

Regionale Unterschiede von Medienverbreitung und Mediennutzung: ausgewählte Ergebnisse der MEDIA-ANALYSE '94 im Regierungsbezirk Stuttgart

Dunke, Michael Chr.

Veröffentlichungsversion / Published Version

Arbeitspapier / working paper

Zur Verfügung gestellt in Kooperation mit / provided in cooperation with:

GESIS - Leibniz-Institut für Sozialwissenschaften

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Dunke, M. C. (1995). *Regionale Unterschiede von Medienverbreitung und Mediennutzung: ausgewählte Ergebnisse der MEDIA-ANALYSE '94 im Regierungsbezirk Stuttgart*. (ZUMA-Arbeitsbericht, 1995/07). Mannheim: Zentrum für Umfragen, Methoden und Analysen -ZUMA-. <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-70268>

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Deposit-Lizenz (Keine Weiterverbreitung - keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

Terms of use:

This document is made available under Deposit Licence (No Redistribution - no modifications). We grant a non-exclusive, non-transferable, individual and limited right to using this document. This document is solely intended for your personal, non-commercial use. All of the copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the above-stated conditions of use.

ZUMA-Arbeitsbericht 95/07

**Regionale Unterschiede von Medienverbreitung
und Mediennutzung
Ausgewählte Ergebnisse der MEDIA-ANALYSE '94
im Regierungsbezirk Stuttgart**

Chr. Michael Dunke

November 1995

Zenithmedia GmbH
Friedrichstr. 39-41

D-60323 Frankfurt/Main

Telefon: (069) 97262-176
Telefax: (069) 97262-178

Vorwort

Vorliegender Arbeitsbericht stellt einen Auszug der Diplom-Arbeit

*„Medienverbreitung und Mediennutzung in verdichteten und ländlichen Räumen.
Eine Analyse lokaler/regionaler Kommunikationsräume in Baden-Württemberg“¹*

dar. Die Arbeit wurde von Prof. Dr. Chr. Jentsch (Lehrstuhl für Anthropogeographie, Universität Mannheim) und von Dr. Caroline Kramer (ZUMA) wissenschaftlich betreut.

Für die Bearbeitung des Themas standen dem Verfasser die umfangreichen Daten der Media-Analyse '94 zur Verfügung. Hierfür sei dem Zentralarchiv für Empirische Sozialforschung (ZA, Köln), Herrn Albrecht Kutteroff (Landesanstalt für Kommunikation, Stuttgart) und dem Süddeutschen Rundfunk (Abtlg. Medienforschung, Stuttgart) für die Bereitstellung der Daten gedankt. Ebenso geht mein herzlicher Dank an Frau Cornelia Züll (ZUMA) für die Umwandlung des Rohdatensatzes.

Christoph Michael Dunke

¹ vgl. DUNKE, Chr. M. (1995)

Einleitung

GRUNDLAGEN

1. Regionale Disparitäten als Grundlage von Untersuchungen

- 1.1. Stadt-Land-Kontinuum
- 1.2. Das Untersuchungsgebiet

2. Information und Kommunikation (IuK) als räumliches System

- 2.1. Funktionalität von Information und Kommunikation
- 2.2. Selektivität von IuK-Prozessen
- 2.3. Aktionsräumliche Formen der Kommunikation

3. Problematik der Gewichtung

ERGEBNISSE AUS DEN UNTERSUCHUNGEN

4. Zeitungsverbreitung im Untersuchungsgebiet

- 4.1. Angebot lokaler und regionaler Zeitungen
- 4.2. Reichweiten lokaler/regionaler Abonnement-Tageszeitungen
- 4.3. Nutzungshäufigkeiten von Abonnement-Tageszeitungen
- 4.4. Zeitungsverbreitung in seiner sozialen Differenzierung
 - 4.4.1. Zeitungsverbreitung nach Haushaltstypen
 - 4.4.2. Die Abonnement-Tageszeitung: ein Medium der Älteren
 - 4.4.3. Zeitungsverbreitung in Abhängigkeit von Bildung, Beruf und Einkommen.
- 4.5. Zusammenfassung Abonnement-Tageszeitungen

5. Hörfunk

- 5.1. Hörfunklandschaft im Untersuchungsgebiet
- 5.2. Reichweiten öffentlich-rechtlichen und privaten Hörfunks
- 5.3. Nutzungsdauer
 - 5.3.1. Disparitäten in „Stadt“ und „Land“
 - 5.3.2. Altersspezifische Unterschiede
 - 5.3.3. Zusammenfassung Nutzungsdauer Hörfunk

- 5.4. Hörfunknutzung/Tagesablauf im lokalen Raum: Stuttgart, Ludwigsburg, Hohenlohe und Main-Tauber-Kreis
 - 5.4.1. Die wichtigsten Sender/Programme
- 5.5. Neue Medien. Kabel-/Satellitenhörfunk

Folgerung/Schlußbetrachtung

- 6. **Der lokale/regionale Informations- und Kommunikationsraum:
Privater Rundfunk als Indikator räumlicher Orientierung?**

- 7. **Schlußbetrachtung/Fazit**

Literaturverzeichnis

Einleitung

„Dem Zusammenhang zwischen Raumstrukturen einerseits und Informationsangeboten, Kommunikationsverhältnissen und -prozessen andererseits ist in der Forschung nur wenig Aufmerksamkeit zuteil geworden“ (JARREN 1986, S.310). Schon in der klassischen LASSWELL-Formel „Who says what in which channel to whom with what effect?“, die als eine der Grundlagen der Kommunikationsforschung¹ gilt, fehlt ein direkter Raumbezug, so daß es wohl zu den „Selbstverständlichkeiten der Alltagserfahrung“ (RONNEBERGER 1980, S.153) gehört, daß kommunikative Strukturen und Vorgänge zwar wesentlich von räumlichen Gegebenheiten abhängen, jedoch in der Kommunikations- und Medienforschung kaum thematisiert wurden.

Auch die deutsche Forschung hat sich lange Zeit nur marginal mit den Phänomenen Information und Kommunikation als Elemente der Raumstruktur beschäftigt, sehr viel mehr dagegen haben Stadt-Land-Beziehungen das Interesse der Wissenschaft erfahren. Die Ausprägung von städtischen sowie ländlichen Siedlungen und Räumen mit ihren „unterschiedlichen physiognomischen, funktionalen, sozialen und genetischen Merkmalen ist ein Kennzeichen moderner Kulturen“ (HENKEL 1993, S.31). Mit beiden Siedlungsformen verbinden sich unterschiedliche Identitäten und Lebensweisen, die in einer vielfältigen Beziehung ökonomischer, sozialer und kultureller Art stehen, deren Grenzen jedoch vor dem Hintergrund von Dienstleistungs- und Kommunikationsgesellschaften zunehmend unklarer werden.

Wenn mit den verschiedenen Siedlungsformen und Lebensweisen vielfach Disparitäten sozialer, wirtschaftlicher kultureller und anderer Art bestehen, so läßt sich die Frage stellen, ob sich in unterschiedlich strukturierten Regionen bestimmte Profile bezüglich der Medienausstattung und Mediennutzung herausgebildet haben. Nimmt man dabei an, daß die Informations- und Kommunikationsstruktur eines bestimmten Raumes wesentlich von der vorhandenen Infrastruktur abhängt, vom individuellen Nutzungsverhalten und von der regionalen Kommunikation als Steuerungsinstrument bestimmt wird und „einzelne kommunikationsbezogene Infrastrukturen wie persönliche Kommunikation, Telekommunikation und Medien nicht isoliert nebeneinander stehen, sondern sich ergänzen“ (GRÄF 1991,

¹ LASSWELL (1948) gliederte mit seiner „Formel“ die sich etablierende empirische Massenkommunikationsforschung in die Teilbereiche Kommunikator-, Inhalts-, Medien-, Publikums- und Wirkungsforschung.

S.372), so kann sich dabei ein schichten- und regionalspezifisches Strukturmuster bilden. Telefonverbreitung, lokale oder regionale Pressevielfalt, Angebot lokaler/regionaler Hörfunk- oder Fernsehsender, Verbreitung von Medien-Kabelnetzen, Gaststätten etc. können dabei als Indikatoren kommunikationsräumlicher Ausstattungsunterschiede genutzt werden.

Mit diesem Ansatz verknüpfen sich eine makroanalytische - nur die Raumeigenschaften und -strukturen berücksichtigende - Komponente und eine mikroanalytische - auf die individuellen Bedürfnisse und Nutzung ausgerichtete - Komponente. Die Synthese beider Erklärungsansätze ist zu einer wichtigen, vielleicht zentralen Komponente der empirischen Kommunikationsforschung und modernen Kommunikationsraumanalyse geworden (MAIER-RABLER 1991, S.24).

Die vorliegende Arbeit zielt jedoch in erster Linie auf eine räumliche Differenzierung, auf die Darstellung regionaler Unterschiede und ihrer Strukturen. Im Ergebnis sollen Aussagen darüber gemacht werden, ob und in welcher Form sich Medienausstattung und -nutzung in verdichteten und ländlichen Regionen unterscheiden.

GRUNDLAGEN

1. Regionale Disparitäten als Grundlage von Untersuchungen

1.1. Stadt-Land-Kontinuum

Wenn städtisch und ländlich geprägte Räume Basis von Untersuchungen sind, muß dies vor dem Hintergrund des allgemeinen Verstädterungsprozesses gesehen werden, der „die gesamte gesellschaftliche Organisation umspannt“ (LICHTENBERGER 1991, S.16).

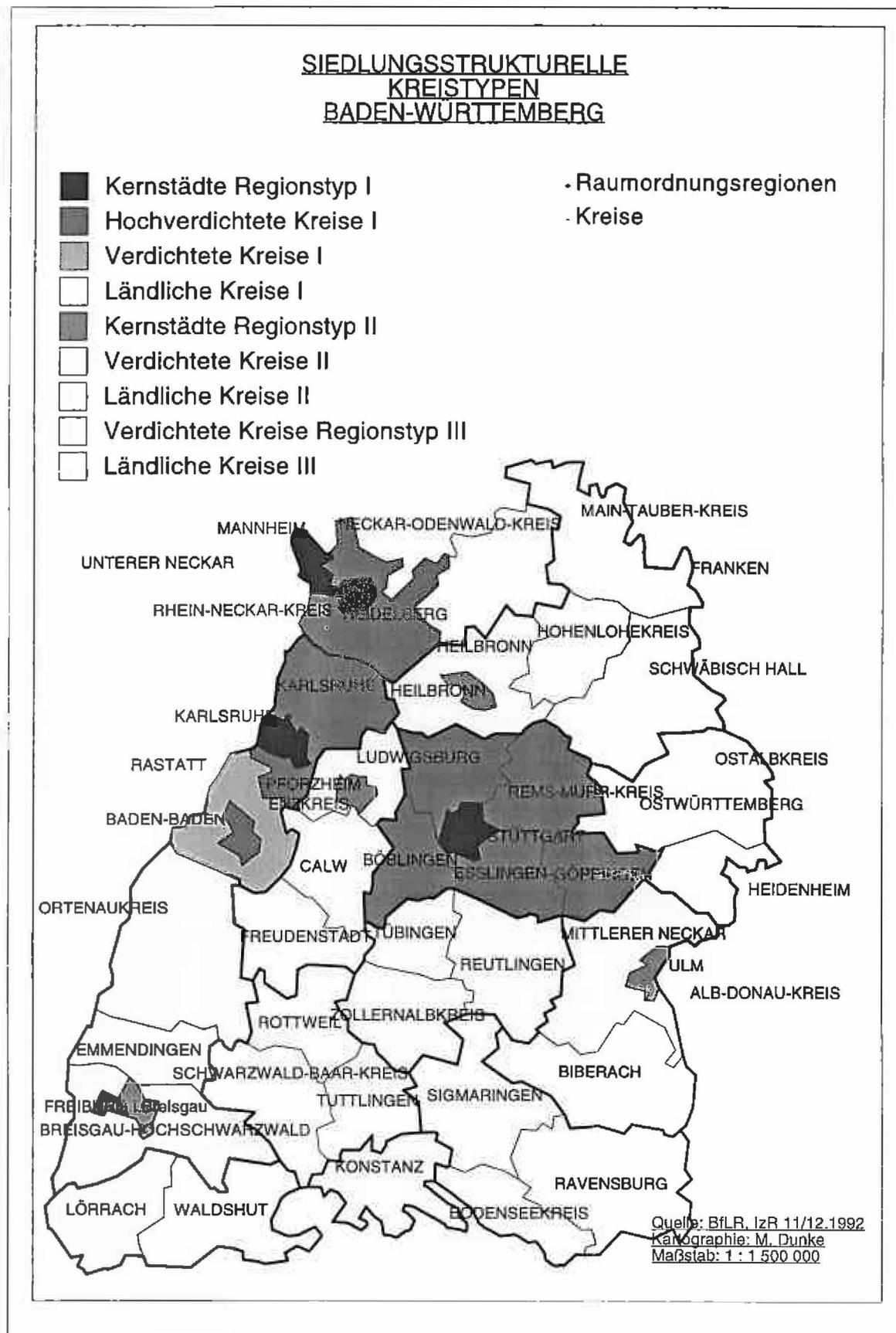
In diesem Zusammenhang werden in der Literatur die Begriffe *Verstädterung* und *Urbanisierung* verwendet, wobei *Verstädterung* nach HENKEL (1993, S.32ff) den Prozeß der räumlichen Ausdehnung städtischer Siedlungsweise und das Anwachsen des Anteils der in Städten lebenden Bevölkerung umfaßt¹. Der Begriff *Urbanisierung* steht für einen Sozialisationsvorgang (HENKEL 1993, S.33), der auf die ländlichen bzw. verstädterten Gebiete übergreift und die Ausbreitung städtischer Lebensformen, Kultur- und Konsumgüter und Verhaltensweisen (BÄHR/JENTSCH/KULS 1992, S.304) beinhaltet.

Dies impliziert, daß Innovations- und Ausbreitungsvorgänge im Sinne BORCHERDTs² (1961, S.3) „von einem Zentrum aus durch Nachahmung in Verbindung mit einer unterschiedlichen Wertung bei den einzelnen Sozialgruppen flächen- oder linienhaft nach außen vordringen und dabei die Gegenkräfte der ‘Tradition’ zu überwinden haben“. Dieser Ansatz alleine würde bei der heutigen fast flächendeckenden Verbreitung von Massenmedien voraussichtlich keine sehr befriedigenden Ergebnisse mehr liefern. Die bloße infrastrukturelle Ausstattung läßt jedoch noch keinen Aufschluß über die tatsächliche Nutzung der Medien zu, so daß das Informations- und Kommunikationsverhalten von Individuen und Gruppen berücksichtigt werden muß. Hierbei kommt dem lokalen/regionalen Kommunikationsraum als unmittelbare „Lebenswelt“ eine besondere Bedeutung zu.

¹ SCHÖLLER (1983) definiert „Urbanisierung“ als Angleichung von Strukturmerkmalen der ländlichen an die städtische Bevölkerung. Im Gegensatz dazu verwendet HELLER (1973) beide Begriffe synonym und faßt darunter Wachstum der Stadtbevölkerung, Siedlungswachstum, Verdichtung und Ausbreitung städtischer Elemente und Verhaltensweisen zusammen (aus BÄHR/JENTSCH/KULS 1992, S.304)

² BORCHERDT (1961) untersuchte Innovationen in der Agrarwirtschaft und verstand sie als „agrargeographische Regellerscheinung“ mit prozessualem Charakter (FLIEDNER 1993, S.145).

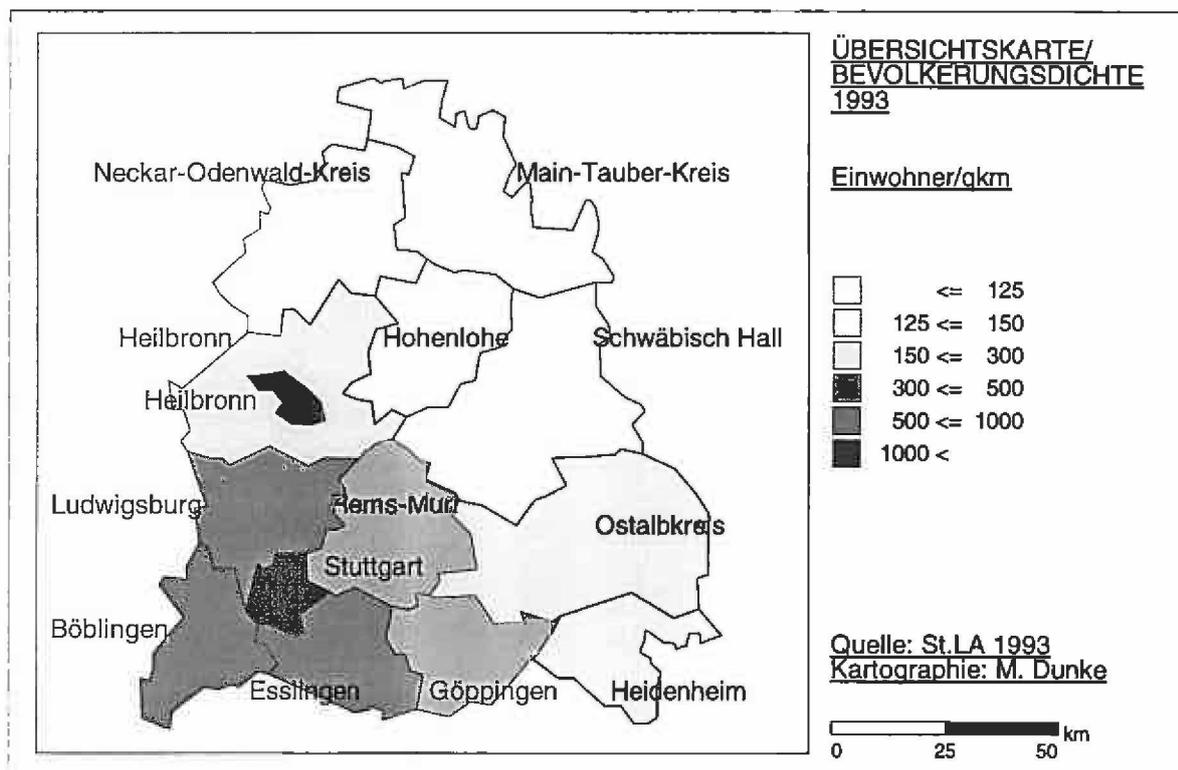
Abbildung 1: Siedlungsstrukturelle Kreistypen in Baden-Württemberg



1.2. Das Untersuchungsgebiet

Als Untersuchungsgebiet wurde der Regierungsbezirk Stuttgart (+ Neckar-Odenwald-Kreis) ausgewählt., da er sowohl verdichtete als auch ländliche Teilräume enthält. Grundlage der Einteilung in verdichtete und ländliche Regionen bildet die siedlungsstrukturelle Gebietstypisierung der Bundesforschungsanstalt für Landeskunde und Raumplanung (BfLR, vgl. Abb. 1). Als zentrale Dimensionen der Typisierung dienen hierbei Verdichtung und Zentralität eines Raumes (vgl. dazu auch die Übersicht verschiedener Indizes bei HOFFMEYER-ZLOTNIK, ZUMA-Nachrichten 34).

Abbildung 2: Übersichtskarte/Bevölkerungsdichte (Kreise im Untersuchungsgebiet)



Der Regierungsbezirk Stuttgart liegt im nordöstlichen Baden-Württemberg und besteht aus den Raumordnungsregionen Mittlerer Neckar, Franken und Ostwürttemberg. Der Landkreis Neckar-Odenwald-Kreis wird miteinbezogen, ist jedoch der Raumordnungsregion Unterer Neckar zugeordnet.

Die Region Mittlerer Neckar wird von der BfLR dem Regionstyp I (Regionen mit großen Verdichtungsräumen) zugeordnet. Das Zentrum bildet die Kernstadt Stuttgart (2870 Einwohner/qkm). Die zur Region gehörenden Landkreise Böblingen (561 Einwohner/qkm), Esslingen (766 Einwohner/qkm), Göppingen (390 Einwohner/qkm), Ludwigsburg (700 Einwohner/qkm) und der Rems-Murr-Kreis (460 Einwohner/qkm) sind als hochverdichtet eingestuft mit Bevölkerungsdichten z.T. weit über 300 Einwohner/qkm (vgl. Abb. 2).

Gemäß der Einstufung der BfLR ist die Region Franken den Regionen mit Verdichtungsansätzen (Regionstyp II) zuzuordnen. Kernstadt der Region ist die Stadt Heilbronn (1213 Einwohner/qkm). Der Landkreis Heilbronn (266 Einwohner/qkm) gehört zu den Kreisen mit Verdichtungsansätzen, während die Landkreise Hohenlohe (128 Einwohner/qkm), Schwäbisch Hall (118 Einwohner/qkm) und Main-Tauber (101 Einwohner/qkm) den ländlichen Kreisen zugeordnet werden. Ebenfalls als strukturschwach und ländlich geprägt einzustufen - und deshalb in das Untersuchungsgebiet einbezogen - ist der Neckar-Odenwald-Kreis mit einer Bevölkerungsdichte von 126 Einwohner/qkm, der sich im Norden an den Landkreis Heilbronn anschließt.

Die Region Ostwürttemberg besteht aus den Landkreisen Ostalbkreis (201 Einwohner/qkm) und Heidenheim (214 Einwohner/qkm). Mit durchschnittlich 205 Einwohner/qkm ist sie dichter besiedelt als die Region Franken und liegt auch über dem Abgrenzungskriterium von 150 Einwohner/qkm für ländliche Räume. Die Region wird jedoch von der BfLR als ländliche Region eingestuft, da sich kein leistungsfähiges Oberzentrum entwickelt hat. Die Gründe dafür liegen in der räumlichen Nähe zum Mittleren Neckarraum.

