

In Transition – Die Medienwelt von Young Professionals

Medien in der Alltagswelt junger Berufseinsteiger

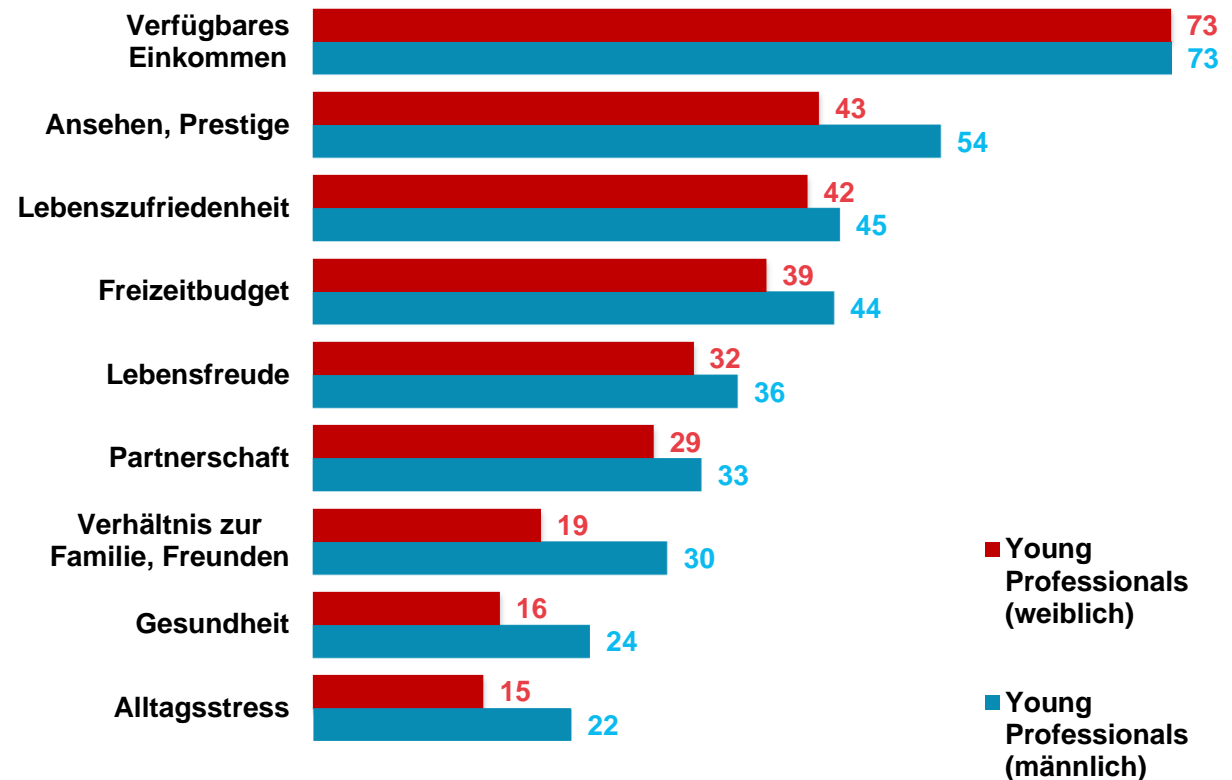
Zusammenfassung der Ergebnisse

Positive Veränderungen: Für weibliche Young Professionals weniger spürbar?

„Wenn Sie an die Zeit vor Ihrer regulären Berufstätigkeit denken: Wie haben sich da bestimmte Punkte in Ihrem Leben im Vergleich verändert? Wie stark erleben Sie da die folgenden Aspekte, positiv wie negativ?“

(stark negativ verändert - leicht negativ verändert – unverändert - leicht positiv verändert – stark positiv verändert)

