

Publikumsforschung

Jens Wolling

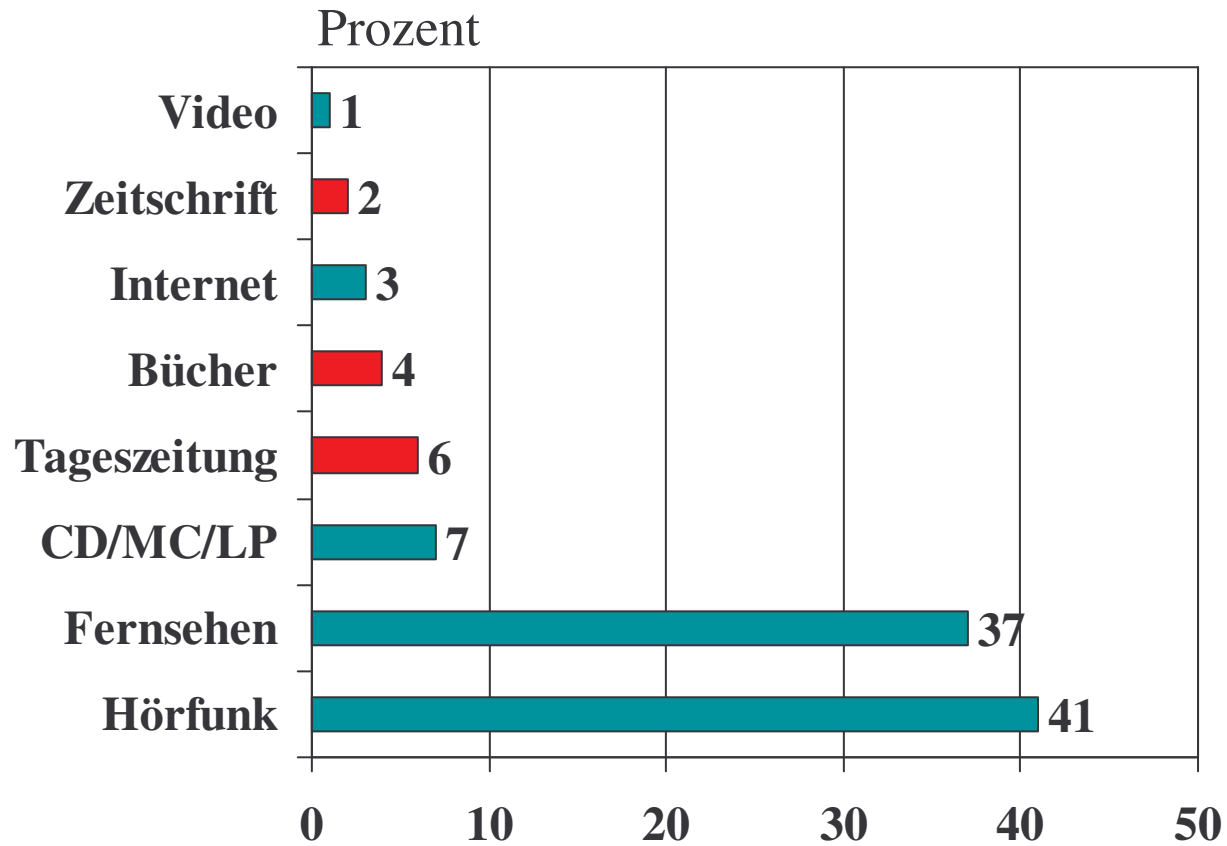
Mittwoch 18-20 Uhr / Raum Oe 1.05

In der Vorlesung werden Methoden der Publikumsforschung, theoretische Ansätze und Modelle zur Beschreibung und Erklärung von Mediennutzung und empirische Befunde zur Nutzung unterschiedlicher Medien vorgestellt.

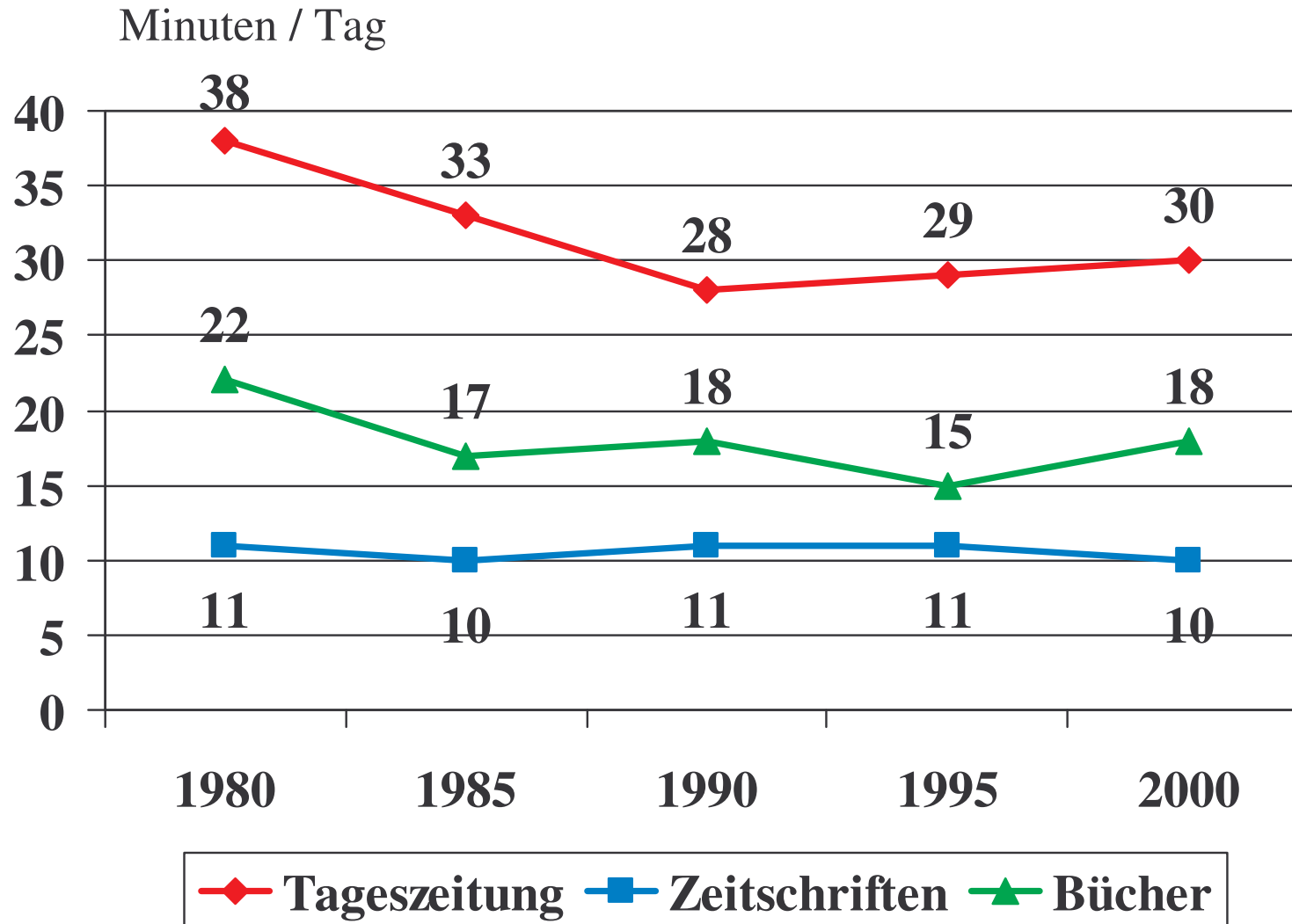
Sprechstunde: Do 10-11 Uhr in Oe A 1.06

Infos: <http://www.wolling.de>

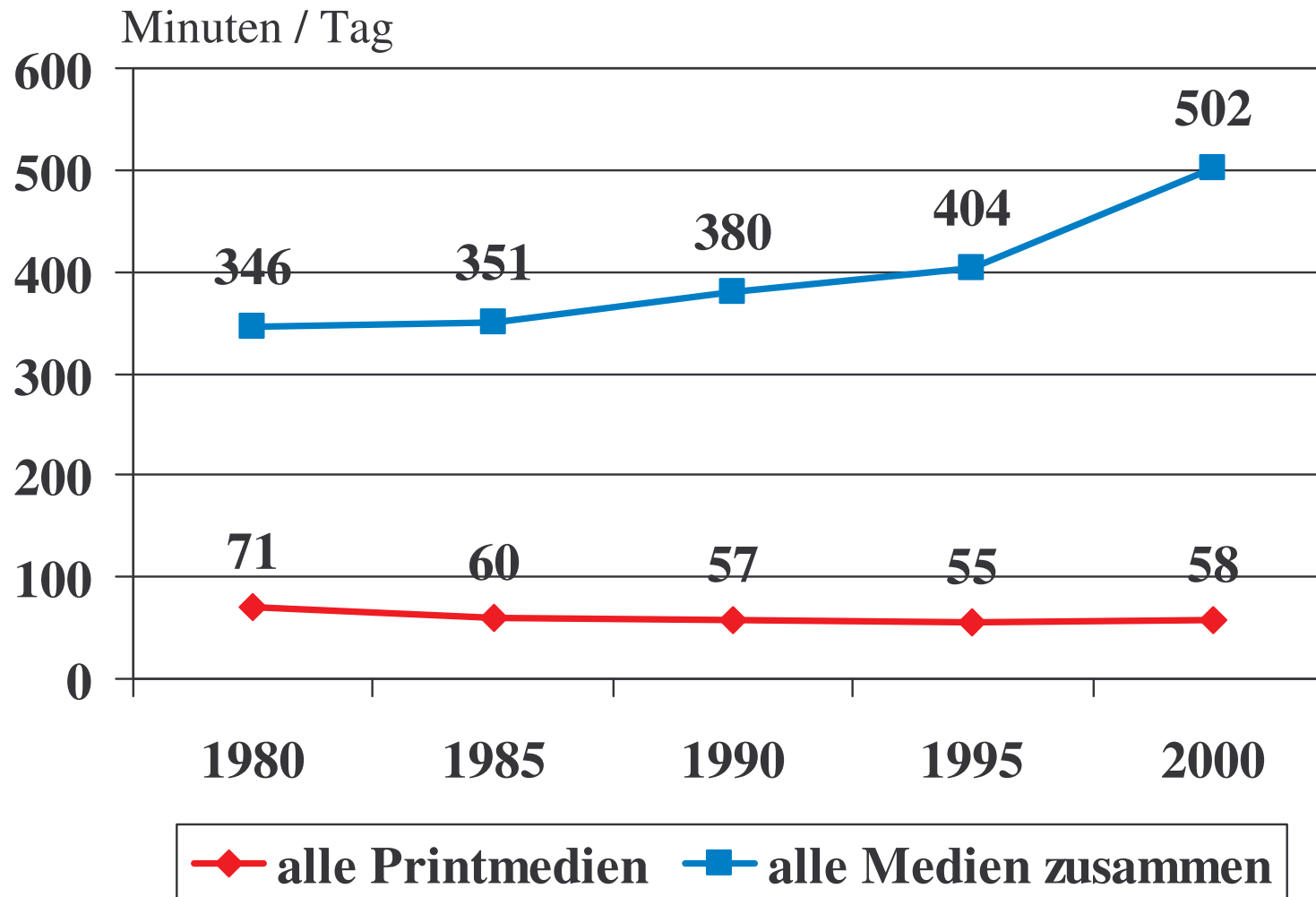
Anteil der Medien am Medienzeitbudget



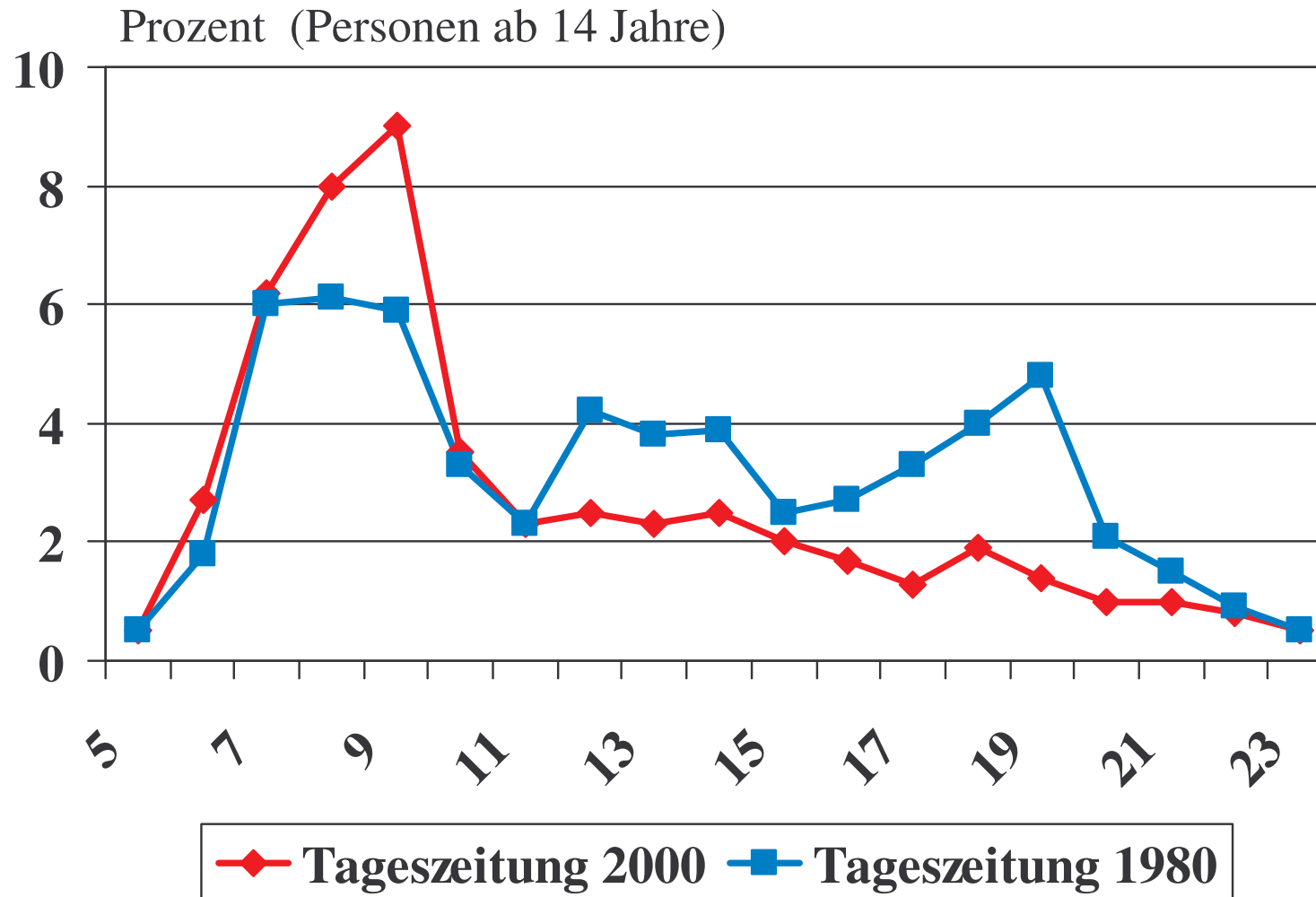
Entwicklung der Printmediennutzung



Entwicklung der Printmediennutzung im Vergleich



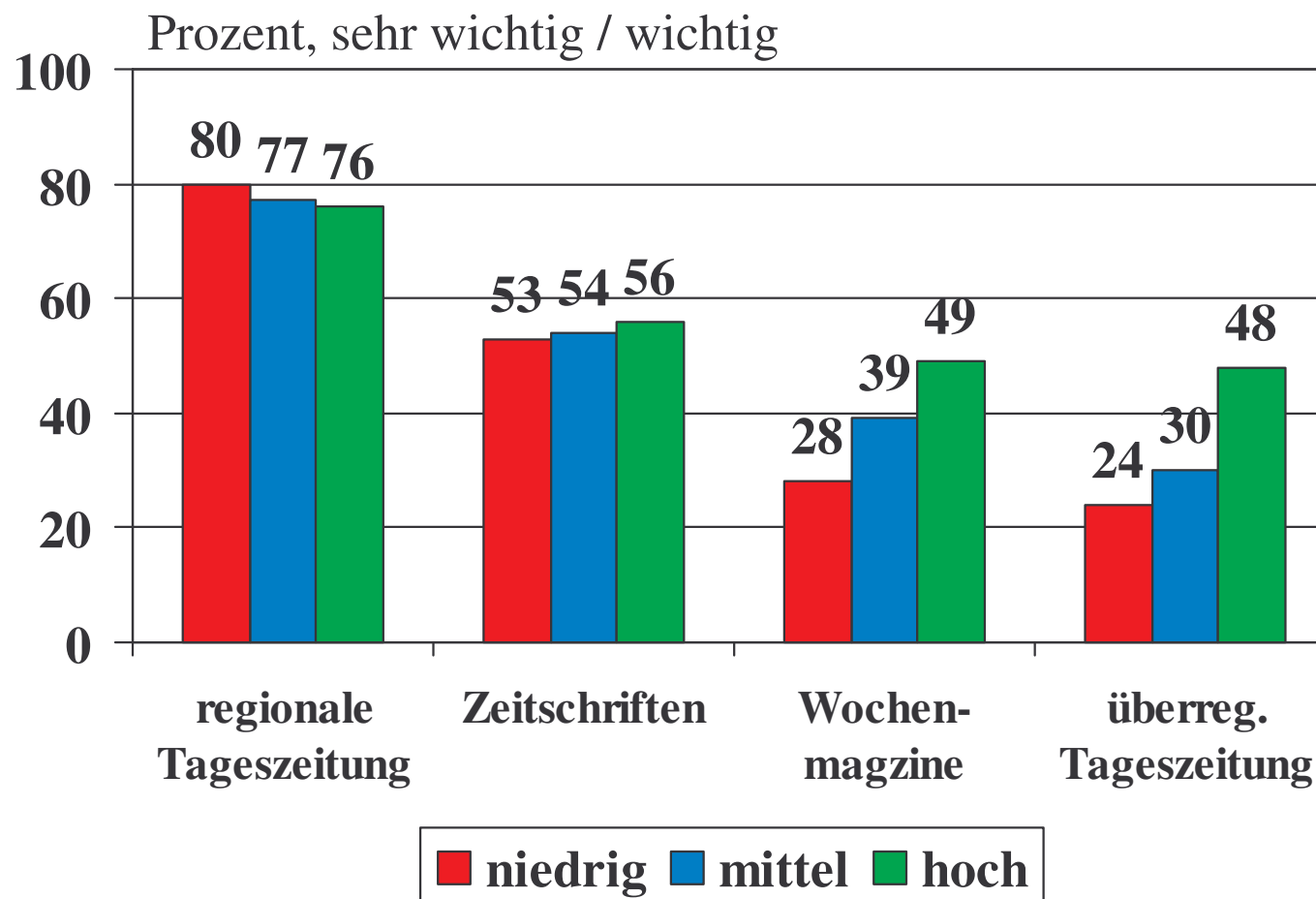
Nutzung der Tageszeitung im Tagesverlauf



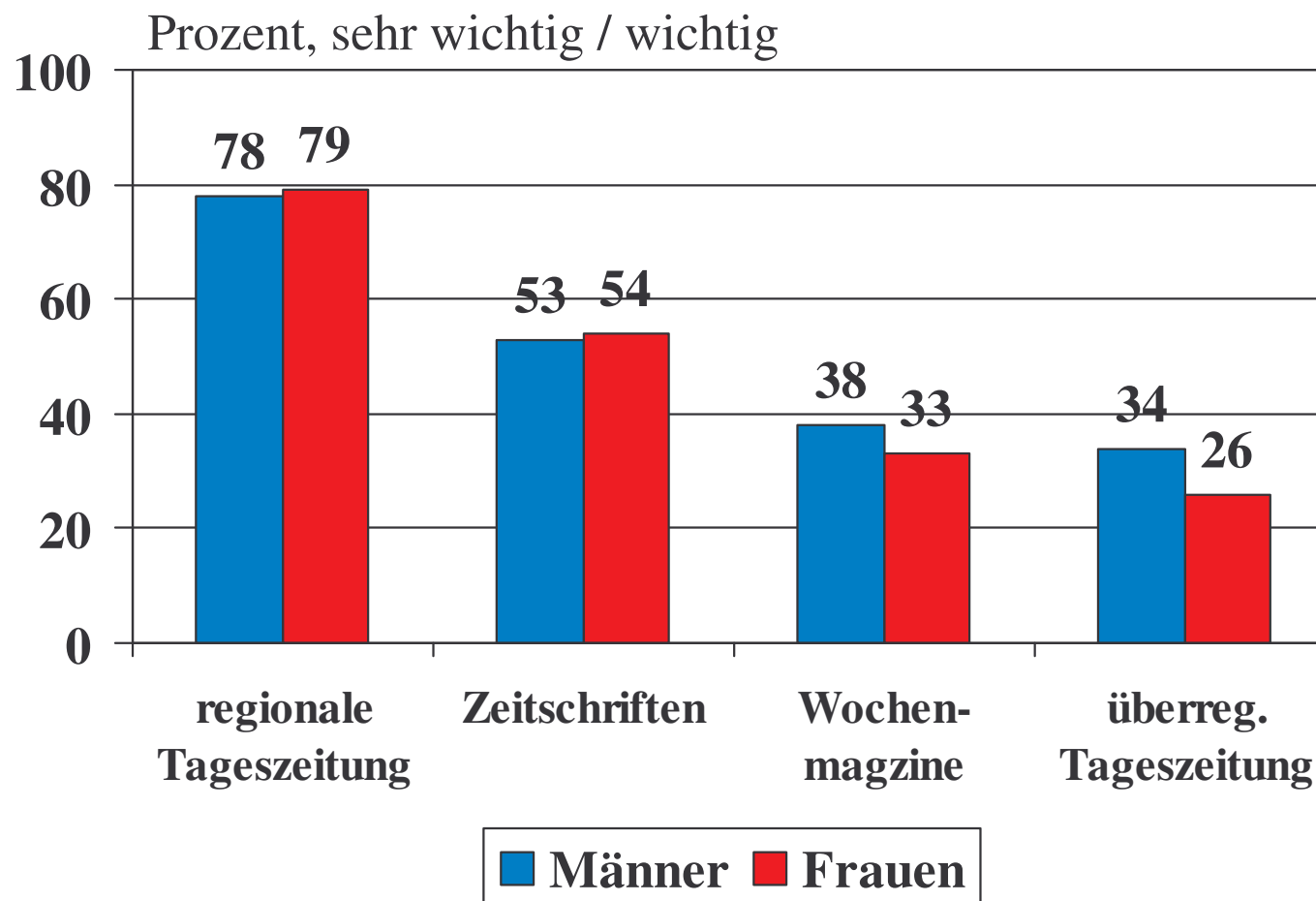
Informationsquellen über aktuelle Ereignisse aus Politik und öffentlichem Leben



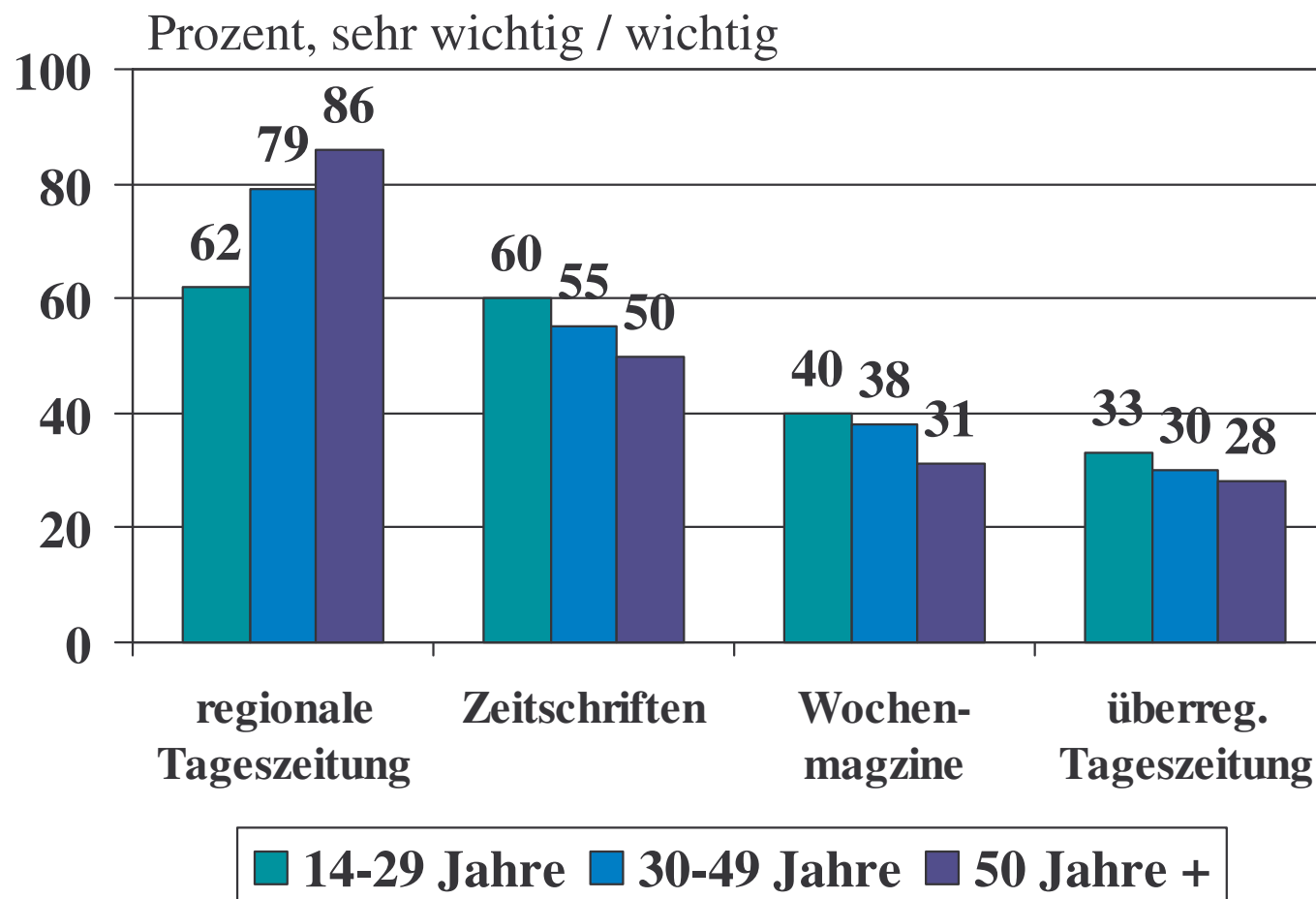
Informationsquellen über aktuelle Ereignisse aus Politik und öffentlichem Leben nach **Bildung**



