

**Symposium „Medienrepertoires sozialer Milieus  
im medialen Wandel – Perspektiven einer  
medienübergreifenden Nutzungsforschung“**

**Hamburg, 11./12. September 2008**

**Block 3: Medienrepertoires im Wandel**

## **Leitfragen:**

**Wie hat sich die Zusammensetzung von Medienrepertoires  
in den letzten 25 Jahren verändert?**

**Wie haben sich Veränderungen des Medienangebots  
niedergeschlagen?**

**Wie unterscheiden sich die Generationen hinsichtlich ihrer  
Medienrepertoires?**

Thema

**Zur Integration von Medieninnovationen in  
bestehende Medienrepertoires**

## **Inhaltsübersicht**

-  **Notwendige Vorbemerkung**
-  **Technische Ausstattung**
-  **Alltagskontexte und zeitliche Integration in den Alltag**
-  **Unterschiedliche Zielgruppen**
-  **Nutzungsmotive und funktionale Integration**
-  **Sozialer Kontext der Nutzung – Allein oder mit anderen Menschen**
-  **Innovationsprozesse von Medieninnovationen**

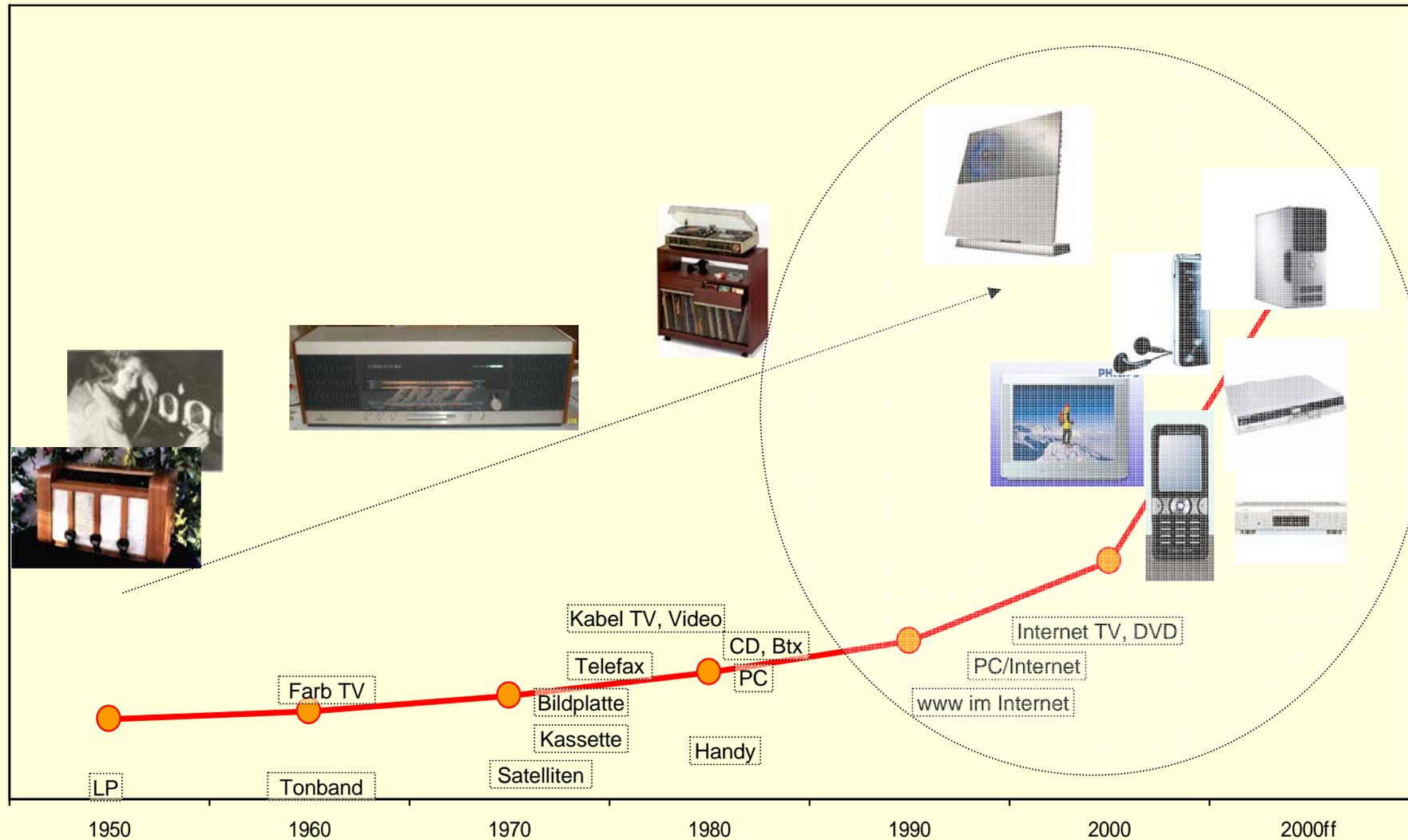
## **Notwendige Vorbemerkungen**

- **Mehr als 25 Jahre bundesdeutsche Geschichte (Kontinuität alte Bundesländer)**
- **Studien zum Thema: Unterschiedliche Quellen, Methodenbrüche usw.**