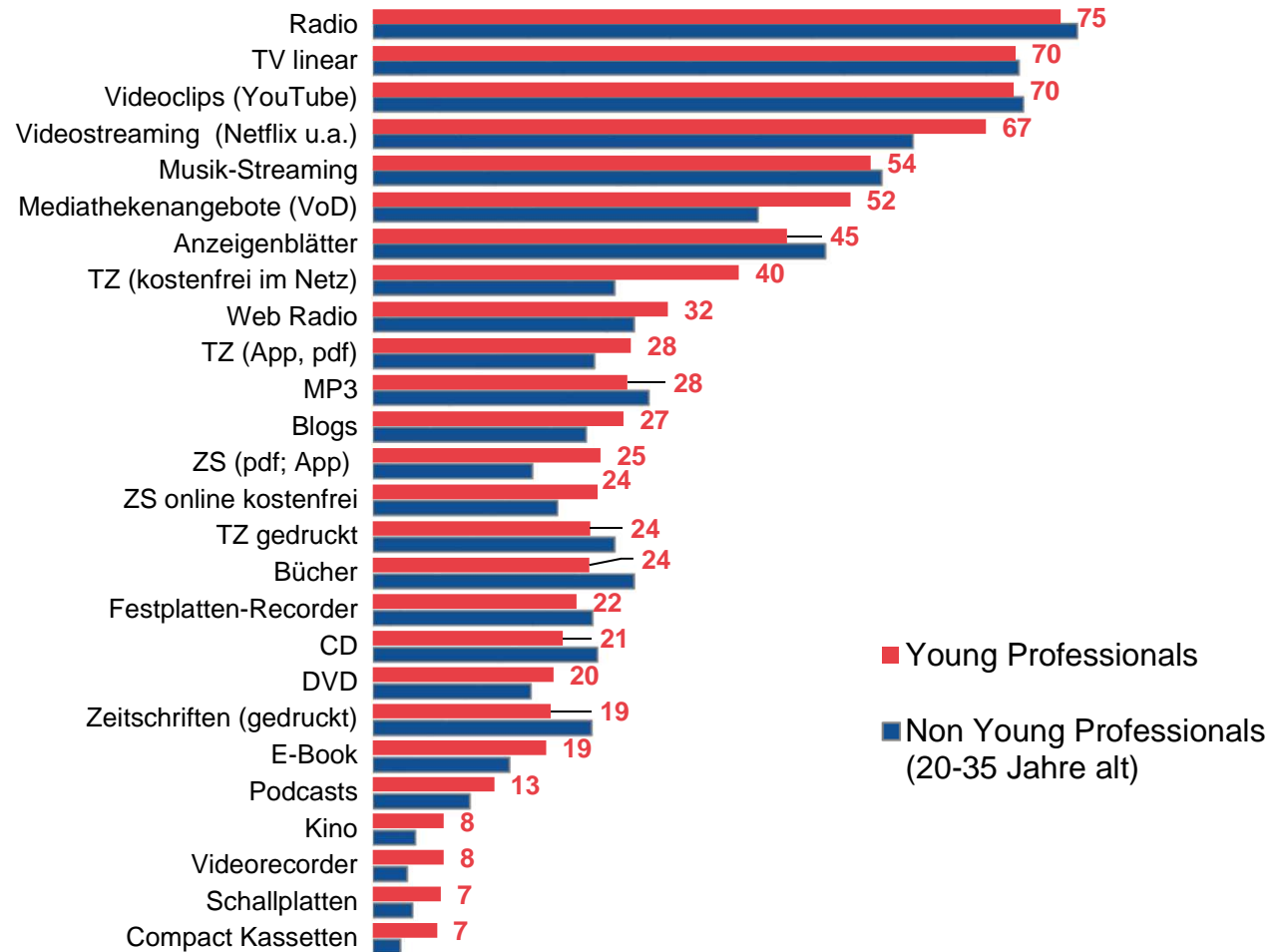
Dargestellt: leicht positiv verändert, stark positiv verändert



