

Tabellenband zur Nutzerbefragung bei *freitag.de*

Dieser Tabellenband dokumentiert Auswertungen einer Befragung unter Nutzer/innen von *freitag.de*, die im Rahmen des Projekts „Die (Wieder-)Entdeckung des Publikums“ (DFG-Förderung LO 853/4-1) am Hans-Bredow-Institut für Medienforschung durchgeführt wurde.

Weitere Informationen finden Sie unter <http://jpub20.hans-bredow-institut.de>.

Inhaltsverzeichnis

1	Verlauf der Umfrage	2
2	Soziodemographie	5
2.1	Geschlecht & Alter	5
2.2	Beschäftigung & Bildung	6
2.3	Internetnutzung.....	7
3	Nutzung von Angeboten des <i>Freitag</i>	8
4	Generelle Partizipation	12
4.1	Anteile unter den jeweiligen Nutzern	14
4.2	Anteil unter allen Befragten	18
4.3	Partizipationshäufigkeit.....	22
5	Einschätzungen.....	28
5.1	Erwartungen an den <i>Freitag</i>	28
5.2	Rollenfremdbild	35
5.3	Generelle Bewertung von Publikumsbeteiligung.....	42
6	Gründe für Nicht-Beteiligung	49
7	Einschätzung der Beteiligungsräume	53
7.1	Einbringen von Journalisten	53
7.2	Erwartung an Moderation	56
7.3	Bewertung der Kommentare und Beiträge von Lesern/Nutzern	59
8	Beteiligung	66
8.1	Anonymität/Realname	66
8.2	Bezugnahme und Fürsprache	69
8.3	Motive für Beteiligung.....	70
9	Anhang: Gründe für Nicht-Beteiligung – offene Antworten	75

1 Verlauf der Umfrage

Die Befragung war vom 29. November 2013 bis zum 8. Januar 2014 im Feld. Im Umfragezeitraum wurde die Startseite der Umfrage von 979 Personen angesehen. 640 Personen starteten die Umfrage; nach Abzug von Abbrechern und einer Datenbereinigung aufgrund von Plausibilitätsüberlegungen (z.B. Eliminieren von „Durchklickern“) wurden 344 Datensätze in die Auswertung einbezogen (vgl. Tab. 1).

Tab. 1: Rücklaufquoten

	Häufigkeit	Prozent (1)	Prozent (2)
Startseite angesehen	979	100,0	
Fragebogen nicht begonnen	339	34,6	
Zumindest erste Fragenseite angesehen	640	65,4	100,0
Fragebogen abgebrochen bzw. durchgeklickt	296		46,2
Beendet	344		53,8

Die Rekrutierung fand über einen Link auf der „Community“-Seite statt, weshalb von einer Verzerrung zugunsten aktiver Nutzer auszugehen ist. Zusätzlich wurde der Link auf die Umfrage an drei Tagen (10., 17. und 20.12.2013) über den *Twitter*-Account des *Freitag* gestreut, was jeweils zu einem deutlich stärkeren Rücklauf führte (s. Tab. 2).

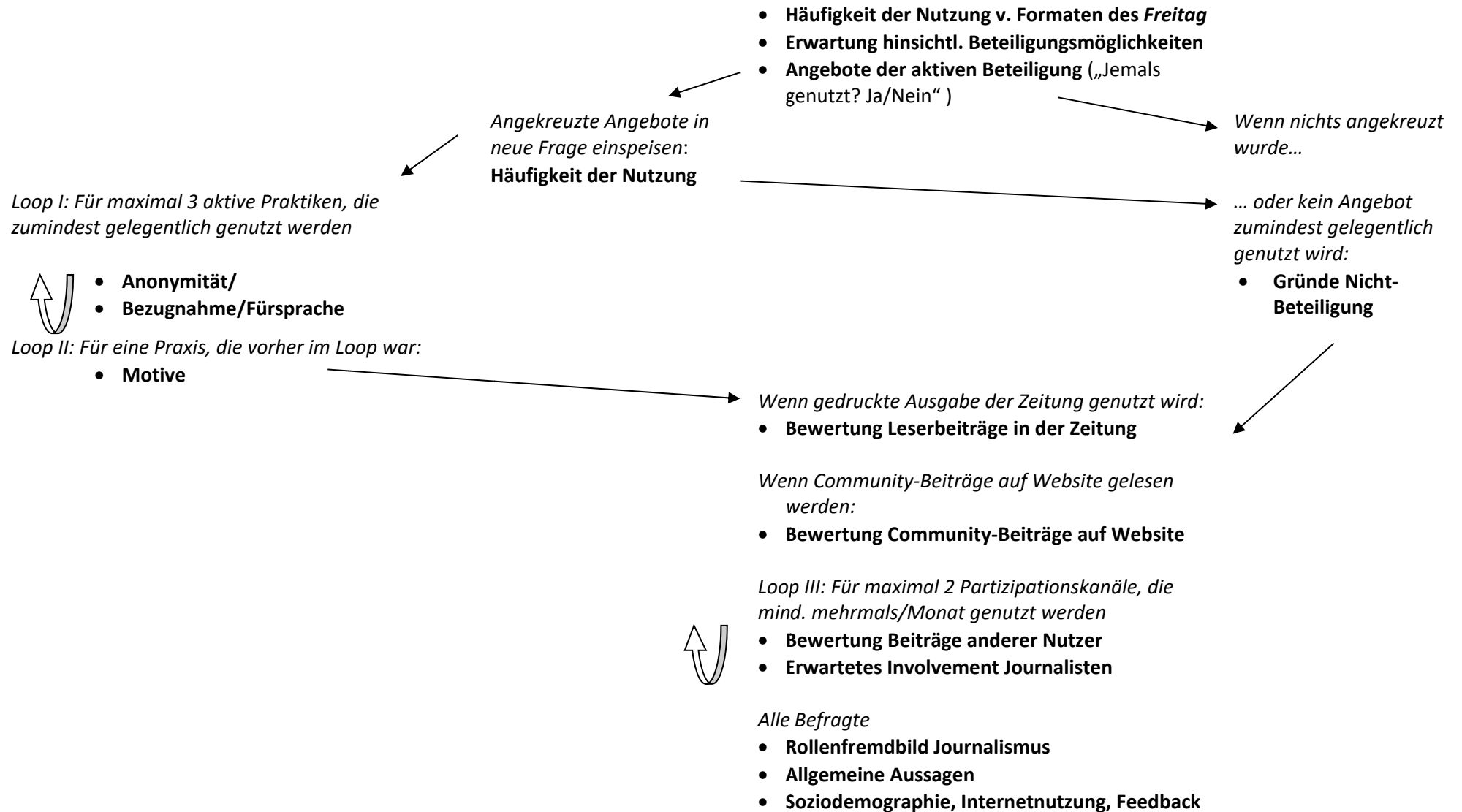
Die durchschnittliche Dauer der Bearbeitung – berechnet ohne diejenigen Fälle, die den Fragebogen nach Unterbrechung wieder aufgenommen hatten – betrug 15,5 Minuten, bei recht hoher Standardabweichung (610 Sekunden) durch Ausreißer (insbesondere sehr hohe Dauer bis 65 Minuten, wenn Personen eine Session aktiv hielten, aber längere Pausen zwischen den Fragebogenseiten machten).

Im Folgenden werden die Ergebnisse der einzelnen Fragen dokumentiert; **der Fragentext ist jeweils farblich hervorgehoben**. Um erste Hinweise auf Gruppenunterschiede zu erhalten, werden für jede Frage zusätzlich Mittelwertunterschiede bzw. Kreuztabellen dokumentiert, wobei folgende unabhängige Variablen herangezogen wurden: Alter unter/über 38 Jahre, Geschlecht, Bildung (Abitur ja/nein), Partizipation/Nicht-Partizipation (Überhaupt partizipiert? → bereits partizipiert/nicht partizipiert), Aktivitätsgrad (Anzahl genutzter partizipativer Features → keine/ein oder zwei/drei oder mehr) sowie Nutzung der Printzeitung (mind. mehrmals pro Woche → ja/nein). Die Unterschiede zwischen den Gruppen wurden jeweils per T-Test (bei zwei Gruppen, Normalverteilung und Varianzhomogenität), Welch-Test (bei zwei Gruppen, Normalverteilung und Varianzhomogenität), Mann-Whitney-U-Test (bei zwei Gruppen ohne Normalverteilung) bzw. ANOVA (bei mehr als zwei Gruppen) auf statistische Signifikanz überprüft und entsprechend markiert (in den Tabellen gilt: * $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$). In den Überschriften der Unterkapitel ist jeweils zusammengefasst, bei wie vielen Variablen ein signifikanter Unterschied auftritt.

Tab. 2: Rücklauf pro Tag

	Wochentag	Prozent	Kumuliert
2013-11-29	Fr	9,0	9,0
2013-11-30	Sa	2,9	11,9
2013-12-01	So	1,5	13,4
2013-12-02	Mo	2,6	16,0
2013-12-03	Di	2,3	18,3
2013-12-04	Mi	7,6	25,9
2013-12-06	Fr	0,3	26,2
2013-12-09	Mo	0,3	26,5
2013-12-10	Di	22,7	49,1
2013-12-11	Mi	7,8	57,0
2013-12-12	Do	4,1	61,0
2013-12-13	Fr	0,3	61,3
2013-12-15	So	0,6	61,9
2013-12-16	Mo	0,6	62,5
2013-12-17	Di	19,8	82,3
2013-12-18	Mi	1,5	83,7
2013-12-19	Do	0,6	84,3
2013-12-20	Fr	5,8	90,1
2013-12-21	Sa	6,7	96,8
2013-12-22	So	1,2	98,0
2013-12-23	Mo	0,9	98,8
2013-12-25	Mi	0,3	99,1
2013-12-26	Do	0,6	99,7
2014-01-05	So	0,3	100,0

Abbildung 1: Ablauf der Befragung mit Filterführungen und Loops



2 Soziodemographie

2.1 Geschlecht & Alter

Tab. 3: Geschlecht

n=340	Prozent
Weiblich	33,5
Männlich	66,5

Das Durchschnittsalter beträgt 41 Jahre (Std.abw. 14,4 Jahre); die Spannweite reicht von 15 bis 78 Jahre.

Tab. 4: Altersgruppen (Zehnerschritte)

n=344	Prozent	Kumulierte Prozente
Bis 19	2,3	2,3
20 bis 29	25,9	28,2
30 bis 39	23,5	51,7
40 bis 49	18,6	70,3
50 bis 59	15,1	85,5
60 und älter	14,5	100,0

Tab. 5: Altersgruppen (drei Gruppen)

n=344	Prozent	Kumulierte Prozente
Bis 29	28,2	28,2
30 bis 49	42,2	70,3
50 und älter	29,7	100,0

Tab. 6: Altersgruppen („Digital Natives“)

n=344	Prozent
Bis 38 (1975 und jünger)	48,3
Ab 39 (vor 1975)	51,7

2.2 Beschäftigung & Bildung

Welcher Beschäftigung gehen Sie derzeit nach?

Tab. 7: Beschäftigung

n=344	Prozent
Auszubildende/r	0,6
Schüler/in	1,5
Student/in	19,5
Voll berufstätig	45,9
Teilweise berufstätig	11,0
Arbeitssuchend	3,5
Im Ruhestand	9,6
Sonstiges	4,9
Keine Angabe	3,5

Welches ist ihr höchster Bildungsabschluss?

Tab. 8: Höchster formaler Bildungsabschluss

n=339	Prozent
Hauptschule	2,1
Realschule/weiterführende Schule ohne Abitur	7,7
Abitur	22,4
Studium	56,9
Promotion/Habilitation	9,1
Keine Angabe	1,8

➔ Für weitere Auswertungen gebildete Variable

Tab. 9: Dichotome Variable „Abitur / kein Abitur“

n=344	Prozent
Kein Abitur	11,0
Abitur	89,0

2.3 Internetnutzung

Seit wie vielen Jahren nutzen Sie das Internet? (Offene Frage)

Im Durchschnitt nutzen die Befragten das Internet seit 14 Jahren (Std.abw. 4,2 Jahre).

Wie häufig nutzen Sie normalerweise journalistische Angebote im Internet bzw. über mobile Geräte, egal ob Beiträge des *Freitag* oder Angebote anderer Anbieter?

Tab. 10: Häufigkeit der Nutzung von Online-Nachrichtenangeboten

n=343	Prozent	Kumulierte Prozente
Mehrmals täglich	80,2	80,2
Täglich etwa ein Mal	11,0	91,3
Mehrmals pro Woche	5,8	97,1
Seltener	1,5	98,5
Nie	1,5	100,0

3 Nutzung von Angeboten des *Freitag*

Die Inhalte des *Freitag* können mittlerweile über unterschiedliche Medien abgerufen und konsumiert werden. Zunächst interessiert uns, ob und ggf. wie häufig Sie die folgenden Formate nutzen.

Tab. 11: Häufigkeit der Nutzung von *Freitag*-Formaten

n=344	Gar nicht	Seltener	Mehrmals pro Monat	Mehrmals pro Woche	Täglich	Angebot unbekannt	MW (*)	Std. abw. (*)
Print-Ausgabe des <i>Freitag</i>	31,4	27,6	15,4	22,1	2,0	1,5	2,35	1,200
Artikel auf <i>freitag.de</i> von Mitgliedern der <i>Freitag</i> -Redaktion	7,6	11,0	22,7	42,2	15,4	1,2	3,47	1,117
Artikel auf <i>freitag.de</i> von Mitgliedern der Nutzer-Community	13,1	22,1	19,8	30,8	11,6	2,6	3,06	1,249
Nutzer-Community auf <i>freitag.de</i>	35,8	22,7	10,5	15,7	7,8	7,6	2,32	1,359
Artikel auf der <i>Facebook</i> -Seite des <i>Freitag</i>	35,8	3,8	6,4	21,8	26,2	6,1	2,99	1,709
Artikel auf dem <i>Google+</i> -Profil des <i>Freitag</i>	71,8	5,2	0,3	1,7	0,6	20,3	1,17	0,606
Tweets des <i>Freitag</i> (@ <i>derfreitag</i>) auf <i>Twitter</i>	68,3	4,7	2,6	6,7	4,9	12,8	1,57	1,204
Videos im <i>YouTube</i> -Kanal des <i>Freitag</i>	46,2	12,5	6,1	1,2	0,3	33,7	1,44	0,769

Hinweis: Skala wurde gegenüber Fragebogen umgepolt und reicht von 1 („Gar nicht“) über 2 („Seltener“), 3 („Mehrmals pro Monat“) und 4 („Mehrmals pro Woche“) bis 5 („Täglich“). (*) ohne 6 („Dieses Angebot ist mir unbekannt“) berechnet.

➔ Für Gruppenvergleiche berechnet:

„Treue *Freitag*-Leser“ (Printausgabe des *Freitag* mindestens mehrmals/Woche)

Tab. 12: Treue *Freitag*-Leser

n=344	Prozent
Nein	60,5
Ja	39,5

3.1.1 Alter (3/8)

Tab. 13: Häufigkeit der Nutzung von Freitag-Formaten nach Alter

Altersgruppen	Bis 37 Jahre (n=93-165)		38 J. & älter (n=135-175)				Mittl. Diff.
	MW	Std.abw.	MW	Std.abw.	T	df	
Print-Ausgabe des <i>Freitag</i>	2,36	1,158	2,34	1,242	0,14	337	0,02
Artikel auf <i>freitag.de</i> von Mitgliedern der <i>Freitag</i> -Redaktion	3,59	1,030	3,37	1,186	1,85	336	0,22
Artikel auf <i>freitag.de</i> von Mitgliedern der Nutzer-Community	3,02	1,144	3,09	1,343	-0,50	329	-0,07
Nutzer-Community auf <i>freitag.de</i>	2,04	1,216	2,59	1,435	-3,70***	312	-0,55
Artikel auf der <i>Facebook</i> -Seite des <i>Freitag</i>	3,52	1,509	2,47	1,737	5,82***	316	1,05
Artikel auf dem <i>Google+</i> -Profil des <i>Freitag</i>	1,19	0,655	1,15	0,558	0,57	272	0,04
Tweets des <i>Freitag</i> (@ <i>derfreitag</i>) auf <i>Twitter</i>	1,76	1,364	1,38	0,992	2,71**	270	0,37
Videos im <i>YouTube</i> -Kanal des <i>Freitag</i>	1,40	0,739	1,47	0,790	-0,73	226	-0,08

Hinweis: Skala wurde gegenüber Fragebogen umgepolt und reicht von 1 („Gar nicht“) über 2 („Seltener“), 3 („Mehrmals pro Monat“) und 4 („Mehrmals pro Woche“) bis 5 („Täglich“). (*) ohne 6 („Dieses Angebot ist mir unbekannt“) berechnet.

3.1.2 Geschlecht (1/8)

Tab. 14: Häufigkeit der Nutzung von Freitag-Formaten nach Geschlecht

Geschlecht	Weiblich (n=77-113)		Männlich (n=148-225)				Mittl. Diff.
	MW	Std.abw.	MW	Std.abw.	T	df	
Print-Ausgabe des <i>Freitag</i>	2,39	1,137	2,34	1,236	0,37	333	0,05
Artikel auf <i>freitag.de</i> von Mitgliedern der <i>Freitag</i> -Redaktion	3,32	1,230	3,53	1,052	-1,53*	192	-0,21
Artikel auf <i>freitag.de</i> von Mitgliedern der Nutzer-Community	3,02	1,285	3,08	1,233	-0,43	329	-0,06
Nutzer-Community auf <i>freitag.de</i>	2,27	1,352	2,34	1,361	-0,40	312	-0,06
Artikel auf der <i>Facebook</i> -Seite des <i>Freitag</i>	3,53	1,653	2,70	1,669	4,24***	317	0,83
Artikel auf dem <i>Google+</i> -Profil des <i>Freitag</i>	1,24	0,779	1,13	0,500	1,21	129	0,11
Tweets des <i>Freitag</i> (@ <i>derfreitag</i>) auf <i>Twitter</i>	1,50	1,160	1,60	1,213	-0,65	294	-0,10
Videos im <i>YouTube</i> -Kanal des <i>Freitag</i>	1,56	0,851	1,38	0,713	1,59*	133	0,18

Hinweis: Skala wurde gegenüber Fragebogen umgepolt und reicht von 1 („Gar nicht“) über 2 („Seltener“), 3 („Mehrmals pro Monat“) und 4 („Mehrmals pro Woche“) bis 5 („Täglich“). (*) ohne 6 („Dieses Angebot ist mir unbekannt“) berechnet.

3.1.3 Bildung (0/8)

Tab. 15: Häufigkeit der Nutzung von Freitag-Formaten nach Bildung

Höchster Bildungsabschluss	Kein Abitur (n=31-37)		Abitur (n=197-304)				Mittl. Diff.
	MW	Std.abw.	MW	Std.abw.	T	df	
Print-Ausgabe des <i>Freitag</i>	2,11	1,214	2,38	1,198	-1,25	337	-0,27
Artikel auf <i>freitag.de</i> von Mitgliedern der <i>Freitag</i> -Redaktion	3,50	1,384	3,47	1,084	0,12	40	0,03
Artikel auf <i>freitag.de</i> von Mitgliedern der Nutzer-Community	3,41	1,189	3,02	1,251	1,79	333	0,39
Nutzer-Community auf <i>freitag.de</i>	2,46	1,442	2,30	1,350	0,63	316	0,15
Artikel auf der Facebook-Seite des <i>Freitag</i>	3,08	1,842	2,98	1,694	0,36	321	0,11
Artikel auf dem Google+ -Profil des <i>Freitag</i>	1,14	0,430	1,17	0,628	-0,26	272	-0,03
Tweets des <i>Freitag</i> (@derfreitag) auf Twitter	1,36	1,046	1,60	1,223	-1,11	298	-0,24
Videos im YouTube-Kanal des <i>Freitag</i>	1,35	0,551	1,46	0,798	-0,69	226	-0,10

Hinweis: Skala wurde gegenüber Fragebogen umgepolt und reicht von 1 („Gar nicht“) über 2 („Seltener“), 3 („Mehrere Male pro Monat“) und 4 („Mehrere Male pro Woche“) bis 5 („Täglich“). (*) ohne 6 („Dieses Angebot ist mir unbekannt“) berechnet.

3.1.4 Überhaupt partizipiert? (7/8)

Tab. 16: Häufigkeit der Nutzung von Freitag-Formaten nach Partizipation/Nicht-Partizipation

Partizipation	Nicht partizipiert (n=25-42)		Bereits partizipiert (n=203-298)				Mittl. Diff.
	MW	Std.abw.	MW	Std.abw.	T	df	
Print-Ausgabe des <i>Freitag</i>	2,55	1,310	2,32	1,184	1,15	337	0,23
Artikel auf <i>freitag.de</i> von Mitgliedern der <i>Freitag</i> -Redaktion	3,10	1,185	3,53	1,098	-2,36*	338	-0,43
Artikel auf <i>freitag.de</i> von Mitgliedern der Nutzer-Community	2,54	1,247	3,13	1,234	-2,89**	333	-0,60
Nutzer-Community auf <i>freitag.de</i>	1,95	1,203	2,38	1,374	-2,07*	57	-0,42
Artikel auf der Facebook-Seite des <i>Freitag</i>	1,70	1,334	3,13	1,686	-5,69***	45	-1,44
Artikel auf dem Google+ -Profil des <i>Freitag</i>	1,03	0,180	1,19	0,639	-2,93**	155	-0,15
Tweets des <i>Freitag</i> (@derfreitag) auf Twitter	1,13	0,492	1,62	1,253	-4,30***	91	-0,50
Videos im YouTube-Kanal des <i>Freitag</i>	1,04	0,200	1,49	0,798	-6,57***	144	-0,45

Hinweis: Skala wurde gegenüber Fragebogen umgepolt und reicht von 1 („Gar nicht“) über 2 („Seltener“), 3 („Mehrere Male pro Monat“) und 4 („Mehrere Male pro Woche“) bis 5 („Täglich“). (*) ohne 6 („Dieses Angebot ist mir unbekannt“) berechnet.

3.1.5 Aktivitätsgrad (7/8)

Tab. 17: Häufigkeit der Nutzung von Freitag-Formaten nach Anzahl genutzter partizipativer Angebote

Anzahl genutzter Features	Eta	Keine	Ein oder zwei	Drei oder mehr	Insgesamt
Print-Ausgabe des <i>Freitag</i>	0,096	2,55	2,20	2,39	2,35
Artikel auf <i>freitag.de</i> von Mitgliedern der <i>Freitag</i> -Redaktion	0,183**	3,10	3,31	3,64	3,47
Artikel auf <i>freitag.de</i> von Mitgliedern der Nutzer-Community	0,251***	2,54	2,77	3,32	3,06
Nutzer-Community auf <i>freitag.de</i>	0,266***	1,95	1,88	2,63	2,32
Artikel auf der <i>Facebook</i> -Seite des <i>Freitag</i>	0,303***	1,70	2,73	3,35	2,99
Artikel auf dem <i>Google+</i> -Profil des <i>Freitag</i>	0,198**	1,03	1,02	1,27	1,17
Tweets des <i>Freitag</i> (@ <i>derfreitag</i>) auf <i>Twitter</i>	0,165*	1,13	1,44	1,72	1,57
Videos im <i>YouTube</i> -Kanal des <i>Freitag</i>	0,329***	1,04	1,17	1,64	1,44

Hinweis: Skala wurde gegenüber Fragebogen umgepolt und reicht von 1 („Gar nicht“) über 2 („Seltener“), 3 („Mehrals pro Monat“) und 4 („Mehrals pro Woche“) bis 5 („Täglich“). (*) ohne 6 („Dieses Angebot ist mir unbekannt“) berechnet.

3.1.6 Treue Freitag-Leser (3/8)

Tab. 18: Häufigkeit der Nutzung von Freitag-Formaten nach regelmäßigem Lesen der Zeitung

Regelmäßige Leser	Nein (n=147-206)		Ja (n=81-136)				Mittl. Diff.
	MW	Std.abw.	MW	Std.abw.	T	df	
Print-Ausgabe des <i>Freitag</i>	1,47	0,500	3,66	0,574	37,29***	337	2,19
Artikel auf <i>freitag.de</i> von Mitgliedern der <i>Freitag</i> -Redaktion	3,58	1,069	3,31	1,171	-2,24*	338	-0,28
Artikel auf <i>freitag.de</i> von Mitgliedern der Nutzer-Community	3,22	1,241	2,81	1,224	-2,98**	333	-0,41
Nutzer-Community auf <i>freitag.de</i>	2,36	1,384	2,26	1,324	-0,68	316	-0,11
Artikel auf der <i>Facebook</i> -Seite des <i>Freitag</i>	3,02	1,748	2,95	1,652	-0,36	321	-0,07
Artikel auf dem <i>Google+</i> -Profil des <i>Freitag</i>	1,11	0,531	1,25	0,702	1,75	182	0,14
Tweets des <i>Freitag</i> (@ <i>derfreitag</i>) auf <i>Twitter</i>	1,57	1,206	1,56	1,206	-0,07	298	-0,01
Videos im <i>YouTube</i> -Kanal des <i>Freitag</i>	1,48	0,797	1,38	0,717	-0,88	226	-0,09

Hinweis: Skala wurde gegenüber Fragebogen umgepolt und reicht von 1 („Gar nicht“) über 2 („Seltener“), 3 („Mehrals pro Monat“) und 4 („Mehrals pro Woche“) bis 5 („Täglich“). (*) ohne 6 („Dieses Angebot ist mir unbekannt“) berechnet.

4 Generelle Partizipation

Es gibt verschiedene Möglichkeiten, sich aktiv am Angebot des *Freitag* zu beteiligen oder der Redaktion Rückmeldungen zukommen zu lassen. Welche der folgenden Möglichkeiten haben Sie selbst schon einmal genutzt?

➔ Bestimmte Optionen wurden nur eingeblendet, wenn der Befragte in der Frage nach der allgemeinen Nutzung angegeben hatte, bestimmte Social-Media-Plattformen zumindest mehrmals im Monat nutzen. Die Prozentwerte sind daher sowohl bezogen auf die Nutzer einer Plattform als auch bezogen auf alle Befragten ausgewiesen.