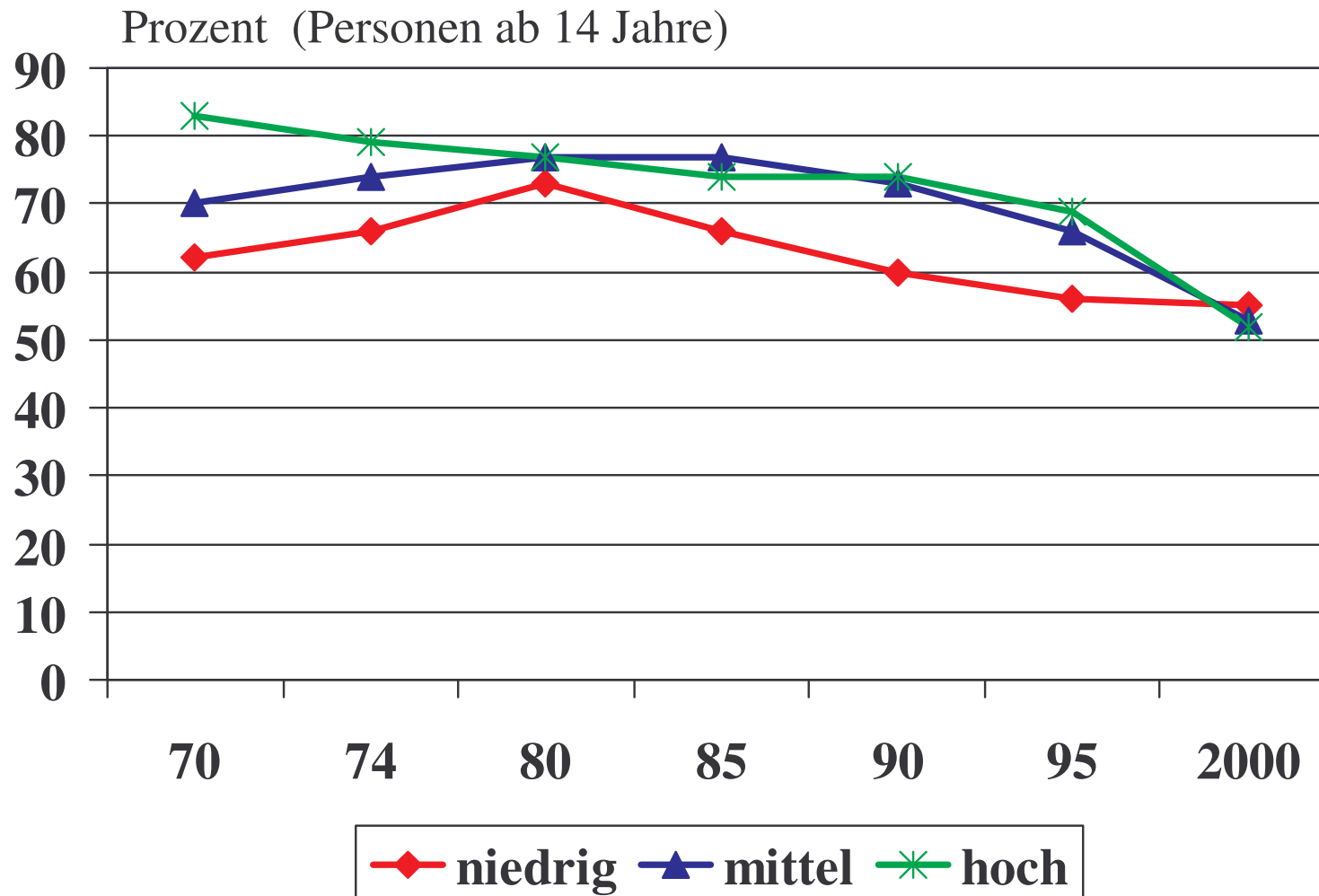
Informationsquellen über aktuelle Ereignisse aus Politik und öffentlichem Leben nach **Geschlecht**



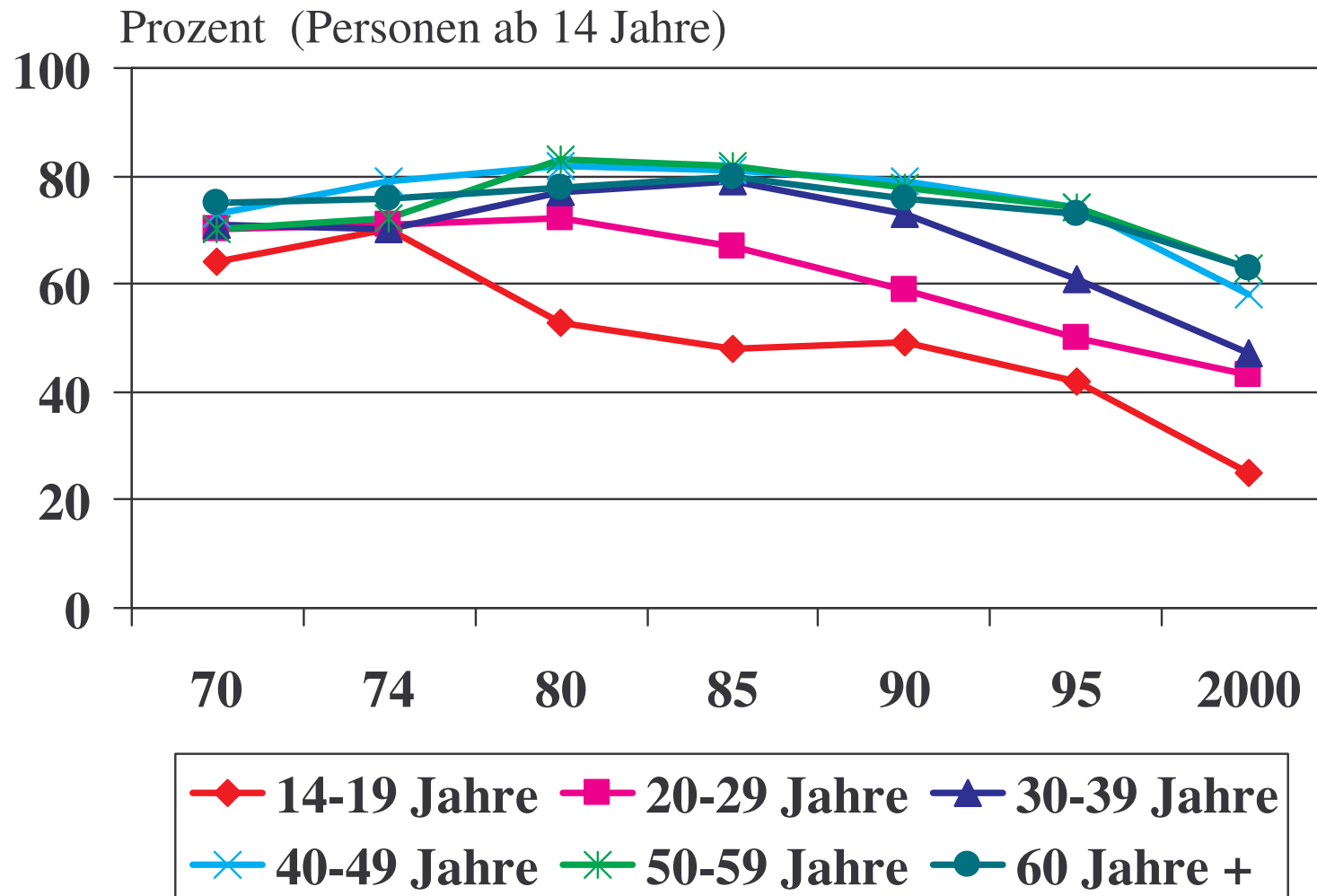
Informationsquellen über aktuelle Ereignisse aus Politik und öffentlichem Leben nach **Alter**



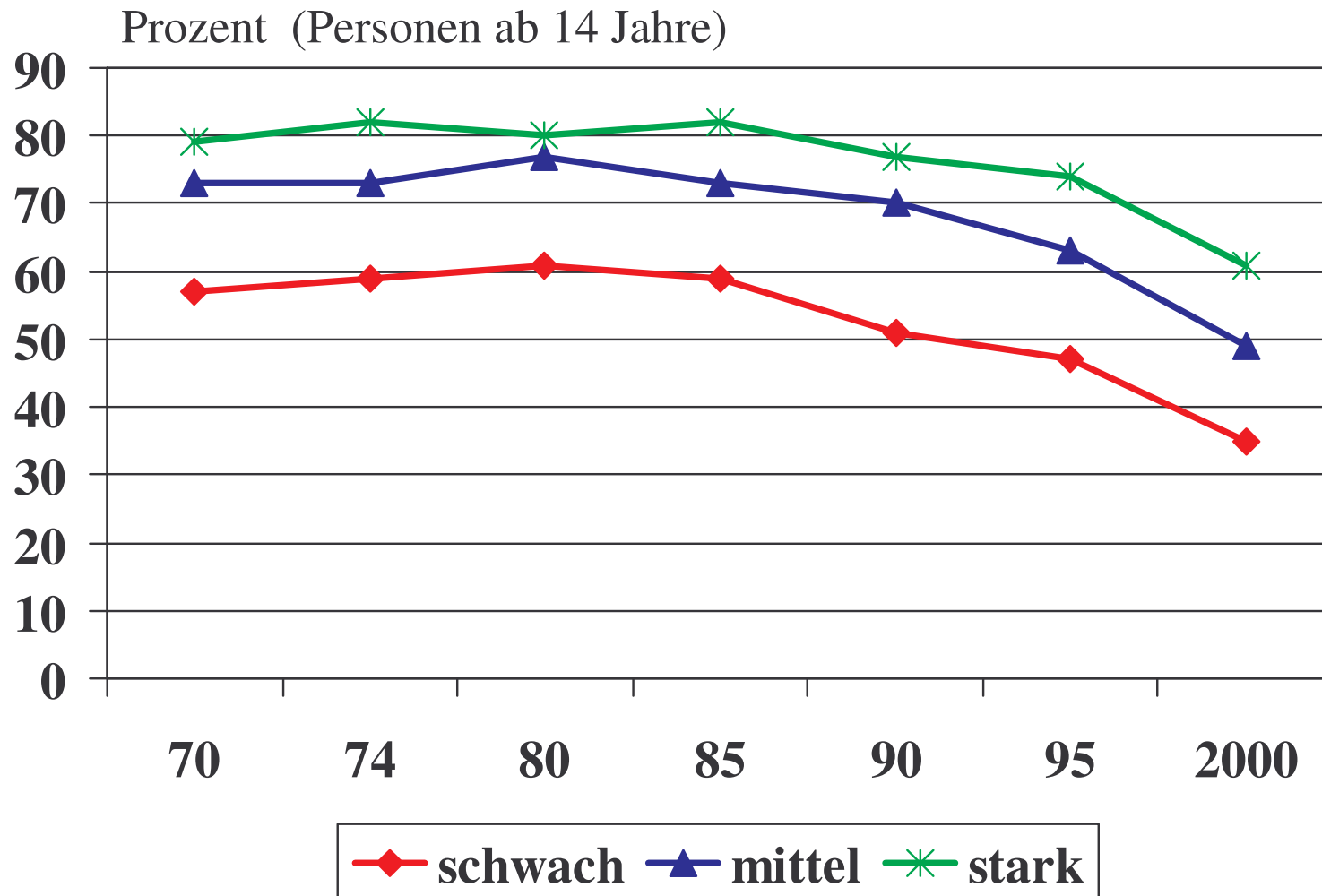
Reichweitenentwicklung der Tageszeitung nach Bildung



Reichweitenentwicklung der Tageszeitung nach Alter

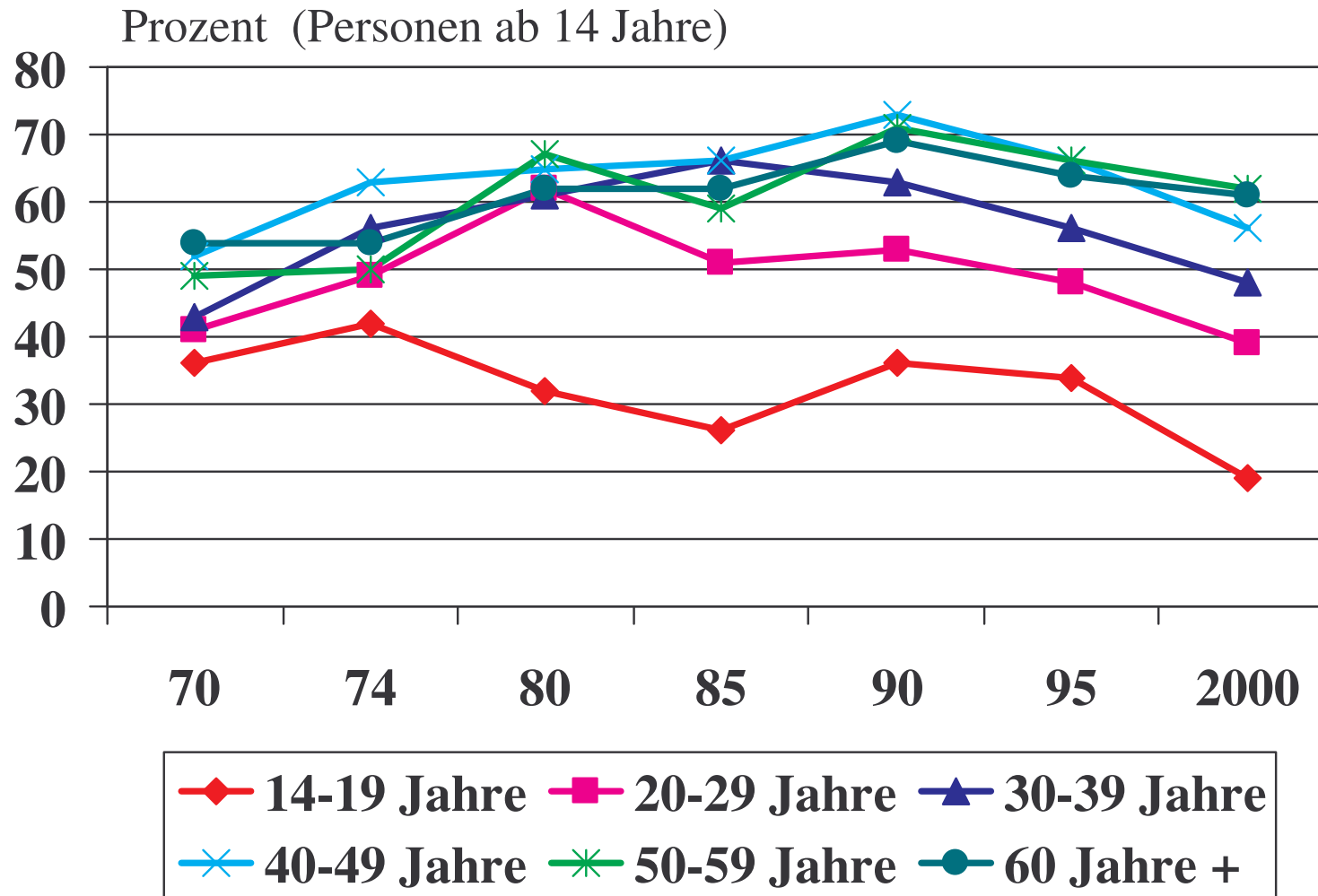


Reichweitenentwicklung der Tageszeitung nach politischem Interesse

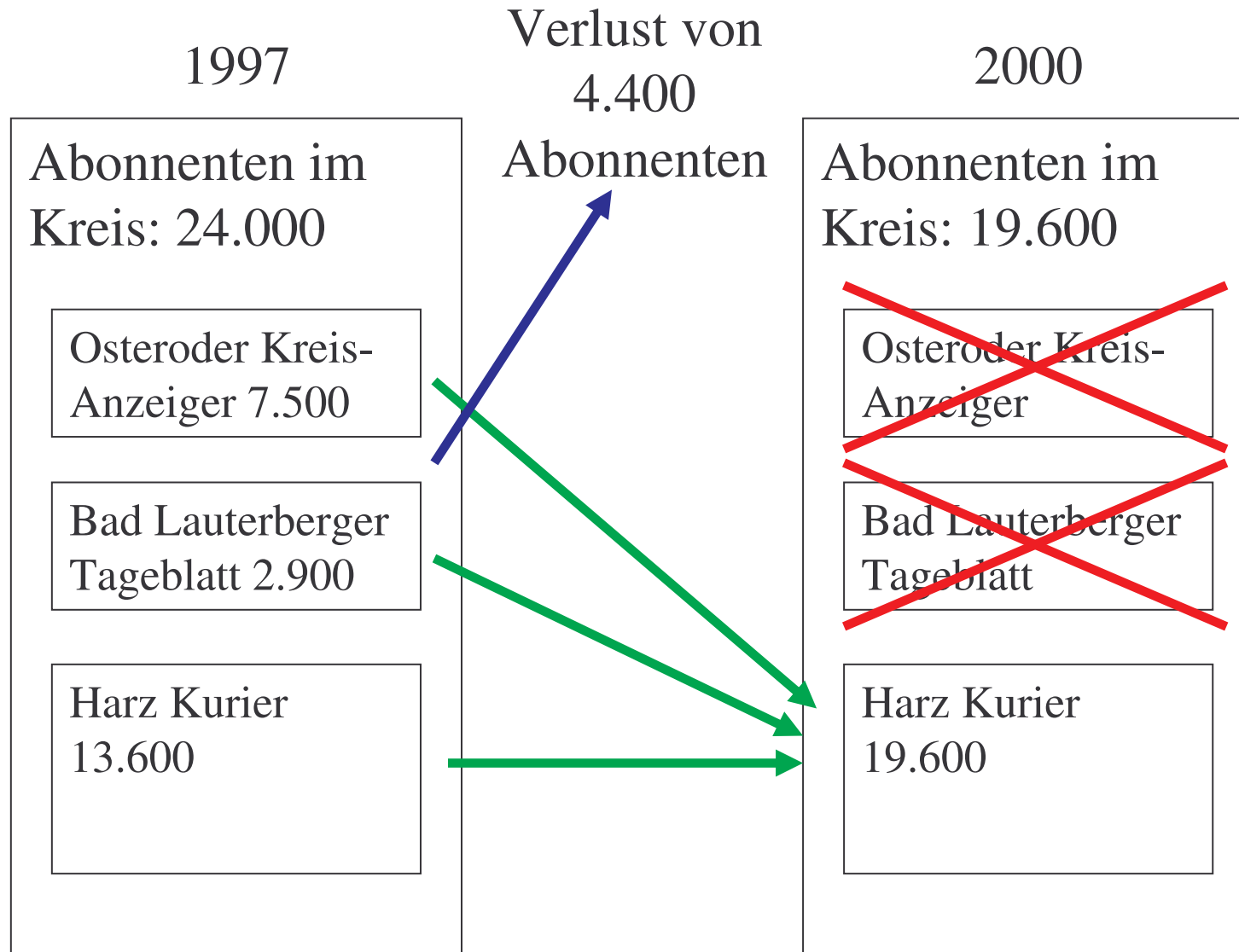


Bindung an die Tageszeitung nach Alter

es würden sehr stark / stark vermissen...

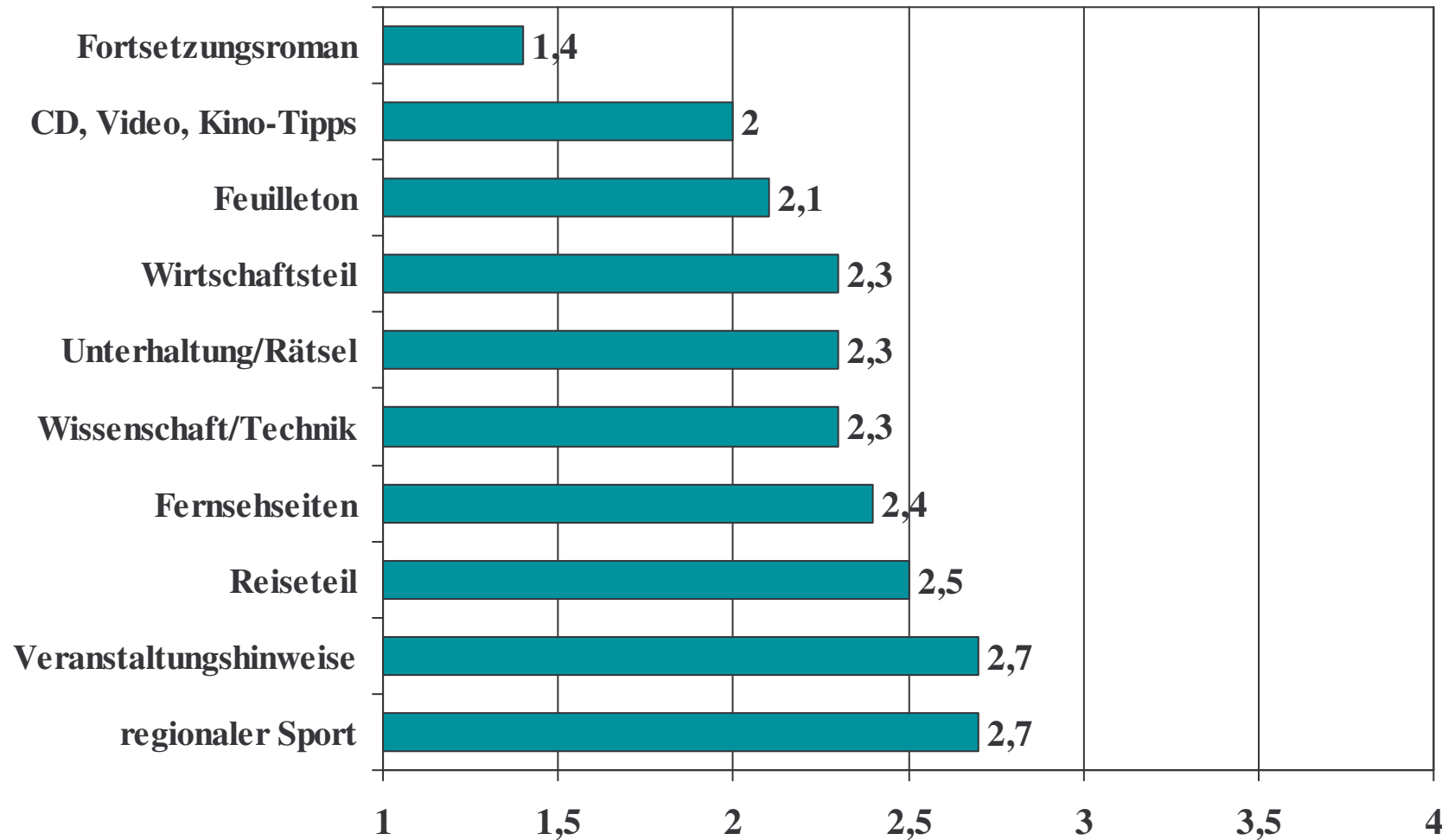


Bindung an die Regionalzeitung



Häufigkeit der Nutzung verschiedener Zeitungsteile

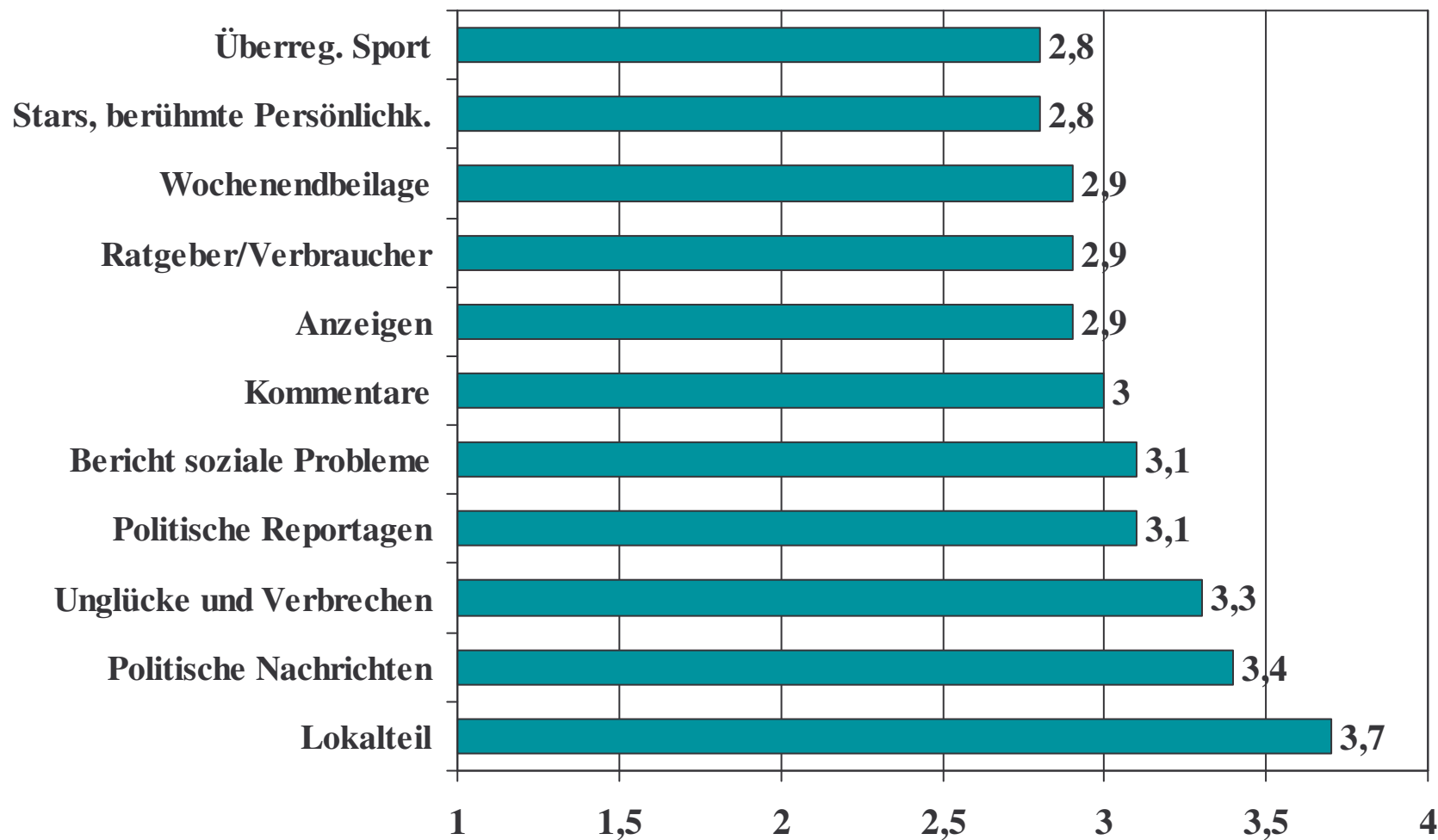
Mittelwerte: 1 = nie, 2 = selten, 3 = gelegentlich 4 = häufig/regelmäßig