2. Information und Kommunikation (IuK) als räumliches System

2.1. Funktionalität von Information und Kommunikation

Eine interessante Fragestellung liegt in der Raumwirksamkeit von Information und Kommunikation. Wenn man unter Kommunikation nicht nur die Vernetzung eines sozialen Organismus - also Diffusionsbahnen von Wissen - versteht, dann liegt nach GRÄF (1988, S.32) die eigentliche Raumwirksamkeit im Handlungspotential einer „verstandenen Nachricht“. Er definiert Raumwirksamkeit nicht nur als vereinzelte Beobachtung einer Reaktion,

sondern als „ein statistisch nachweisbarer Prozeß räumlicher Strukturänderungen“. Die Funktionalität kommunikativer Prozesse bezüglich ihrer Raumwirksamkeit ist dabei nicht eindimensional, sondern sehr komplex, so daß die wichtigsten Zugänge zu diesem Bereich wie folgt typisiert werden:

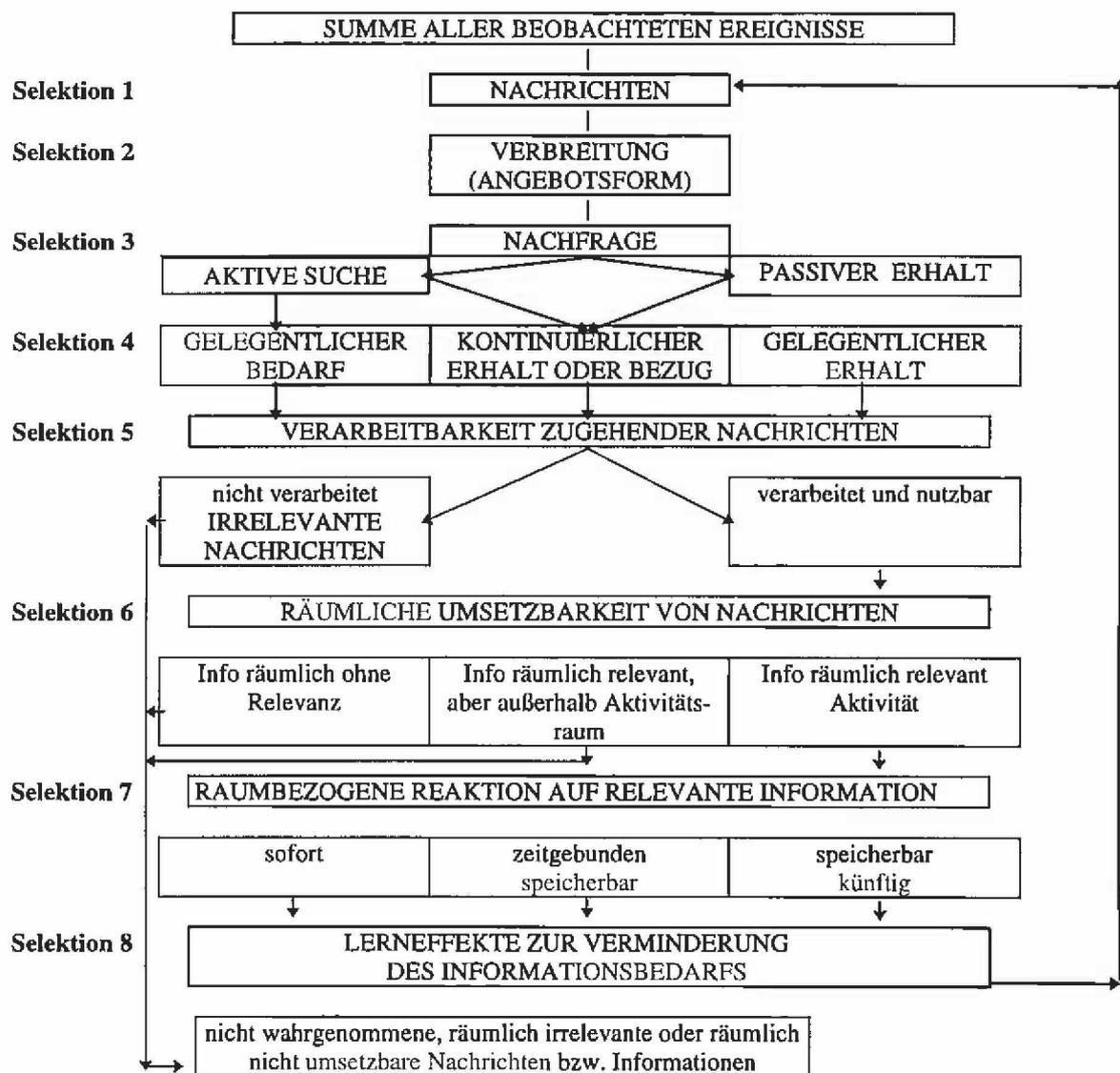
- IuK als räumliche Abhängigkeit: Information und Kommunikation sind selbst ein räumliches Strukturelement. In Abhängigkeit ökonomischer Bedingungen bildet sich meist ein Strukturmuster der Verbreitung von Kommunikationsinfrastrukturen persönlicher Kommunikation (Gaststätten, Vereine, Volkshochschulen etc.), der Telekommunikation (Telefon, Telematikeinrichtungen etc.) oder der Massenkommunikation (Presse, Rundfunk, Fernsehen, Kino).
- IuK als Daseinsäußerung: Eine Abgrenzung von Information und Kommunikation als grundfunktionale Daseinsäußerung ist nicht unproblematisch. Einerseits sind IuK selbst konstituierendes Element für einige grundfunktionale Bereiche, z.B. der Bereiche *in Gemeinschaft leben* oder *Freizeitverhalten* (MAIER/PAESLER/RUPPERT/SCHAFER 1977, S.29ff). Zum anderen besitzen IuK einen intermediären Charakter für alle Grundfunktionen, da ohne sie weder Reichweitenmuster, Verflechtungen u.ä. realisierbar wären.
- IuK als final-räumliches Instrument: Information und Kommunikation gewinnen in zunehmenden Maße Warencharakter. Hier ist Information und Kommunikation in erster Linie als Angebotsmarkt zu sehen, z.B. für Telekommunikationsdienste, Tageszeitungen oder Rundfunkprogramme. Anbieter können dabei eigene wirtschaftliche Ziele verfolgen oder als Mittler räumlicher Lenkungsinteressen, z.B. der werbetreibenden Wirtschaft, fungieren.

2.2. Selektivität von IuK-Prozessen

IuK-Prozessen sind eine Reihe von Selektionsmechanismen vorgelagert. Nach GRÄF (1991, S.374ff) sind drei Selektionsebenen vorhanden. Die erste Ebene besteht in der *Verfügbarkeit von Informationen*, die zweite im *Informationssuch- und nutzungsverhalten*, die dritte in der *Umsetzbarkeit von Informationen* in raumwirksame Aktivitäten.

Die *Verfügbarkeit von Informationen* ist zum einen in der Abhängigkeit vom Angebot zu sehen. Das differenzierte Angebot unterliegt einer räumlichen Dimension (international, national, regional, lokal) und kann politische, technische oder marktbedingte Ursachen haben. Auf die Untersuchung bezogen bedeutet dies, das regional oder lokal differenzierte Angebot an Rundfunksendern und -programmen, an Zeitungs- und Printmedien sowie anderen kommunikativen Infrastruktureinrichtungen im Untersuchungsgebiet zu erfassen.

Abbildung 3: Selektivität von Nachrichten bzw. Informationen



(Quelle: GRÄF 1988, S.34)

Es existieren neben den äußeren Rahmenbedingungen innere, individuelle Selektionsfilter. Sie lassen sich als *Informationssuch- und -nutzungsverhalten* beschreiben. Zweck, Vielfalt und Interesse entscheiden über die zu bewältigende Informationsflut, über die individuelle Reichweite (individueller Kommunikationsraum) bei der Suche nach Informationen und auch die langfristige Bindung an Informationsquellen (Persistenz des Kommunikationsraums). Hier ist die mediale Haushaltsausstattung und die Mediennutzung als Indikator zu untersuchen.

Der Kommunikationsraum bildet die Grundlage des Aktionsraums einer Gruppe oder eines Individuums. Grenzen bei der *Umsetzbarkeit von Informationen* in raumwirksame Aktivitäten bilden physische (z.B. altersbedingte) und ökonomische (verfügbares Einkommen) Bedingungen.

2.3. Aktionsräumliche Formen der Kommunikation

Informationsverbreitung als räumlicher Prozeß ist von Kommunikation nicht zu trennen.

Abbildung 4: Aktionsräumliche Formen der Kommunikation

KOMMUNIKATION			
PERSÖNLICHE BEGEGNUNG		TELEKOMMUNIKATIV	
Kontinuierlich bestehender Aktionsraum	Sporadischer Aktionsraum Kontakt	Interaktiver individueller	Massenkommunikation
Familie Arbeitsplatz Verein u.a.	Geschäftsreise Urlaub u.a.	Brief Telefon Datentransfer u.a.	Presse Rundfunk Fernsehen Kino u.a.

(Quelle: GRÄF 1988, S.41)

GRÄF (1988, S.40) bezeichnet dabei Information als das speicherbare, verarbeitbare, „materielle“ Element, Kommunikation als das handlungsorientierte, nicht speicherbare aktionsräumliche Element des Austauschs von Signalen bzw. Informationen.

Der informationsselektive Ansatz ist als ebenso differenziertes Raumsystem zu verstehen wie die aus diesem System abgeleiteten sozialgeographischen Prozeßabläufe, d.h. das beide Bereiche trotz räumlicher Eigenständigkeit nicht voneinander zu trennen sind, sich wechselseitig beeinflussen und nur „in ihrer Gesamtheit Raumwirksamkeit im Sinne von Reaktionsreichweiten zu erklären vermögen“ (GRÄF 1988, S.41).

Beide Elemente können mit verhaltensspezifischen Variablen in Verbindung gebracht werden zur Abgrenzung von Räumen, die eine gleiche oder ähnliche kommunikationsräumliche Struktur aufweisen. Die prinzipielle individuelle Entscheidungsfreiheit, die hier eingebunden ist, bildet die mikroanalytische Ebene kommunikationsräumlicher Untersuchungen. Sozialgeographische Räume werden dabei als Räume ähnlicher oder gleicher kommunikativer Prozesse verstanden, die - verbunden mit sozioökonomischen Strukturen - „nur eine bestimmte Bandbreite aktionsräumlichen Handelns zulassen“ (GRÄF 1988, S.42).

3. Problematik der Gewichtung

Umfrageforschung wie amtliche Statistik verfolgen das Ziel, Eigenschaften der Bevölkerung und von Bevölkerungsteilen korrekt wiederzugeben. Unterschiede bestehen allerdings in zweifacher Hinsicht: zum ersten kann die Umfrageforschung „nicht auf das Instrument der Auskunftspflicht zurückgreifen“ (HARTMANN/SCHIMPL-NEIMANN 1992, S.316), zum anderen wird in den amtlichen Statistiken die gesamte Bevölkerung erfaßt, während in Umfragen Kinder, Ausländer und Personen in Anstaltshaushalten in der Regel nicht berücksichtigt werden. Dazu können unterschiedliche Ausfallwahrscheinlichkeiten verschiedener gesellschaftlicher Gruppen zu Abweichungen in der Verteilung von Merkmalen führen. Ein weiterer Grund für Abweichungen zwischen amtlicher Statistik und Umfragestatistiken kann im angewandten Verfahren liegen (HARTMANN/SCHIMPL-NEIMANN 1992, S.317).

Diese Problematik trifft auch für die MA zu. Generell „erfreuen“ sich Methode, Qualität und Auswertung der MA seit langem einer kontroversen wissenschaftlichen Diskussion¹. Das MA-Modell, bestehend aus dem Feldmodell mit Stichprobe, dem Erhebungsmodell und dem Auswertungsmodell, erhebt den Anspruch, das massenmediale Kommunikationsverhalten der erwachsenen deutschen Bevölkerung abzubilden, wobei *per definitionem* folgende Einschränkungen gemacht werden (MA '92, Textausgabe Erläuterungen, S.21ff):

- für die Personen: die deutsche Bevölkerung in Privathaushalten am Ort der Hauptwohnung in der Bundesrepublik Deutschland im Alter von 14 und mehr Jahren.
- für die Haushalte: die Privathaushalte am Ort der Hauptwohnung in der Bundesrepublik Deutschland mit deutscher Bezugsperson.

Die angeführten Einschränkungen bedeuten, daß nur die deutsche Bevölkerung ab 14 Jahren repräsentiert ist, desweiteren Personen in Anstaltshaushalten (z.B. Kasernen) ebenfalls nicht berücksichtigt sind. Das Gewichtungungsverfahren zur Aufhebung unterschiedlicher Ausfallwahrscheinlichkeiten wird Redressement (nachvollziehbar in MA'92, Textausgabe Erläuterungen) genannt. Mit dem Redressement wird versucht, die Diskrepanz zwischen Stichprobe und externer Statistik (i.d.R. Volkszählung, Mikrozensus, Amtliche Statistik) durch entsprechende Gewichtungsfaktoren auszugleichen oder zumindest vernachlässigbar

¹ Allgemein gilt, daß beim Prozess der Datengewinnung mittels einer Stichprobe drei Akteure auftreten, wenn man die spätere Verarbeitung der Daten außer Acht läßt (z.B. Vercodung): 1. der Forscher/das Forscherteam, 2. die Interviewer und 3. die Interviewten. Alle drei Akteure üben einen erheblichen Einfluß auf Form und Qualität der Daten aus. Diese Einflußfaktoren sollten bei der Anlage einer Stichprobe berücksichtigt werden, mißt sich doch der Wert einer Stichprobe an der „Ausschöpfung“. „Das Verhältnis des Umfangs der Netto- zu dem der Bruttostichprobe wird als „Ausschöpfung“ bezeichnet (HOFFMEYER-ZLOTNIK/ WIEDENBECK 1994, S.2ff), ist demnach die Summe aller realisierten Interviews.

Den MA-Stichproben liegt das Verfahren der geschichteten Zufallsauswahl zugrunde (mehrstufiges Random-Route-Verfahren). Allgemein wird beim Random-Route-Verfahren mehrstufig geschichtet, wobei die Schichtung über administrative Raumeinheiten wie Bundesland, Regierungsbezirk, Kreis etc. sowie über Gemeindegrößenklassen zu einer Auswahl von kleinräumigen Begehungseinheiten führt, die möglichst überschaubar und homogen sein sollten. Nach dem in Deutschland gebräuchlichsten Stichprobenplan des „Arbeitskreises Deutscher Marktforschungsinstitute“ (ADM) stellen Stimm- bzw. Wahlbezirke („sample points“) diese Begehungseinheiten dar, aus denen proportional zum Bedeutungsgewicht Haushalte ausgewählt werden, die der Grundgesamtheit angehören (MA '92, Textausgabe, S.24ff).

HOFFMEYER-ZLOTNIK und WIEDENBECK (1994, S.11) sehen das zentrale Problem der heute üblichen Stichprobenziehung beim Übergang von der Brutto- zur Nettostichprobe. „Legt man die Ziehung „repräsentativer“ Daten zugrunde, begreift aber die Transformation von Brutto- zur Nettostichprobe als zusätzlichen Zufallsprozeß, muß man die Begründung eines Stichprobendesigns anhand theoretischer Eigenschaften, die sich nur auf die Ziehung der Bruttostichprobe beziehen, zumindest als problematisch betrachten“. Beide Autoren empfehlen deshalb mehr Kontrolle und Transparenz beim Übergang von Brutto- zu Nettostichprobe. Der Selbstselektionsprozeß sollte möglichst gut beschrieben werden, „indem man etwa durch spezielle Instrumente bestimmte rudimentäre Informationen auch von denjenigen Personen der Bruttostichprobe erhält, die nicht an der Erhebung teilnehmen“ (1994, S.13).

zu verringern (ROTHER 1990, S.32). Trotz dieser Anpassung durch Gewichtung können sich Abweichungen zur amtlichen Statistik ergeben¹. Es ergeben sich für das Untersuchungsgebiet folgende Hochrechnungen nach Personengewichtung²:

Tabelle 1: Fälle im Untersuchungsgebiet/Personengewichtung (MA'94)

<i>Kreise</i>	<i>Befragte</i>	<i>gewichtet</i>	<i>%</i>
Stuttgart-StK.	611	366 757	15,8
Böblingen	563	200 940	8,7
Esslingen	625	290 399	12,5
Göppingen	617	147 714	6,4
Ludwigsburg	195	280 994	12,1
Rems-Murr	666	230 877	9,9
Heilbronn-StK.	361	71 790	3,1
Heilbronn	240	163 620	6,9
Hohenlohe	126	55 853	2,4
Schwäbisch Hall	69	97 023	4,2
Main-Tauber	107	76 930	3,3
Heidenheim	134	78 891	3,4
Ostalbkreis	310	175 649	7,6
Neckar-Odenwald	110	85 023	3,7
Gesamt	4 732	2 322 460	100

Die Grundgesamtheit (Definition s.o.) im Untersuchungsgebiet beträgt somit 2 322 460 Personen. Ein Vergleich mit der amtlichen Statistik gestaltete sich in diesem Falle schwierig, denn verlässliche Statistiken über die Anzahl von in Anstaltshaushalten lebenden Menschen sind - wenn existent - schwer zugänglich. Insgesamt erscheinen dem Verfasser nach einem Vergleich mit der amtlichen Statistik (St.LA 1993, Bd.473) die Hochrechnungen der Stichprobe etwas zu niedrig. Aus diesem Umstand heraus werden in den folgenden Ausführungen nur die prozentualen Werte und Anteile ausgewiesen. Dabei ist zu berücksichtigen, daß als Grundgesamtheit die Gesamtbevölkerung mit o.a. Einschränkungen zugrunde gelegt ist (MA'92, Textausgabe, Erläuterungen, S.21).

¹ Zur Gewichtungproblematik siehe allgemein u.a. GABLER/HOFFMEYER-ZLOTNIK/KREBS (HG) 1993: Während ROTHE (1990, S.45, 1993, S.76ff) keine grundsätzlich Bedenken bei Gewichtungen und Anpassungen an externe Statistiken vorbringt, empfehlen u.a. ALT/BIEN (1993, S.138)) generell keine Gewichtungen durchzuführen.

² Ihrer Anlage nach ist die MA-Stichprobe auch eine Haushaltsstichprobe, nämlich eine Auswahlstufe vor der Personenstichprobe.

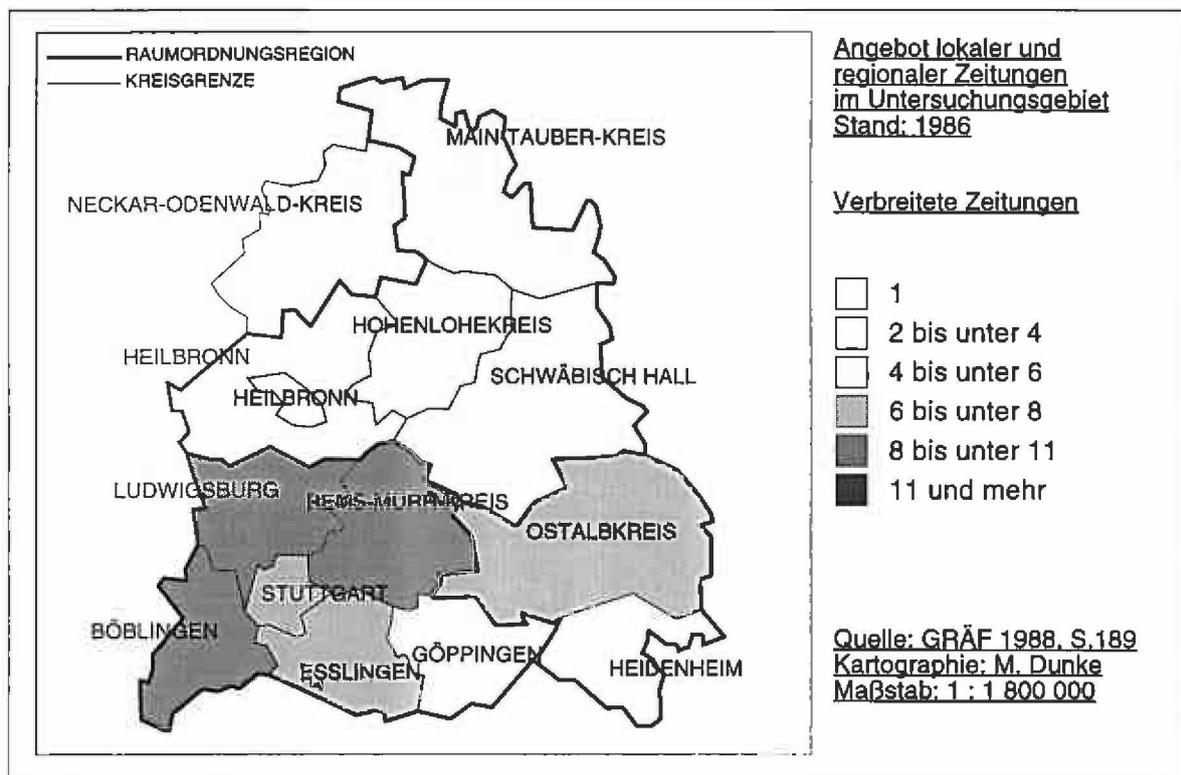
ERGEBNISSE AUS DEN UNTERSUCHUNGEN

4. Zeitungsverbreitung im Untersuchungsgebiet

4.1. Angebot lokaler und regionaler Zeitungen

Die Verbreitung der Tagespresse ist einerseits abhängig von der lokalen/regionalen Angebotsstruktur, andererseits von der Akzeptanz und der Leser-Blatt-Bindung der Rezipienten bzw. Leser.

Abbildung 5: Angebot lokaler und regionaler Zeitungen im Untersuchungsgebiet 1986¹



Im Untersuchungsgebiet sind der Stadtkreis Heilbronn und der Landkreis Hohenlohe sogenannte Einzeitungskreise, d.h. in diesen Kreisen ist nur eine lokale oder regionale Zeitung

¹ Die Angebotsstruktur lokaler/regionaler Abonnement-Tageszeitungen ist GRÄF 1988 (S.189) entnommen. Sie spiegelt aber prinzipiell die Angebotsstruktur von 1993/94 (MA-Erhebungszeitraum) wider.

verbreitet. Die Tendenz im bundesdeutschen Zeitungsmarkt geht verstärkt in diese Richtung. 1993 waren in Baden-Württemberg von insgesamt 44 Kreisen 21 Einzeitungskreise (SCHÜTZ 1993, S.192).

Abbildung 5 vermittelt deutlich die Konzentration publizistischer Vielfalt in den Verdichtungsräumen der Region Mittlerer Neckar. Besonders die Kreise Böblingen, Ludwigsburg, Rems-Murr, Esslingen und Stuttgart, aber auch der Ostalbkreis haben im Vergleich zu den ländlichen Gebieten Frankens und zum Neckar-Odenwald-Kreis ein wesentlich vielfältigeres Informationsangebot bezüglich lokaler und regionaler Berichterstattung.

Die Kreise Göppingen, Heidenheim, Schwäbisch Hall und der Kreis Heilbronn sind neben dem Stadtkreis Heilbronn und dem Kreis Hohenlohe mit einem lokalen/regionalen Zeitungsangebot von zwei bis drei Einheiten im Vergleich zu den verdichteten Kreisen schwach versorgt. Die Frage nach den unmittelbaren Auswirkungen auf die Zeitungsverbreitung innerhalb der Bevölkerung schließt sich dem an.

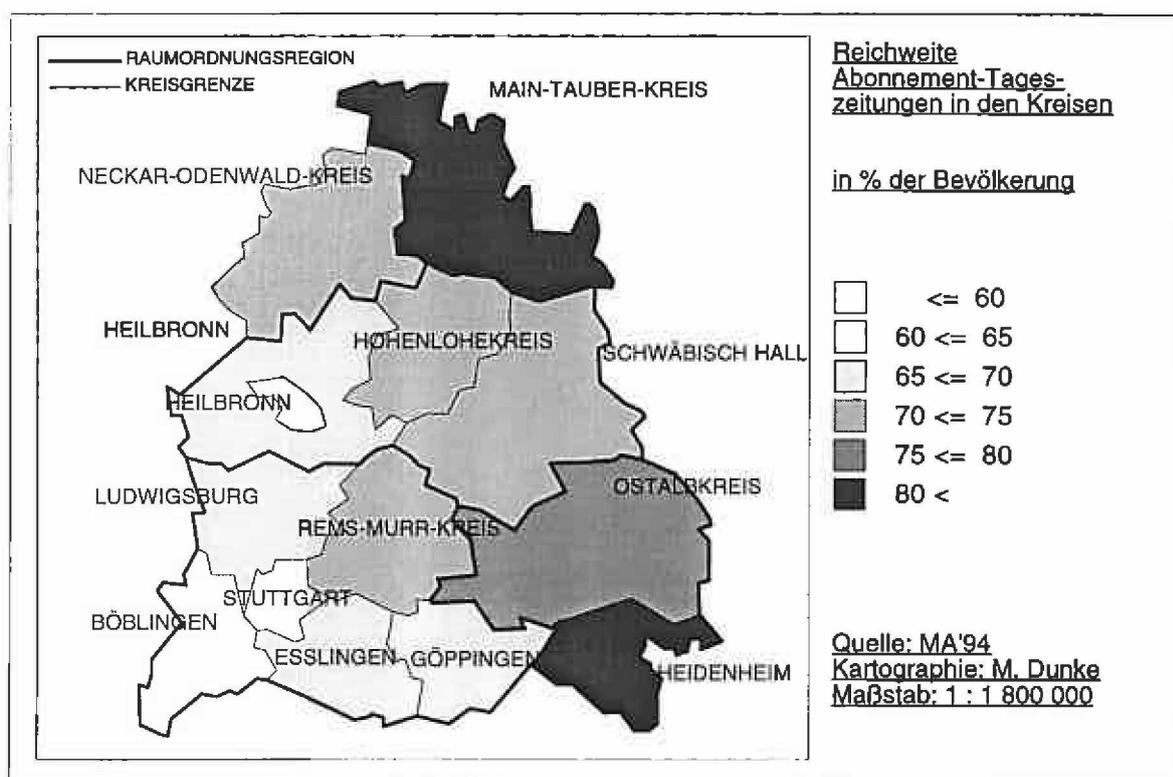
4.2. Reichweiten lokaler/regionaler Abonnement-Tageszeitungen

Die Reichweite umfaßt den prozentualen Anteil der Bevölkerung oder einer Zielgruppe, der von einem Medium erreicht wird (MA'92, Textausgabe, Erläuterungen, S.119). Der zeitungswissenschaftliche Reichweitenbegriff schließt also den „prozentualen Anteil der Leser pro Nummer an der Grundgesamtheit der Bevölkerung“ (BAUER 1990, S.48) ein. Dieser Anteil ist fast immer um ein Vielfaches höher als die verkaufte Auflage, da neben den Käufern oder Abonnenten auch andere Personen die Zeitung lesen (z.B. Familienmitglieder).