# **Technische Ausstattung**

## **Geräteausstattung als Nutzungsoption (Beispiele)**

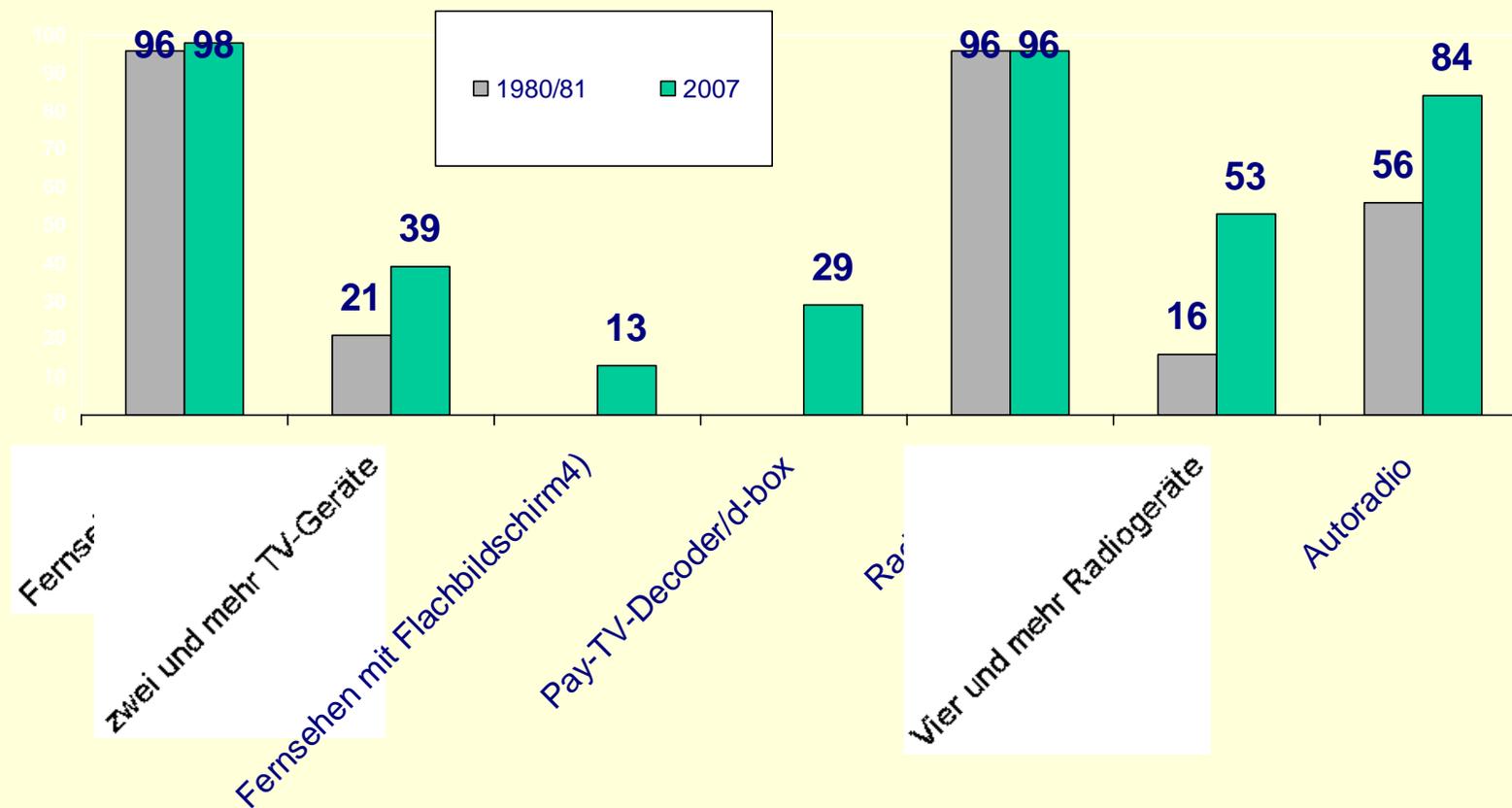
# Medienentwicklung 1950 bis 2008



# Entwicklung der technischen Ausstattung 1980 bis 2007

## Beispiele Fernsehen und Hörfunk

Basis: Personen in Privathaushalten – in Prozent

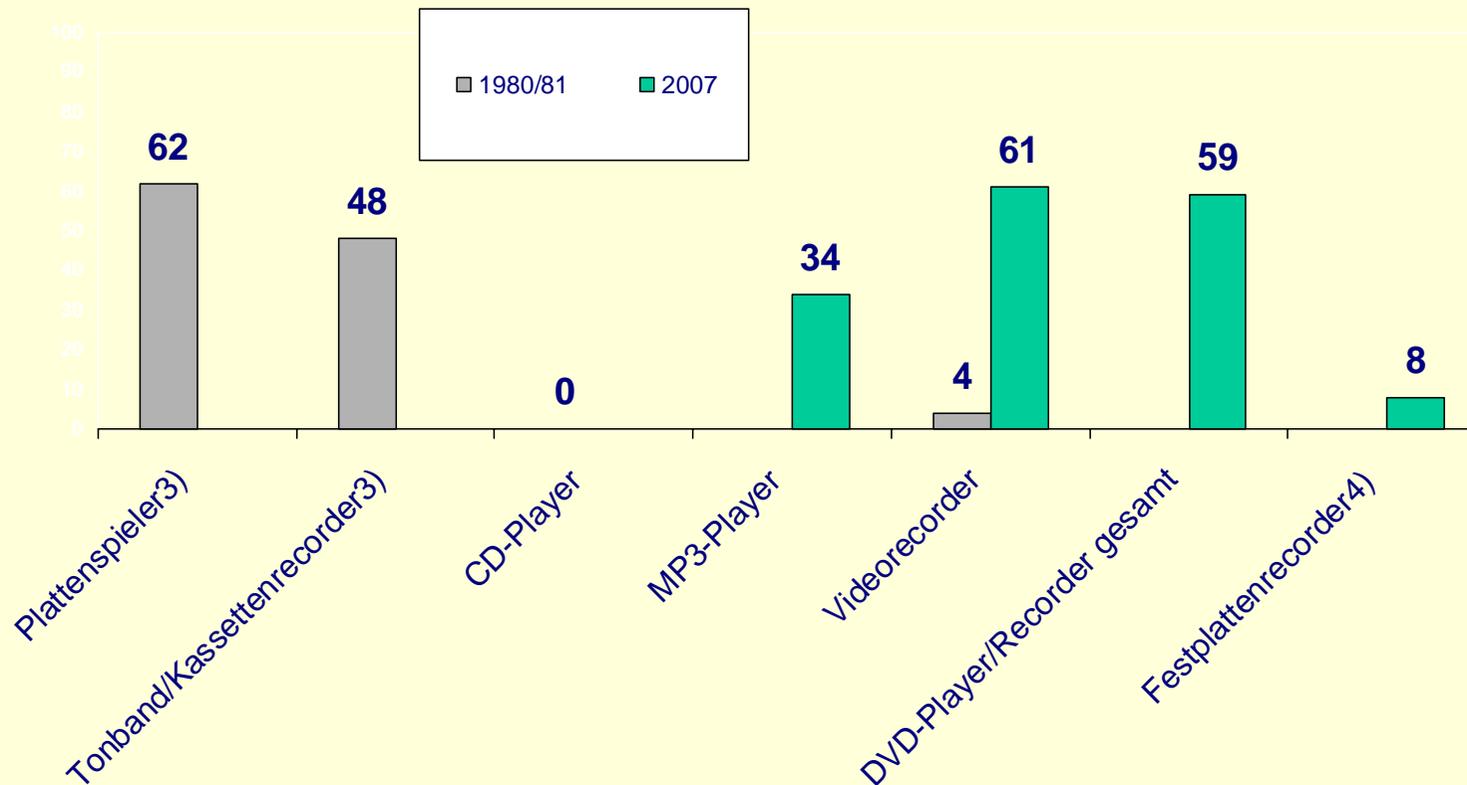


Quelle: ma Radio plus Vorgängerstudien

# Entwicklung der technischen Ausstattung 1980 bis 2007

## Beispiele Speichermedien

Basis: Personen in Privathaushalten – in Prozent

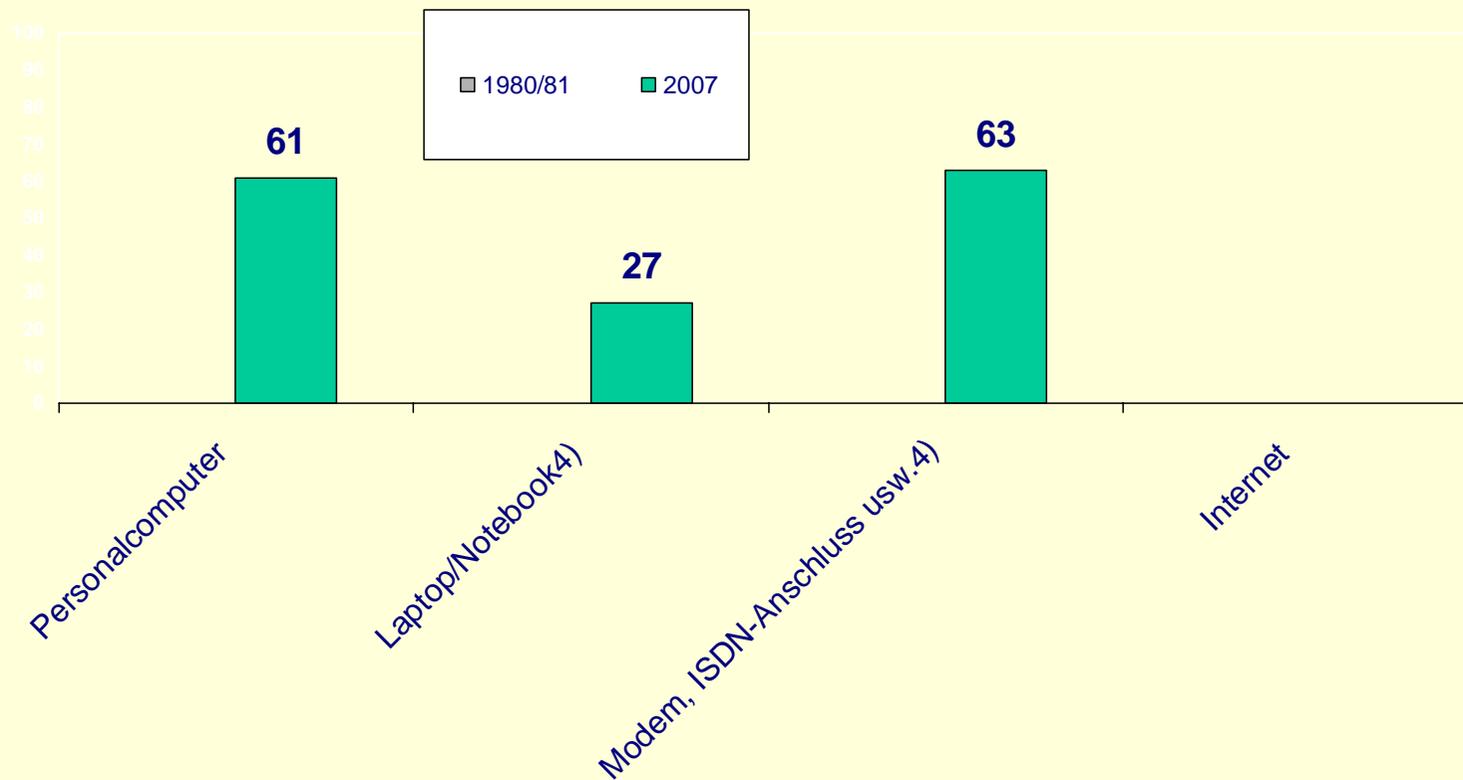


Quelle: ma Radio plus Vorgängerstudien

# Entwicklung der technischen Ausstattung 1980 bis 2007

## Beispiele PC/Internet

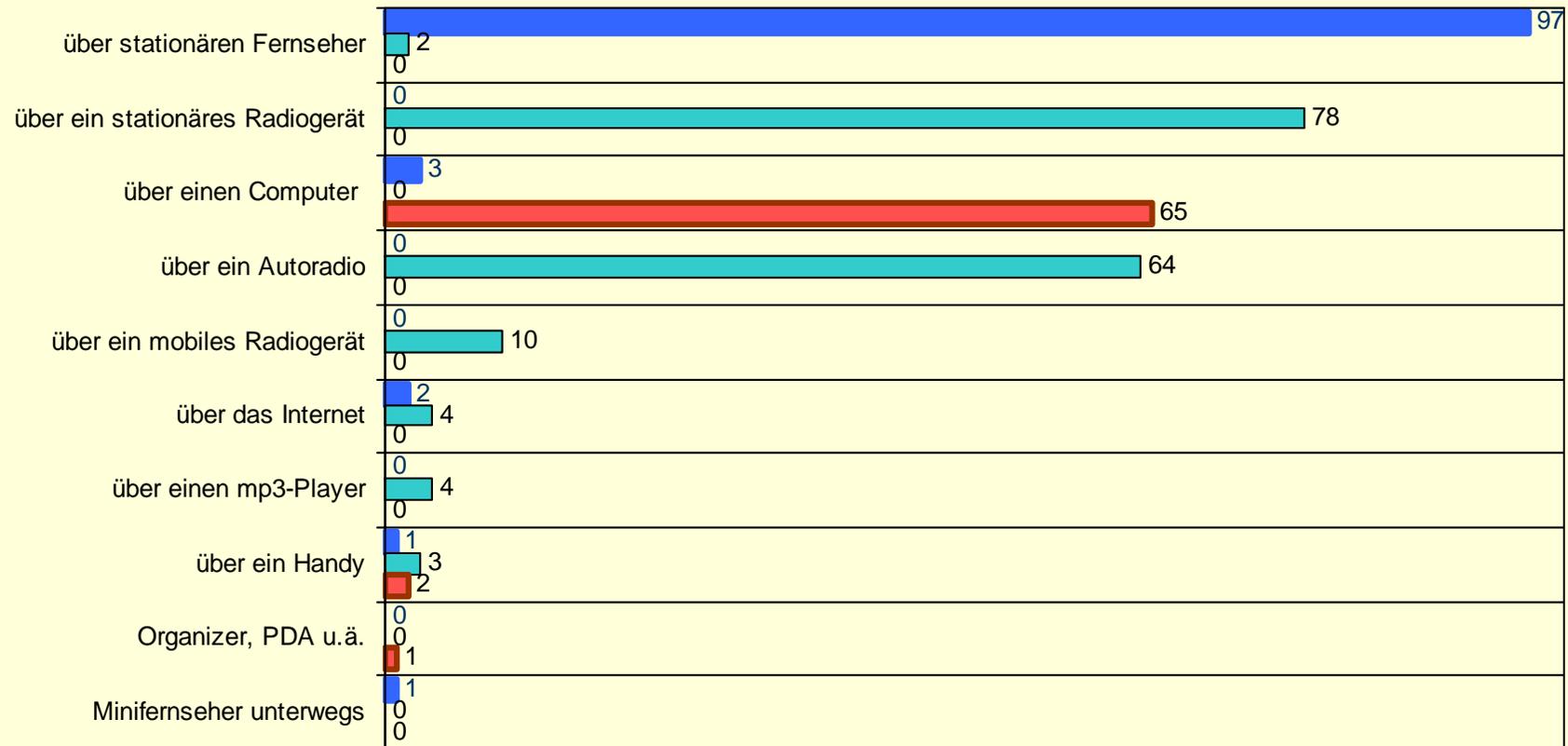
Basis: Personen in Privathaushalten – in Prozent



Quelle: ma Radio plus Vorgängerstudien

# Nutzungswege der Medien 2007

In den letzten 14 Tagen genutzte Wege, Personen ab 14 Jahren, in Prozent



Quelle: Informationsverhalten der Deutschen 2007

