

**Die ARD/ZDF-Langzeitstudie
Massenkommunikation und ihre
Analysemöglichkeiten**

**Vortrag auf dem Forum:
B4 – Mediendaten**

der 4. Konferenz für Sozial und Wirtschaftsdaten

**des Rats für Wirtschafts- und Sozialdaten
am 20. Juni 2008 in Wiesbaden**

Inhaltsübersicht

- **Entwicklung der Studie Massenkommunikation**
- **Methodensteckbrief 2005**
- **Themen der Welle 2005 im Überblick**
- **Zentrale Ergebnisse der Studie Massenkommunikation 1964-2005**
- **Nachbefragung „Trendsetter“**
- **Dokumentation der Daten der Studie Massenkommunikation**

Entwicklung der Studie Massenkommunikation

- **Erste Studie Massenkommunikation 1964 realisiert. Im Zentrum der Untersuchung: Das Verhältnis der Massenmedien Fernsehen, Tageszeitung und Hörfunk zueinander**
- **Fortsetzung der Langzeitstudie mit vergleichsweise geringen konzeptionellen Änderungen 1970, 1974, 1980, 1985, 1990 und 1995. Seit 1980 Einbezug der nichttagesaktuellen Medien Buch, Zeitschriften, Tonträger, seit 1985 auch Video.**
- **1990 getrennte Erhebung in BRD-West und -Ost. Seit 1995 gemeinsame Erfassung von Ost- und Westdeutschland.**
- **2000 deutliche Weiterentwicklung (z.B. Integration Online). Umstellung auf CATI-Interviews. Grundlegende Überarbeitung des Fragenprogramms. Wechsel des Erhebungsinstituts.**
- **2005: Fortschreibung 2000 unter Einschluss der Sinus-Milieus. Nachbefragung ausgewählter Nutzer neuer Medien: „Trendsetter“**

Methodensteckbrief 2005

Auftraggeber:	ARD/ZDF-Medienkommmission
Durchführende Institute:	ENIGMA GfK Medien- und Marketingforschung, Wiesbaden (Federführung) / MMA, Frankfurt
Grundgesamtheit:	Deutschsprechende Bevölkerung ab 14 Jahre in Privathaushalten mit Telefon
Stichprobe:	4.500 Befragte
Erhebungstechnik:	Computergestützte Telefoninterviews
Interviewdauer:	ca. 50 Minuten, Splitoption
Feldzeit:	10. Januar bis 13. März 2005 (2000: 15. Mai bis 23. Juli, deshalb etwas eingeschränkte Vergleichbarkeit bei Zeitbudgets)

