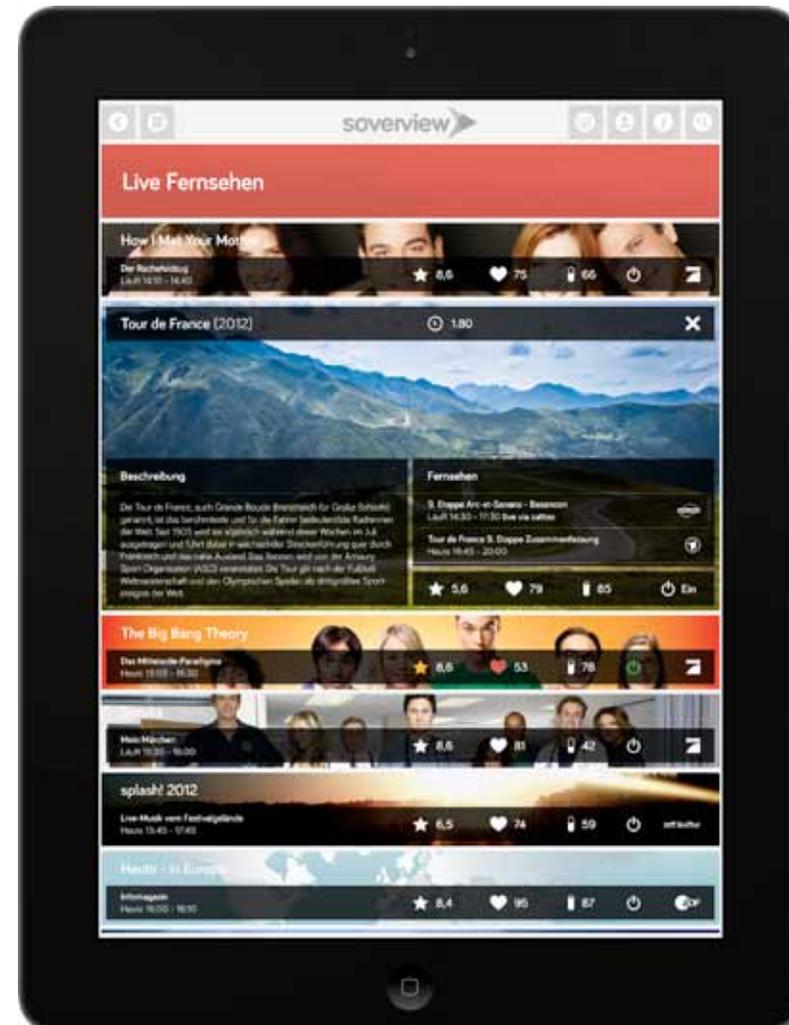


Abbildung: LiveFernsehen_Preview

Entwurf Interface

Hat der Nutzer die direkte Ausgabe auf dem iPad gewählt, so wird das Display in 2 Bereiche unterteilt. Oben sieht er die Live-Übertragung und unten die zusätzlichen Features, die ihm zur Verfügung stehen. Außerdem hat der Nutzer jederzeit die Möglichkeit über den Button Koppeln das iPad mit einem anderen Gerät zu verbinden und es zu einem Second-Screen zu machen.



Abbildung: LiveFernsehen_Fullview

Entwurf Interface

Klick der Nutzer auf ein Feature, so nimmt dieses den Platz am unteren Bildrand in Anspruch. Der Nutzer kann sich zusätzliche Informationen, die das Radrennen betreffen, anzeigen lassen. Die Visualisierungen sind interaktiv d.h. der Nutzer kann durch Berührungen und Gesten diese Visualisierungen erkunden.



