

Tabellenband zur Journalisten- befragung (Süddeutsche Zeitung und sueddeutsche.de)

Dieser Tabellenband dokumentiert Auswertungen einer Befragung unter Redaktionsangehörigen der Süddeutschen Zeitung und sueddeutsche.de, die im Rahmen des Projekts „Die (Wieder-)Entdeckung des Publikums“ (DFG-Förderung LO 853/4-1) am Hans-Bredow-Institut für Medienforschung durchgeführt wurde. Weitere Informationen finden Sie unter <http://jpub20.hans-bredow-institut.de>.

Inhaltsverzeichnis

| | | |
|----|--|----|
| 1 | Verlauf der Umfrage | 2 |
| 2 | Fokus der Tätigkeit | 3 |
| 3 | Bezugspublikum..... | 3 |
| 4 | Social-Media-Nutzer | 5 |
| 5 | Informationen über Publikum | 6 |
| 6 | Kontakt zum Publikum..... | 12 |
| 7 | Bedeutung von Social-Media-Angeboten..... | 19 |
| 8 | Rollenselbstverständnis..... | 26 |
| 9 | Motive für Publikumsbeteiligung | 36 |
| 10 | Publikumsbild | 43 |
| 11 | Erwartungserwartungen in Bezug auf Beteiligung | 47 |
| 12 | Allgemeine Einschätzungen und Einstellungen zur Publikumsbeteiligung | 53 |
| 13 | Berufliche Erfahrung und Tätigkeitskontext..... | 58 |
| 14 | Anteile Arbeitszeiten für versch. Tätigkeiten | 59 |
| 15 | Dauer journalistische Tätigkeit (allgemein und für SZ)..... | 60 |
| 16 | Soziodemographie..... | 61 |
| 17 | Offene Kommentare..... | 62 |

1 Verlauf der Umfrage

Der Fragebogen war vom 4. bis 30. Juli 2013 im Feld. Zu Beginn und nach etwa zwei Wochen verschickten die Redaktionsleitungen (Print sowie sueddeutsche.de) per E-Mail einen Hinweis auf die Umfrage mit Bitte um Teilnahme. Die genaue Anzahl der Personen auf den Verteilern konnte nicht ermittelt werden; laut Auskunft der Kontaktpersonen umfasst der Verteiler der Onlineredaktion etwa 60 bis 80 Mitarbeiter („relativ viele Freie“), während auf dem Verteiler der Print-Redaktion etwa 520 Mitarbeiter verzeichnet sind, darunter neben Redakteuren u.a. auch Pauschalisten und Assistenten. Für die Berechnung der Rücklaufquoten (vgl. Tab. 1) gehen wir von 600 Personen aus. Die Umfrage begannen 183 von ihnen, und 139 Personen, zumindest bis einschließlich Frage 7 („Rollenselbstverständnis“) teilnahmen, wurden in die Analyse aufgenommen. Die Befragten benötigten im Durchschnitt 15,5 Minuten für die Bearbeitung des Fragebogens (Std.abw. 9,1 Minuten).

Tab. 1: Rücklaufquoten

| | Anzahl | Anteil aller Angeschriebenen | Anteil aller Teilnehmer |
|-----------------------------------|--------|------------------------------|-------------------------|
| Grundgesamtheit | 600 | 100% | |
| Fragebogen begonnen | 183 | 30,5% | 100% |
| Fragebogen bis Frage 7 ausgefüllt | 139 | 23,2% | 75,9% |
| Fragebogen beendet | 130 | 21,7% | 71,0% |
| In Analyse aufgenommen | 139 | 23,2% | 75,9% |

Die dokumentierten Auswertungen enthalten für jede Frage zumindest die einfache Häufigkeitstabelle. Für die Fragen 2 bis einschließlich 11 sind zudem Kreuztabellen bzw. Mittelwertvergleiche dokumentiert, die mit insgesamt sechs unabhängigen Variablen berechnet wurden:

- Alter (bis 40 Jahre vs. 40 Jahre und älter)
- Geschlecht
- Dauer der journalistischen Berufstätigkeit (bis 19 Jahre vs. 19 Jahre und mehr)
- Dauer der Tätigkeit bei der SZ (bis 12 Jahre vs. 12 Jahre und mehr)
- Schwerpunkt der Arbeitszeit (überwiegend Print vs. überwiegend Online)¹
- Leitungsrolle (Redaktionsleitung/CvD/Teamleitung vs. übrige Positionen)

Mittelwert-Unterschiede wurden mittels t-Tests auf Signifikanz geprüft. Bei Varianzheterogenität (Levene-Test) wurde der Welch-Test benutzt. Bei fehlender Normalverteilung der Daten wurde auf den Mann-Whitney-U-Test ausgewichen. Letzteres ist unter den entsprechenden Tabellen vermerkt. Signifikante Unterschiede sind markiert, wobei * $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$ bedeutet. In den Kapitelüberschriften sind jeweils die Anzahl der signifikanten Items und die Gesamtzahl angezeigt.

¹ Vier Personen gaben an, für beide Bereiche zu etwa gleichen Teilen tätig zu sein. Sie wurden dem Bereich „Online“ zugeordnet.