## Entwicklung der technischen Ausstattung 1980 bis 2007

-  **Erhöhung der Gerätezahl (z.B. Zahl der Radio/TV-Empfänger = (Neben-)Effekt Individualisierung).**
  
-  **Ersatzanschaffungen aus dem Bereich der nächsten „Gerätegeneration“ - mit/ohne Funktionserweiterungen (z.B. Festplattenrecorder versus Videorecorder, Timeshift usw. = (Neben-)Effekt veränderter Umgang, z.B. Anteil zeitversetztes Fernsehen).**
  
-  **Neue Geräte mit neuen Optionen (z.B. PC als Multifunktionsgerät, Internet als Multifunktionszugang = (Neben-)Effekt Veränderungen des generellen Medieumgangs).**

# **Alltagskontexte und zeitliche Integration in den Alltag**

## **Nutzung in der Freizeit/außerhalb der Freizeit 1980**



**Außerhalb der Freizeit:  
Hausarbeit, Berufsarbeit zu Hause, Auto/Bus/Bahn fahren,  
Einkaufen, Berufsarbeit außer Haus, Schule.**



**In der Freizeit: Sonstiges zu Hause (z.B. Fernsehen in der  
Freizeit, Spielen), Freunde/Bekannte/Verwandte treffen,  
Kneipe/Restaurant besuchen und Sonstiges außer Haus (z.B.  
Sport u.a.)**

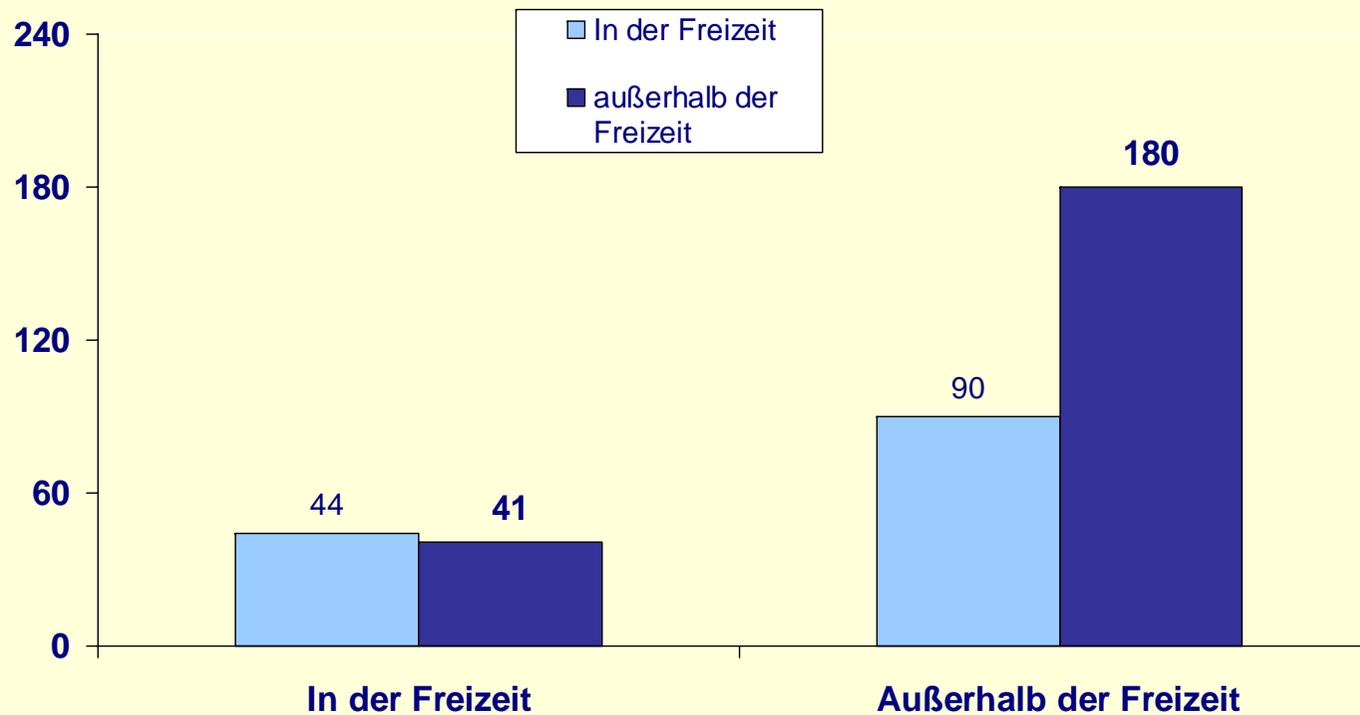
# Ausstattung ermöglicht vielfältige Optionen