Massenkommunikation 1995, eigene Berechnungen

Häufigkeit der Nutzung verschiedener Zeitungsteile

Mittelwerte: 1 = nie, 2 = selten, 3 = gelegentlich 4 = häufig/regelmäßig

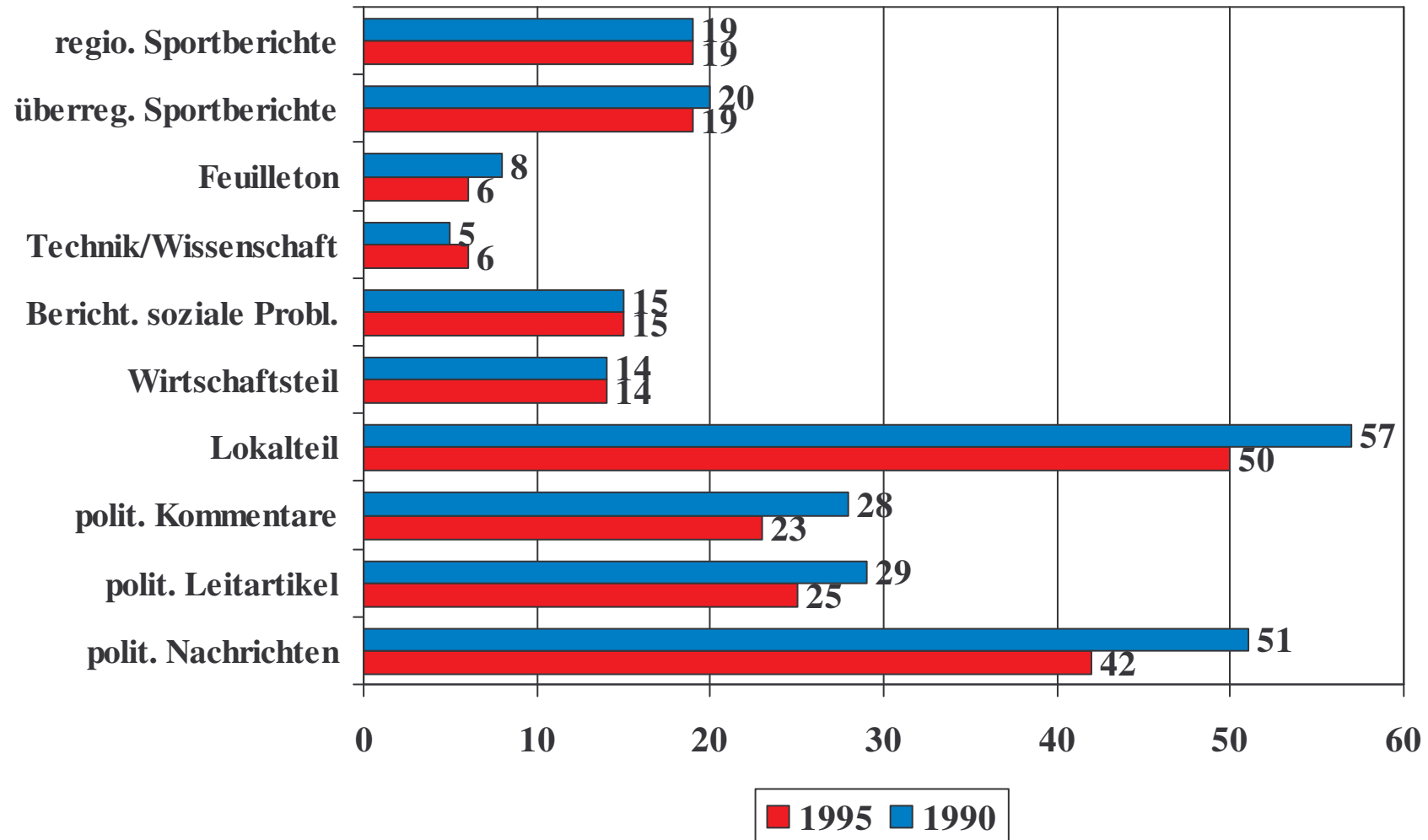


Massenkommunikation 1995, eigene Berechnungen

Veränderung der Nutzung der Zeitungsteile - Hardnews

Es haben gestern in der Tageszeitung gelesen...

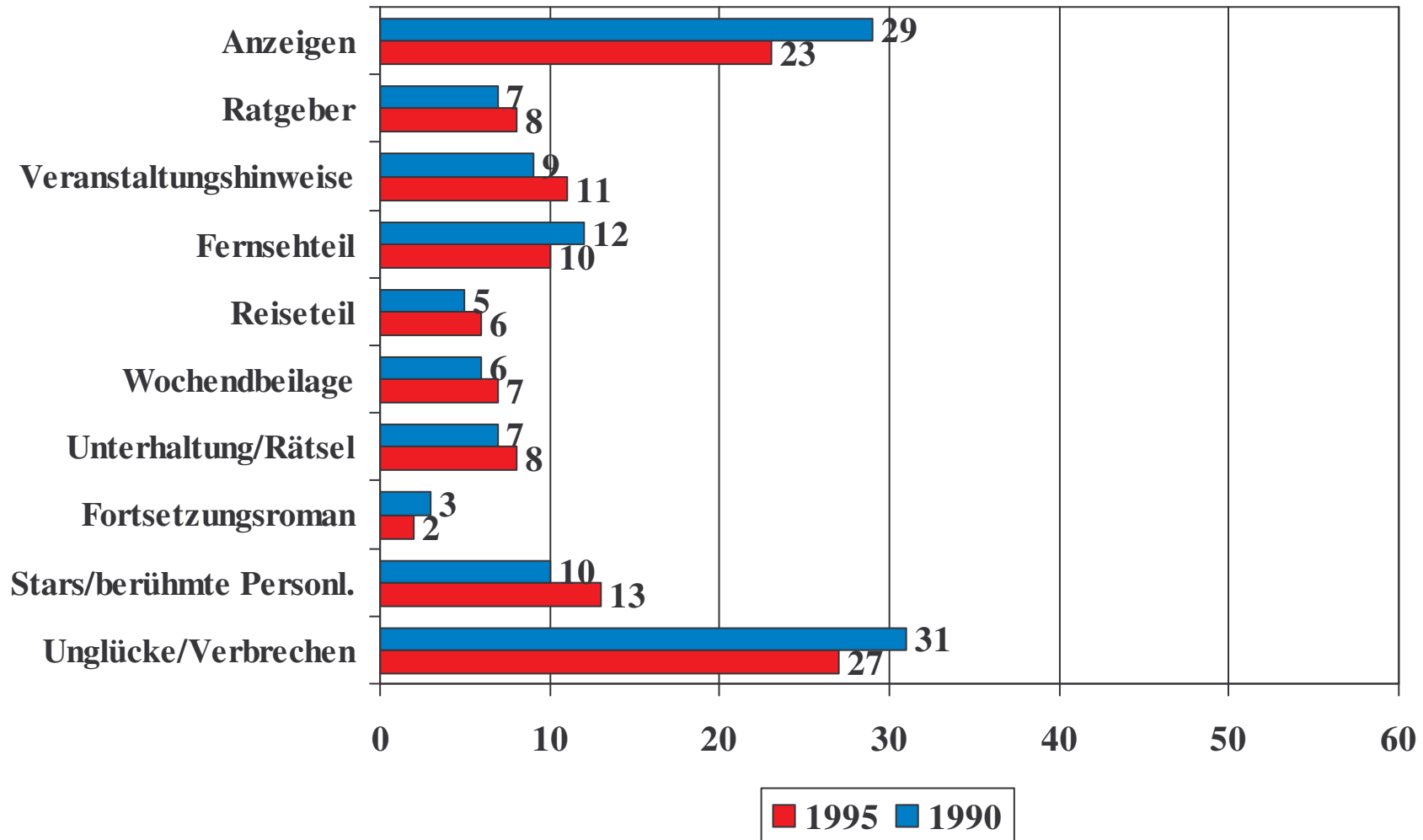
Prozent



Veränderung der Nutzung der Zeitungsteile – Softnews

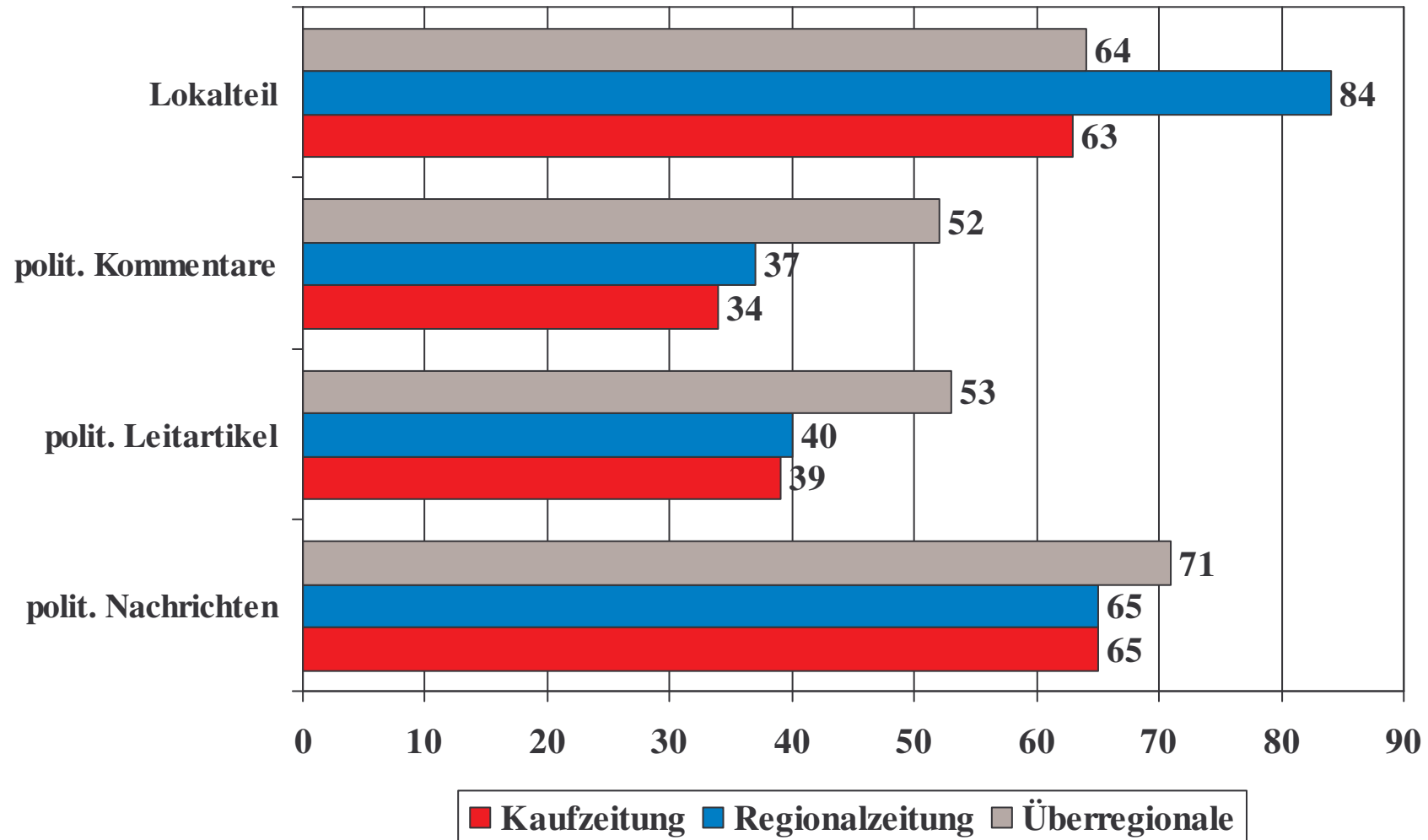
Es haben gestern in der Tageszeitung gelesen...

Prozent



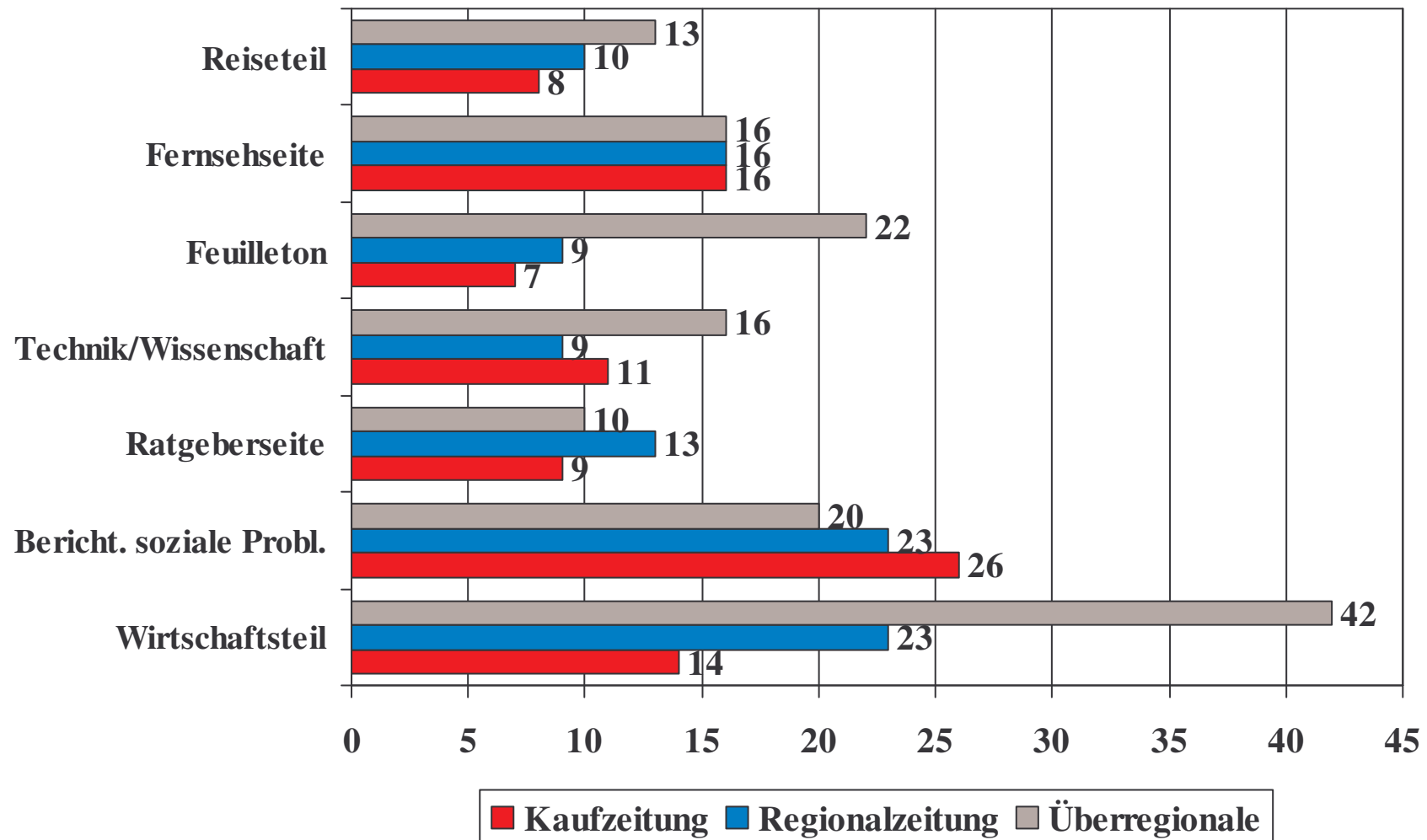
Stichtagsnutzung der Zeitungsteile nach Zeitungstypen

Es haben gestern in der Tageszeitung gelesen...



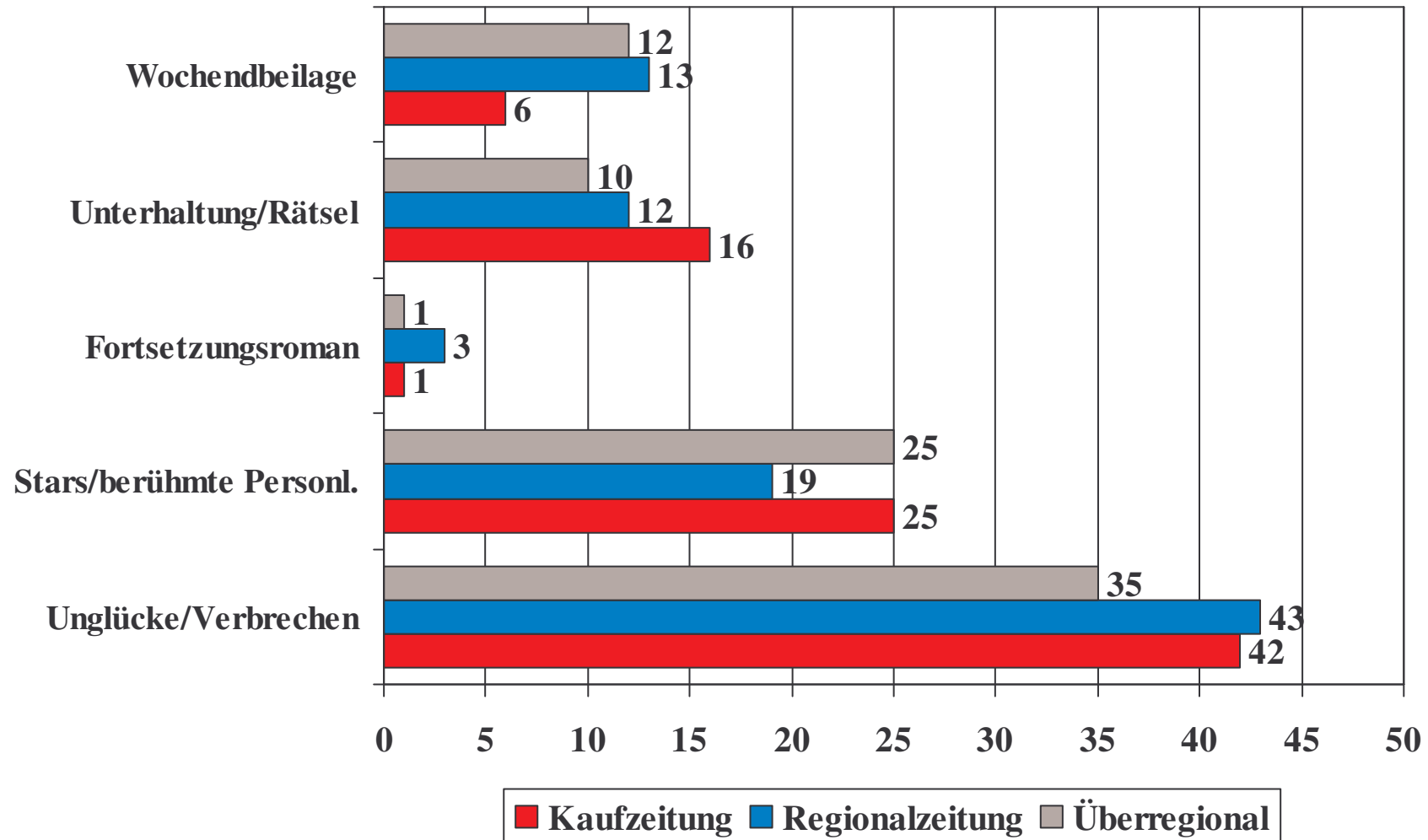
Stichtagsnutzung der Zeitungsteile nach Zeitungstypen

Es haben gestern in der Tageszeitung gelesen...



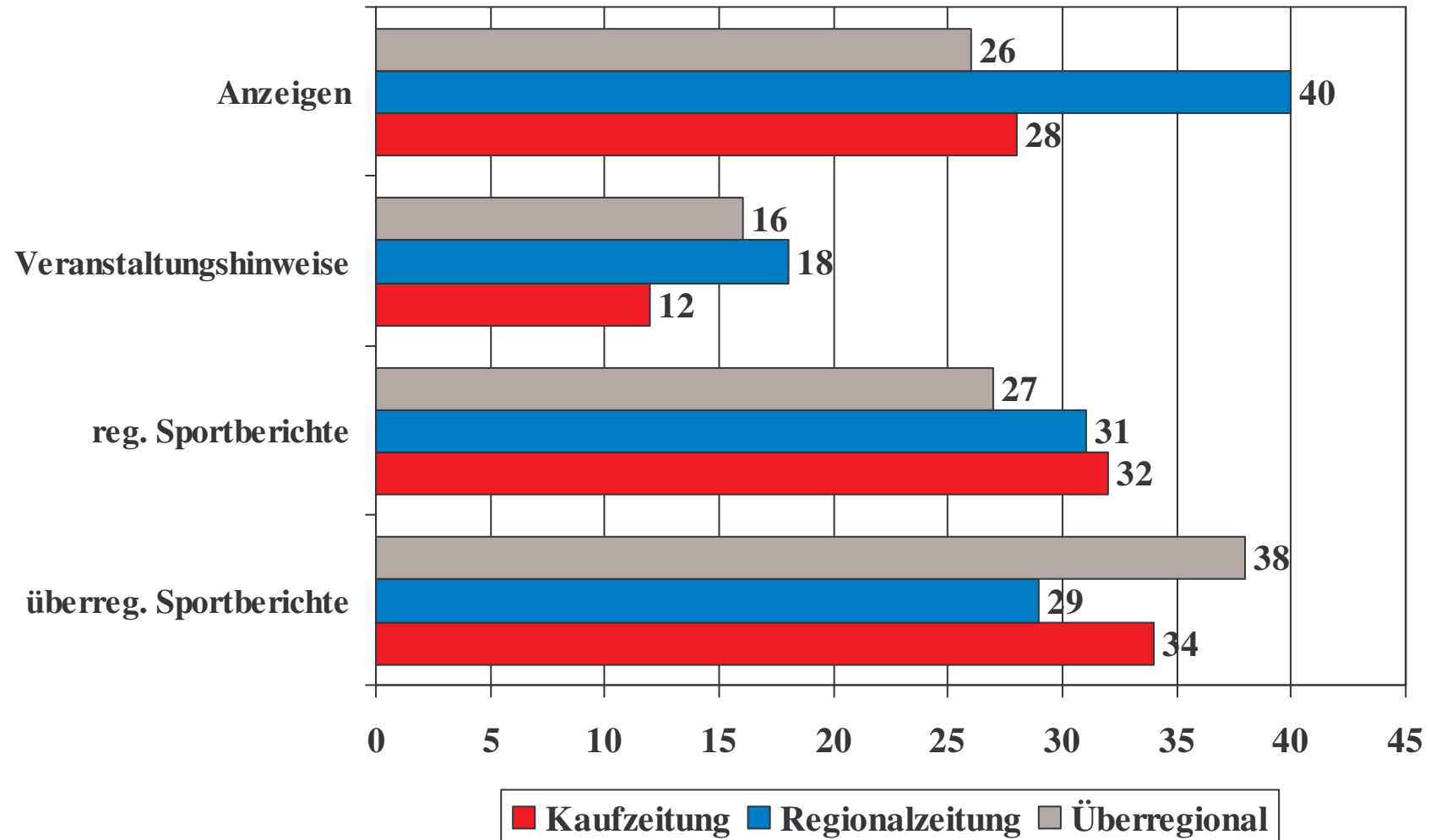
Stichtagsnutzung der Zeitungsteile nach Zeitungstypen

Es haben gestern in der Tageszeitung gelesen...