Themen der Studie

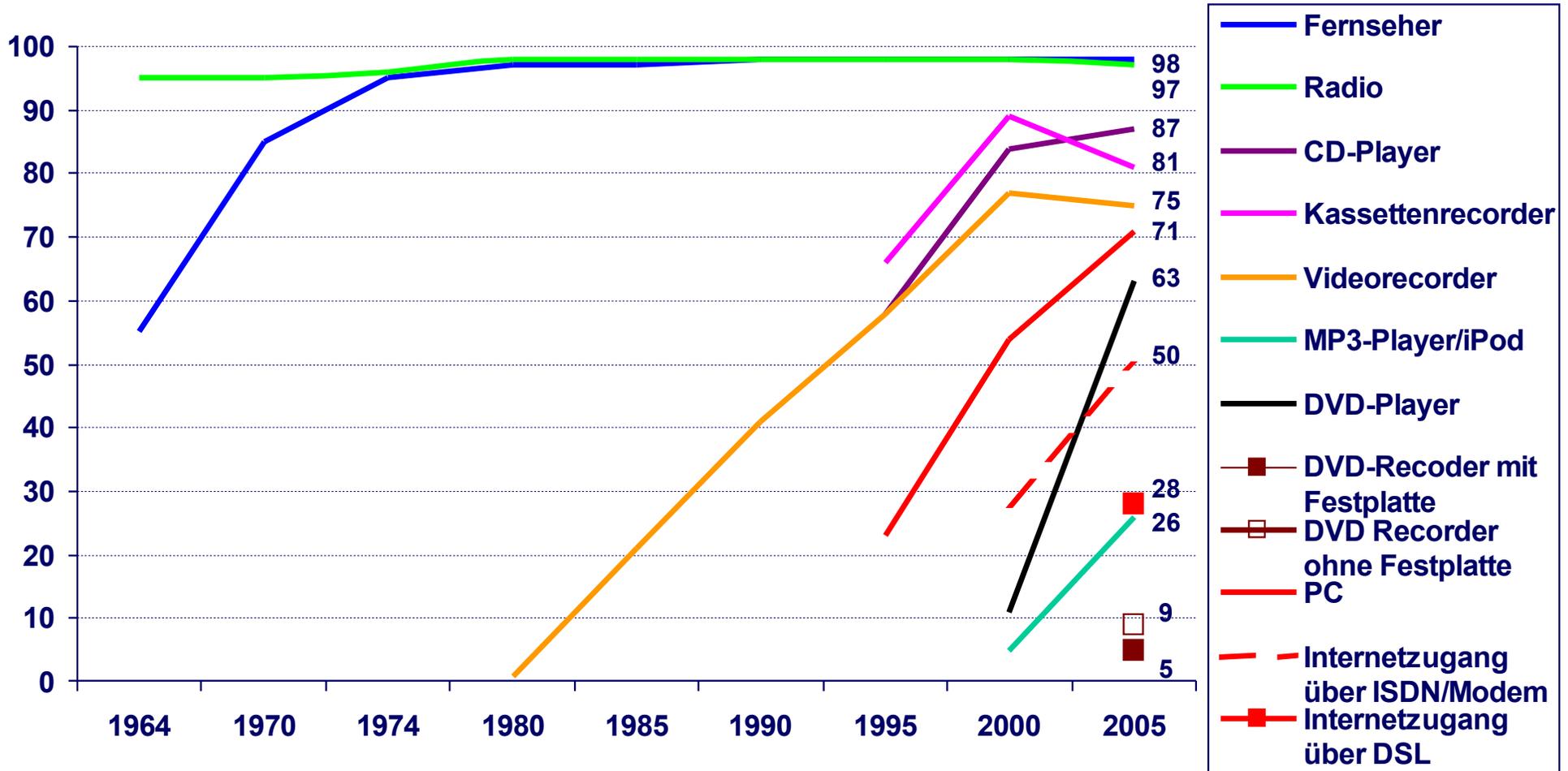
Massenkommunikation 2005 im Überblick

- **Geräteausstattung in den Haushalten**
- **Mediennutzung und Tätigkeiten (Frequenz u.a.)**
- **Medienimages/Nutzungsmotivationen (Fernsehen, Radio, Tageszeitung, Internet)**
- **Tagesablauf: Tätigkeiten und Medien (0.00/5.00 - 24.00 Uhr)**
- **Programmaffinität/Bindung an die Medien**
- **Vergleich öffentlich-rechtliche versus privatrechtliche Fernsehprogramme**
- **Medienentwicklung in den nächsten 10 Jahren**
- **Gesellschaft/Politik**
- **Soziodemografie incl. Sinus-Milieus**