Beispiel: Jugendliche 12 bis 19 Jahre



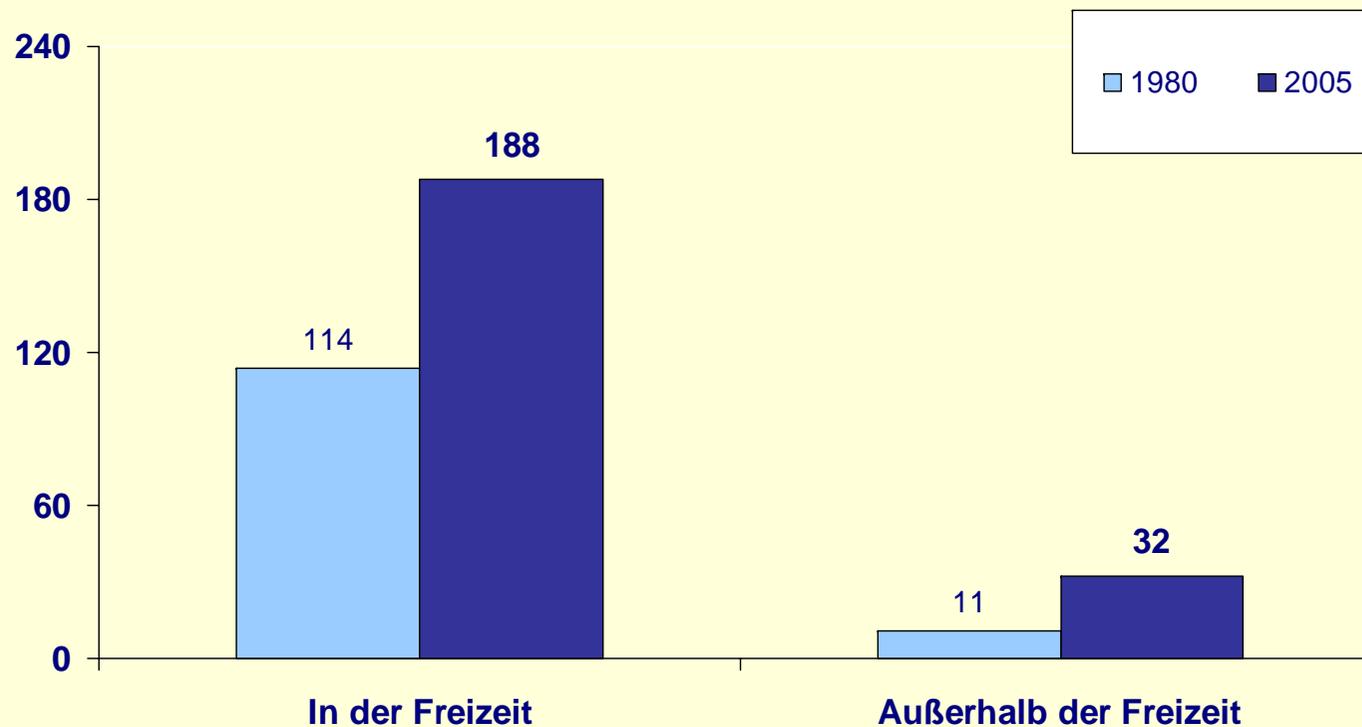
# Hörfunk in der Freizeit/außerhalb der Freizeit 1980/2005

Personen ab 14 Jahren – 1980 Mo-Sa, 6-24 Uhr, 2005 Mo-So, 5-24 Uhr - in Min.



# Fernsehen in der Freizeit/außerhalb der Freizeit 1980/2005

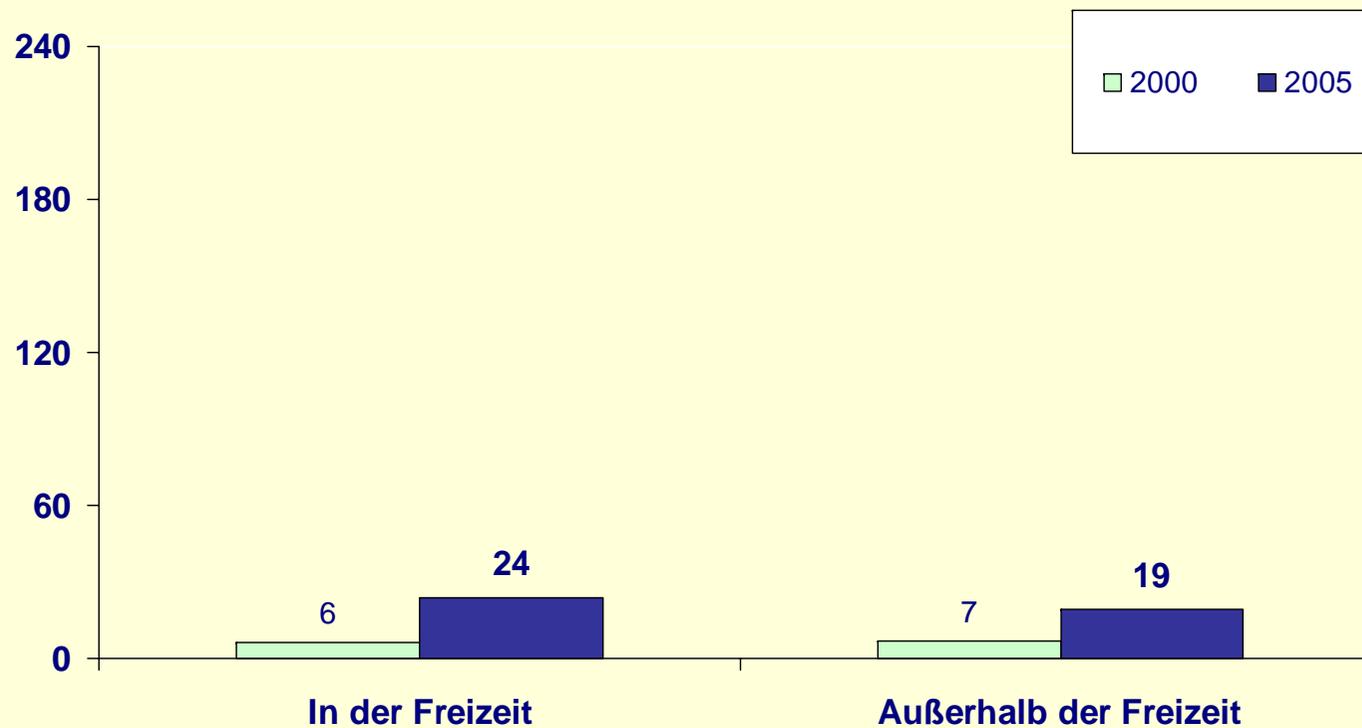
Personen ab 14 Jahren – 1980 Mo-Sa, 6-24 Uhr, 2005 Mo-So, 5-24 Uhr - in Min.



Quelle: Massenkommunikation 1980/2005

## Internet in der Freizeit/außerhalb der Freizeit 2000/2005

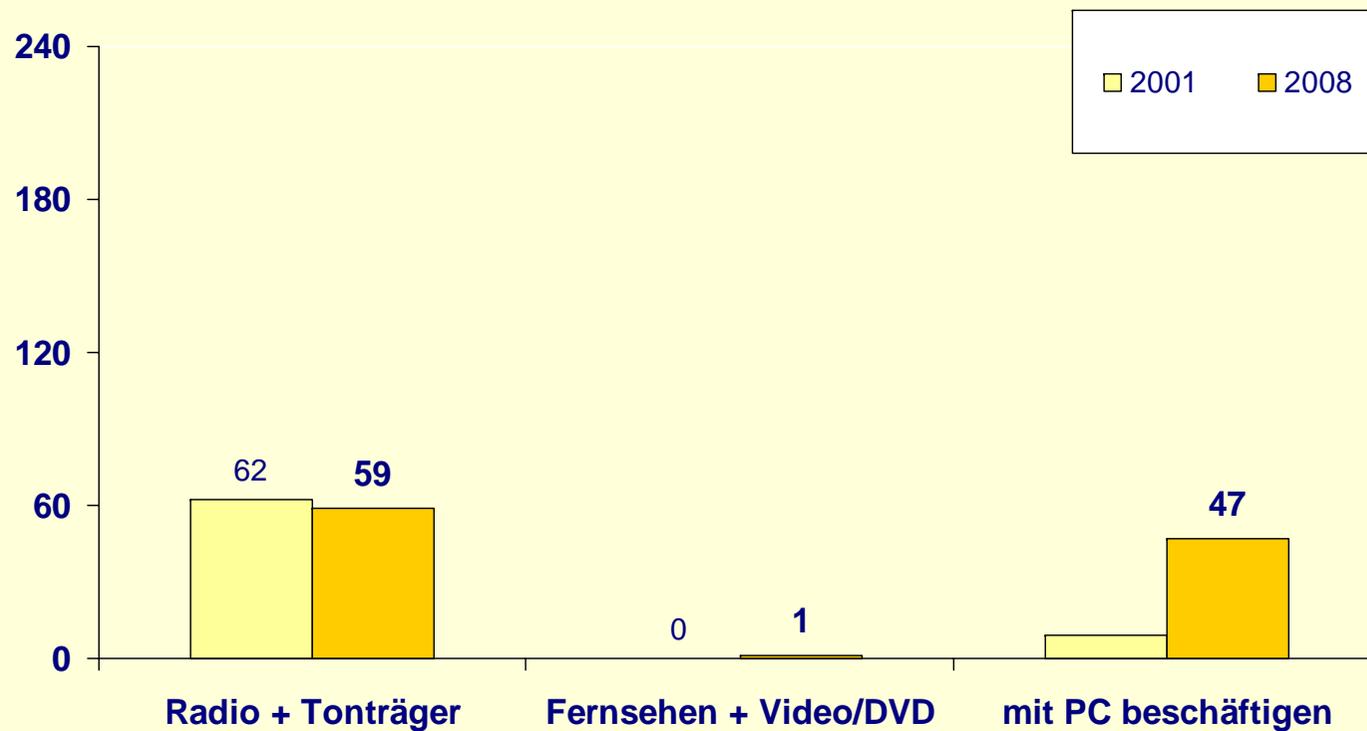
Personen ab 14 Jahren – 1980 Mo-Sa, 6-24 Uhr, 2005 Mo-So, 5-24 Uhr - in Min.