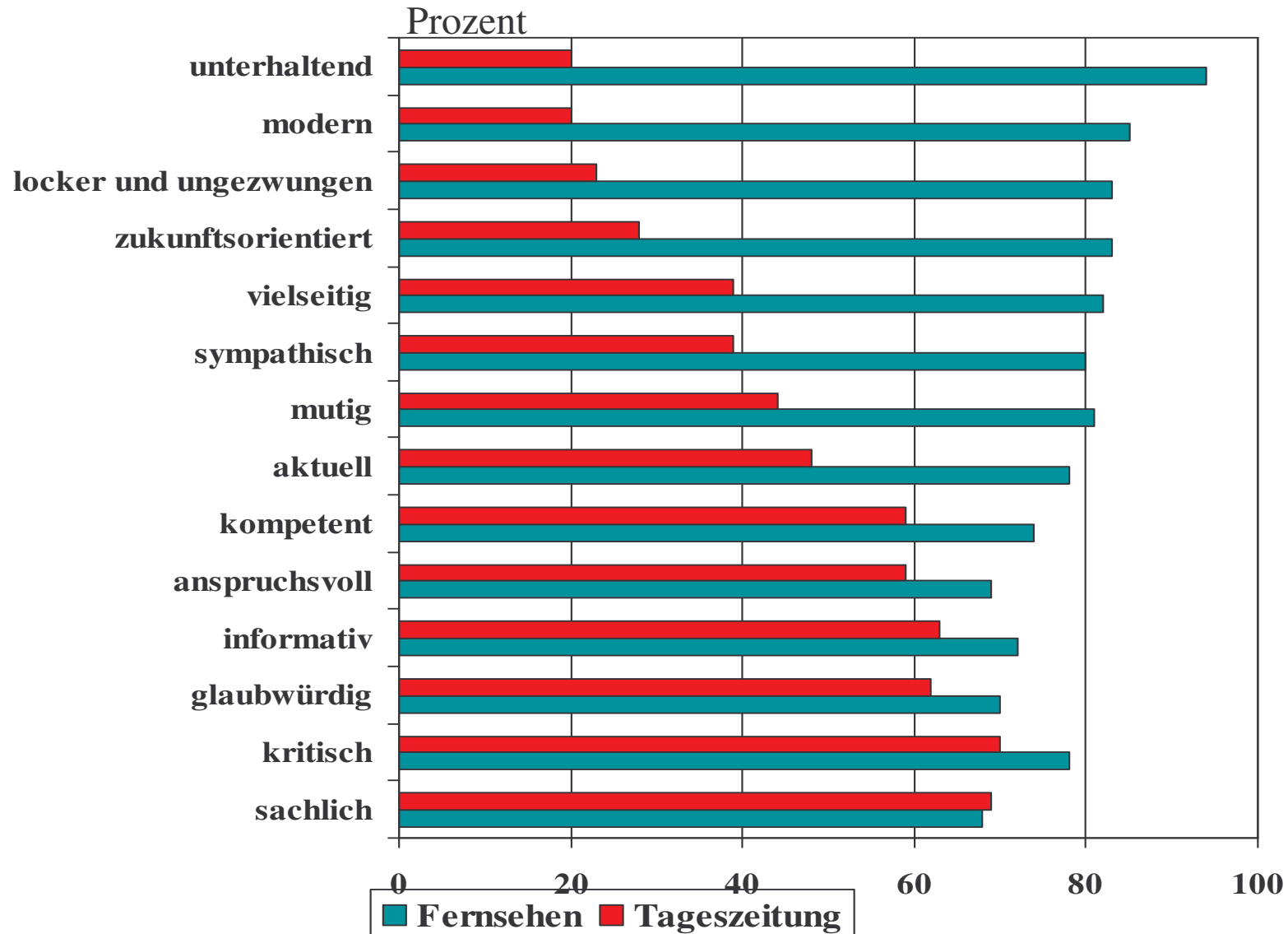
Stichtagsnutzung der Zeitungsteile nach Zeitungstypen

Es haben gestern in der Tageszeitung gelesen...



Images der Medien im Direktvergleich

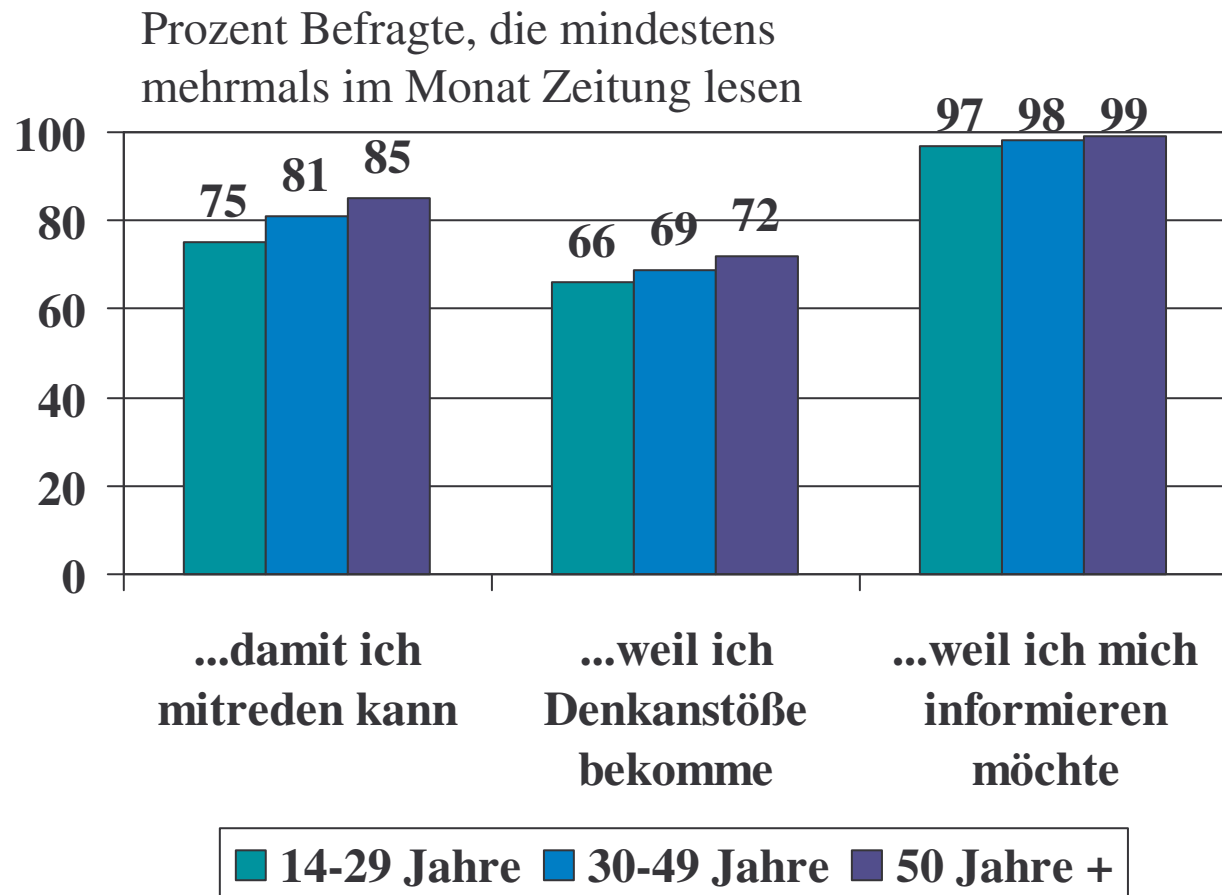
trifft am ehesten / an zweiter Stelle zu auf...



Nutzungsmotive der Tageszeitung nach Altersgruppen (2000)

Kognitive Motive

(trifft voll und ganz / trifft weitgehend zu)

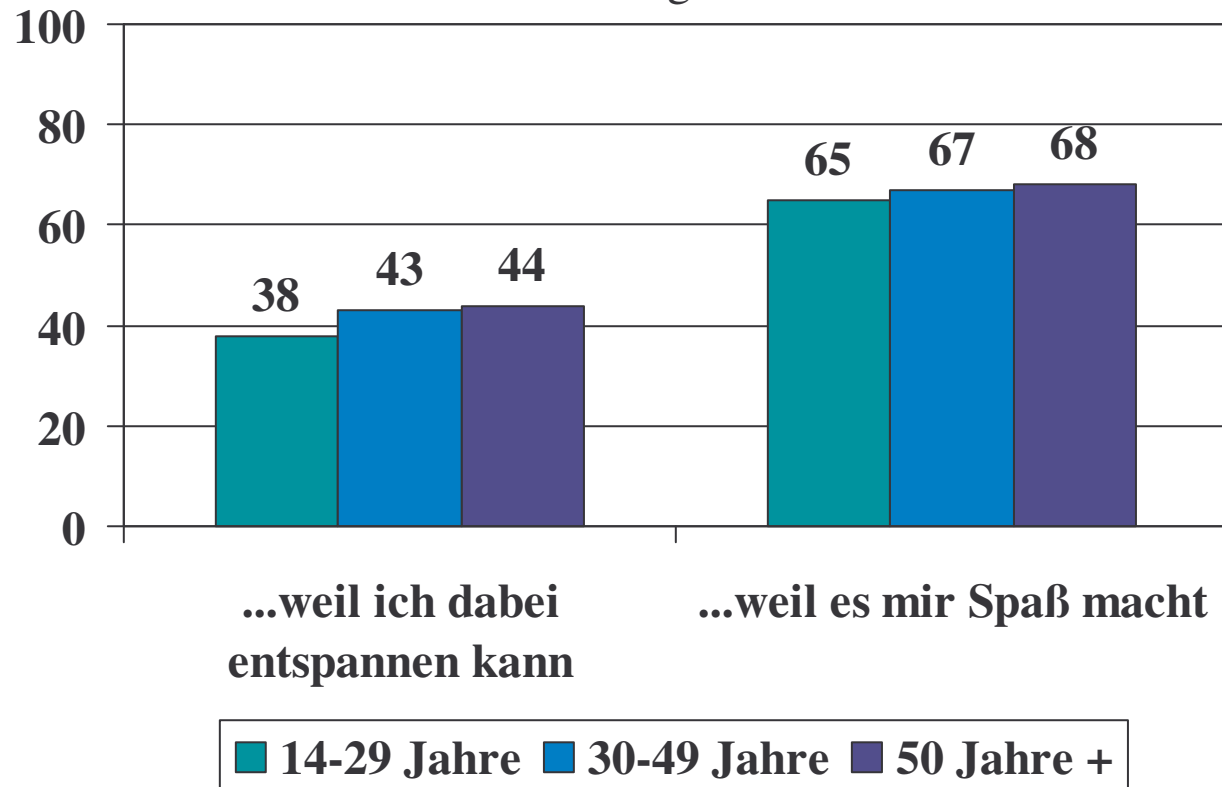


Nutzungsmotive der Tageszeitung nach Altersgruppen (2000)

Rekreative Motive / Unterhaltungsmotive

(trifft voll und ganz / trifft weitgehend zu)

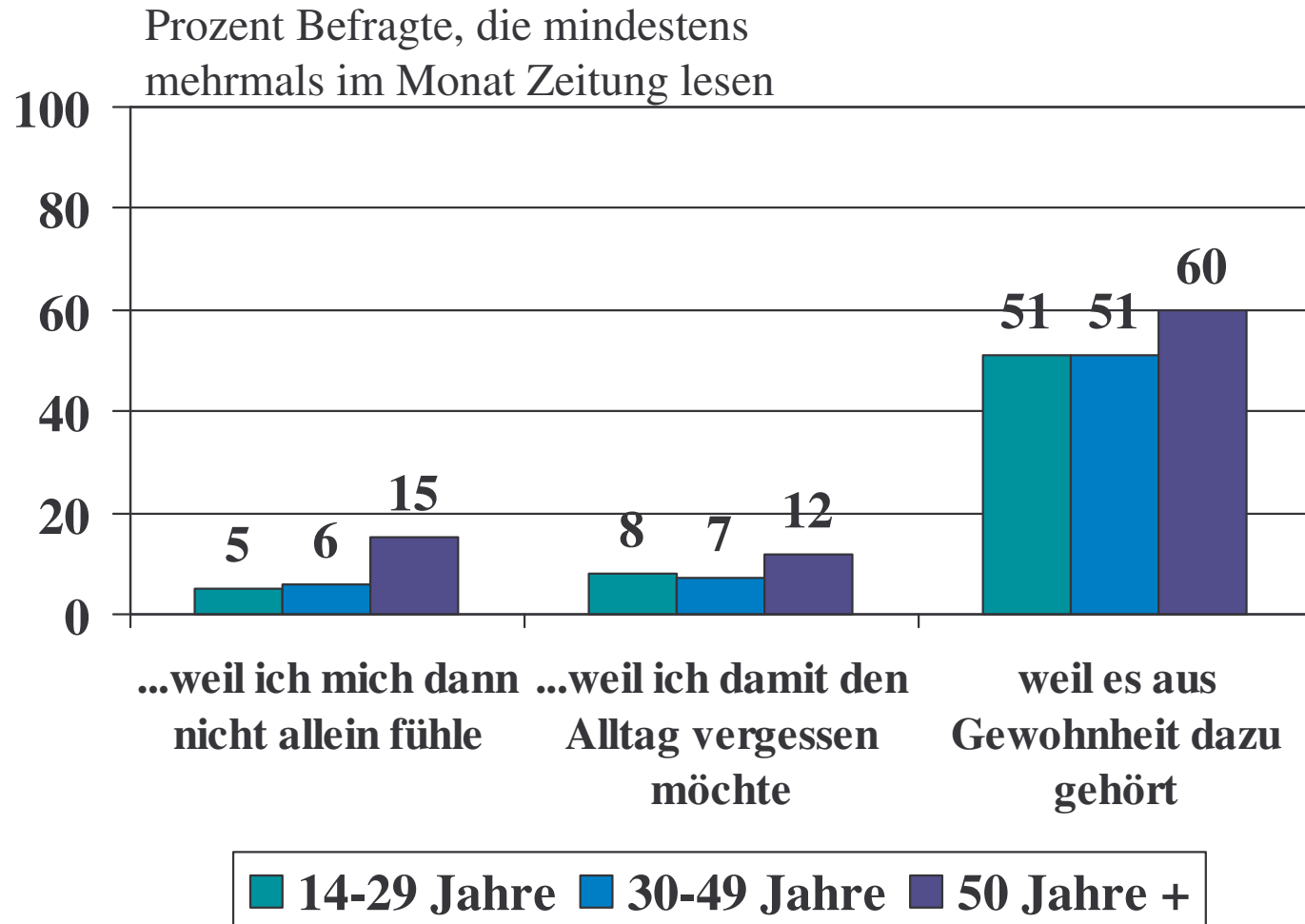
Prozent Befragte, die mindestens
mehrmals im Monat Zeitung lesen



Nutzungsmotive der Tageszeitung nach Altersgruppen (2000)

Eskapismus und Habitualisierung

(trifft voll und ganz / trifft weitgehend zu)

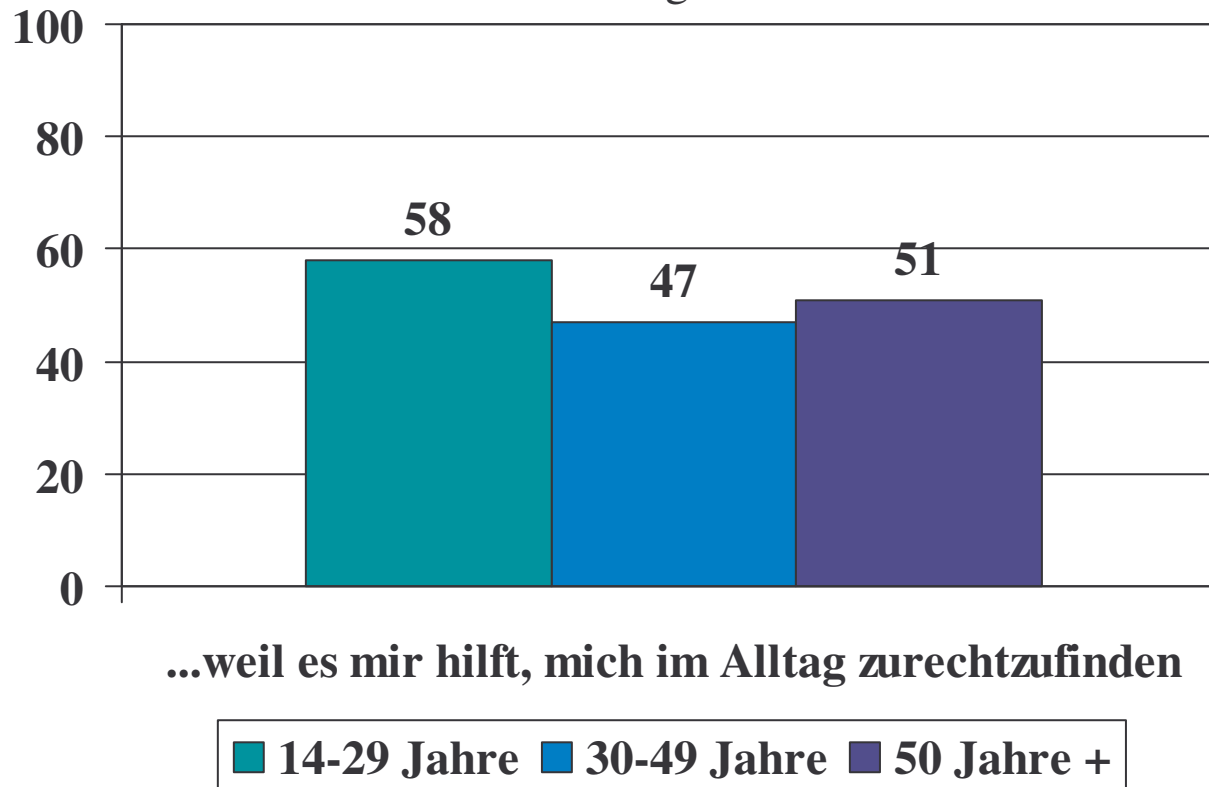


Nutzungsmotive der Tageszeitung nach Altersgruppen (2000)

Orientierungsmotiv

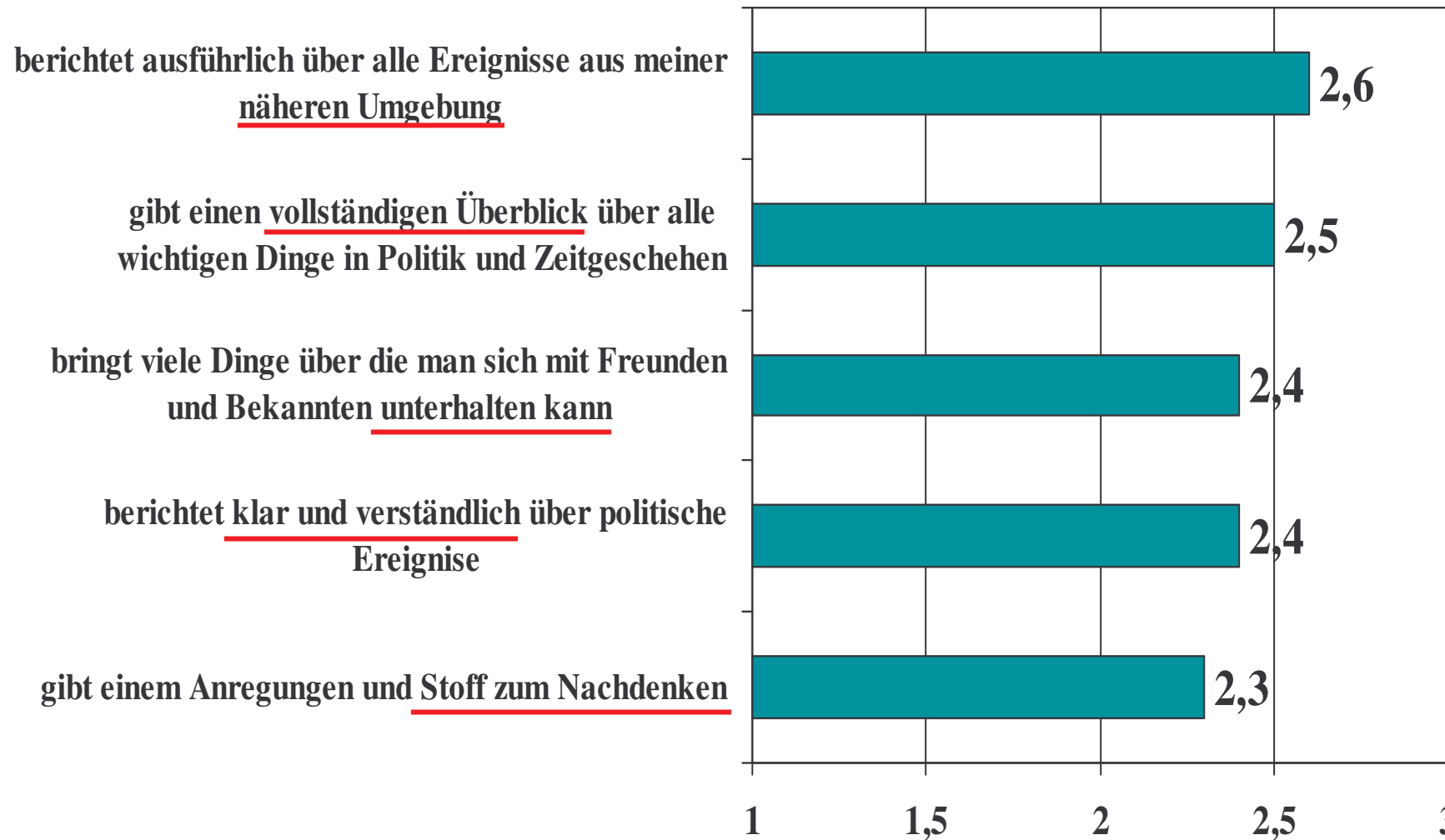
(trifft voll und ganz / trifft weitgehend zu)

Prozent Befragte, die mindestens
mehrmals im Monat Zeitung lesen



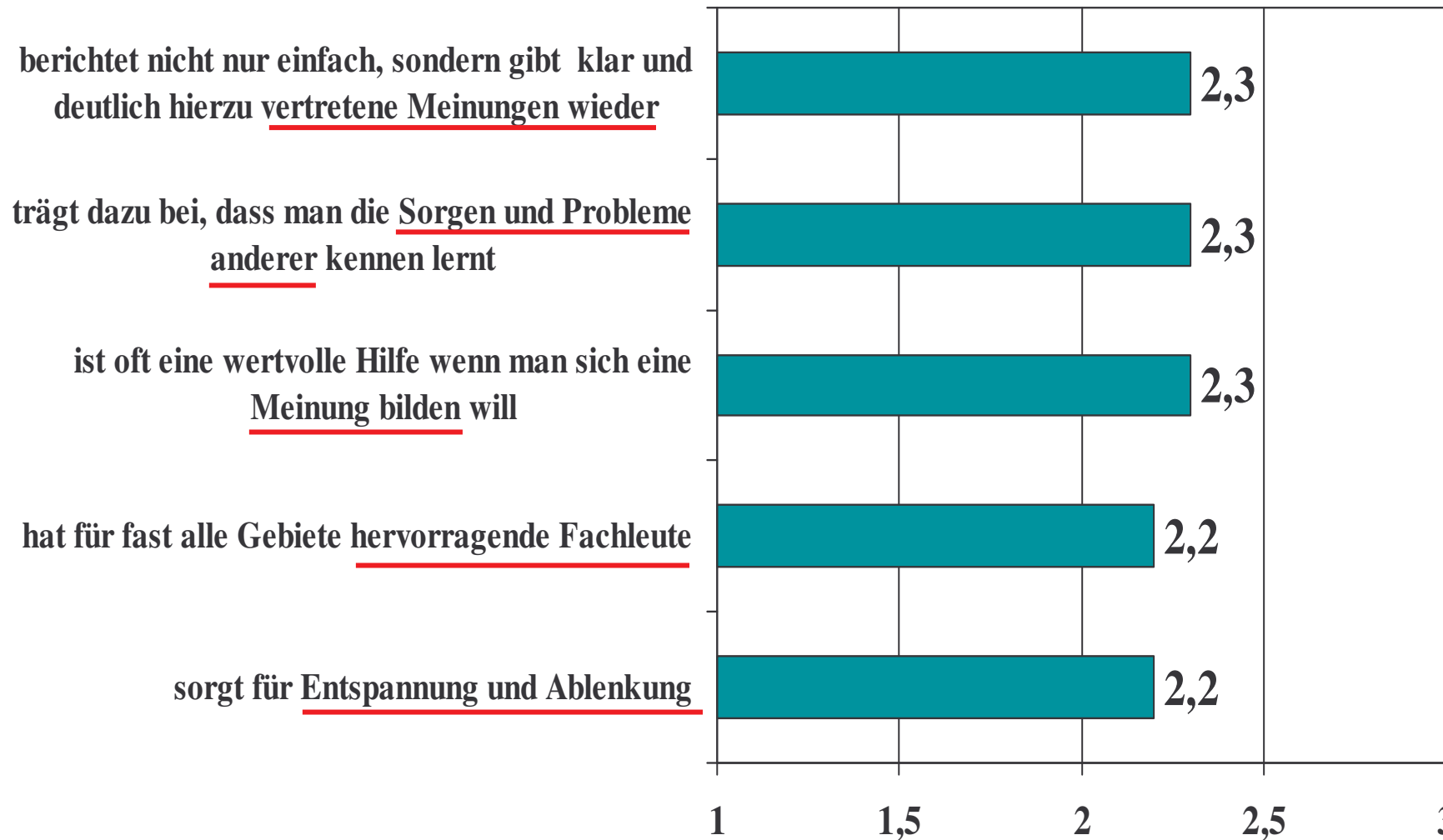
Leistungen der Tageszeitung

Bitte sagen Sie mir zu jedem Satz, ob er Ihrer Meinung nach für die Tageszeitung zutrifft... 1 = überhaupt nicht, 2 = teilweise, 3 = trifft zu