Tab. 19: Nutzung partizipativer Angebote

n=27-344	Prozent der Nutzer	Prozent aller Befragten
<i>Allen Befragten angezeigt</i>		
Anrufe in der Redaktion des <i>Freitag</i>	4,1	4,1
Senden von Briefen, E-Mails, Faxen bzw. Nachrichten über das Kontaktformular an die Redaktion des <i>Freitag</i>	22,7	22,7
Persönliche Begegnungen mit Journalist/-innen des <i>Freitag</i>	5,2	5,2
Teilnahme an Veranstaltungen des <i>Freitag</i> (z.B. <i>Freitag-Salon</i>)	10,2	10,2
Keine dieser Möglichkeiten	12,5	12,5
<i>Nur für Nutzer von freitag.de (93,3%)</i>		
Komentieren von Artikeln auf <i>freitag.de</i>	45,5	42,4
Auf <i>freitag.de</i> (in der Community) eigene Artikel schreiben	21,5	20,1
An Umfragen/Abstimmungen auf <i>freitag.de</i> teilnehmen	43,0	40,1
Auf <i>freitag.de</i> über <i>Flattr</i> ein „Trinkgeld“ für Artikel geben	5,0	4,7
<i>Nur für Nutzer der Facebook-Seite des Freitag (58,1%)</i>		
Komentieren von Beiträgen auf der <i>Facebook</i> -Seite des <i>Freitag</i>	53,5	31,1
Teilen/Empfehlen von Beiträgen auf der <i>Facebook</i> -Seite des <i>Freitag</i>	78,5	45,6
Bewerten („Liken“) von Beiträgen auf der <i>Facebook</i> -Seite des <i>Freitag</i>	78,0	45,3
<i>Nur für Nutzer des Twitter-Accounts des Freitag (18,9%)</i>		
Auf Tweets des <i>Freitag</i> reagieren (z.B. durch einen Kommentar via @-reply)	30,8	5,8
Retweeten von Tweets des <i>Freitag</i>	67,7	12,8
Favorisieren von Tweets des <i>Freitag</i>	56,6	10,8
<i>Nur für Nutzer der Google+-Seite des Freitag (7,8%)</i>		
Komentieren von Beiträgen auf der <i>Google+</i> -Seite des <i>Freitag</i>	14,8	1,2
Weiterleiten von Beiträgen („share“) auf der <i>Google+</i> -Seite des <i>Freitag</i>	33,3	2,6
Bewerten von Beiträgen („+1“) auf der <i>Google+</i> -Seite des <i>Freitag</i>	33,3	2,6
<i>Nur für Nutzer des YouTube-Kanals des Freitag (20,1%)</i>		
Komentieren von Videos im <i>YouTube</i> -Kanal des <i>Freitag</i>	2,9	0,6
Weiterleiten von Videos im <i>YouTube</i> -Kanal des <i>Freitag</i>	18,8	3,8
Bewerten („Daumen hoch/runter“) von Videos im <i>YouTube</i> -Kanal des <i>Freitag</i>	10,1	2,0

Tab. 20: Anzahl genutzter partizipativer Angebote

n=344	Prozent	Kumuliert
Keine	12,5	12,5
1	13,1	25,6
2	18,3	43,9
3	19,8	63,7
4	13,4	77,0
5	8,4	85,5
6	6,1	91,6
7	3,8	95,3
8	2,0	97,4
9	0,6	98,0
10	0,9	98,8
11	0,3	99,1
13	0,3	99,4
14	0,3	99,7
16	0,3	100,0

→ Für Gruppenvergleiche gebildete Aktivitätsindizes:

Tab. 21: Dichotome Variable Partizipation/Nicht-Partizipation; Nutzung partizipativer Angebote (nein/ja) („Überhaupt partizipiert?“)

n=344	Prozent
Nein	12,5
Ja	87,5

Tab. 22: Dichotome Variable Anzahl genutzter partizipativer Angebote („Aktivitätsgrad“)

n=344	Prozent	Kumuliert
Keine	12,5	12,5
Ein oder zwei Feature	31,4	43,9
Drei oder mehr Feature	56,1	100,0

4.1 Anteile unter den jeweiligen Nutzern

Die folgenden Tabellen weisen die Gruppenvergleiche für die verschiedenen Variablen jeweils mit Bezug auf alle Nutzer der Plattform aus.

4.1.1 Alter (6/21)

Tab. 23: Nutzung partizipativer Angebote nach Alter (Anteil an Nutzern der Plattform)

Altersgruppen	Bis 37 Jahre (n=13-166)		38 J. & älter (n=14-178)		T	df	Mittl. Diff.
	MW	Std.abw.	MW	Std.abw.			
Anrufe in der Redaktion des <i>Freitag</i>	0,04	0,187	0,04	0,208	-0,41	342	-0,01
Senden von Briefen, E-Mails, Faxen bzw. Nachrichten über das Kontaktformular an die Redaktion des <i>Freitag</i>	0,17	0,376	0,28	0,451	-2,52*	338	-0,11
Persönliche Begegnungen mit Journalist/-innen des <i>Freitag</i>	0,05	0,215	0,06	0,231	-0,33	342	-0,01
Teilnahme an Veranstaltungen des <i>Freitag</i> (z.B. <i>Freitag-Salon</i>)	0,10	0,304	0,10	0,302	0,04	342	0,00
Keine dieser Möglichkeiten	0,10	0,296	0,15	0,360	-1,56	337	-0,06
Kommentieren von Artikeln auf <i>freitag.de</i>	0,37	0,485	0,54	0,500	-3,00**	319	-0,16
Auf <i>freitag.de</i> (in der Community) eigene Artikel schreiben	0,14	0,345	0,29	0,457	-3,48**	296	-0,16
An Umfragen/Abstimmungen auf <i>freitag.de</i> teilnehmen	0,42	0,494	0,44	0,498	-0,50	319	-0,03
Auf <i>freitag.de</i> über <i>Flattr</i> ein „Trinkgeld“ für Artikel geben	0,05	0,218	0,05	0,219	-0,01	319	0,00
Kommentieren von Beiträgen auf der <i>Facebook</i> -Seite des <i>Freitag</i>	0,49	0,502	0,61	0,492	-1,60	156	-0,12
Teilen/Empfehlen von Beiträgen auf der <i>Facebook</i> -Seite des <i>Freitag</i>	0,79	0,406	0,77	0,424	0,39	198	0,02
Bewerten („Liken“) von Beiträgen auf der <i>Facebook</i> -Seite des <i>Freitag</i>	0,81	0,394	0,73	0,447	1,27	138	0,08
Auf Tweets des <i>Freitag</i> reagieren (z.B. durch einen Kommentar via @-reply)	0,33	0,474	0,28	0,458	0,38	63	0,05
Retweeten von Tweets des <i>Freitag</i>	0,75	0,439	0,56	0,507	1,55	46	0,19
Favorisieren von Tweets des <i>Freitag</i>	0,68	0,474	0,40	0,500	2,23*	63	0,28
Kommentieren von Beiträgen auf der <i>Google+</i> -Seite des <i>Freitag</i>	0,15	0,376	0,14	0,363	0,08	25	0,01
Weiterleiten von Beiträgen („share“) auf der <i>Google+</i> -Seite des <i>Freitag</i>	0,54	0,519	0,14	0,363	2,28*	21	0,40
Bewerten von Beiträgen („+1“) auf der <i>Google+</i> -Seite des <i>Freitag</i>	0,54	0,519	0,14	0,363	2,28*	21	0,40
Kommentieren von Videos im <i>YouTube</i> -Kanal des <i>Freitag</i>	0,00	0,000	0,05	0,213	-1,43	42	-0,05
Weiterleiten von Videos im <i>YouTube</i> -Kanal des <i>Freitag</i>	0,12	0,326	0,23	0,427	-1,28	63	-0,12
Bewerten („Daumen hoch/runter“) von Videos im <i>YouTube</i> -Kanal des <i>Freitag</i>	0,19	0,402	0,05	0,211	1,73	33	0,15

Die Skala hat die Werte 0 („Habe ich noch nicht genutzt“) und 1 („Habe ich schon einmal genutzt“).

4.1.2 Geschlecht (1/21)

Tab. 24: Nutzung partizipativer Angebote nach Geschlecht (Anteil an Nutzern der Plattform)

Geschlecht	Weiblich (n=11-114)		Männlich (n=16-226)				Mittl. Diff.
	MW	Std.abw.	MW	Std.abw.	T	df	
Anrufe in der Redaktion des <i>Freitag</i>	0,04	0,206	0,04	0,196	0,18	338	0,00
Senden von Briefen, E-Mails, Faxen bzw. Nachrichten über das Kontaktformular an die Redaktion des <i>Freitag</i>	0,20	0,403	0,23	0,425	-0,68	338	-0,03
Persönliche Begegnungen mit Journalist/-innen des <i>Freitag</i>	0,06	0,241	0,05	0,216	0,49	338	0,01
Teilnahme an Veranstaltungen des <i>Freitag</i> (z.B. <i>Freitag-Salon</i>)	0,11	0,319	0,10	0,297	0,48	338	0,02
Keine dieser Möglichkeiten	0,11	0,308	0,14	0,345	-0,83	338	-0,03
Kommentieren von Artikeln auf <i>freitag.de</i>	0,42	0,495	0,48	0,501	-1,02	197	-0,06
Auf <i>freitag.de</i> (in der Community) eigene Artikel schreiben	0,15	0,357	0,25	0,431	-2,10*	232	-0,10
An Umfragen/Abstimmungen auf <i>freitag.de</i> teilnehmen	0,39	0,489	0,45	0,499	-1,14	199	-0,07
Auf <i>freitag.de</i> über <i>Flattr</i> ein „Trinkgeld“ für Artikel geben	0,02	0,140	0,06	0,238	-1,89	299	-0,04
Kommentieren von Beiträgen auf der <i>Facebook</i> -Seite des <i>Freitag</i>	0,53	0,502	0,55	0,499	-0,29	195	-0,02
Teilen/Empfehlen von Beiträgen auf der <i>Facebook</i> -Seite des <i>Freitag</i>	0,78	0,418	0,80	0,400	-0,41	195	-0,02
Bewerten („Liken“) von Beiträgen auf der <i>Facebook</i> -Seite des <i>Freitag</i>	0,79	0,410	0,78	0,419	0,24	195	0,01
Auf Tweets des <i>Freitag</i> reagieren (z.B. durch einen Kommentar via @-reply)	0,33	0,485	0,30	0,465	0,22	62	0,03
Retweeten von Tweets des <i>Freitag</i>	0,56	0,511	0,72	0,455	-1,24	62	-0,16
Favorisieren von Tweets des <i>Freitag</i>	0,67	0,485	0,54	0,504	0,90	32	0,12
Kommentieren von Beiträgen auf der <i>Google+</i> -Seite des <i>Freitag</i>	0,27	0,467	0,06	0,250	1,36	14	0,21
Weiterleiten von Beiträgen („share“) auf der <i>Google+</i> -Seite des <i>Freitag</i>	0,36	0,505	0,31	0,479	0,27	25	0,05
Bewerten von Beiträgen („+1“) auf der <i>Google+</i> -Seite des <i>Freitag</i>	0,36	0,505	0,31	0,479	0,27	25	0,05
Kommentieren von Videos im <i>YouTube</i> -Kanal des <i>Freitag</i>	0,07	0,262	0,00	0,000	1,44	27	0,07
Weiterleiten von Videos im <i>YouTube</i> -Kanal des <i>Freitag</i>	0,25	0,441	0,15	0,362	0,99	51	0,10
Bewerten („Daumen hoch/runter“) von Videos im <i>YouTube</i> -Kanal des <i>Freitag</i>	0,07	0,262	0,10	0,300	-0,37	67	-0,03

Die Skala hat die Werte 0 („Habe ich noch nicht genutzt“) und 1 („Habe ich schon einmal genutzt“).

4.1.3 Bildung (4/21)

Tab. 25: Nutzung partizipativer Angebote nach Bildung (Anteil an Nutzern der Plattform)

Bildung	Kein Abitur (n=4-38)		Abitur (n=23-306)		T	df	Mittl. Diff.
	MW	Std.abw.	MW	Std.abw.			
Anrufe in der Redaktion des <i>Freitag</i>	0,00	0,000	0,05	0,209	-3,82***	305	-0,05
Senden von Briefen, E-Mails, Faxen bzw. Nachrichten über das Kontaktformular an die Redaktion des <i>Freitag</i>	0,16	0,370	0,24	0,425	-1,20	50	-0,08
Persönliche Begegnungen mit Journalist/-innen des <i>Freitag</i>	0,03	0,162	0,06	0,229	-0,76	342	-0,03
Teilnahme an Veranstaltungen des <i>Freitag</i> (z.B. <i>Freitag-Salon</i>)	0,05	0,226	0,11	0,311	-1,35	56	-0,06
Keine dieser Möglichkeiten	0,16	0,370	0,12	0,327	0,65	342	0,04
Kommentieren von Artikeln auf <i>freitag.de</i>	0,38	0,493	0,46	0,500	-0,90	41	-0,08
Auf <i>freitag.de</i> (in der Community) eigene Artikel schreiben	0,18	0,387	0,22	0,415	-0,58	319	-0,04
An Umfragen/Abstimmungen auf <i>freitag.de</i> teilnehmen	0,50	0,508	0,42	0,495	0,87	319	0,08
Auf <i>freitag.de</i> über <i>Flattr</i> ein „Trinkgeld“ für Artikel geben	0,03	0,171	0,05	0,223	-0,58	319	-0,02
Kommentieren von Beiträgen auf der <i>Facebook</i> -Seite des <i>Freitag</i>	0,50	0,512	0,54	0,500	-0,35	198	-0,04
Teilen/Empfehlen von Beiträgen auf der <i>Facebook</i> -Seite des <i>Freitag</i>	0,82	0,395	0,78	0,415	0,40	198	0,04
Bewerten („Liken“) von Beiträgen auf der <i>Facebook</i> -Seite des <i>Freitag</i>	0,73	0,456	0,79	0,411	-0,63	198	-0,06
Auf Tweets des <i>Freitag</i> reagieren (z.B. durch einen Kommentar via @-reply)	0,25	0,500	0,31	0,467	-0,25	63	-0,06
Retweeten von Tweets des <i>Freitag</i>	0,75	0,500	0,67	0,473	0,32	63	0,08
Favorisieren von Tweets des <i>Freitag</i>	0,25	0,500	0,59	0,496	-1,32	3	-0,34
Kommentieren von Beiträgen auf der <i>Google+</i> -Seite des <i>Freitag</i>	0,00	0,000	0,17	0,388	-2,15*	22	-0,17
Weiterleiten von Beiträgen („share“) auf der <i>Google+</i> -Seite des <i>Freitag</i>	0,00	0,000	0,39	0,499	-3,76**	22	-0,39
Bewerten von Beiträgen („+1“) auf der <i>Google+</i> -Seite des <i>Freitag</i>	0,00	0,000	0,39	0,499	-3,76**	22	-0,39
Kommentieren von Videos im <i>YouTube</i> -Kanal des <i>Freitag</i>	0,00	0,000	0,03	0,183	-0,58	67	-0,03
Weiterleiten von Videos im <i>YouTube</i> -Kanal des <i>Freitag</i>	0,20	0,422	0,19	0,393	0,10	67	0,01
Bewerten („Daumen hoch/runter“) von Videos im <i>YouTube</i> -Kanal des <i>Freitag</i>	0,10	0,316	0,10	0,303	0,00	68	0,00

Die Skala hat die Werte 0 („Habe ich noch nicht genutzt“) und 1 („Habe ich schon einmal genutzt“).

4.1.4 Überhaupt partizipiert?

Nicht berechnet, da unabhängige und abhängige Variablen identisch

4.1.5 Aktivitätsgrad

Nicht berechnet, da unabhängige und abhängige Variablen identisch

4.1.6 Treue *Freitag*-Leser (3/21)Tab. 26: Nutzung partizipativer Angebote nach Nutzung des *Freitag* (Anteil an Nutzern der Plattform)

Regelmäßige Leser	Nein (n=10-208)		Ja (n=17-136)		T	df	Mittl. Diff.
	MW	Std.abw.	MW	Std.abw.			
Anrufe in der Redaktion des <i>Freitag</i>	0,02	0,138	0,07	0,262	2,22*	184	0,05
Senden von Briefen, E-Mails, Faxen bzw. Nachrichten über das Kontaktformular an die Redaktion des <i>Freitag</i>	0,18	0,387	0,29	0,457	2,34*	255	0,11
Persönliche Begegnungen mit Journalist/-innen des <i>Freitag</i>	0,03	0,168	0,09	0,285	2,20*	197	0,06
Teilnahme an Veranstaltungen des <i>Freitag</i> (z.B. <i>Freitag-Salon</i>)	0,08	0,267	0,14	0,348	1,79	236	0,06
Keine dieser Möglichkeiten	0,11	0,314	0,15	0,355	0,97	263	0,04
Kommentieren von Artikeln auf <i>freitag.de</i>	0,46	0,499	0,45	0,500	-0,09	319	-0,01
Auf <i>freitag.de</i> (in der Community) eigene Artikel schreiben	0,21	0,407	0,23	0,420	0,37	319	0,02
An Umfragen/Abstimmungen auf <i>freitag.de</i> teilnehmen	0,44	0,498	0,41	0,494	-0,53	319	-0,03
Auf <i>freitag.de</i> über <i>Flattr</i> ein „Trinkgeld“ für Artikel geben	0,06	0,230	0,04	0,198	-0,62	319	-0,02
Kommentieren von Beiträgen auf der <i>Facebook</i> -Seite des <i>Freitag</i>	0,54	0,501	0,53	0,502	-0,10	198	-0,01
Teilen/Empfehlen von Beiträgen auf der <i>Facebook</i> -Seite des <i>Freitag</i>	0,79	0,409	0,78	0,418	-0,20	198	-0,01
Bewerten („Liken“) von Beiträgen auf der <i>Facebook</i> -Seite des <i>Freitag</i>	0,79	0,409	0,77	0,426	-0,41	198	-0,02
Auf Tweets des <i>Freitag</i> reagieren (z.B. durch einen Kommentar via @-reply)	0,32	0,471	0,29	0,464	-0,21	63	-0,03
Retweeten von Tweets des <i>Freitag</i>	0,63	0,488	0,75	0,442	0,98*	52	0,12
Favorisieren von Tweets des <i>Freitag</i>	0,56	0,502	0,58	0,504	0,17	63	0,02
Kommentieren von Beiträgen auf der <i>Google+</i> -Seite des <i>Freitag</i>	0,20	0,422	0,12	0,332	-0,56	25	-0,08
Weiterleiten von Beiträgen („share“) auf der <i>Google+</i> -Seite des <i>Freitag</i>	0,40	0,516	0,29	0,470	-0,55	25	-0,11
Bewerten von Beiträgen („+1“) auf der <i>Google+</i> -Seite des <i>Freitag</i>	0,40	0,516	0,29	0,470	-0,55	25	-0,11
Kommentieren von Videos im <i>YouTube</i> -Kanal des <i>Freitag</i>	0,02	0,144	0,05	0,218	0,60	67	0,03
Weiterleiten von Videos im <i>YouTube</i> -Kanal des <i>Freitag</i>	0,23	0,425	0,10	0,301	-1,49**	53	-0,13
Bewerten („Daumen hoch/runter“) von Videos im <i>YouTube</i> -Kanal des <i>Freitag</i>	0,12	0,331	0,05	0,218	-1,11*	56	-0,07

Die Skala hat die Werte 0 („Habe ich noch nicht genutzt“) und 1 („Habe ich schon einmal genutzt“).

4.2 Anteil unter allen Befragten

Die folgenden Tabellen weisen die Gruppenvergleiche für die verschiedenen Variablen jeweils mit Bezug auf alle Befragten aus.

4.2.1 Alter (8/21)

Tab. 27: Nutzung partizipativer Angebote nach Alter (Anteil an allen Befragten)

Altersgruppen	Bis 37 Jahre (n=166)		38 J. & älter (n=178)		T	df	Mittl. Diff.
	MW	Std.abw.	MW	Std.abw.			
Anrufe in der Redaktion des <i>Freitag</i>	0,04	0,187	0,04	0,208	-0,41	342	-0,01
Senden von Briefen, E-Mails, Faxen bzw. Nachrichten über das Kontaktformular an die Redaktion des <i>Freitag</i>	0,17	0,376	0,28	0,451	-2,52*	338	-0,11
Persönliche Begegnungen mit Journalist/-innen des <i>Freitag</i>	0,05	0,215	0,06	0,231	-0,33	342	-0,01
Teilnahme an Veranstaltungen des <i>Freitag</i> (z.B. <i>Freitag-Salon</i>)	0,10	0,304	0,10	0,302	0,04	342	0,00
Keine dieser Möglichkeiten	0,10	0,296	0,15	0,360	-1,56	337	-0,06
Kommentieren von Artikeln auf <i>freitag.de</i>	0,36	0,482	0,48	0,501	-2,30*	342	-0,12
Auf <i>freitag.de</i> (in der Community) eigene Artikel schreiben	0,13	0,340	0,26	0,442	-3,10**	330	-0,13
An Umfragen/Abstimmungen auf <i>freitag.de</i> teilnehmen	0,40	0,492	0,40	0,491	0,09	342	0,00
Auf <i>freitag.de</i> über <i>Flattr</i> ein „Trinkgeld“ für Artikel geben	0,05	0,215	0,04	0,208	0,14	342	0,00
Kommentieren von Beiträgen auf der <i>Facebook</i> -Seite des <i>Freitag</i>	0,37	0,485	0,25	0,436	2,42*	332	0,12
Teilen/Empfehlen von Beiträgen auf der <i>Facebook</i> -Seite des <i>Freitag</i>	0,60	0,491	0,32	0,468	5,45***	337	0,28
Bewerten („Liken“) von Beiträgen auf der <i>Facebook</i> -Seite des <i>Freitag</i>	0,61	0,488	0,30	0,461	6,07***	337	0,31
Auf Tweets des <i>Freitag</i> reagieren (z.B. durch einen Kommentar via @-reply)	0,08	0,269	0,04	0,195	1,53	299	0,04
Retweeten von Tweets des <i>Freitag</i>	0,18	0,386	0,08	0,270	2,82**	293	0,10
Favorisieren von Tweets des <i>Freitag</i>	0,16	0,370	0,06	0,231	3,17**	273	0,11
Kommentieren von Beiträgen auf der <i>Google+</i> -Seite des <i>Freitag</i>	0,01	0,109	0,01	0,106	0,07	342	0,00
Weiterleiten von Beiträgen („share“) auf der <i>Google+</i> -Seite des <i>Freitag</i>	0,04	0,202	0,01	0,106	1,76	245	0,03
Bewerten von Beiträgen („+1“) auf der <i>Google+</i> -Seite des <i>Freitag</i>	0,04	0,202	0,01	0,106	1,76	245	0,03
Kommentieren von Videos im <i>YouTube</i> -Kanal des <i>Freitag</i>	0,00	0,000	0,01	0,106	-1,42	177	-0,01
Weiterleiten von Videos im <i>YouTube</i> -Kanal des <i>Freitag</i>	0,02	0,134	0,06	0,231	-1,89	287	-0,04
Bewerten („Daumen hoch/runter“) von Videos im <i>YouTube</i> -Kanal des <i>Freitag</i>	0,03	0,171	0,01	0,106	1,22	271	0,02

Die Skala hat die Werte 0 („Habe ich noch nicht genutzt“) und 1 („Habe ich schon einmal genutzt“).

4.2.2 Geschlecht (4/21)

Tab. 28: Nutzung partizipativer Angebote nach Geschlecht (Anteil an allen Befragten)

Geschlecht	Weiblich (n=114)		Männlich (n=226)				Mittl. Diff.
	MW	Std.abw.	MW	Std.abw.	T	df	
Anrufe in der Redaktion des <i>Freitag</i>	0,04	0,206	0,04	0,196	0,18	338	0,00
Senden von Briefen, E-Mails, Faxen bzw. Nachrichten über das Kontaktformular an die Redaktion des <i>Freitag</i>	0,20	0,403	0,23	0,425	-0,68	338	-0,03
Persönliche Begegnungen mit Journalist/-innen des <i>Freitag</i>	0,06	0,241	0,05	0,216	0,49	338	0,01
Teilnahme an Veranstaltungen des <i>Freitag</i> (z.B. <i>Freitag-Salon</i>)	0,11	0,319	0,10	0,297	0,48	338	0,02
Keine dieser Möglichkeiten	0,11	0,308	0,14	0,345	-0,83	338	-0,03
Kommentieren von Artikeln auf <i>freitag.de</i>	0,37	0,485	0,46	0,499	-1,55	233	-0,09
Auf <i>freitag.de</i> (in der Community) eigene Artikel schreiben	0,13	0,340	0,23	0,425	-2,42*	276	-0,10
An Umfragen/Abstimmungen auf <i>freitag.de</i> teilnehmen	0,34	0,477	0,43	0,497	-1,65	235	-0,09
Auf <i>freitag.de</i> über <i>Flattr</i> ein „Trinkgeld“ für Artikel geben	0,02	0,132	0,06	0,233	-2,02*	334	-0,04
Kommentieren von Beiträgen auf der <i>Facebook</i> -Seite des <i>Freitag</i>	0,38	0,487	0,28	0,452	1,72	212	0,09
Teilen/Empfehlen von Beiträgen auf der <i>Facebook</i> -Seite des <i>Freitag</i>	0,55	0,499	0,41	0,493	2,48*	338	0,14
Bewerten („Liken“) von Beiträgen auf der <i>Facebook</i> -Seite des <i>Freitag</i>	0,56	0,498	0,40	0,491	2,88**	338	0,16
Auf Tweets des <i>Freitag</i> reagieren (z.B. durch einen Kommentar via @-reply)	0,05	0,224	0,06	0,242	-0,34	338	-0,01
Retweeten von Tweets des <i>Freitag</i>	0,09	0,284	0,15	0,354	-1,64	275	-0,06
Favorisieren von Tweets des <i>Freitag</i>	0,11	0,308	0,11	0,314	-0,15	338	-0,01
Kommentieren von Beiträgen auf der <i>Google+</i> -Seite des <i>Freitag</i>	0,03	0,161	0,00	0,067	1,39	133	0,02
Weiterleiten von Beiträgen („share“) auf der <i>Google+</i> -Seite des <i>Freitag</i>	0,04	0,185	0,02	0,147	0,70	338	0,01
Bewerten von Beiträgen („+1“) auf der <i>Google+</i> -Seite des <i>Freitag</i>	0,04	0,185	0,02	0,147	0,70	338	0,01
Kommentieren von Videos im <i>YouTube</i> -Kanal des <i>Freitag</i>	0,02	0,132	0,00	0,000	1,42	113	0,02
Weiterleiten von Videos im <i>YouTube</i> -Kanal des <i>Freitag</i>	0,06	0,241	0,03	0,161	1,39	165	0,03
Bewerten („Daumen hoch/runter“) von Videos im <i>YouTube</i> -Kanal des <i>Freitag</i>	0,02	0,132	0,02	0,132	-0,01	338	0,00

Die Skala hat die Werte 0 („Habe ich noch nicht genutzt“) und 1 („Habe ich schon einmal genutzt“).