2 Fokus der Tätigkeit

Frage 1: Für welchen redaktionellen Bereich der SZ sind Sie überwiegend tätig, d. h. wo verbringen Sie den Großteil Ihrer Arbeitszeit?

| n=139 | Häufigkeit | Prozent |
|--|------------|---------|
| überwiegend Print | 96 | 69,1 |
| überwiegend Online | 39 | 28,1 |
| beide Bereiche zu etwa gleichen Teilen | 4 | 2,9 |
| Gesamt | 63 | 100,0 |

3 Bezugspublikum

Frage 2: Zunächst einmal ganz allgemein gefragt: An welchem Publikum orientieren Sie sich in Ihrer alltäglichen journalistischen Arbeit hauptsächlich?

(*) Hinweis: Personen, die sich eher an den SZ-Leser/-innen orientieren, bekamen im Verlauf des Fragebogens an den gelb markierten Stellen den Begriff „Leser“ bzw. „SZ“ eingeblendet. Personen, die sich an den Nutzern von sueddeutsche.de oder der social-media-Auftritte orientieren, bekamen den Begriff „Nutzer“ bzw. „sueddeutsche.de“ eingeblendet.

| n=139 | Häufigkeit | Prozent |
|--|------------|---------|
| An den Leser/-innen der Süddeutschen Zeitung | 95 | 68,3 |
| An den Nutzer/-innen von Sueddeutsche.de | 39 | 28,1 |
| An den Nutzer/-innen der Social Media-Auftritte der SZ (Facebook, Twitter, Google+, YouTube) | 5 | 3,6 |
| Gesamt | 63 | 100,0 |

3.1 Geschlecht (n.s.)

| | Weiblich | Männlich | Gesamt |
|-----------------|----------|----------|--------|
| Print-Publikum | 63,9 | 70,8 | 67,5 |
| Online-Publikum | 36,1 | 29,2 | 32,5 |

3.2 Alter (sig.***)

| | < 40 Jahre | ≥ 40 Jahre | Gesamt |
|-----------------|------------|------------|--------|
| Print-Publikum | 38,0 | 88,4 | 67,2 |
| Online-Publikum | 62,0 | 11,6 | 32,8 |

$\chi^2=34,203$, $p<.001$

3.3 Schwerpunkt Tätigkeit (sig.***)

| | (Überwiegend) Print | (Überwiegend) Online | Gesamt |
|-----------------|---------------------|----------------------|--------|
| Print-Publikum | 99,0 | -- | 68,3 |
| Online-Publikum | 1,0 | 100,0 | 31,7 |

$\chi^2=135,256$, $p<.001$

3.4 Berufserfahrung Journalismus (sig.***)

| | weniger als 18 Jahre | 18 Jahre und mehr | Gesamt |
|-----------------|----------------------|-------------------|--------|
| Print-Publikum | 40,6 | 95,3 | 68,0 |
| Online-Publikum | 59,4 | 4,7 | 32,0 |

chi²=44,325, p<.001

3.5 Berufserfahrung SZ (sig.***)

| | weniger als 12 Jahre | 12 Jahre und mehr | Gesamt |
|-----------------|----------------------|-------------------|--------|
| Print-Publikum | 46,7 | 87,9 | 68,3 |
| Online-Publikum | 53,3 | 12,1 | 31,7 |

chi²=24,680, p<.001

3.6 Leitungsrolle (n.s.)

| | nein | ja | Gesamt |
|-----------------|------|------|--------|
| Print-Publikum | 69,3 | 62,5 | 68,5 |
| Online-Publikum | 30,7 | 37,5 | 31,5 |

4 Social-Media-Nutzer

Frage 3: Nutzen Sie zumindest gelegentlich partizipative Angebote der SZ (z. B. das Forum oder die Blogs auf Sueddeutsche.de, die Facebook-Seiten oder Twitter-Accounts der SZ), egal ob aktiv oder eher beobachtend?

| n=139 | Häufigkeit | Prozent |
|--------|------------|---------|
| Ja | 102 | 73,4 |
| Nein | 37 | 26,6 |
| Gesamt | 139 | 100,0 |

4.1 Geschlecht (sig.*)

| | Weiblich | Männlich | Gesamt |
|------|----------|----------|--------|
| Ja | 83,6 | 67,7 | 75,4 |
| Nein | 16,4 | 32,3 | 24,6 |

$\chi^2 = 4,296, p < .05$

4.2 Alter (sig.**)

| | jünger als 40 Jahre | 40 Jahre und älter | Gesamt |
|------|---------------------|--------------------|--------|
| Ja | 90,0 | 65,2 | 75,6 |
| Nein | 10,0 | 34,8 | 24,4 |

$\chi^2 = 9,661, p < .01$

4.3 Schwerpunkt Tätigkeit (sig.***)

| | (Überwiegend) Print | (Überwiegend) Online | Gesamt |
|------|---------------------|----------------------|--------|
| Ja | 62,5 | 97,7 | 73,4 |
| Nein | 37,5 | 2,3 | 26,6 |

$\chi^2 = 18,811, p < .001$

4.4 Berufserfahrung Journalismus (sig.**)

| | weniger als 18 Jahre | 18 Jahre und mehr | Gesamt |
|------|----------------------|-------------------|--------|
| Ja | 85,9 | 64,1 | 75,0 |
| Nein | 14,1 | 35,9 | 25,0 |

$\chi^2 = 8,167, p < .01$

4.5 Berufserfahrung SZ (sig.*)

| | weniger als 12 Jahre | 12 Jahre und mehr | Gesamt |
|------|----------------------|-------------------|--------|
| Ja | 85,0 | 66,7 | 75,4 |
| Nein | 15,0 | 33,3 | 24,6 |

