



SAP-Studie: Daten-Analysen und animierte Grafiken bereichern die WM-Berichterstattung, Zuschauer erwarten aber Interpretation durch Journalisten

SAP-Studie: Daten-Analysen und animierte Grafiken bereichern die WM-Berichterstattung, Zuschauer erwarten aber Interpretation durch Journalisten
Im Auftrag des Softwareherstellers SAP untersuchen der ehemalige Sportstudio-Moderator Prof. Michael Steinbrecher und das Forschungsinstitut mct Dortmund, welche Wünsche TV-Zuschauer an die Fußballberichterstattung haben. Das Ziel der Studie ist die Entwicklung innovativer Darstellungsformen für den Datenjournalismus im TV. Der Fokus liegt dabei auf der Beurteilung datenbasierter Angebote, z.B. animierter 3D-Analysen. Ein erstes Ergebnis des groß angelegten Forschungsprojekts ist, dass Zuschauer Einzeldaten wie Ballbesitz oder Passquote häufig als nicht aussagekräftig wahrnehmen. Sie erwarten von Journalisten Einordnung und Interpretation. Je besser die Experten-Analysen vor und nach dem Spiel optisch umgesetzt sind und je nachvollziehbarer taktische Details dadurch visualisiert werden, desto besser kommt die Berichterstattung an. Zur Hypothesenbildung leiteten die Forscher unmittelbar vor und nach WM-Spielen mehrere Gruppendiskussionen. Dabei zeichnete sich ab, dass die Erwartungen der Fernsehzuschauer an die WM-Berichterstattung weit auseinander klaffen. Während sich die einen aufwändige Analysen und Daten-Angebote wünschen, wehren sich eher konservative Fans gegen eine Verwissenschaftlichung der Berichterstattung. Vier Zuschauer-Typen wurden identifiziert: Event-Orientierte, konservative Fans, aufgeschlossene Fans und Taktik-Fans. Mit Ausnahme der Taktik-Fans waren sich die Studienteilnehmer darin einig, dass sie während des Spiels nur wenige zusätzliche Informationen bekommen möchten. Es kommt jedoch auf die Art der Präsentation an. Vor allem große Einblendungen störten sie, so lange das Spiel lief. In der Halbzeitpause dagegen sind Zuschauer offen für datengestützte Analysen. Die Zeit, die dafür zur Verfügung steht, ist den meisten zu kurz. Die neue Torlinientechnologie wird als Bereicherung gewertet. Lediglich die konservativen Fans sind hier skeptisch. Die Vorberichterstattung wird insgesamt als zu lang empfunden; sie sollte nach dem Votum der Zuschauer weniger als eine Stunde dauern. Den Taktik-Fans ist die Hinführung zum Spiel zu wenig analytisch. Die Event-Orientierten wünschen sich hingegen mehr Informationen über Land und Leute. Einig sind sich alle: Je näher es zum Spiel geht, desto sportlicher und aktueller sollte die Berichterstattung werden. Je geringer die emotionale Bindung zur spielenden Mannschaft ist, desto interessanter wird für die Zuschauer der "Second-Screen": Zuschauer recherchieren dann am Smartphone oder Tablet Hintergrundinformationen, kommentieren das Spiel in den sozialen Netzwerken oder nutzen alternative Kamera-Perspektiven in der Mediathek der Sender. Bei Großveranstaltungen wie der WM zeigt sich, dass man langfristig nicht allen Gruppen und ihren Wünschen gerecht werden kann", so Steinbrecher. Falls dies technisch möglich wäre, scheint für TV-Zuschauer eine zielgruppenorientierte Aufspaltung der Berichterstattung durchaus denkbar. Auch wenn dann das gemeinsame Fernseherlebnis zum Teil verloren geht: Individualisierte Angebote entsprechen den auseinanderklaffenden Interessen der vier definierten Zuschauertypen. Die einzelnen Typen sind:
Die Event-Orientierten: Außerhalb von Welt- und Europameisterschaften kaum Fußball-interessiert. Fußball ist für diesen Zuschauer-Typ vor allem ein emotionales Ereignis, das gemeinsam mit anderen erlebt wird. "Aber wenn Datenjournalismus interessant gemacht ist und die Emotionen nicht stört, warum nicht?"
Die konservativen Fans: Echte Fußballfans, verfolgen regelmäßig Fußball-Sendungen im TV, oft im traditionellen Sinn gut informiert (kennen viele Spieler und haben historisches Fußballwissen), aber lehnen Datenjournalismus grundsätzlich ab. "Fußball ist ein einfaches Spiel", "man sollte daraus keine Wissenschaft machen".
Die aufgeschlossenen Fans: Ebenfalls regelmäßige Fußball-TV-Zuschauer. In Bezug auf Datenjournalismus nicht per se begeistert, aber offen. Journalisten müssen Daten interpretieren. Außerdem sollten sie visuell gut aufbereitet werden.
Die Taktik-Fans: Sind an allen sportlich relevanten Details des Fußballs interessiert. Expecten gut gemachte taktische Analysen und Datenjournalismus, der ihnen neue Einsichten vermittelt. Wünschen sich ergänzende Grafiken und Informationen auch während des Spiels, ob in der TV-Übertragung oder über Second Screen.
SAP Deutschland AG & Co. KG
Neurottstraße 15a
69190 Walldorf
Deutschland
Telefon: 06227/7-47474
Telefax: 06227/7-57575
Mail: info@sap.com
URL: <http://www.sap.com/germany/index.epx>


Pressekontakt

SAP Deutschland AG & Co. KG

69190 Walldorf

sap.com/germany/index.epx
info@sap.com

Firmenkontakt

SAP Deutschland AG & Co. KG

69190 Walldorf

sap.com/germany/index.epx
info@sap.com

Seit mehr als 30 Jahren bürgt der Name SAP (Systeme, Anwendungen, Produkte in der Datenverarbeitung) für Innovation, Erfolg und Kreativität. Als drittgrößter unabhängiger Softwarelieferant der Welt entwickeln wir maßgeschneiderte Unternehmenslösungen für unsere Kunden rund um den Globus. Unseren Erfolg verdanken wir der hohen Qualität unserer Produkte sowie der langjährigen Erfahrung und dem Know-how unserer Mitarbeiter. Einzelheiten über die Entwicklung des Unternehmens finden Sie in unserer Unternehmensgeschichte. Das Unternehmen wurde 1972 von fünf IBM-Mitarbeitern gegründet und zählt mittlerweile rund 35.000 Beschäftigte. Allein in der Software-Entwicklung sind weltweit insgesamt 10.600 Mitarbeiter beschäftigt. Neben ihrem Haupt-Entwicklungszentrum am Stammsitz in Walldorf unterhält die SAP Entwicklungslabors unter anderem in Palo Alto (USA), Tokio, Bangalore (Indien) und Sophia Antipolis (Frankreich) sowie in Berlin, Karlsruhe und Saarbrücken. Mit Niederlassungen in mehr als 50 Ländern erzielte die SAP im Geschäftsjahr 2004 einen Umsatz von 7,5 Milliarden Euro. Die SAP AG ist an verschiedenen Börsen einschließlich der Frankfurter Wertpapierbörse und der New Yorker Wertpapierbörse (NYSE) unter dem Tickersymbol "SAP" gelistet.