Ausgewählte Ergebnisse der Studie Massenkommunikation 1964 - 2005

Ausstattung der Haushalte mit Medien 1964-2005

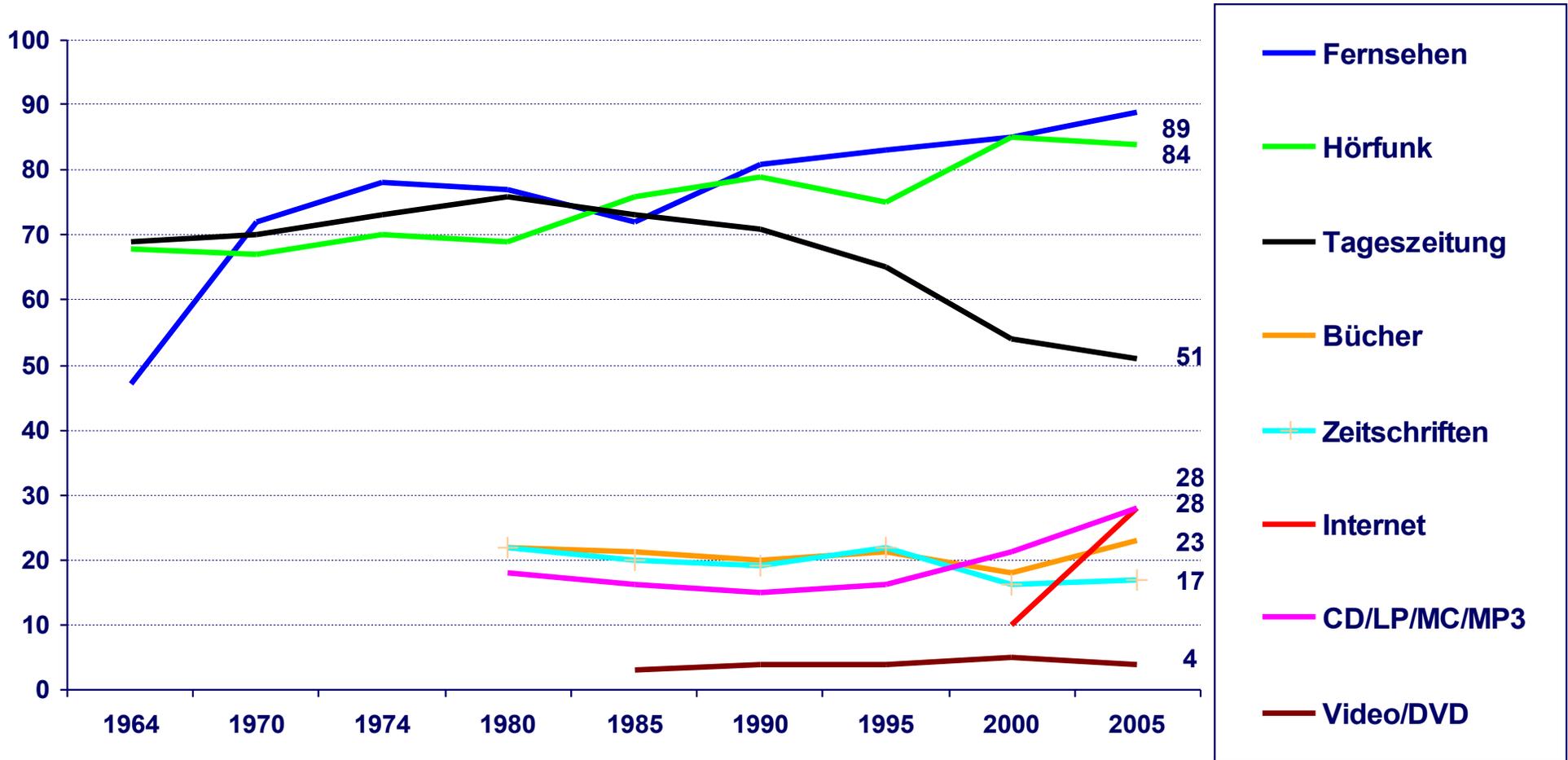
- BRD gesamt, in % -