$\chi^2 = 5,695, p < .05$

4.6 Leitungsrolle (n.s.)

| | Nein | Ja | Gesamt |
|------|------|------|--------|
| Ja | 74,6 | 81,3 | 75,4 |
| Nein | 25,4 | 18,8 | 24,6 |

5 Informationen über Publikum

Frage 4: Anhand welcher Quellen informieren Sie sich über Ihr Publikum? (Mehrfachantworten)

| n=139 | Prozent der Befragten |
|--|-----------------------|
| Briefe, E-Mails, Anrufe oder Faxe an die Redaktion | 90,6 |
| persönliche Begegnungen mit Lesern bzw. Nutzern | 65,5 |
| Verkaufszahlen der Print-Ausgabe | 30,9 |
| Ergebnisse der Markt- und Medienforschung | 30,9 |
| Bewertungen und Kommentaren zur SZ auf Social-Media-Angeboten (z. B. Facebook, Twitter, Google+, Weblogs) | 43,9 |
| Beiträge von Lesern bzw. Nutzern, die in der gedruckten SZ erscheinen | 48,2 |
| Berichte der Social-Media-Verantwortlichen bzw. Community-Redakteure in den Redaktionskonferenzen | 38,1 |
| Gespräche mit Social-Media-Verantwortlichen bzw. Community-Redakteure außerhalb der Redaktionskonferenzen | 29,5 |
| Gespräche mit Kollegen, die keine Social-Media-Verantwortlichen bzw. Community-Redakteure sind | 53,2 |
| Zugriffstatistiken auf SZ- Angebote auf Social Media-Plattformen wie Facebook, Twitter, YouTube oder Google+ | 18,0 |
| Zugriffstatistiken von sueddeutsche.de | 42,4 |
| Kommentare im „Sued-cafe“ auf sueddeutsche.de | 2,9 |
| Kommentare zu Beiträgen in den Blogs auf sueddeutsche.de | 29,5 |
| Kommentare zu Artikeln auf sueddeutsche.de | 63,3 |
| Andere Quellen | 6,3 |

Offene Antworten:

- Befragungen in meinen Seminaren
- Begegnungen via Twitter
- google statistiken
- Kommentare auf jetzt.de
- Kommentare auf jetzt.sueddeutsche.de (Jugendmagazin der SZ)
- persönliche Mails von Lesern an mich
- Pressespiegel von Organisationen, in denen wir genannt werden
- schlicht Erfahrung
- was ist denn das Süd-Cafe?
- www.suedwatch.de

5.1 Geschlecht (3/15)

| Information über das Publikum | Weiblich (n=61) | Männlich (n=65) |
|---|--------------------|--------------------|
| | Prozent | Prozent |
| Briefe, E-Mails, Anrufe oder Faxe an die Redaktion | 91,8 | 89,2 |
| persönliche Begegnungen mit Lesern bzw. Nutzern | 68,9 | 61,5 |
| Verkaufszahlen der Print-Ausgabe | 31,1 | 29,2 |
| Ergebnisse der Markt- und Medienforschung | 39,3 | 24,6 |
| Bewertungen und Kommentare zur SZ auf Social-Media-Angeboten (z. B. Facebook, Twitter, Google+, Weblogs)* | 55,7 | 35,4 |
| Beiträge von Lesern bzw. Nutzern, die in der gedruckten SZ erscheinen | 45,9 | 47,7 |
| Berichte der Social-Media-Verantwortlichen bzw. Community-Redakteure in den Redaktionskonferenzen | 44,3 | 30,8 |
| Gespräche mit Social-Media-Verantwortlichen bzw. Community-Redakteuren außerhalb der Redaktionskonferenzen | 36,1 | 23,1 |
| Gespräche mit Kollegen, die keine Social-Media-Verantwortlichen bzw. Community-Redakteure sind | 54,1 | 53,8 |
| Zugriffstatistiken der SZ-Angebote auf Social Media-Plattformen wie Facebook, Twitter, YouTube oder Google+ | 19,7 | 20,0 |
| Zugriffstatistiken von Sueddeutsche.de* | 50,8 | 32,3 |
| Kommentare im „sued-café“ auf Sueddeutsche.de | 3,3 | 3,1 |
| Kommentare zu Beiträgen in den Blogs auf Sueddeutsche.de | 36,1 | 23,1 |
| Kommentare zu Artikeln auf Sueddeutsche.de* | 75,4 | 53,8 |
| Andere Quellen | 6,6 | 7,7 |

5.2 Alter (7/15)

| Information über das Publikum | jünger als 40 Jahre (n=50) | 40 Jahre und älter (n=69) |
|---|----------------------------------|---------------------------------|
| | Prozent | Prozent |
| Briefe, E-Mails, Anrufe oder Faxe an die Redaktion | 88,0 | 94,2 |
| persönliche Begegnungen mit Lesern bzw. Nutzern | 56,0 | 68,1 |
| Verkaufszahlen der Print-Ausgabe* | 20,0 | 39,1 |
| Ergebnisse der Markt- und Medienforschung | 26,0 | 37,7 |
| Bewertungen und Kommentare zur SZ auf Social-Media-Angeboten (z. B. Facebook, Twitter, Google+, Weblogs)*** | 66,0 | 30,4 |
| Beiträge von Lesern bzw. Nutzern, die in der gedruckten SZ erscheinen | 36,0 | 52,2 |
| Berichte der Social-Media-Verantwortlichen bzw. Community-Redakteure in den Redaktionskonferenzen* | 52,0 | 29,0 |
| Gespräche mit Social-Media-Verantwortlichen bzw. Community-Redakteuren außerhalb der Redaktionskonferenzen*** | 52,0 | 13,0 |
| Gespräche mit Kollegen, die keine Social-Media-Verantwortlichen bzw. Community-Redakteure sind | 58,0 | 52,2 |
| Zugriffstatistiken der SZ-Angebote auf Social Media-Plattformen wie Facebook, Twitter, YouTube oder Google+ | 26,0 | 14,5 |
| Zugriffstatistiken von Sueddeutsche.de** | 58,0 | 29,0 |
| Kommentare im „sued-café“ auf Sueddeutsche.de* | 8,0 | 0,0 |
| Kommentare zu Beiträgen in den Blogs auf Sueddeutsche.de* | 40,0 | 23,2 |
| Kommentare zu Artikeln auf Sueddeutsche.de | 74,0 | 59,4 |
| Andere Quellen | 8,0 | 7,2 |