Abbildung: LiveFernsehen_Fullview_Information

Entwurf Interface

In der Mediathek findet der Nutzer Empfehlungen von Freunden sowie Film- und Fernsehtitel, die seinen persönlichen Vorlieben und dem eigenen Geschmack entsprechen. Grundlage dafür sind die Facebook-likes der Freunde, die IMDb-Bewertungen und ein Aktivitäts-Barometer, welches die Aktivität der Sendung im Internet widerspiegelt. Hat man Film- und Fernsehsendungen den eigenen Favoriten hinzugefügt, werden diese in der Mediathek nicht bevorzugt angezeigt. Es werden jedoch Titel mit den meisten Übereinstimmungen bei Freunden, von Personen denen man folgt, von Experten sowie Titel mit einem hohen Aktivitäts-Barometer, angezeigt. Ziel ist es, neue Inhalte, die dem eigenen Geschmack entsprechen, zu entdecken und nicht immer wieder die selben Inhalte vorgeschlagen zu bekommen.

(siehe auch Anforderungen und Aufbau der App)

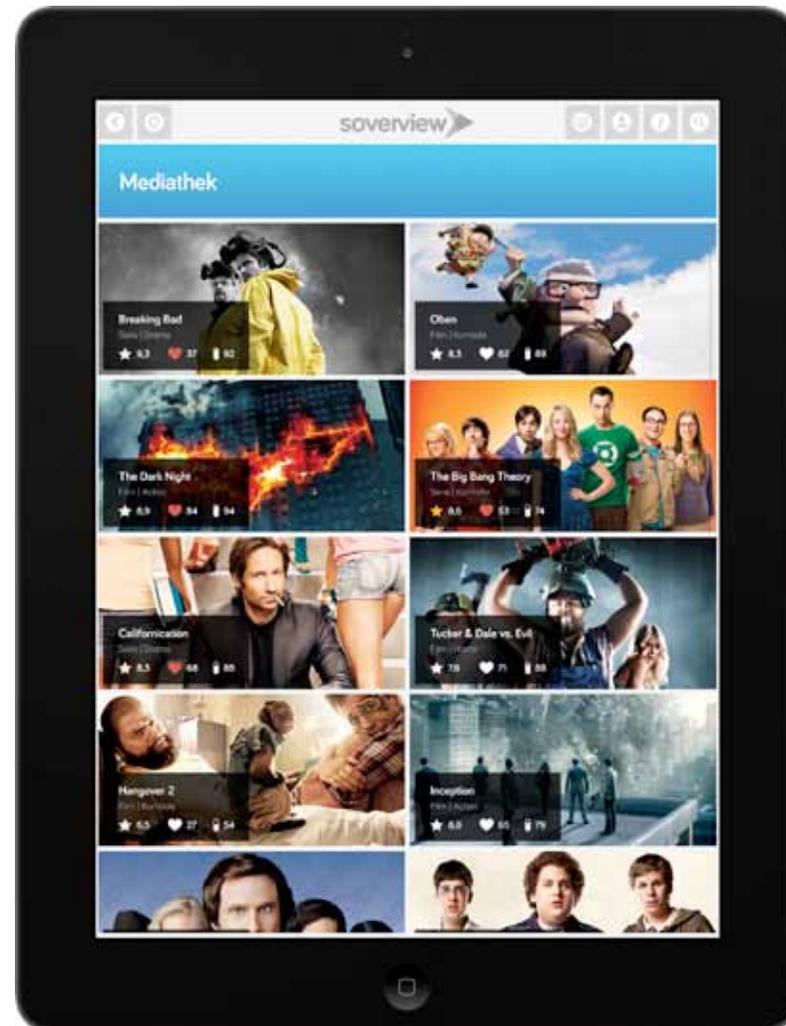


Abbildung: Mediathek Übersicht

Entwurf Interface

Preview-Ansicht eines Titel in der Mediathek.
Um sich einen Eindruck von der Sendung zu machen, kann ein Trailer angeguckt werden.