Erw. ab 14 Jahre, BRD gesamt
 Quelle: ARD/ZDF-Langzeitstudie Massenkommunikation

Tagesreichweite der Medien 1964-2005

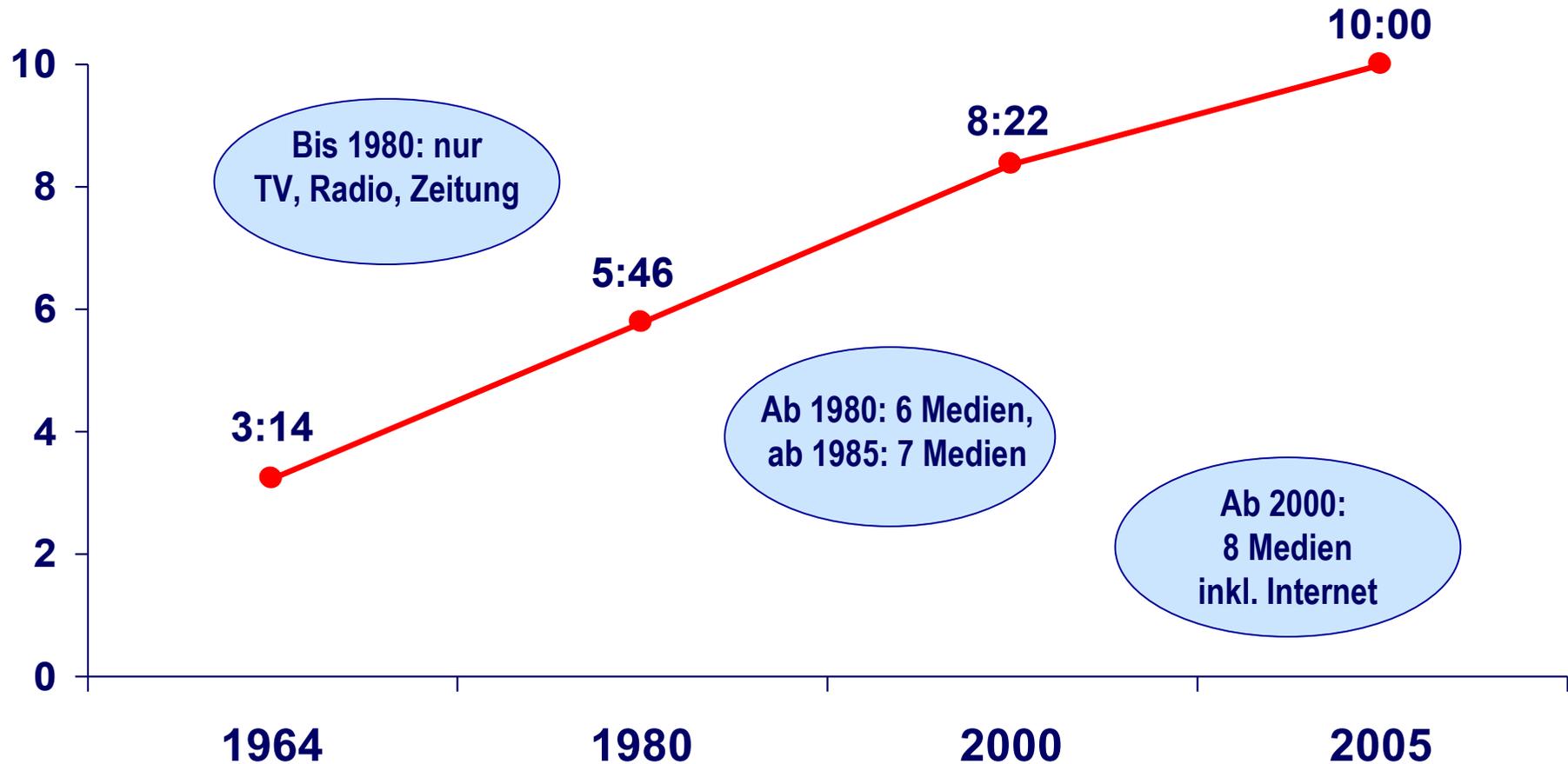