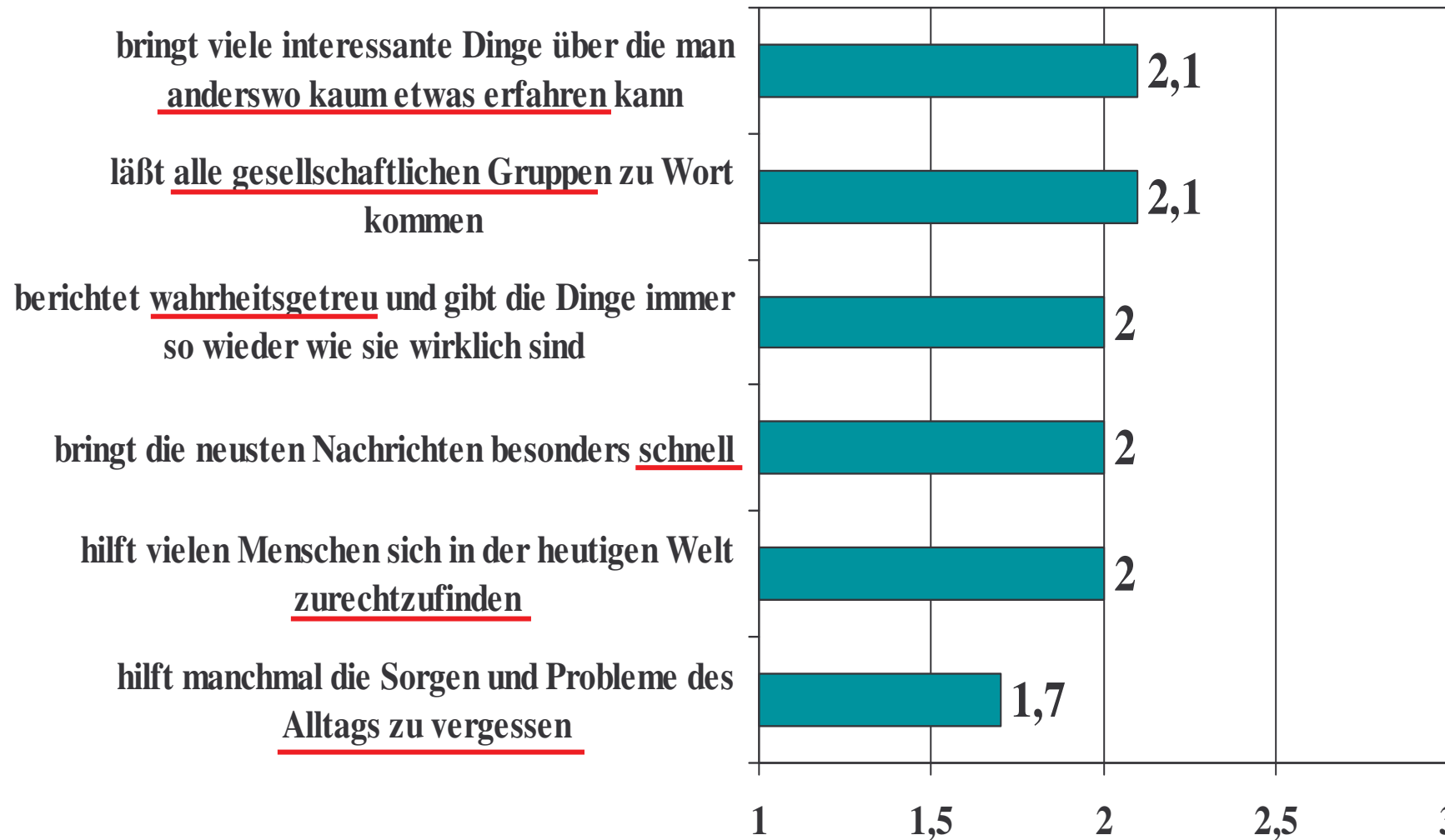
Leistungen der Tageszeitung

Bitte sagen Sie mir zu jedem Satz, ob er Ihrer Meinung nach für die Tageszeitung zutrifft... 1 = überhaupt nicht, 2 = teilweise, 3 = trifft zu



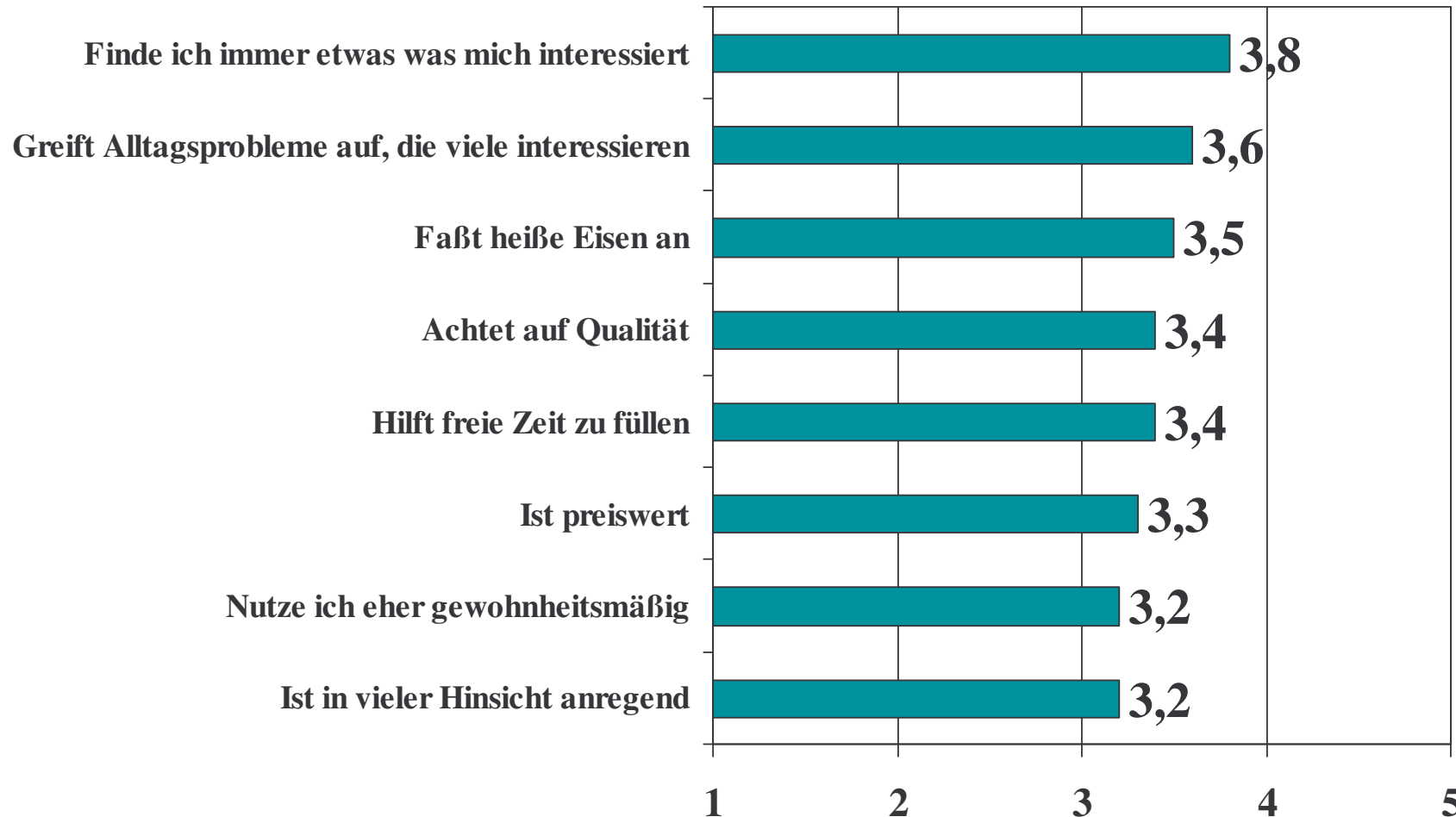
Leistungen der Tageszeitung

Bitte sagen Sie mir zu jedem Satz, ob er Ihrer Meinung nach für die Tageszeitung zutrifft... 1 = überhaupt nicht, 2 = teilweise, 3 = trifft zu



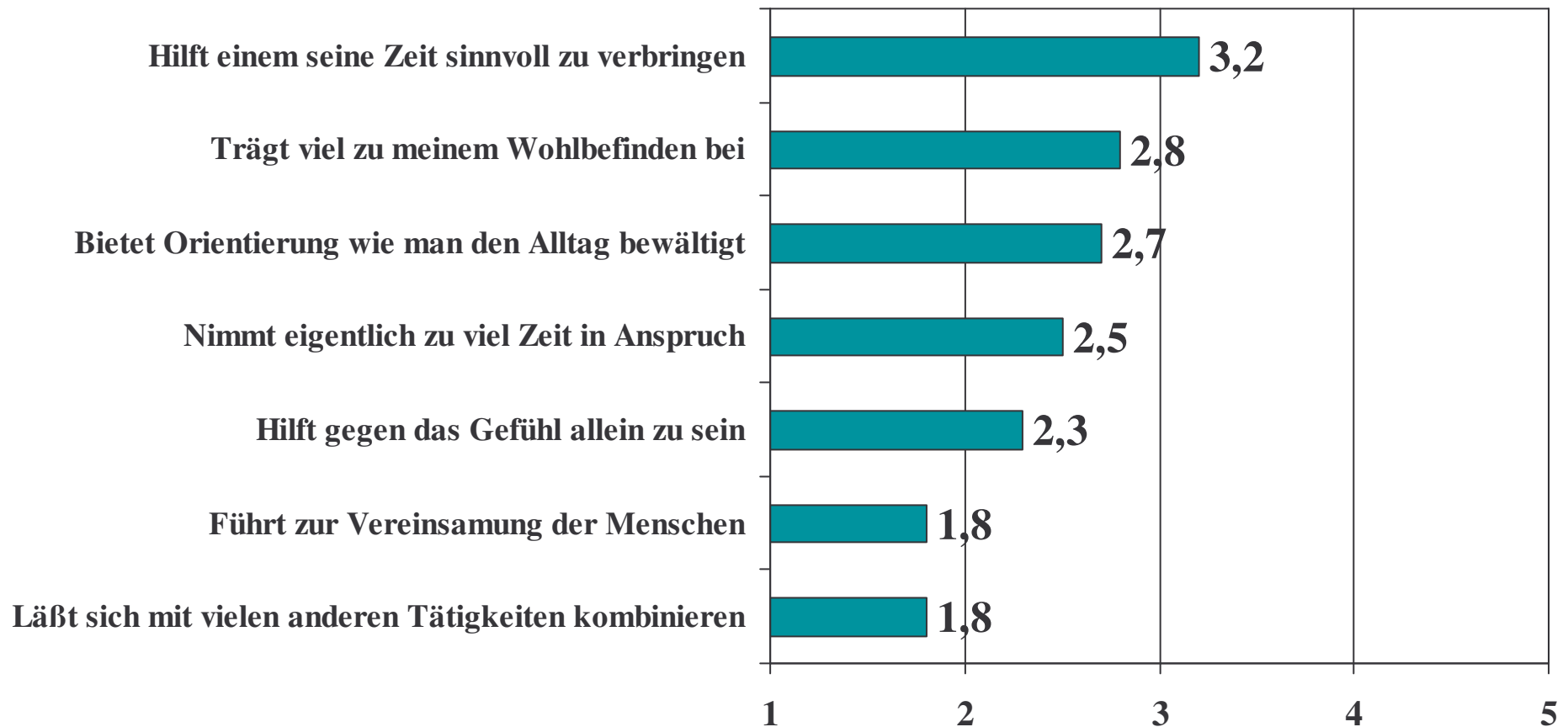
Leistungen der **eigenen** Tageszeitung

Kreuzen Sie bitte an, in wie weit die Aussage auf **die** Tageszeitung, die Sie regelmäßig in die Hand nehmen zutrifft ... 1 = gar nicht, 2 = weniger, 3 = teils, teils, 4 = überwiegend, 5 = voll und ganz

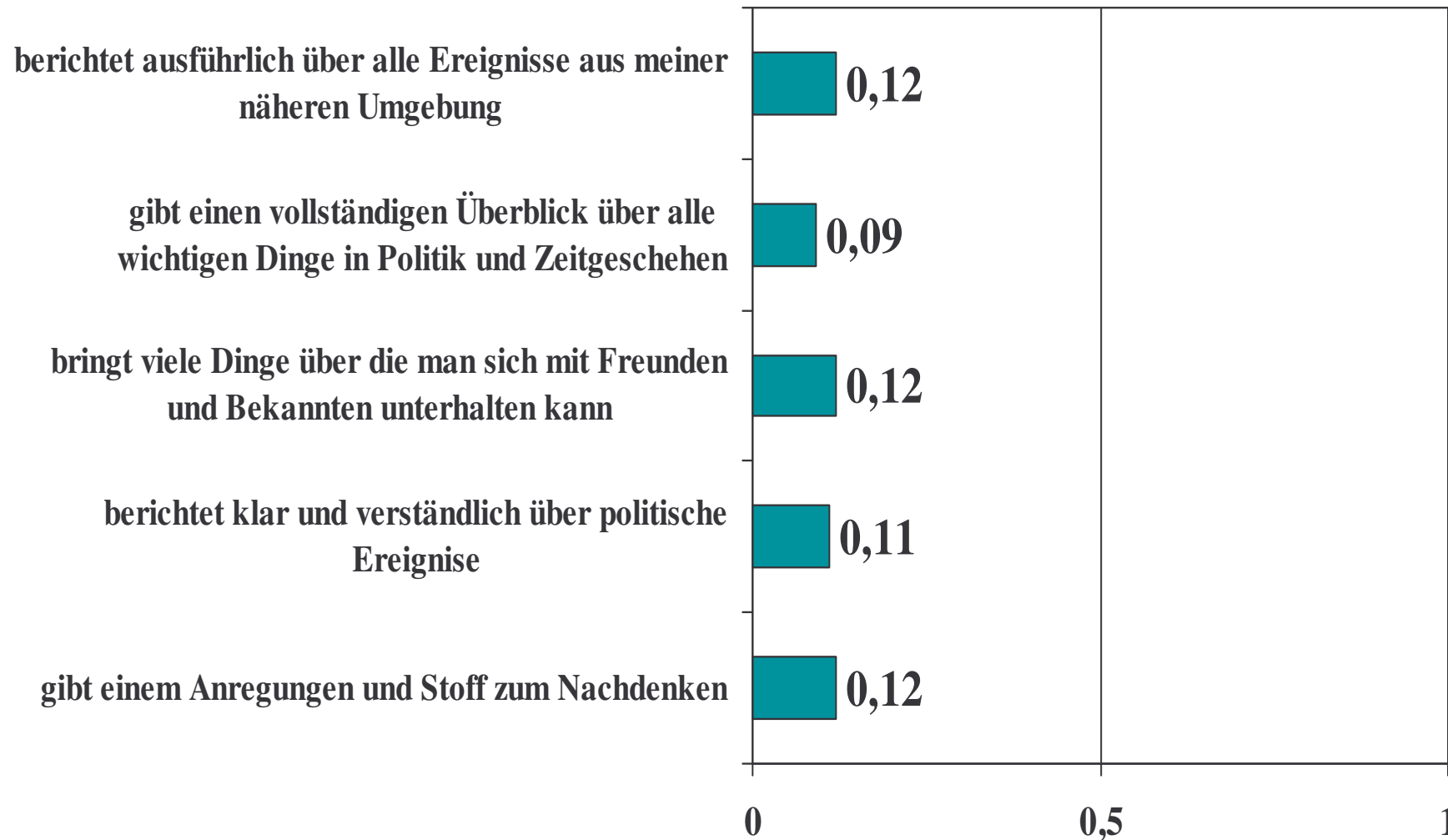


Leistungen der **eigenen** Tageszeitung

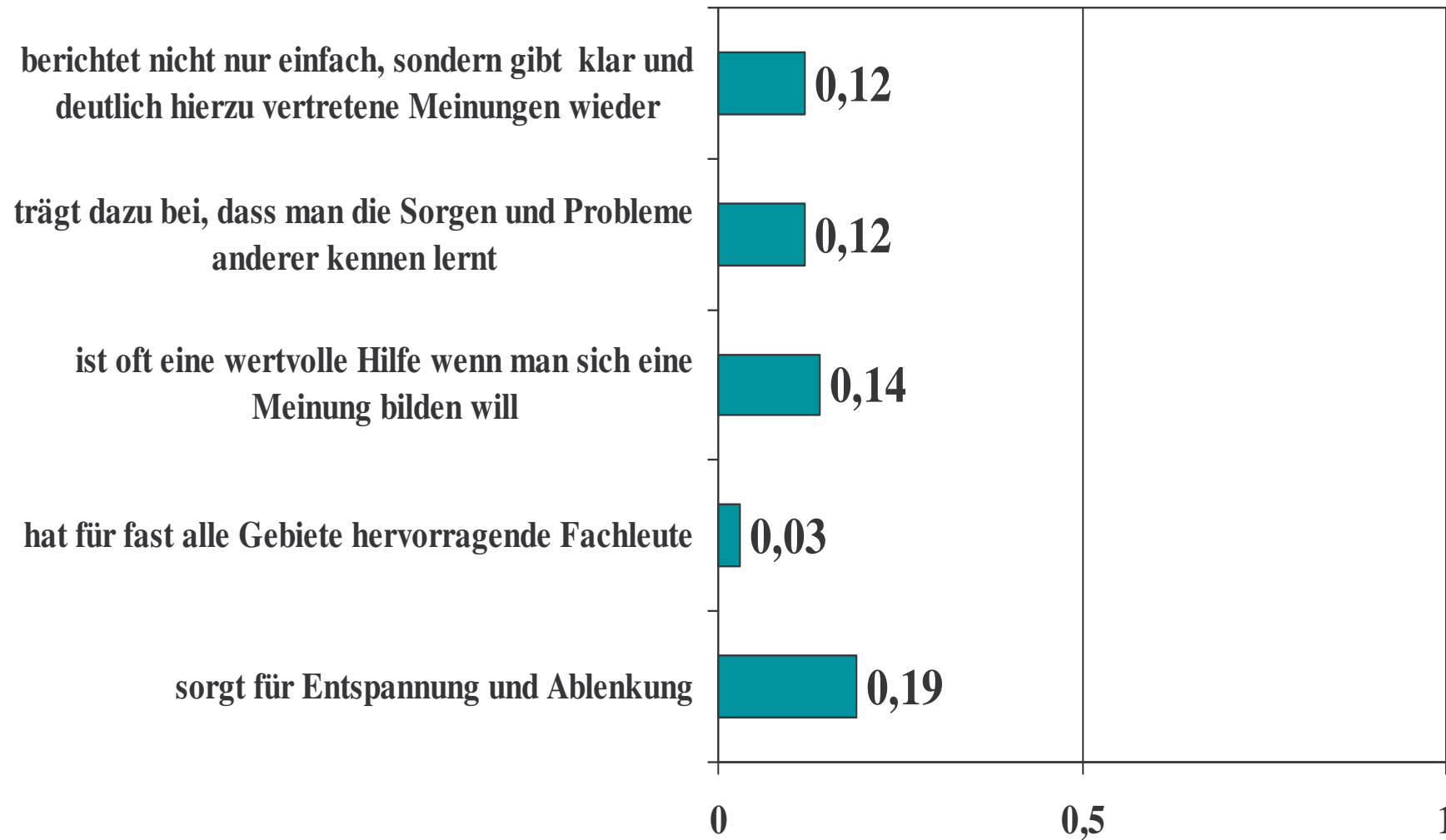
Kreuzen Sie bitte an, in wie weit die Aussage auf **die** Tageszeitung, die Sie regelmäßig in die Hand nehmen zutrifft ... 1 = gar nicht, 2 = weniger, 3 = teils, teils, 4 = überwiegend, 5 = voll und ganz



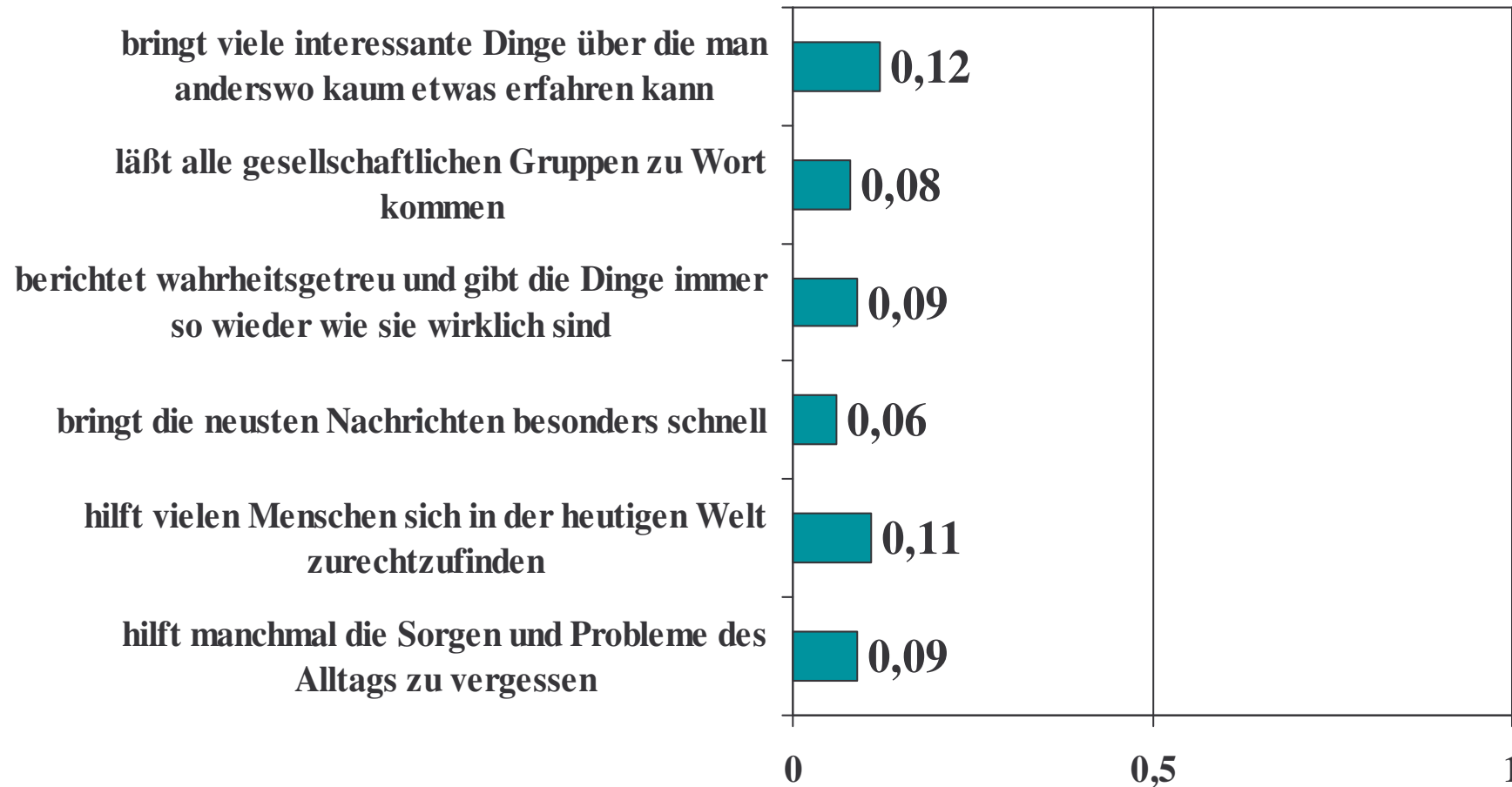
Korrelationen zwischen Leistungen der Tageszeitung und regelmäßiger Nutzung



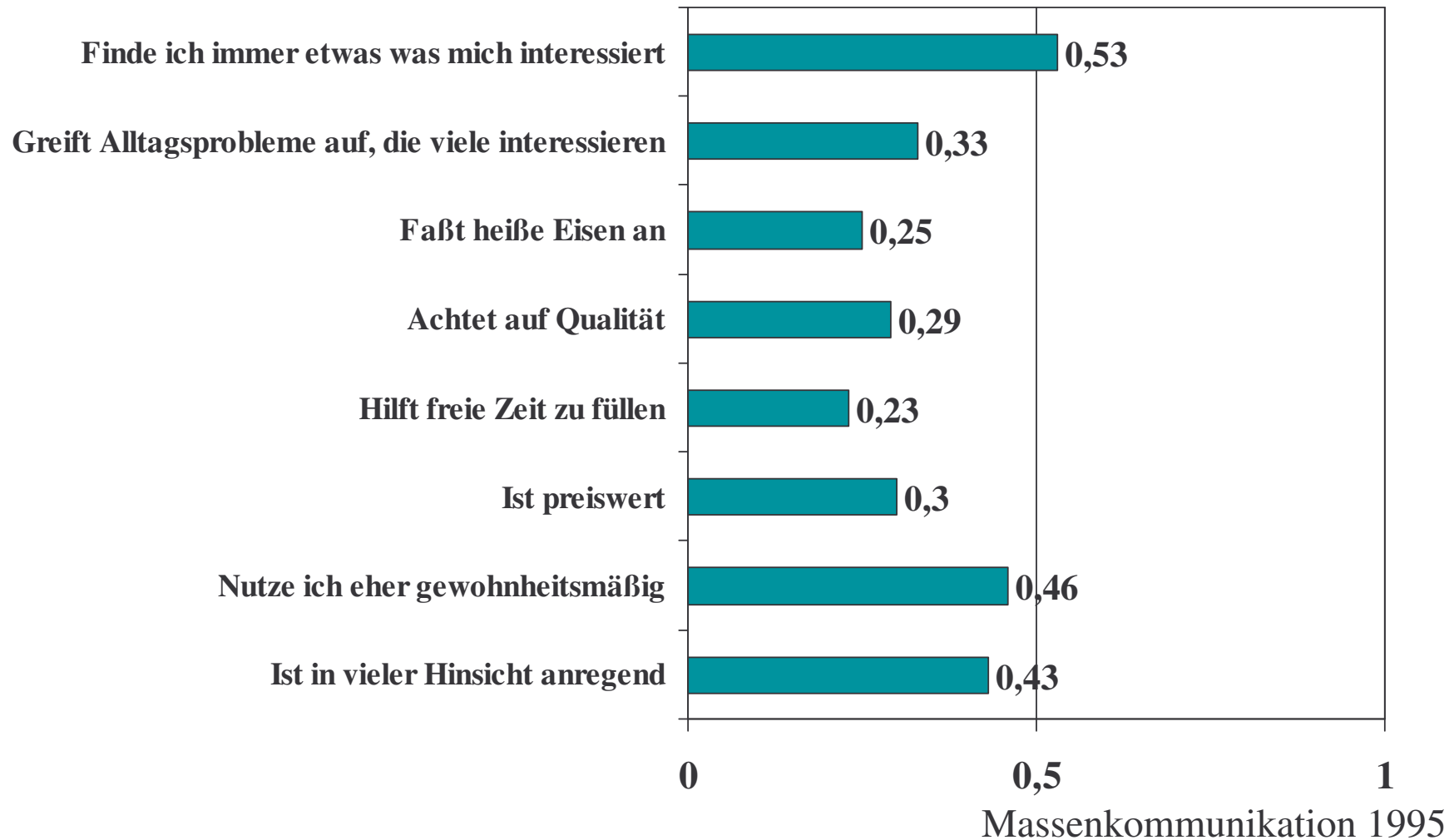
Korrelationen zwischen Leistungen der Tageszeitung und regelmäßiger Nutzung



