

Regeln und Empfehlungen für die ARD Startleiste HbbTV zur IFA 2011

Nach den Erkenntnissen der ersten Usability-Studie ist die HbbTV-Startleiste der ARD zur IFA 2011 leicht modifiziert worden. Durch einige der umgesetzten Erkenntnisse (etwa die Anforderung, dass mehr als drei Widgets auf den ersten Blick erkennbar sind), ergeben sich Regeln und Empfehlungen für die Umsetzung der Startleiste für die jeweiligen Programme.

1. Plätze auf der Startleiste und Widgets-Typen

Die Startleiste 2011 hat fünf sichtbare Plätze. Auf diesen Plätzen können verschiedene Typen von Widgets verteilt werden.

- a) Basisangebot (EPG, Sender-Mediathek, Sender-Videotext)
- b) Marken (tagesschau, ARD Mediathek, Angebote von einzelnen TV-Sendungen, Radiowellen)
- c) Events und Sendungsbegleitungen (Olympia, Presseclub etc)

Entscheidender als die Inhalte der Widgets ist die Frage, ob die Inhalte der Widgets dauerhaft oder nur temporär angeboten werden.

Ein logisches Modell muss daher Ausstrahlungsvarianten zu verschiedenen Ansichtszeitpunkten berücksichtigen. Beispiele:

Die ARD Themenwoche dauert z.B. eine Woche, Olympia vier Wochen, aber der Presseclub interaktiv ist nur im Umfeld bzw. während der Sendung interessant.

Die Ergebnisse der Usability-Studie zeigen, dass die Zuschauer eine eindeutige und nachvollziehbare Belegung der Startleiste erwarten. Die Widgets sollten daher nicht die Plätze wechseln, z. B. um Symmetrie der Darstellung zu erhalten, sondern möglichst nach einem festen, verlässlichen Muster verteilt werden.

Wir empfehlen daher folgende Logik:

Die drei Basisangebote – EPG, Sender-Mediathek, Videotext – sind miteinander verknüpft. Sie bilden eine Dreierkette. Diese Reihenfolge wird nicht verändert. Dadurch weiß der Zuschauer, wo er diese Inhalte findet, auch wenn die Startleiste temporär verändert wird und ein Teil der Angebote nicht sichtbar ist.

Vorteil: bessere Orientierung. Gefühls Wissen („ist doch immer rechts“)

Die Positionierung folgt der Logik der Farbbuttons, die ebenfalls rechts unten platziert sind.

Marken und Events erscheinen **links** vom Fokus (variable Fläche, Gestaltung je nach Sender).

Die Konfiguration für die konkrete Startleiste ist wie bisher Sache des jeweiligen Senders. Eine mögliche Zusammenstellung ist zu Beispiel die Kombination aus den Anwendungen für die tagesschau und für die ARD Mediathek.

Zum Gestaltungsspielraum gehört auch die Frage der Positionierung für den First Fokus. Auch hier gibt es mehrere Varianten (dabei ist zu beachten, dass durch das Karussell-Verfahren durch Bewegungen mit dem Cursor diese Aufteilung „in Bewegung“ gerät):

Variante A:

Im Regelfall liegt der First Focus wie bisher auf dem EPG. Gibt es besondere, nur temporär verfügbare Anwendungen (z.B. Sendungs- oder Event-Begleitung) werden diese mittig positioniert und erhalten den Fokus (redaktionelle Entscheidung).

Legende:

 = first focus, Mitte der Startleiste

 = nicht sichtbarer Bereich

- Basisangebot: Ausprägung der Startleiste im Regelfall (ohne Event):

Marke 2	Marke 1	EPG	Mediathek	Text
---------	---------	------------	-----------	------

- Ausprägung der Startleiste mit Event/ Sendungsbegleitung:

Marke 2	Marke 1	Event 1	EPG	Mediathek	Videotext
---------	---------	----------------	-----	-----------	------------------

oder

Marke 2	Marke 1	Event 1	Event 2	EPG	Mediathek	Videotext
---------	---------	---------	----------------	-----	-----------	------------------

Event 1: längerfristiges Event wie Olympia oder Themenwoche

Event 2: kurzfristiges temporäres Event wie Sendung/ Aktionstag

Vorteil: die Zuschauer werden direkt auf den Event verwiesen.

Nachteil: nicht alle Zuschauer sind evtl. an diesem Event interessiert, vor allem wenn es sich um ein längerfristiges Event wie Olympia handelt.

Um hier einen gangbaren Weg zu finden, sind technische Voraussetzungen notwendig, wie ein Redaktionssystem mit Scheduler-Option. Diese Voraussetzungen sind zur IFA noch nicht gegeben, daher kann zunächst wie bisher nur Variante B eingesetzt werden.

Variante B:

Der Fokus liegt immer auf dem EPG, Events werden grundsätzlich links davon eingeklinkt.

- Basisangebot: Ausprägung der Startleiste im Regelfall (ohne Event):

Marke 2	Marke 1	EPG	Mediathek	Text
---------	---------	------------	-----------	------

- Ausprägung der Startleiste mit Event/ Sendungsbegleitung:

Marke 2	Marke 1	Event 1	EPG	Mediathek	Text
---------	---------	---------	-----	-----------	------

Marke 1	Event 1	Event 2	EPG	Mediathek	Text
---------	---------	---------	-----	-----------	------

Vorteil: Auch Zuschauer, die nicht an dem Event interessiert sind, erhalten zuverlässig die gewohnten Informationen in Bezug zum aktuell laufenden TV-Programm („now and next“)

Nachteil: Der Event wird evtl. übersehen. Dies müsste man in einem Usertest abprüfen.

Bei den jetzigen Gegebenheiten empfehlen wir daher Variante B.

2. Navigation innerhalb der Startleiste

Die Navigation in der Startleiste erfolgt unabhängig von der Zahl der Widgets immer einheitlich. Grundsätzlich gibt es dabei eine Karussell-Logik oder eine statische Rechts-Links-Logik. Mit der IFA 2011 wird die Startleiste nach der Karussell-Logik gestaltet.

Sobald es möglich ist, wird die flexibel anzupassende Variante A zur Verfügung gestellt. Mit einer solchen Flexibilisierung kann z.B. auch eine Sendungsbegleitung wesentlich besser aus der laufenden Sendung heraus beworben werden („Drücken Sie jetzt auf Ihrer Fernbedienung den roten Knopf, um ...“).