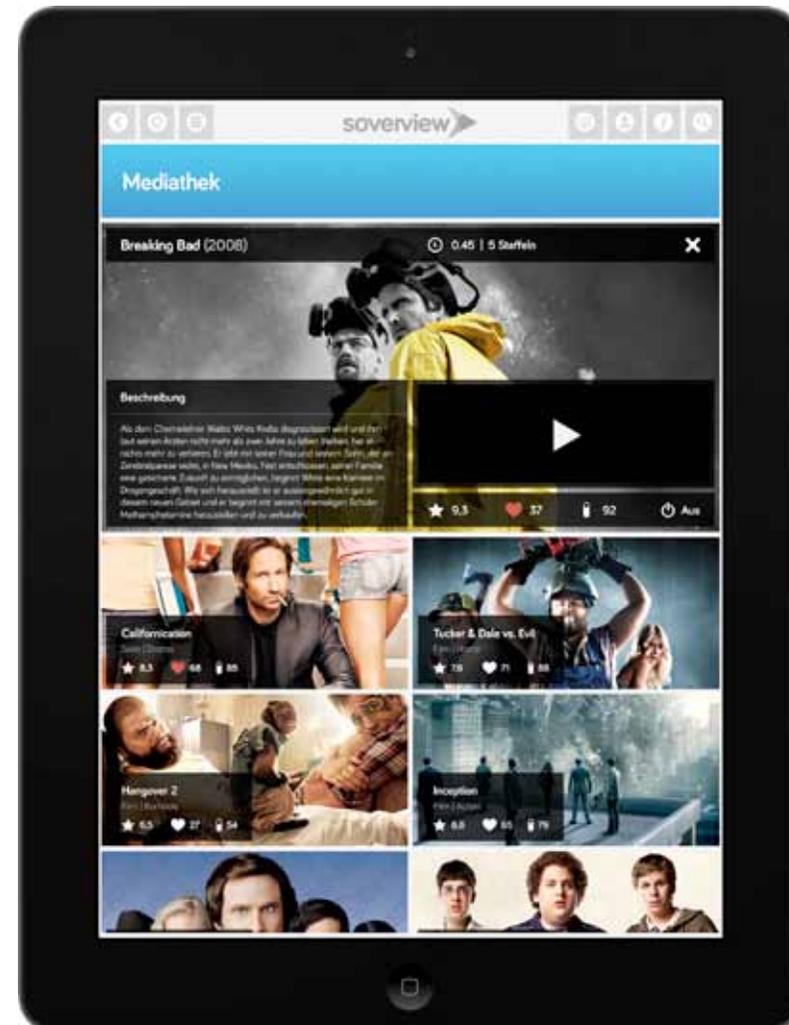


Abbildung: Mediathek_Übersicht

Entwurf Interface

Fullview-Ansicht eines Titel in der Mediathek.
Hier bekommt der Nutzer einen Überblick über das On-Demand-Angebot, die Sendezeiten im Fernsehen (falls vorhanden), die Kommentare zur Sendung und weiterführende Links zur Sendung.