Gemäß dem Postulat einer differenzierten Struktur der Medienverbreitung in verdichteten und ländlichen Räumen soll die Tageszeitungsverbreitung Aufschluß darüber geben, ob sich die Ausstattung der Haushalte bzw. Reichweite bestimmter Medien in den Raumkategorien unterscheiden. Die Verbreitung überregionaler Kaufzeitungen wie der *Bild-Zeitung* oder von „Qualitätszeitungen“ (BAUER 1990, S.16) wie *Frankfurter Allgemeine Zeitung*,

Süddeutsche Zeitung oder *die Welt* wird dabei zurückgestellt. Nach BAUER (1990, S.16) ist die Verbreitung dieser Zeitungen in viel stärkerem Maße abhängig von soziodemographischen Voraussetzungen, während er davon ausgeht, daß der Erwerb lokaler und regionaler Tageszeitungen vor allem aus Interesse an der Lokalberichterstattung geschieht und somit die „generelle geographische Orientierung auf ein bestimmtes städtisches Zentrum widerspiegelt“ (ebd., S.13).

Abbildung 6: Abonnement-Tageszeitungs-Reichweiten nach Kreisen 1994



Die Abonnement-Tageszeitungen zeigen in ihrer Verbreitung eine recht uneinheitliche Struktur. Der Bevölkerungsanteil, der durch eine im Haushalt abonnierte Tageszeitung erreicht wird, schwankt auf Kreisebene zwischen 53,3% (Stuttgart-St.K.) und 85,4% (Main-Tauber-Kreis). Legt man den Durchschnitt von 67,4% im gesamten Untersuchungsgebiet zugrunde, so fällt die Kernstadt Stuttgart mit einer weit unterdurchschnittlichen Reichweite von 53,3% der Bevölkerung auf, während die Reichweiten in den hochverdichteten Kreisen Böblingen (63,8%), Esslingen (67,9%), Göppingen (66,2%), Ludwigsburg (68,0%) und Rems-Murr (70,4%) mit geringeren Abweichungen in etwa dem Durchschnitt entsprechen.

Die Kernstadt Heilbronn (65,0%) sowie der Landkreis Heilbronn (67,4%) sind mit ihren Werten dicht oder exakt am/im Durchschnitt.

Insgesamt zeichnet sich die Tendenz ab, daß in den von der BfLR als ländlich eingestuften Räumen eine höhere Reichweite von Abonnement-Tageszeitungen zu verzeichnen ist. Besonders hohe Werte weisen dabei die durch die niedrigsten Bevölkerungsdichten Baden-Württembergs gekennzeichneten Kreise Main-Tauber (85,4%), Hohenlohe (75,0%), Neckar-Odenwald (74,5%) und Schwäbisch Hall (70,7%) auf. Die Region Ostwürttemberg, in deren Kreisen Heidenheim und Ostalbkreis sich kein Oberzentrum befindet, zeichnet sich durch ebenfalls hohe Reichweiten mit 80,5% bzw. 76,0% aus. In Grundzügen zeichnet sich ein Anstieg der Reichweiten (vgl. Abb. 6) vom Zentrum Stuttgart über die hochverdichteten Kreise in der Region Mittlerer Neckar bis zu den ländlichen Kreisen der Regionen Franken, Ostwürttemberg und Unterer Neckar (Neckar-Odenwald-Kreis) ab.

Als Ergebnis kann festgehalten werden, daß in den ländlichen Gebieten der Region Franken das Medium Abonnement-Tageszeitung eine z.T. weit höhere Reichweite erreicht als in den Kernstädten Stuttgart und Heilbronn sowie den hochverdichteten Landkreisen der Region Mittlerer Neckar und dem Landkreis Heilbronn. Vor allem in den ländlichen und strukturschwachen Kreisen Main-Tauber, Hohenlohe, Neckar-Odenwald sowie in der Region Ostwürttemberg ist die Abo-Tageszeitung weiter verbreitet als in den hochverdichteten Kreisen, besonders in den kleinen Landgemeinden (bis 2000 Einwohner) und Landstädten (2000-5000 Einwohner) der Kreise Hohenlohe und Neckar-Odenwald (MA'94).

4.3. Nutzungshäufigkeiten von Abonnement-Tageszeitungen

Insgesamt wird von den tagesaktuellen Medien am häufigsten das Fernsehen (91,3% der Bevölkerung), gefolgt von der Tageszeitung (84,6%) und dem Hörfunk (84%) genutzt. Tabelle 2 verdeutlicht die dominierende Stellung der tagesaktuellen Medien gegenüber Presseerzeugnissen wie Büchern (19,0%) oder Zeitschriften (45,5%) sowie gegenüber Individualmedien wie Tonträger (27,5%) und Video (4,5%). Nur ein geringer Anteil kommt mit den Massenmedien Tageszeitung (6,4%), Fernsehen (3,7%) und Hörfunk (8,3%)

'*einmal im Monat*' und '*seltener*' in Kontakt. Zeitschriften werden demnach von annähernd 80%, Tonträger wie Schallplatten, Kassetten, CD's u.ä. von über 50% der Bevölkerung mehrmals im Monat genutzt.

Tabelle 2: Nutzung unterschiedlicher Medien 1994 (in %)

(Abweichungen zu 100 durch Rundungen)

Häufigkeit der Nutzung von Medien	Zeitung lesen	Zeitschrift. lesen	Bücher lesen	Fernsehen	Video sehen	Radio hören	Tonträger Hören
fast täglich oder mehrmals in d. Woche	84,6	45,5	19,0	91,3	4,5	84,0	27,5
mehrmals im Monat	9,1	34,1	22,8	5,0	20,1	7,6	26,3
etwa 1x im Monat	1,3	8,5	14,3	0,5	12,6	1,0	10,7
seltener	2,7	7,7	25,1	1,1	18,9	2,6	15,9
nie	2,0	3,7	17,6	1,7	43,5	4,4	19,3
keine Angabe	0,4	0,5	1,1	0,4	0,4	0,3	0,3
Gesamt	100	100	100	100	100	100	100

(Quelle: MA'94)

Tabelle 3: Häufigkeit der Nutzung von Tageszeitungen 1994

Kreise	mehrmals in d. Woche	mehrmals im Monat	etwa 1x im Monat	seltener	nie	keine Angabe
Stuttgart-StK.	81,4	11,0	1,5	3,3	2,3	0,6
Böblingen	80,4	12,5	1,2	3,5	2,2	0,2
Esslingen	79,5	13,1	1,7	4,3	1,1	0,3
Göppingen	84,5	11,5	1,1	1,8	1,1	0,1
Ludwigsburg	90,5	7,8		0,2	0,9	0,6
Rems-Murr	90,7	4,3	1,1	1,6	1,8	0,7
Heilbronn-StK.	84,8	4,6	2,2	5,7	2,4	0,3
Heilbronn	84,7	5,0	1,8	3,8	3,7	1,1
Hohenlohe	81,6	10,2	0,9	3,2	3,7	0,4
Schwäbisch Hall	77,6	15,5	4,2	2,7		
Main-Tauber	88,2	2,2	1,2	4,1	4,2	4,2
Heidenheim	89,1	7,8	1,5	0,8	0,8	0,8
Ostalbkreis	85,6	9,0	0,8	2,3	2,3	2,3
Neckar-Odenwald	90,7	3,7		1,6	4,0	4,0
Gesamt	84,6	9,1	1,3	2,7	2,0	0,4

(Quelle: MA'94)

Bei einer genaueren Analyse der Nutzungshäufigkeit von Abonnement-Tageszeitungen auf Kreisebene wird deutlich, daß in den verdichteten Kreisen der Region Mittlerer Neckar wie in den anderen Kreisen des Untersuchungsgebietes Tageszeitungen von etwa gleich großen Bevölkerungsanteilen '*täglich/mehrmals in der Woche*' oder '*mehrmals im Monat*' gelesen

werden. In allen Kreisen nutzen annähernd 90% und mehr (Stadt- und Landkreis Heilbronn: 89,4% bzw. 89,7%) der Bevölkerung Tageszeitungen mindestens *'mehrmals im Monat'*, wobei die Anteile der *'täglich/mehrmals pro Woche'*-Leser in Schwäbisch Hall (77,6%), Esslingen (79,5%) und in der Kernstadt Stuttgart (81,4%) am niedrigsten sind. Am intensivsten wird die Zeitung von der Bevölkerung in den Landkreisen Ludwigsburg (90,% *'täglich/mehrmals pro Woche'*), Rems-Murr (90,7%), Neckar-Odenwald (90,7%) und Main-Tauber (88,2%). Aber auch dort, in den ländlichen Kreisen Main-Tauber und Neckar-Odenwald sind die größten Anteile derjenigen zu finden, die *'nie'* mit dem Medium Tageszeitung in Berührung kommen (4,2% bzw. 4,0%).

Aus den Nutzungsdaten läßt sich daher der Schluß ziehen, daß in den verdichteten Kreisen vermehrt Zeitungen gekauft werden und nicht abonniert. Die Nutzungsdaten weisen zumindest darauf hin.

Mit diesen Feststellungen können jedoch noch keine stichhaltigen Aussagen darüber gemacht werden, weshalb Abonnement-Tageszeitungen generell in ländlichen Räumen etwas weiter verbreitet sind als in verdichteten Räumen. Man kann hierfür eine hohe lokale soziale Integration der ländlichen Bevölkerung, einen Mangel an Ortsbezogenheit durch hohe Mobilität oder eine größere soziale Anonymität der Bewohner in Großstädten über 500000 Einwohner als Interpretationsansätze heranziehen. HERRMANN (1993) weist der lokalen Tageszeitung im ländlichen Raum neben der normativen¹ und sozialen² Funktion die Funktion eines „Konstruktors von Realität“ zu. Lokale Berichterstattung erhält bei ihr eine Bedeutung im Sinne einer sozialen Orientierung (HERRMANN 1992, S.12).

¹ Normativ-demokratische Funktionen werden aus der „öffentlichen Aufgabe“ der Medien abgeleitet. Herstellung von Öffentlichkeit und Transparenz als demokratisches Grundaxiom, vermittelt durch Medien, hat in diesem Sinne funktionalen Charakter. Auch in kleinen, ländlichen Gemeinden sind die Verhältnisse und Vorgänge so komplex geworden, daß sie durch direkte Kommunikation nicht mehr vermittelbar wäre. Die Tageszeitung als lokal informierendes Medium nimmt allein deshalb eine Sonderstellung ein (HERRMANN 1993, S.10).

² Gesellschaftlich- soziale Funktionsbeschreibungen sind am sozialen System und seiner Bestandteile orientiert. Verschiedene Forschungsansätze bezüglich der sozialen Funktion der lokalen Zeitung wie der Integrationsansatz oder RONNEBERGERS/STUIBERs (1976) Forderung, Lokalpresse aus ihrem gesellschaftlich-sozialen Hintergrund heraus zu erklären, bleiben den Beweis empirischer Überprüfbarkeit schuldig (HERRMANN 1993, S.12). Die Problematik liegt nicht zuletzt in der Zusammenführung verschiedener Komponenten wie Sozialsystem, Verbreitung und Inhaltsanalyse.

Eine andere - im Vergleich zu anderen Ansätzen recht einfache und doch nicht zu unterschätzende - Komponente kann in der Infrastruktur ländlicher Gebiete liegen. Die Möglichkeiten, Zeitungen täglich käuflich zu erwerben, sind in Kernstädten und Verdichtungsräumen allein durch das Vorhandensein entsprechender Verkaufsstellen wesentlich größer als in ländlichen, peripheren Gebieten. Letztlich muß diese Frage aufgrund mangelnder Informationen innerhalb des Datensatzes offen bleiben.

4.4. Zeitungsverbreitung in seiner sozialen Differenzierung

4.4.1. Zeitungsverbreitung nach Haushaltstypen

Im allgemeinen kann die Haushaltsstruktur als Indikator städtischer Strukturen und Lebensweisen herangezogen werden, denn in städtischen Gebieten „ ist die durchschnittliche Haushaltsgröße fast immer merklich geringer als in den jeweiligen ländlichen Regionen“ (BÄHR/JENTSCH/KULS 1992, S.259). Wenn man den Anteil an Einpersonenhaushalten als Indikator städtischer Strukturen und Lebensweisen heranziehen will, so sind in der Region Mittlerer Neckar die Kreise Göppingen (37,9%), Esslingen (36,8%) und Böblingen (35,3%) die Anteile hoch, in der Kernstadt Stuttgart am höchsten mit über der Hälfte aller Haushalte (50,6%). In der Kernstadt Heilbronn ist ein relativ hoher Wert von 36,4% zu verzeichnen. Von den ländlichen Kreisen haben Main-Tauber (26,1%), Ostalbkreis (26,7%) und Neckar-Odenwald (28,8%) die niedrigsten Werte (MA'94).

Die Abo-Tageszeitung ist in den jüngsten Haushalten vorwiegend Alleinstehender ((7), vgl. Tab. 4) mit 36,5% Reichweite am geringsten verbreitet. Vermutlich spielen hier andere Mediengattungen eine größere Rolle. Verwunderlich erscheint die schwache bzw. stark unterdurchschnittliche Verbreitung in Mehrpersonenhaushalten ohne Fernsehgerät (5), in denen entweder Zeitungen gekauft werden, das Radio das wichtigste Informationsmedium ist oder ein generell größeres Desinteresse an Massenmedien und deren Inhalten vorhanden ist. Überdurchschnittlich ist die Abonnement-Tageszeitung in Mehrpersonenhaushalten mit Kindern von 6 und mehr Jahren ((2) und (3)) verbreitet sowie in Zweipersonenhaushalten mit berufstätigem Partner (6).

Tabelle 4: Abo-Tageszeitungsreichweite nach Haushaltstypen 1994

<i>Haushalts-Typen</i>	<i>Reichweite von Abo -Tageszeitungen (in %)</i>
(1) Großfamilie mit älteren Kindern, Großeltern u. Enkeln.	65,9
(2) Mehr-Personen-Haushalte mit Kindern über 14 Jahren.	74,2
(3) Mehr-Personen-Haushalte mit Kindern von 6-14 Jahren.	70,3
(4) Mehr-Personen-Haushalte mit Kindern unter 6 Jahren.	59,4
(5) Mehr-Personen-Haushalte ohne Fernsehgerät.	44,5
(6) Zwei-Personen-Haushalte mit berufstätigem Partner.	68,8
(7) Jüngste Haushalte vorwiegend Alleinstehender.	36,5
(8) Haushalte alleinstehender Männer im mittleren Alter.	56,9
(9) Haushalte alleinstehender älterer Frauen.	63,3
(10) Haushalte vorwiegend Alleinstehender ohne Fernsehgerät.	61,4
(11) Ältere Zwei-Personen-Haushalte in großen Städten.	66,2
(12) Ältere Zwei-Personen-Haushalte in kleinen Gemeinden.	88,2
Gesamt Untersuchungsgebiet	67,4

(Quelle: MA'94)

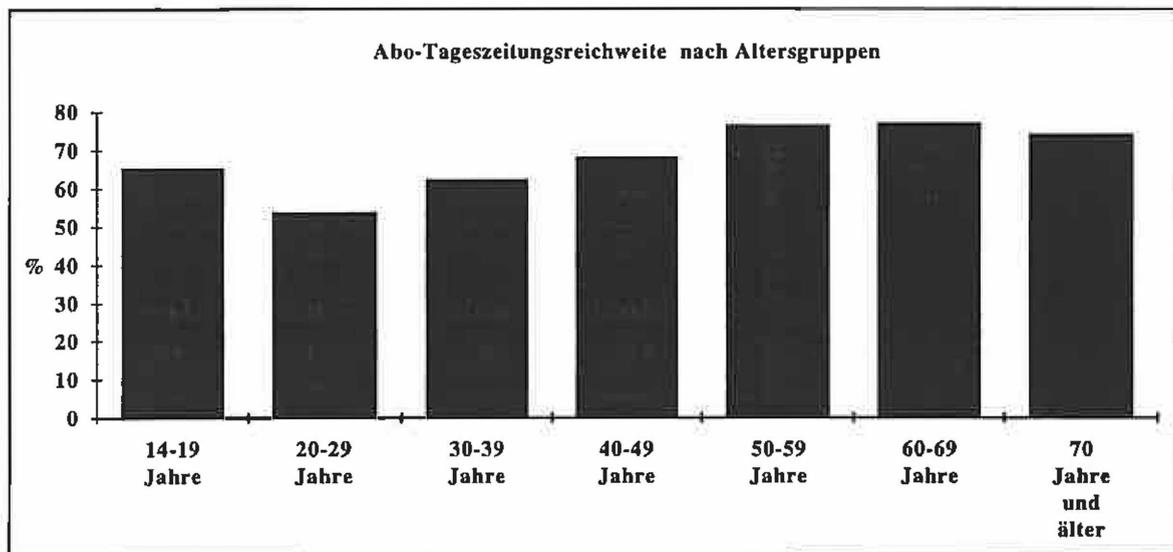
Ihre weiteste Verbreitung hat die Abo-Tageszeitung in älteren Zwei-Personen-Haushalten in kleinen Gemeinden. 88,2% der in diesen Haushalten lebenden Personen werden von diesem Medium erreicht.

Bei einer detaillierteren Betrachtung auf Kreisebene wird diese allgemeine Tendenz auf der Ebene des Untersuchungsgebietes bestätigt. Die Reichweite des Haushaltstyps (12) erreicht in allen Kreisen 80% und mehr, wobei diese Haushalte wiederum in den ländlichen Gebieten Neckar-Odenwald (96,1%), Hohenlohe (94,6%), Schwäbisch Hall (93,8%), Main-Tauber (91,2%) und Ostalbkreis (92,8%) noch höhere Werte aufweisen als in den verdichteten Kreisen Stuttgart (89,9%), Böblingen (81,2%), Esslingen (85,5%), Göppingen (80,0%), Ludwigsburg (90,8%) und Rems-Murr (87,8%).

4.4.2. Die Abonnement-Tageszeitung: ein Medium der Älteren

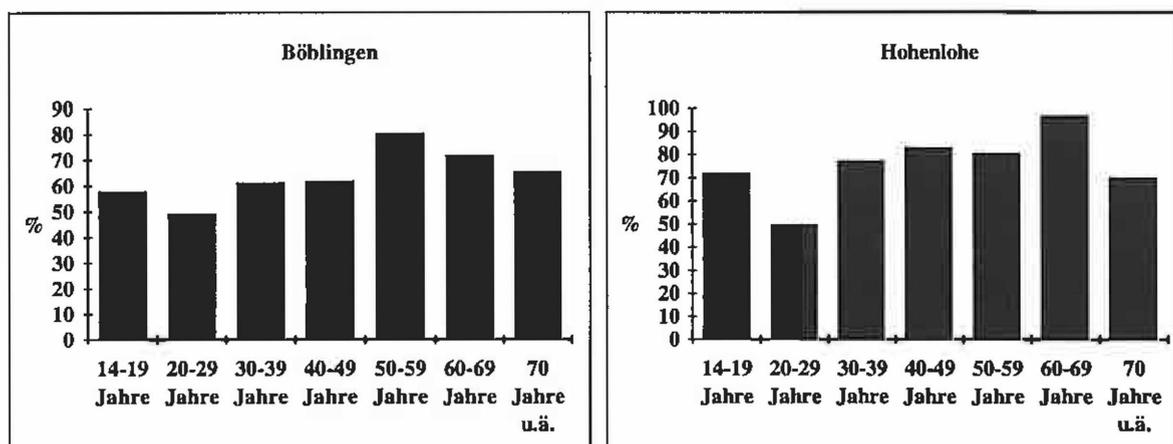
Lokale, regionale oder überregionale Abonnement-Tageszeitungen sind ein Medium der älteren Menschen. In den verschiedenen Altersgruppen sind deutliche Unterschiede erkennbar.

Abbildung 7: Abo-Tageszeitungsreichweite nach Altersgruppen 1994



(Quelle: MA'94)

Abbildung 8: Abo-Tageszeitungsreichweite nach Altersgruppen in ausgewählten Kreisen



(Quelle: MA'94)

So werden von diesem Medium in den Altersgruppen 20-29 Jahre und 30-39 Jahre unterdurchschnittlich viel Menschen erreicht, während die höchsten Reichweiten in den beiden Altersgruppen 50-59 Jahre (76,3%) und 60-69 Jahre (76,8%) vorkommen. Die Untersuchungen bezüglich Zeitungsverbreitung und Haushaltstypen im vorangegangenen Kapitel werden durch die Verteilung auf die verschiedenen Altersklassen bestätigt, so daß die Abonnement-Tageszeitung vorwiegend von älteren Menschen ab 40 Jahren genutzt wird. Die überdurchschnittlichen Werte in der Altersgruppe 14-19 Jahre kommen wohl dadurch zustande, daß es sich in dieser Gruppe um Kinder in Haushalten handelt, deren Haushaltsvorstände Tageszeitungen abonniert haben. Nach einer Studie von BAACKE/SANDER/VOLLBRECHT (1990, S.323ff) tendiert diese Altersgruppe mehr zum Medium Fernsehen. Die Tageszeitung nimmt eine nachgeordnete Rolle in der Wichtigkeit verschiedener Mediengattungen ein (ebd. 1990, S.329).

Auch in der regionalen Differenzierung zeigen sich diesbezüglich nur marginale Unterschiede. Der Kreis Böblingen, stellvertretend für die verdichteten, städtischen Kreise, weist in der Altersklasse 50-59 Jahre die höchste Reichweite auf (vgl. Abb. 8). Der Kreis entspricht in der Reichweite nach Altersgruppen der Struktur des gesamten Untersuchungsgebietes bei insgesamt etwas unterdurchschnittlichem Niveau. Der ländliche Kreis Hohenlohe hat seinen höchsten Wert in der Altersgruppe 60-69 Jahre (96,5% Reichweite) und den niedrigsten in der Altersgruppe 20-29 Jahre (49,3% Reichweite). Die Diskrepanz ist hier also wesentlich stärker ausgeprägt. Bei insgesamt höherer Reichweite von Abonnement-Tageszeitungen spiegelt dies deutlich die Erkenntnis wider, daß Tageszeitungen in ländlichen Gebieten und kleineren Gemeinden vorwiegend bei älteren Personengruppen eine wichtigere Rolle als Informationsmedium spielen. Hierbei gibt es - wie eben gezeigt - auch keine signifikanten regionalen Unterschiede.

Große Zeitungsabstinenz ist also bei den unter 30jährigen und in Singlehaushalten zu beobachten. Diese Tendenz ist seit Jahren festzustellen. Noch 1990 verfügten „lediglich“ 34% aller 20-29jährigen in Deutschland über keine Zeitung im Haushalt, während es 1994 (nur für das Untersuchungsgebiet!!) 46,4% sind (BERG/ KIEFER 1992, S.23, MA'94). Trotz bedingter Vergleichbarkeit erscheint der Rückgang beachtenswert. So ist das geringere Interesse der jüngeren Generation an Tageszeitungen wohl auch als Indiz für ein

Desinteresse an lokaler Kommunikation oder am lokalen Kommunikationsraum zu werten. Ob diese - nicht regionalen, so doch altersspezifischen - Erscheinungen durch lokalen Rundfunk „kompensiert“ werden, ist an späterer Stelle festzustellen. Inwieweit die überdurchschnittlich starke Bindung älterer Menschen an die Abonnement-Tageszeitung als Indiz einer hohen lokalen Integration zu bewerten ist, ist nicht ausreichend ableitbar. BAUER (1990, S.39) kritisiert in diesem Zusammenhang die schwache Institutionalisierung der Medienwirkungsforschung. Aus der bereits angeführten Studie von FUCHS/SCHENK (1984, S.213ff) geht jedoch hervor, daß Personen ab 50 Jahren die Tageszeitung bei Entzug derselben wesentlich stärker vermissen würden als jüngere Altersgruppen. Eine infas-Studie (Titel: „Lokalradio in Nordrhein-Westfalen“) von 1990 zeigt denn auch nicht nur altersspezifisch verschiedene Interessen an den Inhalten einer Lokalzeitung, sondern auch geschlechts- und berufsbedingte. Besonders nichtberufstätige Frauen zeigen z.B. großes Interesse an den Personenstandsregistern (Tod, Geburt, Eheschließungen), ein typisches Detail der lokalen Kommunikation (infas 1990, S.176ff). Das generell weniger große Interesse der Altersgruppe 14-29 Jahre - vor allem sich in Ausbildung befindenden Personen und Berufstätigen - demonstriert sich in der geringen Beachtung der Themen Kommunalpolitik und Personenstandsregister. Überträgt man die wesentlichen Erkenntnisse dieser Studie u.a. auf das Untersuchungsgebiet, so bestätigen sich diese Ergebnisse.