5.3 Schwerpunkt Tätigkeit (10/15)

| Information über das Publikum | Print (n=96) | Online (n=43) |
|---|-----------------|------------------|
| | Prozent | Prozent |
| Briefe, E-Mails, Anrufe oder Faxe an die Redaktion | 93,8 | 83,7 |
| persönliche Begegnungen mit Lesern bzw. Nutzern*** | 78,1 | 37,2 |
| Verkaufszahlen der Print-Ausgabe*** | 40,6 | 9,3 |
| Ergebnisse der Markt- und Medienforschung* | 36,5 | 18,6 |
| Bewertungen und Kommentare zur SZ auf Social-Media-Angeboten (z. B. Facebook, Twitter, Google+, Weblogs)** | 35,4 | 62,8 |
| Beiträge von Lesern bzw. Nutzern, die in der gedruckten SZ erscheinen*** | 61,5 | 18,6 |
| Berichte der Social-Media-Verantwortlichen bzw. Community-Redakteure in den Redaktionskonferenzen | 33,3 | 48,8 |
| Gespräche mit Social-Media-Verantwortlichen bzw. Community-Redakteuren außerhalb der Redaktionskonferenzen*** | 12,5 | 67,4 |
| Gespräche mit Kollegen, die keine Social-Media-Verantwortlichen bzw. Community-Redakteure sind | 50,0 | 60,5 |
| Zugriffstatistiken der SZ-Angebote auf Social Media-Plattformen wie Facebook, Twitter, YouTube oder Google+* | 12,5 | 30,2 |
| Zugriffstatistiken von Sueddeutsche.de*** | 26,0 | 79,1 |
| Kommentare im „sued-café“ auf Sueddeutsche.de | 1,0 | 7,0 |
| Kommentare zu Beiträgen in den Blogs auf Sueddeutsche.de** | 20,8 | 48,8 |
| Kommentare zu Artikeln auf Sueddeutsche.de** | 55,2 | 81,4 |
| Andere Quellen | 6,3 | 9,3 |

5.4 Berufserfahrung Journalismus (9/15)

| Information über das Publikum | < 19 Jahre (n=64) | ≥ 19 Jahre (n=64) |
|---|----------------------|-------------------------|
| | Prozent | Prozent |
| Briefe, E-Mails, Anrufe oder Faxe an die Redaktion | 89,1 | 93,8 |
| persönliche Begegnungen mit Lesern bzw. Nutzern** | 54,7 | 76,6 |
| Verkaufszahlen der Print-Ausgabe** | 18,8 | 42,2 |
| Ergebnisse der Markt- und Medienforschung | 25,0 | 37,5 |
| Bewertungen und Kommentare zur SZ auf Social-Media-Angeboten (z. B. Facebook, Twitter, Google+, Weblogs)*** | 59,4 | 29,7 |
| Beiträge von Lesern bzw. Nutzern, die in der gedruckten SZ erscheinen** | 37,5 | 59,4 |
| Berichte der Social-Media-Verantwortlichen bzw. Community-Redakteure in den Redaktionskonferenzen | 45,3 | 31,3 |
| Gespräche mit Social-Media-Verantwortlichen bzw. Community-Redakteuren außerhalb der Redaktionskonferenzen*** | 48,4 | 10,9 |
| Gespräche mit Kollegen, die keine Social-Media-Verantwortlichen bzw. Community-Redakteure sind | 56,3 | 51,6 |
| Zugriffstatistiken der SZ-Angebote auf Social Media-Plattformen wie Facebook, Twitter, YouTube oder Google+ | 23,4 | 15,6 |
| Zugriffstatistiken von Sueddeutsche.de*** | 62,5 | 21,9 |
| Kommentare im „sued-café“ auf Sueddeutsche.de* | 6,3 | 0,0 |
| Kommentare zu Beiträgen in den Blogs auf Sueddeutsche.de* | 39,1 | 21,9 |
| Kommentare zu Artikeln auf Sueddeutsche.de** | 76,6 | 54,7 |
| Andere Quellen | 6,3 | 7,8 |