Quelle: Massenkommunikation 1980/2005

# Mediennutzung Berufsarbeit außer Haus 2001/2008

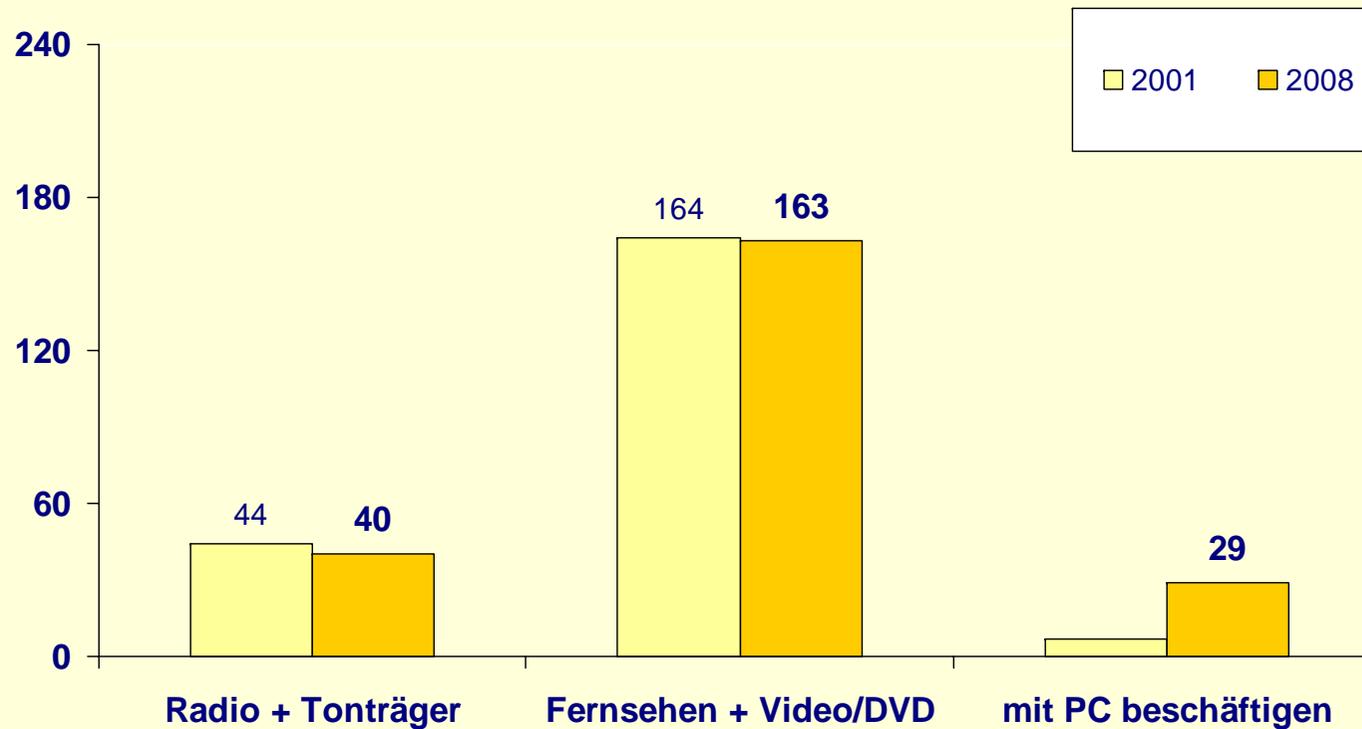
Personen ab 14 Jahren – Mo-Fr, 5-24 Uhr – in Min.



Quelle: ma 2001 Radio II/ma 2008 Radio II

# Mediennutzung Freizeit im Haus 2001/2008

Personen ab 14 Jahren – Mo-Fr, 5-24 Uhr – in Min.



Quelle: ma 2001 Radio II/ma 2008 Radio II

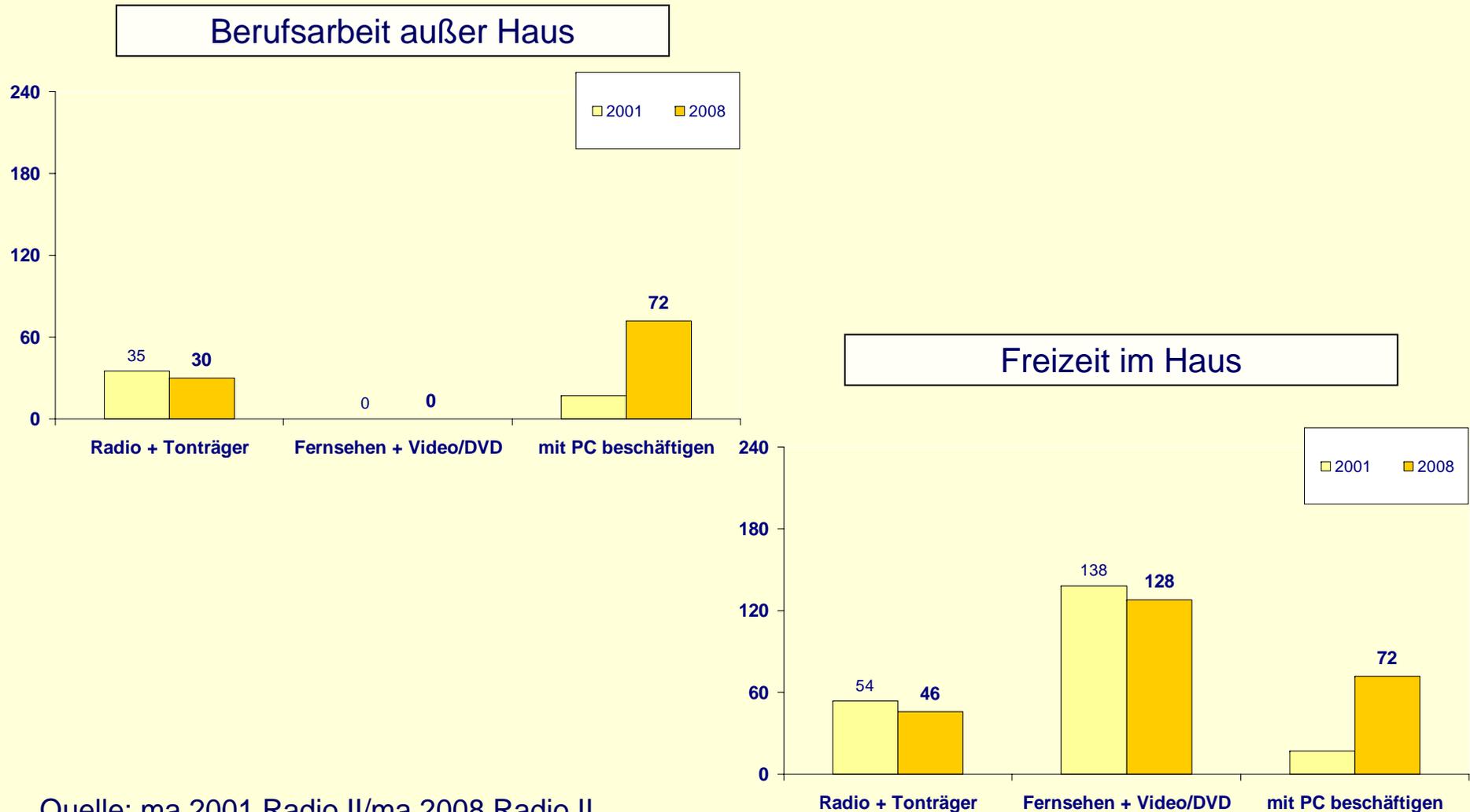
## **Alltagskontexte und zeitliche Integration in den Alltag**