4.4.3. Zeitungsverbreitung in Abhängigkeit von Bildung, Beruf und Einkommen.

Immer wieder stößt man bei Studien zur Massenkommunikation neben den zentralen soziostrukturellen Variablen Alter, Geschlecht und Bildung auch auf Kriterien wie Berufsgruppen und Einkommen, um Aussagen über Unterschiede in Verbreitung und Nutzung von Medien zu machen.

Die Disparitäten hinsichtlich des Akademiker-Anteils in den verschiedenen Kreisen sind z.T. sicherlich auf die Konzentration von Bildungs- und Hochschuleinrichtungen in den Zentren der Verdichtungsräume zurückzuführen. So befinden sich in den peripheren Gebieten Main-Tauber, Hohenlohe, Schwäbisch Hall, Neckar-Odenwald und Heidenheim keine universitären oder Fachhochschuleinrichtungen (BORCHERDT 1991, S.128). Hinsichtlich der Abonnement-Zeitungsverbreitung unter dem Kriterium der formalen Bildung lassen sich keine eindeutigen Unterschiede zwischen ländlichen und verdichteten Räumen erken-

nen, d.h. in Gruppen mit formal höherem Bildungsstand steigt nicht in jedem Falle die Reichweite.

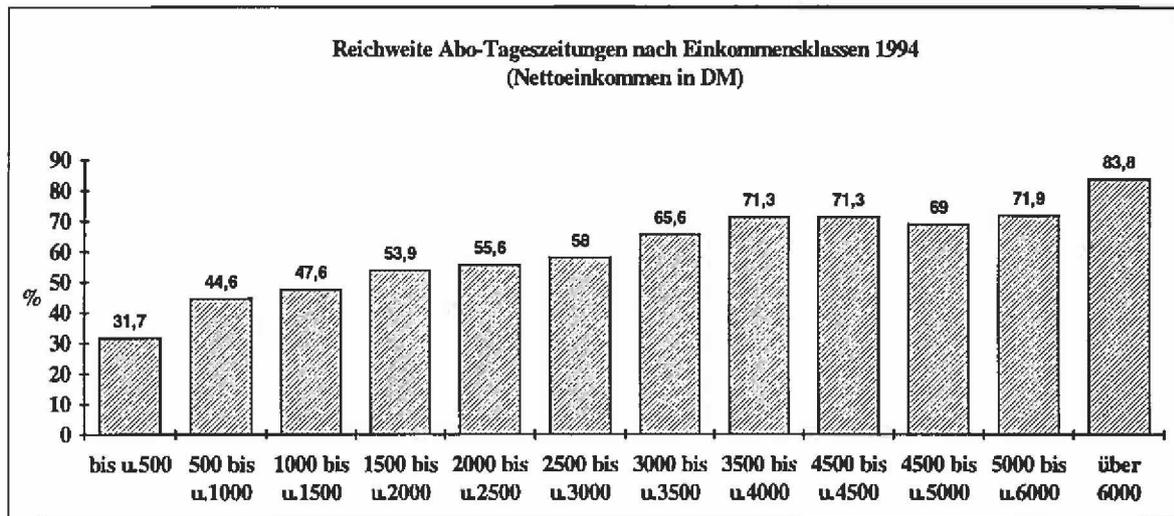
Tabelle 5: Abo-Tageszeitungen und Schulbildung

Kreise	Reichweite Abo-Tageszeitungen nach Schulbildung (in %)				
	Anteil Akademiker (Studium) in % d. Bevölkerung	Volksschule, Hauptschule	Realschule, weiterf. Schule	Abitur, Hochschulreife	Studium (Uni, FH, etc.)
Stuttgart-StK.	15,9	45,7	62,2	47,5	57,8
Böblingen	10,0	59,7	68,9	68,4	64,1
Esslingen	7,6	64,5	69,5	72,9	79,0
Göppingen	3,2	62,1	70,6	78,8	74,8
Ludwigsburg	7,0	63,3	73,4	84,6	77,9
Rems-Murr	7,2	64,2	76,5	78,9	95,5
Heilbronn-StK.	5,0	63,5	69,6	62,7	56,0
Heilbronn	2,3	59,8	79,7	76,5	72,4
Hohenlohe	7,3	77,5	73,5	82,7	56,1
Schwäbisch Hall	2,3	69,6	71,4	64,4	100,0
Main-Tauber	4,8	88,4	75,4	82,3	86,5
Heidenheim	3,1	81,6	77,5	100,0	66,9
Ostalbkreis	6,2	73,4	79,6	63,7	96,3
Neckar-Odenw.	6,7	71,0	75,9	100,0	100,0
Gesamt	7,7				

(Quelle: MA'94)

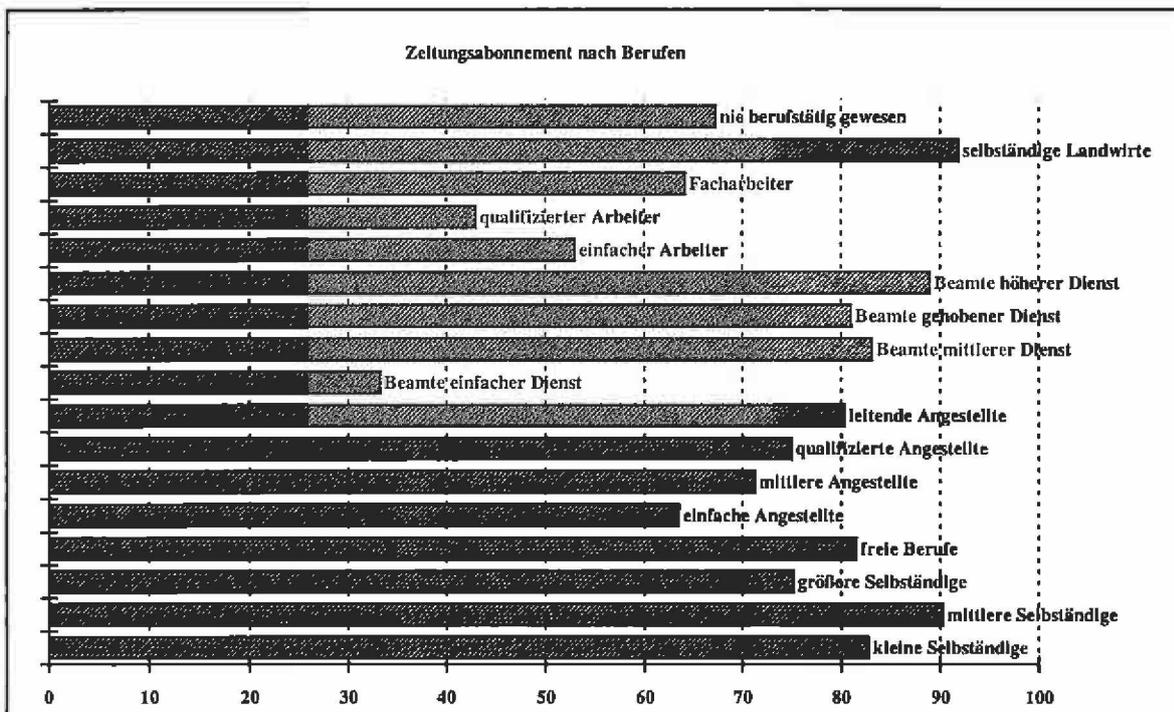
Jedoch ist bemerkenswert, daß in den ländlichen Kreisen mit Ausnahme des Landkreises Heilbronn die Reichweite von Abonnement-Tageszeitungen in der Kategorie *Volksschule, Hauptschule* wesentlich höher ist (zwischen 69,6% und 88,4%) als in den verdichteten Kreisen der Region Mittlerer Neckar und der Kernstadt Heilbronn (zwischen 45,7% und 64,5%). Tendenziell (mit marginalen Abweichungen) ist dies auch in der Kategorie *Realschule, weiterführende Schule* zu beobachten, während in den formal am höchsten gebildeten Personengruppen große Schwankungsbreiten innerhalb der Raumkategorien zu beobachten sind. Wesentlich eindeutiger sind Disparitäten in der Verbreitung von Abonnement-Tageszeitungen bezüglich des Einkommens und den Berufsgruppen festzustellen. So korreliert die Reichweite eindeutig positiv mit steigendem Nettoeinkommen, wie Abbildung 9 zeigt.

Abbildung 9: Zeitungs-Abonnement nach Einkommensklassen 1994



(Quelle: MA'94)

Abbildung 10: Zeitungs-Abonnement nach Berufsgruppen 1994



(Quelle: MA'94)

Ab einem Nettoeinkommen von 3500-4000 DM monatlich ist die Reichweite (71,3%) überdurchschnittlich, bleibt in den höheren Einkommensgruppen relativ stabil und steigt

auf 83,8% bei Personen mit einem Nettoeinkommen von über 6000 DM. Dies wird auch anhand der Berufsgruppen deutlich. Weit unterdurchschnittliche (67,4%) Reichweiten bezüglich eines Tageszeitungs-Abonnements sind nur in drei von 16 bzw. 17¹ Berufsgruppen festzustellen. Dieses sind die 'Beamten im einfachen Dienst' (33,8%), 'einfache Arbeiter' (53,0%) und 'qualifizierte Arbeiter' (43,0%). Etwa im Durchschnitt liegen die Berufsgruppen 'einfache Angestellte' (63,5%), 'Facharbeiter' (64,2%) und die 'nie berufstätig gewesenen' (67,3%). Alle anderen Berufsgruppen liegen über dem Durchschnitt bei einem Spitzenwert bei selbständigen Landwirten von 91,1%.

4.5. Zusammenfassung Abonnement-Tageszeitungen

Zunächst muß bemerkt werden, daß die alleinige Untersuchung von Tageszeitungs-Abonnements etwas problematisch ist, da erstens der Anteil der verkauften Exemplare und zweitens die Kaufzeitungen generell unberücksichtigt bleiben. Wenn man das Abonnement einer Tageszeitung oder eine regelmäßig gekaufte Zeitung als „Interesse an einer Tageszeitung“ (infas-Studie 1993, S.174) und deren Inhalten auffaßt, kann man von einer Wahrnehmung eines lokalen Kommunikationsraumes und einer Orientierung großer Bevölkerungsteile auf denselben ausgehen. So gibt die Analyse der Verbreitung von Abonnement-Tageszeitungen einen Hinweis auf das lokale bzw. regionale Informationsverhalten, den überregionale Zeitungen und Kaufzeitungen in Ermangelung eines Lokalteils nicht geben können (GRÄF 1988, S.188).

In der Angebotsstruktur zeigt sich ein wesentlich vielfältigeres Angebot regionaler und lokaler Zeitungen in den verdichteten als in den ländlichen Räumen mit Ausnahme des Ostalbkreises. Besonders „arm“ gestaltet sich die publizistische „Vielfalt“ im Landkreis Hohenlohe und in der Kernstadt Heilbronn. Die Tendenz zu mehr Einzeitungskreisen durch Verdrängung bzw. Übernahme von Konkurrenten stellt SCHÜTZ (1993, S.168ff) fest.

Für die Verbreitung der Abo-Tageszeitungen in der Bevölkerung ergibt sich zusammenfassend eine durchschnittlich höhere Reichweite in ländlichen Räumen mit einem leichtem

¹ die 17. Berufsgruppe umfaßt die 'nie berufstätig gewesenen'.

Gefälle in Richtung hochverdichtete Kreise der Region Mittlerer Neckar und einem relativ starken Gefälle zur Kernstadt Stuttgart. Generell scheint die Tageszeitung (mit Ausnahmen: Kreis Ludwigsburg und Böblingen) in kleinen Landgemeinden und Landstädten eine dominantere Rolle zu spielen als in größeren Gemeinden (in dieser Zusammenfassung nicht extra ausgewiesen!). Letztlich ist die höhere Verbreitung der Zeitungs-Abonnements in ländlich geprägten Kreisen als ein Indiz einer stärkeren räumlichen Orientierung auf das jeweilige lokale oder regionale Zentrum zu werten.

In soziostruktureller Hinsicht erreichen Tageszeitungs-Abonnements mehr ältere als jüngere Menschen. Vor allem Singlehaushalte jüngster Alleinstehender „zeichnen“ sich durch Zeitungsabstinenz „aus“, wobei es nur marginale Unterschiede in verdichteten und ländlichen Räumen gibt. Gemessen an Haushaltstypen ist die Tageszeitung ein Medium vorwiegend älterer Zweipersonenhaushalte in kleinen ländlichen Gemeinden und von Mehrpersonenhaushalten mit Kindern über sechs Jahren. Größere Abweichungen ergeben sich noch im Zusammenhang mit Berufsgruppen und Einkommensklassen. Personengruppen mit verantwortungsvolleren Tätigkeiten und höherem Einkommen sind der Tageszeitung mehr zugetan als Beamte im einfachen Dienst, einfache oder qualifizierte Arbeiter.

5. Hörfunk

5.1. Hörfunklandschaft im Untersuchungsgebiet

Die einschneidendste Veränderung in der „Medienlandschaft“ Deutschlands wie auch Baden-Württembergs vollzog sich mit dem sogenannten *Fünften Rundfunkurteil* des Bundesverfassungsgerichtes vom 4. Juni 1987. Mit diesem Urteil und der „erforderlichen Novellierung des Landesmediengesetzes am 11. Dezember 1987 gestalteten sich die Rahmenbedingungen des Rundfunks neu“ (BARKE/ DRIßNER/GRUBE 1992, S.172). Die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten bekamen durch die Zulassung privater Rundfunkveranstalter Konkurrenz. Bereits 1990 strahlten 20 Regional- und 25 Lokalsender ihre Programme aus (BARKE/DRIßNER/GRUBE 1992, S.172).

Als Kriterien für Sendegebiete sind u.a. zusammenhängende Kommunikations-, Kultur- und Wirtschaftsräume, wirtschaftliche Leistungsfähigkeit, eine Mindesteinwohnerzahl von 300000 bei lokalem Hörfunk und 1,5 Mio. Einwohner bei regionalem Hörfunk vorgegeben. Lokale und regionale Hörfunksender sollten das Landesgebiet weitgehend erfassen.

Vorwiegend aus Gründen der wirtschaftlichen Tragfähigkeit der Sender gilt heute das Landesmediengesetz in der Fassung vom 17. März 1992 mit folgenden Restriktionen nach §7 und §20 Absatz 2 Landesmediengesetz:

- Vorrang für öffentliche Grundversorgung
- privilegierte private Programme
 - bis sechs Programme für regionalen Hörfunk
 - bis 15 Programme für lokalen Hörfunk
- weitere Programme mit Nachrang

Neben den öffentlich-rechtlichen Sendern des Süddeutschen Rundfunks (SDR) und des Südwestfunks (SWF) sind drei private Bereichssender und 15 lokale Sender gemäß den rechtlichen Vorgaben vorzufinden. Die Versorgungsgebiete der öffentlich-rechtlichen Sender entsprechen mit Überschneidungen den ehemaligen Besatzungszonen in Baden-

Württemberg und sind somit ein „Relikt“ der ersten Nachkriegsjahre. Der Süddeutsche Rundfunk versorgt dabei den ehemals amerikanisch besetzten Teil Baden-Württembergs und somit auch das Untersuchungsgebiet. Um dem Bedürfnis nach mehr lokaler Information und Unterhaltung Rechnung zu tragen, wurden öffentlich-rechtliche Lokal/Regionalprogramme wie beispielsweise das „Kurpfalz-Radio“ (SDR) installiert (BUSS/MALETZKE 1981, S.451ff).

5.2. Reichweiten öffentlich-rechtlichen und privaten Hörfunks

Um Reichweiten des Hörfunks zu untersuchen, werden in der Medienforschung vor allem folgende Kennwerte verwendet: der „Weiteste Hörerkreis“-Wert, der die Anzahl der Hörer innerhalb der letzten 14 Tage angibt und der „Hörer gestern“-Wert, der die Anzahl an einem durchschnittlichen Wochentag erfaßt (LfK 1993, S.9). Diese beiden Maße können somit als Maß der Akzeptanz und Beliebtheit eines Senders herangezogen.

Tabelle 6: Weitester Hörerkreis ausgewählter öffentlich-rechtlicher und privater Programme 1994 (in % der Bevölkerung)

<i>Weitester Hörerkreis</i>	<i>SWF1</i>	<i>SWF3</i>	<i>SDR1</i>	<i>SDR3</i>	<i>Private gesamt</i>
Untersuchungsgebiet	15,8	19,3	48,6	39,2	70,7

(Quelle: MA'94)

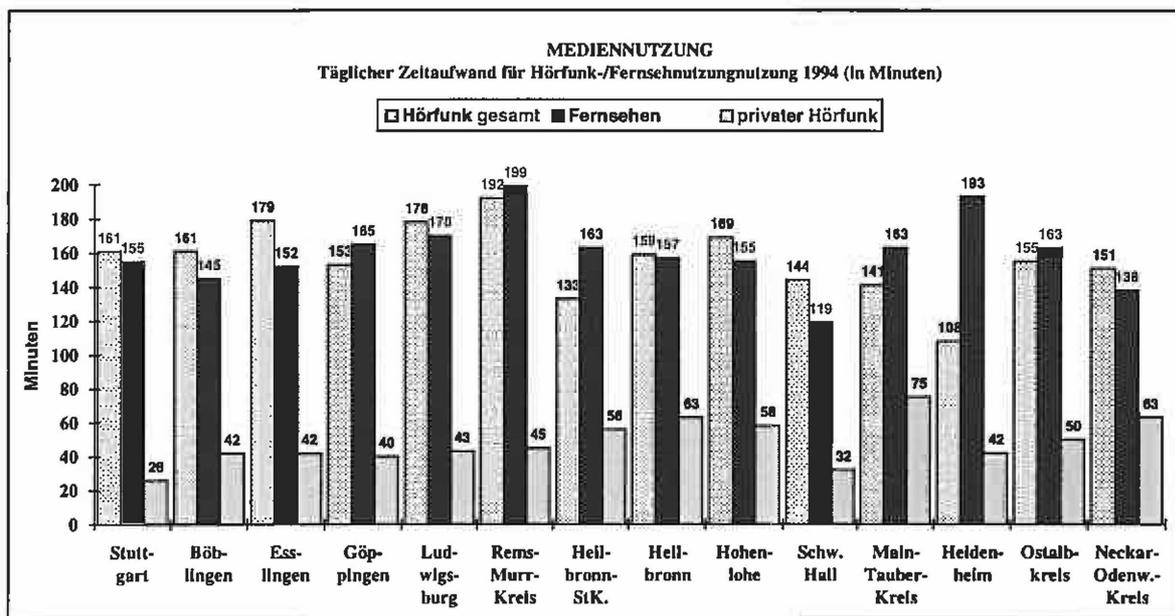
Die wichtigsten Programme der öffentlich-rechtlichen Sender in diesem Untersuchungsgebiet sind die Programme SWF1 und SWF3 des Südwestdeutschen Rundfunks und die Programme SDR1 und SDR3 des Süddeutschen Rundfunks.

Die „Weitesten Hörerkreise“ von SDR1 (48,6%) und SDR3 (39,2%) sind wesentlich höher (resultierend aus ihren jeweiligen Kernverbreitungsgebieten, vgl. Kap. 5.1.) als bei den Programmen SWF1 (15,8%) und SWF3 (19,3%) des Südwestdeutschen Rundfunks. Im Vergleich dazu ergibt sich bei den zusammengefaßten privaten Programmen ein „Weitester Hörerkreis“ von 70,7% der Bevölkerung. Daraus wird ersichtlich, daß die privaten Hörfunkprogramme im Untersuchungsgebiet eine dominante Rolle spielen.

5.3. Nutzungsdauer

Abbildung 11 zeigt die durchschnittliche tägliche Nutzungsdauer von Hörfunk und Fernsehen im Untersuchungsgebiet. Dabei wird neben der gesamten Hörfunkdauer die tägliche Nutzungsdauer privaten Hörfunks ausgewiesen.

Abbildung 11: Tägliche Hörfunk-/Fernsehnutzungsdauer nach Kreisen 1994



(Quelle: MA '94)

Für das gesamte Untersuchungsgebiet ergeben sich folgende durchschnittliche Nutzungsdauern:

- Fernsehen: 161 Minuten
- Hörfunk: 163 Minuten
- davon privater Hörfunk: 44 Minuten

Bei einer durchschnittlichen Fernsehnutzungsdauer von 161 Minuten täglich im Untersuchungsgebiet liegen die Kreise Rems-Murr mit 199 Minuten und Heidenheim mit 193 Minuten am deutlichsten über dem Durchschnitt. Auch bei der Hörfunknutzungsdauer ist der Rems-Murr-Kreis mit 192 Minuten weit über dem Durchschnitt von 163 Minuten.

5.3.1. Disparitäten in „Stadt“ und „Land“

Aus Abbildung 11 ist zu entnehmen, daß die Mediennutzungsdauer von Fernsehen und Hörfunk zusammengenommen in den Kreisen der verdichteten Region Mittlerer Neckar mit durchschnittlich 335 Minuten/Tag höher ist als in den Regionen Franken (300 Minuten/Tag), Ostwürttemberg (310 Minuten/Tag) und im Neckar-Odenwald-Kreis (289 Minuten/Tag). In der Nutzungsdauer der elektronischen Medien Hörfunk und Fernsehen ist also ein relativ deutliches regionales Gefälle erkennbar vom Verdichtungsraum Mittlerer Neckar zur Region Ostwürttemberg, zur Region Franken und zum Neckar-Odenwald-Kreis. Der Unterschied in der täglichen Nutzung dieser beiden Mediengattungen beträgt hier bereits durchschnittlich 46 Minuten. Letztlich spiegelt sich die insgesamt hohe Nutzung der tagesaktuellen Medien im Zeitaufwand wider.

Wenn man diese Ergebnisse mit den Ergebnissen der infas-Studie (infas 1993, S.123) über die Akzeptanz des Lokalradios in Nordrhein-Westfalen 1990 vergleicht, zeigen sich landesspezifische Unterschiede. An einem normalen Werktag betrug 1990 in Nordrhein-Westfalen die Hörfunkdauer drei Stunden (181 Minuten) und lag damit 18 Minuten über dem Durchschnitt des Untersuchungsgebietes. Dem Fernsehen widmeten sich die Menschen in Nordrhein-Westfalen „nur“ 153 Minuten, eine weitere Stunde (58 Minuten) nahmen Printmedien in Anspruch, wobei die Lektüre der Tageszeitung 31 Minuten verbrauchte. Die Studie belegt den starken Trend zum Lokalradio in Nordrhein-Westfalen kurz nach seiner Einführung und zeigt nicht nur die unterschiedliche Mediennutzungsdauer verschiedener Mediengattungen, sondern offenbart ebenso wie vorliegende Analyse z.T. große regionale Unterschiede. So deckt sich die Erkenntnis der Studie von infas, daß in städtischen Gebieten täglich durchschnittlich länger Radio gehört wird als in ländlichen Gebieten, mit den Ergebnissen aus dem Untersuchungsgebiet:

Hörfunkprogramme werden am längsten im Rems-Murr-Kreis (192 Minuten täglich), in Esslingen (179 Minuten) und in Ludwigsburg (178 Minuten) gehört. Mit Ausnahme des Landkreises Göppingen (153 Minuten) liegen alle Kreise des Verdichtungsraumes Mittlerer Neckar im oder weit über dem Durchschnitt.