5.5 Berufserfahrung SZ (5/15)

| Information über das Publikum | < 12 Jahre (n=60) | ≥ 12 Jahre (n=66) |
|---|----------------------|-------------------------|
| | Prozent | Prozent |
| Briefe, E-Mails, Anrufe oder Faxe an die Redaktion | 88,3 | 92,4 |
| persönliche Begegnungen mit Lesern bzw. Nutzern | 56,7 | 71,2 |
| Verkaufszahlen der Print-Ausgabe* | 21,7 | 37,9 |
| Ergebnisse der Markt- und Medienforschung | 30,0 | 33,3 |
| Bewertungen und Kommentare zur SZ auf Social-Media-Angeboten (z. B. Facebook, Twitter, Google+, Weblogs)*** | 63,3 | 28,8 |
| Beiträge von Lesern bzw. Nutzern, die in der gedruckten SZ erscheinen | 41,7 | 51,5 |
| Berichte der Social-Media-Verantwortlichen bzw. Community-Redakteure in den Redaktionskonferenzen | 41,7 | 34,8 |
| Gespräche mit Social-Media-Verantwortlichen bzw. Community-Redakteuren außerhalb der Redaktionskonferenzen*** | 46,7 | 15,2 |
| Gespräche mit Kollegen, die keine Social-Media-Verantwortlichen bzw. Community-Redakteure sind | 61,7 | 50,0 |
| Zugriffstatistiken der SZ-Angebote auf Social Media-Plattformen wie Facebook, Twitter, YouTube oder Google+ | 23,3 | 15,2 |
| Zugriffstatistiken von Sueddeutsche.de*** | 56,7 | 27,3 |
| Kommentare im „sued-café“ auf Sueddeutsche.de* | 6,7 | 0,0 |
| Kommentare zu Beiträgen in den Blogs auf Sueddeutsche.de | 36,7 | 24,2 |
| Kommentare zu Artikeln auf Sueddeutsche.de | 73,3 | 57,6 |
| Andere Quellen | 8,3 | 6,1 |

5.6 Leitungsrolle

| | Nein (n=114) | Ja (n=16) |
|---|-----------------|--------------|
| Briefe, E-Mails, Anrufe oder Faxe an die Redaktion | 90,4 | 93,8 |
| persönliche Begegnungen mit Lesern bzw. Nutzern | 64,0 | 75,0 |
| Verkaufszahlen der Print-Ausgabe | 27,2 | 50,0 |
| Ergebnisse der Markt- und Medienforschung | 27,2 | 56,3 |
| Bewertungen und Kommentare zur SZ auf Social-Media-Angeboten (z. B. Facebook, Twitter, Google+, Weblogs) | 46,5 | 31,3 |
| Beiträge von Lesern bzw. Nutzern, die in der gedruckten SZ erscheinen | 44,7 | 68,8 |
| Berichte der Social-Media-Verantwortlichen bzw. Community-Redakteure in den Redaktionskonferenzen | 34,2 | 68,8 |
| Gespräche mit Social-Media-Verantwortlichen bzw. Community-Redakteuren außerhalb der Redaktionskonferenzen | 29,8 | 25,0 |
| Gespräche mit Kollegen, die keine Social-Media-Verantwortlichen bzw. Community-Redakteure sind | 51,8 | 68,8 |
| Zugriffstatistiken der SZ-Angebote auf Social Media-Plattformen wie Facebook, Twitter, YouTube oder Google+ | 19,3 | 18,8 |
| Zugriffstatistiken von Sueddeutsche.de | 39,5 | 56,3 |
| Kommentare im „sued-café“ auf Sueddeutsche.de | 2,6 | 6,3 |
| Kommentare zu Beiträgen in den Blogs auf Sueddeutsche.de | 28,1 | 43,8 |
| Kommentare zu Artikeln auf Sueddeutsche.de | 63,2 | 75,0 |
| Andere Quellen | 6,1 | 12,5 |

5.7 Anzahl genutzter Quellen

Für diese Variable wurde aufsummiert, wie viele der in Frage 5 vorgegebenen 15 unterschiedlichen Quellen die Befragten jeweils nutzen. Das Minimum sind 2, das Maximum 13 genannte Quellen.

| n=119-139 | Mittelwert | Standardabweichung |
|--|------------|--------------------|
| Alle Befragten | 5,94 | 2,52 |
| Geschlecht [eta ² = .059 **] | | |
| weiblich | 6,59 | 2,51 |
| männlich | 5,35 | 2,49 |
| Altersgruppe dichotomisiert [eta ² = .054*] | | |
| jünger als 40 Jahre | 6,68 | 2,53 |
| 40 Jahre und älter | 5,49 | 2,41 |
| Schwerpunkt der Tätigkeit [eta ² = .033*] | | |
| Print | 5,64 | 2,38 |
| Online | 6,63 | 2,70 |
| Berufserfahrung im Journalismus [eta ² = .033*] | | |
| weniger als 19 Jahre | 6,53 | 2,51 |
| 19 Jahre und mehr | 5,61 | 2,49 |
| Berufserfahrung bei SZ [eta ² = .035*] | | |
| weniger als 12 Jahre | 6,64 | 2,62 |
| 12 Jahre und mehr | 5,63 | 2,47 |
| Leitungsrolle (CvD) [eta ² = .051*] | | |
| Nein | 5,75 | 2,39 |
| ja | 7,50 | 3,16 |

6 Kontakt zum Publikum

Frage 5: Und wie häufig stehen Sie in Ihrer alltäglichen Arbeit aus einem der folgenden Gründe mit Ihrem Publikum in Kontakt (z. B. über Telefon, E-Mail, in Kommentarbereichen, über die Zuschauerredaktion usw.)?

