

# Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis .....	3
1. Einführung .....	5
1.1. Hinführung zum Thema .....	5
1.2. Problemstellung der Arbeit .....	6
1.3. Aufbau der Arbeit .....	8
2. Grundlagen .....	9
2.1. Der Zeitschriftenverlag .....	9
2.2. Multimedia .....	17
2.3. Multimediale Zeitschriften .....	18
2.4. Entwicklung eines Modells als Bezugsrahmen .....	21
2.4.1. Kommunikationsspezifische Eigenschaften multimedialer Zeitschriften .....	23
2.4.2. Theorien der Massenkommunikations- und Konsumforschung .....	32
2.4.3. Theoretischer Bezugsrahmen .....	44
3. Entwicklung multimedialer Zeitschriften .....	47
3.1. Gestaltung der Benutzerschnittstelle (User-Interface-Design) .....	48
3.1.1. Gestaltung des Mensch-Rechner-Dialogs .....	51
3.1.2. Integrierbare Informationstypen .....	60
3.1.3. Benutzerführung .....	89
3.2. Distributionsoptionen .....	95
3.2.1. Optische Speichermedien .....	96
3.2.2. Online-Dienste .....	103
3.3. Werbung in multimedialen Zeitschriften .....	111
3.4. Online-Zahlungssysteme .....	118
3.5. Multimediale Publikumszeitschriften in Deutschland .....	124
4. Untersuchung der Nutzerakzeptanz .....	143
4.1. Methodologische Anmerkungen .....	144
4.2. Ergebnisse zur Akzeptanz von Focus Online .....	150
4.2.1. Soziodemographika .....	151
4.2.2. Werthaltungen, Persönlichkeitsmerkmale und Interessen .....	155
4.2.3. Medienverwendung .....	166
4.2.3.1. Mediennutzungsstrategie der Focus Online User .....	166
4.2.3.2. Rezeptionsgewohnheiten .....	175
4.2.4. Motive der Focus Online Nutzung .....	179
4.2.5. Bewertung des Focus Online .....	186

4.2.5.1. Rezeption.....	187
4.2.5.2. Attraktivität der Rubriken des Focus Online .....	192
4.2.5.3. Profil des Focus Online unter Berücksichtigung relevanter Leistungs- merkmale und affektiver Größen.....	203
4.2.6. Auswirkung erhaltener Gratifikationen.....	227
4.2.7. Ergebnisse im Überblick.....	229
5. Ausblick.....	234
Anhang.....	239
Abkürzungsverzeichnis .....	252
Abbildungsverzeichnis .....	253
Tabellenverzeichnis.....	255
Literaturverzeichnis.....	257