- BRD gesamt, Mo-So, 5-24 Uhr, in % -



Erw. ab 14 Jahre, BRD gesamt
 Quelle: ARD/ZDF-Langzeitstudie Massenkommunikation

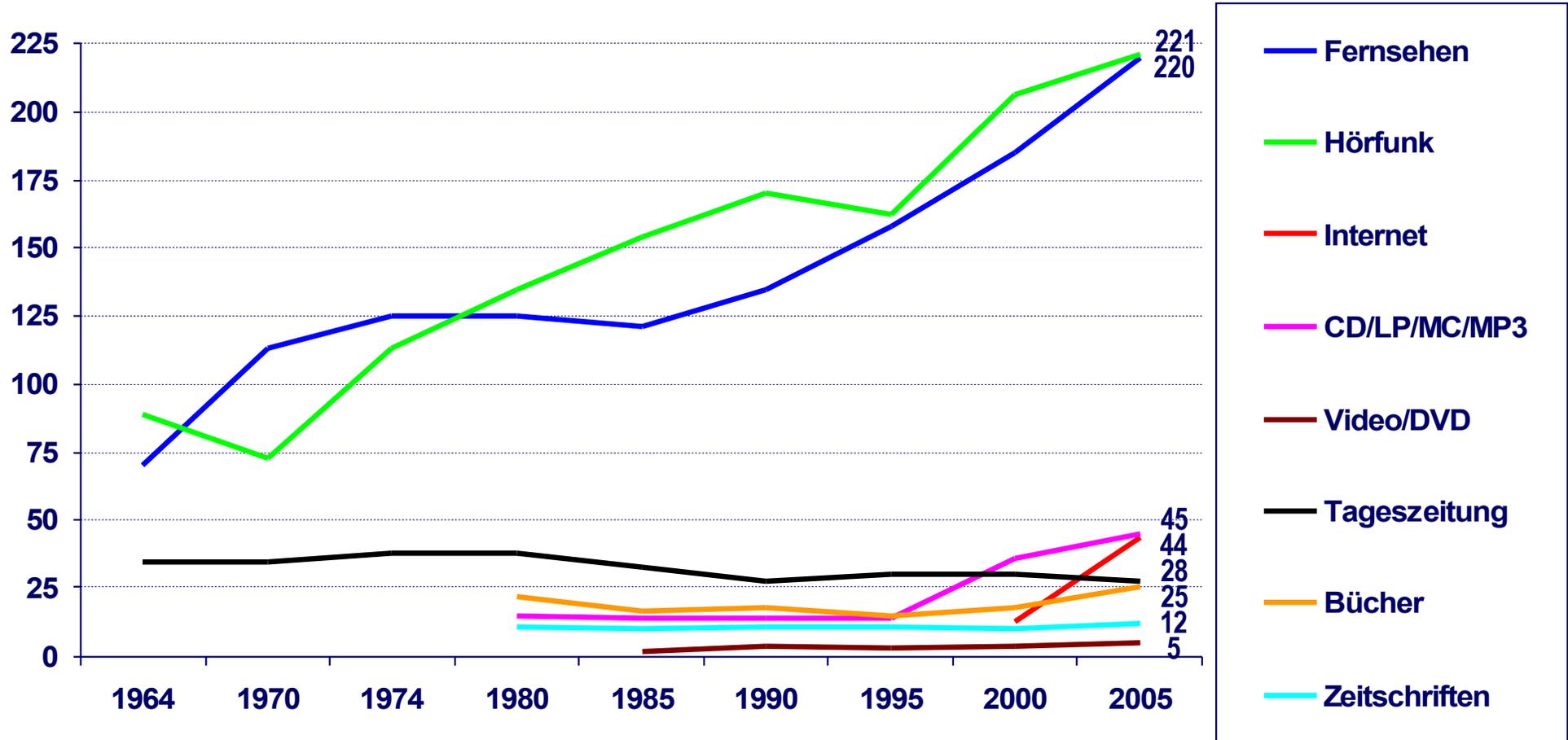