| n=129-137 | nie | < 1 mal pro Woche | 1 bis 2 mal pro Woche | 3 bis 4 mal pro Woche | täglich | MW | Std.abw. |
|--|------|----------------------|--------------------------|--------------------------|---------|------|----------|
| Um (Entscheidungs-) Prozesse in der Redaktion zu erklären. | 30,6 | 39,6 | 20,9 | 6,0 | 3,0 | 2,11 | 1,009 |
| Um die Redaktion oder einzelne Redaktions-Mitglieder vorzustellen. | 65,9 | 28,8 | 3,8 | 1,5 | 0,0 | 1,41 | ,641 |
| Um Informationen über die Quellen zu geben, die einem redaktionellen Beitrag zugrunde liegen. | 39,1 | 39,8 | 16,5 | 3,8 | 0,8 | 1,87 | ,874 |
| Um über die Art und Qualität Ihrer journalistischen Arbeit zu diskutieren (z. B. über die Themenwahl, die Machart/den „Ton“ von Beiträgen usw.). | 16,8 | 37,2 | 36,5 | 8,8 | 0,7 | 2,39 | ,894 |
| Um das Publikum auf externe Inhalte aufmerksam zu machen (z. B. YouTube-Videos, externe Webseiten usw.). | 58,5 | 21,5 | 11,5 | 4,6 | 3,8 | 1,74 | 1,082 |
| Um Expertennetzwerke aufzubauen und zu pflegen. | 34,1 | 27,9 | 20,9 | 8,5 | 8,5 | 2,29 | 1,259 |
| Um mit den Lesern/ Nutzern Meinungen über politische Entscheidungen, aktuelle Ereignisse oder andere Themen der Berichterstattung auszutauschen. | 24,6 | 37,3 | 28,4 | 9,7 | 0,0 | 2,23 | ,933 |
| Um das Publikum zu begrüßen oder zu verabschieden. | 76,3 | 12,2 | 9,9 | 1,5 | 0,0 | 1,37 | ,725 |
| Um das Publikum direkt auf Ihre eigenen Inhalte aufmerksam zu machen. | 35,1 | 24,4 | 21,4 | 11,5 | 7,6 | 2,32 | 1,273 |
| Um Diskussionen zwischen den Lesern/ Nutzern zu moderieren. | 77,1 | 14,5 | 5,3 | 3,1 | 0,0 | 1,34 | ,721 |

6.1 Geschlecht (n.s.)

| Kontakt zum Publikum | Weiblich (n=57-61) | | Männlich (n=60-64) | | T | df | Mittl. Diff. |
|--|-----------------------|----------|-----------------------|----------|-------|-----|-----------------|
| | MW | Std.abw. | MW | Std.abw. | | | |
| Um (Entscheidungs-)Prozesse in der Redaktion zu erklären. | 2,03 | ,946 | 2,11 | 1,025 | 0,42 | 121 | -0,08 |
| Um die Redaktion oder einzelne Redaktions-Mitglieder vorzustellen. | 1,40 | ,643 | 1,43 | ,670 | -0,22 | 119 | -0,03 |
| Um Informationen über die Quellen zu geben, die einem redaktionellen Beitrag zugrunde liegen. | 1,92 | ,954 | 1,79 | ,819 | 0,82 | 120 | 0,13 |
| Um über die Art und Qualität Ihrer journalistischen Arbeit zu diskutieren (z. B. über die Themenwahl, die Machart/den „Ton“ von Beiträgen usw.). | 2,39 | ,900 | 2,39 | ,902 | 0,02 | 123 | 0,00 |
| Um das Publikum auf externe Inhalte aufmerksam zu machen (z. B. YouTube-Videos, externe Webseiten usw.). | 1,84 | 1,177 | 1,65 | 1,042 | 0,99 | 117 | 0,2 |
| Um Expertennetzwerke aufzubauen und zu pflegen. | 2,40 | 1,363 | 2,27 | 1,191 | 0,55 | 116 | 0,13 |
| Um mit den Lesern/Nutzern Meinungen über politische Entscheidungen, aktuelle Ereignisse oder andere Themen der Berichterstattung auszutauschen. | 2,22 | ,846 | 2,30 | 1,042 | 0,5 | 121 | -0,09 |
| Um das Publikum zu begrüßen oder zu verabschieden. | 1,36 | ,713 | 1,41 | ,783 | 0,39 | 118 | -0,05 |
| Um das Publikum direkt auf Ihre eigenen Inhalte aufmerksam zu machen. | 2,51 | 1,265 | 2,21 | 1,269 | 1,3 | 119 | 0,3 |
| Um Diskussionen zwischen den Lesern/Nutzern zu moderieren. | 1,33 | ,685 | 1,40 | ,799 | 0,56 | 118 | -0,08 |