4.2.3 Bildung (4/21)

Tab. 29: Nutzung partizipativer Angebote nach Bildung (Anteil an allen Befragten)

Bildung	Kein Abitur (n=38)		Abitur (n=306)		T	df	Mittl. Diff.
	MW	Std.abw.	MW	Std.abw.			
Anrufe in der Redaktion des <i>Freitag</i>	0,00	0,000	0,05	0,209	-3,82***	305	-0,05
Senden von Briefen, E-Mails, Faxen bzw. Nachrichten über das Kontaktformular an die Redaktion des <i>Freitag</i>	0,16	0,370	0,24	0,425	-1,20	50	-0,08
Persönliche Begegnungen mit Journalist/-innen des <i>Freitag</i>	0,03	0,162	0,06	0,229	-0,76	342	-0,03
Teilnahme an Veranstaltungen des <i>Freitag</i> (z.B. <i>Freitag-Salon</i>)	0,05	0,226	0,11	0,311	-1,35*	56	-0,06
Keine dieser Möglichkeiten	0,16	0,370	0,12	0,327	0,65	342	0,04
Komentieren von Artikeln auf <i>freitag.de</i>	0,34	0,481	0,43	0,497	-1,11	47	-0,09
Auf <i>freitag.de</i> (in der Community) eigene Artikel schreiben	0,16	0,370	0,21	0,405	-0,70	342	-0,05
An Umfragen/Abstimmungen auf <i>freitag.de</i> teilnehmen	0,45	0,504	0,40	0,490	0,61	342	0,05
Auf <i>freitag.de</i> über <i>Flattr</i> ein „Trinkgeld“ für Artikel geben	0,03	0,162	0,05	0,216	-0,63	342	-0,02
Komentieren von Beiträgen auf der <i>Facebook</i> -Seite des <i>Freitag</i>	0,29	0,460	0,31	0,465	-0,30	342	-0,02
Teilen/Empfehlen von Beiträgen auf der <i>Facebook</i> -Seite des <i>Freitag</i>	0,47	0,506	0,45	0,499	0,23	342	0,02
Bewerten („Liken“) von Beiträgen auf der <i>Facebook</i> -Seite des <i>Freitag</i>	0,42	0,500	0,46	0,499	-0,42	342	-0,04
Auf Tweets des <i>Freitag</i> reagieren (z.B. durch einen Kommentar via @-reply)	0,03	0,162	0,06	0,242	-0,89	342	-0,04
Retweeten von Tweets des <i>Freitag</i>	0,08	0,273	0,13	0,341	-1,14	52	-0,06
Favorisieren von Tweets des <i>Freitag</i>	0,03	0,162	0,12	0,323	-2,84**	80	-0,09
Komentieren von Beiträgen auf der <i>Google+</i> -Seite des <i>Freitag</i>	0,00	0,000	0,01	0,114	-0,71	342	-0,01
Weiterleiten von Beiträgen („share“) auf der <i>Google+</i> -Seite des <i>Freitag</i>	0,00	0,000	0,03	0,169	-3,04**	305	-0,03
Bewerten von Beiträgen („+1“) auf der <i>Google+</i> -Seite des <i>Freitag</i>	0,00	0,000	0,03	0,169	-3,04**	305	-0,03
Komentieren von Videos im <i>YouTube</i> -Kanal des <i>Freitag</i>	0,00	0,000	0,01	0,081	-0,50	342	-0,01
Weiterleiten von Videos im <i>YouTube</i> -Kanal des <i>Freitag</i>	0,05	0,226	0,04	0,186	0,51	342	0,02
Bewerten („Daumen hoch/runter“) von Videos im <i>YouTube</i> -Kanal des <i>Freitag</i>	0,03	0,162	0,02	0,139	0,28	342	0,01

Die Skala hat die Werte 0 („Habe ich noch nicht genutzt“) und 1 („Habe ich schon einmal genutzt“).

4.2.4 Überhaupt partizipiert?

Nicht berechnet, da unabhängige und abhängige Variablen identisch

4.2.5 Aktivitätsgrad

Nicht berechnet, da unabhängige und abhängige Variablen identisch

4.2.6 Treue *Freitag*-Leser (4/21)Tab. 30: Nutzung partizipativer Angebote nach Nutzung des *Freitag* (Anteil an allen Befragten)

Regelmäßige Leser	Nein (n=208)		Ja (n=136)				Mittl. Diff.
	MW	Std.abw.	MW	Std.abw.	T	df	
Anrufe in der Redaktion des <i>Freitag</i>	0,02	0,138	0,07	0,262	2,22*	184	0,05
Senden von Briefen, E-Mails, Faxen bzw. Nachrichten über das Kontaktformular an die Redaktion des <i>Freitag</i>	0,18	0,387	0,29	0,457	2,34*	255	0,11
Persönliche Begegnungen mit Journalist/-innen des <i>Freitag</i>	0,03	0,168	0,09	0,285	2,20*	197	0,06
Teilnahme an Veranstaltungen des <i>Freitag</i> (z.B. <i>Freitag-Salon</i>)	0,08	0,267	0,14	0,348	1,79	236	0,06
Keine dieser Möglichkeiten	0,11	0,314	0,15	0,355	0,97	263	0,04
Kommentieren von Artikeln auf <i>freitag.de</i>	0,43	0,497	0,41	0,494	-0,38	342	-0,02
Auf <i>freitag.de</i> (in der Community) eigene Artikel schreiben	0,20	0,399	0,21	0,406	0,20	342	0,01
An Umfragen/Abstimmungen auf <i>freitag.de</i> teilnehmen	0,42	0,494	0,38	0,486	-0,80	342	-0,04
Auf <i>freitag.de</i> über <i>Flattr</i> ein „Trinkgeld“ für Artikel geben	0,05	0,224	0,04	0,189	-0,69	342	-0,02
Kommentieren von Beiträgen auf der <i>Facebook</i> -Seite des <i>Freitag</i>	0,31	0,463	0,32	0,467	0,17	342	0,01
Teilen/Empfehlen von Beiträgen auf der <i>Facebook</i> -Seite des <i>Freitag</i>	0,45	0,499	0,46	0,500	0,21	342	0,01
Bewerten („Liken“) von Beiträgen auf der <i>Facebook</i> -Seite des <i>Freitag</i>	0,45	0,499	0,46	0,500	0,07	342	0,00
Auf Tweets des <i>Freitag</i> reagieren (z.B. durch einen Kommentar via @-reply)	0,06	0,243	0,05	0,222	-0,43	342	-0,01
Retweeten von Tweets des <i>Freitag</i>	0,13	0,332	0,13	0,340	0,20	342	0,01
Favorisieren von Tweets des <i>Freitag</i>	0,11	0,314	0,10	0,305	-0,22	342	-0,01
Kommentieren von Beiträgen auf der <i>Google+</i> -Seite des <i>Freitag</i>	0,01	0,098	0,01	0,121	0,43	342	0,01
Weiterleiten von Beiträgen („share“) auf der <i>Google+</i> -Seite des <i>Freitag</i>	0,02	0,138	0,04	0,189	0,93	227	0,02
Bewerten von Beiträgen („+1“) auf der <i>Google+</i> -Seite des <i>Freitag</i>	0,02	0,138	0,04	0,189	0,93	227	0,02
Kommentieren von Videos im <i>YouTube</i> -Kanal des <i>Freitag</i>	0,00	0,069	0,01	0,086	0,30	342	0,00
Weiterleiten von Videos im <i>YouTube</i> -Kanal des <i>Freitag</i>	0,05	0,224	0,01	0,121	-2,04*	331	-0,04
Bewerten („Daumen hoch/runter“) von Videos im <i>YouTube</i> -Kanal des <i>Freitag</i>	0,03	0,168	0,01	0,086	-1,56	326	-0,02

Die Skala hat die Werte 0 („Habe ich noch nicht genutzt“) und 1 („Habe ich schon einmal genutzt“).

4.3 Partizipationshäufigkeit

→ All diejenigen Optionen, die in der vorherigen Frage angekreuzt wurden, wurden erneut eingeblendet. Die folgende Tabelle enthält zur Orientierung jeweils auch den Anteil an allen Befragten, die die entsprechende partizipative Option schon einmal wahrgenommen haben.

Und wie häufig nutzen Sie diese Möglichkeit(en) der Beteiligung bzw. Rückmeldung?

Tab. 31: Häufigkeit der Partizipation

n=2-157	Genutzt von	Nicht mehr	Seltener	Mehrmals/ Monat	Mehrmals/ Woche	Täglich	MW	Std. abw.
Anrufe in der Redaktion des <i>Freitag</i>	4,1	21,4	78,6	0,0 0,0	0,0	21,4	1,79	0,426
Senden von Briefen, E-Mails, Faxen bzw. Nachrichten über das Kontaktformular an die Redaktion des <i>Freitag</i>	22,7	9,1	84,4	2,6 2,6	1,3	9,1	2,03	0,584
Persönliche Begegnungen mit Journalist/-innen des <i>Freitag</i>	5,2	11,1	88,9	0,0 0,0	0,0	11,1	1,89	0,323
Teilnahme an Veranstaltungen des <i>Freitag</i> (z.B. <i>Freitag-Salon</i>)	10,2	8,6	74,3	11,4 2,9	2,9	8,6	2,17	0,747
Komentieren von Artikeln auf <i>freitag.de</i>	42,4	6,9	41,4	26,9 17,9	6,9	6,9	2,77	1,048
Auf <i>freitag.de</i> (in der Community) eigene Artikel schreiben	20,1	8,7	40,6	43,5 5,8	1,4	8,7	2,51	0,797
An Umfragen/Abstimmungen auf <i>freitag.de</i> teilnehmen	40,1	0,7	80,9	14,7 2,9	0,7	0,7	2,22	0,540
Auf <i>freitag.de</i> über <i>Flattr</i> ein „Trinkgeld“ für Artikel geben	4,7	0,0	56,3	25,0 18,8	0,0	0,0	2,63	0,806
Komentieren von Beiträgen auf der <i>Facebook</i> -Seite des <i>Freitag</i>	31,1	0,9	35,5	42,1 17,8	3,7	0,9	2,88	0,844
Teilen/Empfehlen von Beiträgen auf der <i>Facebook</i> -Seite des <i>Freitag</i>	45,6	2,6	19,4	48,4 24,5	5,2	2,6	3,10	0,862
Bewerten („Liken“) von Beiträgen auf der <i>Facebook</i> -Seite des <i>Freitag</i>	45,3	0,0	14,9	42,2 31,8	11,0	0,0	3,39	0,873
Auf Tweets des <i>Freitag</i> reagieren (z.B. durch einen Kommentar via @-reply)	5,8	0,0	55,0	25,0 10,0	10,0	0,0	2,75	1,020
Retweeten von Tweets des <i>Freitag</i>	12,8	0,0	40,9	38,6 9,1	11,4	0,0	2,91	0,984
Favorisieren von Tweets des <i>Freitag</i>	10,8	0,0	27,0	45,9 18,9	8,1	0,0	3,08	0,894
Komentieren von Beiträgen auf der <i>Google+</i> -Seite des <i>Freitag</i>	1,2	0,0	75,0	25,0 0,0	0,0	0,0	2,25	0,500
Weiterleiten von Beiträgen („share“) auf der <i>Google+</i> -Seite des <i>Freitag</i>	2,6	0,0	11,1	77,8 11,1	0,0	0,0	3,00	0,500
Bewerten von Beiträgen („+1“) auf der <i>Google+</i> -Seite des <i>Freitag</i>	2,6	0,0	11,1	77,8 11,1	0,0	0,0	3,00	0,500
Komentieren von Videos im <i>YouTube</i> -Kanal des <i>Freitag</i>	0,6	0,0	50,0	50,0 0,0	0,0	0,0	2,50	0,707
Weiterleiten von Videos im <i>YouTube</i> -Kanal des <i>Freitag</i>	3,8	0,0	69,2	23,1 7,7	0,0	0,0	2,38	0,650
Bewerten („Daumen hoch/runter“) von Videos im <i>YouTube</i> -Kanal des <i>Freitag</i>	2,0	28,6	71,4	0,0 0,0	0,0	28,6	1,71	0,488

4.3.1 Alter (3/20)

Tab. 32: Häufigkeit der Partizipation nach Alter

Altersgruppen	Bis 37 Jahre (n=2-100)		38 J. & älter (n=2-85)				Mittl. Diff.
	MW	Std.abw.	MW	Std.abw.	T	df	
Anrufe in der Redaktion des <i>Freitag</i>	1,50	0,548	2,00	0,000	-2,62*	12	-0,50
Senden von Briefen, E-Mails, Faxen bzw. Nachrichten über das Kontaktformular an die Redaktion des <i>Freitag</i>	1,93	0,539	2,08	0,607	-1,11	75	-0,15
Persönliche Begegnungen mit Journalist/-innen des <i>Freitag</i>	2,00	0,000	1,80	0,422	1,50	9	0,20
Teilnahme an Veranstaltungen des <i>Freitag</i> (z.B. <i>Freitag-Salon</i>)	2,35	0,862	2,00	0,594	1,42	33	0,35
Kommentieren von Artikeln auf <i>freitag.de</i>	2,52	0,948	2,94	1,084	-2,44*	143	-0,42
Auf <i>freitag.de</i> (in der Community) eigene Artikel schreiben	2,27	0,703	2,62	0,822	-1,69	67	-0,34
An Umfragen/Abstimmungen auf <i>freitag.de</i> teilnehmen	2,24	0,556	2,20	0,528	0,46	134	0,04
Auf <i>freitag.de</i> über <i>Flattr</i> ein „Trinkgeld“ für Artikel geben	2,63	0,916	2,63	0,744	0,00	14	0,00
Kommentieren von Beiträgen auf der <i>Facebook</i> -Seite des <i>Freitag</i>	2,69	0,715	3,13	0,944	-2,74**	105	-0,44
Teilen/Empfehlen von Beiträgen auf der <i>Facebook</i> -Seite des <i>Freitag</i>	3,03	0,870	3,24	0,838	-1,43	153	-0,21
Bewerten („Liken“) von Beiträgen auf der <i>Facebook</i> -Seite des <i>Freitag</i>	3,32	0,851	3,52	0,906	-1,35	152	-0,20
Auf Tweets des <i>Freitag</i> reagieren (z.B. durch einen Kommentar via @-reply)	2,54	0,967	3,14	1,069	-1,29	18	-0,60
Retweeten von Tweets des <i>Freitag</i>	2,83	0,986	3,07	0,997	-0,74	42	-0,24
Favorisieren von Tweets des <i>Freitag</i>	2,96	0,854	3,40	0,966	-1,34	35	-0,44
Kommentieren von Beiträgen auf der <i>Google+</i> -Seite des <i>Freitag</i>	2,00	0,000	2,50	0,707	-1,00	2	-0,50
Weiterleiten von Beiträgen („share“) auf der <i>Google+</i> -Seite des <i>Freitag</i>	3,00	0,577	3,00	0,000	0,00	7	0,00
Bewerten von Beiträgen („+1“) auf der <i>Google+</i> -Seite des <i>Freitag</i>	3,00	0,577	3,00	0,000	0,00	7	0,00
Kommentieren von Videos im <i>YouTube</i> -Kanal des <i>Freitag</i>	-	-	2,50	0,707	-	-	-
Weiterleiten von Videos im <i>YouTube</i> -Kanal des <i>Freitag</i>	2,00	0,000	2,50	0,707	-2,24	9	-0,50
Bewerten („Daumen hoch/runter“) von Videos im <i>YouTube</i> -Kanal des <i>Freitag</i>	1,80	0,447	1,50	0,707	0,70	5	0,30

Hinweis: Skala wurde gegenüber Fragebogen umgepolt. Skala reicht von 5 („Täglich“) und 4 („Mehrmals pro Woche“) über 3 („Mehrmals pro Monat“) bis 2 („Seltener“) und 1 („Nie“).

4.3.2 Geschlecht (2/20)

Tab. 33: Häufigkeit der Partizipation nach Geschlecht

Geschlecht	Weiblich (n=2-63)		Männlich (n=1-102)				Mittl. Diff.
	MW	Std.abw.	MW	Std.abw.	T	df	
Anrufe in der Redaktion des <i>Freitag</i>	1,60	0,548	1,89	0,333	-1,07	6	-0,29
Senden von Briefen, E-Mails, Faxen bzw. Nachrichten über das Kontaktformular an die Redaktion des <i>Freitag</i>	1,77	0,429	2,13	0,621	-2,47*	73	-0,36
Persönliche Begegnungen mit Journalist/-innen des <i>Freitag</i>	2,00	0,000	1,82	0,405	1,49	10	0,18
Teilnahme an Veranstaltungen des <i>Freitag</i> (z.B. <i>Freitag-Salon</i>)	2,23	1,013	2,14	0,560	0,36	33	0,09
Kommentieren von Artikeln auf <i>freitag.de</i>	2,57	1,016	2,82	1,038	-1,33	142	-0,25
Auf <i>freitag.de</i> (in der Community) eigene Artikel schreiben	2,27	0,594	2,55	0,822	-1,23	66	-0,28
An Umfragen/Abstimmungen auf <i>freitag.de</i> teilnehmen	2,26	0,685	2,20	0,471	0,65	133	0,07
Auf <i>freitag.de</i> über <i>Flattr</i> ein „Trinkgeld“ für Artikel geben	3,50	0,707	2,54	0,776	1,64	13	0,96
Kommentieren von Beiträgen auf der <i>Facebook</i> -Seite des <i>Freitag</i>	3,00	0,873	2,80	0,820	1,22	105	0,20
Teilen/Empfehlen von Beiträgen auf der <i>Facebook</i> -Seite des <i>Freitag</i>	3,13	0,966	3,10	0,785	0,21	112	0,03
Bewerten („Liken“) von Beiträgen auf der <i>Facebook</i> -Seite des <i>Freitag</i>	3,49	0,859	3,35	0,867	1,01	150	0,14
Auf Tweets des <i>Freitag</i> reagieren (z.B. durch einen Kommentar via @-reply)	2,83	1,169	2,71	0,994	0,23	18	0,12
Retweeten von Tweets des <i>Freitag</i>	3,10	1,197	2,88	0,927	0,62	41	0,22
Favorisieren von Tweets des <i>Freitag</i>	3,08	0,900	3,08	0,909	0,01	35	0,00
Kommentieren von Beiträgen auf der <i>Google+</i> -Seite des <i>Freitag</i>	2,33	0,577	2,00	-	0,50	2	0,33
Weiterleiten von Beiträgen („share“) auf der <i>Google+</i> -Seite des <i>Freitag</i>	3,00	0,000	3,00	0,707	0,00	7	0,00
Bewerten von Beiträgen („+1“) auf der <i>Google+</i> -Seite des <i>Freitag</i>	3,00	0,000	3,00	0,707	0,00	7	0,00
Kommentieren von Videos im <i>YouTube</i> -Kanal des <i>Freitag</i>	2,50	0,707	-	-	-	-	-
Weiterleiten von Videos im <i>YouTube</i> -Kanal des <i>Freitag</i>	2,71	0,756	2,00	0,000	2,50*	6	0,71
Bewerten („Daumen hoch/runter“) von Videos im <i>YouTube</i> -Kanal des <i>Freitag</i>	2,00	0,000	1,75	0,500	0,67	4	0,25

Hinweis: Skala wurde gegenüber Fragebogen umgepolt. Skala reicht von 5 („Täglich“) und 4 („Mehrmals pro Woche“) über 3 („Mehrmals pro Monat“) bis 2 („Seltener“) und 1 („Nie“).

4.3.3 Bildung (1/20)

Tab. 34: Häufigkeit der Partizipation nach Bildung

Bildung	Kein Abitur (n=1-17)		Abitur (n=2-138)				Mittl. Diff.
	MW	Std.abw.	MW	Std.abw.	T	df	
Anrufe in der Redaktion des <i>Freitag</i>	-	-	1,79	0,426	-	-	-
Senden von Briefen, E-Mails, Faxen bzw. Nachrichten über das Kontaktformular an die Redaktion des <i>Freitag</i>	2,67	1,211	1,97	0,477	1,40	5	0,69
Persönliche Begegnungen mit Journalist/-innen des <i>Freitag</i>	2,00	-	1,88	0,332	0,34	16	0,12
Teilnahme an Veranstaltungen des <i>Freitag</i> (z.B. <i>Freitag-Salon</i>)	2,00	0,000	2,18	0,769	-0,33	33	-0,18
Kommentieren von Artikeln auf <i>freitag.de</i>	3,33	0,985	2,71	1,041	1,98	143	0,62
Auf <i>freitag.de</i> (in der Community) eigene Artikel schreiben	3,00	1,095	2,46	0,758	1,60	67	0,54
An Umfragen/Abstimmungen auf <i>freitag.de</i> teilnehmen	2,18	0,529	2,23	0,544	-0,36	134	-0,05
Auf <i>freitag.de</i> über <i>Flattr</i> ein „Trinkgeld“ für Artikel geben	2,00	-	2,67	0,816	-0,79	14	-0,67
Kommentieren von Beiträgen auf der <i>Facebook</i> -Seite des <i>Freitag</i>	3,27	0,905	2,83	0,829	1,65	105	0,44
Teilen/Empfehlen von Beiträgen auf der <i>Facebook</i> -Seite des <i>Freitag</i>	3,41	0,939	3,07	0,848	1,57	153	0,35
Bewerten („Liken“) von Beiträgen auf der <i>Facebook</i> -Seite des <i>Freitag</i>	3,63	1,025	3,36	0,854	1,14	152	0,26
Auf Tweets des <i>Freitag</i> reagieren (z.B. durch einen Kommentar via @-reply)	2,00	-	2,79	1,032	-0,75	18	-0,79
Retweeten von Tweets des <i>Freitag</i>	3,33	1,528	2,88	0,954	0,77	42	0,46
Favorisieren von Tweets des <i>Freitag</i>	5,00	-	3,03	0,845	2,30*	35	1,97
Kommentieren von Beiträgen auf der <i>Google+</i> -Seite des <i>Freitag</i>	-	-	2,25	0,500	-	-	-
Weiterleiten von Beiträgen („share“) auf der <i>Google+</i> -Seite des <i>Freitag</i>	-	-	3,00	0,500	-	-	-
Bewerten von Beiträgen („+1“) auf der <i>Google+</i> -Seite des <i>Freitag</i>	-	-	3,00	0,500	-	-	-
Kommentieren von Videos im <i>YouTube</i> -Kanal des <i>Freitag</i>	-	-	2,50	0,707	-	-	-
Weiterleiten von Videos im <i>YouTube</i> -Kanal des <i>Freitag</i>	2,00	0,000	2,45	0,688	-2,19*	10	-0,45
Bewerten („Daumen hoch/runter“) von Videos im <i>YouTube</i> -Kanal des <i>Freitag</i>	2,00	-	1,67	0,516	0,60	5	0,33

Hinweis: Skala wurde gegenüber Fragebogen umgepolt. Skala reicht von 5 („Täglich“) und 4 („Mehrere Male pro Woche“) über 3 („Mehrere Male pro Monat“) bis 2 („Seltener“) und 1 („Nie“).

4.3.4 Überhaupt partizipiert?

Nicht berechnet, da Frage für „Nicht-Partizipierer“ nicht erhoben

4.3.5 Aktivitätsgrad (2/20)

Tab. 35: Häufigkeit der Partizipation nach Anzahl genutzter partizipativer Angebote

Anzahl genutzter Features	Ein oder zwei (n=1-34)		Drei oder mehr (n=2-128)				Mittl. Diff.
	MW	Std.abw.	MW	Std.abw.	T	df	
Anrufe in der Redaktion des <i>Freitag</i>	2,00	0,000	1,75	0,452	1,91	11	0,25
Senden von Briefen, E-Mails, Faxen bzw. Nachrichten über das Kontaktformular an die Redaktion des <i>Freitag</i>	2,16	0,898	1,98	0,439	0,82	21	0,18
Persönliche Begegnungen mit Journalist/-innen des <i>Freitag</i>	2,00	0,000	1,87	0,352	0,64	16	0,13
Teilnahme an Veranstaltungen des <i>Freitag</i> (z.B. <i>Freitag-Salon</i>)	2,00	0,000	2,18	0,769	-0,33	33	-0,18
Kommentieren von Artikeln auf <i>freitag.de</i>	2,70	1,137	2,78	1,031	-0,34	143	-0,08
Auf <i>freitag.de</i> (in der Community) eigene Artikel schreiben	2,80	0,447	2,48	0,816	0,85	67	0,32
An Umfragen/Abstimmungen auf <i>freitag.de</i> teilnehmen	2,23	0,504	2,22	0,552	0,15	134	0,02
Auf <i>freitag.de</i> über <i>Flattr</i> ein „Trinkgeld“ für Artikel geben	2,00	-	2,67	0,816	-0,79	14	-0,67
Kommentieren von Beiträgen auf der <i>Facebook</i> -Seite des <i>Freitag</i>	3,17	1,472	2,86	0,800	0,50	5	0,31
Teilen/Empfehlen von Beiträgen auf der <i>Facebook</i> -Seite des <i>Freitag</i>	3,11	0,974	3,10	0,840	0,05	153	0,01
Bewerten („Liken“) von Beiträgen auf der <i>Facebook</i> -Seite des <i>Freitag</i>	3,12	0,913	3,47	0,849	-2,08*	152	-0,35
Auf Tweets des <i>Freitag</i> reagieren (z.B. durch einen Kommentar via @-reply)	2,00	-	2,79	1,032	-0,75	18	-0,79
Retweeten von Tweets des <i>Freitag</i>	2,33	0,516	3,00	1,013	-1,57	42	-0,67
Favorisieren von Tweets des <i>Freitag</i>	2,33	0,516	3,23	0,884	-2,38*	35	-0,89
Kommentieren von Beiträgen auf der <i>Google+</i> -Seite des <i>Freitag</i>	-	-	2,25	0,500	-	-	-
Weiterleiten von Beiträgen („share“) auf der <i>Google+</i> -Seite des <i>Freitag</i>	-	-	3,00	0,500	-	-	-
Bewerten von Beiträgen („+1“) auf der <i>Google+</i> -Seite des <i>Freitag</i>	-	-	3,00	0,500	-	-	-
Kommentieren von Videos im <i>YouTube</i> -Kanal des <i>Freitag</i>	-	-	2,50	0,707	-	-	-
Weiterleiten von Videos im <i>YouTube</i> -Kanal des <i>Freitag</i>	-	-	2,38	0,650	-	-	-
Bewerten („Daumen hoch/runter“) von Videos im <i>YouTube</i> -Kanal des <i>Freitag</i>	-	-	1,71	0,488	-	-	-

Skala wurde gegenüber Fragebogen umgepolt und reicht von 5 („Täglich“) und 4 („Mehrere Male pro Woche“) über 3 („Mehrere Male pro Monat“) bis 2 („Seltener“) und 1 („Nie“). Abweichend vom sonstigen Vorgehen bei den Gruppenvergleichen nach Aktivitätsgrad wurde hier keine ANOVA durchgeführt, sondern ein T-Test, da Befragte, die bisher noch nicht partizipiert hatten, selbstverständlich nicht nach der Häufigkeit ihrer Beteiligung gefragt wurden und somit nur zwei Gruppen vorlagen.

4.3.6 Treue *Freitag*-Leser (0/20)Tab. 36: Häufigkeit der Partizipation nach Nutzung des *Freitag*

Regelmäßige Leser	Nein (n=1-93)		Ja (n=1-62)				Mittl. Diff.
	MW	Std.abw.	MW	Std.abw.	T	df	
Anrufe in der Redaktion des <i>Freitag</i>	1,75	0,500	1,80	0,422	0,19	12	0,05
Senden von Briefen, E-Mails, Faxen bzw. Nachrichten über das Kontaktformular an die Redaktion des <i>Freitag</i>	1,97	0,645	2,08	0,526	0,76	75	0,10
Persönliche Begegnungen mit Journalist/-innen des <i>Freitag</i>	2,00	0,000	1,83	0,389	-1,48	11	-0,17
Teilnahme an Veranstaltungen des <i>Freitag</i> (z.B. <i>Freitag-Salon</i>)	2,00	0,516	2,32	0,885	1,26	33	0,32
Kommentieren von Artikeln auf <i>freitag.de</i>	2,76	1,087	2,77	0,991	0,02	143	0,00
Auf <i>freitag.de</i> (in der Community) eigene Artikel schreiben	2,59	0,836	2,39	0,737	-0,98	67	-0,19
An Umfragen/Abstimmungen auf <i>freitag.de</i> teilnehmen	2,20	0,483	2,25	0,627	0,57	134	0,05
Auf <i>freitag.de</i> über <i>Flattr</i> ein „Trinkgeld“ für Artikel geben	2,36	0,674	3,20	0,837	2,14	14	0,84
Kommentieren von Beiträgen auf der <i>Facebook</i> -Seite des <i>Freitag</i>	2,84	0,821	2,93	0,884	0,52	105	0,09
Teilen/Empfehlen von Beiträgen auf der <i>Facebook</i> -Seite des <i>Freitag</i>	3,08	0,824	3,15	0,921	0,49	153	0,07
Bewerten („Liken“) von Beiträgen auf der <i>Facebook</i> -Seite des <i>Freitag</i>	3,30	0,918	3,52	0,788	1,56	152	0,22
Auf Tweets des <i>Freitag</i> reagieren (z.B. durch einen Kommentar via @-reply)	2,77	1,013	2,71	1,113	-0,11	18	-0,05
Retweeten von Tweets des <i>Freitag</i>	2,85	1,008	3,00	0,970	0,51	42	0,15
Favorisieren von Tweets des <i>Freitag</i>	3,13	0,968	3,00	0,784	-0,43	35	-0,13
Kommentieren von Beiträgen auf der <i>Google+</i> -Seite des <i>Freitag</i>	2,50	0,707	2,00	0,000	-1,00	2	-0,50
Weiterleiten von Beiträgen („share“) auf der <i>Google+</i> -Seite des <i>Freitag</i>	3,00	0,000	3,00	0,707	0,00	7	0,00
Bewerten von Beiträgen („+1“) auf der <i>Google+</i> -Seite des <i>Freitag</i>	3,00	0,000	3,00	0,707	0,00	7	0,00
Kommentieren von Videos im <i>YouTube</i> -Kanal des <i>Freitag</i>	2,00	-	3,00	-	-	0	1,00
Weiterleiten von Videos im <i>YouTube</i> -Kanal des <i>Freitag</i>	2,45	0,688	2,00	0,000	-2,19	10	-0,45
Bewerten („Daumen hoch/runter“) von Videos im <i>YouTube</i> -Kanal des <i>Freitag</i>	1,67	0,516	2,00	-	0,60	5	0,33

Hinweis: Skala wurde gegenüber Fragebogen umgepolt. Skala reicht von 5 („Täglich“) und 4 („Mehrmals pro Woche“) über 3 („Mehrmals pro Monat“) bis 2 („Seltener“) und 1 („Nie“).