Mediennutzung: Wochenreichweiten

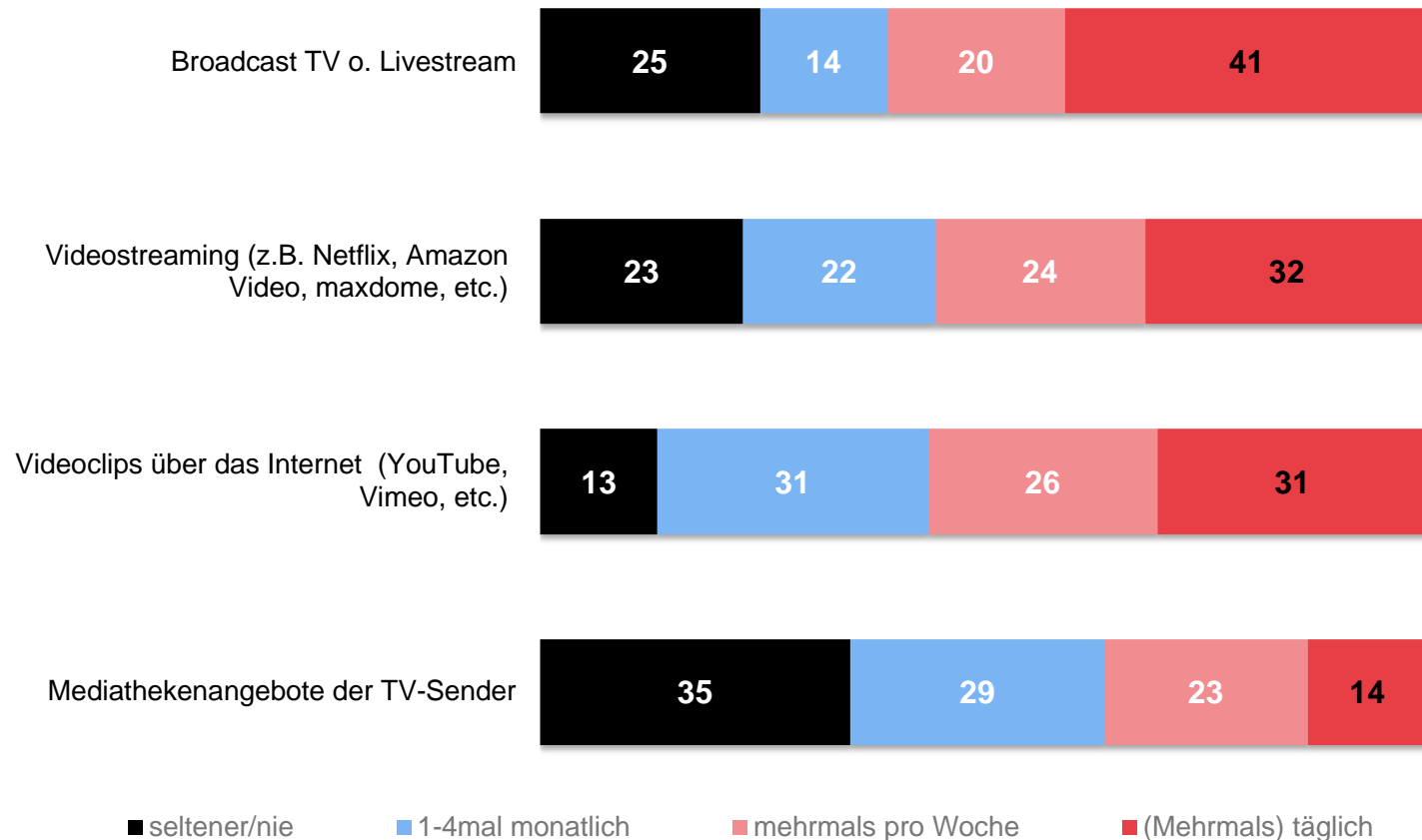
„Wir würden gerne mehr über Ihre aktuelle Nutzung von Medien erfahren. Wie häufig haben Sie persönlich in der letzten Zeit die folgenden Medienangebote jeweils genutzt, wenn auch evtl. nur kurz?“

mind. einmal pro Woche, in%



Bewegtbildquellen

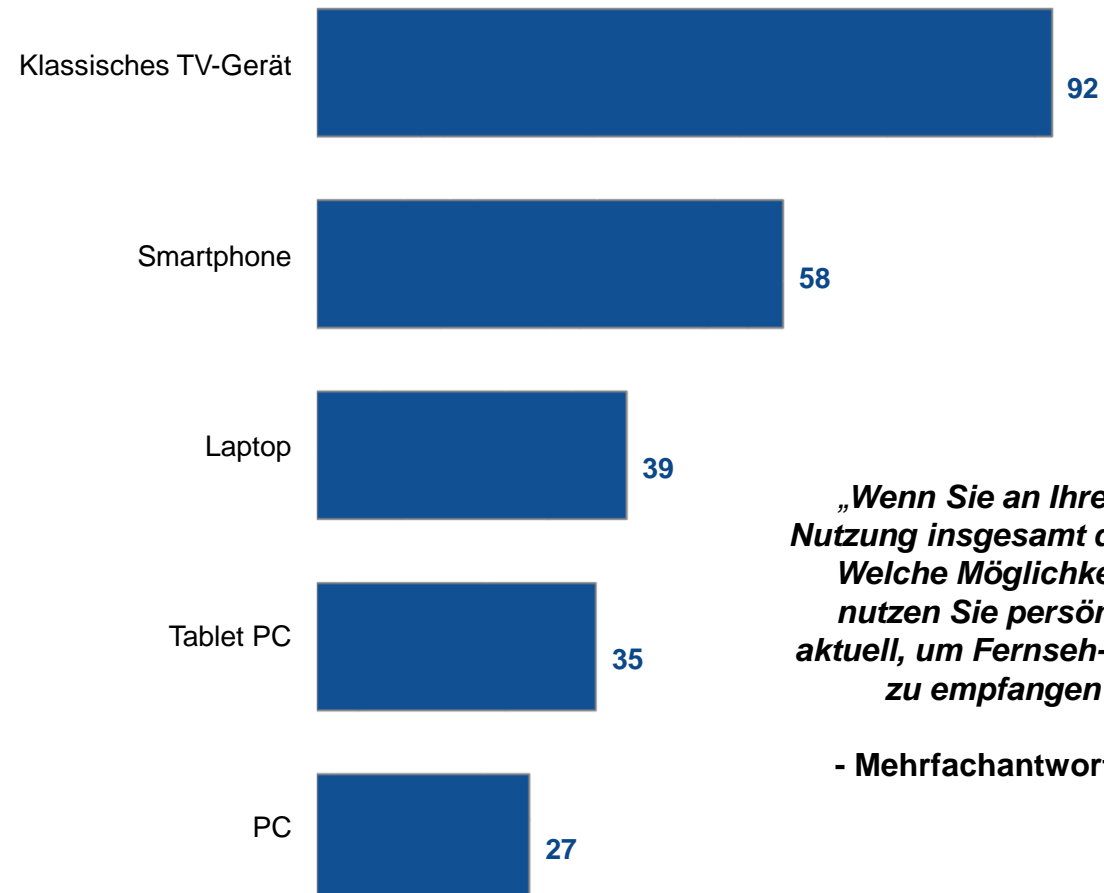
„Wie häufig haben Sie persönlich in der letzten Zeit die folgenden Medienangebote jeweils genutzt, wenn auch evtl. nur kurz?“