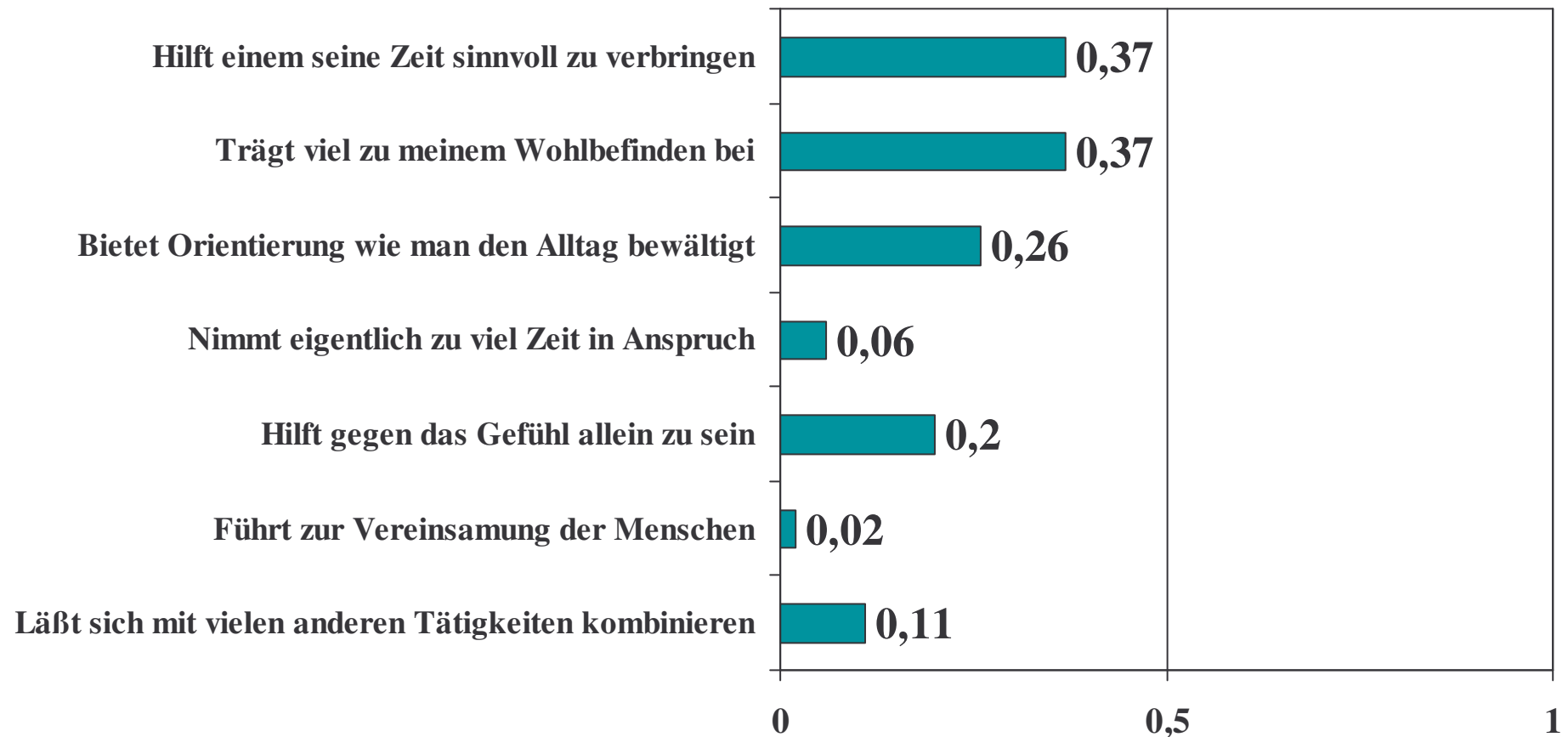
Korrelationen zwischen Leistungen der Tageszeitung und regelmäßiger Nutzung



Korrelationen zwischen Leistungen der **eigenen** Tageszeitung und regelmäßiger Nutzung



Korrelationen zwischen Leistungen der **eigenen** Tageszeitung und regelmäßiger Nutzung



Erklärungsmodelle für das Lesen von Tageszeitungen

Unabhängige Variablen:

Soziodemographie: *Alter, Bildung, Geschlecht, Einkommen*

Soziales Umfeld: *Berufstätigkeit, Familienstand, Haushaltsmitglieder, Einwohnerzahl d. Wohnortes, Region, mittlerer Abopreis im Bundesland*

Freizeitaktivitäten: *(14 Formen u.a. klassische Musik hören, Sport, Toto und Lotto spielen, öffentliche Verkehrsmittel benutzen)*

Interessen: *(13 Themen u.a. Mode, Gartenpflege, Wirtschaft, Politik, Naturschutz)*

Expertentum: *(u.a. Meinungsführer, Entscheidungen über Ausgaben)*

Werte und Einstellungen: *(u.a. Postmaterialismus, Lebensziele, Gruppenzugehörigkeit, Persönlichkeitsstärke)*

Erklärungsmodell für das **Lesen** einer **regionalen Abonnementzeitung**

Einwohnerzahl des Wohnortes	-.11
Interesse an lokalen Ereignissen	.08
<hr/>	
D-Quadrat	.12

Daten der AWA 95 ca. 20.000 Befragte, logistische Regression, nur
Koeffizienten > .07

Erklärungsmodell für die **Häufigkeit** des Lesens einer **regionalen Abonnementzeitung**

14-19 Jahre	-.11
20-24 Jahre	-.07
25-29 Jahre	-.07
Einwohnerzahl des Wohnortes	-.10
Interesse an lokalen Ereignissen	.07
<hr/>	
R-Quadrat	.16

Daten der AWA 95 ca. 15.000 Befragte, logistische Regression, nur
Koeffizienten > .07

Erklärungsmodell für das **Lesen** einer **Qualitätszeitung***

Klassische Musik hören	.07
Interesse an Wirtschaftsthemen	.09
Expertentum	.07
<hr/>	
D-Quadrat	.26

Daten der AWA 95 ca. 20.000 Befragte, logistische Regression, nur
Koeffizienten > .07

* FR, FAZ, SZ, Welt, Handelsblatt

Erklärungsmodell für die **Häufigkeit** des Lesens einer **Qualitätszeitung**

Einwohnerzahl des Wohnortes	.09
mittlerer Abopreis	.07
Interesse an Wirtschaftsthemen	.13
<hr/>	
R-Quadrat	.13

Daten der AWA 95 ca. 15.000 Befragte, logistische Regression, nur
Koeffizienten > .07

Erklärungsmodell für das **Lesen** einer **Kaufzeitung**

Geschlecht weiblich	-.08
Toto Lotto spielen	.09
<hr/>	
D-Quadrat	.12

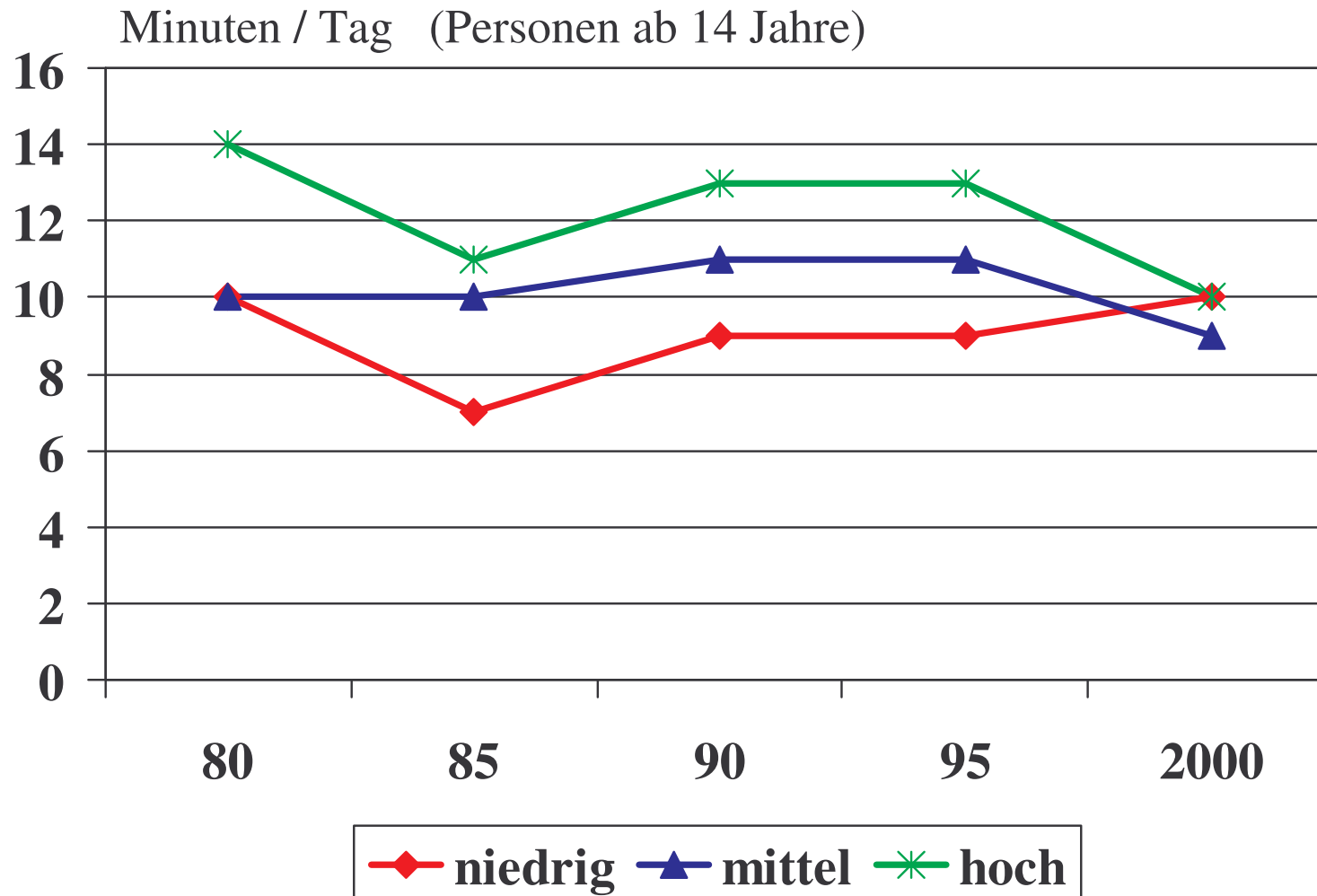
Daten der AWA 95 ca. 20.000 Befragte, logistische Regression, nur
Koeffizienten > .07

Erklärungsmodell für die **Häufigkeit** des Lesens einer **Kaufzeitung**

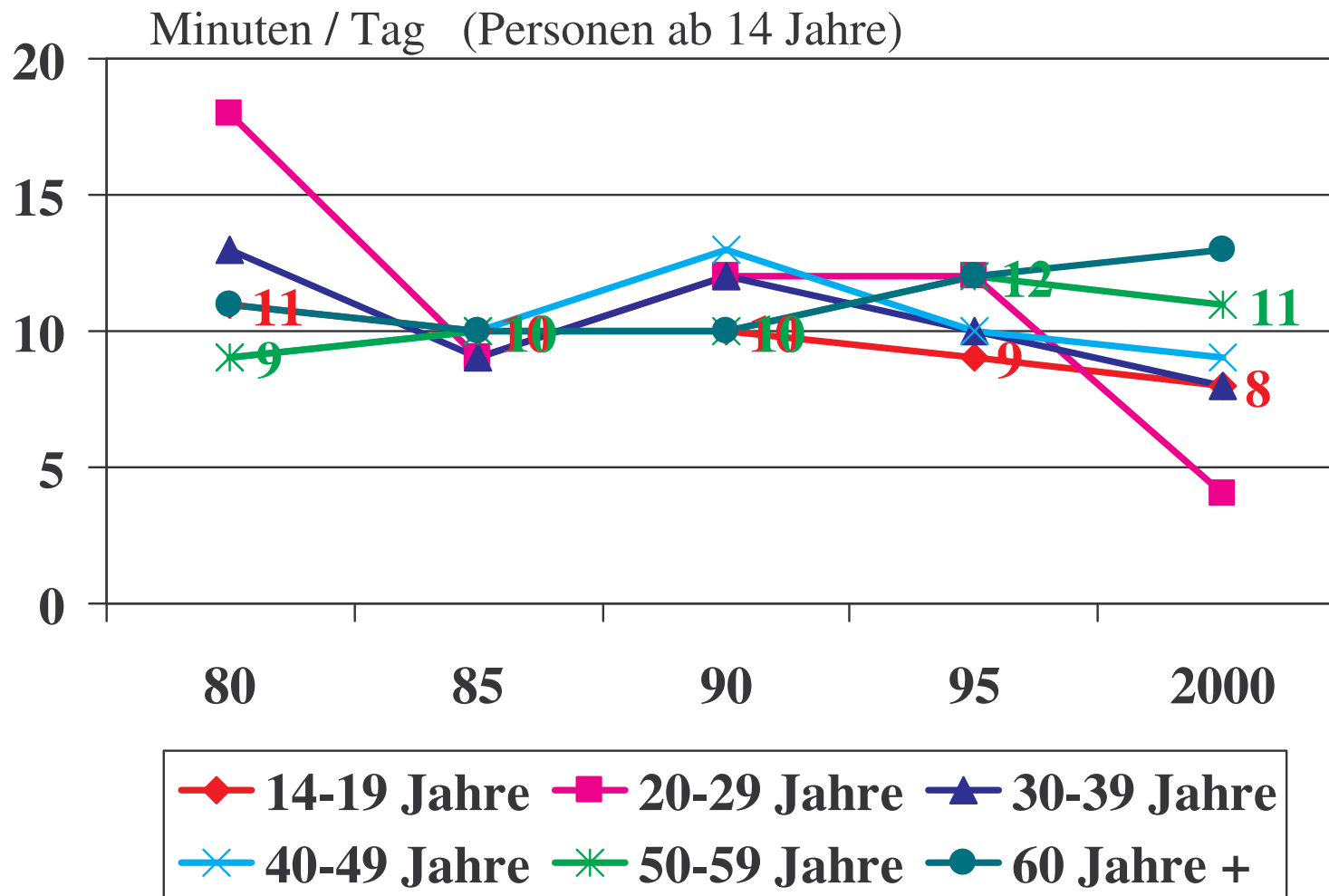
14-19 Jahre	-08
Einwohnerzahl des Wohnortes	.13
Lotto, Toto spielen	.11
<hr/>	
R-Quadrat	.14

Daten der AWA 95 ca. 15.000 Befragte, logistische Regression, nur
Koeffizienten > .07

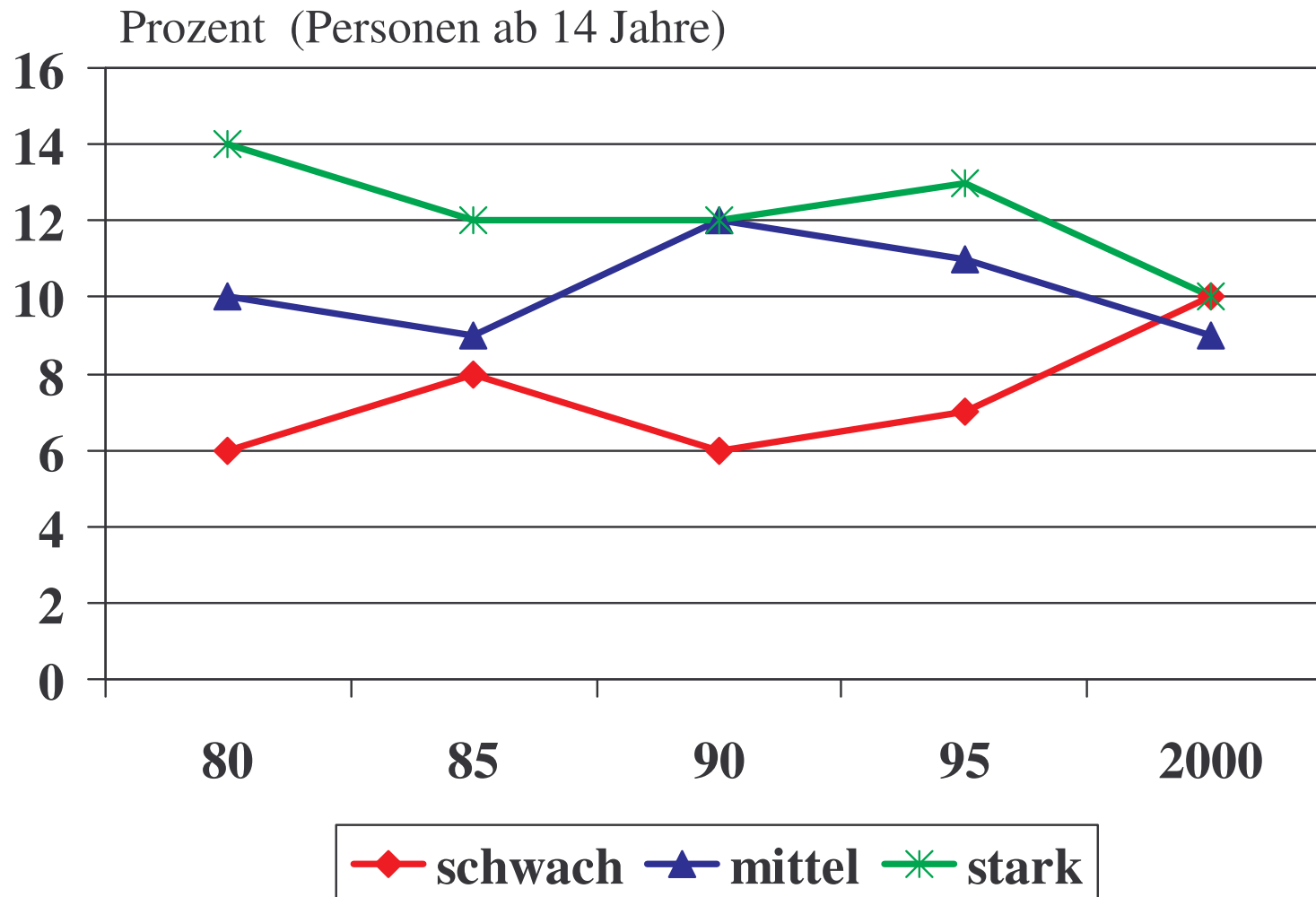
Entwicklung der Nutzungsdauer von Zeitschriften nach Bildung



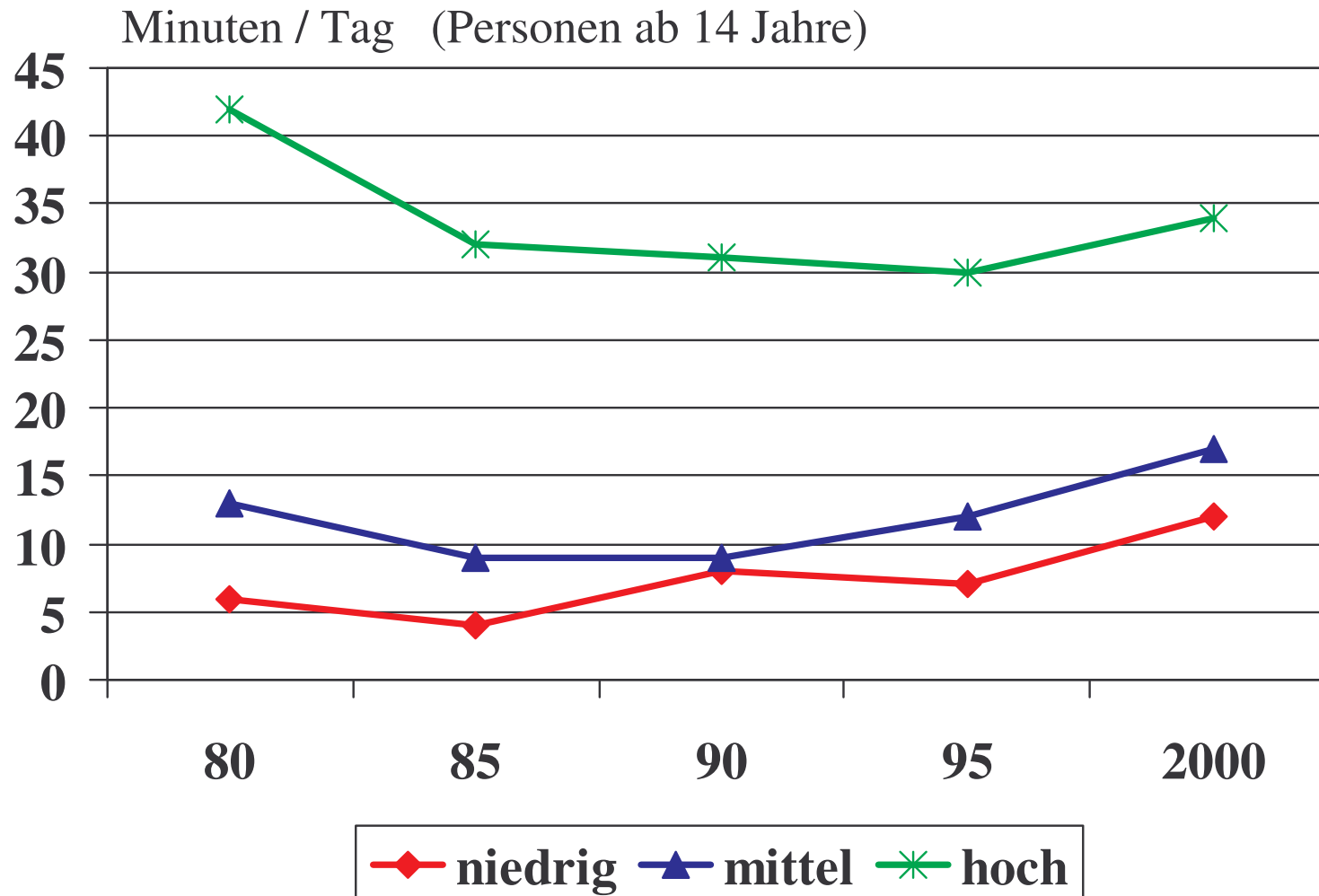
Entwicklung der Nutzungsdauer von Zeitschriften nach Alter



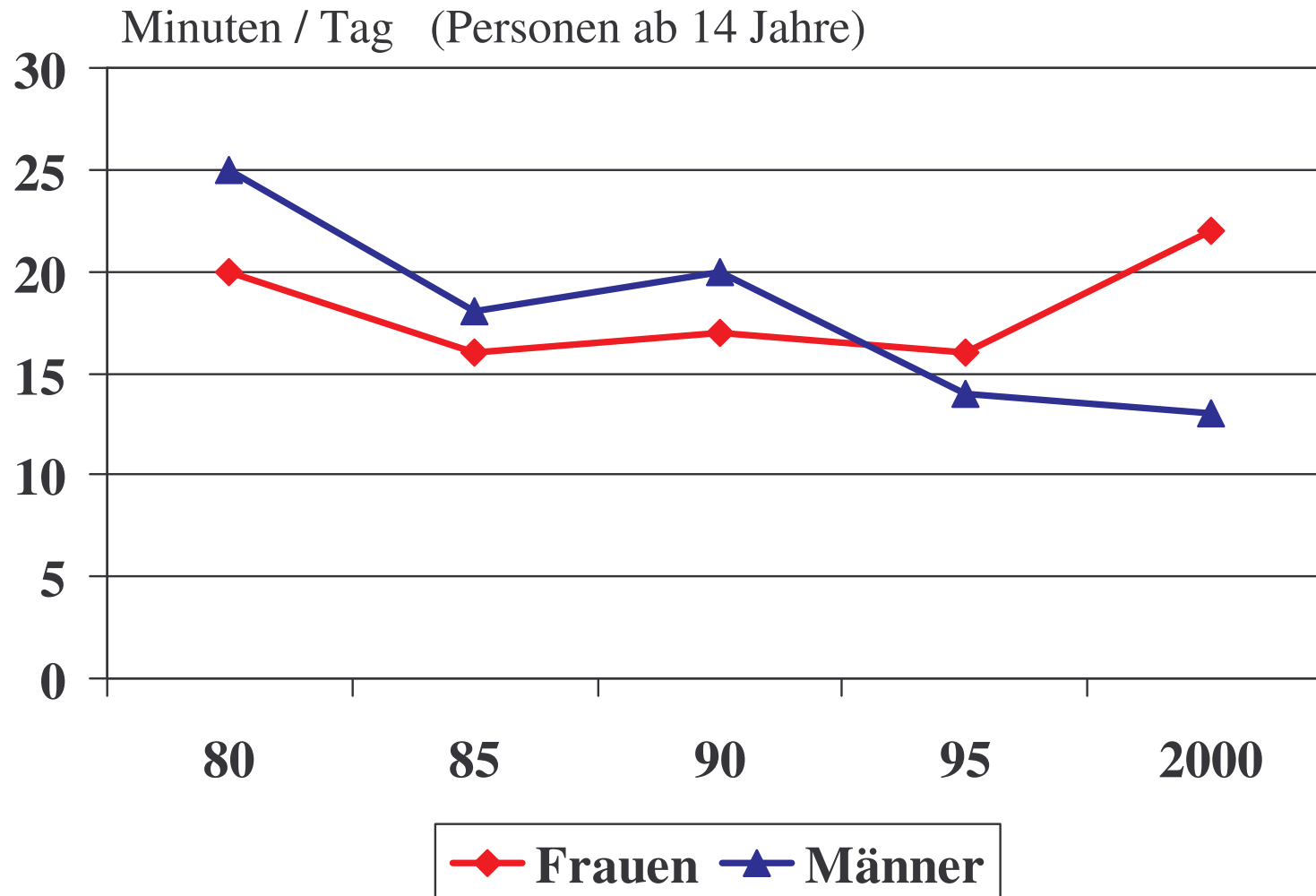
Reichweitenentwicklung von Zeitschriften nach politischem Interesse