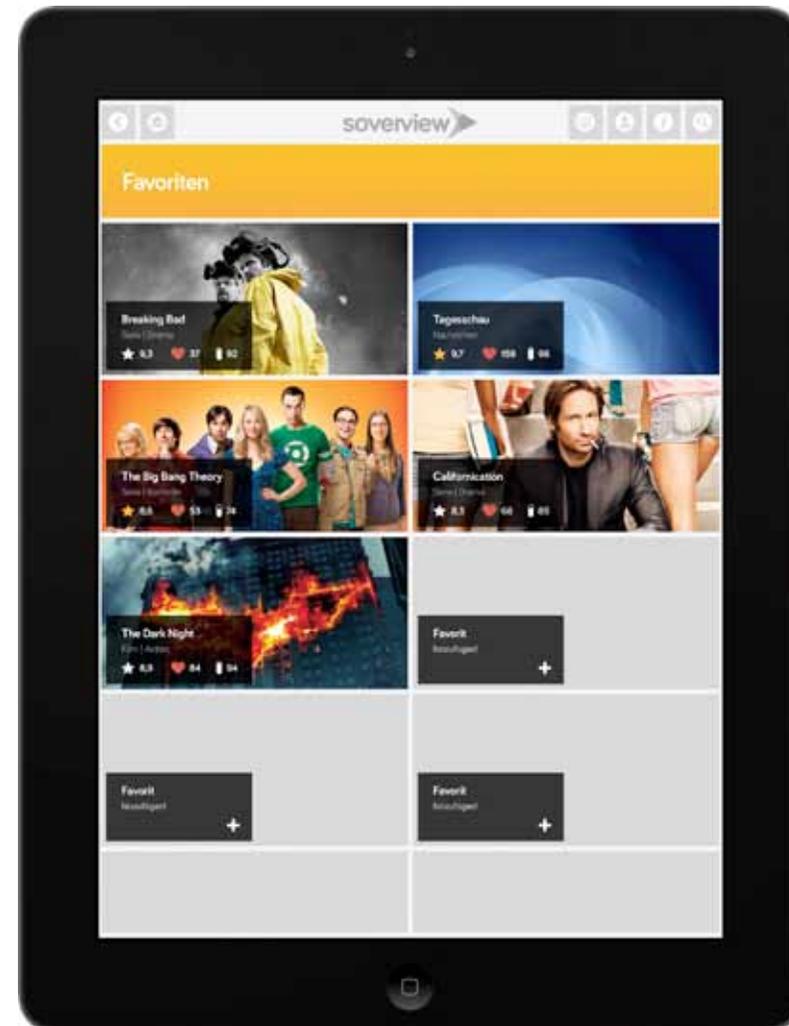


Quellenangabe

Entwurf Interface

Unter Favoriten findet der Nutzer seine favorisierten Titel. Hat er einen Film bei Facebook geliked, einen bei IMDb oder direkt in der App bewertet, erscheint dieser bei guter Bewertung in den Favoriten. Die Favoriten sind ausschlaggebend für Empfehlungen. Aus diesem Grund braucht es für gute und passende Empfehlungen eine breite Basis an bewerteten und favorisierten Film- und Fernsehsendungen. Zusätzlich kann der Nutzer die Favoriten von freigeschalteten Freunden und Personen, denen er folgt, über den Button Freunde in der Hauptnavigation oben links anzeigen lassen. Dieser Button erscheint dem Nutzer nur, wenn er sich in der Favoriten-Übersicht befindet.

(siehe auch Anforderungen und Aufbau der App)



Entwurf Interface

Preview-Ansicht eines Titels in der Kategorie
Favoriten.



Abbildung: Favoriten_Übersicht_Preview

Entwurf Interface

Fullview-Ansicht eines Titels in den eigenen Favoriten.



Abbildung: Favoriten_Übersicht_Fullview

Entwurf Interface

Im Profil verwaltet der Nutzer seine Accounts, Freunde, Follower und Fernsehsender. Fernsehsender kann der Nutzer für den Programmguide beliebig ein- und ausschalten.

Der Nutzer kann oft verwendete Geräte (Smartphone, Tablet, Laptop, Fernseher) im Profil angeben, um sich durch einen Klick auf den Button Koppeln in der Hauptnavigation direkt damit zu verbinden, wenn diese in Reichweite bzw. im selben WiFi Netz sind.

Ein weiteres Feature, über das der Nutzer selber bestimmen kann, ist die Teilen-Funktion. Hier wird eingestellt, welche seiner Kommentare, Bewertungen und Likes mit wem geteilt werden.

(siehe auch Anforderungen und Aufbau der App)