Abbildung 12: Tägliche Nutzung Hörfunk gesamt 1994

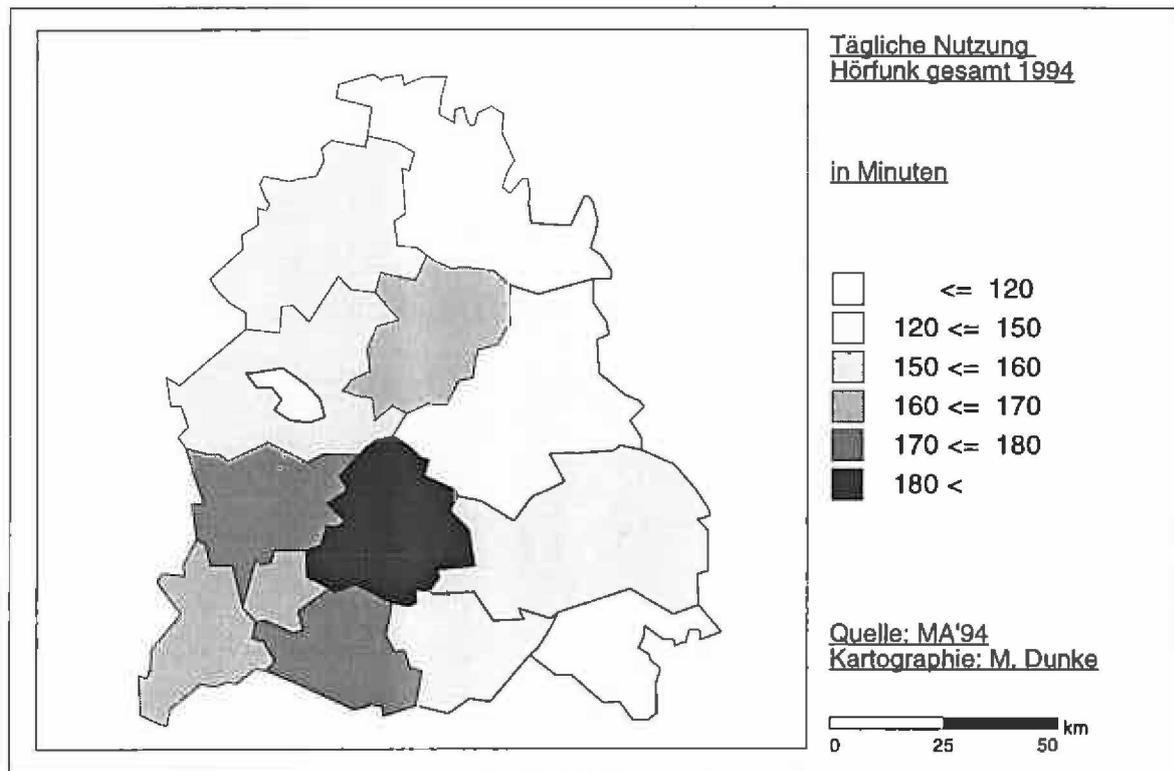
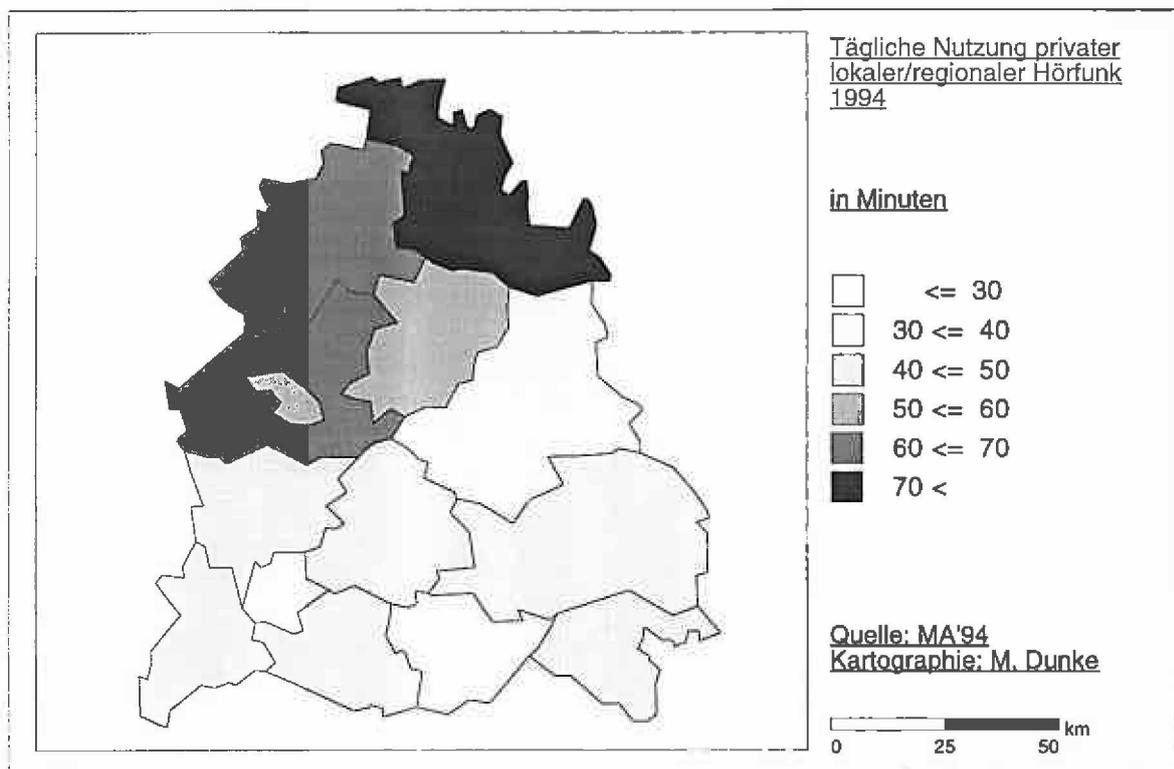


Abbildung 13: Tägliche Nutzung privater lokaler/regionaler Hörfunk 1994

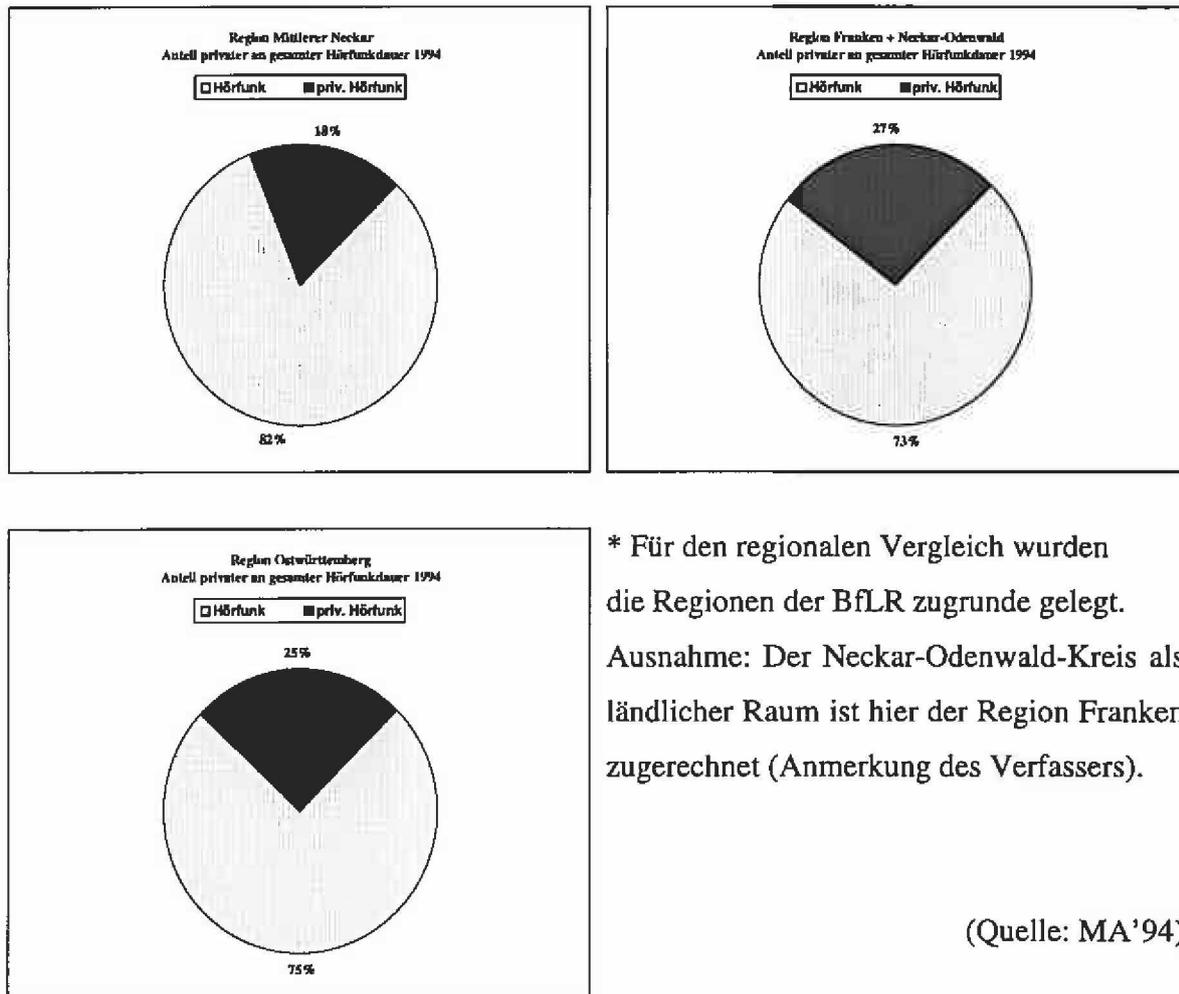


Anders verhält es sich in den ländlichen Kreisen der Region Franken, wo mit Ausnahme des Kreises Hohenlohe (169 Minuten) alle Kreise eine unterdurchschnittliche Nutzungsdauer aufweisen. Der Stadtkreis Heilbronn hat dabei nach Heidenheim (108 Minuten) den niedrigsten Wert (133 Minuten) aller untersuchten Kreise. Im Neckar-Odenwald-Kreis wird insgesamt die wenigste Zeit (289 Minuten) für Hörfunk und Fernsehen aufgebracht, wobei sich hier zumindest in den kleinen Gemeinden eine fast 100%-ige Haushaltsabdeckung durch Tageszeitungen gezeigt hat.

Vergleicht man die tägliche Nutzungsdauer des Hörfunks insgesamt mit der täglichen Nutzungsdauer privater lokaler/regionaler Hörfunkanbieter, zeigen sich große regionale Unterschiede (vgl. Abb. 11, 12, 13). Zunächst beträgt der Anteil der durchschnittlichen täglichen Nutzungsdauer privater Hörfunkprogramme etwa ein Viertel (27%) der durchschnittlichen täglichen Gesamthörfunkdauer.

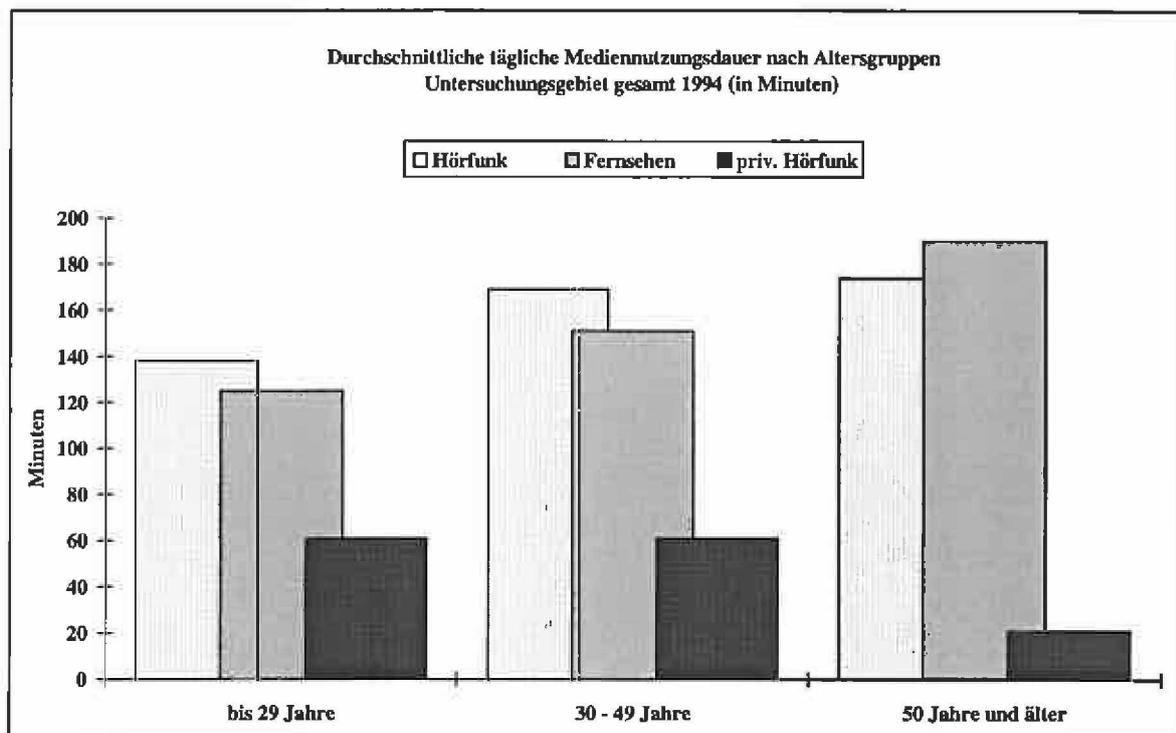
Bei der gesamten durchschnittlichen täglichen Hörfunkdauer zeichnet sich - wie bereits beschrieben - ein Gefälle von den verdichteten zu den ländlichen Regionen ab (vgl. Abb. 12). Wenn man die tägliche durchschnittliche Nutzungsdauer privater lokaler/regionaler Hörfunkprogramme zugrunde legt, verhält es sich genau umgekehrt (vgl. Abb. 13). Hier gibt es ein Gefälle von ländlichen zu verdichteten Räumen, d.h. in ländlichen Räumen werden lokale/regionale Rundfunksender zeitlich länger genutzt. Im Main-Tauber-Kreis wird durchschnittlich am längsten privater Rundfunk gehört mit 75 Minuten täglich. Hier beträgt der Anteil über 50% an der gesamten durchschnittlichen täglichen Hörfunkdauer. Im Stadtkreis Heilbronn beträgt dieser Anteil 42%, im Neckar-Odenwald-Kreis 41% und in Landkreis Heilbronn 39%.

Vergleicht man diesbezüglich auf regionaler Ebene, so errechnet sich für die Region Franken einschließlich des Neckar-Odenwald-Kreises ein Anteil von 27% an der gesamten durchschnittlichen täglichen Hörfunknutzungsdauer, gefolgt von der Region Ostwürttemberg mit 21% und der Region Mittlerer Neckar mit 18% (vgl. Abb. 14). In der Kernstadt Stuttgart wird demnach öffentlich-rechtlicher Rundfunk stark bevorzugt, wo der Anteil privater Hörfunkprogramme bei nur 16% liegt.

Abbildung 14: Anteil Nutzungsdauer privater Hörfunk nach Regionen* 1994

5.3.2. Altersspezifische Unterschiede

Neben den räumlichen gibt es deutliche demographische Unterschiede in der Mediennutzung. Am deutlichsten treten diese Unterschiede in verschiedenen Altersgruppen auf, so daß die unterschiedlichen Positionen vom Lebenszyklus einzelner Personen oder Personengruppen abhängen. So wird deutlich, daß das Fernsehen täglich länger von älteren Menschen genutzt wird als von jüngeren. Die Differenz der Altersgruppe 50 und älter zur jüngsten Altersgruppe bis 29 Jahre beträgt über eine Stunde täglich (65 Minuten). Das Informations- und Kommunikationsverhalten dieser jüngsten Altersgruppe tendiert zum Hörfunk und - wie o.a. - zu den Individualmedien.

Abbildung 15: Tägliche Mediennutzungsdauer nach Altersgruppen 1994

(Quelle: MA '94)

Insgesamt nutzt die Altersgruppe 50 und älter elektronische Massenmedien täglich länger als jüngere Altersgruppen, wobei auffällig ist, daß privater lokaler/regionaler Hörfunk ein Medium der Menschen bis 49 Jahre ist. Immerhin nutzen im Untersuchungsgebiet Personen bis 49 Jahre privaten Hörfunk 61 Minuten täglich, während die älteste Personengruppe nur 21 Minuten hört.

5.3.3. Zusammenfassung Nutzungsdauer Hörfunk

Aus den Nutzungsdaten des Hörfunks geht hervor, daß in verdichteten, urbanen Räumen täglich länger Radio gehört wird als in ländlichen Räumen. Jedoch ist der Anteil der Nutzungsdauer privaten lokalen/regionalen Rundfunks an der gesamten durchschnittlichen täglichen Hörfunkdauer in ländlichen Gebieten wesentlich höher.

5.4. Hörfunknutzung/Tagesablauf im lokalen Raum: Stuttgart, Ludwigsburg, Hohenlohe und Main-Tauber-Kreis

5.4.1. Die wichtigsten Sender/Programme

In den hier untersuchten Räumen Stuttgart, Ludwigsburg, Hohenlohe und Main-Tauber ergibt sich diesbezüglich die in Tabelle 7 dargestellte Struktur.

Tabelle 7: Weitesten Hörerkreis ausgewählter öffentlich-rechtlicher und privater Programme 1994 (in % der Bevölkerung)

<i>Weitester Hörerkreis</i>	<i>SWF1</i>	<i>SWF3</i>	<i>SDR1</i>	<i>SDR3</i>	<i>Private gesamt</i>
Stuttgart					
bis 29 Jahre	18,6	29,3	37,5	69,1	73,8
30 - 49 Jahre	14,2	23,0	60,2	64,0	67,0
50 Jahre u.ä.	18,2	16,1	77,2	25,7	49,4
Ludwigsburg					
bis 29 Jahre	13,4	48,8	35,7	80,2	90,2
30 - 49 Jahre	18,0	21,5	51,7	53,4	80,2
50 Jahre u.ä.	22,8	4,5	82,5	17,8	37,0
Hohenlohe					
bis 29 Jahre	5,0	15,7	14,5	53,8	87,6
30 - 49 Jahre	14,0	24,6	39,2	39,9	81,0
50 Jahre u.ä.	18,3	2,1	72,5	5,6	72,7
Main-Tauber					
bis 29 Jahre	7,6	4,9	4,9	40,4	84,8
30 - 49 Jahre	7,3	14,2	35,9	33,1	80,6
50 Jahre u.ä.	7,5	4,1	36,2	7,0	80,3
Gesamt	15,8	19,3	48,6	39,2	70,7

(Quelle: MA'94)

Die unterschiedlich hohen Reichweiten innerhalb der verschiedenen Altersklassen ergeben sich aus den Programminhalten. Es dominieren in Stuttgart und im Kreis Ludwigsburg die öffentlich-rechtlichen Programme SDR1 und SDR3. Die Reichweiten der beiden Sender SDR1 und SDR3 zeigen aber weiter ein deutliches Gefälle von den hochverdichteten Räumen Stuttgart und Ludwigsburg zu den ländlichen Kreisen Hohenlohe und Main-Tauber, wobei das Gefälle zum Main-Tauber-Kreis extrem hoch ist. Je peripherer die räumliche Lage zum Senderstandort Stuttgart ist, desto geringer fallen die Reichweiten aus. In Tabelle 8 sind die wichtigsten privaten Sender in den untersuchten Kreisen dargestellt. Dabei

wurden nur die Sender ausgewählt, deren „Weitester Hörerkreis“ um 5% und mehr lagen. In der Kernstadt Stuttgart und in Ludwigsburg hat das regionale Programm *Antenne 1* einen relativ hohen „Weitesten Hörerkreis“ mit 38,3% bzw. 27,0%. An lokalen/regionalen Programmen spielt in Stuttgart nur noch das Lokalprogramm *Stadtradio Stuttgart* eine größere Rolle (20,9%).

Tabelle 8: Weitester Hörerkreis privater Programme in ausgewählten Kreisen 1994
(in % der Bevölkerung)

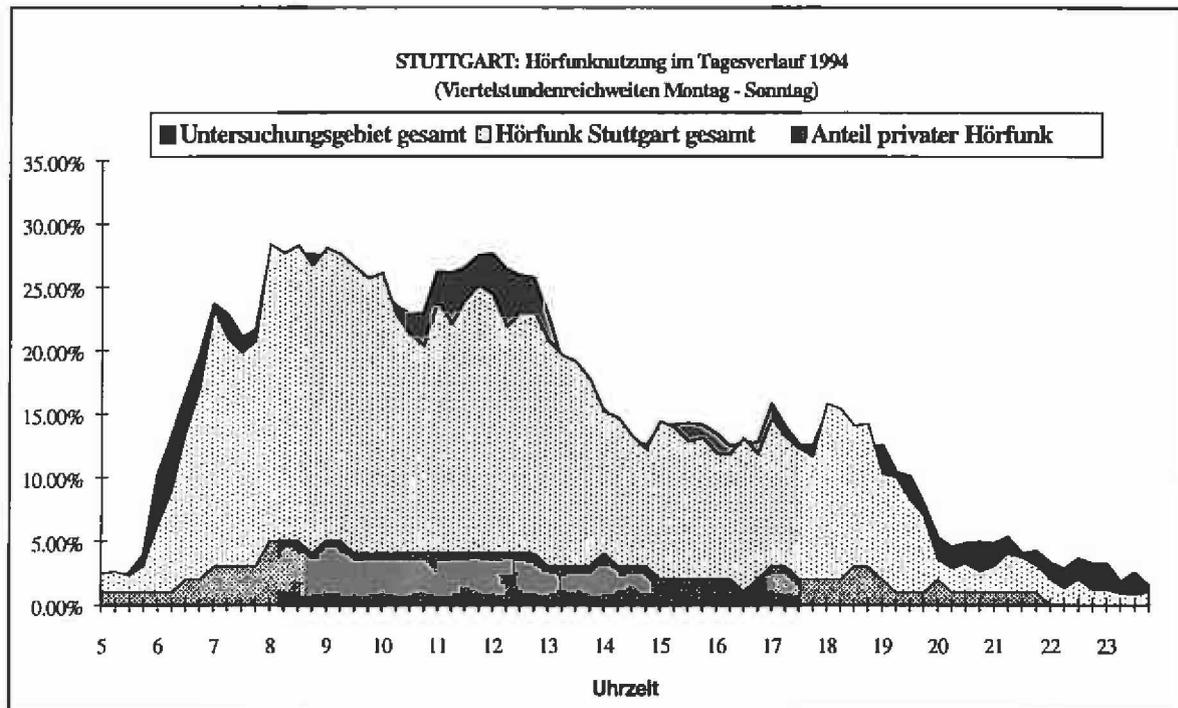
Weitester Hörerkreis	Stadtradio Stuttgart	Antenne 1 Stuttgart	RTL Radio 100,7	RT4	Radio Regional	Radio Regenbogen	Radio-T.O.N. Gold	Radio7
<u>verdichtete Räume:</u>								
-Stuttgart	20,9	38,3	4,5	6,1				
-Ludwigsburg	10,7	27,0	23,2		20,7			
<u>ländliche Räume:</u>								
-Hohenlohe		13,8			48,8	11,0	15,9	8,6
-Main-Tauber-Kreis					11,1		52,9	

(Quelle: MA'94)

In den ländlichen, peripheren Räumen spielen die privaten Hörfunkprogramme eine wesentlich wichtigere Rolle, insbesondere die Sender *Radio Regional* in Hohenlohe (48,8%) und *Radio T.O.N. Gold* im Main-Tauber-Kreis (52,9%).