-  **Generelle Zunahme der Mediennutzung.**
-  **Deutliche Differenzierung in den generellen Kontexten.**
-  **Situativ massiv unterschiedliche Mediennutzung („Integrierbarkeit“ der Mediennutzung“).**
-  **Medienkonkurrenz und –verdrängung differenzierter situativer Prozess.**

# **Unterschiedliche Zielgruppen**

# Berufsarbeit außer Haus/Freizeit im Haus – 14 bis 19 Jahre

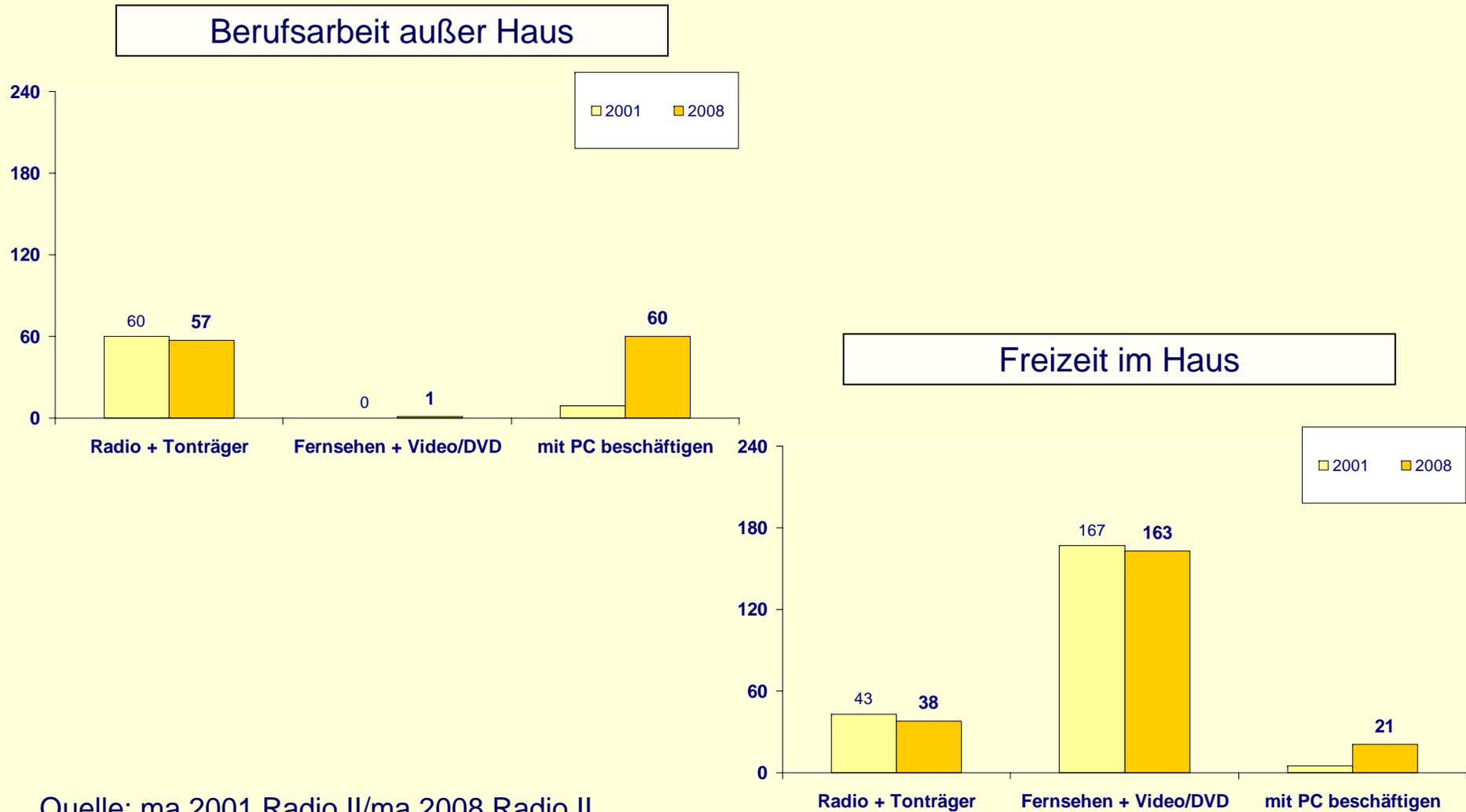
Mo-Fr, 5-24 Uhr – in Min.



Quelle: ma 2001 Radio II/ma 2008 Radio II

# Berufsarbeit außer Haus/Freizeit im Haus – 50 bis 59 Jahre

Mo-Fr, 5-24 Uhr – in Min.