5 Einschätzungen

5.1 Erwartungen an den *Freitag*

Unabhängig von Ihrer eigenen Nutzung: Wie wichtig ist es Ihnen, dass Sie sich beim *Freitag* auf eine der folgenden Weisen beteiligen können?

Tab. 37: Generelle Erwartungen an Partizipation

n=337-344	Völlig unwichtig	Eher unwichtig	Teils/teils	Eher wichtig	Sehr wichtig	Weiß nicht	MW (*)	Std. abw. (*)
Man journalistische Beiträge kommentieren und bewerten kann.	6,7	10,5	16,3	41,7	23,6	1,2	3,66	1,152
Man sehen kann, welche Inhalte von vielen anderen Lesern/ Nutzern gesehen, gelesen, kommentiert oder geteilt wurden.	14,3	23,0	25,7	24,2	11,7	1,2	2,96	1,237
Man selbst Material (Blog-Beiträge oder andere Texte, Fotos, Videos, etc.) für die Berichterstattung beisteuern kann.	13,7	22,5	22,2	24,9	14,6	2,0	3,04	1,283
Man seine Verbundenheit mit der Zeitung für andere sichtbar zeigen kann.	23,0	23,6	21,9	21,9	7,6	2,0	2,67	1,268
Man mit anderen Lesern/Nutzern des <i>Freitag</i> in Kontakt treten und sich austauschen kann.	14,8	23,5	23,0	23,8	13,1	1,7	2,97	1,274
Man mit anderen Lesern/Nutzern inhaltlich über die Themen des <i>Freitag</i> diskutieren kann.	10,3	16,4	18,5	34,6	19,1	1,2	3,36	1,256
Dass die Redaktion eine Plattform für die öffentliche Diskussion über die Art und Qualität der journalistischen Arbeit bereitstellt.	5,5	8,7	17,2	36,7	30,6	1,2	3,79	1,141
Man mit der Redaktion bzw. einzelnen Journalisten in direkten Kontakt und Dialog treten kann.	8,0	16,3	23,7	33,5	15,7	2,7	3,34	1,175
Man der Redaktion Ideen und Vorschläge (z. B. für Themen oder Interviewpartner) zukommen lassen kann.	7,3	17,2	23,8	32,6	15,4	3,8	3,33	1,164
Man die Redaktion oder einzelne Redaktionsmitglieder vorgestellt bekommt.	7,1	21,5	23,5	33,2	13,8	0,9	3,26	1,155
Man Informationen über die (Entscheidungs-) Prozesse in der Redaktion erhalten kann.	8,2	22,5	23,4	31,3	12,0	2,6	3,17	1,165
Man zusätzliche Informationen und Verweise zu den Quellen erhält, die der Zeitung zugrunde liegen.	2,0	4,1	9,3	34,7	48,4	1,5	4,25	0,937
Die Redaktion auf sozialen Netzwerken vertreten und ansprechbar ist.	18,0	14,2	11,9	29,9	23,3	2,6	3,27	1,443
Man journalistische Inhalte einfach und schnell an Freunde oder Familie weiterleiten oder empfehlen kann.	6,1	12,3	13,2	36,3	30,4	1,8	3,74	1,201
Man von den Journalisten ernst genommen wird.	9,9	9,6	17,2	30,8	26,7	5,8	3,58	1,284

Hinweis: Skala gegenüber Fragebogen umgepolt. (*) ohne „Weiß nicht / kann ich nicht sagen“ berechnet.

5.1.1 Alter (12/15)

Tab. 38: Generelle Erwartungen an Partizipation nach Alter

Altersgruppen	Bis 37 Jahre (n=155-166)		38 J. & älter (n=169-175)				Mittl. Diff.
	MW	Std.abw.	MW	Std.abw.	T	df	
Man journalistische Beiträge kommentieren und bewerten kann.	3,80	1,087	3,53	1,199	2,17*	336	0,27
Man sehen kann, welche Inhalte von vielen anderen Lesern/ Nutzern gesehen, gelesen, kommentiert oder geteilt wurden.	3,00	1,183	2,92	1,288	0,59	337	0,08
Man selbst Material (Blog-Beiträge oder andere Texte, Fotos, Videos, etc.) für die Berichterstattung beisteuern kann.	3,10	1,254	2,99	1,311	0,78	333	0,11
Man seine Verbundenheit mit der Zeitung für andere sichtbar zeigen kann.	2,81	1,260	2,53	1,265	2,02*	334	0,28
Man mit anderen Lesern/Nutzern des <i>Freitag</i> in Kontakt treten und sich austauschen kann.	3,04	1,270	2,90	1,276	1,06	336	0,15
Man mit anderen Lesern/Nutzern inhaltlich über die Themen des <i>Freitag</i> diskutieren kann.	3,53	1,222	3,20	1,269	2,47*	335	0,34
Dass die Redaktion eine Plattform für die öffentliche Diskussion über die Art und Qualität der journalistischen Arbeit bereitstellt	3,98	1,030	3,61	1,215	2,96**	333	0,36
Man mit der Redaktion bzw. einzelnen Journalisten in direkten Kontakt und Dialog treten kann.	3,50	1,107	3,18	1,218	2,43*	326	0,31
Man der Redaktion Ideen und Vorschläge (z.B. für Themen oder Interviewpartner) zukommen lassen kann.	3,51	1,085	3,16	1,213	2,77**	329	0,35
Man die Redaktion oder einzelne Redaktionsmitglieder vorgestellt bekommt.	3,39	1,127	3,13	1,169	2,10*	335	0,26
Man Informationen über die (Entscheidungs-) Prozesse in der Redaktion erhalten kann.	3,38	1,123	2,96	1,171	3,30**	331	0,42
Man zusätzliche Informationen und Verweise zu den Quellen erhält, die der Zeitung zugrunde liegen.	4,43	0,837	4,08	0,994	3,52***	336	0,35
Die Redaktion auf sozialen Netzwerken vertreten und ansprechbar ist.	3,68	1,291	2,87	1,474	5,37***	330	0,81
Man journalistische Inhalte einfach und schnell an Freunde oder Familie weiterleiten oder empfehlen kann.	3,92	1,177	3,56	1,200	2,75**	334	0,36
Man von den Journalisten ernst genommen wird.	3,85	1,200	3,34	1,313	3,67***	322	0,51

Skala reicht von 1 („Völlig unwichtig“) bis 5 („Sehr wichtig“). Hinweis: Skala gegenüber Fragebogen umgepolt. (*) ohne „Weiß nicht / kann ich nicht sagen“ berechnet.

5.1.2 Geschlecht (2/15)

Tab. 39: Generelle Erwartungen an Partizipation nach Geschlecht

Geschlecht	Weiblich (n=103-113)		Männlich (n=216-225)				Mittl. Diff.
	MW	Std.abw.	MW	Std.abw.	T	df	
Man journalistische Beiträge kommentieren und bewerten kann.	3,68	1,172	3,64	1,153	0,28	333	0,04
Man sehen kann, welche Inhalte von vielen anderen Lesern/ Nutzern gesehen, gelesen, kommentiert oder geteilt wurden.	2,88	1,223	2,99	1,233	-0,75	333	-0,11
Man selbst Material (Blog-Beiträge oder andere Texte, Fotos, Videos, etc.) für die Berichterstattung beisteuern kann.	3,04	1,233	3,03	1,304	0,09	329	0,01
Man seine Verbundenheit mit der Zeitung für andere sichtbar zeigen kann.	2,83	1,258	2,59	1,266	1,63	330	0,24
Man mit anderen Lesern/Nutzern des <i>Freitag</i> in Kontakt treten und sich austauschen kann.	2,89	1,256	2,99	1,277	-0,63	332	-0,09
Man mit anderen Lesern/Nutzern inhaltlich über die Themen des <i>Freitag</i> diskutieren kann.	3,35	1,259	3,37	1,256	-0,18	331	-0,03
Dass die Redaktion eine Plattform für die öffentliche Diskussion über die Art und Qualität der journalistischen Arbeit bereitstellt	3,83	1,069	3,76	1,178	0,52	334	0,07
Man mit der Redaktion bzw. einzelnen Journalisten in direkten Kontakt und Dialog treten kann.	3,40	1,143	3,29	1,189	0,80	322	0,11
Man der Redaktion Ideen und Vorschläge (z.B. für Themen oder Interviewpartner) zukommen lassen kann.	3,40	1,167	3,28	1,162	0,91	325	0,12
Man die Redaktion oder einzelne Redaktionsmitglieder vorgestellt bekommt.	3,35	1,178	3,21	1,149	0,98	331	0,13
Man Informationen über die (Entscheidungs-) Prozesse in der Redaktion erhalten kann.	3,24	1,154	3,11	1,171	0,98	327	0,13
Man zusätzliche Informationen und Verweise zu den Quellen erhält, die der Zeitung zugrunde liegen.	4,41	0,792	4,16	0,996	2,33*	332	0,25
Die Redaktion auf sozialen Netzwerken vertreten und ansprechbar ist.	3,60	1,334	3,09	1,470	3,16**	234	0,51
Man journalistische Inhalte einfach und schnell an Freunde oder Familie weiterleiten oder empfehlen kann.	3,81	1,190	3,70	1,209	0,81	330	0,11
Man von den Journalisten ernst genommen wird.	3,60	1,271	3,55	1,294	0,32	318	0,05

Skala reicht von 1 („Völlig unwichtig“) bis 5 („Sehr wichtig“). Hinweis: Skala gegenüber Fragebogen umgepolt. (*) ohne „Weiß nicht / kann ich nicht sagen“ berechnet.

5.1.3 Bildung (0/15)

Tab. 40: Generelle Erwartungen an Partizipation nach Bildung

Bildung	Kein Abitur (n=33-38)		Abitur (n=291-302)				Mittl. Diff.
	MW	Std.abw.	MW	Std.abw.	T	df	
Man journalistische Beiträge kommentieren und bewerten kann.	3,68	1,292	3,66	1,136	0,10	337	0,02
Man sehen kann, welche Inhalte von vielen anderen Lesern/ Nutzern gesehen, gelesen, kommentiert oder geteilt wurden.	2,89	1,173	2,97	1,246	-0,35	337	-0,07
Man selbst Material (Blog-Beiträge oder andere Texte, Fotos, Videos, etc.) für die Berichterstattung beisteuern kann.	3,22	1,436	3,02	1,263	0,88	333	0,20
Man seine Verbundenheit mit der Zeitung für andere sichtbar zeigen kann.	2,62	1,381	2,67	1,256	-0,23	334	-0,05
Man mit anderen Lesern/Nutzern des <i>Freitag</i> in Kontakt treten und sich austauschen kann.	3,06	1,330	2,96	1,269	0,44	336	0,10
Man mit anderen Lesern/Nutzern inhaltlich über die Themen des <i>Freitag</i> diskutieren kann.	3,39	1,315	3,36	1,251	0,14	335	0,03
Dass die Redaktion eine Plattform für die öffentliche Diskussion über die Art und Qualität der journalistischen Arbeit bereitstellt.	3,89	1,181	3,78	1,137	0,60	337	0,12
Man mit der Redaktion bzw. einzelnen Journalisten in direkten Kontakt und Dialog treten kann.	3,28	1,344	3,34	1,154	-0,28*	42	-0,06
Man der Redaktion Ideen und Vorschläge (z.B. für Themen oder Interviewpartner) zukommen lassen kann.	3,17	1,339	3,35	1,143	-0,85	329	-0,18
Man die Redaktion oder einzelne Redaktionsmitglieder vorgestellt bekommt.	3,18	,926	3,26	1,182	-0,48**	54	-0,08
Man Informationen über die (Entscheidungs-) Prozesse in der Redaktion erhalten kann.	3,08	1,171	3,18	1,166	-0,50	331	-0,10
Man zusätzliche Informationen und Verweise zu den Quellen erhält, die der Zeitung zugrunde liegen.	4,19	0,967	4,26	0,934	-0,43	336	-0,07
Die Redaktion auf sozialen Netzwerken vertreten und ansprechbar ist.	3,70	1,431	3,21	1,438	1,95	333	0,49
Man journalistische Inhalte einfach und schnell an Freunde oder Familie weiterleiten oder empfehlen kann.	3,91	0,981	3,72	1,223	1,09*	47	0,20
Man von den Journalisten ernst genommen wird.	3,73	1,420	3,57	1,270	0,68	322	0,16

Skala reicht von 1 („Völlig unwichtig“) bis 5 („Sehr wichtig“). Hinweis: Skala gegenüber Fragebogen umgepolt. (*) ohne „Weiß nicht / kann ich nicht sagen“ berechnet.

5.1.4 Überhaupt partizipiert? (14/15)

Tab. 41: Generelle Erwartungen an Partizipation nach Partizipation/Nicht-Partizipation

Partizipation	Nicht partizipiert (n=39-42)		Ja (n=285-298)				Mittl. Diff.
	MW	Std.abw.	MW	Std.abw.	T	df	
Man journalistische Beiträge kommentieren und bewerten kann.	2,80	1,308	3,78	1,079	-4,54***	48	-0,97
Man sehen kann, welche Inhalte von vielen anderen Lesern/ Nutzern gesehen, gelesen, kommentiert oder geteilt wurden.	2,41	1,284	3,03	1,214	-3,04**	337	-0,62
Man selbst Material (Blog-Beiträge oder andere Texte, Fotos, Videos, etc.) für die Berichterstattung beisteuern kann.	2,23	1,135	3,15	1,264	-4,31***	333	-0,92
Man seine Verbundenheit mit der Zeitung für andere sichtbar zeigen kann.	1,85	0,893	2,78	1,272	-5,82***	63	-0,93
Man mit anderen Lesern/Nutzern des <i>Freitag</i> in Kontakt treten und sich austauschen kann.	2,30	1,181	3,06	1,261	-3,59***	336	-0,76
Man mit anderen Lesern/Nutzern inhaltlich über die Themen des <i>Freitag</i> diskutieren kann.	2,50	1,281	3,48	1,208	-4,77***	335	-0,98
Dass die Redaktion eine Plattform für die öffentliche Diskussion über die Art und Qualität der journalistischen Arbeit bereitstellt.	3,45	1,273	3,84	1,115	-2,06*	337	-0,39
Man mit der Redaktion bzw. einzelnen Journalisten in direkten Kontakt und Dialog treten kann.	2,82	1,189	3,40	1,157	-2,95**	326	-0,58
Man der Redaktion Ideen und Vorschläge (z.B. für Themen oder Interviewpartner) zukommen lassen kann.	2,69	1,260	3,41	1,126	-3,71***	329	-0,72
Man die Redaktion oder einzelne Redaktionsmitglieder vorgestellt bekommt.	3,07	1,135	3,28	1,157	-1,10	335	-0,21
Man Informationen über die (Entscheidungs-) Prozesse in der Redaktion erhalten kann.	2,74	1,163	3,22	1,155	-2,44*	331	-0,48
Man zusätzliche Informationen und Verweise zu den Quellen erhält, die der Zeitung zugrunde liegen.	3,90	1,105	4,30	0,903	-2,55*	336	-0,40
Die Redaktion auf sozialen Netzwerken vertreten und ansprechbar ist.	2,21	1,301	3,41	1,404	-5,07***	333	-1,20
Man journalistische Inhalte einfach und schnell an Freunde oder Familie weiterleiten oder empfehlen kann.	2,76	1,265	3,88	1,126	-5,91***	334	-1,12
Man von den Journalisten ernst genommen wird.	3,10	1,501	3,65	1,240	-2,17*	45	-0,55

Skala reicht von 1 („Völlig unwichtig“) bis 5 („Sehr wichtig“). Hinweis: Skala gegenüber Fragebogen umgepolt. (*) ohne „Weiß nicht / kann ich nicht sagen“ berechnet.

5.1.5 Aktivitätsgrad (15/15)

Tab. 42: Generelle Erwartungen an Partizipation nach Anzahl genutzter partizipativer Angebote

Anzahl genutzter Features	Eta	Keine	Ein oder zwei	Drei oder mehr	Insgesamt
Man journalistische Beiträge kommentieren und bewerten kann.	0,351***	2,80	3,42	3,97	3,66
Man sehen kann, welche Inhalte von vielen anderen Lesern/ Nutzern gesehen, gelesen, kommentiert oder geteilt wurden.	0,250***	2,41	2,70	3,22	2,96
Man selbst Material (Blog-Beiträge oder andere Texte, Fotos, Videos, etc.) für die Berichterstattung beisteuern kann.	0,349***	2,23	2,67	3,41	3,04
Man seine Verbundenheit mit der Zeitung für andere sichtbar zeigen kann.	0,316***	1,85	2,40	2,99	2,67
Man mit anderen Lesern/Nutzern des <i>Freitag</i> in Kontakt treten und sich austauschen kann.	0,369***	2,30	2,49	3,38	2,97
Man mit anderen Lesern/Nutzern inhaltlich über die Themen des <i>Freitag</i> diskutieren kann.	0,384***	2,50	2,96	3,77	3,36
Dass die Redaktion eine Plattform für die öffentliche Diskussion über die Art und Qualität der journalistischen Arbeit bereitstellt.	0,291***	3,45	3,40	4,08	3,79
Man mit der Redaktion bzw. einzelnen Journalisten in direkten Kontakt und Dialog treten kann.	0,357***	2,82	2,88	3,70	3,34
Man der Redaktion Ideen und Vorschläge (z.B. für Themen oder Interviewpartner) zukommen lassen kann.	0,260***	2,69	3,14	3,57	3,33
Man die Redaktion oder einzelne Redaktionsmitglieder vorgestellt bekommt.	0,162*	3,07	3,03	3,42	3,26
Man Informationen über die (Entscheidungs-) Prozesse in der Redaktion erhalten kann.	0,194**	2,74	2,99	3,35	3,17
Man zusätzliche Informationen und Verweise zu den Quellen erhält, die der Zeitung zugrunde liegen.	0,160*	3,90	4,19	4,36	4,25
Die Redaktion auf sozialen Netzwerken vertreten und ansprechbar ist.	0,328***	2,21	3,02	3,62	3,27
Man journalistische Inhalte einfach und schnell an Freunde oder Familie weiterleiten oder empfehlen kann.	0,373***	2,76	3,51	4,08	3,74
Man von den Journalisten ernst genommen wird.	0,238***	3,10	3,29	3,85	3,58

Skala reicht von 1 („Völlig unwichtig“) bis 5 („Sehr wichtig“). Hinweis: Skala gegenüber Fragebogen umgepolt. (*) ohne „Weiß nicht / kann ich nicht sagen“ berechnet.

5.1.6 Treue *Freitag*-Leser (2/15)Tab. 43: Generelle Erwartungen an Partizipation nach Nutzung des *Freitag*

Regelmäßige Leser	Nein (n=196-207)		Ja (n=128-135)				Mittl. Diff.
	MW	Std.abw.	MW	Std.abw.	T	df	
Man journalistische Beiträge kommentieren und bewerten kann.	3,75	1,134	3,51	1,168	-1,85	337	-0,24
Man sehen kann, welche Inhalte von vielen anderen Lesern/Nutzern gesehen, gelesen, kommentiert oder geteilt wurden.	2,99	1,205	2,92	1,290	-0,50	337	-0,07
Man selbst Material (Blog-Beiträge oder andere Texte, Fotos, Videos, etc.) für die Berichterstattung beisteuern kann.	3,16	1,276	2,86	1,275	-2,15*	333	-0,31
Man seine Verbundenheit mit der Zeitung für andere sichtbar zeigen kann.	2,43	1,245	3,03	1,221	4,31***	334	0,60
Man mit anderen Lesern/Nutzern des <i>Freitag</i> in Kontakt treten und sich austauschen kann.	3,00	1,265	2,91	1,290	-0,66	336	-0,09
Man mit anderen Lesern/Nutzern inhaltlich über die Themen des <i>Freitag</i> diskutieren kann.	3,38	1,253	3,34	1,265	-0,25	335	-0,03
Dass die Redaktion eine Plattform für die öffentliche Diskussion über die Art und Qualität der journalistischen Arbeit bereitstellt.	3,85	1,151	3,69	1,123	-1,28	337	-0,16
Man mit der Redaktion bzw. einzelnen Journalisten in direkten Kontakt und Dialog treten kann.	3,36	1,185	3,30	1,162	-0,47	326	-0,06
Man der Redaktion Ideen und Vorschläge (z.B. für Themen oder Interviewpartner) zukommen lassen kann.	3,29	1,191	3,39	1,124	0,82	329	0,11
Man die Redaktion oder einzelne Redaktionsmitglieder vorgestellt bekommt.	3,23	1,147	3,30	1,170	0,51	335	0,07
Man Informationen über die (Entscheidungs-) Prozesse in der Redaktion erhalten kann.	3,12	1,157	3,23	1,178	0,85	331	0,11
Man zusätzliche Informationen und Verweise zu den Quellen erhält, die der Zeitung zugrunde liegen.	4,23	0,976	4,29	0,875	0,54	336	0,06
Die Redaktion auf sozialen Netzwerken vertreten und ansprechbar ist.	3,27	1,449	3,26	1,440	-0,06	333	-0,01
Man journalistische Inhalte einfach und schnell an Freunde oder Familie weiterleiten oder empfehlen kann.	3,71	1,218	3,77	1,178	0,45	334	0,06
Man von den Journalisten ernst genommen wird.	3,54	1,318	3,65	1,233	0,74	322	0,11

Skala reicht von 1 („Völlig unwichtig“) bis 5 („Sehr wichtig“). Hinweis: Skala gegenüber Fragebogen umgepolt. (*) ohne „Weiß nicht / kann ich nicht sagen“ berechnet.

5.2 Rollenfremdbild

Im Folgenden geht es uns darum, was Sie als wichtigste journalistische Funktionen der Zeitung sehen. Welche Aufgaben sollten Journalisten, die für den *Freitag* arbeiten, Ihrer Ansicht nach vorrangig erfüllen?

Journalisten, die für den *Freitag* arbeiten, sollten ...

Tab. 44: Erwartungen an Journalisten des Freitag

n=311-343	Über- haupt nicht	Eher nicht	Teils/ teils	Eher ganz	Voll und ganz	Weiß nicht	MW (*)	Std. abw. (*)
Dem Publikum eigene Ansichten präsentieren.	2,6	5,5	23,6	41,4	26,5	0,3	3,84	0,969
Das Publikum möglichst neutral und präzise informieren.	2,6	10,2	25,9	26,5	34,4	0,3	3,80	1,102
Die Bereiche Politik, Wirtschaft und Gesellschaft kontrollieren.	11,7	12,6	14,9	21,6	30,1	9,1	3,50	1,402
Kritik an Missständen üben.	1,2	0,6	4,1	22,4	71,7	0,0	4,63	0,701
positive Ideale vermitteln.	8,8	18,2	25,3	28,2	16,5	2,9	3,26	1,207
Lebenshilfe für das Publikum bieten und als Ratgeber dienen.	31,2	30,3	23,3	8,7	2,6	3,8	2,18	1,071
Dem Publikum Unterhaltung und Entspannung bieten.	24,3	32,0	28,4	10,9	2,6	1,8	2,34	1,052
Neue Trends aufzeigen und neue Ideen vermitteln.	3,2	6,7	26,2	36,3	26,2	1,5	3,77	1,021
dem Publikum möglichst schnell Informationen vermitteln.	6,1	15,2	29,2	27,5	20,8	1,2	3,42	1,161
Sich auf Nachrichten konzentrieren, die für ein möglichst breites Publikum interessant sind.	23,2	35,5	29,3	6,2	4,7	1,2	2,33	1,050
Menschen eine Chance geben, ihre Meinung über Themen von öffentlichem Interesse zum Ausdruck zu bringen.	3,5	10,9	27,6	34,3	23,5	0,3	3,64	1,065
Mit den Bürgern in einen Dialog über aktuelle Themen treten.	3,5	11,1	25,7	39,8	19,0	0,9	3,60	1,031
Eine Beziehung zum eigenen Publikum aufbauen und pflegen.	6,4	16,1	37,1	27,8	11,1	1,5	3,21	1,056
Den Lesern/Nutzern Gesprächsstoff liefern.	5,3	10,4	24,9	34,7	22,6	2,1	3,60	1,115
Menschen eine Möglichkeit geben, um von ihnen erstellte Inhalte zu veröffentlichen.	8,8	18,0	29,5	26,8	15,3	1,5	3,22	1,180
Das Publikum auf interessante Themen hinweisen und ihnen zeigen, wo sie sich darüber informieren können.	1,2	2,9	9,9	42,0	43,7	0,3	4,25	0,838
Es den Lesern/Nutzern ermöglichen, soziale Beziehungen untereinander zu pflegen.	23,5	32,8	25,6	9,6	4,4	4,1	2,36	1,094
Diskussionen unter den Lesern/Nutzern anstoßen und moderieren.	5,0	12,4	31,8	33,2	17,1	0,6	3,45	1,070
Komplexe Sachverhalte erklären und vermitteln.	0,9	1,2	5,3	26,9	65,8	0,0	4,56	0,727

Hinweis: Skala gegenüber Fragebogen umgepolt. (*) ohne „Weiß nicht / kann ich nicht sagen“ berechnet.