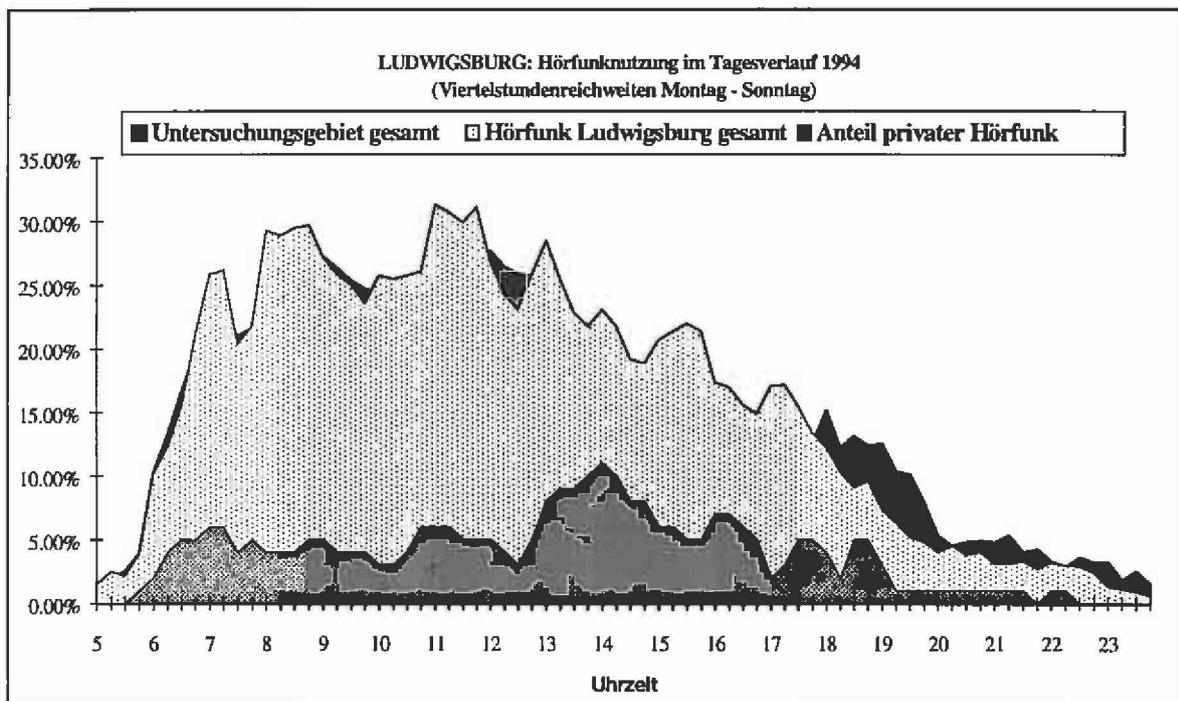
Dies verdeutlicht auch der Tagesablauf mit den Viertelstundenreichweiten des gesamten Hörfunks und den privaten im Vergleich (vgl. die auf den nächsten beiden Seiten folgenden Abb. 16,17,18, 19).

Abbildung 16: Tagesablauf Hörfunk/privater Hörfunk 1994; Stuttgart



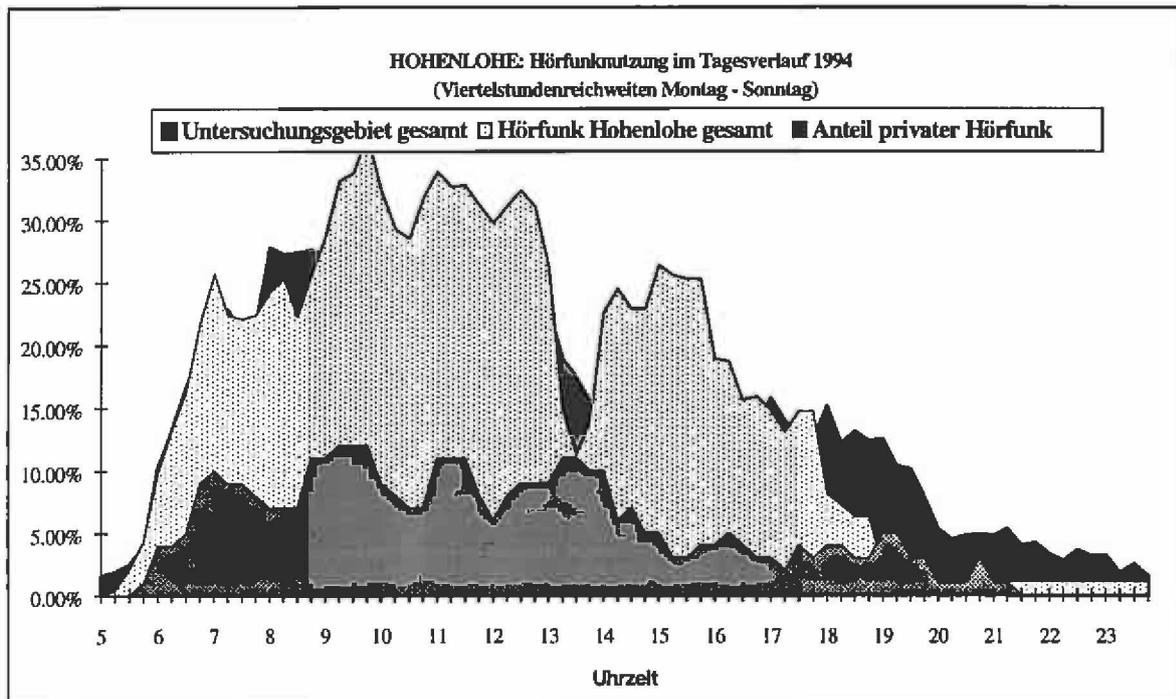
(Quelle: MA '94)

Abbildung 17: Tagesablauf Hörfunk/privater Hörfunk 1994; Ludwigsburg



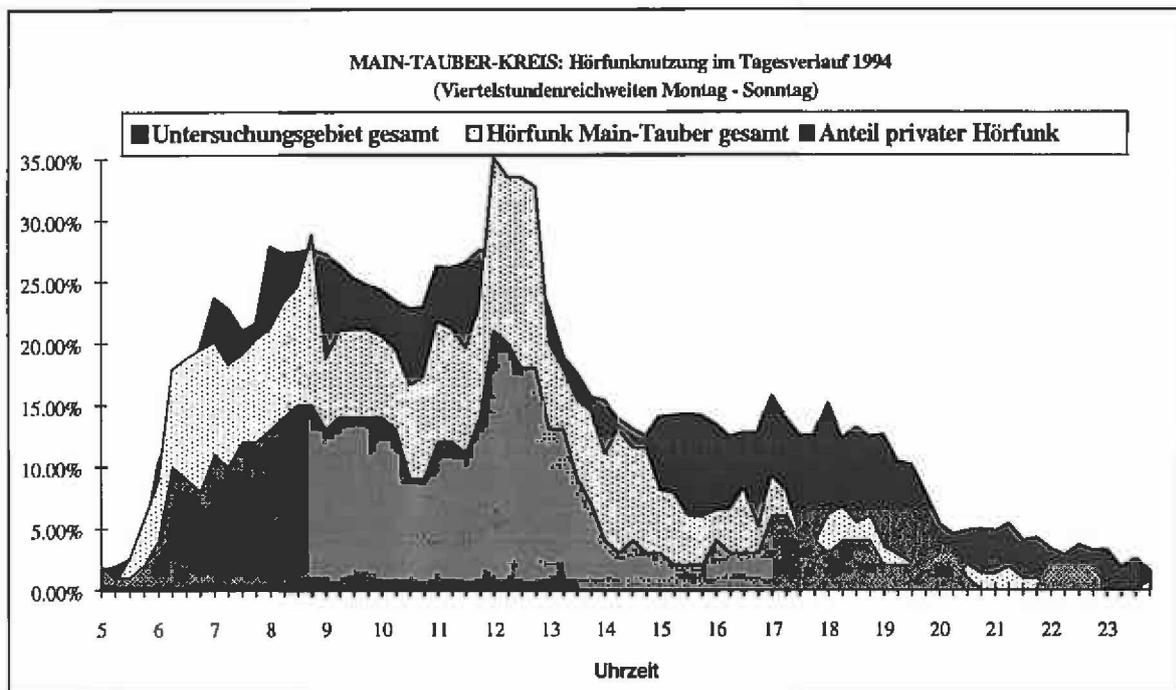
(Quelle: MA '94)

Abbildung 18: Tagesablauf Hörfunk/privater Hörfunk 1994; Hohenlohe



(Quelle: MA '94)

Abbildung 19: Tagesablauf Hörfunk/privater Hörfunk 1994; Main-Tauber-Kreis



(Quelle: MA '94)

Verdichtete Räume Stuttgart und Ludwigsburg:

Im lokalen Kommunikationsraum Stuttgart dominiert der öffentlich-rechtliche Sender SDR mit den Programmen SDR1 und SDR3. Die Zuwendung zu diesen Sendern sind programminhaltlicher Natur und sprechen jeweils verschiedene Altersgruppen an (vgl. Tab. 7). Der „Weiteste Hörerkreis“ privater lokaler/regionaler Programme bleibt anteilmäßig geringer als die der öffentlich-rechtlichen Programme. Wie bereits angeführt, haben der lokale Sender *Stadtradio Stuttgart* (20,9%) und der regionale Sender *Antenne1 Stuttgart* (38,3%) hohe Reichweiten bezüglich des „Weitesten Hörerkreises“.

Abbildung 16 zeigt den Tagesablauf einer durchschnittlichen Woche im Stadtkreis Stuttgart. Im Hintergrund ist der durchschnittliche Tagesablauf des gesamten Untersuchungsgebietes dargestellt (schwarz). Im Vordergrund zum einen die Viertelstundenreichweiten des gesamten Hörfunks in Stuttgart (hellgrau), zum anderen den durchschnittlichen Tagesablauf privater Programme (grau). Im Vergleich zum gesamten Untersuchungsgebiet werden in Stuttgart pro Viertelstunde im Durchschnitt etwas weniger Personen erreicht. Der Anteil privater Programme ist hier im Tagesablauf am geringsten von allen vier Kreisen.

Im Kreis Ludwigsburg steigen die Viertelstundenreichweiten privater lokaler/regionaler Veranstalter im Vergleich zu Stuttgart etwas an, wobei im Tagesverlauf die höchsten Reichweiten zwischen 06.00 Uhr und 13.00 Uhr zu beobachten sind (vgl. Abb. 17). Danach fallen die Viertelstundenreichweiten zum Abend hin kontinuierlich ab. Die höheren Reichweiten gegenüber dem Durchschnitt des Untersuchungsgebietes sind vermutlich z.T. auf die sehr gute Versorgung mit lokalen/regionalen Sendern zurückzuführen. Das Informations- und Unterhaltungsbedürfnis wird aber dennoch zum größten Teil mittels öffentlich-rechtlicher Sender befriedigt. Im Fall der beiden hochverdichteten und urbanen Kreise Stuttgart und Ludwigsburg spricht die räumliche Nähe zum Senderstandort des Süddeutschen Rundfunks in Stuttgart dafür, daß lokaler Informationsbedarf zum großen Teil durch diesen Sender befriedigt wird. Durch die Zentralität der Landeshauptstadt Stuttgart konzentriert sich hier die Berichterstattung häufig auf dieses Zentrum und das unmittelbare Umland. Dennoch wird das lokale Kommunikationsbedürfnis auch durch die regionalen Sen-

der *Radio Regional* (20,7% „Weitester Hörerkreis“) mit Senderstandort Heilbronn und den Sender RTL Radio 100,7 (23,2%). Der relativ große Hörerkreis des *Radio Regional* ist wohl durch die räumliche Lage zwischen den Oberzentren Stuttgart und Heilbronn zu erklären, mit denen das städtische Umland der Kreisstadt Ludwigsburg funktionalräumlich verflochten ist.

Ländliche Räume Hohenlohe und Main-Tauber-Kreis:

In den ländlichen Kreisen Hohenlohe und Main-Tauber kehren sich die Verhältnisse um. Das Informationsbedürfnis nach lokalen Informationen wird in den beiden ländlichen Kreisen wesentlich stärker durch lokale private Hörfunksender befriedigt. Das Informations- und Kommunikationsverhalten tendiert hier sehr viel stärker zum privaten Hörfunk. Während der regionale Sender *Antenne1 Stuttgart* im Kreis Hohenlohe immerhin noch 13,8% der Bevölkerung als „Weitesten Hörerkreis“ hat, sinkt dieser Anteil bei den Sendern *Radio Regenbogen* auf 11,0% und *Radio7* auf 8,6%.

In der Altersgruppe bis 29 Jahre spielt der Sender SDR3 (53,8%) eine relativ dominante Rolle und in der Altersgruppe 50 Jahre und älter das Programm SDR1 (72,5%). Die Tendenz peripherer ländlicher Gebiete zum lokalen/regionalen privaten Rundfunk zeigt sich im Landkreis Hohenlohe am „Weitesten Hörerkreis“ der Sender *Radio Regional* (48,8%) und *Radio T.O.N. Gold* (15,9%) mit dem Verbreitungsgebiet Main-Tauber-Kreis und Neckar-Odenwald-Kreis. Viel stärker noch ist dieses Verhalten im Main-Tauber-Kreis zu beobachten, wo allein der Sender *Radio T.O.N. Gold* einen „Weitesten Hörerkreis“-Wert von 52,9% der Bevölkerung aufweist. Im Tagesverlauf fallen hier die Reichweiten nach 13.00 Uhr stark (vgl. Abb. 19) ab im Gegensatz zum Hohenlohekreis, wo nachmittags zwischen 14.00 Uhr und 16.00 Uhr die öffentlich-rechtlichen Sender nochmal sehr hohe Reichweiten erzielen (vgl. Abb. 18).

5.5. Neue Medien. Kabel-/Satellitenhörfunk

Interessant für das Entwicklungspotential erscheint die Ausstattung und die Anbindung lokaler Kommunikationsräume an das Kabelnetz. Dadurch ist der Empfang einer weit höheren Anzahl von Programmen möglich und ein umfassenderes Angebot an Information, Freizeitgestaltungsmöglichkeiten und Unterhaltung gegeben. Gerade die *Neuen Medien* in Form von Satelliten- und Kabelhörfunk und -fernsehen, lokalem Hörfunk und Fernsehen, Videotext und alternativen Presseerzeugnissen haben nach GRÄF (1988, S.185) „eine Vielfalt neuer ‘imaginärer Räume’ entstehen lassen“. Zum anderen aber ist die Anbindung an das Breitbandkabel als Voraussetzung für die Nutzung neuer Informations- und Kommunikationstechnologien eine Möglichkeit, „einen Teil der Standortnachteile des ländlichen Raumes“ (HENKEL 1993, S.254) auszugleichen.

Tabelle 9: Empfang von Hörfunkprogrammen über Kabel/Satellit 1994

Kreise	Empfang von Hörfunkprogrammen über	
	Kabel (%)	Satellit (%)
Stuttgart-StK.	6,4	0,8
Böblingen	16,5	3,0
Esslingen	13,8	3,8
Göppingen	21,4	1,3
Ludwigsburg	20,5	3,6
Rems-Murr	11,9	4,8
Heilbronn-StK.	15,0	4,2
Heilbronn	15,0	4,2
Hohenlohe	23,0	0,8
Schwäbisch Hall	10,1	2,9
Main-Tauber	12,1	
Heidenheim	16,4	1,5
Ostalbkreis	12,9	2,9
Neckar-Odenwald	8,2	5,5
Gesamt	14,3	2,9

(Quelle : MA '94)

Im ländlichen Kreis Hohenlohe geben fast ein Viertel (23,0%) der Befragten an, Radioprogramme über Kabel zu empfangen. Diese hohe Nutzung des Kabels ist z.T. durch die hohe Verbreitung des Kabelnetzes im Kreis Hohenlohe (62,5%) zu erklären. Daneben erreichen die Landkreise Göppingen (21,4%) und Ludwigsburg (20,5%) hohe Werte. Die wenigsten Menschen empfangen in der Kernstadt Stuttgart (6,4%) und im Landkreis Neckar-Odenwald Hörfunkprogramme per Kabel. Einen eindeutigen Unterschied zwischen ver-

dichteten und ländlichen Kreisen existiert nicht. Schwankungen innerhalb der drei Regionen relativ stark ausgeprägt (vgl. Tab. 9).

Tabelle 10: Häufigkeit des Hörens von Radioprogrammen mit Kabel 1994 (%)

<i>Kreis</i>	<i>täglich/fast täglich</i>	<i>2-3mal/Woche</i>	<i>1mal/Woche</i>	<i>1-3mal/Monat</i>	<i>seltener</i>	<i>kein Kabelanschluß</i>	<i>keine Angabe</i>
Stuttgart-StK.	3,9	1,3	0,8		0,2	93,6	0,2
Böblingen	9,2	3,0	1,4	0,5	1,2	83,5	1,1
Esslingen	9,3	1,3	1,6	0,3	1,0	86,2	0,3
Göppingen	9,9	3,6	2,4	2,1	3,2	78,6	0,2
Ludwigsburg	13,3	4,6	1,5	1,0		79,5	
Rems-Murr	7,2	2,4	1,1	0,2	1,1	88,1	
Heilbronn-StK.	11,1	1,4	0,6		1,1	85,0	0,8
Heilbronn	10,4	1,2	0,8	1,2	1,2	85,0	
Hohenlohe	18,3	1,6	0,8		1,6	77,0	0,8
Schwäbisch Hall	2,9	2,9			4,3	89,9	
Main-Tauber	7,5	2,8	0,9		0,9	87,9	
Heidenheim	2,2	3,0	3,0	3,0	5,2	83,6	
Ostalbkreis	5,2	2,9	1,6	1,6	1,3	87,1	0,3
Neckar-Odenwald	4,5	2,7	0,9			91,8	
Gesamt	8,3	2,3	1,4	0,7	1,4	85,7	0,3

(Quelle: MA'94)

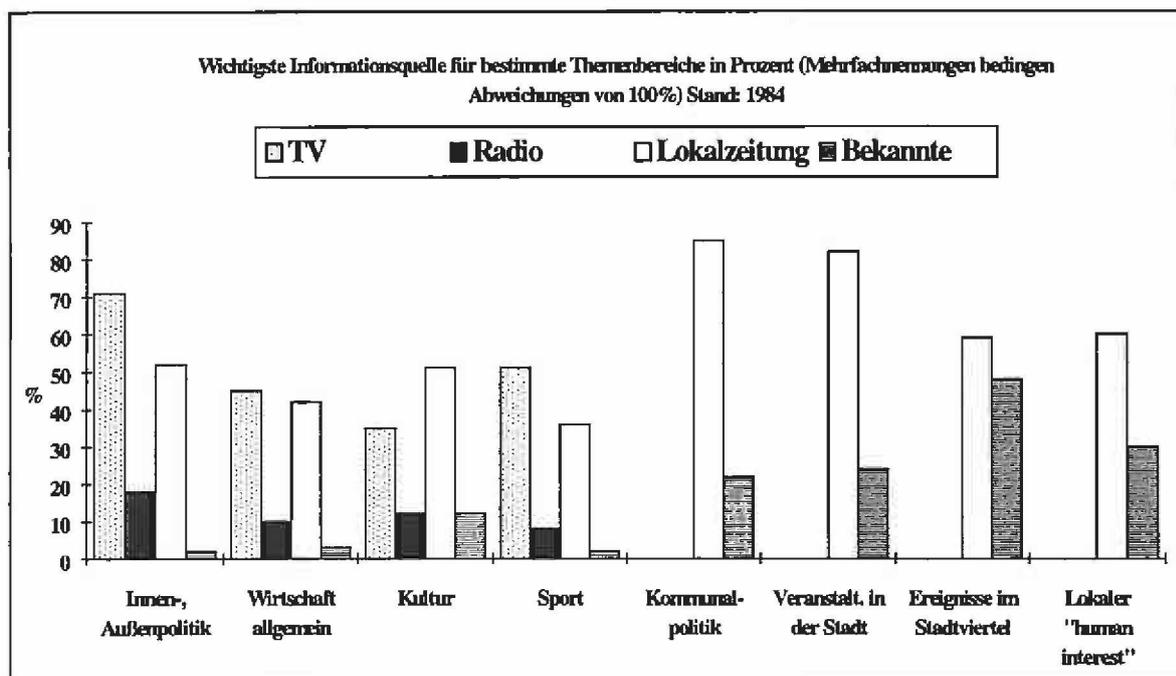
Auch in der Häufigkeit der Nutzung zeigen sich starke intraregionale Unterschiede (vgl. Tab. 10). Häufiges Hören von Hörfunkprogrammen per Kabel korreliert natürlich sehr stark mit einer guten räumlichen Ausstattung desselben und einem vorhandenen Anschluß. So sind in den Kreisen Hohenlohe (18,3%), Ludwigsburg (13,3%), im Stadt- (11,1%) und Landkreis Heilbronn (10,4%) die größten Bevölkerungsanteile zu finden, die 'täglich/fast täglich' Radio per Kabel hören.

Folgerung/Schlußbetrachtung

6. Der lokale/regionale Informations- und Kommunikationsraum: Privater Rundfunk als Indikator räumlicher Orientierung?

Zieht man einen Vergleich zwischen den tagesaktuellen Medien Tageszeitung, Hörfunk und Fernsehen, so liegen die Vorteile der elektronischen Medien vor allem in der schnelleren Informationsvermittlung. Vor allem das Fernsehen hat mit der Möglichkeit der visuellen Informationsvermittlung die Aufgabe der möglichst raschen Nachrichtenübermittlung. Die Stärken der Tageszeitungen liegen im lokalen Bereich. Sie bieten neben Informationen aus aller Welt die umfassendste Berichterstattung lokaler Ereignisse. Im Gegensatz zu Fernsehen und Radio können sie unabhängig vom Aufenthaltsort des Rezipienten zu jeder Zeit genutzt werden. Zudem sind die schriftlichen Berichte meist ausführlicher und informativer durch Vermittlung von Hintergrundwissen (BAUER 1990, S.40).

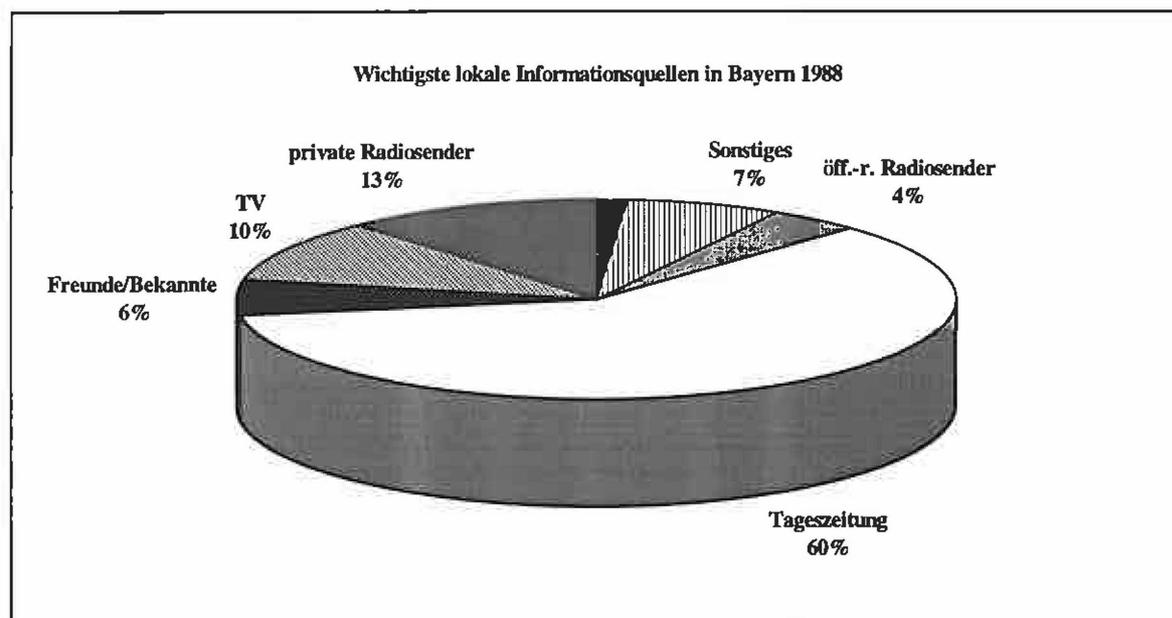
Abbildung 20: Wichtigste Informationsquelle für bestimmte Themenbereiche 1984



(Quelle: FUCHS/SCHENK 1984, S.214)

Nach einer Studie von FUCHS/SCHENK (1984) differieren die Informationsquellen für bestimmte Themenbereiche sehr stark (vgl. Abb. 20). Für innen- und außenpolitische Nachrichten (71,4% aller Befragten), für allgemeine wirtschaftliche Nachrichten und Informationen (45,4%) sowie für den Sport (51,0%) ist das Fernsehen die wichtigste Informationsquelle. Diese Stellung nimmt im Bereich Kultur ab (34,9%), desweiteren spielt das Fernsehen in lokalen Belangen keine Rolle als Informationsträger.