Zeitaufwand für Mediennutzung 1964-2005

- BRD gesamt, Mo-So, 5-24 Uhr, brutto in Std./Tag -



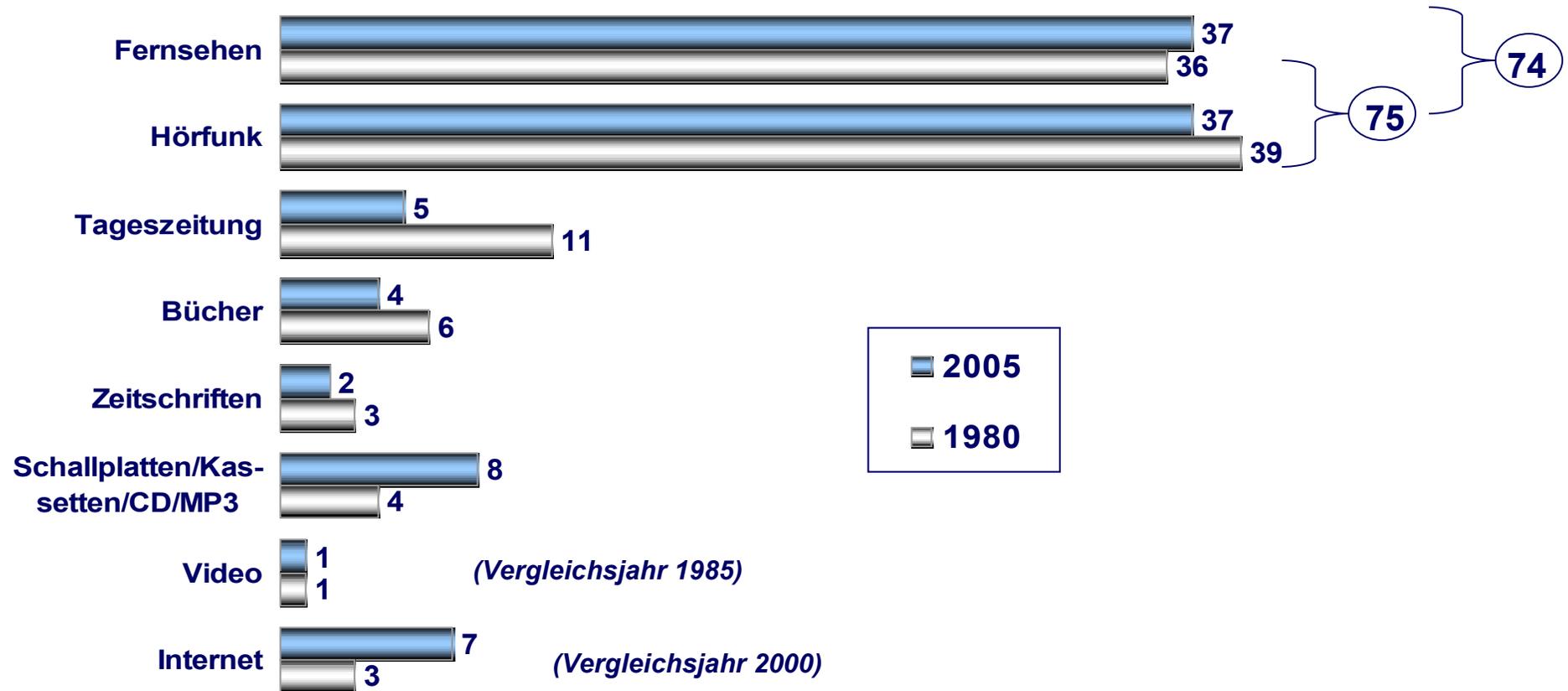
Nutzungsdauer der einzelnen Medien 1964-2005