5.2.1 Alter (6/19)

Tab. 45: Erwartungen an Journalisten des Freitag nach Alter

Alter	Bis 37 Jahre (n=148-166)		38 J. & älter (n=168-178)				Mittl. Diff.
	MW	Std.abw.	MW	Std.abw.	T	df	
Dem Publikum eigene Ansichten präsentieren.	3,88	0,927	3,80	1,008	0,84	340	0,09
Das Publikum möglichst neutral und präzise informieren.	3,71	1,095	3,88	1,106	-1,42	340	-0,17
Die Bereiche Politik, Wirtschaft und Gesellschaft kontrollieren.	3,28	1,471	3,71	1,310	-2,66**	296	-0,42
Kritik an Missständen üben.	4,68	0,731	4,58	0,670	1,31	341	0,10
Positive Ideale vermitteln.	3,43	1,163	3,10	1,232	2,46*	328	0,32
Lebenshilfe für das Publikum bieten und als Ratgeber dienen.	2,24	1,062	2,12	1,078	1,02	328	0,12
Dem Publikum Unterhaltung und Entspannung bieten.	2,37	1,080	2,32	1,027	0,38	333	0,04
Neue Trends aufzeigen und neue Ideen vermitteln.	3,82	0,986	3,72	1,054	0,87	337	0,10
Dem Publikum möglichst schnell Informationen vermitteln.	3,21	1,161	3,61	1,131	-3,22**	336	-0,40
Sich auf Nachrichten konzentrieren, die für ein möglichst breites Publikum interessant sind.	2,18	0,912	2,47	1,149	-2,57*	327	-0,29
Menschen eine Chance geben, ihre Meinung über Themen von öffentlichem Interesse zum Ausdruck zu bringen.	3,72	0,937	3,56	1,170	1,42	331	0,16
Mit den Bürgern in einen Dialog über aktuelle Themen treten.	3,63	0,985	3,57	1,074	0,56	337	0,06
Eine Beziehung zum eigenen Publikum aufbauen und pflegen.	3,29	0,978	3,14	1,122	1,34	335	0,15
Den Lesern/Nutzern Gesprächsstoff liefern.	3,69	1,131	3,52	1,097	1,35	328	0,17
Menschen eine Möglichkeit geben, um von ihnen erstellte Inhalte zu veröffentlichen.	3,42	1,084	3,04	1,237	2,96**	332	0,38
Das Publikum auf interessante Themen hinweisen und ihnen zeigen, wo sie sich darüber informieren können.	4,36	0,749	4,14	0,903	2,40*	340	0,22
Es den Lesern/Nutzern ermöglichen, soziale Beziehungen untereinander zu pflegen.	2,36	1,045	2,35	1,140	0,09	328	0,01
Diskussionen unter den Lesern/Nutzern anstoßen und moderieren.	3,49	1,010	3,42	1,126	0,64	336	0,07
Komplexe Sachverhalte erklären und vermitteln.	4,63	0,690	4,48	0,756	1,91	340	0,15

Skala reicht von 1 („Stimme überhaupt nicht zu“) bis 5 („Stimme voll und ganz zu“). Hinweis: Skala gegenüber Fragebogen umgepolt. (*) ohne „Weiß nicht / kann ich nicht sagen“ berechnet.

5.2.2 Geschlecht (1/19)

Tab. 46: Erwartungen an Journalisten des Freitag nach Geschlecht

Geschlecht	Weiblich (n=99-113)		Männlich (n=208-226)				Mittl. Diff.
	MW	Std.abw.	MW	Std.abw.	T	df	
Dem Publikum eigene Ansichten präsentieren.	3,75	0,973	3,87	0,966	-1,05	336	-0,12
Das Publikum möglichst neutral und präzise informieren.	3,95	1,030	3,73	1,136	1,76	242	0,22
Die Bereiche Politik, Wirtschaft und Gesellschaft kontrollieren.	3,56	1,401	3,48	1,414	0,43	305	0,07
Kritik an Missständen üben.	4,60	0,785	4,64	0,661	-0,44	337	-0,04
Positive Ideale vermitteln.	3,30	1,245	3,24	1,193	0,40	324	0,06
Lebenshilfe für das Publikum bieten und als Ratgeber dienen.	2,08	1,007	2,23	1,102	-1,22	324	-0,15
Dem Publikum Unterhaltung und Entspannung bieten.	2,30	1,041	2,36	1,060	-0,49	330	-0,06
Neue Trends aufzeigen und neue Ideen vermitteln.	3,78	1,105	3,75	0,981	0,20	333	0,02
Dem Publikum möglichst schnell Informationen vermitteln.	3,68	1,100	3,28	1,174	2,99**	332	0,40
Sich auf Nachrichten konzentrieren, die für ein möglichst breites Publikum interessant sind.	2,42	1,137	2,30	1,007	0,97	331	0,12
Menschen eine Chance geben, ihre Meinung über Themen von öffentlichem Interesse zum Ausdruck zu bringen.	3,62	1,058	3,65	1,078	-0,22	334	-0,03
Mit den Bürgern in einen Dialog über aktuelle Themen treten.	3,62	1,027	3,59	1,034	0,27	333	0,03
Eine Beziehung zum eigenen Publikum aufbauen und pflegen.	3,15	0,970	3,23	1,098	-0,64	331	-0,08
Den Lesern/Nutzern Gesprächsstoff liefern.	3,61	1,151	3,59	1,109	0,15	324	0,02
Menschen eine Möglichkeit geben, um von ihnen erstellte Inhalte zu veröffentlichen.	3,18	1,180	3,24	1,185	-0,46	329	-0,06
Das Publikum auf interessante Themen hinweisen und ihnen zeigen, wo sie sich darüber informieren können.	4,27	0,849	4,22	0,835	0,48	336	0,05
Es den Lesern/Nutzern ermöglichen, soziale Beziehungen untereinander zu pflegen.	2,27	1,028	2,40	1,128	-0,97	324	-0,13
Diskussionen unter den Lesern/Nutzern anstoßen und moderieren.	3,41	1,090	3,46	1,060	-0,45	332	-0,06
Komplexe Sachverhalte erklären und vermitteln.	4,65	0,640	4,51	0,768	1,76	264	0,14

Skala reicht von 1 („Stimme überhaupt nicht zu“) bis 5 („Stimme voll und ganz zu“). Hinweis: Skala gegenüber Fragebogen umgepolt. (*) ohne „Weiß nicht / kann ich nicht sagen“ berechnet.

5.2.3 Bildung (2/19)

Tab. 47: Erwartungen an Journalisten des Freitag nach Bildung

Bildung	Kein Abitur (n=36-38)		Abitur (n=275-306)				Mittl. Diff.
	MW	Std.abw.	MW	Std.abw.	T	df	
Dem Publikum eigene Ansichten präsentieren.	3,84	0,928	3,84	0,975	-0,01	340	0,00
Das Publikum möglichst neutral und präzise informieren.	3,89	1,181	3,79	1,094	0,55	340	0,11
Die Bereiche Politik, Wirtschaft und Gesellschaft kontrollieren.	3,69	1,508	3,48	1,389	0,86	309	0,21
Kritik an Missständen üben.	4,63	0,819	4,63	0,686	0,02	341	0,00
Positive Ideale vermitteln.	3,58	1,105	3,22	1,215	1,70	328	0,36
Lebenshilfe für das Publikum bieten und als Ratgeber dienen.	2,56	1,182	2,14	1,049	2,23*	328	0,42
Dem Publikum Unterhaltung und Entspannung bieten.	2,50	1,276	2,32	1,022	0,80	41	0,18
Neue Trends aufzeigen und neue Ideen vermitteln.	3,74	1,083	3,77	1,015	-0,19	337	-0,03
Dem Publikum möglichst schnell Informationen vermitteln.	3,78	1,109	3,38	1,161	2,03*	336	0,41
Sich auf Nachrichten konzentrieren, die für ein möglichst breites Publikum interessant sind.	2,64	1,125	2,29	1,036	1,88	335	0,35
Menschen eine Chance geben, ihre Meinung über Themen von öffentlichem Interesse zum Ausdruck zu bringen.	3,76	1,038	3,62	1,069	0,73	338	0,14
Mit den Bürgern in einen Dialog über aktuelle Themen treten.	3,81	0,951	3,58	1,039	1,26	337	0,23
Eine Beziehung zum eigenen Publikum aufbauen und pflegen.	3,44	1,132	3,19	1,045	1,39	335	0,26
Den Lesern/Nutzern Gesprächsstoff liefern.	3,69	1,167	3,59	1,110	0,54	328	0,11
Menschen eine Möglichkeit geben, um von ihnen erstellte Inhalte zu veröffentlichen.	3,57	1,214	3,18	1,171	1,90	332	0,39
Das Publikum auf interessante Themen hinweisen und ihnen zeigen, wo sie sich darüber informieren können.	4,35	0,716	4,23	0,852	0,81	340	0,12
Es den Lesern/Nutzern ermöglichen, soziale Beziehungen untereinander zu pflegen.	2,46	1,216	2,34	1,079	0,60	328	0,11
Diskussionen unter den Lesern/Nutzern anstoßen und moderieren.	3,62	1,010	3,43	1,077	1,02	336	0,19
Komplexe Sachverhalte erklären und vermitteln.	4,47	0,736	4,57	0,727	-0,73	340	-0,09

Skala reicht von 1 („Stimme überhaupt nicht zu“) bis 5 („Stimme voll und ganz zu“). Hinweis: Skala gegenüber Fragebogen umgepolt. (*) ohne „Weiß nicht / kann ich nicht sagen“ berechnet.

5.2.4 Überhaupt partizipiert? (5/19)

Tab. 48: Erwartungen an Journalisten des Freitag nach Partizipation/Nicht-Partizipation

Partizipation	Nicht partizipiert (n=34-43)		Ja (n=277-300)		T	df	Mittl. Diff.
	MW	Std.abw.	MW	Std.abw.			
Dem Publikum eigene Ansichten präsentieren.	3,79	1,048	3,85	0,959	-0,38	340	-0,06
Das Publikum möglichst neutral und präzise informieren.	3,88	1,152	3,79	1,097	0,50	340	0,09
Die Bereiche Politik, Wirtschaft und Gesellschaft kontrollieren.	3,59	1,305	3,49	1,416	0,37	309	0,09
Kritik an Missständen üben.	4,67	0,606	4,62	0,714	0,45	341	0,05
Positive Ideale vermitteln.	3,24	1,261	3,26	1,202	-0,13	328	-0,03
Lebenshilfe für das Publikum bieten und als Ratgeber dienen.	1,95	1,169	2,21	1,055	-1,45	328	-0,26
Dem Publikum Unterhaltung und Entspannung bieten.	2,30	0,992	2,35	1,061	-0,28	333	-0,05
Neue Trends aufzeigen und neue Ideen vermitteln.	3,74	1,163	3,77	1,004	-0,15	337	-0,03
Dem Publikum möglichst schnell Informationen vermitteln.	3,20	1,265	3,45	1,146	-1,28	336	-0,25
Sich auf Nachrichten konzentrieren, die für ein möglichst breites Publikum interessant sind.	2,17	1,093	2,35	1,044	-1,03	335	-0,18
Menschen eine Chance geben, ihre Meinung über Themen von öffentlichem Interesse zum Ausdruck zu bringen.	3,07	1,276	3,71	1,010	-3,13**	48	-0,64
Mit den Bürgern in einen Dialog über aktuelle Themen treten.	3,13	1,159	3,67	0,998	-3,16**	337	-0,54
Eine Beziehung zum eigenen Publikum aufbauen und pflegen.	3,05	1,244	3,24	1,027	-1,07	335	-0,19
Den Lesern/Nutzern Gesprächsstoff liefern.	3,92	0,882	3,56	1,137	2,30*	54	0,36
Menschen eine Möglichkeit geben, um von ihnen erstellte Inhalte zu veröffentlichen.	2,55	1,214	3,32	1,145	-4,05***	332	-0,77
Das Publikum auf interessante Themen hinweisen und ihnen zeigen, wo sie sich darüber informieren können.	4,17	1,010	4,26	0,812	-0,65	340	-0,09
Es den Lesern/Nutzern ermöglichen, soziale Beziehungen untereinander zu pflegen.	1,79	0,991	2,43	1,087	-3,46**	328	-0,64
Diskussionen unter den Lesern/Nutzern anstoßen und moderieren.	3,17	1,412	3,49	1,010	-1,41	46	-0,32
Komplexe Sachverhalte erklären und vermitteln.	4,58	0,698	4,55	0,733	0,25	340	0,03

Skala reicht von 1 („Stimme überhaupt nicht zu“) bis 5 („Stimme voll und ganz zu“). Hinweis: Skala gegenüber Fragebogen umgepolt. (*) ohne „Weiß nicht / kann ich nicht sagen“ berechnet.

5.2.5 Aktivitätsgrad (5/19)

Tab. 49: Erwartungen an Journalisten des Freitag nach Anzahl genutzter partizipativer Angebote

Anzahl genutzter Features	Eta	Keine	Ein oder zwei	Drei oder mehr	Insgesamt
Dem Publikum eigene Ansichten präsentieren.	0,026	3,79	3,87	3,83	3,84
Das Publikum möglichst neutral und präzise informieren.	0,048	3,88	3,85	3,76	3,80
Die Bereiche Politik, Wirtschaft und Gesellschaft kontrollieren.	0,102	3,59	3,29	3,60	3,50
Kritik an Missständen üben.	0,055	4,67	4,57	4,65	4,63
Positive Ideale vermitteln.	0,043	3,24	3,34	3,22	3,26
Lebenshilfe für das Publikum bieten und als Ratgeber dienen.	0,082	1,95	2,24	2,20	2,18
Dem Publikum Unterhaltung und Entspannung bieten.	0,028	2,30	2,38	2,33	2,34
Neue Trends aufzeigen und neue Ideen vermitteln.	0,042	3,74	3,71	3,80	3,77
Dem Publikum möglichst schnell Informationen vermitteln.	0,084	3,20	3,53	3,41	3,42
Sich auf Nachrichten konzentrieren, die für ein möglichst breites Publikum interessant sind.	0,057	2,17	2,34	2,36	2,33
Menschen eine Chance geben, ihre Meinung über Themen von öffentlichem Interesse zum Ausdruck zu bringen.	0,259***	3,07	3,46	3,85	3,64
Mit den Bürgern in einen Dialog über aktuelle Themen treten.	0,235***	3,13	3,42	3,80	3,60
Eine Beziehung zum eigenen Publikum aufbauen und pflegen.	0,109	3,05	3,10	3,31	3,21
Den Lesern/Nutzern Gesprächsstoff liefern.	0,109	3,92	3,61	3,53	3,60
Menschen eine Möglichkeit geben, um von ihnen erstellte Inhalte zu veröffentlichen.	0,262***	2,55	3,07	3,46	3,22
Das Publikum auf interessante Themen hinweisen und ihnen zeigen, wo sie sich darüber informieren können.	0,035	4,17	4,25	4,26	4,25
Es den Lesern/Nutzern ermöglichen, soziale Beziehungen untereinander zu pflegen.	0,233***	1,79	2,21	2,55	2,36
Diskussionen unter den Lesern/Nutzern anstoßen und moderieren.	0,223***	3,17	3,19	3,66	3,45
Komplexe Sachverhalte erklären und vermitteln.	0,065	4,58	4,49	4,59	4,56

Skala reicht von 1 („Stimme überhaupt nicht zu“) bis 5 („Stimme voll und ganz zu“). Hinweis: Skala gegenüber Fragebogen umgepolt. (*) ohne „Weiß nicht / kann ich nicht sagen“ berechnet.

5.2.6 Treue Freitag-Leser (1/19)

Tab. 50: Erwartungen an Freitag-Journalisten nach Nutzung des Freitag

Regelmäßige Leser	Nein (n=266-287)		Ja (n=210-224)				Mittl. Diff.
	MW	Std.abw.	MW	Std.abw.	T	df	
Dem Publikum eigene Ansichten präsentieren.	3,84	0,981	3,84	0,953	0,08	340	0,01
Das Publikum möglichst neutral und präzise informieren.	3,86	1,079	3,72	1,137	-1,12	340	-0,14
Die Bereiche Politik, Wirtschaft und Gesellschaft kontrollieren.	3,46	1,432	3,58	1,356	0,74	309	0,12
Kritik an Missständen üben.	4,61	0,735	4,66	0,647	0,69	341	0,05
Positive Ideale vermitteln.	3,26	1,268	3,27	1,112	0,11	300	0,01
Lebenshilfe für das Publikum bieten und als Ratgeber dienen.	2,22	1,070	2,13	1,074	-0,70	328	-0,08
Dem Publikum Unterhaltung und Entspannung bieten.	2,33	1,059	2,37	1,044	0,32	333	0,04
Neue Trends aufzeigen und neue Ideen vermitteln.	3,74	1,015	3,81	1,033	0,59	337	0,07
Dem Publikum möglichst schnell Informationen vermitteln.	3,50	1,162	3,30	1,155	-1,53	336	-0,20
Sich auf Nachrichten konzentrieren, die für ein möglichst breites Publikum interessant sind.	2,31	0,968	2,36	1,171	0,39	239	0,05
Menschen eine Chance geben, ihre Meinung über Themen von öffentlichem Interesse zum Ausdruck zu bringen.	3,73	1,077	3,49	1,034	-2,04*	338	-0,24
Mit den Bürgern in einen Dialog über aktuelle Themen treten.	3,65	1,047	3,53	1,004	-1,08	337	-0,12
Eine Beziehung zum eigenen Publikum aufbauen und pflegen.	3,26	1,058	3,14	1,053	-0,99	335	-0,12
Den Lesern/Nutzern Gesprächsstoff liefern.	3,55	1,127	3,68	1,097	1,07	328	0,13
Menschen eine Möglichkeit geben, um von ihnen erstellte Inhalte zu veröffentlichen.	3,31	1,190	3,08	1,155	-1,70	332	-0,22
Das Publikum auf interessante Themen hinweisen und ihnen zeigen, wo sie sich darüber informieren können.	4,25	0,871	4,24	0,787	-0,02	340	0,00
Es den Lesern/Nutzern ermöglichen, soziale Beziehungen untereinander zu pflegen.	2,41	1,099	2,28	1,086	-1,05	328	-0,13
Diskussionen unter den Lesern/Nutzern anstoßen und moderieren.	3,52	1,055	3,35	1,088	-1,47	336	-0,17
Komplexe Sachverhalte erklären und vermitteln.	4,55	0,774	4,57	0,653	0,30	340	0,02

Skala reicht von 1 („Stimme überhaupt nicht zu“) bis 5 („Stimme voll und ganz zu“). Hinweis: Skala gegenüber Fragebogen umgepolt. (*) ohne „Weiß nicht / kann ich nicht sagen“ berechnet.

5.3 Generelle Bewertung von Publikumsbeteiligung

Nun möchten wir Ihre Meinung zu den Möglichkeiten der Publikumsbeteiligung beim *Freitag* noch etwas genauer kennen lernen. Bitte geben Sie jeweils an, ob Sie den folgenden Aussagen jeweils voll und ganz, eher, teils-teils, eher nicht oder gar nicht zustimmen.

Tab. 51: Generelle Einschätzung von Partizipation

n=278-329	Gar nicht	Weniger	Teils/teils	Überwiegend	Voll und ganz	Weiß nicht	MW (*)	Std. abw. (*)
Die Bedeutung, die der Beteiligung des Publikums beim <i>Freitag</i> beigemessen wird, ist zu hoch.	18,0	26,0	23,1	11,5	6,2	15,1	2,55	1,178
Durch Beteiligung und Mitsprache werden Leser an das Angebot gebunden.	3,3	12,4	22,5	45,0	8,6	8,3	3,47	0,961
Die Beteiligung des Publikums hat einen hohen Unterhaltungswert.	7,7	21,8	35,4	22,7	8,8	3,5	3,03	1,072
Die Beteiligung des Publikums macht den <i>Freitag</i> glaubwürdiger.	6,8	15,5	24,1	36,9	12,8	3,9	3,35	1,116
Kommentare, Diskussionen und andere Publikumsbeiträge erweitern den <i>Freitag</i> um weitere inhaltliche Facetten.	3,0	9,5	24,4	38,4	22,6	2,1	3,70	1,026
Die Verwendung von Inhalten, die Nutzer erstellt haben, dient der Kosteneinsparung.	17,8	25,2	24,0	10,1	5,3	17,5	2,51	1,149
Mithilfe der Publikumsbeteiligung will der <i>Freitag</i> neue Zielgruppen gewinnen.	2,4	8,9	24,6	36,8	10,4	16,9	3,53	0,942
Die Beteiligung des Publikums macht den Prozess öffentlicher Information und Meinungsäußerung demokratischer.	5,6	7,4	22,7	36,3	23,3	4,7	3,67	1,105
Der Dialog und Austausch mit dem Publikum sind unverzichtbarer Bestandteil des <i>Freitag</i> .	4,7	9,5	22,2	33,4	24,6	5,6	3,67	1,116
Die Machtverhältnisse zwischen Journalisten und Publikum haben sich verändert.	6,2	11,9	29,1	23,7	13,9	15,1	3,32	1,128
Journalisten behalten bei der Auswahl und Bearbeitung von Beiträgen und Texten weiterhin die Oberhand.	1,5	4,1	18,3	44,4	22,8	8,9	3,91	0,879
Publikumsbeteiligung hält die Redaktion von ihrer eigentlichen Aufgabe ab.	29,0	29,0	20,9	5,7	3,0	12,5	2,14	1,059
Die Qualität der Publikumsbeiträge und -beteiligung ist zu niedrig.	11,6	25,5	34,1	13,6	8,0	7,1	2,80	1,108
Die Reaktionen des Publikums zeigen der Redaktion des <i>Freitag</i> sofort, ob sie die richtigen Themen auswählt und verständlich darstellt.	8,6	14,2	31,4	27,2	5,6	13,0	3,08	1,061

Hinweis: Skala wurde gegenüber Fragebogen umgepolt. (*) Ohne „Weiß nicht / kann ich nicht sagen“ berechnet.

5.3.1 Alter (6/14)

Tab. 52: Generelle Einschätzung von Partizipation nach Alter

Alter	Bis 37 Jahre (n=129-162)		38 J. & älter (n=145-168)				Mittl. Diff.
	MW	Std.abw.	MW	Std.abw.	T	df	
Die Bedeutung, die der Beteiligung des Publikums beim <i>Freitag</i> beigemessen wird, ist zu hoch.	2,40	1,084	2,69	1,245	-2,12*	285	-0,29
Durch Beteiligung und Mitsprache werden Leser an das Angebot gebunden.	3,56	0,923	3,39	0,990	1,58	308	0,17
Die Beteiligung des Publikums hat einen hohen Unterhaltungswert.	3,11	1,049	2,96	1,091	1,31	325	0,15
Die Beteiligung des Publikums macht den <i>Freitag</i> glaubwürdiger.	3,50	1,078	3,20	1,136	2,37*	321	0,29
Kommentare, Diskussionen und andere Publikumsbeiträge erweitern den <i>Freitag</i> um weitere inhaltliche Facetten.	3,83	1,007	3,57	1,032	2,30*	327	0,26
Die Verwendung von Inhalten, die Nutzer erstellt haben, dient der Kosteneinsparung.	2,28	1,047	2,73	1,198	-3,34**	276	-0,45
Mithilfe der Publikumsbeteiligung will der <i>Freitag</i> neue Zielgruppen gewinnen.	3,56	0,951	3,50	0,937	0,48	278	0,05
Die Beteiligung des Publikums macht den Prozess öffentlicher Information und Meinungsäußerung demokratischer.	3,91	0,973	3,46	1,176	3,80***	316	0,46
Der Dialog und Austausch mit dem Publikum sind unverzichtbarer Bestandteil des <i>Freitag</i> .	3,75	1,029	3,60	1,191	1,16	315	0,14
Die Machtverhältnisse zwischen Journalisten und Publikum haben sich verändert.	3,51	1,069	3,14	1,155	2,83**	284	0,37
Journalisten behalten bei der Auswahl und Bearbeitung von Beiträgen und Texten weiterhin die Oberhand.	3,99	0,799	3,84	0,942	1,47	305	0,15
Publikumsbeteiligung hält die Redaktion von ihrer eigentlichen Aufgabe ab.	2,07	0,956	2,20	1,139	-1,11	291	-0,14
Die Qualität der Publikumsbeiträge und -beteiligung ist zu niedrig.	2,73	1,111	2,86	1,105	-1,06	311	-0,13
Die Reaktionen des Publikums zeigen der Redaktion des <i>Freitag</i> sofort, ob sie die richtigen Themen auswählt und verständlich darstellt.	3,06	1,068	3,10	1,059	-0,27	292	-0,03

Skala reicht von 1 („Stimme überhaupt nicht zu“) bis 5 („Stimme voll und ganz zu“). Hinweis: Skala wurde gegenüber Fragebogen umgepolt. (*) Ohne „Weiß nicht / kann ich nicht sagen“ berechnet.

5.3.2 Geschlecht (0/14)

Tab. 53: Generelle Einschätzung von Partizipation nach Geschlecht

Geschlecht	Weiblich (n=82-109)		Männlich (n=189-217)				Mittl. Diff.
	MW	Std.abw.	MW	Std.abw.	T	df	
Die Bedeutung, die der Beteiligung des Publikums beim <i>Freitag</i> beigemessen wird, ist zu hoch.	2,44	1,072	2,59	1,224	-0,95	282	-0,14
Durch Beteiligung und Mitsprache werden Leser an das Angebot gebunden.	3,33	1,030	3,53	0,920	-1,65	306	-0,19
Die Beteiligung des Publikums hat einen hohen Unterhaltungswert.	3,11	1,090	3,00	1,061	0,86	321	0,11
Die Beteiligung des Publikums macht den <i>Freitag</i> glaubwürdiger.	3,18	1,071	3,42	1,139	-1,83	317	-0,24
Kommentare, Diskussionen und andere Publikumsbeiträge erweitern den <i>Freitag</i> um weitere inhaltliche Facetten.	3,67	1,010	3,70	1,042	-0,24	323	-0,03
Die Verwendung von Inhalten, die Nutzer erstellt haben, dient der Kosteneinsparung.	2,37	1,072	2,59	1,181	-1,47	272	-0,22
Mithilfe der Publikumsbeteiligung will der <i>Freitag</i> neue Zielgruppen gewinnen.	3,40	0,921	3,58	0,956	-1,47	274	-0,18
Die Beteiligung des Publikums macht den Prozess öffentlicher Information und Meinungsäußerung demokratischer.	3,81	1,004	3,60	1,155	1,62	317	0,21
Der Dialog und Austausch mit dem Publikum sind unverzichtbarer Bestandteil des <i>Freitag</i> .	3,70	1,074	3,65	1,141	0,39	313	0,05
Die Machtverhältnisse zwischen Journalisten und Publikum haben sich verändert.	3,42	1,065	3,28	1,148	0,98	280	0,14
Journalisten behalten bei der Auswahl und Bearbeitung von Beiträgen und Texten weiterhin die Oberhand.	4,00	0,821	3,86	0,905	1,29	304	0,14
Publikumsbeteiligung hält die Redaktion von ihrer eigentlichen Aufgabe ab.	2,08	1,019	2,18	1,082	-0,75	288	-0,10
Die Qualität der Publikumsbeiträge und -beteiligung ist zu niedrig.	2,83	1,030	2,79	1,145	0,31	308	0,04
Die Reaktionen des Publikums zeigen der Redaktion des <i>Freitag</i> sofort, ob sie die richtigen Themen auswählt und verständlich darstellt.	3,25	1,012	3,01	1,073	1,81	289	0,24

Skala reicht von 1 („Stimme überhaupt nicht zu“) bis 5 („Stimme voll und ganz zu“). Hinweis: Skala wurde gegenüber Fragebogen umgepolt. (*) Ohne „Weiß nicht / kann ich nicht sagen“ berechnet.