Abbildung 21: Wichtigste lokale Informationsquellen in Bayern 1988



(Quelle: BAUER 1990, S.43)

Im lokalen Bereich ist die Tageszeitung als Informationsmedium unangefochten, lediglich die persönliche face-to-face-Kommunikation ist als Alternative zu sehen. Abbildung 21 verdeutlicht am Beispiel Bayerns, daß selbst nach Einführung privater lokaler Rundfunkveranstalter die lokale Tagespresse das meistgenutzte Medium bezüglich lokaler Informationen ist. Nach BAUER ist die Dominanz der Tageszeitung gegenüber elektronischen Medien innerhalb der Landkreise zu sehen. 75% aller Lokalzeitungen weisen ein Verbreitungsgebiet auf, das in etwa Kreisgröße besitzt (1990, S.45). Nach einer Studie von UENK/LAARMANN werden für Informationen mit räumlichem Bezug erst auf Länderebene elektronische Medien bevorzugt (1980, S.208).

Lokale/regionale Hörfunkprogramme spielen im lokalen/regionalen Informations- und Kommunikationsraum eine zunehmend wichtige Rolle. Aus der Funkanalyse Baden-Württemberg 1993 (LfK 1993, S.16) geht hervor, daß die Auswahl bestimmter Programme vorwiegend aufgrund der Art der Musik, der Nachrichten allgemein und der lokalen Information geschieht. Dabei gibt es erhebliche Unterschiede zwischen öffentlich-rechtlichen und privaten Sendern. Als Begründung für die Programmwahl bei öffentlich-rechtlichen Sendern geben 85% die *Art der Musik* an (bei privaten 92%), 63% Nachrichtensendungen (Private: 48%), 45% *den/die Moderator/in* (Private: 46%) und 43% *lokale Informationen* (Private: 61%). Relativ betrachtet haben die privaten Programme in der lokalen Informationsvermittlung den größeren Bonus. So liegen die Funktionen der lokalen und regionalen Hörfunksender in Baden-Württemberg vorwiegend in der Unterhaltung (92%) und - mit etwas Abstand - in der Lokalberichterstattung (61%).

Greift man auf die von GRÄF aufgestellte Vermutung zurück, daß „regionale Auswirkungen *Neuer Medien* in die bestehenden informationsräumlichen Angebotsformen der lokalen und regionalen Tagespresse eingebunden bleiben“ (1988, S.185ff) und daß sich lokaler Rundfunk überall dort stark etabliert und von der Bevölkerung anerkannt wird, wo eben jene Tagespresse nicht das Bedürfnis nach lokaler Information befriedigen kann, so kann diese These für den Fall des Untersuchungsgebietes bestätigt werden. Zumindest kann privater lokaler Hörfunk als Indikator einer kommunikations- - und somit auch aktionsräumlichen (GRÄF 1991, S.375) - Orientierung gedeutet werden. Im Falle des Untersuchungsgebietes verdeutlicht sich gerade anhand der peripheren ländlichen Gebiete wie hier am Beispiel des Kreises Hohenlohe und des Main-Tauber-Kreises im äußersten Nordosten Baden-Württembergs aufgezeigt, die starke Stellung des privaten Rundfunks als zusätzliches informationsräumliches Element. Das Angebot lokaler und regionaler Zeitungen ist hier unterdurchschnittlich (vgl. Kap. 4.1.), so daß privater lokaler Rundfunk das Defizit an lokaler Berichterstattung ausgleicht. Die Tendenz zur regionalen Konzentration der Tagespresse (GRÄF 1991, S.373) mit der Konsequenz publizistischer Einseitigkeit stärkt die Stellung lokalen Rundfunks in der regionalen kommunikationsräumlichen „Landschaft“.

Dies gilt aber in noch stärkerem Maße für den Main-Tauber-Kreis als für den Kreis Hohenlohe. Der Anteil der durchschnittlichen täglichen Nutzungsdauer privaten Hörfunks beträgt

hier über die Hälfte (53,1%) an der gesamten durchschnittlichen Hörfunknutzungsdauer pro Tag, während dieser Anteil im Kreis Hohenlohe 34,3% beträgt bei insgesamt längster Nutzungsdauer in der Region Franken (169 Minuten täglich). Der erfolgreichste Sender im Main-Tauber-Kreis ist - wie bereits angeführt - *Radio T.O.N. Gold*. Der Name T. (Tauber) O. (Odenwald) N. (Neckar) spiegelt die räumliche Orientierung wider, wobei die angrenzenden Kreise Bayerns und Hessens zumindest in den grenznahen Gemeinden zum Verbreitungsgebiet gehören. Der Slogan des Senders („drei Länder ein Sender“, Quelle: LfK 1993) vermittelt eine regionale Identität über Ländergrenzen hinweg. Dieser Sender hat im Kreis Main-Tauber den größten „Weitesten Hörerkreis“ mit 52,9% der Bevölkerung, weit vor den Hörerkreisen der öffentlich-rechtlichen Sender. Dieser stetig steigende Anteil lokaler/regionaler Sender in peripheren Gebieten zeigt deutlich das Bedürfnis nach lokaler Information und das Interesse am lokalen Kommunikationsraum, wenn man die - bereits beschriebenen - Erkenntnisse der Funkanalyse 1993 (LfK 1993) zugrunde legt, daß 61% der Bevölkerung als Begründung für die Programmwahl lokale Information und Berichterstattung angeben. Im Gegensatz dazu sind die Nutzungsdauern privaten Rundfunks in Ludwigsburg (24%), im besonderen in Stuttgart (16%) äußerst „bescheiden“. Wie festgestellt, ist in diesen beiden hochverdichteten Räumen die lokale Pressevielfalt wesentlich diversifizierter als in den untersuchten ländlichen Räumen.

7. Schlußbetrachtung/Fazit

„**Region als Bedarfskategorie**“? Die 1979 von TEICHERT (1979, S.184-202) diskutierte Frage hat nichts an Aktualität eingebüßt. Seit Ende der siebziger, verstärkt in den frühen achtziger Jahren stehen öffentlich-rechtlicher und privater Rundfunk in der Diskussion. Die erst jüngst aufgekommene Diskussion um die ARD als föderal strukturierte öffentlich-rechtliche Einrichtung zeigt die medienpolitische Brisanz des Themas 'lokale/regionale Kommunikationsräume'. Darüber hinaus ist die Funktion lokalen/regionalen Rundfunks als „**Vermittler der Nahwelt**“ (TEICHERT 1987, S.381) aufgrund seiner schwierigen Erfassung immer kontroversen Auffassungen und Diskussionen ausgesetzt.

Am Beispiel des Senders Radio T.O.N. Gold ist ersichtlich, daß lokaler/regionaler Hörfunk lokale Identität vermitteln kann und im Sinne RENCKSTORFs (1987) die **Unterschiedlichkeit von Lebensräumen** widerspiegelt. Trotz eingeschränkter Nachweisbarkeit in seiner Funktion als lokaler Integrationsfaktor (die Problematik liegt in der Verknüpfung von infrastrukturellen, verhaltensorientierten und inhaltsanalytischen Komponenten zu einem Ansatz) kann lokaler Hörfunk bei mangelnder Alternative (z.B. der Tagespresse) als Vermittler von örtlichen Lebenswelten eine tragende Rolle spielen.

Literaturverzeichnis

- ALT, C. und W. BIEN (1993): Gewichtung, ein sinnvolles Verfahren in der Sozialwissenschaft? In: GABLER, S., HOFFMEYER-ZLOTNIK, J. und D. KREBS (HG): Gewichtung in der Umfragepraxis. Opladen.
- BAACKE, D. (1989): Sozialökologie und Kommunikationsforschung. In: BAACKE, H. und D. KÜBLER (HG): Qualitative Medienforschung, S.87-135. Tübingen.
- BÄHR, J., JENTSCH, C. und W. KULS (1992): Bevölkerungsgeographie. Lehrbuch der Allgemeinen Geographie. Berlin/New York.
- BARKE, W., DRIßNER, E. und J. GRUBE (1992): Massenmedien in Baden-Württemberg. In: Baden-Württemberg im Wandel der Zeit. 40 Jahre in Wort und Zahl, S.171-184. Statistisches Landesamt 1992. Stuttgart.
- BAUER, M. (1990): Die räumliche Differenzierung der Tagespresse und ihr geographischer Aussagewert. Lokale, regionale, überregionale Abo-Zeitungen und Kaufzeitungen in Bayern. Regensburger Geographische Schriften, H.23. Regensburg.
- BENTELE, G. und O. JARREN (1985): Das „Projekt Medien- und Kommunikationsatlas Berlin“. Berlin.
- BERG, K. und M.L. KIEFER (HG)(1987): Massenkommunikation III. Eine Langzeitstudie zur Mediennutzung und Medienbewertung 1964-1985. In: Schriftenreihe MEDIAPERSPEKTIVEN, Bd.9. Frankfurt.
- BEYER, R. (1985): Der ländliche Raum und seine Bewohner. Abgrenzung und Gliederung des ländlichen Raumes, durchgeführt am Beispiel einer bevölkerungsgeographischen Untersuchung des Umlandes von Bamberg und Bayreuth. Bamberg.
- BLOTEVOGEL, H.H. (1984): Zeitungsregionen in der Bundesrepublik Deutschland. Zur räumlichen Organisation der Tagespresse und ihren Zusammenhängen mit dem Siedlungssystem. In: Erdkunde, Bd.38, H.2, S.79-93.
- BONFADELLI, H. (1987): Die Wissensklufforschung. In: SCHENK, M. (HG): Medienwirkungsforschung, S.305-323. Tübingen.
- BONFADELLI, H. (1985): Die Wissenskluffkonzeption: Stand und Perspektiven der Forschung. In: SAXER, U. (HG): Gleichheit oder Ungleichheit durch Massenmedien, S. 65-86. München.
- BORCHERDT, CH. (1961): Die Innovation als agrargeographische Regelaussage. Arbeiten a.d. Geogr. Institut d. Univ. des Saarlandes, Bd.6. Saarbrücken.
- BOUSTEDT, O. (1962): Die zentralen Orte und ihre Einflußbereiche. Eine empirische Studie über die Größe und Struktur der zentralörtlichen Einflußbereiche. In: Proceedings of the IGU-Symposium in Urban Geography, Lund Studies in Geography, Serie B, S.201-226. Malmö.
- BUNDESFORSCHUNGSANSTALT FÜR LANDESKUNDE UND RAUMORDNUNG:
Informationen zur Raumentwicklung IzR, H.10.89.
- BUNDESFORSCHUNGSANSTALT FÜR LANDESKUNDE UND RAUMORDNUNG:
Informationen zur Raumentwicklung IzR, H.11/12.89.
- BUNDESFORSCHUNGSANSTALT FÜR LANDESKUNDE UND RAUMORDNUNG:
Informationen zur Raumentwicklung IzR, H.9/10.91.
- BUNDESFORSCHUNGSANSTALT FÜR LANDESKUNDE UND RAUMORDNUNG:
Informationen zur Raumentwicklung IzR, H.11/12.91.
- BUNDESFORSCHUNGSANSTALT FÜR LANDESKUNDE UND RAUMORDNUNG:
Informationen zur Raumentwicklung IzR, H.1.92.
- BUNDESFORSCHUNGSANSTALT FÜR LANDESKUNDE UND RAUMORDNUNG:
Informationen zur Raumentwicklung IzR, H.11/12.92.

- BUSS, M. und G. MALETKZE (1981): Kurpfalz-Radio. In: Rundfunk und Fernsehen, H.4, S.451-463.
- DOWNS, R.M. (1970): Geographic Space Perception. Past Approaches and Future Prospects. Progress in Geography, Vol.2, S.65-108.
- DOWNS, R.M. und D. STEA (1977/82): Kognitive Karten. Die Welt in unseren Köpfen. (HG: E. GEIPEL), zuerst 1977 publiziert. New York.
- ENNEMANN, W.H. (1980): Die „Provinz“ und ihre Zeitungsleser. In: LANGENBUCHER, W.R.(HG): Lokalkommunikation. Analysen, Beispiele, Alternativen. Schriftenreihe der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaften, Bd.5, S.134-144. München.
- EXPERTENKOMMISSION NEUE MEDIEN (1980): Abschlußbericht. Stuttgart.
- FABRIS, H.H. (1989): Von der Medien- zur Kommunikationsforschung. In: BAACKE, H. und D. KÜBLER (HG): Qualitative Medienforschung, S.72-87. Tübingen.
- FLIEDNER, D. (1993): Sozialgeographie. Lehrbuch der Allgemeinen Geographie. Berlin/New York.
- FUCHS, W. und SCHENK, M. (1984): Der Rezipient im lokalen Kommunikationsraum. In: MEDIA-PERSPEKTIVEN, H.3, S.211-218. Frankfurt.
- GABLER, S., HOFFMEYER-ZLOTNIK, J. und D. KREBS (HG): Gewichtung in der Umfragepraxis. Opladen.
- GAEBE, W. (1987): Verdichtungsräume. Stuttgart.
- GRÄF, P. (1988): Information und Kommunikation als Elemente der Raumstruktur. Münchener Studien zur Sozial- und Wirtschaftsgeographie, Bd.34. München/Kallmünz.
- GRÄF, P. (1989): Kommunikativer Strukturwandel und seine regionale Wirkung im Hohenlohekreis. In: Jahrbücher des Statistischen Landesamtes Baden-Württemberg, Jahrbuch Baden-Württemberg 1989, S.85-100. Stuttgart.
- GRÄF, P. (1991): Wandel von Kommunikationsräumen durch neue Informations- und Kommunikationstechnologien. In: Publizistik. Vierteljahreshefte für Kommunikationsforschung. 36.Jg.. Konstanz.
- GIDDENS, A. (1984/88): Die Konstitution der Gesellschaft. Grundzüge einer Theorie der Strukturierung. A.d.Engl. Frankfurt/New York.
- HÄGERSTRAND, T. (1952): The Propagation of Innovation Waves. Lund Studies in Geography, Serie B, No.4. Lund.
- HÄGERSTRAND, T. (1967): Innovation Diffusion as a Spatial Process. Chicago/London.
- HÄGERSTRAND, T. (1970): Aspekte der räumlichen Struktur von sozialen Kommunikationsnetzen und der Informationsausbreitung. In: BARTELS, D. (HG): Wirtschafts- und Sozialgeographie, S.367-379. Köln.
- HARTKE, W. (1952): Die Zeitung als Funktion sozialgeographischer Verhältnisse im Rhein-Main-Gebiet. In: Rhein-Mainische Forschungen, S.7-18, S.26-32. Frankfurt/Main.
- HARTMANN, P.H. und B. SCHIMPL-NEIMANN (1992): Sind Sozialstrukturanalysen mit Umfragedaten möglich? Analysen zur Repräsentativität einer Sozialforschungsumfrage. ZUMA-Arbeitsbericht 92/01.
- HELLER, W. (1973): Zum Begriff der Urbanisierung. Neues Archiv für Niedersachsen 22, S.374-382.
- HENKEL, G. (1993): Der ländliche Raum. Gegenwart und Wandlungsprozesse in Deutschland seit dem 19. Jahrhundert. Stuttgart.
- HERRMANN, C. (1993): Im Dienste der örtlichen Lebenswelt: lokale Presse im ländlichen Raum. Opladen.

- HÖMBERG, W. (1980): Zur Rolle der Medien auf dem Lande. In: LANGENBUCHER, W.R.(HG): Lokalkommunikation. Analysen, Beispiele, Alternativen. Schriftenreihe der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaften, Bd.5, S.164-176. München.
- HOFFMEYER-ZLOTNIK, J. H.-P. und M. WIEDENBECK (1994): Überlegungen zu Sampling, Qualitätsprüfung und Auswertung von Daten aus Teilpopulationen. ZUMA-Arbeitsbericht 94/01.
- JARREN, O. (1986): Kommunikationsraumanalyse - ein Beitrag zur empirischen Kommunikationsforschung. In: Rundfunk und Fernsehen, 34.Jg., H.3, S.310-330.
- KLÜTER, H. (1986): Raum als Element sozialer Kommunikation. In: Gießener Geographische Schriften, H.60. Gießen.
- KÜBLER, H.-D. (1989): Medienforschung zwischen Stagnation und Innovation. In: BAACKE, H. und D. KÜBLER (HG): Qualitative Medienforschung, S.7-72. Tübingen.
- LESER, H., HAAS, H.-D., MOSIMANN, T. und PAESLER, R. (1984): DIERCKE-Wörterbuch der Allgemeinen Geographie, Bd.1. Braunschweig.
- LICHTENBERGER, E. (1981): Der ländliche Raum im Wandel. In: Das Dorf als Lebens- und Wirtschaftsraum, S.16-37. Internationales Symposium in Mieders 28.-30.09.1981. Herausgegeben v.d. Österreichischen Gesellschaft für Land- und Forstwirtschaftspolitik. Wien.
- LICHTENBERGER, E. (1991): Stadtgeographie. Begriffe, Konzepte, Modelle, Prozesse. Stuttgart.
- MAIER-RABLER, U. (1991): Raum und Kommunikation. Impulse für die Forschung. In: Publizistik (Vierteljahreshefte für Kommunikationsforschung), Jg.36, S.22-35, Konstanz.
- MEDIA-ANALYSE 1992: Textausgabe, Erläuterungen. Hamburg.
- MEDIA-ANALYSE 1994: Dokumentation. Hamburg.
- MEDIA-ANALYSEN 1994: Datensatz Elektronische Tranche (Codeplan). Frankfurt.
- MEDIA-PERSPEKTIVEN 1983: Heft 4.
- KOSZYK, K. und K.H. PRUYS (1981): Handbuch der Massenkommunikation. München.
- LANDESANSTALT für KOMMUNIKATION (LfK) (1993): Privater Hörfunk in Baden-Württemberg 1993. LfK-Dialog 6. Stuttgart.
- LANGENBUCHER, W.R. (HG) (1980): Lokalkommunikation. Analysen, Beispiele, Alternativen. Schriftenreihe der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaften, Bd.5. München.
- LASSWELL, H.D. (1948): The structure and the function of communication in society. In: BRYSEN (ED.): The communication of ideas. New York.
- MAIER, J. (1976): Zur Geographie verkehrsräumlicher Aktivitäten. In: Münchener Studien zur Sozial- und Wirtschaftsgeographie, Bd.17. München/Kallmünz.
- MAIER, J., PAESLER, R., RUPPERT, K. und F. SCHAFFER (1977): Sozialgeographie. Braunschweig.
- MALETZKE, G. (1988): Massenkommunikationstheorien. In: Medien in Forschung und Unterricht, Serie B, Bd.7. Tübingen.
- MEISTER, U. (1984): Integration eines Kommunikationsraumes. Chancen und Grenzen einer Regionalzeitung für die Gestaltung eines gemeinsamen Bewußtseins. Nürnberg.
- MERTEN, K. (1987): Methoden der Wirkungsforschung. In: Medienwirkungsforschung in der Bundesrepublik Deutschland, Tl.1, S.101-110. Weinheim.
- PRATSCH, C. (1988): Medienforschung in der Bundesrepublik Deutschland. Dissertation. Wuppertal.

- REIMANN, H. (1975, 1979): Kommunikation. In: DERSELBE (HG): Basale Soziologie. Hauptprobleme. Bd.2, S.192ff. München.
- RENCKSTORF, K. (1987): Lokalprogramme von Hörfunk und Fernsehen: Spiegel der Unterschiedlichkeit von Lebensräumen? In: Media-Perspektiven 6/87, S.381-397.
- ROGERS, E.M. (1962): Diffusion of Innovation. New York.
- ROGGE, J.-U. (1988): Medien und Mediengebrauch im ländlichen Raum. Essener Geographische Arbeiten, Bd.16, S.141-155. Paderborn.
- RONNEBERGER, F. (1980): Kommunikationspolitik als Gesellschaftspolitik. Mainz.
- ROTHER, G. (1990): Wie (un)wichtig sind Gewichtungen? Eine Untersuchung am ALLBUS 1986. In: ZUMA-Nachrichten Nr.26, S.31-55.
- ROTHER, G. und M. WIEDENBECK (1993): Stichprobengewichtung. Ist Repräsentativität machbar? In: GABLER, S., HOFFMEYER-ZLOTNIK, J. und D. KREBS (HG): Gewichtung in der Umfragepraxis, S.46-61. Opladen.
- RUPPERT, K. und F. SCHAFFER (1970): Sozialgeographie. In: Handwörterbuch der Raumforschung und Raumordnung, Bd.1. Hannover.
- SAXER, U. (HG) (1985): Gleichheit oder Ungleichheit durch Massenmedien. Schriftenreihe der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, Bd.10. München.
- SCHENK, M. (1987): Medienwirkungsforschung. Tübingen.
- SCHÜTZ, W. (1994): Deutsche Tagespresse 1993. Ergebnisse der zweiten gesamtdeutschen Zeitungsstatistik und eine Übersicht über die redaktionelle und verlegerische Struktur. In: Media-Perspektiven 4/94, S.168-216.
- SCHÜTZ, W. (1987): Deutsche Tagespresse 1987. In: Media-Perspektiven 9/87, S.574-595.
- STATISTISCHES LANDESAMT BADEN-WÜRTTEMBERG (1993): Statistik von Baden-Württemberg. Bevölkerung 1993, Bd. 473. Stuttgart.
- STATISTISCHES LANDESAMT BADEN-WÜRTTEMBERG (1987): Statistik von Baden-Württemberg, Bd. 403, H.2. Stuttgart.
- STATISTISCHES LANDESAMT BADEN-WÜRTTEMBERG (1994): Statistik von Baden-Württemberg, Statistische Berichte. Bevölkerung und Erwerbstätigkeit 10/94. Stuttgart.
- STUIBER, H.-W. (1975): Kommunikationsräume der lokalinformierenden Tagespresse. In: Nürnberger Forschungsberichte, Bd.1. Nürnberg
- TEICHERT, W. (1975): Bedürfnisstruktur und Mediennutzung. Fragestellung und Problematik des „Uses and Gratification Approach“. In: Rundfunk und Fernsehen, 23.Jg., H.3-4, S.269-283.
- TEICHERT, W. (1979): Region als Bedarfskategorie? - Zur Bedeutung eines medienpolitischen Konzepts. In: Rundfunk und Fernsehen, S.184-202. Hamburg.
- UENK, R. und S. LAARMANN (1980): Medium Zeitung - Handbuch für den Werbeträger Tageszeitung. Frankfurt.
- WEHLING, H.-G. (1981): Gutachten (EKM). In: Jahrbücher für Statistik und Landeskunde von Baden-Württemberg, S.31-55. Stuttgart.
- WIESSNER, R. (1978): Verhaltensorientierte Geographie. Die angelsächsische behavioural geography und ihre sozialgeographischen Ansätze. In: Geographische Rundschau, H.11, S.420-426. Braunschweig.
- WIRTH, E. (1981): Kritische Anmerkungen zu den wahrnehmungszentrierten Forschungsansätzen in der Geographie. Umweltpsychologisch fundierter „behavioural approach“ oder Sozialgeographie auf der Basis moderner Handlungstheorien? In: Geographische Zeitschrift, S.161-198. Wiesbaden.