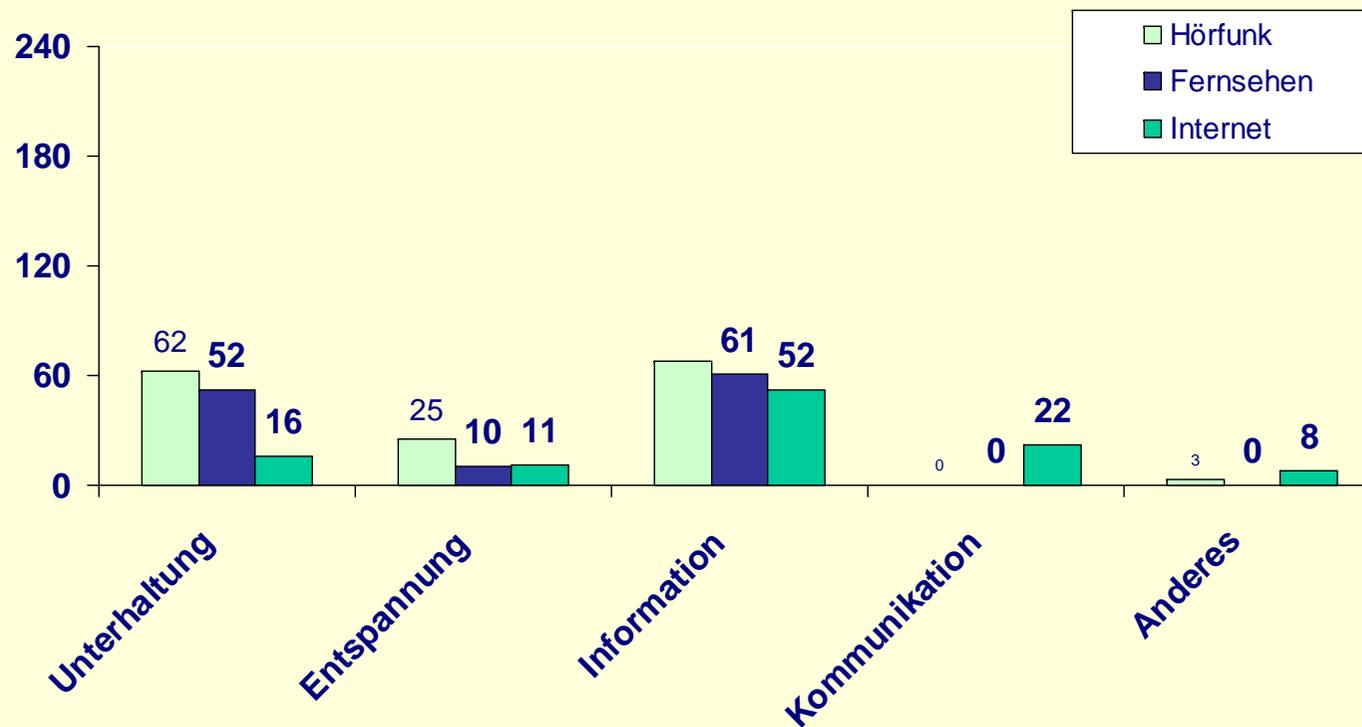


Quelle: ma 2001 Radio II/ma 2008 Radio II

## **Nutzungsmotive und funktionale Integration**

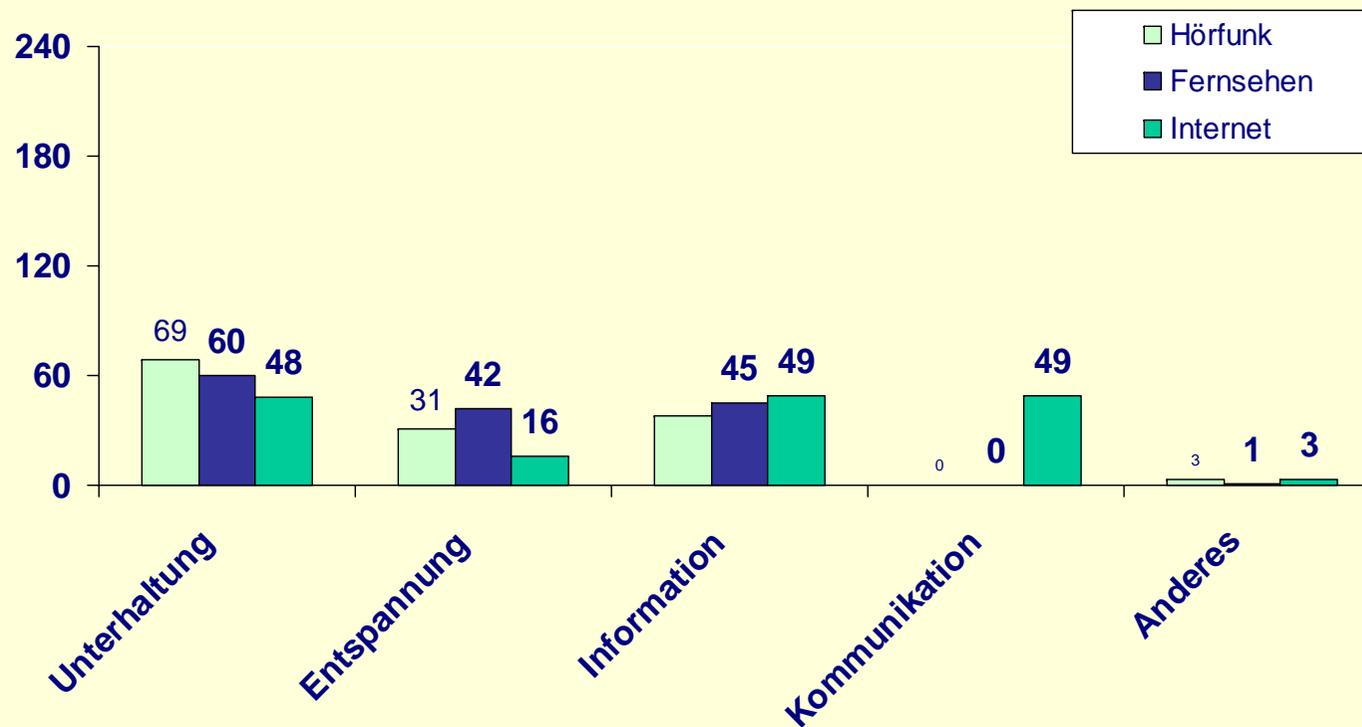
# Nutzungsmotive 2007 – Mediennutzung vor 9 Uhr

NutzerInnen der Medien ab 14 Jahre in der Zeitzone – in Prozent



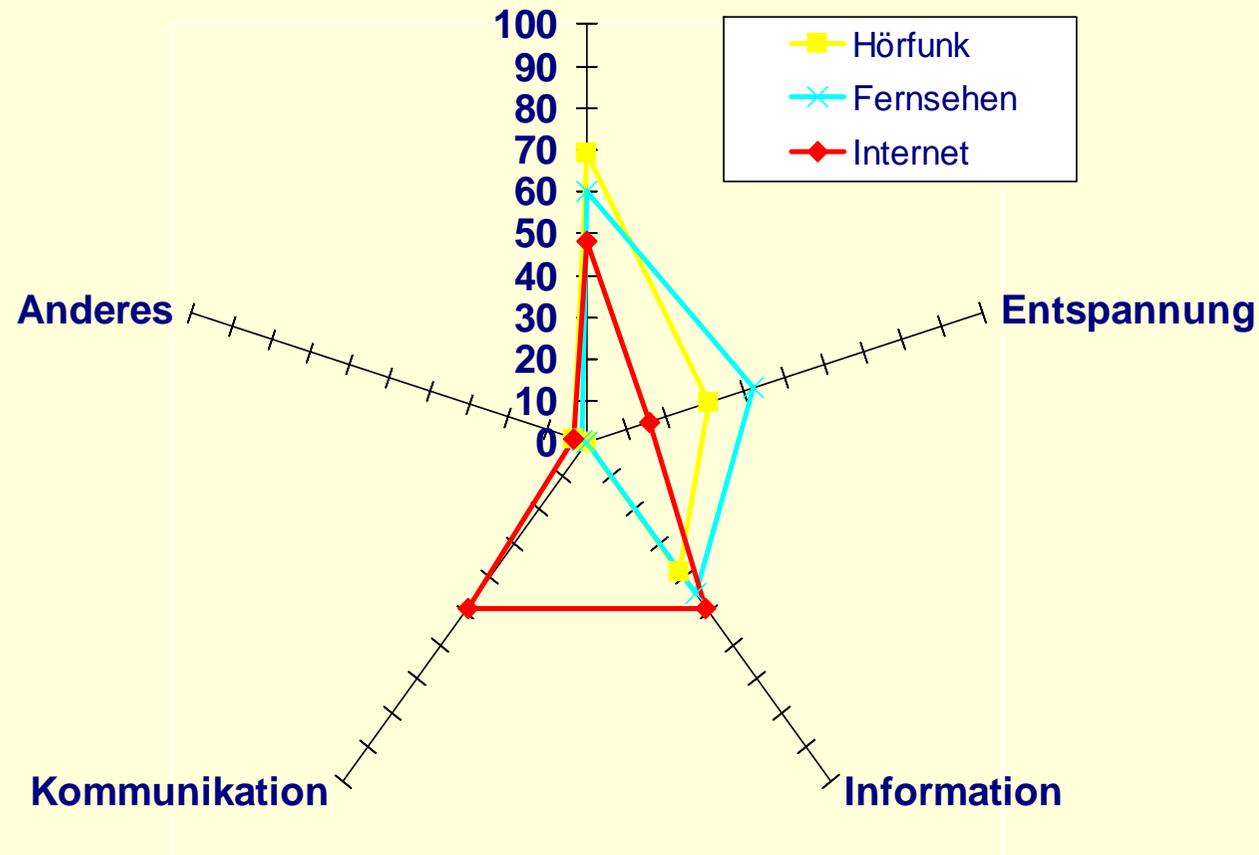
# Nutzungsmotive 2007 – Mediennutzung 17 Uhr bis 20 Uhr

NutzerInnen der Medien ab 14 Jahre in der Zeitzone – in Prozent



# Nutzungsmotive 2007 – Mediennutzung 17 Uhr bis 20 Uhr

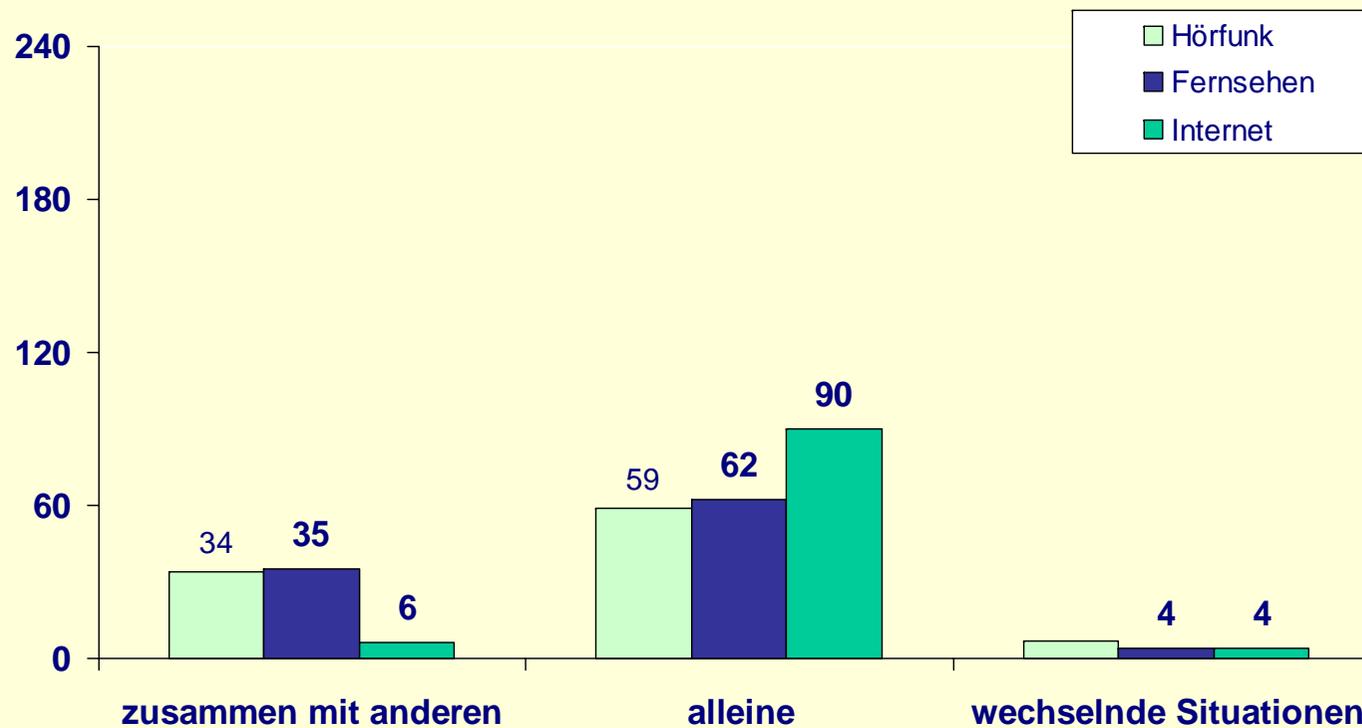
NutzerInnen der Medien ab 14 Jahre in der Zeitzone – in Prozent