5.3.3 Bildung (0/14)

Tab. 54: Generelle Einschätzung von Partizipation nach Bildung

Bildung	Kein Abitur (n=31-38)		Abitur (n=247-293)				Mittl. Diff.
	MW	Std.abw.	MW	Std.abw.	T	df	
Die Bedeutung, die der Beteiligung des Publikums beim <i>Freitag</i> beigemessen wird, ist zu hoch.	2,50	1,107	2,56	1,189	-0,26	285	-0,06
Durch Beteiligung und Mitsprache werden Leser an das Angebot gebunden.	3,25	0,996	3,50	0,954	-1,47	308	-0,25
Die Beteiligung des Publikums hat einen hohen Unterhaltungswert.	2,84	1,143	3,06	1,062	-1,18	325	-0,22
Die Beteiligung des Publikums macht den <i>Freitag</i> glaubwürdiger.	3,44	1,157	3,33	1,112	0,56	321	0,11
Kommentare, Diskussionen und andere Publikumsbeiträge erweitern den <i>Freitag</i> um weitere inhaltliche Facetten.	3,67	1,042	3,70	1,026	-0,18	327	-0,03
Die Verwendung von Inhalten, die Nutzer erstellt haben, dient der Kosteneinsparung.	2,48	1,262	2,52	1,136	-0,16	276	-0,03
Mithilfe der Publikumsbeteiligung will der <i>Freitag</i> neue Zielgruppen gewinnen.	3,45	1,060	3,54	0,929	-0,48	278	-0,09
Die Beteiligung des Publikums macht den Prozess öffentlicher Information und Meinungsäußerung demokratischer.	3,76	1,051	3,66	1,113	0,52	321	0,10
Der Dialog und Austausch mit dem Publikum sind unverzichtbarer Bestandteil des <i>Freitag</i> .	3,64	1,150	3,68	1,114	-0,20	317	-0,04
Die Machtverhältnisse zwischen Journalisten und Publikum haben sich verändert.	3,06	1,263	3,35	1,109	-1,35	284	-0,29
Journalisten behalten bei der Auswahl und Bearbeitung von Beiträgen und Texten weiterhin die Oberhand.	4,00	0,804	3,90	0,889	0,65	306	0,10
Publikumsbeteiligung hält die Redaktion von ihrer eigentlichen Aufgabe ab.	2,00	1,128	2,16	1,050	-0,82	291	-0,16
Die Qualität der Publikumsbeiträge und -beteiligung ist zu niedrig.	2,57	1,170	2,82	1,099	-1,27	311	-0,25
Die Reaktionen des Publikums zeigen der Redaktion des <i>Freitag</i> sofort, ob sie die richtigen Themen auswählt und verständlich darstellt.	3,22	1,149	3,06	1,049	0,85	292	0,16

Skala reicht von 1 („Stimme überhaupt nicht zu“) bis 5 („Stimme voll und ganz zu“). Hinweis: Skala wurde gegenüber Fragebogen umgepolt. (*) Ohne „Weiß nicht / kann ich nicht sagen“ berechnet.

5.3.4 Überhaupt partizipiert? (5/14)

Tab. 55: Generelle Einschätzung von Partizipation nach Partizipation/Nicht-Partizipation

Partizipation	Nicht partizipiert (n=32-42)		Ja (n=245-288)		T	df	Mittl. Diff.
	MW	Std.abw.	MW	Std.abw.			
Die Bedeutung, die der Beteiligung des Publikums beim <i>Freitag</i> beigemessen wird, ist zu hoch.	3,32	1,249	2,45	1,131	4,19***	285	0,88
Durch Beteiligung und Mitsprache werden Leser an das Angebot gebunden.	3,21	1,122	3,50	0,936	-1,48	39	-0,30
Die Beteiligung des Publikums hat einen hohen Unterhaltungswert.	2,74	1,251	3,08	1,039	-1,67	50	-0,34
Die Beteiligung des Publikums macht den <i>Freitag</i> glaubwürdiger.	3,15	1,350	3,37	1,079	-1,01	46	-0,22
Kommentare, Diskussionen und andere Publikumsbeiträge erweitern den <i>Freitag</i> um weitere inhaltliche Facetten.	3,20	1,167	3,77	0,987	-3,39**	327	-0,57
Die Verwendung von Inhalten, die Nutzer erstellt haben, dient der Kosteneinsparung.	2,58	1,200	2,51	1,144	0,33	276	0,07
Mithilfe der Publikumsbeteiligung will der <i>Freitag</i> neue Zielgruppen gewinnen.	3,73	0,876	3,50	0,949	1,29	278	0,23
Die Beteiligung des Publikums macht den Prozess öffentlicher Information und Meinungsäußerung demokratischer.	3,03	1,349	3,77	1,036	-4,07***	321	-0,74
Der Dialog und Austausch mit dem Publikum sind unverzichtbarer Bestandteil des <i>Freitag</i> .	3,18	1,335	3,74	1,067	-2,53*	45	-0,56
Die Machtverhältnisse zwischen Journalisten und Publikum haben sich verändert.	3,20	1,158	3,34	1,125	-0,68	284	-0,14
Journalisten behalten bei der Auswahl und Bearbeitung von Beiträgen und Texten weiterhin die Oberhand.	4,16	0,789	3,87	0,887	1,87	306	0,28
Publikumsbeteiligung hält die Redaktion von ihrer eigentlichen Aufgabe ab.	2,68	1,319	2,07	1,001	2,59*	38	0,61
Die Qualität der Publikumsbeiträge und -beteiligung ist zu niedrig.	2,92	1,265	2,78	1,085	0,77	311	0,15
Die Reaktionen des Publikums zeigen der Redaktion des <i>Freitag</i> sofort, ob sie die richtigen Themen auswählt und verständlich darstellt.	3,03	1,150	3,09	1,052	-0,28	292	-0,06

Skala reicht von 1 („Stimme überhaupt nicht zu“) bis 5 („Stimme voll und ganz zu“). Hinweis: Skala wurde gegenüber Fragebogen umgepolt. (*) Ohne „Weiß nicht / kann ich nicht sagen“ berechnet.

5.3.5 Aktivitätsgrad (7/14)

Tab. 56: Generelle Einschätzung von Partizipation nach Anzahl genutzter partizipativer Angebote

Anzahl genutzter Features	Eta	Keine	Ein oder zwei	Drei oder mehr	Insgesamt
Die Bedeutung, die der Beteiligung des Publikums beim <i>Freitag</i> beigemessen wird, ist zu hoch.	0,261***	3,32	2,62	2,36	2,55
Durch Beteiligung und Mitsprache werden Leser an das Angebot gebunden.	0,120	3,21	3,41	3,56	3,47
Die Beteiligung des Publikums hat einen hohen Unterhaltungswert.	0,134	2,74	2,95	3,15	3,03
Die Beteiligung des Publikums macht den <i>Freitag</i> glaubwürdiger.	0,166*	3,15	3,12	3,51	3,35
Kommentare, Diskussionen und andere Publikumsbeiträge erweitern den <i>Freitag</i> um weitere inhaltliche Facetten.	0,260***	3,20	3,50	3,91	3,70
Die Verwendung von Inhalten, die Nutzer erstellt haben, dient der Kosteneinsparung.	0,026	2,58	2,53	2,49	2,51
Mithilfe der Publikumsbeteiligung will der <i>Freitag</i> neue Zielgruppen gewinnen.	0,079	3,73	3,48	3,52	3,53
Die Beteiligung des Publikums macht den Prozess öffentlicher Information und Meinungsäußerung demokratischer.	0,254***	3,03	3,57	3,87	3,67
Der Dialog und Austausch mit dem Publikum sind unverzichtbarer Bestandteil des <i>Freitag</i> .	0,223***	3,18	3,49	3,87	3,67
Die Machtverhältnisse zwischen Journalisten und Publikum haben sich verändert.	0,194**	3,20	3,02	3,50	3,32
Journalisten behalten bei der Auswahl und Bearbeitung von Beiträgen und Texten weiterhin die Oberhand.	0,108	4,16	3,90	3,86	3,91
Publikumsbeteiligung hält die Redaktion von ihrer eigentlichen Aufgabe ab.	0,244***	2,68	2,33	1,94	2,14
Die Qualität der Publikumsbeiträge und -beteiligung ist zu niedrig.	0,053	2,92	2,82	2,75	2,80
Die Reaktionen des Publikums zeigen der Redaktion des <i>Freitag</i> sofort, ob sie die richtigen Themen auswählt und verständlich darstellt.	0,101	3,03	2,93	3,17	3,08

Skala reicht von 1 („Stimme überhaupt nicht zu“) bis 5 („Stimme voll und ganz zu“). Hinweis: Skala wurde gegenüber Fragebogen umgepolt. (*) Ohne „Weiß nicht / kann ich nicht sagen“ berechnet.

5.3.6 Treue *Freitag*-Leser (1/14)

Tab. 57: Generelle Einschätzung von Partizipation nach Nutzung des *Freitag*

Regelmäßige Leser	Nein (n=164-200)		Ja (n=112-129)				Mittl. Diff.
	MW	Std.abw.	MW	Std.abw.	T	df	
Die Bedeutung, die der Beteiligung des Publikums beim <i>Freitag</i> beigemessen wird, ist zu hoch.	2,48	1,186	2,65	1,164	1,21	285	0,17
Durch Beteiligung und Mitsprache werden Leser an das Angebot gebunden.	3,44	0,979	3,51	0,935	0,61	308	0,07
Die Beteiligung des Publikums hat einen hohen Unterhaltungswert.	3,08	1,101	2,96	1,026	-0,99	325	-0,12
Die Beteiligung des Publikums macht den <i>Freitag</i> glaubwürdiger.	3,36	1,108	3,32	1,133	-0,31	321	-0,04
Kommentare, Diskussionen und andere Publikumsbeiträge erweitern den <i>Freitag</i> um weitere inhaltliche Facetten.	3,72	1,052	3,66	0,988	-0,53	327	-0,06
Die Verwendung von Inhalten, die Nutzer erstellt haben, dient der Kosteneinsparung.	2,66	1,158	2,30	1,106	-2,54*	276	-0,35
Mithilfe der Publikumsbeteiligung will der <i>Freitag</i> neue Zielgruppen gewinnen.	3,51	0,962	3,55	0,917	0,35	278	0,04
Die Beteiligung des Publikums macht den Prozess öffentlicher Information und Meinungsäußerung demokratischer.	3,61	1,116	3,78	1,083	1,37	321	0,17
Der Dialog und Austausch mit dem Publikum sind unverzichtbarer Bestandteil des <i>Freitag</i> .	3,69	1,172	3,65	1,032	-0,33	317	-0,04
Die Machtverhältnisse zwischen Journalisten und Publikum haben sich verändert.	3,42	1,140	3,19	1,102	-1,66	284	-0,22
Journalisten behalten bei der Auswahl und Bearbeitung von Beiträgen und Texten weiterhin die Oberhand.	3,84	0,903	4,02	0,836	1,76	306	0,18
Publikumsbeteiligung hält die Redaktion von ihrer eigentlichen Aufgabe ab.	2,07	1,083	2,24	1,018	1,29	291	0,16
Die Qualität der Publikumsbeiträge und -beteiligung ist zu niedrig.	2,80	1,137	2,78	1,067	-0,15	311	-0,02
Die Reaktionen des Publikums zeigen der Redaktion des <i>Freitag</i> sofort, ob sie die richtigen Themen auswählt und verständlich darstellt.	3,11	1,091	3,03	1,017	-0,61	292	-0,08

Skala reicht von 1 („Stimme überhaupt nicht zu“) bis 5 („Stimme voll und ganz zu“). Hinweis: Skala wurde gegenüber Fragebogen umgepolt. (*) Ohne „Weiß nicht / kann ich nicht sagen“ berechnet.

6 Gründe für Nicht-Beteiligung

→ Personen, die entweder bei der Frage nach der Nutzung partizipativer Funktionen (vgl. Abschnitt 0) „Keine dieser Möglichkeiten“ angekreuzt hatten ODER bei der Frage nach der Nutzungshäufigkeit angaben, keine der Optionen tatsächlich zumindest mehrmals in der Woche zu nutzen, wurde die folgende Frage nach den Gründen für die Nicht-Beteiligung vorgelegt.

Sie haben auf der vorherigen Seite angegeben, dass Sie sich nicht oder nur sehr selten aktiv an den (Online-)Angeboten des *Freitag* beteiligen. Dafür kann es ja eine Reihe von Gründen geben: Wie sehr treffen die folgenden möglichen Gründe auf Sie persönlich zu?

Tab. 58: Gründe für Nicht-Partizipation

n=42-43	Überhaupt nicht	Eher nicht	Teils/teils	Überwiegend	Voll und ganz	MW	Std. abw.
Weil ich mich nicht registrieren möchte.	11,6	7,0	25,6	23,3	32,6	3,58	1,332
Weil ich technische Probleme beim Hochladen von Dateien bzw. Kommentaren hatte.	74,4	20,9	2,3	0,0	2,3	1,35	0,752
Weil die Funktionen zur Beteiligung zu kompliziert sind.	54,8	26,2	9,5	4,8	4,8	1,79	1,116
Weil ich nicht weiß, ob meine Beiträge gegen Urheberrechte oder weitere Rechte anderer Personen verstoßen.	62,8	25,6	4,7	4,7	2,3	1,58	0,957
Weil ich mich nicht traue, etwas einzusenden oder zu kommentieren.	39,5	37,2	9,3	4,7	9,3	2,07	1,242
Weil es mich nicht interessiert.	32,6	25,6	23,3	2,3	16,3	2,44	1,402
Weil es mir keinen Spaß macht.	20,9	18,6	18,6	20,9	20,9	3,02	1,456
Weil ich nicht mit Leuten diskutieren will, die ich nicht kenne.	34,9	18,6	18,6	9,3	18,6	2,58	1,516
Weil das Niveau der Diskussion zu niedrig ist.	41,9	18,6	25,6	7,0	7,0	2,19	1,258
Weil ich finde, dass der <i>Freitag</i> nicht das richtige Medium für Publikumsbeteiligung ist.	51,2	23,3	16,3	4,7	4,7	1,88	1,138
Weil es zu (zeit-)aufwändig ist.	11,9	16,7	21,4	21,4	28,6	3,38	1,378
Weil ich befürchte, dass es sich negativ auf mein Ansehen auswirken könnte.	55,8	30,2	7,0	2,3	4,7	1,70	1,036
Weil die Nutzer von den Journalisten ohnehin nicht ernst genommen werden.	51,2	27,9	11,6	2,3	7,0	1,86	1,167
Weil die Redaktion sich nicht bei mir zurückmeldet.	73,8	19,0	4,8	0,0	2,4	1,38	0,795
Weil ich mich lieber bei anderen Medien oder Online-Diensten (Foren, Social Media, Mailinglisten) beteilige.	66,7	19,0	9,5	4,8	0,0	1,52	0,862
Weil ich nichts Wichtiges beizutragen habe.	23,3	23,3	25,6	16,3	11,6	2,70	1,319

Hinweis: Skala wurde gegenüber Fragebogen umgepolt.

In einer offenen Frage konnten die Teilnehmer noch weitere Gründe für Nicht-Beteiligung angeben.

Die Nennungen sind in Anhang 1 aufgelistet.

6.1.1 Alter (1/16)

Tab. 59: Gründe für Nicht-Partizipation nach Alter

Alter	Bis 37 Jahre (n=16)		38 J. & älter (n=26-27)				Mittl. Diff.
	MW	Std.abw.	MW	Std.abw.	T	df	
Weil ich mich nicht registrieren möchte.	3,44	1,031	3,67	1,494	-0,59	40	-0,23
Weil ich technische Probleme beim Hochladen von Dateien bzw. Kommentaren hatte.	1,13	0,342	1,48	0,893	-1,86	37	-0,36
Weil die Funktionen zur Beteiligung zu kompliziert sind.	1,63	0,719	1,88	1,306	-0,73	40	-0,26
Weil ich nicht weiß, ob meine Beiträge gegen Urheberrechte oder weitere Rechte anderer Personen verstoßen.	1,56	0,892	1,59	1,010	-0,10	41	-0,03
Weil ich mich nicht traue, etwas einzusenden oder zu kommentieren.	2,25	1,238	1,96	1,255	0,73	41	0,29
Weil es mich nicht interessiert.	2,19	1,167	2,59	1,526	-0,91	41	-0,41
Weil es mir keinen Spaß macht.	2,69	1,493	3,22	1,423	-1,17	41	-0,53
Weil ich nicht mit Leuten diskutieren will, die ich nicht kenne.	2,13	1,310	2,85	1,586	-1,55	41	-0,73
Weil das Niveau der Diskussion zu niedrig ist.	2,19	1,328	2,19	1,241	0,01	41	0,00
Weil ich finde, dass der <i>Freitag</i> nicht das richtige Medium für Publikumsbeteiligung ist.	1,81	1,223	1,93	1,107	-0,31	41	-0,11
Weil es zu (zeit-)aufwändig ist.	3,25	1,238	3,46	1,476	-0,48	40	-0,21
Weil ich befürchte, dass es sich negativ auf mein Ansehen auswirken könnte.	1,63	0,806	1,74	1,163	-0,35	41	-0,12
Weil die Nutzer von den Journalisten ohnehin nicht ernst genommen werden.	1,44	0,512	2,11	1,368	-2,30*	36	-0,67
Weil die Redaktion sich nicht bei mir zurückmeldet.	1,25	0,577	1,46	0,905	-0,83	40	-0,21
Weil ich mich lieber bei anderen Medien oder Online-Diensten (Foren, Social Media, Mailinglisten) beteilige.	1,63	0,885	1,46	0,859	0,59	40	0,16
Weil ich nichts Wichtiges beizutragen habe.	2,69	1,250	2,70	1,382	-0,04	41	-0,02

Skala reicht von 1 („Stimme überhaupt nicht zu“) bis 5 („Stimme voll und ganz zu“). Hinweis: Skala wurde gegenüber Fragebogen umgepolt.

Hinweis: Auf Grund der geringen Fallzahlen wurde zusätzlich ein Mann-Whitney-U-Test durchgeführt, nach dem keine signifikanten Unterschiede bestehen.

6.1.2 Geschlecht (4/16)

Tab. 60: Gründe für Nicht-Partizipation nach Geschlecht

Geschlecht	Weiblich (n=11-12)		Männlich (n=30-31)		T	df	Mittl. Diff.
	MW	Std.abw.	MW	Std.abw.			
Weil ich mich nicht registrieren möchte.	3,25	1,215	3,71	1,371	-1,02	41	-0,46
Weil ich technische Probleme beim Hochladen von Dateien bzw. Kommentaren hatte.	1,08	0,289	1,45	0,850	-2,12*	41	-0,37
Weil die Funktionen zur Beteiligung zu kompliziert sind.	1,36	0,505	1,94	1,237	-2,12*	39	-0,57
Weil ich nicht weiß, ob meine Beiträge gegen Urheberrechte oder weitere Rechte anderer Personen verstoßen.	1,83	1,193	1,48	0,851	1,08	41	0,35
Weil ich mich nicht traue, etwas einzusenden oder zu kommentieren.	2,58	1,505	1,87	1,088	1,73	41	0,71
Weil es mich nicht interessiert.	1,83	0,835	2,68	1,514	-2,32*	36	-0,84
Weil es mir keinen Spaß macht.	2,92	1,379	3,06	1,504	-0,30	41	-0,15
Weil ich nicht mit Leuten diskutieren will, die ich nicht kenne.	2,58	1,621	2,58	1,501	0,01	41	0,00
Weil das Niveau der Diskussion zu niedrig ist.	1,83	1,115	2,32	1,301	-1,15	41	-0,49
Weil ich finde, dass der <i>Freitag</i> nicht das richtige Medium für Publikumsbeteiligung ist.	1,42	0,669	2,06	1,237	-1,71	41	-0,65
Weil es zu (zeit-)aufwändig ist.	2,92	1,379	3,57	1,357	-1,40	40	-0,65
Weil ich befürchte, dass es sich negativ auf mein Ansehen auswirken könnte.	1,58	0,793	1,74	1,125	-0,45	41	-0,16
Weil die Nutzer von den Journalisten ohnehin nicht ernst genommen werden.	1,25	0,452	2,10	1,274	-3,21**	41	-0,85
Weil die Redaktion sich nicht bei mir zurückmeldet.	1,17	0,389	1,47	0,900	-1,51	40	-0,30
Weil ich mich lieber bei anderen Medien oder Online-Diensten (Foren, Social Media, Mailinglisten) beteilige.	1,73	1,104	1,45	0,768	0,91	40	0,28
Weil ich nichts Wichtiges beizutragen habe.	2,17	1,030	2,90	1,375	-1,68	41	-0,74

Skala reicht von 1 („Stimme überhaupt nicht zu“) bis 5 („Stimme voll und ganz zu“). Hinweis: Skala wurde gegenüber Fragebogen umgepolt.

Hinweis: Auf Grund der geringen Fallzahlen wurde zusätzlich ein Mann-Whitney-U-Test durchgeführt. Nach diesem besteht nur beim Item „weil die Nutzer von den Journalisten ohnehin nicht ernst genommen werden.“ ein signifikanter Unterschied (Mann-Whitney-U-Statistik=261,0; $p < .05$).

6.1.3 Bildung

Nicht berechnet wegen zu geringer Fallzahl in der Kategorie „Kein Abitur“ (n=6).

6.1.4 Überhaupt partizipiert?

Nicht berechnet, da nur die „Nicht-Partizipierer“ diese Frage zu sehen bekamen

6.1.5 Aktivitätsgrad

Nicht berechnet, da nur die „Nicht-Partizipierer“ diese Frage zu sehen bekamen

6.1.6 Treue *Freitag*-Leser (2/16)Tab. 61: Gründe für Nicht-Partizipation nach Nutzung von *Der Freitag*

Regelmäßige Leser	Nein (n=22-23)		Ja (n=19-20)				Mittl. Diff.
	MW	Std.abw.	MW	Std.abw.	T	df	
Weil ich mich nicht registrieren möchte.	4,04	1,022	3,05	1,468	-2,60*	41	-0,99
Weil ich technische Probleme beim Hochladen von Dateien bzw. Kommentaren hatte.	1,39	0,941	1,30	0,470	-0,39	41	-0,09
Weil die Funktionen zur Beteiligung zu kompliziert sind.	1,74	1,251	1,84	0,958	0,29	40	0,10
Weil ich nicht weiß, ob meine Beiträge gegen Urheberrechte oder weitere Rechte anderer Personen verstoßen.	1,65	1,071	1,50	0,827	-0,52	41	-0,15
Weil ich mich nicht traue, etwas einzusenden oder zu kommentieren.	2,22	1,506	1,90	0,852	-0,86	36	-0,32
Weil es mich nicht interessiert.	2,39	1,500	2,50	1,318	0,25	41	0,11
Weil es mir keinen Spaß macht.	3,48	1,410	2,50	1,357	-2,31*	41	-0,98
Weil ich nicht mit Leuten diskutieren will, die ich nicht kenne.	2,70	1,579	2,45	1,468	-0,53	41	-0,25
Weil das Niveau der Diskussion zu niedrig ist.	2,22	1,347	2,15	1,182	-0,17	41	-0,07
Weil ich finde, dass der <i>Freitag</i> nicht das richtige Medium für Publikumsbeteiligung ist.	2,09	1,203	1,65	1,040	-1,26	41	-0,44
Weil es zu (zeit-)aufwändig ist.	3,23	1,378	3,55	1,395	0,75	40	0,32
Weil ich befürchte, dass es sich negativ auf mein Ansehen auswirken könnte.	1,74	1,010	1,65	1,089	-0,28	41	-0,09
Weil die Nutzer von den Journalisten ohnehin nicht ernst genommen werden.	1,83	1,072	1,90	1,294	0,20	41	0,07
Weil die Redaktion sich nicht bei mir zurückmeldet.	1,32	0,894	1,45	0,686	0,53	40	0,13
Weil ich mich lieber bei anderen Medien oder Online-Diensten (Foren, Social Media, Mailinglisten) beteilige.	1,65	0,935	1,37	0,761	-1,06	40	-0,28
Weil ich nichts Wichtiges beizutragen habe.	2,39	1,270	3,05	1,317	1,67	41	0,66

Skala reicht von 1 („Stimme überhaupt nicht zu“) bis 5 („Stimme voll und ganz zu“). Hinweis: Skala wurde gegenüber Fragebogen umgepolt.

Hinweis: Auf Grund der geringen Fallzahlen wurde zusätzlich ein Mann-Whitney-U-Test durchgeführt. Nach diesem bestehen signifikante Unterschiede bei den Items „weil ich mich nicht registrieren möchte.“ (Mann-Whitney-U-Statistik=321,5; $p < .05$) und „weil es mir keinen Spaß macht.“ (Mann-Whitney-U-Statistik=318,5; $p < .05$).

7 Einschätzung der Beteiligungsräume

→ Allen Befragten, die in der ersten Frage (vgl. Abschnitt 3) angaben, ein *Freitag*-Angebot mit Kommentarfunktion zu nutzen (Artikel auf *freitag.de*, Nutzercommunity, *Twitter*, *Facebook*, *Google+*, *YouTube*) wurden Fragen zum Kommunikationsverhalten speziell in diesem Kommunikationsraum gestellt. Waren mehr als zwei dieser Räume angegeben, wurden zufällig zwei davon ausgewählt, wobei Artikel auf *freitag.de* (sofern genutzt) immer in die Auswahl genommen wurde.

7.1 Einbringen von Journalisten

Sie haben angegeben, dass Sie zumindest gelegentlich [#Beteiligungsformen_2#]. Dazu nun einige Fragen.

Wenn Sie nun bitte noch einmal an die [Kommentare zu Beiträgen auf/in #Socialmedia_2#] denken, wie sollte sich die Redaktion Ihrer Meinung nach dort verhalten? [fünfstufiges semantisches Differential]

Auf/in #Socialmedia_3# sollten die Journalisten ...

- ... sich ausgiebig an den Diskussionen beteiligen vs. ... sich aus den Diskussionen heraushalten.
- ... die Kommentarbereiche streng moderieren vs. ... die Kommentarbereiche überhaupt nicht moderieren

Tab. 62: Erwartung an Journalistenbeteiligung

	Heraushalten	2	3	4	Ausgiebig beteiligen	MW	Std. abw.
<i>freitag.de</i> (n=277)	3,2	7,6	30,3	35,0	23,8	3,69	1,021
Nutzercommunity (n=54)	1,9	13,0	29,6	25,9	29,6	3,69	1,096
<i>Facebook</i> (n=77)	2,6	14,3	23,4	35,1	24,7	3,65	1,085
<i>Google+</i> (n=4)	0,0	25,0	50,0	25,0	0,0	3,00	0,816
<i>Twitter</i> (n=20)	0,0	10,0	45,0	20,0	25,0	3,60	0,995
<i>YouTube</i> (n=17)	5,9	23,5	41,2	17,6	11,8	3,06	1,088
Nutzerartikel (n=114)	0,9	13,2	34,2	36,8	14,9	3,52	0,933

7.1.1 Alter (1/6)

Tab. 63: Erwartung an Journalistenbeteiligung nach Alter

Alter	Bis 37 Jahre (n=1-146)		38 J. & älter (n=3-131)		T	df	Mittl. Diff.
	MW	Std.abw.	MW	Std.abw.			
<i>freitag.de</i> (n=277)	3,72	1,036	3,65	1,007	0,57	275	0,07
Nutzercommunity (n=54)	4,10	0,995	3,42	1,091	2,28*	52	0,67
<i>Facebook</i> (n=77)	3,57	1,118	3,79	1,031	-0,83	75	-0,21
<i>Google+</i> (n=4)	3,00	-	3,00	1,000	0,00	2	0,00
<i>Twitter</i> (n=20)	3,75	1,035	3,50	1,000	0,54	18	0,25
<i>YouTube</i> (n=17)	3,14	1,345	3,00	0,943	0,26	15	0,14
Nutzerartikel (n=114)	3,49	0,928	3,54	0,946	-0,30	112	-0,05

Die Skala reicht von 1 („heraushalten“) bis 5 („ausgiebig beteiligen“).