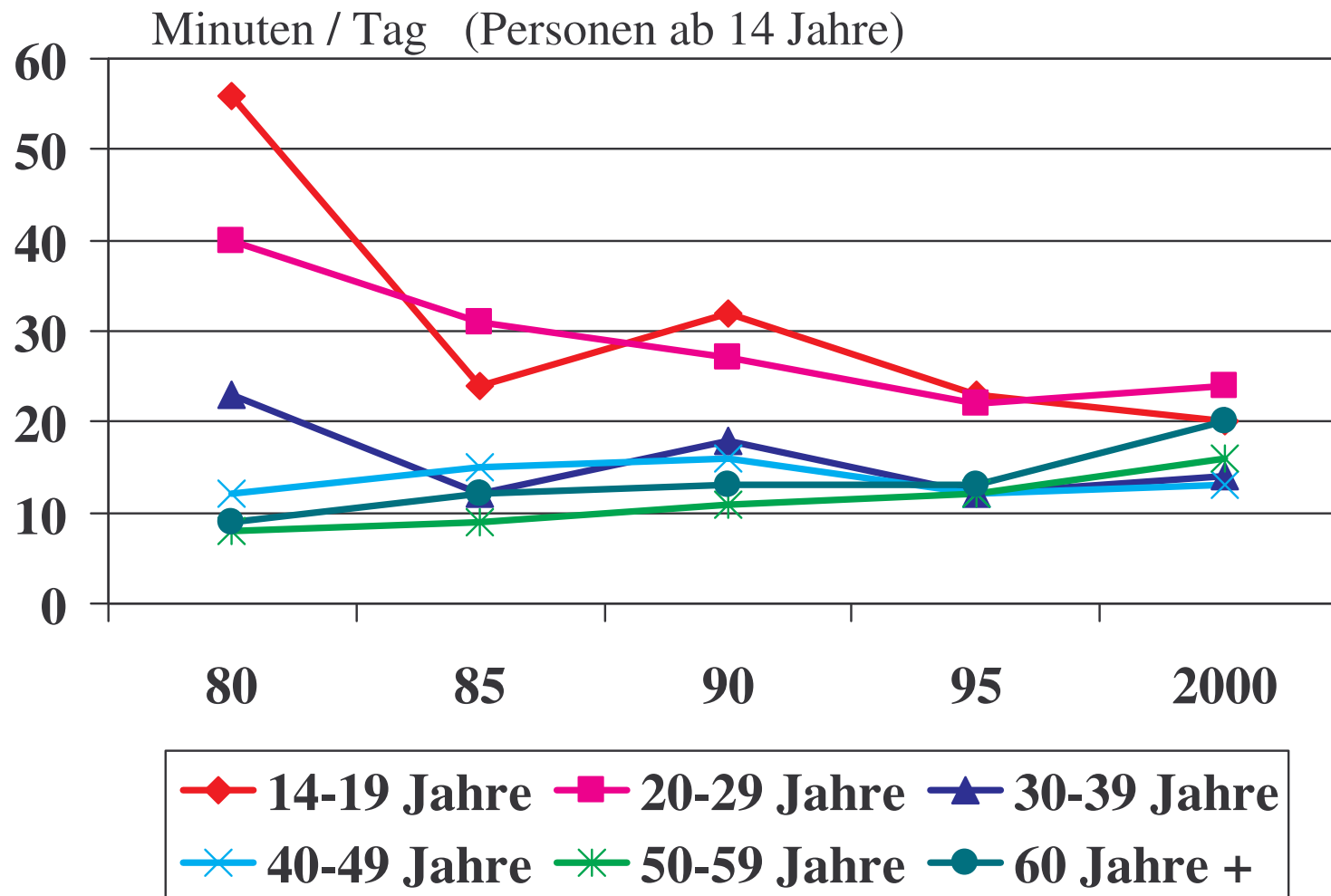
Entwicklung der Nutzungsdauer von Büchern nach Bildung



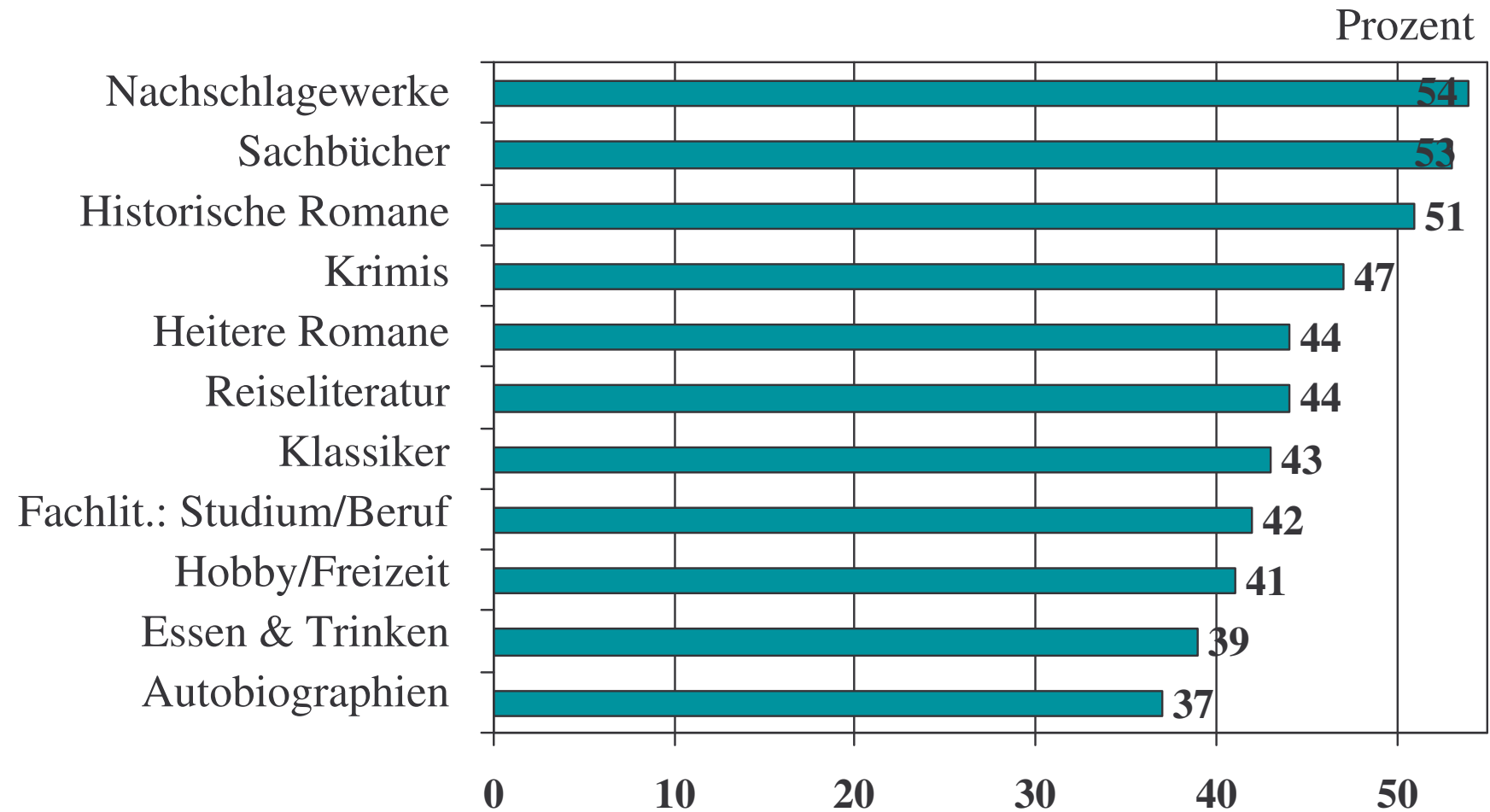
Entwicklung der Nutzungsdauer von Büchern nach Geschlecht



Entwicklung der Nutzungsdauer von Büchern nach Alter

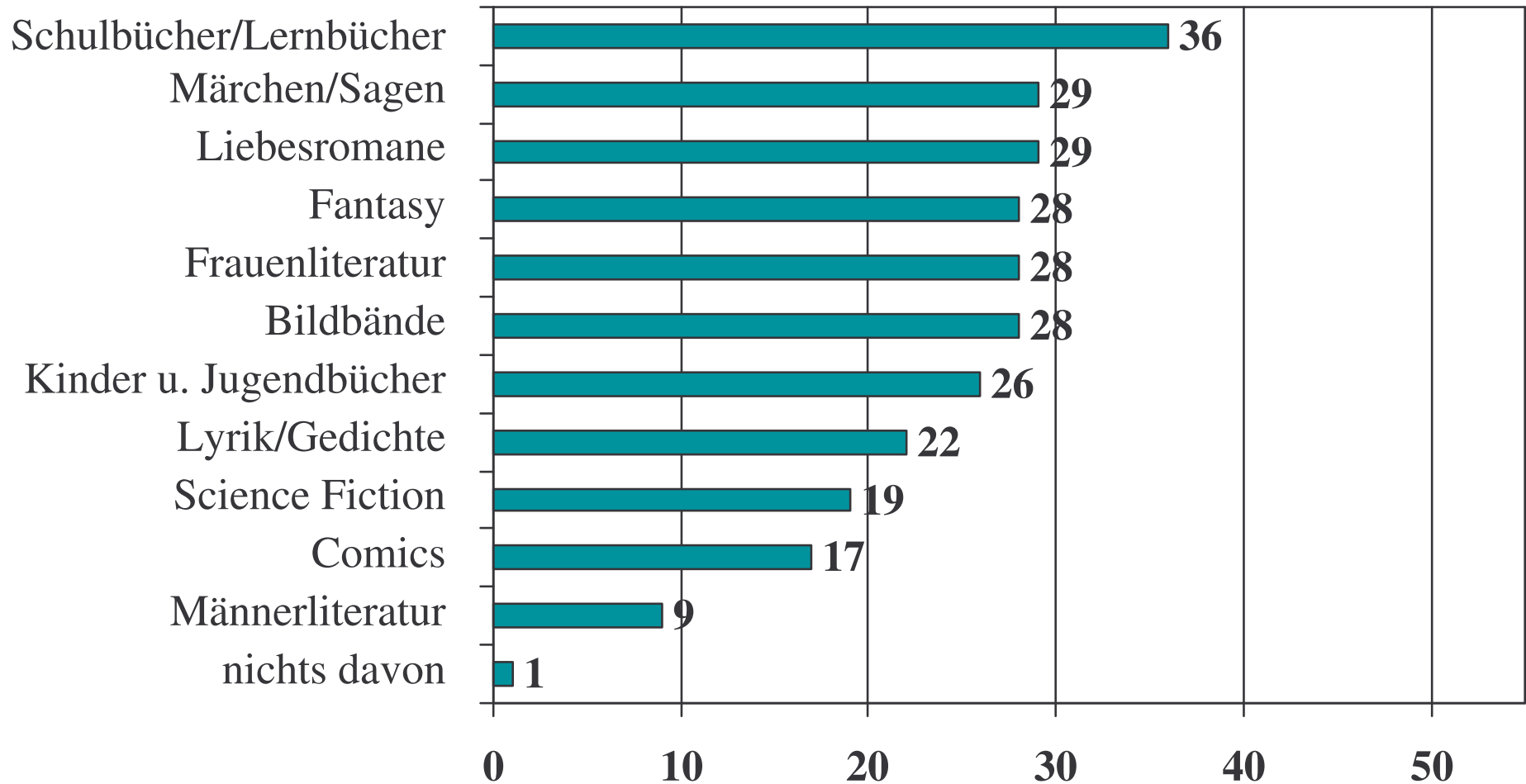


Genrepräferenzen bei Büchern



Genrepräferenzen bei Büchern

Prozent

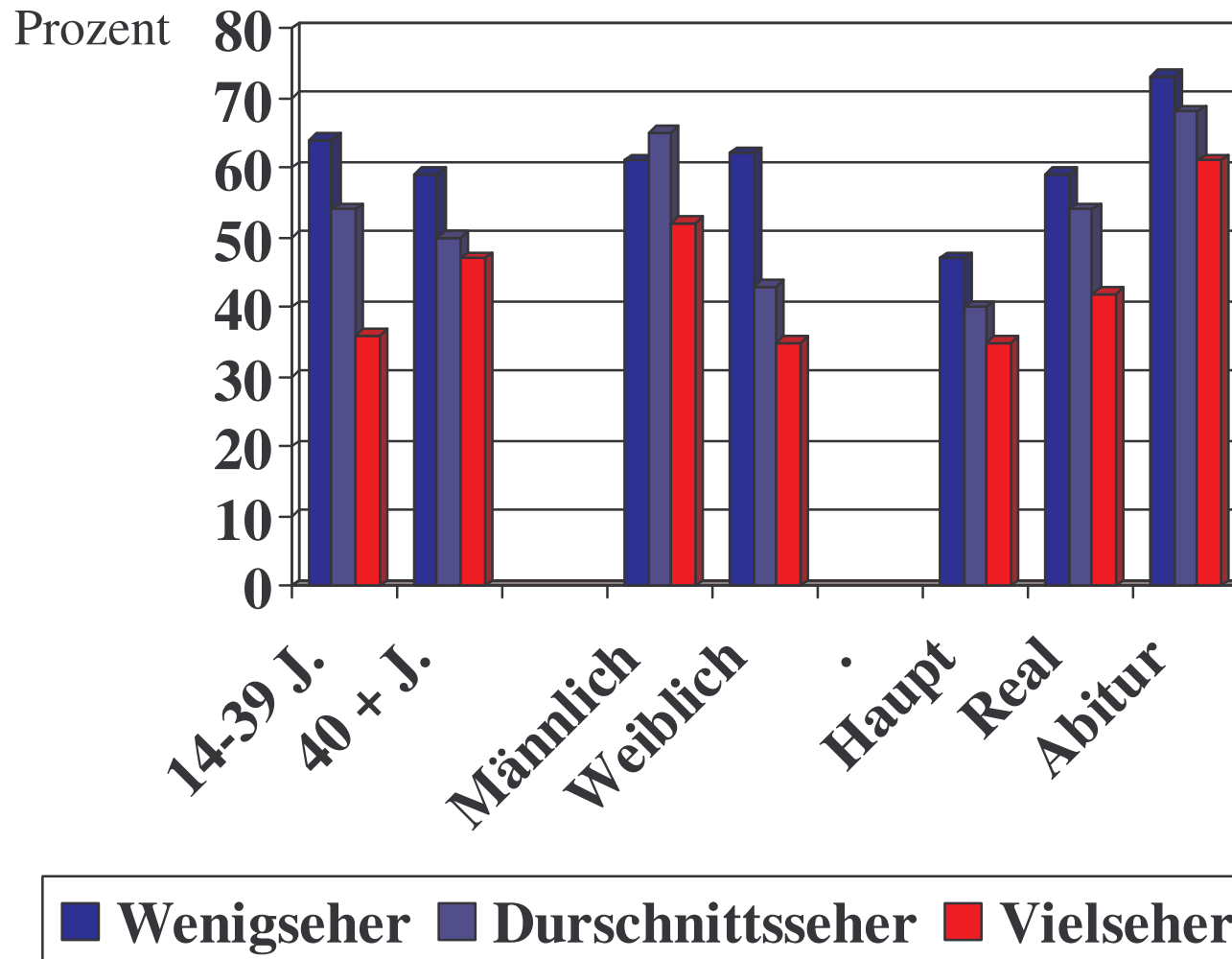


forsa 2004; n = 1246

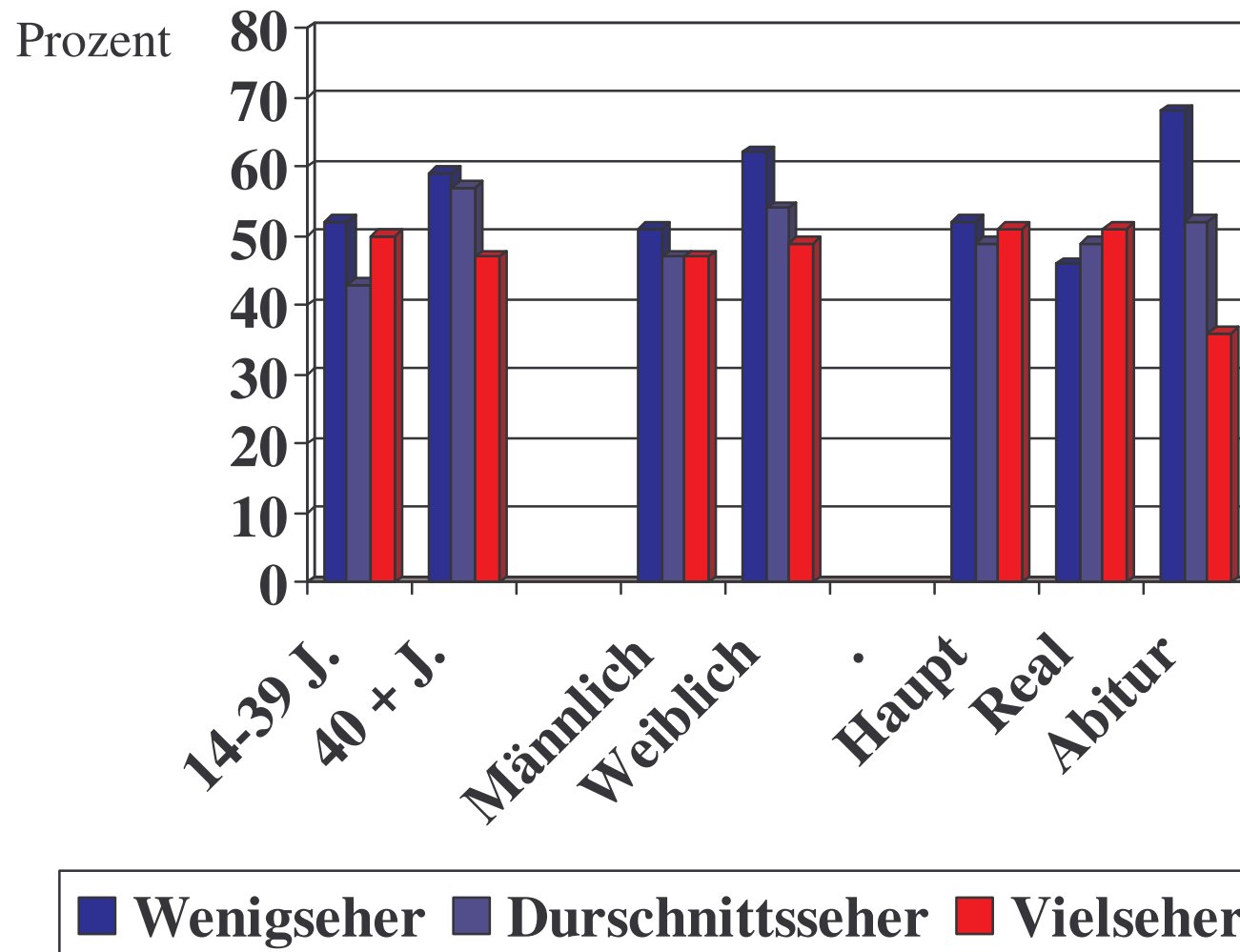
Kochhan, Haddad, Dehm 2005 MP

Stehen TV-Nutzung und Bücher
lesen in Konkurrenz?

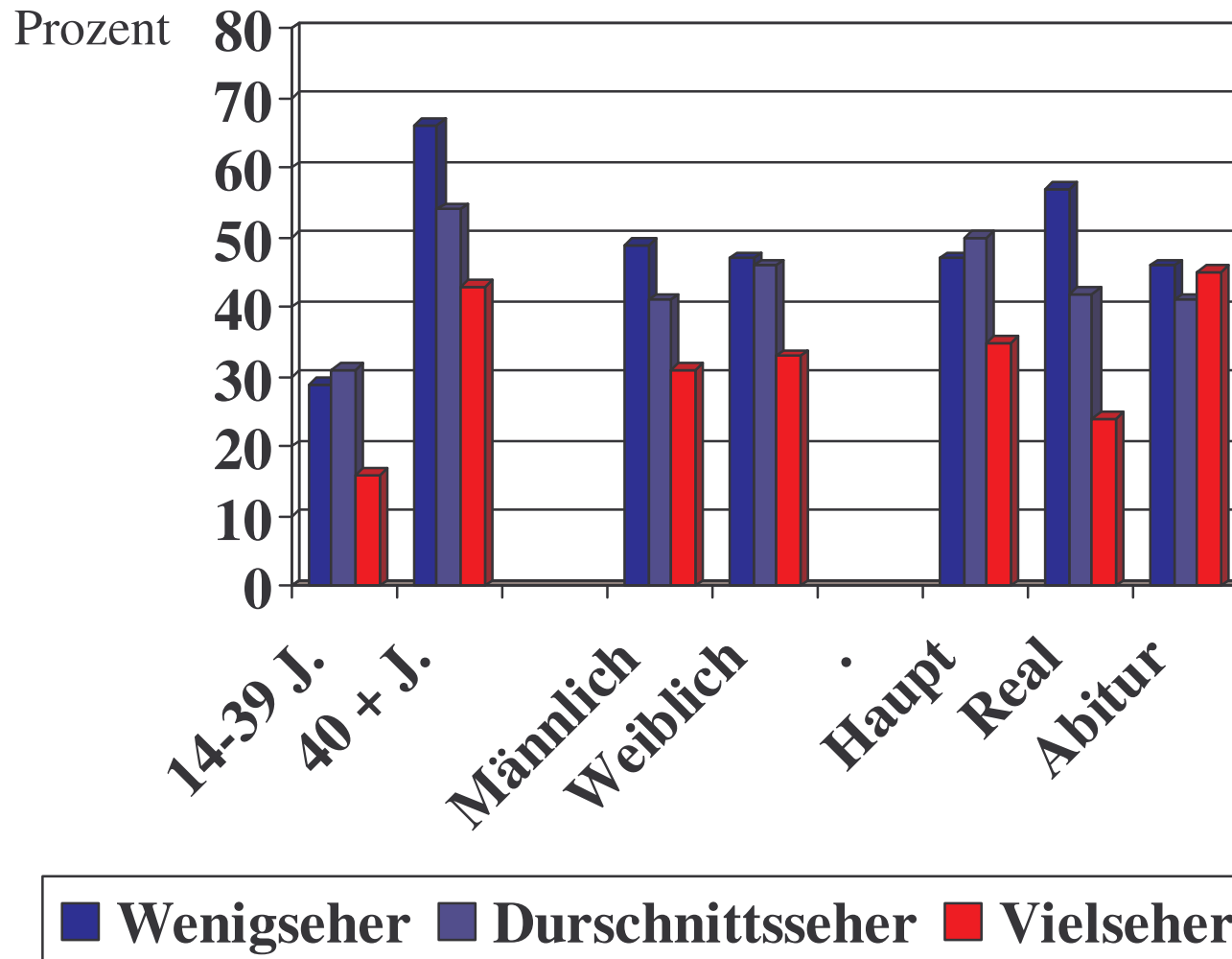
Genrepräferenz für **Sachbücher** differenziert nach Soziodemographie und TV-Nutzung



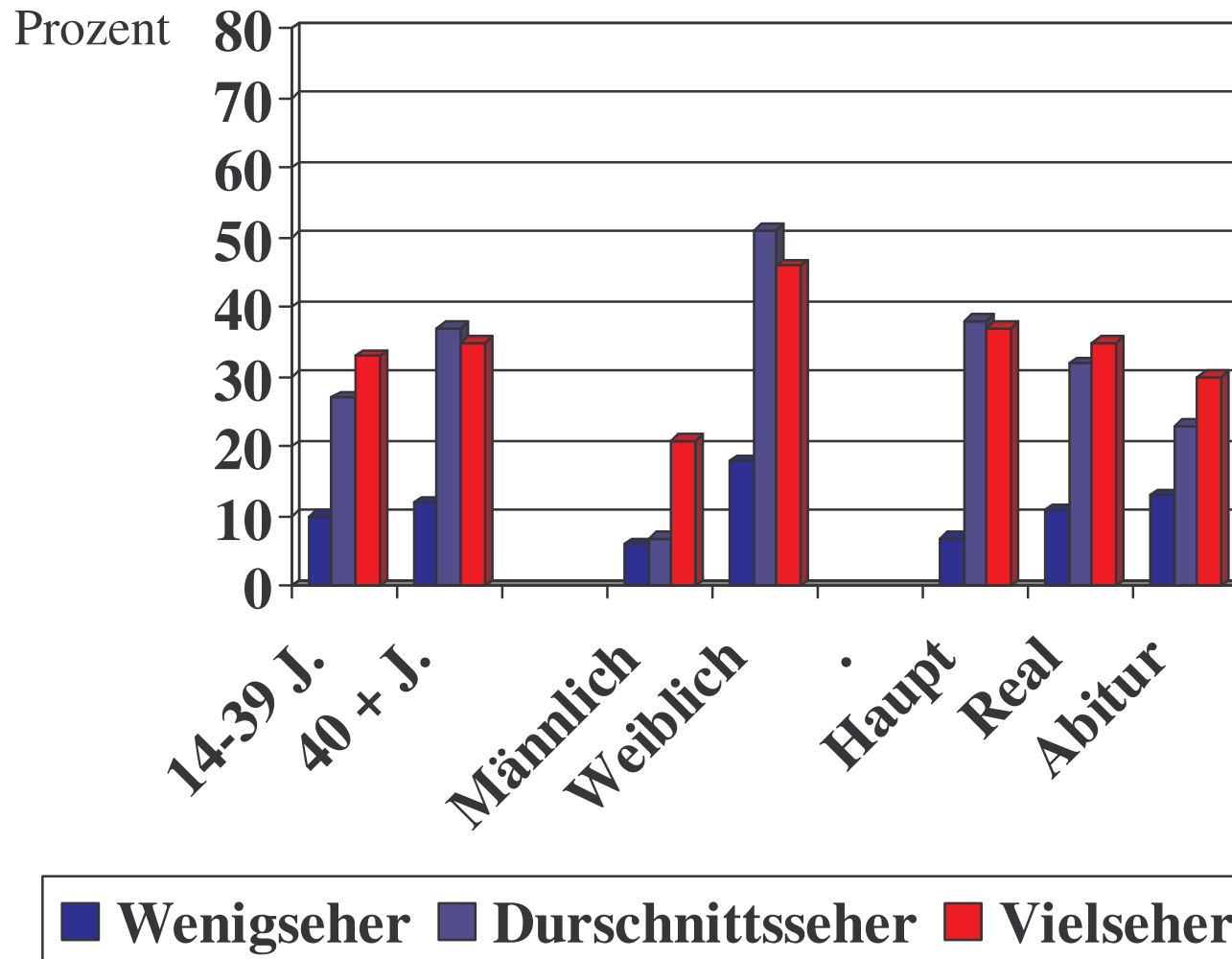
Genrepräferenz für **Historische Romane** differenziert nach Soziodemographie und TV-Nutzung