TV-Devices: Klassischer Screen überwiegt



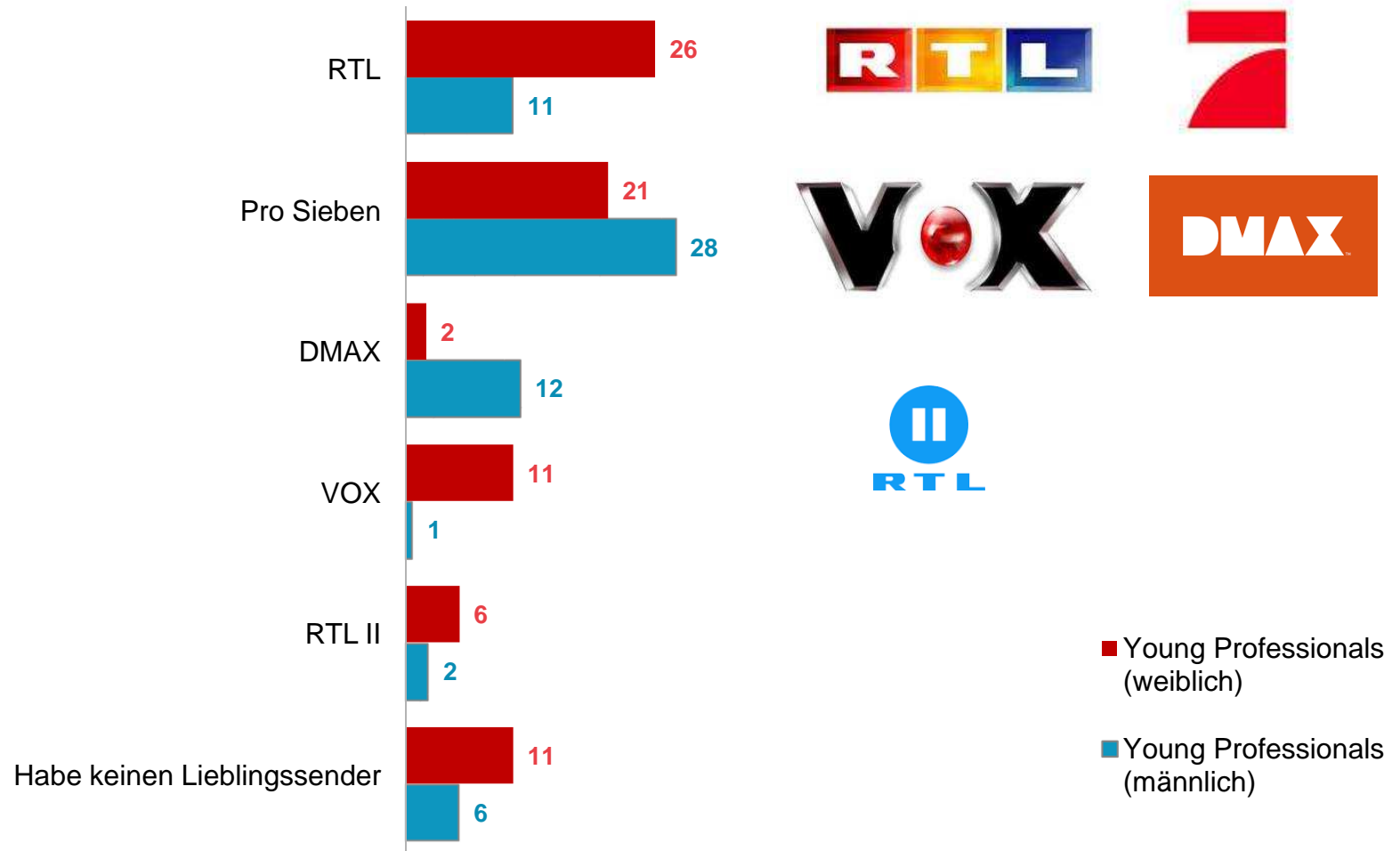
„Aktuelle Nutzung“ (in%)