7.1.2 Geschlecht (0/6)

Tab. 64: Erwartung an Journalistenbeteiligung nach Geschlecht

Geschlecht	Weiblich (n=2-84)		Männlich (n=2-191)				Mittl. Diff.
	MW	Std.abw.	MW	Std.abw.	T	df	
freitag.de (n=277)	3,85	0,898	3,61	1,065	1,87	186	0,23
Nutzercommunity (n=54)	3,88	0,993	3,58	1,156	0,92	51	0,30
Facebook (n=77)	3,79	1,013	3,54	1,130	0,97	73	0,25
Google+ (n=4)	3,50	0,707	2,50	0,707	1,41	2	1,00
Twitter (n=20)	3,33	0,577	3,65	1,057	-0,49	18	-0,31
YouTube (n=17)	2,83	0,753	3,18	1,250	-0,62	15	-0,35
Nutzerartikel (n=114)	3,62	0,779	3,46	0,984	0,85	111	0,16

Die Skala reicht von 1 („heraushalten“) bis 5 („ausgiebig beteiligen“).

7.1.3 Bildung (0/6)

Tab. 65: Erwartung an Journalistenbeteiligung nach Bildung

Bildung	Kein Abitur (n=1-28)		Abitur (n=4-249)				Mittl. Diff.
	MW	Std.abw.	MW	Std.abw.	T	df	
freitag.de (n=277)	3,96	1,036	3,65	1,017	1,53	275	0,31
Nutzercommunity (n=54)	4,00	1,155	3,66	1,099	0,59	52	0,34
Facebook (n=77)	3,67	0,985	3,65	1,110	0,06	75	0,02
Google+ (n=4)	-	-	3,00	0,816	-	-	-
Twitter (n=20)	5,00	-	3,53	0,964	1,49	18	1,47
YouTube (n=17)	5,00	-	2,94	0,998	2,01	15	2,06
Nutzerartikel (n=114)	3,87	0,915	3,46	0,929	1,56	112	0,40

Die Skala reicht von 1 („heraushalten“) bis 5 („ausgiebig beteiligen“).

7.1.4 Überhaupt partizipiert? (0/6)

Tab. 66: Erwartung an Journalistenbeteiligung nach Partizipation/Nicht-Partizipation

Partizipation	Nicht partizipiert (n=1-32)		Bereits partizipiert (n=47-245)				Mittl. Diff.
	MW	Std.abw.	MW	Std.abw.	T	df	
freitag.de (n=277)	3,38	1,129	3,73	1,001	-1,84	275	-0,35
Nutzercommunity (n=54)	3,29	0,951	3,74	1,113	-1,03	52	-0,46
Facebook (n=77)	4,00	0,816	3,63	1,099	0,66	75	0,37
Google+ (n=4)	-	-	3,00	0,816	-	-	-
Twitter (n=20)	4,00	-	3,58	1,017	0,40	18	0,42
YouTube (n=17)	-	-	3,06	1,088	-	-	-
Nutzerartikel (n=114)	3,50	0,889	3,52	0,947	-0,09	112	-0,02

Die Skala reicht von 1 („heraushalten“) bis 5 („ausgiebig beteiligen“).

7.1.5 Aktivitätsgrad (0/6)

Tab. 67: Erwartung an Journalistenbeteiligung nach Anzahl genutzter Features

Anzahl genutzter Features	Eta	Keine	Ein oder zwei	Drei oder mehr	Insgesamt
<i>freitag.de</i> (n=277)	0,112	3,38	3,76	3,71	3,69
Nutzercommunity (n=54)	0,185	3,29	3,94	3,65	3,69
<i>Facebook</i> (n=77)	0,091	4,00	3,55	3,67	3,65
<i>Google+</i> (n=4)	0,816	-	2,00	3,33	3,00
<i>Twitter</i> (n=20)	0,408	4,00	2,67	3,75	3,60
<i>YouTube</i> (n=17)	0,267	-	3,67	2,93	3,06
Nutzerartikel (n=114)	0,082	3,50	3,43	3,60	3,52

Die Skala reicht von 1 („heraushalten“) bis 5 („ausgiebig beteiligen“).

7.1.6 Treue *Freitag*-Leser 20 Uhr (0/6)

Tab. 68: Erwartung an Journalistenbeteiligung nach Nutzung des *Freitag*

Regelmäßige Leser	Nein (n=1-171)		Ja (n=3-106)		T	df	Mittl. Diff.
	MW	Std.abw.	MW	Std.abw.			
<i>freitag.de</i> (n=277)	3,73	1,046	3,62	0,980	-0,81	275	-0,10
Nutzercommunity (n=54)	3,81	1,215	3,44	0,784	-1,32	48	-0,36
<i>Facebook</i> (n=77)	3,73	1,036	3,50	1,171	-0,91	75	-0,23
<i>Google+</i> (n=4)	4,00		2,67	0,577	-2,00	2	-1,33
<i>Twitter</i> (n=20)	3,20	0,789	4,00	1,054	1,92	18	0,80
<i>YouTube</i> (n=17)	3,31	1,032	2,25	0,957	-1,82	15	-1,06
Nutzerartikel (n=114)	3,55	0,932	3,47	0,944	-0,47	112	-0,08

Die Skala reicht von 1 („heraushalten“) bis 5 („ausgiebig beteiligen“).

7.2 Erwartung an Moderation

Tab. 69: Erwartung an Moderation

	Überhaupt nicht	2	3	4	Streng	MW	Std. abw.
<i>freitag.de</i> (n=277)	7,9	25,3	39,0	19,9	7,9	2,95	1,043
Nutzercommunity (n=52)	11,5	32,7	32,7	11,5	11,5	2,79	1,160
Facebook (n=77)	13,0	16,9	46,8	15,6	7,8	2,88	1,076
Google+ (n=4)	0,0	50,0	50,0	0,0	0,0	2,50	0,577
[für Twitter nicht gestellt]	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	--	--
YouTube (n=16)	12,5	25,0	31,3	18,8	12,5	2,94	1,237
Nutzerartikel (n=114)	11,4	28,1	30,7	25,4	4,4	2,83	1,072

7.2.1 Alter (0/6)

Tab. 70: Erwartung an Moderation nach Alter

Alter	Bis 37 Jahre (n=1-146)		38 J. & älter (n=3-131)				Mittl. Diff.
	MW	Std.abw.	MW	Std.abw.	T	df	
<i>freitag.de</i> (n=277)	2,98	1,007	2,91	1,085	0,57	275	0,07
Nutzercommunity (n=52)	2,76	1,221	2,81	1,138	-0,13	50	-0,04
Facebook (n=77)	2,92	1,057	2,82	1,124	0,38	75	0,10
Google+ (n=4)	3,00	-	2,33	,577	1,00	2	0,67
[für Twitter nicht gestellt]	-	-	-	-	-	-	-
YouTube (n=16)	3,29	1,380	2,67	1,118	0,99	14	0,62
Nutzerartikel (n=114)	2,91	1,040	2,75	1,106	0,79	112	0,16

Die Skala reicht von 5 („streng moderieren“) bis 1 („überhaupt nicht moderieren“).

7.2.2 Geschlecht (1/6)

Tab. 71: Erwartung an Moderation nach Geschlecht

Geschlecht	Weiblich (n=2-84)		Männlich (n=2-191)				Mittl. Diff.
	MW	Std.abw.	MW	Std.abw.	T	df	
<i>freitag.de</i> (n=277)	3,12	1,069	2,86	1,017	1,89	273	0,26
Nutzercommunity (n=52)	3,00	1,317	2,71	1,100	0,81	49	0,29
Facebook (n=77)	3,21	1,048	2,63	1,019	2,36*	73	0,58
Google+ (n=4)	2,50	0,707	2,50	0,707	0,00	2	0,00
[für Twitter nicht gestellt]	-	-	-	-	-	-	-
YouTube (n=16)	3,00	0,894	2,90	1,449	0,15	14	0,10
Nutzerartikel (n=114)	2,97	1,087	2,77	1,074	0,90	111	0,20

Die Skala reicht von 5 („streng moderieren“) bis 1 („überhaupt nicht moderieren“).

7.2.3 Bildung (0/6)

Tab. 72: Erwartung an Moderation nach Bildung

Bildung	Kein Abitur (n=1-28)		Abitur (n=4-249)		T	df	Mittl. Diff.
	MW	Std.abw.	MW	Std.abw.			
freitag.de (n=277)	2,86	1,113	2,96	1,037	-0,47	275	-0,10
Nutzercommunity (n=52)	3,33	0,577	2,76	1,182	0,84	50	0,58
Facebook (n=77)	2,75	1,055	2,91	1,086	-0,46	75	-0,16
Google+ (n=4)	-	-	2,50	0,577	-	-	-
[für Twitter nicht gestellt]	-	-	-	-	-	-	-
YouTube (n=16)	1,00	-	3,07	1,163	-1,72	14	-2,07
Nutzerartikel (n=114)	2,93	1,100	2,82	1,073	0,39	112	0,12

Die Skala reicht von 5 („streng moderieren“) bis 1 („überhaupt nicht moderieren“).

7.2.4 Überhaupt partizipiert? (1/6)

Tab. 73: Erwartung an Moderation nach Partizipation/Nicht-Partizipation

Partizipation	Nicht partizipiert (n=4-32)		Bereits partizipiert (n=4-245)		T	df	Mittl. Diff.
	MW	Std.abw.	MW	Std.abw.			
freitag.de (n=277)	3,34	1,096	2,89	1,027	2,31*	275	0,45
Nutzercommunity (n=52)	3,29	0,951	2,71	1,180	1,22	50	0,57
Facebook (n=77)	3,75	0,957	2,84	1,067	1,67	75	0,91
Google+ (n=4)	-	-	2,50	0,577	-	-	-
[für Twitter nicht gestellt]	-	-	-	-	-	-	-
YouTube (n=16)	-	-	2,94	1,237	-	-	-
Nutzerartikel (n=114)	3,10	1,021	2,78	1,079	1,23	112	0,32

Die Skala reicht von 5 („streng moderieren“) bis 1 („überhaupt nicht moderieren“).

7.2.5 Aktivitätsgrad (1/6)

Tab. 74: Erwartung an Moderation nach Anzahl genutzter Features

Anzahl genutzter Features	Eta	Keine	Ein oder zwei	Drei oder mehr	Insgesamt
freitag.de (n=277)	0,158*	3,34	3,01	2,83	2,95
Nutzercommunity (n=52)	0,208	3,29	2,93	2,61	2,79
Facebook (n=77)	0,191	3,75	2,86	2,82	2,88
Google+ (n=4)	0,577	-	2,00	2,67	2,50
[für Twitter nicht gestellt]	-	-	-	-	-
YouTube (n=16)	0,025	-	3,00	2,92	2,94
Nutzerartikel (n=114)	0,151	3,10	2,90	2,67	2,83

Die Skala reicht von 5 („streng moderieren“) bis 1 („überhaupt nicht moderieren“).

7.2.6 Treue *Freitag*-Leser 20 Uhr (0/6)

Tab. 75: Erwartung an Moderation nach Nutzung des *Freitag*

Regelmäßige Leser	Nein (n=1-171)		Ja (n=3-106)				Mittl. Diff.
	MW	Std.abw.	MW	Std.abw.	T	df	
<i>freitag.de</i> (n=277)	2,87	1,021	3,07	1,071	1,51	275	0,19
Nutzercommunity (n=52)	2,67	1,171	3,06	1,124	1,14	50	0,40
<i>Facebook</i> (n=77)	2,82	0,882	3,00	1,361	0,64	40	0,18
<i>Google+</i> (n=4)	2,00	-	2,67	0,577	1,00	2	0,67
[für <i>Twitter</i> nicht gestellt]	-	-	-	-	0,57	14	0,42
<i>YouTube</i> (n=16)	2,83	1,267	3,25	1,258	-1,71	112	-0,35
Nutzerartikel (n=114)	2,97	1,057	2,62	1,072	1,51	275	0,19

Die Skala reicht von 5 („streng moderieren“) bis 1 („überhaupt nicht moderieren“).

7.3 Bewertung der Kommentare und Beiträge von Lesern/Nutzern

Und wie würden Sie die Kommentare anderer Nutzer auf/in/zu #Socialmedia_4# im Großen und Ganzen beschreiben?

Die Kommentare anderer Nutzer sind im Großen und Ganzen...

Tab. 76: Einschätzung von Nutzerkommentaren in verschiedenen Partizipationsräumen

	Zu Beiträgen der Redaktion auf <i>freitag.de</i> (n=304-306)		Zu Nutzerartikeln auf <i>freitag.de</i> (n=122)		In der Nutzer-Community (n=57-58)		Auf <i>Facebook</i> (n=77-78)		Auf <i>Google+</i> (n=2)		Auf <i>Twitter</i> (n=15-16)		Auf <i>YouTube</i> (n=14)	
	MW	Std. abw.	MW	Std. abw.	MW	Std. abw.	MW	Std. abw.	MW	Std. abw.	MW	Std. abw.	MW	Std. abw.
Sachlich formuliert	3,23	0,839	3,24	0,793	3,00	0,982	3,00	0,837	3,00	0,000	3,44	0,814	2,64	0,842
Eine hilfreiche Ergänzung zu den Artikeln	3,33	0,909	3,29	0,857	3,26	0,983	2,97	0,917	3,00	0,000	3,50	0,894	2,71	0,994
Glaubwürdig	3,31	0,793	3,30	0,800	3,21	0,840	3,12	0,720	3,50	0,707	3,31	0,704	2,79	0,975
Qualitativ hochwertig	2,95	0,781	3,01	0,755	2,84	0,854	2,69	0,847	2,50	0,707	3,13	0,500	2,43	0,852
Informativ	3,30	0,894	3,30	0,869	3,14	0,963	2,90	0,815	3,00	0,000	3,67	1,047	2,86	0,949

Die Skala reichte von 1 („Stimme überhaupt nicht zu“) bis 5 („Stimme voll und ganz zu“).

Für diejenigen Befragten, die Nutzerkommentare zu redaktionellen Beiträgen auf *freitag.de* sowie in einem weiteren Kanal beurteilt hatten, wurden T-Tests für gepaarte Stichproben berechnet (für andere Kombinationen lagen keine gepaarten Werte vor):

Tab. 77: T-Test der gepaarten Stichproben: „zu Beiträgen der Redaktion auf *freitag.de*“ vs. „zu Nutzerartikeln auf *freitag.de*“

n=117	Zu Beiträgen der Redaktion auf <i>freitag.de</i>		Zu Nutzerartikeln auf <i>freitag.de</i>		T
	MW	Std. abw.	MW	Std. abw.	
Sachlich formuliert	3,32	0,786	3,24	0,806	1,482
Eine hilfreiche Ergänzung zu den Artikeln	3,37	0,887	3,28	0,869	1,634
Glaubwürdig	3,34	0,811	3,29	0,810	1,135
Qualitativ hochwertig	3,00	0,754	3,02	0,765	-0,446
Informativ	3,38	0,858	3,30	0,874	1,628

*p<.05; **p<.01; ***p<.001

Tab. 78: T-Test der gepaarten Stichproben: „zu Beiträgen der Redaktion auf *freitag.de*“ vs. „in der Nutzer-Community“

n=56-57	Zu Beiträgen der Redaktion auf <i>freitag.de</i>		In der Nutzer-Community		T
	MW	Std. abw.	MW	Std. abw.	
Sachlich formuliert	3,13	0,896	3,04	0,953	1,218
Eine hilfreiche Ergänzung zu den Artikeln	3,21	0,940	3,30	0,944	-1,299
Glaubwürdig	3,21	0,803	3,25	0,792	-0,814
Qualitativ hochwertig	2,88	0,788	2,88	0,833	0,000
Informativ	3,25	0,837	3,18	0,936	1,272

*p<.05; **p<.01; ***p<.001

Tab. 79: T-Test der gepaarten Stichproben: „zu Beiträgen der Redaktion auf *freitag.de*“ vs. „auf Facebook“

n=64	Zu Beiträgen der Redaktion auf <i>freitag.de</i>		Auf Facebook		T
	MW	Std. abw.	MW	Std. abw.	
Sachlich formuliert**	3,16	0,801	2,88	0,826	3,211
Eine hilfreiche Ergänzung zu den Artikeln***	3,31	0,852	2,92	0,931	4,179
Glaubwürdig**	3,33	0,668	3,06	0,710	3,277
Qualitativ hochwertig***	2,91	0,706	2,58	0,832	3,797
Informativ**	3,13	0,787	2,86	0,814	3,409

*p<.05; **p<.01; ***p<.001

Befragte, die angegeben hatten, die gedruckte Zeitung zu lesen, wurden (zudem) gebeten, auch die dort vorkommenden Leserbeiträge zu bewerten:

An manchen Stellen in der gedruckten Zeitung kommen auch Leser zu Wort, z.B. auf der Leserbrief-Seite („Post“). Wie würden Sie diese Beiträge im Großen und Ganzen beschreiben?
Die Beiträge und Kommentare anderer Leser oder Nutzer, die in der Zeitung vorkommen, sind im Großen und Ganzen ...

Befragte, die angegeben hatten, die Artikel/Blog-Beiträge von Nutzern auf *freitag.de* zu lesen, wurden (zudem) gebeten, auch diese zu bewerten:

Sie haben angegeben, auch Artikel von Mitgliedern der Nutzer-Community auf *freitag.de* zu lesen. Wie würden Sie diese Artikel im Großen und Ganzen beschreiben?
Die Artikel von Mitgliedern der Nutzer-Community sind im Großen und Ganzen...

Tab. 80: Einschätzung von Nutzerbeiträgen/-artikeln (alle Befragten)

	In der Printausgabe (n=227-230)		Auf <i>freitag.de</i> (n=282-283)	
	MW	Std. abw.	MW	Std. abw.
Sachlich formuliert	3,44	0,845	3,46	0,768
Eine hilfreiche Ergänzung zu den Artikeln	3,60	1,009	3,74	0,893
Glaubwürdig	3,53	0,843	3,57	0,806
Qualitativ hochwertig	3,10	0,905	3,19	0,826
Informativ	3,41	0,955	3,62	0,852

Für diejenigen Befragten, die Nutzerartikel-/beiträge auf beiden Kanälen beurteilt hatten, wurden T-Tests für gepaarte Stichproben berechnet:

Tab. 81: Einschätzung von Nutzerbeiträgen/-artikeln (nur Befragte, die Print und Online bewerteten)

	In der Printausgabe		Auf <i>freitag.de</i>	
	MW	Std. abw.	MW	Std. abw.
Sachlich formuliert (n=186)	3,48	0,827	3,43	0,777
Eine hilfreiche Ergänzung zu den Artikeln (n=187)	3,70	0,948	3,76	0,915
Glaubwürdig (n=186)	3,62	0,831	3,59	0,815
Qualitativ hochwertig (n=187)	3,17	0,898	3,17	0,812
Informativ (n=184)*	3,50	0,911	3,60	0,862

*p<.05 **p<.01 ***p<.001

7.3.1 Alter

Keine signifikanten Unterschiede in der Beurteilung der Leser-/Nutzerbeiträge zwischen den Altersgruppen für *freitag.de*, *Twitter*, *YouTube*, *Facebook*-Seite, *Google+*-Seite und Nutzer-Blog.

Tab. 82: Einschätzung von Nutzerbeiträgen auf Nutzercommunity nach Altersgruppen

Zwei Altersgruppen	Bis 37 (1975 und jünger)	Ab 38 (vor 1975)	Insgesamt
Sachlich formuliert *	3,09	2,94	3,00
Hilfreiche Ergänzung zum Ursprungsartikel	3,43	3,14	3,26
Glaubwürdig	3,39	3,09	3,21
Qualitativ hochwertig	3,00	2,74	2,84
Informativ	3,22	3,09	3,14

Die Skala reichte von 5 („Stimme voll und ganz zu“) bis 1 („Stimme überhaupt nicht zu“). *p<.05 **p<.01 ***p<.001

Tab. 83: Einschätzung von Nutzerbeiträgen nach Altersgruppen

Zwei Altersgruppen	Bis 37 (1975 und jünger)	Ab 38 (vor 1975)	Insgesamt
Sachlich formuliert	3,35	3,12	3,24
Hilfreiche Ergänzung zum Ursprungsartikel *	3,45	3,12	3,29
Glaubwürdig	3,34	3,25	3,30
Qualitativ hochwertig	3,13	2,88	3,01
Informativ	3,37	3,22	3,30

Die Skala reichte von 5 („Stimme voll und ganz zu“) bis 1 („Stimme überhaupt nicht zu“). *p<.05 **p<.01 ***p<.001

Tab. 84: Einschätzung von Print-Nutzerbeiträgen nach Altersgruppen

Zwei Altersgruppen	Bis 37 (1975 und jünger)	Ab 38 (vor 1975)	Insgesamt
Sachlich formuliert	3,49	3,40	3,44
Hilfreiche Ergänzung zum Ursprungsartikel	3,74	3,46	3,60
Glaubwürdig *	3,64	3,41	3,53
Qualitativ hochwertig *	3,25	2,95	3,10
Informativ	3,56	3,25	3,41

Die Skala reichte von 5 („Stimme voll und ganz zu“) bis 1 („Stimme überhaupt nicht zu“). *p<.05 **p<.01 ***p<.001

7.3.2 Geschlecht

Keine signifikanten Unterschiede in der Beurteilung der Leser-/Nutzerbeiträge zwischen den Geschlechtern für *freitag.de*, Nutzercommunity, *Twitter*, *YouTube*, *Google+*, Nutzerbeiträge und Print-Ausgabe.

Tab. 85: Einschätzung von Nutzerbeiträgen auf Facebook-Seite nach Geschlecht

Geschlecht	Weiblich	Männlich	Insgesamt
Sachlich formuliert *	2,97	3,00	3,00
Hilfreiche Ergänzung zum Ursprungsartikel *	3,00	2,96	2,97
Glaubwürdig	2,97	3,22	3,12
Qualitativ hochwertig	2,77	2,63	2,69
Informativ	2,87	2,91	2,90

Die Skala reichte von 5 („Stimme voll und ganz zu“) bis 1 („Stimme überhaupt nicht zu“). *p<.05 **p<.01 ***p<.001

Tab. 86: Einschätzung von Nutzerbeiträgen auf Nutzer-Blog nach Geschlecht

Geschlecht	Weiblich	Männlich	Insgesamt
Sachlich formuliert *	3,37	3,51	3,46
Hilfreiche Ergänzung zum Ursprungsartikel *	3,68	3,78	3,74
Glaubwürdig	3,54	3,59	3,57
Qualitativ hochwertig	3,19	3,20	3,19
Informativ	3,63	3,62	3,62

Die Skala reichte von 5 („Stimme voll und ganz zu“) bis 1 („Stimme überhaupt nicht zu“). *p<.05 **p<.01 ***p<.001

7.3.3 Bildung

Keine signifikanten Unterschiede in der Beurteilung der Nutzerbeiträge nach dem Bildungsgrad für *freitag.de*, Nutzercommunity, *Twitter*, *YouTube*, Nutzerbeiträge und *Google+*-Seite.

Tab. 87: Einschätzung von Nutzerbeiträgen auf Facebook-Seite nach Bildungsgrad

Bildung	Kein Abitur	Abitur	Insgesamt
Sachlich formuliert	3,42	2,92	3,00
Hilfreiche Ergänzung zum Ursprungsartikel	3,33	2,91	2,97
Glaubwürdig	3,17	3,11	3,12
Qualitativ hochwertig **	3,17	2,60	2,69
Informativ ***	3,00	2,88	2,90

Die Skala reichte von 5 („Stimme voll und ganz zu“) bis 1 („Stimme überhaupt nicht zu“). *p<.05 **p<.01 ***p<.001

Tab. 88: Einschätzung von Nutzerbeiträgen auf Nutzer-Blog nach Bildungsgrad

Bildung	Kein Abitur	Abitur	Insgesamt
Sachlich formuliert *	3,79	3,42	3,46
Hilfreiche Ergänzung zum Ursprungsartikel *	3,82	3,73	3,74
Glaubwürdig	3,64	3,56	3,57
Qualitativ hochwertig	3,45	3,16	3,19
Informativ	3,82	3,60	3,62

Die Skala reichte von 5 („Stimme voll und ganz zu“) bis 1 („Stimme überhaupt nicht zu“). *p<.05 **p<.01 ***p<.001

7.3.4 Überhaupt partizipiert?

Keine signifikanten Unterschiede in der Beurteilung der Nutzerbeiträge durch Befragte, die schon einmal irgendwie partizipiert haben, und solchen, für die das nicht gilt, für *freitag.de*, Nutzercommunity, *Google+*, *Twitter*, Print, Nutzer-Blog und den *YouTube*-Kanal von *Der Freitag*.

Tab. 89: Einschätzung von Nutzerbeiträgen auf Facebook nach Partizipation/Nicht-Partizipation

Schon mal irgendwie partizipiert?	Nein	Ja	Insgesamt
Sachlich formuliert	3,79	3,42	3,00
Hilfreiche Ergänzung zum Ursprungsartikel	3,82	3,73	2,97
Glaubwürdig *	3,64	3,56	3,12
Qualitativ hochwertig	3,45	3,16	2,69
Informativ	3,82	3,60	2,90

Die Skala reichte von 5 („Stimme voll und ganz zu“) bis 1 („Stimme überhaupt nicht zu“). *p<.05 **p<.01 ***p<.001

Tab. 90: Einschätzung von Nutzerbeiträgen nach Partizipation/Nicht-Partizipation

Schon mal irgendwie partizipiert?	Nein	Ja	Insgesamt
Sachlich formuliert	3,10	3,27	3,24
Hilfreiche Ergänzung zum Ursprungsartikel	3,14	3,32	3,29
Glaubwürdig *	3,33	3,29	3,30
Qualitativ hochwertig	2,90	3,03	3,01
Informativ	2,95	3,37	3,30

Die Skala reichte von 5 („Stimme voll und ganz zu“) bis 1 („Stimme überhaupt nicht zu“). *p<.05 **p<.01 ***p<.001

7.3.5 Aktivitätsgrad

Keine signifikanten Unterschiede in der Beurteilung der Nutzerbeiträge nach der Anzahl der genutzten partizipativen Angebote für *freitag.de*, Nutzercommunity, *Facebook*, Nutzerbeiträge, Nutzer-Blog und für den *YouTube*-Kanal.

Tab. 91: Einschätzung von Nutzerbeiträgen auf Twitter nach Anzahl genutzter partizipativer Angebote

Anzahl genutzter Features	Keine	Ein oder zwei	Drei oder mehr	Insgesamt
Sachlich formuliert **	-	2,00	3,64	3,44
Hilfreiche Ergänzung zum Ursprungsartikel **	-	2,00	3,71	3,50
Glaubwürdig	-	2,50	3,43	3,31
Qualitativ hochwertig	-	2,50	3,21	3,13
Informativ	-	2,50	3,85	3,67

Die Skala reichte von 5 („Stimme voll und ganz zu“) bis 1 („Stimme überhaupt nicht zu“). *p<.05 **p<.01 ***p<.001

Tab. 92: Einschätzung von Nutzerbeiträgen in der Print-Ausgabe nach Anzahl genutzter partizipativer Angebote

Anzahl genutzter Features	Keine	Ein oder zwei	Drei oder mehr	Insgesamt
Sachlich formuliert **	3,68	3,15	3,53	3,44
Hilfreiche Ergänzung zum Ursprungsartikel *	3,21	3,53	3,73	3,60
Glaubwürdig *	3,50	3,31	3,64	3,53
Qualitativ hochwertig *	3,07	2,85	3,23	3,10
Informativ *	3,00	3,34	3,53	3,41

Die Skala reichte von 5 („Stimme voll und ganz zu“) bis 1 („Stimme überhaupt nicht zu“). *p<.05 **p<.01 ***p<.001

7.3.6 Treue Freitag-Leser

Keine signifikanten Unterschiede in der Beurteilung der Nutzerbeiträge nach der Treue der Freitag-Leser für *freitag.de*, Facebook, Twitter, Google+, Nutzer-Blog und für den YouTube-Kanal.