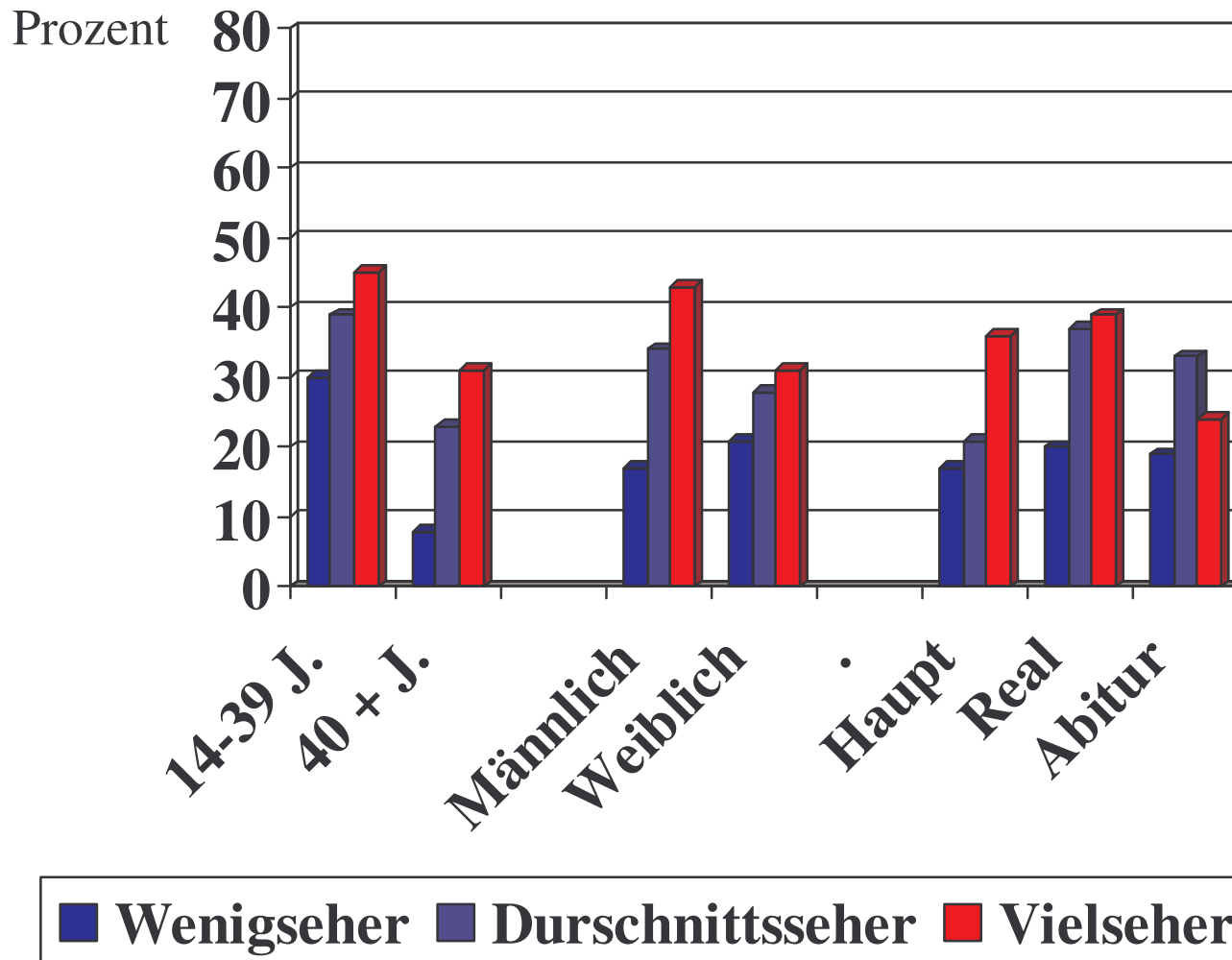
Genrepräferenz für **Reiseliteratur** differenziert nach Soziodemographie und TV-Nutzung



Genrepräferenz für **Liebesromane** differenziert nach Soziodemographie und TV-Nutzung

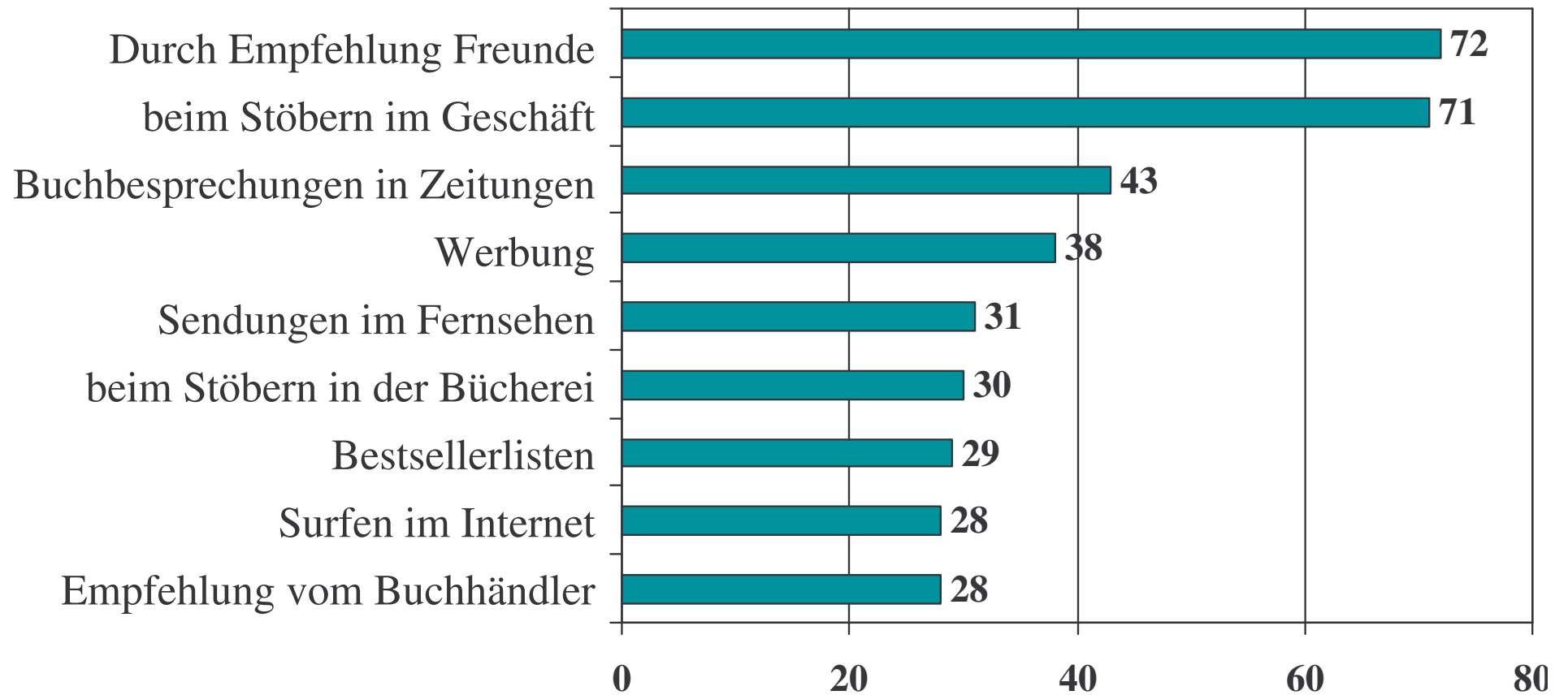


Genrepräferenz für **Fantasy** differenziert nach Soziodemographie und TV-Nutzung



Auswahlkriterien der Buchlektüre

Prozent



Jugendliche als Zeitungsleser

Erklärungsfaktoren für regelmäßige Zeitungsnutzung von Schülern der 9. Klasse (n = 1089)

	beta
1. „Zeitungslesen macht eigentlich keinen Spaß“	-.31
2. Verfügbarkeit (Abo) im Haushalt	.28
3. „Ich kann informiert sein, ohne Zeitung zu lesen“	-.15
4. Die meisten Freude lesen Zeitung	.15
5. Beim Frühstück wird Zeitung gelesen	.11

*positive Korrelation mit Bildung,
kein Effekt von Lehrereinfluss,
positive Effekte von Schulprojekten*

Nutzungsquoten von Seitentypen

Wichtigster Faktor für die Erklärung der Nutzung eines Beitrags ist die Platzierung. Wichtiger als das Thema!

von allen Artikeln auf den... wurden ... Prozent genutzt

Titelseiten	13,0
Zeitungsrückseiten	12,5
Buchrückseiten	7,5
Buchtitelseiten	7,0
übrige Seiten	3,0
Gesamt	5,9

Gestaltungsexperiment

<i>Variante</i>	<i>Anzahl gelesener Artikel</i>	<i>Note</i>
Seite mit beliebten Themen		
a) Musterseite	4,2	2,5
b) Cartoon + große Überschriften + Leads	4,6	2,3
c) Infografik + unterhaltender Schreibstil	3,6	2,7
Seite mit unbeliebten Themen		
a) Musterseite	3,0	3,4
b) Cartoon + große Überschriften + Leads	3,2	3,1
c) Infografik + unterhaltender Schreibstil	3,0	3,4

signifikant

Rolle der Zeitungssprache

Experiment mit Beiträgen zu 4 Themen: Flirt, Berufswahl, Taschengeld, Streitschlichter)

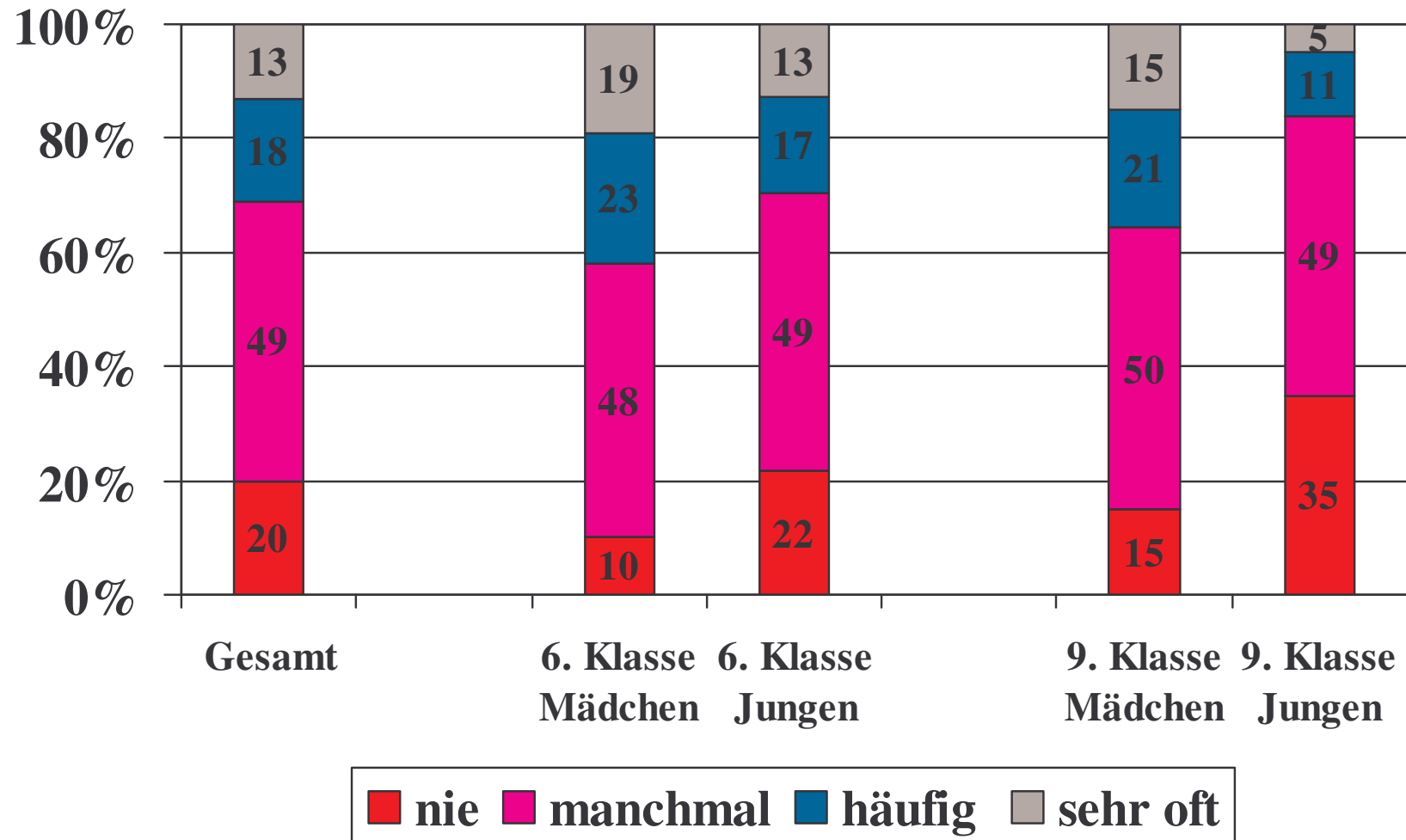
jeder Beitrag in vier Varianten:

1. Agenturzeitungssprache
2. verständliche Variante ***
3. unterhaltsamer Stil (Zitate, Beispiele, Wortspiele)
4. spannender Stil

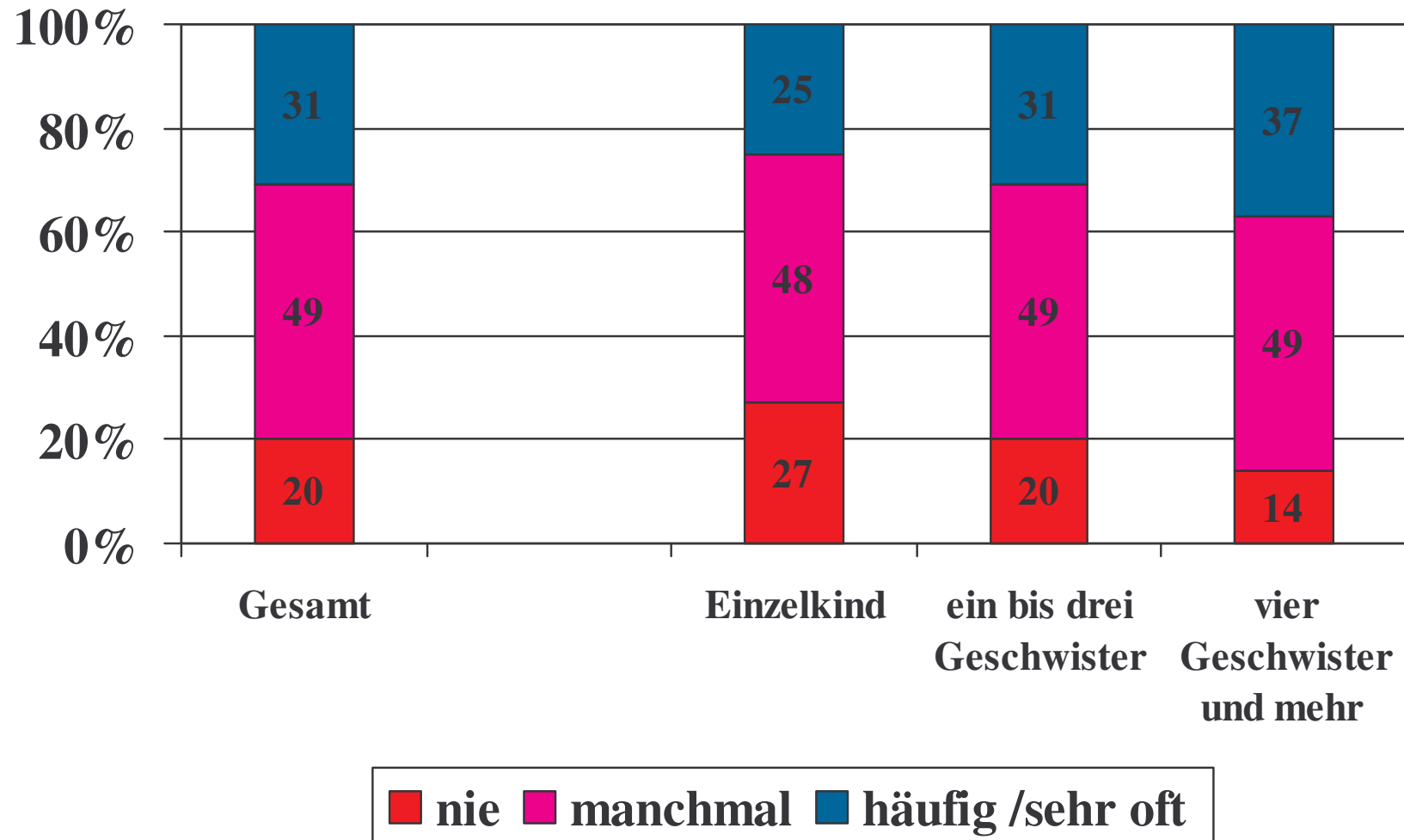
*** am meisten gewählt und am besten bewertet, aber nicht stat. signifikant

Themeninteresse am wichtigsten

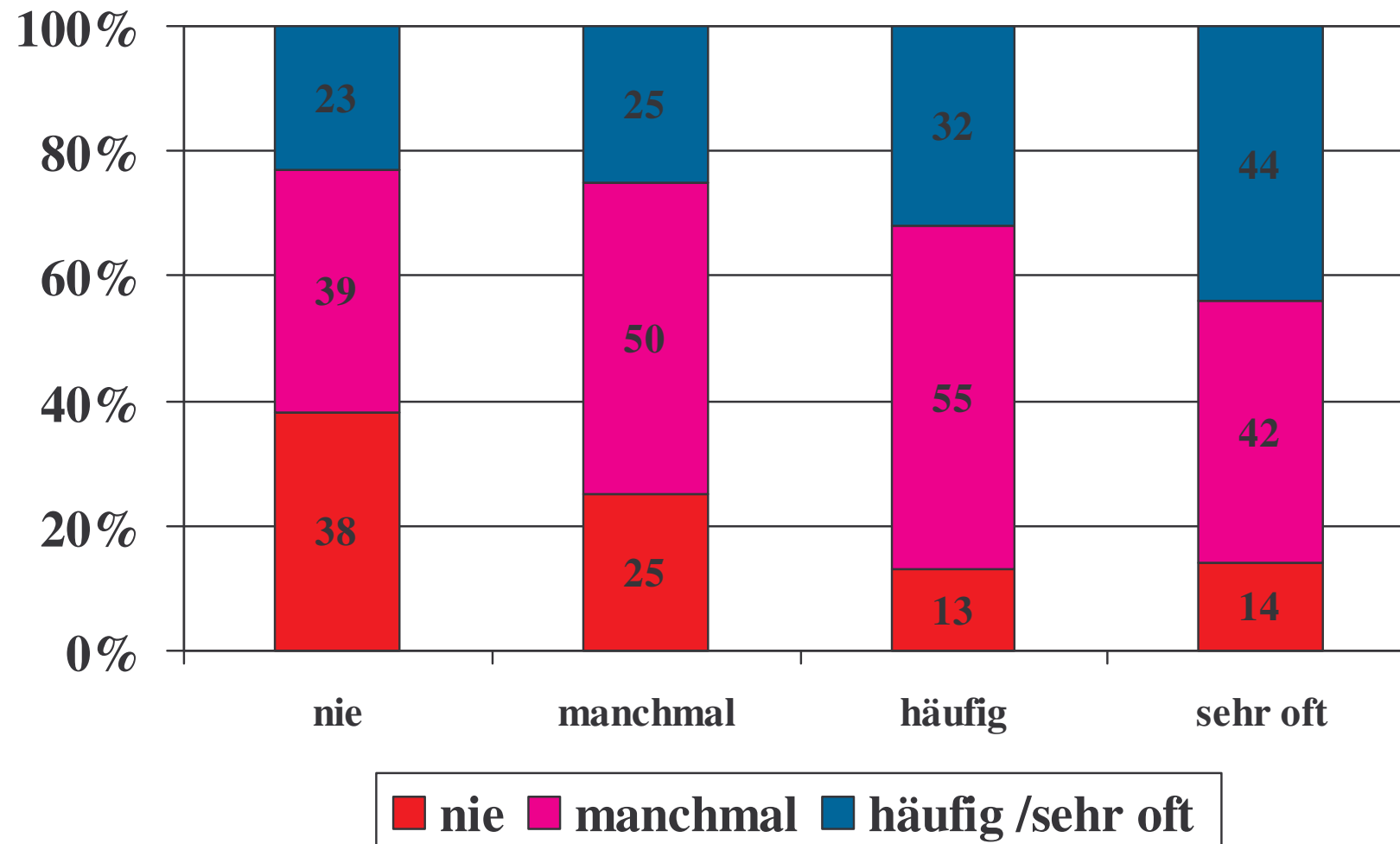
Lesehäufigkeit von **Hauptschülern** nach Geschlecht und Klassenstufe



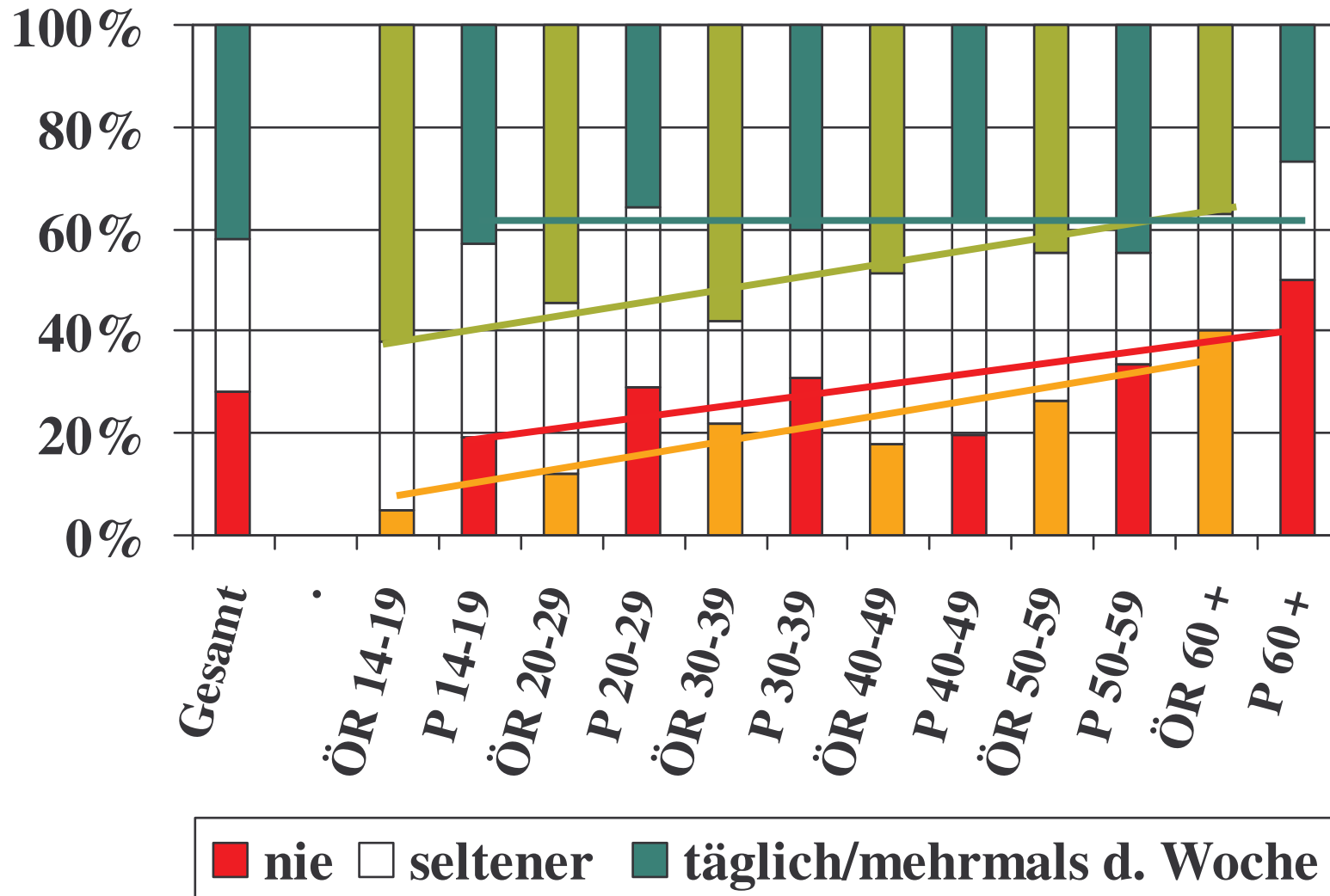
Lesehäufigkeit von **Hauptschülern** nach Geschwisterkonstellation



Lesehäufigkeit von **Hauptschülern** nach Häufigkeit der gemeinsamen Familienaktivitäten



Leseverhalten von Büchern in Abhängigkeit von TV Präferenz und Alter



Leseverhalten von Büchern in Abhängigkeit von TV Präferenz und Geschlecht sowie Bildung