- BRD gesamt, Mo-So, 5-24 Uhr, in Min./Tag -



Anteile am Medienzeitbudget 1980-2005

- BRD gesamt, Mo-So, 5-24 Uhr, in % -

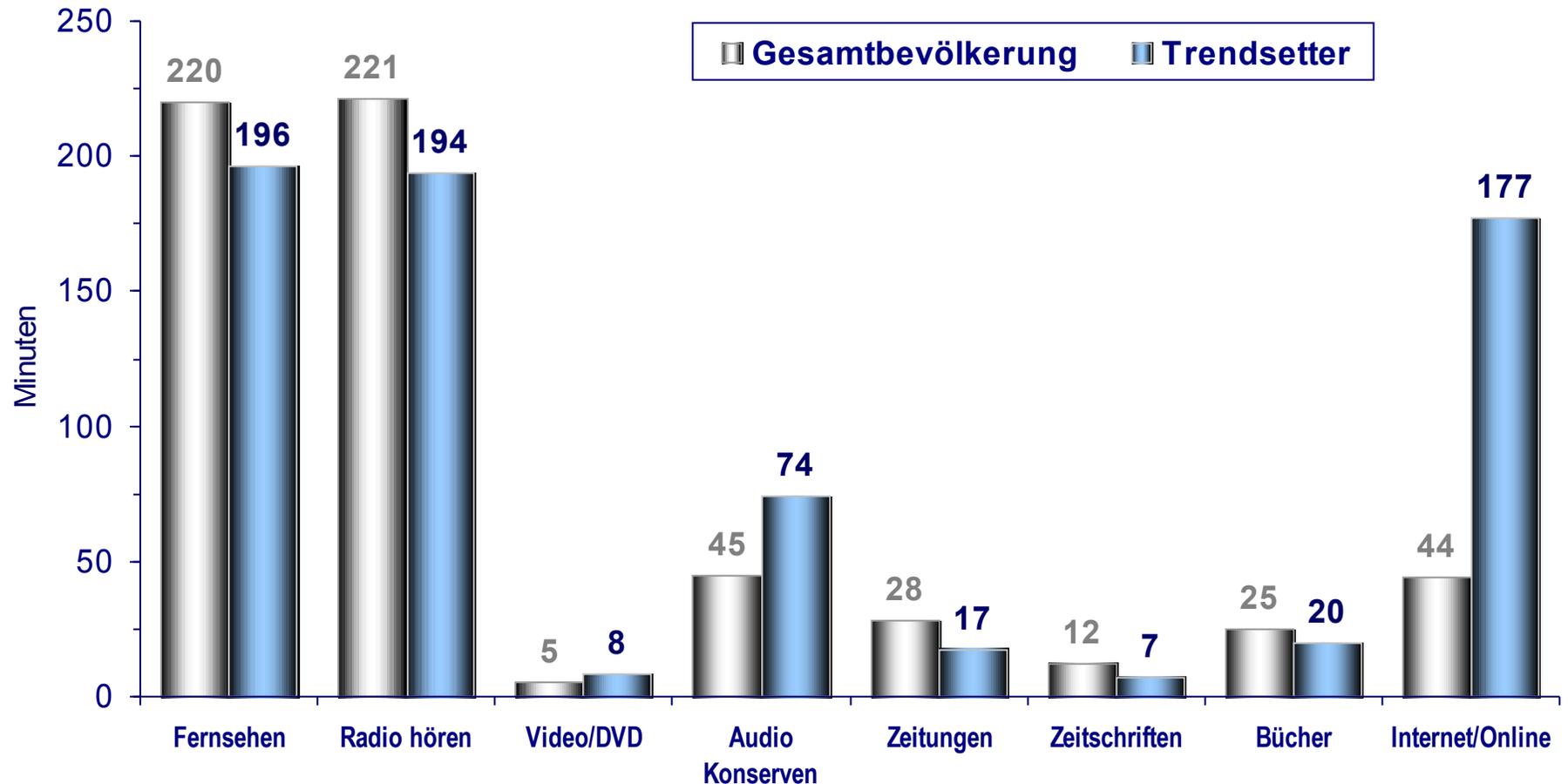


Nachbefragung „Trendsetter“ in der Massenkommunikation 2005

- **Definition Trendsetter über Ausstattungsmerkmale und Nutzung innovativer Geräte / Dienstleistungen, wie z.B. DVD Recorder, mp3-Player, DSL-Anschluss, Homebanking etc. ($\emptyset < 25 \%$)**
- **Aus diesen Merkmalen wurde für jeden Befragten ein Punktwert errechnet. Die 5 % der Befragten mit dem höchsten Punktwert gelten als „Trendsetter“.**