„Wenn Sie an Ihre TV-Nutzung insgesamt denken: Welche Möglichkeiten nutzen Sie persönlich aktuell, um Fernseh-Inhalte zu empfangen?“

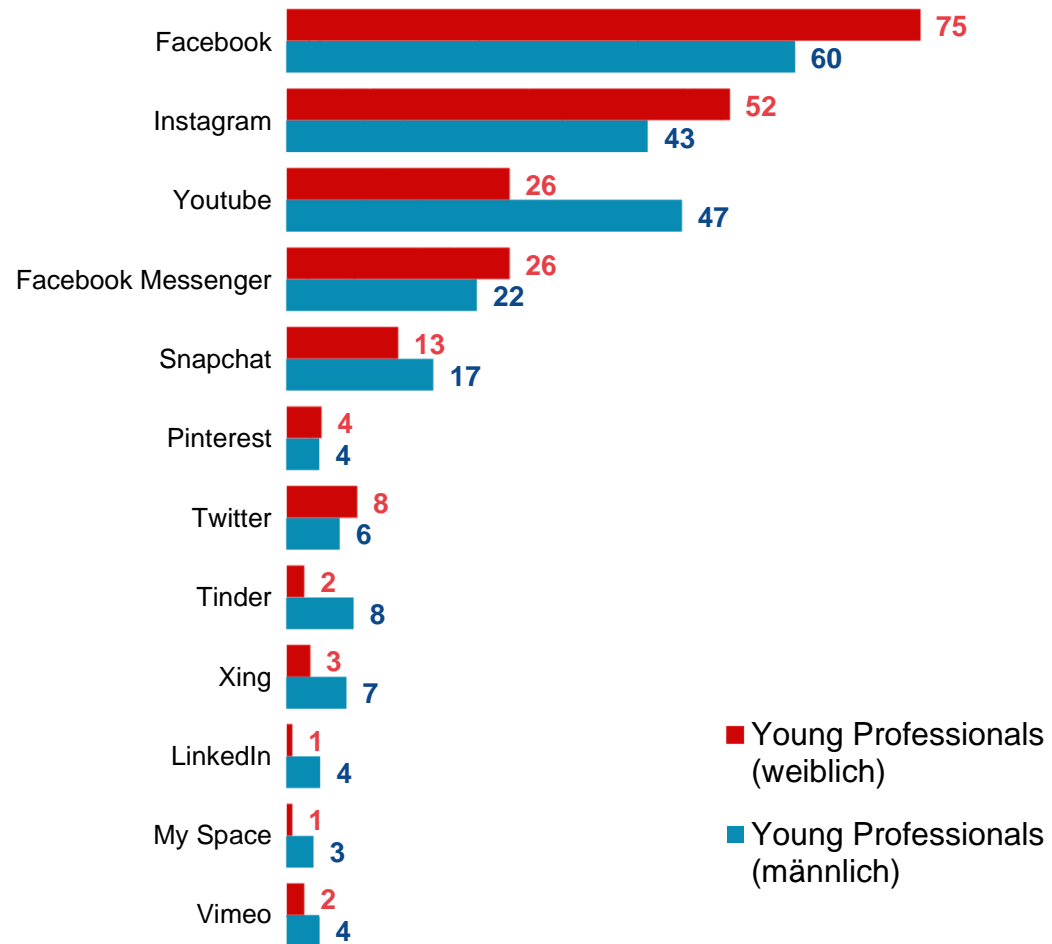
- Mehrfachantworten -

Lieblingssender (in%)

