

ZEK MEDIENNUTZUNG



„Bei unserem Forschungsprojekt „In Transition“ zur Analyse medialer Lebenswelten von Zielgruppen hat uns die DHBW Ravensburg fundiert und schnell unterstützt.“

Manfred Niesel, Geschäftsführer Campus Media GmbH, Bad Nauheim.

Die „klassischen Medien“ sind im Alltag Dualer Studierender immer noch sehr präsent. Videoclips und digitale Tageszeitungen ergänzen bzw. ersetzen diese jedoch zunehmend. Bei den Sozialen Medien rangiert die Nutzung von WhatsApp, Youtube und Facebook ganz oben, während Dienste wie Twitter und Pinterest im Medienalltag der Studierenden kaum eine Rolle spielen.

FORSCHUNGSFRAGEN

Dass sich die Nutzung der Medien fundamental verändert, ist keine Neuigkeit. Entscheidend für das Verständnis von Zielgruppen ist es, die jeweils spezifischen Konsequenzen und Ausprägungen des digitalen Medien-Umbruchs zu kennen. Zudem gilt es zu untersuchen, in welcher Geschwindigkeit in diesem Kontext Veränderungen stattfinden. Unter dem Titel „In Transition“ hat sich die Campus Media GmbH zum Start einer Projektreihe mit der Medienwelt von Studierenden und ihren damit verbundenen Zukunftserwartungen beschäftigt. Projektpartner der Pilotstudie sind die DHBW Ravensburg und der Medienvermarkter IP Deutschland GmbH.

METHODEN

Die Pilotstudie besteht aus drei Teilen. Zunächst wurden über 200 DHBW-Studierende aus den Bereichen Bank, Industrie, International Business, Tourismus/Hotellerie sowie Medien- und Kommunikationswirtschaft ausführlich nach deren Mediennutzung befragt (CAWI, vom 14.-22. Januar 2015). Im nächsten Schritt kam - dank der Unterstützung seitens IP Deutschland - die App „I love MyMedia“ zur Echtzeit-Erfassung der jeweiligen Nutzungssituation zum Einsatz (719 Berichte von 83 Personen vom 1.-7. Februar 2015). In drei abschließenden Fokusgruppen diskutierten die Forscher die Ergebnisse mit Studierenden der Medienwirtschaft und loteten gemeinsam deren Erwartungen an die nähere Zukunft aus.

Abbildung oben: App „I love MyMedia“, mit deren Hilfe die Studierenden eine Woche lang zweimal täglich eine Push-Nachricht erhielten, um auf dem Smartphone Fragen zu den momentanen Tätigkeiten zu beantworten (Bildquelle: IP Deutschland GmbH).

IM FOKUS DER FORSCHUNG

Mediennutzung

PROJEKTART

Forschungsintegrierte Lehre

TITEL

In Transition - Medien in der Alltagswelt von Dualen Studierenden 2015

BEI RÜCKFRAGEN

Manfred Niesel

Campus Media GmbH

Lessingstr. 5, D-61231 Bad Nauheim

Tel.: 06032.94930.60

E-Mail: niesel@campusmedia.de

Prof. Dr. Tobias Krohn

Studiengangleiter BWL-Medien- und
Kommunikationswirtschaft

Duale Hochschule Baden-Württemberg Ravensburg

Oberamteigasse 4, D-88214 Ravensburg

Tel.: 0751.18999.2165

E-Mail: krohn@dhw-ravensburg.de

ZEK

Das Zentrum für empirische Kommunikationsforschung (ZEK) ist Bestandteil der Fakultät Wirtschaft an der DHBW Ravensburg. Es dient der professionellen Unterstützung empirischer Projekte in Lehre und Forschung. Weitere Informationen zum Leistungsspektrum und zur Forschungsinfrastruktur im Internet: www.dhbw-ravensburg.de/zek

KONTAKT

Prof. Dr. Simon Ottler

Wissenschaftlicher Leiter

Duale Hochschule Baden-Württemberg Ravensburg

Oberamteigasse 4, D-88214 Ravensburg

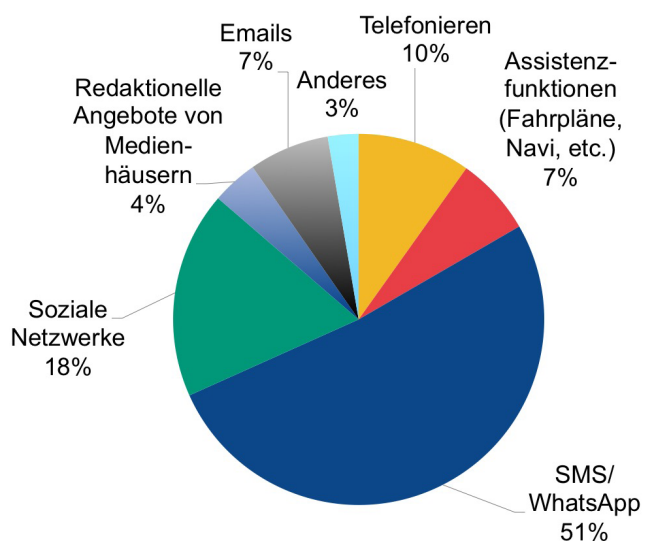
Tel.: 0751.18999.2131

E-Mail: ottler@dhw-ravensburg.de

ERGEBNISSE

Wenn es um Information und Entertainment geht, finden die „klassischen Medien“ weiterhin die größte Aufmerksamkeit. Gerade „lineares“ TV, Radio und Bücher liegen in der Nutzung vorn. Obwohl die Studierenden im Durchschnitt 172 TV-Sender empfangen können, konzentrieren sie ihre Auswahl auf zehn bis elf Sender. Die Vielfalt der Bewegtbild-Angebote wird mittlerweile durch eine intensive Nutzung von nichtlinearen Angeboten ergänzt. So geben etwa 38% an, mehrmals pro Woche Mediatheken oder Video on Demand-Angebote zu nutzen.

Der deutlichste Wandel ergibt sich bei der Organisation der persönlichen Kommunikation: WhatsApp wird von 99% der Befragten täglich genutzt, dabei von 96% mehrfach. Die Nutzung von Facebook liegt bei täglich 90%, wobei erwartungsgemäß der „passive“ Gebrauch überwiegt. Über 52% posten eigene Inhalte bestenfalls einmal im Monat, seltener oder nie. Andere Soziale Medien wie Google+ oder Twitter bewegen sich dagegen bei der wöchentlichen Nutzung lediglich im einstelligen Prozentbereich. Das Smartphone ist dabei der zentrale Zugangsweg. Bezogen auf die Nutzungsvorgänge wird es nur zu einem geringen Teil zur Rezeption klassischer redaktioneller Inhalte verwendet, vielmehr dominiert mit fast 70% die Nutzung von SMS/WhatsApp und Sozialen Netzwerken.



Geschätzt 139 Nutzungsvorgänge pro Tag

Die Nutzungsvorgänge auf dem Smartphone konzentrieren sich zur Hälfte auf das Lesen und Schreiben von SMS bzw. den Gebrauch von WhatsApp (N = 221 DHBW-Studierende).