ZUMA-Arbeitsberichte

- 80/15 Gerhard Arminger, Willibald Nagl, Karl F. Schuessler
Methoden der Analyse zeitbezogener Daten. Vortragsskripten der ZUMA
Arbeitstagung vom 25.9. bis 5.10.79
- 81/07 Erika Brückner, Hans-Peter Kirschner, Rolf Porst, Peter Prüfer, Peter Schmidt
Methodenbericht zum "ALLBUS 1980"
- 81/19 Manfred Küchler, Thomas P. Wilson, Don H. Zimmerman
Integration von qualitativen und quantitativen Forschungsansätzen
- 82/03 Gerhard Arminger, Horst Busse, Manfred Küchler
Verallgemeinerte Lineare Modelle in der empirischen Sozialforschung
- 82/08 Glenn R. Carroll
Dynamic analysis of discrete dependent variables: A didactic essay
- 82/09 Manfred Küchler
Zur Messung der Stabilität von Wählerpotentialen
- 82/10 Manfred Küchler
Zur Konstanz der Recallfrage
- 82/12 Rolf Porst
"ALLBUS 1982" - Systematische Variablenübersicht und erste Ansätze zu
einer Kritik des Fragenprogramms
- 82/13 Peter Ph. Mohler
SAR - Simple AND Retrieval mit dem Siemens-EDT-
Textmanipulationsprogramm
- 82/14 Cornelia Krauth
Vergleichsstudien zum "ALLBUS 1980"
- 82/21 Werner Hagstotz, Hans-Peter Kirschner, Rolf Porst, Peter Prüfer
Methodenbericht zum "ALLBUS 1982"
- 83/09 Bernd Wegener
Two approaches to the analysis of judgments of prestige: Interindividual
differences and the general scale
- 83/11 Rolf Porst
Synopsis der ALLBUS-Variablen. Die Systematik des ALLBUS-
Fragenprogramms und ihre inhaltliche Ausgestaltung im ALLBUS 1980 und
ALLBUS 1982
- 84/01 Manfred Küchler, Peter Ph. Mohler
Qualshop (ZUMA-Arbeitstagung zum "Datenmanagement bei qualitativen
Erhebungsverfahren") - Sammlung von Arbeitspapieren und -berichten,
Teil I + II
- 84/02 Bernd Wegener
Gibt es Sozialprestige? Konstruktion und Validität der Magnitude-Prestige-
Skala
- 84/03 Peter Prüfer, Margrit Rexroth
Erfahrungen mit einer Technik zur Bewertung von Interviewerverhalten

- 84/04 Frank Faulbaum
Ergebnisse der Methodenstudie zur internationalen Vergleichbarkeit von Einstellungsskalen in der Allgemeinen Bevölkerungsumfrage der Sozialwissenschaften (ALLBUS) 1982
- 84/05 Jürgen Hoffmeyer-Zlotnik
Wohnquartiersbeschreibung. Ein Instrument zur Bestimmung des sozialen Status von Zielhaushalten
- 84/07 Gabriele Hippler, Hans-Jürgen Hippler
Reducing Refusal Rates in the Case of Threatening Questions: The "Door-in-the-Face" Technique
- 85/01 Hartmut Esser
Befragtenverhalten als "rationales Handeln" - Zur Erklärung von Antwortverzerrungen in Interviews
- 85/03 Rolf Porst, Peter Prüfer, Michael Wiedenbeck, Klaus Zeifang
Methodenbericht zum "ALLBUS 1984"
- 86/01 Dagmar Krebs
Zur Konstruktion von Einstellungsskalen im interkulturellen Vergleich
- 86/02 Hartmut Esser
Können Befragte lügen? Zum Konzept des "wahren Wertes" im Rahmen der handlungstheoretischen Erklärung von Situationseinflüssen bei der Befragung
- 86/03 Bernd Wegener
Prestige and Status as Function of Unit Size
- 86/04 Frank Faulbaum
Very Soft Modeling: The Logical Specification and Analysis of Complex Process Explanations with Arbitrary Degrees of Underidentification and Variables of Arbitrary Aggregation and Measurement Levels
- 86/05 Peter Prüfer, Margrit Rexroth (Übersetzung Dorothy Duncan)
On the Use of the Interaction Coding Technique
- 86/06 Hans-Peter Kirschner
Zur Kessler-Greenberg-Zerlegung der Varianz der Meßdifferenz zwischen zwei Meßzeitpunkten einer Panel-Befragung
- 86/07 Georg Erdmann
Ansätze zur Abbildung sozialer Systeme mittels nicht-linearer dynamischer Modelle
- 86/09 Heiner Ritter
Einige Ergebnisse von Vergleichstests zwischen den PC- und Mainframe-Versionen von SPSS und SAS
- 86/11 Günter Rothe
Bootstrap in generalisierten linearen Modellen
- 87/01 Klaus Zeifang
Die Test-Retest-Studie zum ALLBUS 1984 - Tabellenband
- 87/02 Klaus Zeifang
Die Test-Retest-Studie zum ALLBUS 1984 - Abschlußbericht
- 87/04 Barbara Erbslöh, Michael Wiedenbeck
Methodenbericht zum "ALLBUS 1986"
- 87/05 Norbert Schwarz, Julia Bienias
What Mediates the Impact of Response Alternatives on Behavioral Reports?

- 87/06 Norbert Schwarz, Fritz Strack, Gesine Müller, Brigitte Chassein
The Range of Response Alternatives may determine the Meaning of the Question: Further Evidence on Informative Functions of Response Alternatives
- 87/07 Fritz Strack, Leonard L. Martin, Norbert Schwarz
The Context Paradox in Attitude Surveys: Assimilation or Contrast?
- 87/08 Gudmund R. Iversen
Introduction to Contextual Analysis
- 87/09 Seymour Sudman, Norbert Schwarz
Contributions of Cognitive Psychology to Data Collection in Marketing Research
- 87/10 Norbert Schwarz, Fritz Strack, Denis Hilton, Gabi Naderer
Base-Rates, Representativeness, and the Logic of Conversation
- 87/11 George F. Bishop, Hans-Jürgen Hippler, Norbert Schwarz, Fritz Strack
A Comparison of Response Effects in Self-Administered and Telephone Surveys
- 87/12 Norbert Schwarz
Stimmung als Information. Zum Einfluß von Stimmungen und Emotionen auf evaluative Urteile
- 88/01 Antje Nebel, Fritz Strack, Norbert Schwarz
Tests als Treatment: Wie die psychologische Messung ihren Gegenstand verändert
- 88/02 Gerd Bohner, Herbert Bless, Norbert Schwarz, Fritz Strack
What Triggers Causal Attributions? The Impact of Valence and Subjective Probability
- 88/03 Norbert Schwarz, Fritz Strack
The Survey Interview and the Logic of Conversation: Implications for Questionnaire Construction
- 88/04 Hans-Jürgen Hippler, Norbert Schwarz
"No Opinion"-Filters: A Cognitive Perspective
- 88/05 Norbert Schwarz, Fritz Strack
Evaluating One's Life: A Judgment of Subjective Well-Being
- 88/06 Norbert Schwarz, Herbert Bless, Gerd Bohner, Uwe Harlacher, Margit Kellenbenz
Response Scales as Frames of Reference: The Impact of Frequency Range on Diagnostic Judgments
- 88/07 Michael Braun
ALLBUS-Bibliographie (7. Fassung, Stand: 30.6.88)
- 88/08 Günter Rothe
Ein Ansatz zur Konstruktion inferenzstatistisch verwertbarer Indices
- 88/09 Ute Hauck, Reiner Trometer
Methodenbericht International Social Survey Program - ISSP 1987
- 88/10 Norbert Schwarz
Assessing frequency reports of mundane behaviors: Contributions of cognitive psychology to questionnaire construction
- 88/11 Norbert Schwarz, B. Scheuring (sub.)
Judgments of relationship satisfaction: Inter- and intraindividual comparison strategies as a function of questionnaire structure
- 88/12 Rolf Porst, Michael Schneid
Ausfälle und Verweigerungen bei Panelbefragungen - Ein Beispiel -

- 88/13 Cornelia Züll
SPSS-X. Anmerkungen zur Siemens BS2000 Version
- 88/14 Michael Schneid
Datenerhebung am PC - Vergleich der Interviewprogramme "internerv+" und "THIS"
- 88/15 Norbert Schwarz, Bettina Scheuring
Die Vergleichsrichtung bestimmt das Ergebnis von Vergleichsprozessen: Ist - Idealdiskrepanzen in der Partnerwahrnehmung
- 88/16 Norbert Schwarz, Bettina Scheuring
Die Vergleichsrichtung bestimmt das Ergebnis von Vergleichsprozessen: Ist-Idealdiskrepanzen in der Beziehungsbeurteilung
- 89/01 Norbert Schwarz, George F. Bishop, Hans-J. Hippler, Fritz Strack
Psychological Sources of Response Effects in Self-Administered And Telephone Surveys
- 89/02 Michael Braun, Reiner Trometer, Michael Wiedenbeck
Methodenbericht. Allgemeine Bevölkerungsumfrage der Sozialwissenschaften - ALLBUS 1988
- 89/03 Norbert Schwarz
Feelings as Information: Informational and Motivational Functions of Affective States
- 89/04 Günter Rothe
Jackknife and Bootstrap: Resampling-Verfahren zur Genauigkeitsschätzung von Parameterschätzungen
- 89/05 Herbert Bless, Gerd Bohner, Norbert Schwarz und Fritz Strack
Happy and Mindless? Moods and the Processing of Persuasive Communications
- 89/06 Gerd Bohner, Norbert Schwarz und Stefan E. Hormuth
Die Stimmungs-Skala: Eine deutsche Version des "Mood Survey" von Underwood und Froming
- 89/07 Ulrich Mueller
Evolutionary Fundamentals of Social Inequality, Dominance and Cooperation
- 89/08 Robert Huckfeldt
Noncompliance and the Limits of Coercion: The Problematic Enforcement of Unpopular Laws
- 89/09 Peter Ph. Mohler, Katja Frehsen und Ute Hauck
CUI - Computerunterstützte Inhaltsanalyse. Grundzüge und Auswahlbibliographie zu neueren Anwendungen
- 89/10 Cornelia Züll, Peter Ph. Mohler
Der General Inquirer III - Ein Dinosaurier für die historische Forschung
- 89/11 Fritz Strack, Norbert Schwarz, Brigitte Chassein, Dieter Kern, Dirk Wagner
The Saliency of Comparison Standards and the Activation of Social Norms: Consequences for Judgments of Happiness and their Communication
- 89/12 Jutta Kreiselmaier, Rolf Porst
Methodische Probleme bei der Durchführung telefonischer Befragungen: Stichprobenziehung und Ermittlung von Zielpersonen, Ausschöpfung und Nonresponse, Qualität der Daten
- 89/13 Rainer Mathes
Modulsystem und Netzwerktechnik. Neuere inhaltsanalytische Verfahren zur Analyse von Kommunikationsinhalten

- 89/14 Jutta Kreiselmeier, Peter Prüfer, Margrit Rexroth
Der Interviewer im Pretest. Evaluation der Interviewerleistung und Entwurf eines neuen Pretestkonzepts. April 1989
- 89/15 Henrik Tham
Crime as a Social Indicator
- 89/16 Ulrich Mueller
Expanding the Theoretical and Methodological Framework of Social Dilemma Research
- 89/17 Hans-J. Hippler, Norbert Schwarz, Elisabeth Noelle-Neumann
Response Order Effects in Dichotomous Questions: The Impact of Administration Mode
- 89/18 Norbert Schwarz, Hans-J. Hippler, Elisabeth Noelle-Neumann, Thomas Münkel
Response Order Effects in Long Lists: Primacy, Recency, and Asymmetric Contrast Effects
- 89/19 Wolfgang Meyer
Umweltberichterstattung in der Bundesrepublik Deutschland
- 89/20 Michael Braun, Reiner Trometer
ALLBUS Bibliographie (8. Fassung, Stand: 30.6.1989)
- 89/21 Günter Rothe
Gewichtungen zur Anpassung an Statusvariablen. Eine Untersuchung am ALLBUS 1986
- 89/22 Norbert Schwarz, Thomas Münkel, Hans-J. Hippler
What determines a "Perspective"? Contrast Effects as a Function of the Dimension Tapped by Preceding Questions
- 89/23 Norbert Schwarz, Andreas Bayer
Variationen der Fragenreihenfolge als Instrument der Kausalitätsprüfung: Eine Untersuchung zur Neutralisationstheorie devianten Verhaltens
- 90/01 Norbert Schwarz, Andreas Bayer
Assimilation and Contrast Effects in Part-Whole Question Sequences: A Conversational Logic Analysis
- 90/02 Norbert Schwarz, Fritz Strack, Hans-J. Hippler, George Bishop
The Impact of Administration Mode on Response Effects in Survey Measurement
- 90/03 Norbert Schwarz, Herbert Bless, Gerd Bohner
Mood and Persuasion: Affective States Influence the Processing of Persuasive Communications
- 90/04 Michael Braun, Reiner Trometer
ALLBUS-Bibliographie 90
- 90/05 Norbert Schwarz, Fritz Strack
Context Effects in Attitude Surveys: Applying Cognitive Theory to Social Research
- 90/06 Norbert Schwarz, Herbert Bless, Fritz Strack, Gisela Klumpp, Annette Simons
Ease of Retrieval as Information: Another Look at the Availability Heuristic
- 90/07 Norbert Schwarz, Fritz Strack, Hans-J. Hippler
Kognitionspsychologie und Umfrageforschung: Themen und Befunde eines interdisziplinären Forschungsgebietes
- 90/08 Norbert Schwarz, Hans-J. Hippler
Response Alternatives: The Impact of their Choice and Presentation Order

- 90/09 Achim Koch
Externe Vergleichsdaten zum ALLBUS 1984, 1986, 1988
- 90/10 Norbert Schwarz, Bärbel Knäuper, Hans-J. Hippler, Elisabeth Noelle-Neumann, Leslie Clark
Rating Scales: Numeric Values May Change the Meaning of Scale Labels
- 91/01 Denis J. Hilton
Conversational Inference and Rational Judgment
- 91/02 Denis J. Hilton
A Conversational Model of Causal Explanation
- 91/03 Mood Effects on Interpersonal Preferences: Evidence for Motivated Processing Strategies
- 91/04 Joseph P. Forgas
Affective Influences on Interpersonal Perception
- 91/05 Norbert Schwarz, Herbert Bless
Constructing Reality and Its Alternatives: An Inclusion/Exclusion Model of Assimilation and Contrast Effects in Social Judgment
- 91/06 Herbert Bless, Roland F. Fellhauer, Gerd Bohner, Norbert Schwarz
Need for Cognition: Eine Skala zur Erfassung von Engagement und Freude bei Denkaufgaben
- 91/07 Norbert Schwarz, Bärbel Knäuper, E. Tory Higgins
Der Einfluß von Rangordnungsaufgaben auf nachfolgende Denkprozesse: Zur Aktivierung prozeduraler Sets
- 91/08 Bettina Scheuring, Norbert Schwarz
Selbstberichtete Verhaltens- und Symptommhäufigkeiten: Was Befragte aus Antwortvorgaben des Fragebogens lernen
- 91/09 Norbert Schwarz, Herbert Bless
Scandals and the Public's Trust in Politicians: Assimilation and Contrast Effects
- 91/10 Rolf Porst
Ausfälle und Verweigerungen bei einer telefonischen Befragung
- 91/11 Uwe Blien, Heike Wirth, Michael Müller
Identification risk for microdata stemming from official statistics
- 91/12 Petra Beckmann
Methodological Report ISSP 1989
- 91/13 Martina Wasmer, Achim Koch, Michael Wiedenbeck
Methodenbericht zur "Allgemeinen Bevölkerungsumfrage der Sozialwissenschaften" (ALLBUS) 1990
- 91/14 Uwe Blien, Oded Löwenbein
Einkommensanalysen auf der Grundlage amtlicher Daten und Umfragedaten: Ergebnisse zur betrieblichen Seniorität und Arbeitslosigkeit
- 91/15 Petra Beckmann, Peter Mohler, Rolf Uher
ISSP Basic Information on the ISSP Data Collection 1985 -1994
- 91/16 Norbert Schwarz
In welcher Reihenfolge fragen? Kontexteffekte in standardisierten Befragungen
- 91/17 Ellen D. Riggle, Victor C. Ottati, Robert S. Wyer, Jr., James Kuklinski, Norbert Schwarz
Bases of Political Judgments: The Role of Stereotypic and Non-stereotypic Information

- 91/18 Dagmar Krebs
Was ist sozial erwünscht? Der Grad sozialer Erwünschtheit von Einstellungsitens
- 91/19 Michael Braun, Reiner Trometer
ALLBUS-Bibliographie
- 91/20 Michael Schneid
Einsatz computergestützter Befragungssysteme in der Bundesrepublik Deutschland
- 91/21 Rolf Porst, Michael Schneid
Software-Anforderungen an computergestützte Befragungssysteme
- 91/22 Ulrich Mueller
The Reproductive Success of the Elites in Germany, Great Britain, Japan and the USA during the 19th and 20th Century
- 92/01 P.H. Hartmann, B. Schimpl-Neimanns
Zur Repräsentativität sozio-demographischer Merkmale des ALLBUS -
multivariate Analysen zum Mittelschichtbias der Umfrageforschung
- 92/02 Gerd Bohner, Kimberly Crow, Hans-Peter Erb, Norbert Schwarz
Affect and Persuasion: Mood Effects on the Processing of Message Content and Context Cues and on Subsequent Behavior
- 92/03 Herbert Bless, Gerd Bohner, Traudel Hild, Norbert Schwarz
Asking Difficult Questions: Task Complexity Increases the Impact of Response Alternatives
- 92/04 Wolfgang Bandilla, Siegfried Gabler, Michael Wiedenbeck
Methodenbericht zum DFG-Projekt ALLBUS Baseline-Studie
- 92/05 Frank Faulbaum
Von der Variablenanalyse zur Evaluation von Handlungs- und Prozeßzusammenhängen
- 92/06 Ingwer Borg
Überlegungen und Untersuchungen zur Messung der subjektiven Unsicherheit der Arbeitsstelle
- 92/07 Ingwer Borg, Michael Braun
Arbeitsethik und Arbeitsinvolvement als Moderatoren der psychologischen Auswirkungen von Arbeitsunsicherheit
- 92/08 Eleanor Singer, Hans-Jürgen Hippler, Norbert Schwarz
Confidentiality Assurances in Surveys: Reassurance or Threat?
- 92/09 Herbert Bless, Diane M. Mackie, Norbert Schwarz
Mood Effects on Attitude Judgments: The Independent Effects of Mood before and after Message Elaboration
- 92/10 Ulrich Mueller, Carola Schmid
Ehehäufigkeit und Fruchtbarkeit weiblicher Mitglieder der deutschen Elite
- 92/11 Herbert Bless, Fritz Strack, Norbert Schwarz
The Informative Functions of Research Procedures: Bias and the Logic of Conversation
- 92/12 Norbert Schwarz, Herbert Bless, Michaela Wänke
Subjective Assessment and Evaluation of Change: Lessons from Social Cognition Research
- 92/13 Norbert Schwarz, Hans-J. Hippler
Buffer Items: When Do They Buffer and When Don't They?

- 92/14 Hans-J. Hippler, Norbert Schwarz
The Impact of Administration Modes on Response Effects in Surveys
- 92/15 Michaela Wänke, Norbert Schwarz
Comparative Judgments: How the Direction of Comparison Determines the Answer
- 92/16 Michael Braun, Reiner Trometer
ALLBUS-Bibliographie (11. Fassung, Stand: 30.6.1992)
- 92/17 Anke Nau, Rolf Porst
Projektbericht ZUMA-Methodenpanel Teil 1: Konzeption, Vorbereitung und Durchführung
- 92/18 Michael Schneid
Handbuch ZUMA-Feldsteuerungsprogramm
- 92/19 Paul Lüttinger, Bernhard Schimpl-Neimanns
Amtliche Bildungsstatistik und empirische Sozialforschung
- 92/20 Rolf Porst, Michael Schneid
Fragebogenschreiben mit Microsoft WORD 5.0: Druckformate, Textbausteine und Makros zur effizienten Gestaltung von Fragebogen
- 92/21 Michael Braun, Jacqueline Scott, Duane F. Alwin
Economic Necessity or Self-Actualization? Attitudes toward Women's Labor-force Participation in the East and West
- 92/22 Duane F. Alwin, Michael Braun, Jacqueline Scott
The Separation of Work and the Family: Attitudes Towards Women's Labour-Force Participation in Germany, Great Britain, and the United States
- 92/23 Michaela Wänke, Norbert Schwarz, Herbert Bless
The Availability Heuristic Revisited: Experienced Ease of Retrieval in Mundane Frequency Estimates
- 93/01 Michael Braun, Carmen Eilinghoff, Siegfried Gabler, Michael Wiedenbeck
Methodenbericht zur Allgemeinen Bevölkerungsumfrage der Sozialwissenschaften (ALLBUS) 1992
- 93/02 Michael Häder, Sabine Novossadeck
Einstellungsdynamik in Ostdeutschland. Auswertung von Wiederholungsuntersuchungen zur individuellen Bewältigung des sozialen Wandels
- 93/03 Norbert Schwarz
Judgment in a Social Context: Biases, Shortcomings, and the Logic of Conversation
- 93/04 Norbert Schwarz, Michaela Wänke, Herbert Bless
Subjective Assessments and Evaluations of Change: Some Lessons from Social Cognition Research
- 93/05 Norbert Schwarz
Context Effects in Attitude Measurement
- 93/06 Reiner Trometer
Die Operationalisierung des Klassenschemas nach Goldthorpe im ALLBUS
- 93/07 Carola Schmid
Der Zugang zu den Daten der Demographie
- 93/08 Michael Schneid
Fragebogenschreiben mit Word für Windows

- 93/09 Achim Koch
Die Nutzung demographischer Informationen in den Veröffentlichungen mit ALLBUS-Daten
- 93/10 Helmut Schröder
Über den Zusammenhang zwischen Aktivitäten und Zufriedenheit: "Eine kommunale Seniorenbefragung"
- 93/11 Michael Braun, Reiner Trometer
ALLBUS-Bibliographie, 12. Fassung, Stand: 30.9.93
- 93/12
- 93/13 Steven E. Finkel, Peter R. Schrott
Campaign Effects on Voter Choice in the German Election of 1990
- 93/14 Jürgen Hoffmeyer-Zlotnik, Dagmar Krebs
Subjektive Statuszuweisung; Objektive Schichtmessung
- 93/15 Dagmar Krebs
Richtungseffekte von Itemformulierungen
- 93/16 Dagmar Krebs
Social Desirability: The collective conscience? Judging the degree of social desirability in attitude items
- 93/17 Bernhard Krüger, Heiner Ritter, Cornelia Züll
SPSS Einsatz auf unterschiedlichen Plattformen in einem Netzwerk: Daten und Ergebnisaustausch
- 94/01 Jürgen H.P. Hoffmeyer-Zlotnik, Michael Wiedenbeck
Überlegungen zu Sampling, Qualitätsprüfung und Auswertung von Daten aus Teilpopulationen
- 94/02 Michael Häder, Sabine Häder
Die Grundlagen der Delphi-Methode: - Ein Literaturbericht -
- 94/03 Sabine Häder
Auswahlverfahren bei Telefonumfragen
- 94/04 Peter Prüfer, Margrit Rexroth
Ein Verfahren zur Erfassung von Erhebungsproblemen bei Interviews der Hauptstudie
- 94/05 Michael Häder, Sabine Häder
Ergebnisse einer Experimentellen-Studie zur Delphi-Methode
- 94/06 Bernhard Schimpl-Neimanns, Heike Wirth
Bestandsaufnahme und Nutzungsmöglichkeiten amtlicher Mikrodaten der DDR für Sekundäranalysen zur Bildungs- und Einkommensungleichheit
- 94/07 Norbert Schwarz, Hans-J. Hippler
Subsequent Questions May Influence Answers to Preceding Questions in Mail Surveys
- 94/08 Norbert Schwarz, Hans-J. Hippler
The Numeric Values of Rating Scales: A Comparison of their Impact in Mail Surveys and Telephone Interviews
- 94/09 Norbert Schwarz
Cognition, Communication, and Survey Measurement: Some Implications for Contingent Valuation Surveys
- 94/10 Michael Braun, Reiner Trometer
ALLBUS Bibliographie (13. Fassung, Stand 30.8.94)

- 94/11 Achim Koch, Siegfried Gabler, Michael Braun
Konzeption und Durchführung der allgemeinen
Bevölkerungsumfrage der Sozialwissenschaften
(ALLBUS) 1994
- 95/01 Michael Schneid
Fragebogenschreiben mit Microsoft Word für Windows
Version 6.0
- 95/02 Michael Schneid
Disk-By-Mail
Eine Alternative zur schriftlichen Befragung?
- 95/03 Michael Schneid
Einsatz computergestützter Befragungssysteme in
Südamerika, Nah-Ost, Asien, Afrika und Australien.
Eine Fax-Umfrage
- 95/04 Rolf Porst, Christa von Briel
Wären Sie vielleicht bereit, sich gegebenenfalls
noch einmal befragen zu lassen? Oder:
Die Gründe für die Teilnahme an Panel-Befragungen
- 95/05 Michael Häder, Sabine Häder, Andreas Ziegler
Punkt- versus Verteilungsschätzungen: Ergebnisse
eines Tests zur Validierung der Delphi-Methode
- 95/06 Achim Bühl
Das Wertewandel-Theorem Ronald Ingleharts.
Methodenausbildung anhand des ALLBUS