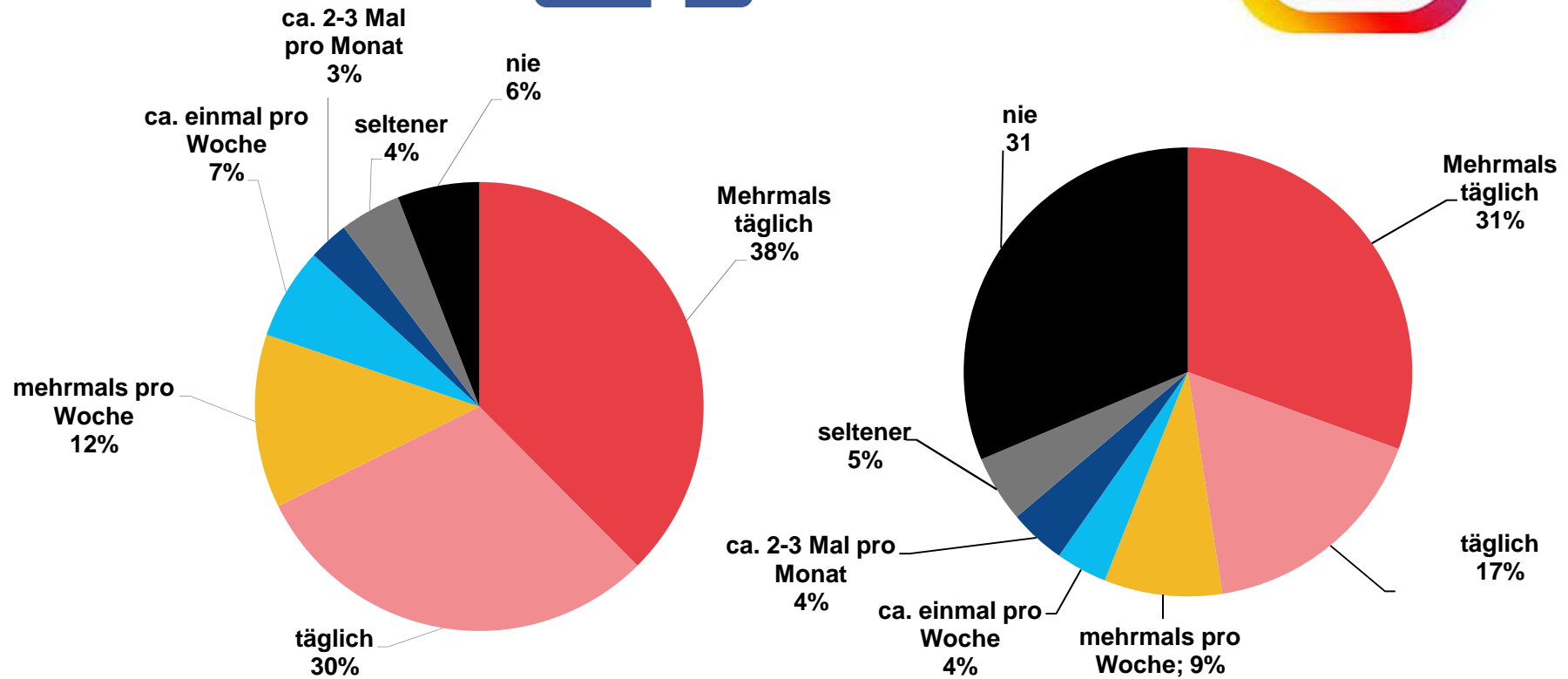


„Wie häufig nutzen Sie persönlich die folgenden sozialen Netzwerke, Communities und anderen Angebote?“