Mediennutzung der Trendsetter

- BRD gesamt, Mo-So, 5-24 Uhr, in Min./Tag -

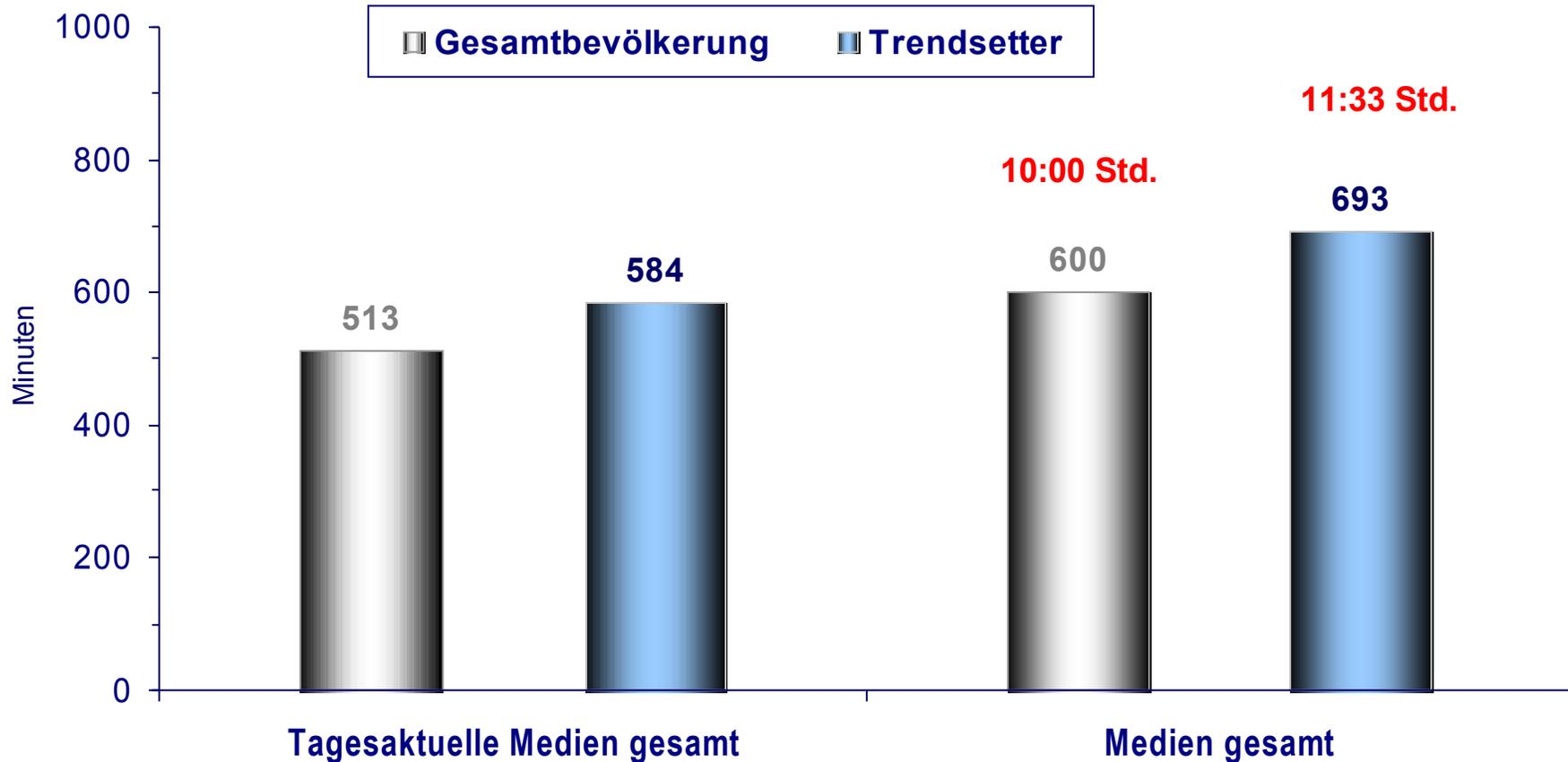


Erw. ab 14 Jahre, BRD gesamt

Quelle: Massenkommunikation 2005, Nachbefragung Trendsetter (N = 212)

Medienzeitbudget der Trendsetter

- BRD gesamt, Mo-So, 5-24 Uhr, in Min./Tag -



Die Dokumentation der Daten der Studie Massenkommunikation

- **Kontinuierliche Veröffentlichung der Ergebnisse in der Zeitschrift Media Perspektiven**
- **Ausführliche Ergebnisdokumentation in Buchform mit umfangreichem Tabellenanhang und Fragebogen in der Schriftenreihe Media Perspektiven (Nomos Verlag).**
 - **Bände 2, 9, 12, 14, 16 und zuletzt 19**
- **Datensätze 1970 bis 1995 im Zentralarchiv (Köln) verfügbar. (Datensatz 1964 nicht elektronisch verfügbar)**
- **Datensätze 2000 und 2005 sind in beschränkter Form für ausschließlich wissenschaftliche Zwecke bei der Leitung der Projektgruppe Massenkommunikation kostenlos erhältlich. Voraussetzung: Konkretes Forschungsprojekt und Abschluss eines Nutzungsvertrags. Die Datensätze müssen nach Ende des Projekts wieder gelöscht werden.**