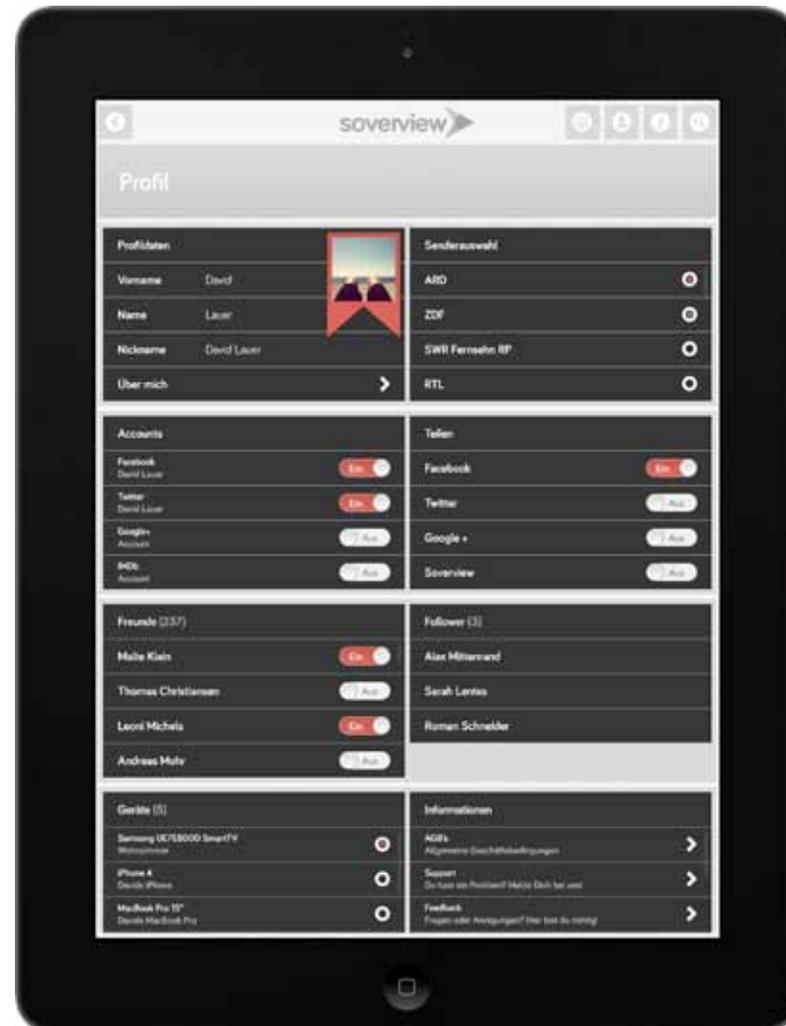


Abbildung: Profil_Übersicht

Quellenverzeichnis

Designing for Retina display

<http://bjango.com/articles/designingforretina/> (14.05.2012)

Eine Branche verändert sich

<http://netzwertig.com/2012/01/04/onlinevideo-und-tv-markt-eine-branche-verandert-sich/> (16.04.2012)

Rastersysteme für die visuelle Gestaltung

Josef Müller-Brockmann

Niggli AG Verlag; Auflage: N.-A. (November 2008)

Sieht so die Zukunft aus? Großartige Konzepte mit umwerfendem Design

<http://www.detailverliebt.de/sieht-so-die-zukunft-aus-grosartige-konzepte-mit-umwerfenden-design/> (23.04.2012)

Social Media, Politik und Alltag.

<http://www.guidobuelow.de/> (04.04.2012)

The Race for the Second-Screen

<http://www.fastcocrete.com/1679561/the-race-for-the-second-screen-5-apps-that-are-shaping-social-tv> 27.05.2012)

Three P's / phases of Social TV

<http://blog.trendrr.com/2012/02/15/three-phases-of-social-tv/> (18.05.2012)

TV Experience

<http://lab.syzygy.de/> (12.03.2012)

Variable Grid System

<http://grids.heroku.com/> (16.05.2012)

Wanted: Ein TV-Format mit Zukunft

<http://gutjahr.biz/2011/09/wanted-tv-format-mit-zukunft/> (18.04.2012)

Anschrift: David Lauer
Bruchhausenstraße 15
54290 Trier

Matrikel-Nr: 946821

E-Mail: lauerd@fh-trier.de

Hinweis:

Hiermit versichere ich, dass ich meine Bachelorarbeit selbstständig verfasst und keine anderen als die angegebenen Quellen und Hilfsmittel benutzt habe.

Copyright © 2012 David Lauer