täglich, in%



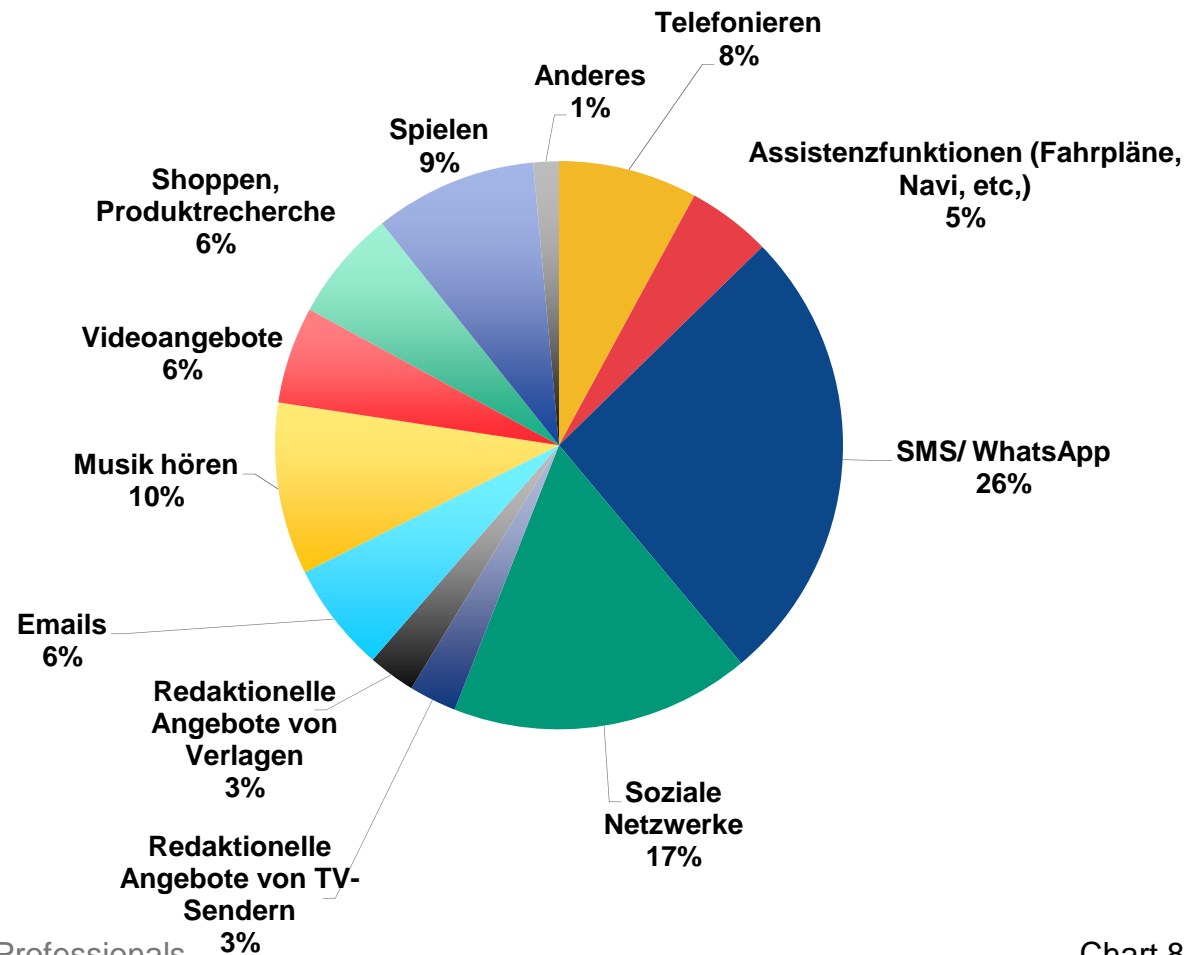
Nutzung von Facebook und Instagram (in %)



