

Inhalt

1.	Einleitung: 50 Jahre Studie Massenkommunikation	11
2.	Reichweite und Nutzung der Medien	16
2.1	Nutzungswege der Mediengattungen und Differenzierung der Internetanwendungen	16
2.2	Entwicklung des Medienzeitbudgets	17
2.3	Reichweiten- und Nutzungsentwicklung der einzelnen Medien	21
2.3.1	Mediale und nicht-mediale Internetnutzung	34
2.3.2	Alter und Bildung als Variablen der Mediennutzung	36
2.4	Mediennutzung im Tages- und Wochenverlauf	40
3.	Nutzungsoptionen in einer konvergierenden Medienwelt	44
3.1	Distributionsplattformen und Contentformen	44
3.2	Strukturelle Unterschiede der Mediennutzung über herkömmliche Geräte und Internet	49
4.	Geräteausstattung der Bevölkerung	55
5.	Exklusive und parallele Mediennutzung, Medien und andere Tätigkeiten	60
5.1	Entwicklung der Parallelnutzung	61
5.2	Exklusivnutzung	67
5.3	Kombinationen einzelner Medien	69
5.4	Parallelnutzung mit dem Internet	76
5.5	Mediennutzung, Freizeit und nicht-mediale Tätigkeiten	80
6.	Mediennutzung im demografischen Wandel	90
6.1	Einfluss der Bevölkerungsstruktur auf die Mediennutzung	92
6.2	Medienbewertung im demografischen Wandel	95
7.	Mediennutzung im Kohortenvergleich	100
7.1	Fragestellung und Untersuchungsdesign	100
7.2	Nutzung der tagesaktuellen Medien im Kohortenverlauf	102

7.3	Medienportfolios der einzelnen Generationen bzw. Geburtskohorten	110
7.4	Parallele Mediennutzung im Kohortenverlauf	114
7.5	Mobile Mediennutzung im Kohortenverlauf	117
7.6	Bindung an die Medien und Lieblingssender	119
7.7	Glaubwürdigkeit der Medien	123
7.8	Mediennutzung und Medienbewertung – Befunde der Kohortenanalyse	128
8.	Bindung an die Medien	131
8.1	Vermissten tagesaktueller Medien in einer Grenzsituation	131
8.2	Bindung an das Internet	134
9.	Funktionen und Images der tagesaktuellen Medien	137
9.1	Funktionen der Mediennutzung: Nutzungsmotive	137
9.2	Nutzungsmotive für die tagesaktuellen Medien im Direktvergleich	143
9.3	Einschätzung der Informationskompetenz im Medienvergleich	146
9.4	Images der tagesaktuellen Medien im Direktvergleich	148
10.	Öffentlich-rechtliche und private Fernsehprogramme im Urteil der Zuschauer	153
10.1	Images öffentlich-rechtlicher und privater Fernsehprogramme	154
10.2	Nutzungsmotive öffentlich-rechtlicher und privater Fernsehprogramme	162
10.3	Leistungsbewertung öffentlich-rechtlicher und privater Fernsehprogramme	168
11.	Öffentlich-rechtliche und private Programme als Informationsquelle über das politische Geschehen	176
11.1	Politikinteresse und persönliche Informationsgewohnheiten	176
11.2	Informationsverhalten und Medienpräferenz	179
11.3	Politikvermittlung im dualen Fernsehsystem	180
11.3.1	Politikinteresse und Images nach Informationsverhalten	181
11.3.2	Einschaltmotive nach politischem Informationsinteresse	183
11.3.3	Leistungsbewertung öffentlich-rechtlicher und privater Fernsehprogramme nach Informationsverhalten	185

12.	Typenbildung der Mediennutzung	190
12.1	Mediennutzung und Lebenswelten (Sinus-Milieus)	190
12.1.1	Mediennutzung der Sinus-Milieus	191
12.1.2	Nutzungsmotive	195
12.1.3	Öffentlich-rechtliches und Privatfernsehen im Vergleich	200
12.1.4	Bindung an die Medien	204
12.2	Mediennutzung verschiedener Freizeit-, Kommunikations- und Internet-Nutzertypen	207
12.2.1	Freizeit- und Kommunikationsverhalten	208
12.2.2	Einfluss des Alters	210
12.2.3	Mediennutzung verschiedener Internet-Nutzertypen	215
13.	Einschätzungen zur Medienentwicklung in der Zukunft	219
14.	Mediennutzung und -bewertung von Trendsettern	223
14.1	Identifikation der Trendsetter	223
14.2	Mediennutzung der Trendsetter 2015	227
14.3	Ergebnisse der Nachbefragung	230
15.	Fazit: Mediennutzung und Medienbewertung im Wandel	252

Anhang

1.	Methode der Studie Massenkommunikation	259
	Tagesablaufschemata, Rahmenbedingungen, Stichprobe	259
	Pretests zur Studie 2015	262
	Feldarbeit 2015	264
	Gewichtung	266
	Vergleich ma 2015 I mit ma 2015 II (auf Basis Zensus 2011)	266
	Gewichtung der Stichprobe	269
	Fazit	270
2.	Tabellen	271
3.	Fragebogen der Studie Massenkommunikation 2015	349

4. Publikationen zur ARD/ZDF-Langzeitstudie	
Massenkommunikation	372
Buchpublikationen	372
Aktuelle Zeitschriftenbeiträge	373