## **Sozialer Kontext der Nutzung – Allein oder mit anderen Menschen**

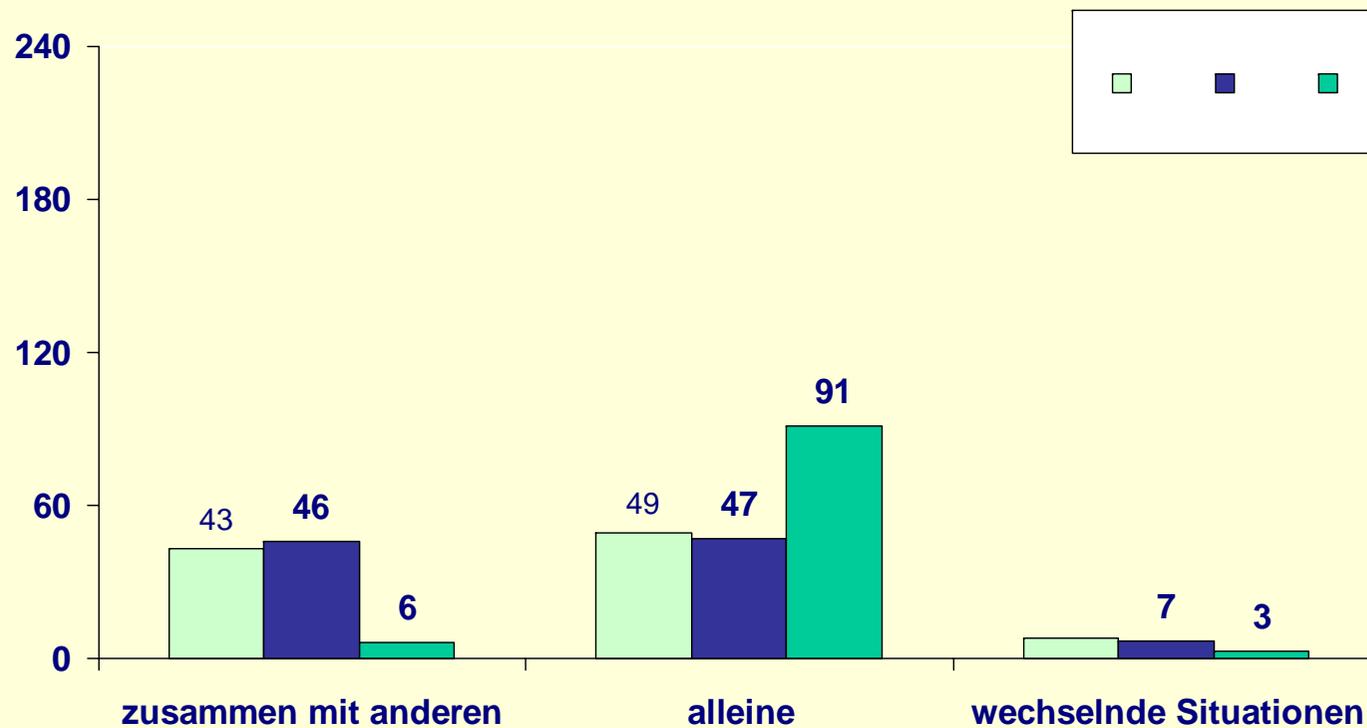
# Soziale Situation 2007 – Mediennutzung vor 9 Uhr

NutzerInnen der Medien ab 14 Jahre in der Zeitzone – in Prozent



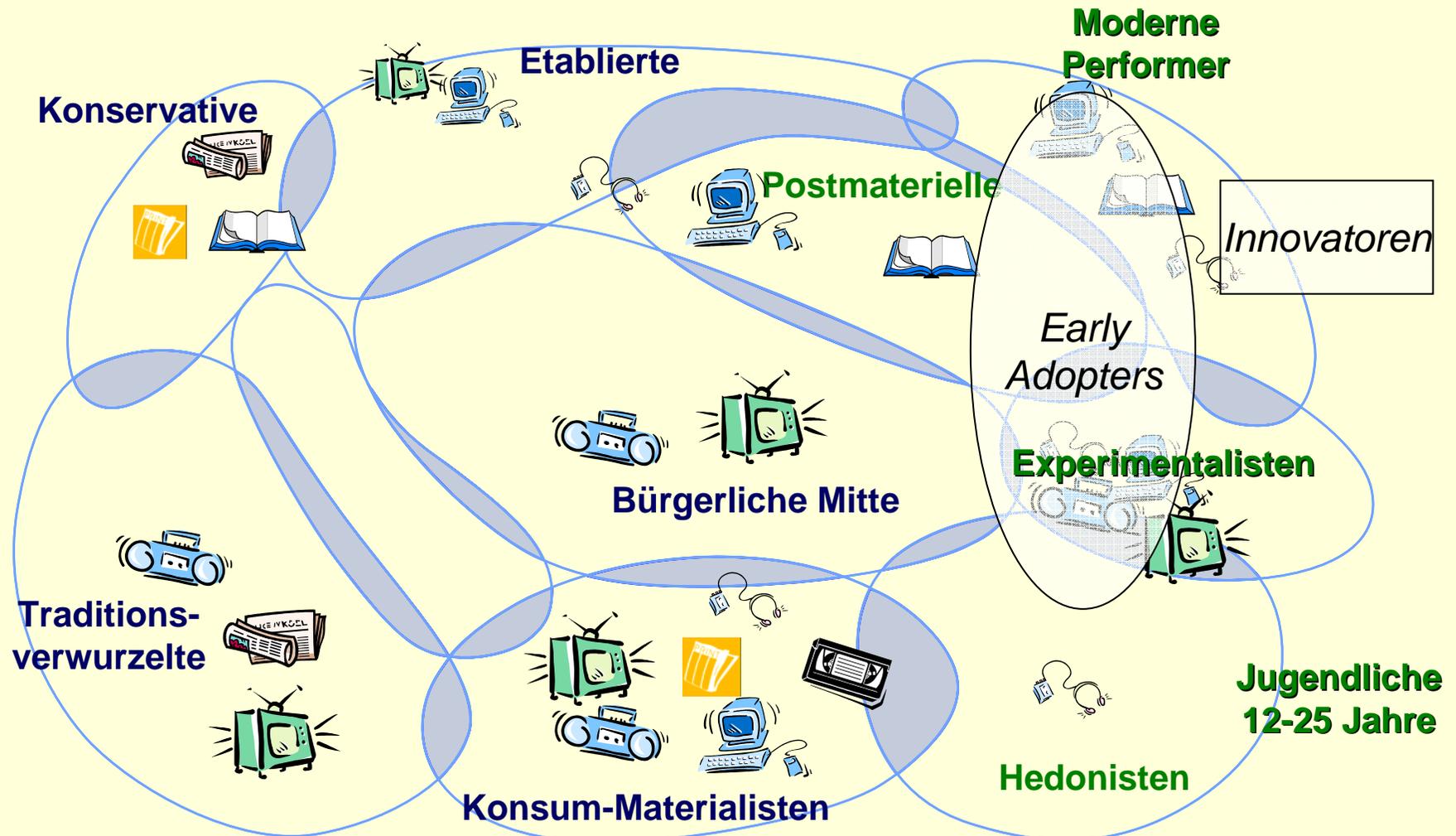
# Soziale Situation 2007 – Mediennutzung 17 Uhr bis 20 Uhr

NutzerInnen der Medien ab 14 Jahre in der Zeitzone – in Prozent



# **Integrationsprozesse vom Medieninnovationen**

# Modernisierungsprozesse: Beispiel Sinus-Milieus



## **Zur Integration von Medieninnovationen in bestehende Medienrepertoires**



### **Dimensionen/bestimmende Faktoren der Integration (Beispiele):**

- > Technische Verfügbarkeit (Individualisierung, stationär/mobil u.a.)**
- > Einbindbarkeit in den Alltagskontext**
- > Gratifikation/Funktionalität**
- > Nutzungsmöglichkeit im sozialen Kontext**
- > Unterschiedliche „Kraft“/„Energie“ zur Innovation**

**Danke für die Aufmerksamkeit!**