6.2 Alter (2/10)

| Kontakt zum Publikum | Jünger als 40 Jahre (n=49-50) | | 40 Jahre und älter (n=63-68) | | T | df | Mittl. Diff. |
|--|----------------------------------|----------|---------------------------------|----------|--------|-----|-----------------|
| | MW | Std.abw. | MW | Std.abw. | | | |
| Um (Entscheidungs-)Prozesse in der Redaktion zu erklären. | 1,90 | ,931 | 2,15 | 1,011 | 1,37 | 114 | -0,25 |
| Um die Redaktion oder einzelne Redaktions-Mitglieder vorzustellen. | 1,34 | ,557 | 1,47 | ,734 | 1,03 | 112 | -0,13 |
| Um Informationen über die Quellen zu geben, die einem redaktionellen Beitrag zugrunde liegen. | 1,90 | ,953 | 1,76 | ,824 | 0,86 | 114 | 0,14 |
| Um über die Art und Qualität Ihrer journalistischen Arbeit zu diskutieren (z. B. über die Themenwahl, die Machart/den „Ton“ von Beiträgen usw.). | 2,30 | ,953 | 2,41 | ,885 | 0,66 | 116 | -0,11 |
| Um das Publikum auf externe Inhalte aufmerksam zu machen (z. B. YouTube-Videos, externe Webseiten usw.). | 2,04 | 1,212 | 1,48 | ,913 | 2,82** | 111 | 0,56 |
| Um Expertennetzwerke aufzubauen und zu pflegen. | 2,39 | 1,133 | 2,27 | 1,322 | 0,5 | 110 | 0,12 |
| Um mit den Lesern/Nutzern Meinungen über politische Entscheidungen, aktuelle Ereignisse oder andere Themen der Berichterstattung auszutauschen. | 2,22 | ,919 | 2,31 | ,972 | 0,5 | 114 | -0,09 |
| Um das Publikum zu begrüßen oder zu verabschieden. | 1,40 | ,782 | 1,34 | ,695 | 0,41 | 112 | 0,06 |
| Um das Publikum direkt auf Ihre eigenen Inhalte aufmerksam zu machen. | 2,78 | 1,250 | 2,06 | 1,197 | 3,13** | 113 | 0,72 |
| Um Diskussionen zwischen den Lesern/Nutzern zu moderieren. | 1,48 | ,886 | 1,29 | ,633 | 1,31 | 86 | 0,19 |

6.3 Schwerpunkt Tätigkeit (2/10)

| Kontakt zum Publikum | Print (n=87-94) | | Online (n=42-43) | | T | df | Mittl. Diff. |
|--|--------------------|----------|---------------------|----------|---------|-----|-----------------|
| | MW | Std.abw. | MW | Std.abw. | | | |
| Um (Entscheidungs-)Prozesse in der Redaktion zu erklären. | 2,18 | 1,050 | 1,98 | ,913 | 1,07 | 132 | 0,2 |
| Um die Redaktion oder einzelne Redaktions-Mitglieder vorzustellen. | 1,43 | ,672 | 1,37 | ,578 | 0,46 | 130 | 0,06 |
| Um Informationen über die Quellen zu geben, die einem redaktionellen Beitrag zugrunde liegen. | 1,77 | ,835 | 2,09 | ,921 | 2,04 | 131 | -0,33 |
| Um über die Art und Qualität Ihrer journalistischen Arbeit zu diskutieren (z. B. über die Themenwahl, die Machart/den „Ton“ von Beiträgen usw.). | 2,47 | ,876 | 2,23 | ,922 | 1,44 | 135 | 0,24 |
| Um das Publikum auf externe Inhalte aufmerksam zu machen (z. B. YouTube-Videos, externe Webseiten usw.). | 1,47 | ,887 | 2,28 | 1,241 | 3,82*** | 64 | -0,81 |
| Um Expertennetzwerke aufzubauen und zu pflegen. | 2,34 | 1,283 | 2,19 | 1,215 | 0,65 | 127 | 0,15 |
| Um mit den Lesern/Nutzern Meinungen über politische Entscheidungen, aktuelle Ereignisse oder andere Themen der Berichterstattung auszutauschen. | 2,24 | ,911 | 2,21 | ,989 | 0,19 | 132 | 0,03 |
| Um das Publikum zu begrüßen oder zu verabschieden. | 1,30 | ,664 | 1,51 | ,827 | 1,5 | 69 | -0,22 |
| Um das Publikum direkt auf Ihre eigenen Inhalte aufmerksam zu machen. | 2,02 | 1,114 | 2,93 | 1,370 | 4,05*** | 129 | -0,91 |
| Um Diskussionen zwischen den Lesern/Nutzern zu moderieren. | 1,24 | ,567 | 1,56 | ,934 | 2,07 | 57 | -0,32 |

6.4 Berufserfahrung Journalismus (2/10)

| Kontakt zum Publikum | < 19 Jahre (n=63-64) | | ≥ 19 Jahre (n=57-63) | | T | df | Mittl. Diff. |
|--|-------------------------|----------|-------------------------|----------|-------|-----|-----------------|
| | MW | Std.abw. | MW | Std.abw. | | | |
| Um (Entscheidungs-)Prozesse in der Redaktion zu erklären. | 1,94 | ,906 | 2,23 | 1,031 | 1,67 | 124 | -0,29 |
| Um die Redaktion oder einzelne Redaktions-Mitglieder vorzustellen. | 1,33 | ,565 | 1,44 | ,650 | 1,03 | 121 | -0,11 |
| Um Informationen über die Quellen zu geben, die einem redaktionellen Beitrag zugrunde liegen. | 1,89 | ,893 | 1,85 | ,880 | 0,26 | 122 | 0,04 |
| Um über die Art und Qualität Ihrer journalistischen Arbeit zu diskutieren (z. B. über die Themenwahl, die Machart/den „Ton“ von Beiträgen usw.). | 2,33 | ,927 | 2,44 | ,838 | 0,74 | 125 | -0,12 |
| Um das Publikum auf externe Inhalte aufmerksam zu machen (z. B. YouTube-Videos, externe Webseiten usw.). | 1,95 | 1,227 | 1,46 | ,867 | 2,59* | 113 | 0,5 |
| Um Expertennetzwerke aufzubauen und zu pflegen. | 2,46 | 1,216 | 2,22 | 1,325 | 1,02 | 119 | 0,24 |
| Um mit den Lesern/Nutzern Meinungen über politische Entscheidungen, aktuelle Ereignisse oder andere Themen der Berichterstattung auszutauschen. | 2,21 | ,953 | 2,32 | ,937 | 0,69 | 123 | -0,12 |
| Um das Publikum zu begrüßen oder zu verabschieden. | 1,38 | ,745 | 1,37 | ,740 | 0,02 | 121 | 0,00 |
| Um das Publikum direkt auf Ihre eigenen Inhalte aufmerksam zu machen. | 2,58 | 1,270 | 2,07 | 1,219 | 2,29* | 122 | 0,51 |
| Um Diskussionen zwischen den Lesern/Nutzern zu moderieren. | 1,39 | ,809 | 1,32 | ,655 | 0,51 | 121 | 0,07 |