Tab. 93: Einschätzung von Nutzerbeiträgen auf der Nutzercommunity nach Treue der Freitag-Leser.

Regelmäßige Leser	Nein	Ja	Insgesamt
Sachlich formuliert	3,03	2,94	3,00
Hilfreiche Ergänzung zum Ursprungsartikel	3,36	3,05	3,26
Glaubwürdig *	3,28	3,06	3,21
Qualitativ hochwertig	2,97	2,58	2,84
Informativ	3,28	2,84	3,14

Die Skala reichte von 5 („Stimme voll und ganz zu“) bis 1 („Stimme überhaupt nicht zu“). *p<.05 **p<.01 ***p<.001

Tab. 94: Einschätzung von Nutzerbeiträgen nach Treue der Freitag-Leser.

Regelmäßige Leser	Nein	Ja	Insgesamt
Sachlich formuliert	3,20	3,29	3,24
Hilfreiche Ergänzung zum Ursprungsartikel	3,30	3,27	3,29
Glaubwürdig	3,30	3,29	3,30
Qualitativ hochwertig	3,03	2,98	3,01
Informativ **	3,36	3,19	3,30

Die Skala reichte von 5 („Stimme voll und ganz zu“) bis 1 („Stimme überhaupt nicht zu“). *p<.05 **p<.01 ***p<.001

Tab. 95: Einschätzung von Nutzerbeiträgen in der Print-Ausgabe nach Treue der Freitag-Leser.

Regelmäßige Leser	Nein	Ja	Insgesamt
Sachlich formuliert	3,43	3,46	3,44
Hilfreiche Ergänzung zum Ursprungsartikel	3,64	3,58	3,60
Glaubwürdig *	3,48	3,56	3,53
Qualitativ hochwertig **	3,06	3,13	3,10
Informativ	3,42	3,40	3,41

Die Skala reichte von 5 („Stimme voll und ganz zu“) bis 1 („Stimme überhaupt nicht zu“). *p<.05 **p<.01 ***p<.001

8 Beteiligung

Alle Befragten, die bestimmte Formen der aktiven Beteiligung zumindest selten nutzen (vgl. Abschnitt 4.3), wurden in einen Block mit Fragen gelenkt, die jeweils auf diese Form der Partizipation angepasst waren. Dieser Block wurde als bis zu drei Mal durchlaufen („Loop I“). Die Partizipationsformen, Filterbedingungen und Anzahl der Befragten in jedem Block lassen sich Tab. 96 entnehmen. Aufgrund der sehr niedrigen Fallzahlen für *YouTube*, *Google+*, *Twitter* und Leserpost werden die entsprechenden Werte im Folgenden nicht ausgewiesen.

Tab. 96: Übersicht über Varianten in Loop I

	n	Anteil an allen Befragten in %
Immer angezeigt, wenn angekreuzt		
Senden von Briefen, E-Mails, Faxen und/oder Nachrichten über das Kontaktformular an die Redaktion des <i>Freitag</i> (Leserpost)	5	1,5
Komentieren von Artikeln auf <i>freitag.de</i>	75	21,8
Falls mehr als eine der folgenden Formen angekreuzt, zufällige Auswahl von einer Variante		
Komentieren von Beiträgen auf der <i>Facebook</i> -Seite des <i>Freitag</i>	61	17,7
Reagieren auf Tweets des <i>Freitag</i>	5	1,5
Komentieren von Videos im <i>YouTube</i> -Kanal des <i>Freitag</i>	1	0,3
Komentieren von Beiträgen auf der <i>Google+</i> - Seite des <i>Freitag</i>	1	0,3
Beiträge in der Lesercommunity verfassen	32	9,3

8.1 Anonymität/Realname

Sie haben angegeben, dass Sie zumindest gelegentlich **#Beteiligungsform_2#**. Dazu nun einige Fragen. Geben Sie normalerweise Ihren echten Namen oder ein Pseudonym an, wenn Sie **#Beteiligungsform_2#**?

Tab. 97: Nutzung von Klarnamen oder Pseudonym (in %)

n=31-73	Echter Name	Pseudonym
<i>freitag.de</i> (n=75)	26,0	74,0
<i>Facebook</i> (n=61)	59,0	41,0
Beiträge in Lesercommunity (n=32)	32,2	67,7

8.1.1 Alter

Tab. 98: Nutzung von Klarnamen oder Pseudonym nach Alter

Alter	Bis 37 (1975 und jünger)		Ab 38 (vor 1975)	
	Echter Name	Pseudonym	Echter Name	Pseudonym
freitag.de (n=73)	40	60	20,8	79,2
Facebook (n=61)	46,4	53,6	69,7	30,3
Lesercommunity (n=31)	62,5	37,5	21,7	78,3

8.1.2 Geschlecht

Tab. 99: Nutzung von Klarnamen oder Pseudonym nach Geschlecht

Geschlecht	Weiblich		Männlich	
	Echter Name	Pseudonym	Echter Name	Pseudonym
freitag.de (n=72)	40	60	21,2	78,8
Facebook (n=61)	57,1	42,9	60,6	39,4
Beiträge in Lesercommunity (n=30)	75,0	25,0	26,9	73,1

8.1.3 Bildung

Tab. 100: Nutzung von Klarnamen oder Pseudonym nach Bildung

Bildung	Kein Abitur		Abitur	
	Echter Name	Pseudonym	Echter Name	Pseudonym
freitag.de (n=75)	44,4	55,6	23,4	76,6
Facebook (n=61)	55,6	44,4	59,6	40,4
Beiträge in Lesercommunity (n=32)	33,3	66,7	32,1	67,9

8.1.4 Überhaupt partizipiert?

Frage wurde Nicht-Partizipierern nicht angezeigt.

8.1.5 Aktivitätsgrad

Tab. 101: Nutzung von Klarnamen oder Pseudonym nach Anzahl genutzter partizipativer Angebote

Anzahl genutzter Features	Keine		Ein oder zwei		Drei oder mehr	
	Echter Name	Pseudonym	Echter Name	Pseudonym	Echter Name	Pseudonym
freitag.de (n=73)	-	-	14,3	85,7	28,8	71,2
Facebook (n=61)	-	-	33,3	66,7	60,3	39,7
Beiträge in Lesercommunity (n=31)	-	-	0	100	37	63

8.1.6 Treue Freitag-Leser

Tab. 102: Nutzung von Klarnamen oder Pseudonym nach Nutzung von *Der Freitag*

Regelmäßige Leser	Nein		Ja	
	Echter Name	Pseudonym	Echter Name	Pseudonym
<i>freitag.de</i> (n=75)	43,3	56,7	14	86
<i>Facebook</i> (n=61)	66,7	33,3	54,1	45,9
Beiträge in Lesercommunity (n=32)	54,5	45,5	20	80

8.2 Bezugsnahme und Fürsprache

Auf Grund der teilweise sehr niedrigen Fallzahlen (Leserpost: n=5; Twitter: n=5; YouTube: n=1; Google+: n=1), werden im Folgenden nur die Auswertungen für *freitag.de*, Facebook und die Nutzercommunity gezeigt.

An wen richten Sie Ihre Beiträge in der Regel, wenn Sie **#Beteiligungsform_2#**?

[Mehrfachantworten möglich]

Tab. 103: Adressaten von Beiträgen

	<i>freitag.de</i> (n=75)	Facebook (n=61)	Nutzer-Community (n=32)
An den <i>Freitag</i> im Allgemeinen	41,3	52,5	25,0
An die Chefredaktion	9,3	9,4	6,3
An weitere, einzelne Journalisten der Redaktion	61,3	27,9	12,5
An die allgemeine, breite Öffentlichkeit	49,3	63,9	78,1
An andere Leser, Nutzer oder Kommentatoren des <i>Freitag</i>	78,7	67,2	78,1
An andere Personen oder Gruppen	4,0	8,2	-

Und für wen sprechen Sie in der Regel, d.h. wessen Interessen wollen Sie vertreten, wenn Sie **#Beteiligungsform_2#**? [Mehrfachantworten möglich]

Tab. 104: Fürsprache in Beiträgen

	<i>freitag.de</i> (n=75)	Facebook (n=61)	Nutzer-Community (n=32)
Für mich selbst	97,3	93,4	93,8
Für eine bestimmte Bevölkerungsgruppe	16,0	24,6	15,6
Für eine bestimmte Organisation oder einen Interessenverband	4,0	9,8	3,1
Für die Allgemeinheit	22,7	27,9	25,0
Für jemand anderes	4,0	6,6	-

8.3 Motive für Beteiligung

Die Frage nach den Motiven für Beteiligung wurde nur für eine der ausgeübten Beteiligungspraktiken gestellt, wobei „Kommentieren auf *freitag.de*“ immer angezeigt wurde, sofern es praktiziert wird.

Daher sind die Fallzahlen für andere Praktiken (Leserpost, *Facebook*, *Twitter* und Beiträge in der Lesercommunity) zu niedrig, um hier ausgewiesen zu werden.

Und nun noch einmal die gezielte Frage nach Ihren Gründen, aus denen Sie **[Beteiligungsform_2#]**.

Tab. 105: Motive für Beteiligung über Kommentare auf *freitag.de*

n=71-74	Überhaupt nicht	Weniger	Teils/teils	Überwiegend	Voll & ganz	MW	Std.abw.
Um mich und meine Kenntnisse öffentlich darzustellen.	34,2	28,8	23,3	9,6	4,1	2,21	1,142
Weil ich hoffe, dass mir die Journalisten oder die anderen Nutzer bei einem Problem helfen können.	24,7	32,9	24,7	12,3	5,5	2,41	1,153
Weil ich meine Erfahrungen und mein Wissen mit anderen teilen will.	4,1	6,8	25,7	37,8	25,7	3,74	1,048
Weil ich meine Meinung öffentlich einbringen möchte.	4,1	1,4	23,3	39,7	31,5	3,93	0,991
Weil ich es als meine Bürgerpflicht betrachte.	29,2	23,6	27,8	9,7	9,7	2,47	1,278
Um mir die Zeit zu vertreiben, aus Langeweile.	56,9	23,6	12,5	5,6	1,4	1,71	0,985
Weil ich nicht einfach nur Leser, sondern aktiv sein möchte.	5,4	4,1	16,2	48,6	25,7	3,85	1,029
Weil ich einfach mal "Dampf ablassen" und meinen Ärger rauslassen möchte.	38,0	42,3	9,9	9,9	0,0	1,92	0,937
Um eine Beziehung zu den Journalisten des <i>Freitag</i> aufzubauen.	31,0	40,8	19,7	7,0	1,4	2,07	0,961
Weil ich im Dialog mit anderen etwas lernen, Denkanstöße erhalten und mein Wissen erweitern möchte.	1,4	1,4	21,9	28,8	46,6	4,18	0,918
Weil ich mich dadurch als Teil einer Gemeinschaft fühle.	20,5	27,4	32,9	13,7	5,5	2,56	1,130
Weil ich die Journalisten bei ihrer Arbeit unterstützen möchte.	12,3	28,8	35,6	16,4	6,8	2,77	1,087
Weil ich mit meinen Beiträgen eine Person, eine Bevölkerungsgruppe oder ein bestimmtes Anliegen unterstützen und bekannt machen möchte.	15,1	6,8	23,3	37,0	17,8	3,36	1,284
Um bestimmte Themen einzubringen, die mir wichtig sind.	2,7	1,4	10,8	44,6	40,5	4,19	0,886
Um auf Fehler in Beiträgen oder auf der Webseite hinzuweisen.	16,4	31,5	28,8	21,9	1,4	2,60	1,051
Weil es mir Spaß macht.	0,0	4,1	24,3	32,4	39,2	4,07	0,896
Weil die Zeitung ein hohes Ansehen hat und es etwas Besonderes ist, sich dort zu beteiligen.	14,9	21,6	39,2	20,3	4,1	2,77	1,067
Weil ich so interessante Menschen kennenlernen und neue Kontakte knüpfen kann.	20,3	27,0	29,7	13,5	9,5	2,65	1,221

8.3.1 freitag.de

8.3.1.1 Alter (5/18)

Tab. 106: Motive für Beteiligung (freitag.de) nach Alter

Alter	Bis 37 Jahre (n=19-20)		38 J. & älter (n=51-54)		T	df	Mittl. Diff.
	MW	Std.abw.	MW	Std.abw.			
Um mich und meine Kenntnisse öffentlich darzustellen.	2,45	1,468	2,11	0,993	0,95	26	0,34
Weil ich hoffe, dass mir die Journalisten oder die anderen Nutzer bei einem Problem helfen können.	3,00	1,214	2,19	1,057	2,81**	71	0,81
Weil ich meine Erfahrungen und mein Wissen mit anderen teilen will.	4,15	1,137	3,59	0,981	2,08*	72	0,56
Weil ich meine Meinung öffentlich einbringen möchte.	4,32	0,671	3,80	1,053	2,01*	71	0,52
Weil ich es als meine Bürgerpflicht betrachte.	2,95	1,393	2,30	1,202	1,92	70	0,65
Um mir die Zeit zu vertreiben, aus Langeweile.	1,75	0,910	1,69	1,020	0,22	70	0,06
Weil ich nicht einfach nur Leser, sondern aktiv sein möchte.	3,95	1,317	3,81	0,913	0,50	72	0,14
Weil ich einfach mal "Dampf ablassen" und meinen Ärger rauslassen möchte.	1,75	0,967	1,98	0,927	-0,93	69	-0,23
Um eine Beziehung zu den Journalisten des Freitag aufzubauen.	2,75	1,118	1,80	0,749	3,49**	26	0,95
Weil ich im Dialog mit anderen etwas lernen, Denkanstöße erhalten und mein Wissen erweitern möchte.	4,45	0,826	4,08	0,937	1,57	71	0,37
Weil ich mich dadurch als Teil einer Gemeinschaft fühle.	3,05	1,234	2,38	1,042	2,34*	71	0,67
Weil ich die Journalisten bei ihrer Arbeit unterstützen möchte.	3,50	1,147	2,49	0,933	3,87***	71	1,01
Weil ich mit meinen Beiträgen eine Person, eine Bevölkerungsgruppe oder ein bestimmtes Anliegen unterstützen und bekannt machen möchte.	3,10	1,483	3,45	1,202	-1,05	71	-0,35
Um bestimmte Themen einzubringen, die mir wichtig sind.	4,35	1,089	4,13	0,802	0,95	72	0,22
Um auf Fehler in Beiträgen oder auf der Webseite hinzuweisen.	2,70	1,129	2,57	1,029	0,48	71	0,13
Weil es mir Spaß macht.	4,20	1,056	4,02	0,835	0,77	72	0,18
Weil die Zeitung ein hohes Ansehen hat und es etwas Besonderes ist, sich dort zu beteiligen.	2,90	0,968	2,72	1,106	0,63	72	0,18
Weil ich so interessante Menschen kennenlernen und neue Kontakte knüpfen kann.	2,90	1,447	2,56	1,127	1,08	72	0,34

Skala wurde gegenüber Fragebogen umgepolt und reicht von 1 („Trifft überhaupt nicht zu“) bis 5 („Trifft voll und ganz zu“).

8.3.1.2 Geschlecht (3/18)

Tab. 107: Motive für Beteiligung (*freitag.de*) nach Geschlecht

Geschlecht	Weiblich (n=18-20)		Männlich (n=50-53)				Mittl. Diff.
	MW	Std.abw.	MW	Std.abw.	T	df	
Um mich und meine Kenntnisse öffentlich darzustellen.	2,00	1,170	2,27	1,140	-0,89	70	-0,27
Weil ich hoffe, dass mir die Journalisten oder die anderen Nutzer bei einem Problem helfen können.	2,95	1,268	2,21	1,063	2,47*	70	0,74
Weil ich meine Erfahrungen und mein Wissen mit anderen teilen will.	4,25	1,020	3,55	1,011	2,64*	71	0,70
Weil ich meine Meinung öffentlich einbringen möchte.	3,95	0,911	3,92	1,035	0,09	70	0,02
Weil ich es als meine Bürgerpflicht betrachte.	2,56	1,338	2,43	1,279	0,34	69	0,12
Um mir die Zeit zu vertreiben, aus Langeweile.	1,63	1,065	1,75	0,968	-0,44	69	-0,12
Weil ich nicht einfach nur Leser, sondern aktiv sein möchte.	3,95	1,191	3,81	0,982	0,51	71	0,14
Weil ich einfach mal "Dampf ablassen" und meinen Ärger rauslassen möchte.	1,95	1,079	1,90	0,900	0,18	68	0,05
Um eine Beziehung zu den Journalisten des <i>Freitag</i> aufzubauen.	2,20	1,056	2,00	0,926	0,78	68	0,20
Weil ich im Dialog mit anderen etwas lernen, Denkanstöße erhalten und mein Wissen erweitern möchte.	4,68	0,582	4,00	0,961	3,64**	53	0,68
Weil ich mich dadurch als Teil einer Gemeinschaft fühle.	2,53	1,172	2,55	1,119	-0,07	70	-0,02
Weil ich die Journalisten bei ihrer Arbeit unterstützen möchte.	2,84	1,214	2,72	1,045	0,43	70	0,13
Weil ich mit meinen Beiträgen eine Person, eine Bevölkerungsgruppe oder ein bestimmtes Anliegen unterstützen und bekannt machen möchte.	3,30	1,455	3,37	1,237	-0,19	70	-0,07
Um bestimmte Themen einzubringen, die mir wichtig sind.	4,15	1,040	4,21	0,840	-0,24	71	-0,06
Um auf Fehler in Beiträgen oder auf der Webseite hinzuweisen.	2,65	1,040	2,58	1,073	0,26	70	0,07
Weil es mir Spaß macht.	4,10	0,912	4,06	0,908	0,18	71	0,04
Weil die Zeitung ein hohes Ansehen hat und es etwas Besonderes ist, sich dort zu beteiligen.	2,65	1,309	2,81	0,982	-0,57	71	-0,16
Weil ich so interessante Menschen kennenlernen und neue Kontakte knüpfen kann.	2,80	1,473	2,57	1,118	0,73	71	0,23

Skala wurde gegenüber Fragebogen umgepolt und reicht von 1 („Trifft überhaupt nicht zu“) bis 5 („Trifft voll und ganz zu“).

8.3.1.3 Bildung (0/18)

Tab. 108: Motive für Beteiligung (*freitag.de*) nach Bildung

Bildung	Kein Abitur (n=8-9)		Abitur (n=62-65)				Mittl. Diff.
	MW	Std.abw.	MW	Std.abw.	T	df	
Um mich und meine Kenntnisse öffentlich darzustellen.	2,22	1,302	2,20	1,129	0,05	71	0,02
Weil ich hoffe, dass mir die Journalisten oder die anderen Nutzer bei einem Problem helfen können.	2,25	1,165	2,43	1,159	-0,42	71	-0,18
Weil ich meine Erfahrungen und mein Wissen mit anderen teilen will.	3,56	0,882	3,77	1,072	-0,57	72	-0,21
Weil ich meine Meinung öffentlich einbringen möchte.	4,00	1,225	3,92	0,965	0,22	71	0,08
Weil ich es als meine Bürgerpflicht betrachte.	2,50	1,512	2,47	1,259	0,06	70	0,03
Um mir die Zeit zu vertreiben, aus Langeweile.	1,88	1,356	1,69	0,941	0,50	70	0,19
Weil ich nicht einfach nur Leser, sondern aktiv sein möchte.	4,22	0,667	3,80	1,064	1,16	72	0,42
Weil ich einfach mal "Dampf ablassen" und meinen Ärger rauslassen möchte.	2,25	1,488	1,87	0,852	0,70	8	0,38
Um eine Beziehung zu den Journalisten des <i>Freitag</i> aufzubauen.	2,11	1,364	2,06	0,903	0,13	69	0,05
Weil ich im Dialog mit anderen etwas lernen, Denkanstöße erhalten und mein Wissen erweitern möchte.	4,00	0,926	4,20	0,922	-0,58	71	-0,20
Weil ich mich dadurch als Teil einer Gemeinschaft fühle.	2,50	0,756	2,57	1,172	-0,16	71	-0,07
Weil ich die Journalisten bei ihrer Arbeit unterstützen möchte.	2,50	1,414	2,80	1,049	-0,73	71	-0,30
Weil ich mit meinen Beiträgen eine Person, eine Bevölkerungsgruppe oder ein bestimmtes Anliegen unterstützen und bekannt machen möchte.	3,33	1,118	3,36	1,314	-0,06	71	-0,03
Um bestimmte Themen einzubringen, die mir wichtig sind.	4,44	0,527	4,15	0,922	0,92	72	0,29
Um auf Fehler in Beiträgen oder auf der Webseite hinzuweisen.	3,00	1,118	2,55	1,038	1,22	71	0,45
Weil es mir Spaß macht.	4,44	0,726	4,02	0,910	1,35	72	0,43
Weil die Zeitung ein hohes Ansehen hat und es etwas Besonderes ist, sich dort zu beteiligen.	2,89	1,054	2,75	1,076	0,35	72	0,14
Weil ich so interessante Menschen kennenlernen und neue Kontakte knüpfen kann.	2,44	1,590	2,68	1,174	-0,53	72	-0,23

Skala wurde gegenüber Fragebogen umgepolt und reicht von 1 („Trifft überhaupt nicht zu“) bis 5 („Trifft voll und ganz zu“).

8.3.1.4 Überhaupt partizipiert?

Nicht berechnet, da unabhängige und abhängige Variablen identisch

8.3.1.5 Aktivitätsgrad (n. a.)

Keine signifikanten Unterschiede, daher nicht dargestellt

8.3.1.6 Treue *Freitag*-Leser (1/18)

Tab. 109: Motive für Beteiligung (*freitag.de*) nach Treue zum *Freitag*

Regelmäßige Leser	Nein (n=27-29)		Ja (n=43-45)		T	df	Mittl. Diff.
	MW	Std.abw.	MW	Std.abw.			
Um mich und meine Kenntnisse öffentlich darzustellen.	2,38	1,193	1,93	1,016	-1,65	71	-0,45
Weil ich hoffe, dass mir die Journalisten oder die anderen Nutzer bei einem Problem helfen können.	2,60	1,136	2,11	1,133	-1,80	71	-0,49
Weil ich meine Erfahrungen und mein Wissen mit anderen teilen will.	3,78	1,085	3,69	1,004	-0,35	72	-0,09
Weil ich meine Meinung öffentlich einbringen möchte.	3,82	1,084	4,10	0,817	1,21	71	0,29
Weil ich es als meine Bürgerpflicht betrachte.	2,53	1,325	2,37	1,214	-0,52	70	-0,16
Um mir die Zeit zu vertreiben, aus Langeweile.	1,93	1,108	1,36	0,621	-2,81**	69	-0,57
Weil ich nicht einfach nur Leser, sondern aktiv sein möchte.	3,87	0,944	3,83	1,167	-0,16	72	-0,04
Weil ich einfach mal "Dampf ablassen" und meinen Ärger rauslassen möchte.	2,05	0,899	1,71	0,976	-1,47	69	-0,33
Um eine Beziehung zu den Journalisten des <i>Freitag</i> aufzubauen.	2,05	0,975	2,11	0,956	0,26	69	0,06
Weil ich im Dialog mit anderen etwas lernen, Denkanstöße erhalten und mein Wissen erweitern möchte.	4,18	0,936	4,18	0,905	0,00	71	0,00
Weil ich mich dadurch als Teil einer Gemeinschaft fühle.	2,64	1,171	2,43	1,069	-0,79	71	-0,22
Weil ich die Journalisten bei ihrer Arbeit unterstützen möchte.	2,69	1,041	2,89	1,166	0,78	71	0,20
Weil ich mit meinen Beiträgen eine Person, eine Bevölkerungsgruppe oder ein bestimmtes Anliegen unterstützen und bekannt machen möchte.	3,41	1,300	3,28	1,279	-0,43	71	-0,13
Um bestimmte Themen einzubringen, die mir wichtig sind.	4,07	0,939	4,38	0,775	1,49	72	0,31
Um auf Fehler in Beiträgen oder auf der Webseite hinzuweisen.	2,73	1,095	2,39	0,956	-1,35	71	-0,34
Weil es mir Spaß macht.	4,20	0,869	3,86	0,915	-1,60	72	-0,34
Weil die Zeitung ein hohes Ansehen hat und es etwas Besonderes ist, sich dort zu beteiligen.	2,73	1,156	2,83	0,928	0,37	72	0,09
Weil ich so interessante Menschen kennenlernen und neue Kontakte knüpfen kann.	2,80	1,272	2,41	1,119	-1,34	72	-0,39

Skala wurde gegenüber Fragebogen umgepolt und reicht von 1 („Trifft überhaupt nicht zu“) bis 5 („Trifft voll und ganz zu“).

8.3.2 Leserpost

Aufgrund der sehr niedrigen Fallzahl (n=2) können keine weiteren Auswertungen zu den Motiven für eine Beteiligung via Leserpost vorgenommen werden.

8.3.3 Lesercommunity

Aufgrund der sehr niedrigen Fallzahl (n=0) können keine weiteren Auswertungen zu den Motiven für eine Beteiligung via Lesercommunity vorgenommen werden.

8.3.4 Facebook

Aufgrund der sehr niedrigen Fallzahl (n=2) können keine weiteren Auswertungen zu den Motiven für eine Beteiligung via Facebook vorgenommen werden.

8.3.5 Twitter

Aufgrund der sehr niedrigen Fallzahl (n=1) können keine weiteren Auswertungen zu den Motiven für eine Beteiligung via Twitter vorgenommen werden.

9 Anhang: Gründe für Nicht-Beteiligung – offene Antworten

- Ich war mir der umfangreichen Partizipationsmöglichkeiten nicht bewusst.
- Zu faul zum anmelden. Aber bald.
- Alle oben gesetzten Häkchen haben nur einen Hintergrund: Für mich stellt sich die Frage, inwieweit ich an öffentliche Diskussionen teilnehmen kann, ohne das meine Beiträge später gegen mich verwendet werden.
- Zeitgeist, Zeitgeist, du musst wandern...
- Ich hatte gerade ein Freitag Abo und habe die Zeitung sehr gern gelesen. Allerdings zu langsam. Ich lasse mir die ganze Woche über Zeit. Wenn ich einen Artikel lese, den ich gern kommentieren möchte, ist der nächste Freitag fast schon gedruckt. Kommentare sind meiner Einschätzung nach nur in den ersten zwei Tagen nach Erscheinen der Zeitung realistisch. Danach ist das Thema durch. Zu schnelllebig für mich. Das sofortige bloggen, kommentieren, wie es für viele normal ist, bin ich nicht gewohnt.
- Im Antext lese ich bräuchte, ein Wort, das es nicht gibt. Der Konj. II von brauchen heißt brauchte. Schließlich heißt es auch nicht >gläubte<. Und es gibt viele sprachliche Schludrigkeiten, die mich sehr stören. [Name und Wohnort des Nutzers]
- weil ich bisher nicht den Eindruck hatte das mein Feedback gewürdigt wird und keine Reaktion darauf erfolgt (diese Erfahrung bezieht sich nicht auf Freitag sondern anderen Publikationen)
- Hab Freitag erst ganz frisch entdeckt und werde mich noch beteiligen