Verteilung der Nutzungsvorgänge

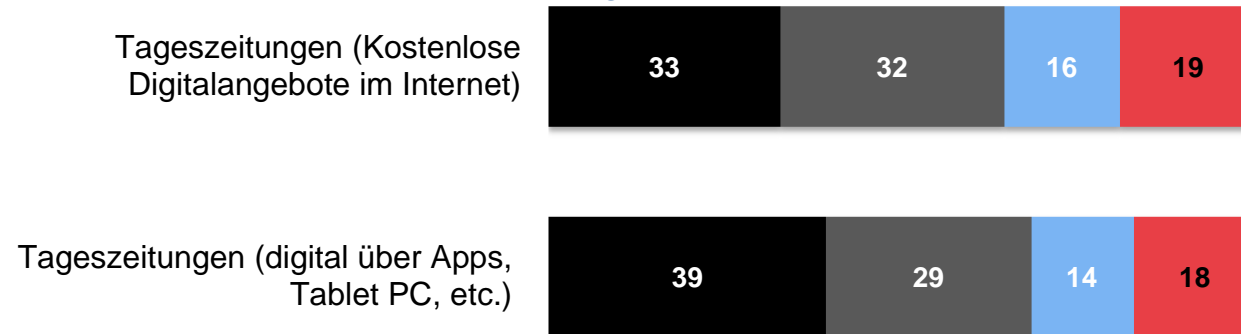


Geschätzt 91 Nutzungsvorgänge pro Tag

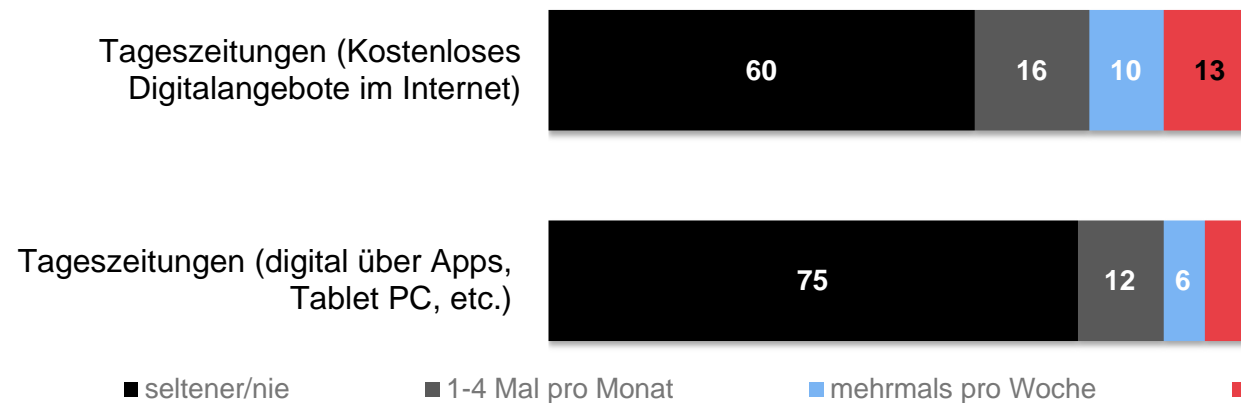


Desinteresse an einer gedruckten Tageszeitung führt nicht unbedingt zur digitalen Ausgabe

Nutzer von gedruckten Tageszeitungen täglich – mind. einmal im Monat

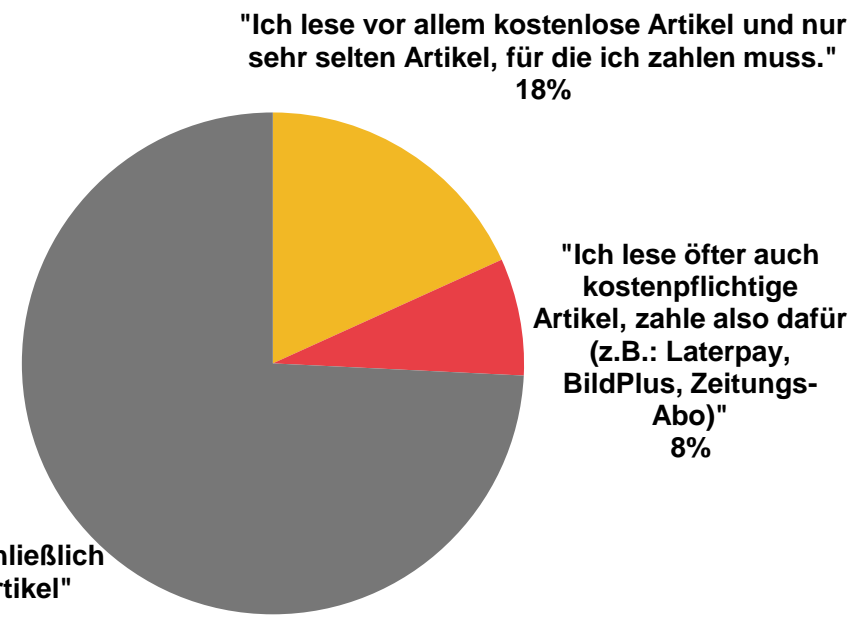


Nutzer von gedruckten Tageszeitungen seltener/nie



■ seltener/nie ■ 1-4 Mal pro Monat ■ mehrmals pro Woche ■ täglich

Zahlungsbereitschaft für Tageszeitungsinhalte



Young Professionals, die TZ-Inhalte nutzen
n=225

Zahlungsbereitschaft für digitale Tageszeitungsinhalte

„Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?“

(überhaupt nicht zu, eher nicht, eher zu, ausdrücklich zu)

Zustimmung in %, Top 2-Boxes einer 4er-Skala

Wenn ein interessanter Artikel online kostenpflichtig ist, schaue ich, ob ich die Nachrichten nicht auf anderen Medien umsonst lesen kann.



72

Ich würde lieber für einzelne Artikel bezahlen als ein komplettes Abo bei einer Zeitung abzuschließen.



42

Ich finde ein Online-Abo für Zeitungsartikel akzeptabel



34

Am fairsten wäre ein System, bei dem nicht der Artikel selbst, sondern die Zeit, die ich auf der Seite verbringe, bezahlt wird.



28

Young Professionals, die TZ-Inhalte nutzen
n=225

In Transition III: Kurzsteckbrief

- **Grundgesamtheit:** Personen zwischen 20 und 35 Jahre
- **Stichprobe:** Durch Einladung im ip-Befragtenpanel
- **Methode:** CAWI
- **Interviews:**
 - 272 Young Professionals
(20-35 Jahre alt, berufstätig, max. 5 Jahre Berufserfahrung)
 - 541 Non Young Professionals
(20-35 Jahre alt, mehr als 5 Jahre Berufserfahrung oder nicht berufstätig)
- **Basisbefragung:** CAWI vom 4.-18. Juni 2018