6.5 Berufserfahrung SZ (3/10)

| Kontakt zum Publikum | <12 Jahre (n=59-60) | | ≥12 Jahre (n=59-65) | | T | df | Mittl. Diff. |
|--|------------------------|----------|------------------------|----------|--------|-----|-----------------|
| | MW | Std.abw. | MW | Std.abw. | | | |
| Um (Entscheidungs-)Prozesse in der Redaktion zu erklären. | 1,80 | ,755 | 2,32 | 1,105 | 3,05** | 109 | -0,52 |
| Um die Redaktion oder einzelne Redaktions-Mitglieder vorzustellen. | 1,32 | ,596 | 1,49 | ,698 | 1,48 | 119 | -0,18 |
| Um Informationen über die Quellen zu geben, die einem redaktionellen Beitrag zugrunde liegen. | 1,85 | ,899 | 1,85 | ,884 | 0,03 | 120 | -0,01 |
| Um über die Art und Qualität Ihrer journalistischen Arbeit zu diskutieren (z. B. über die Themenwahl, die Machart/den „Ton“ von Beiträgen usw.). | 2,32 | ,813 | 2,45 | ,969 | 0,81 | 123 | -0,13 |
| Um das Publikum auf externe Inhalte aufmerksam zu machen (z. B. YouTube-Videos, externe Webseiten usw.). | 1,93 | 1,177 | 1,49 | ,898 | 2,30* | 117 | 0,44 |
| Um Expertennetzwerke aufzubauen und zu pflegen. | 2,37 | 1,143 | 2,25 | 1,348 | 0,54 | 117 | 0,12 |
| Um mit den Lesern/Nutzern Meinungen über politische Entscheidungen, aktuelle Ereignisse oder andere Themen der Berichterstattung auszutauschen. | 2,19 | ,880 | 2,33 | 1,009 | 0,83 | 121 | -0,14 |
| Um das Publikum zu begrüßen oder zu verabschieden. | 1,35 | ,732 | 1,41 | ,761 | 0,44 | 119 | -0,06 |
| Um das Publikum direkt auf Ihre eigenen Inhalte aufmerksam zu machen. | 2,67 | 1,284 | 2,02 | 1,162 | 2,92** | 119 | 0,65 |
| Um Diskussionen zwischen den Lesern/Nutzern zu moderieren. | 1,40 | ,848 | 1,32 | ,624 | 0,61 | 118 | 0,08 |

6.6 Leitungsrolle (2/10)

| Beteiligungsmotive | nein (n=106-112) | | ja (n=15-16) | | Mittl. Diff. |
|--|---------------------|----------|-----------------|----------|-----------------|
| | MW | Std.abw. | MW | Std.abw. | |
| Um (Entscheidungs-)Prozesse in der Redaktion zu erklären.* | 2,00 | ,938 | 2,63 | 1,088 | -0,63 |
| Um die Redaktion oder einzelne Redaktions-Mitglieder vorzustellen. | 1,40 | ,668 | 1,40 | ,507 | 0,00 |
| Um Informationen über die Quellen zu geben, die einem redaktionellen Beitrag zugrunde liegen. | 1,85 | ,901 | 1,94 | ,772 | -0,08 |
| Um über die Art und Qualität Ihrer journalistischen Arbeit zu diskutieren (z. B. über die Themenwahl, die Machart/den „Ton“ von Beiträgen usw.). | 2,38 | ,902 | 2,56 | ,814 | -0,19 |
| Um das Publikum auf externe Inhalte aufmerksam zu machen (z. B. YouTube-Videos, externe Webseiten usw.). | 1,76 | 1,140 | 1,76 | 1,140 | 0,22 |
| Um Expertennetzwerke aufzubauen und zu pflegen. | 2,38 | 1,320 | 2,13 | ,834 | 0,24 |
| Um mit den Lesern/Nutzern Meinungen über politische Entscheidungen, aktuelle Ereignisse oder andere Themen der Berichterstattung auszutauschen. | 2,25 | ,950 | 2,44 | ,892 | -0,19 |
| Um das Publikum zu begrüßen oder zu verabschieden.* | 1,33 | ,711 | 1,69 | ,873 | -0,36 |
| Um das Publikum direkt auf Ihre eigenen Inhalte aufmerksam zu machen. | 2,32 | 1,274 | 2,38 | 1,258 | -0,05 |
| Um Diskussionen zwischen den Lesern/Nutzern zu moderieren. | 1,34 | ,739 | 1,50 | ,730 | -0,16 |

Mann-U-Whitney Test (da keine Normalverteilung der Daten)

7 Bedeutung von Social Media-Angeboten

Frage 6: Partizipative Angebote lassen sich beim journalistischen Arbeiten ja in ganz unterschiedlicher Weise und zu unterschiedlichen Zwecken einsetzen. Hier interessiert uns Ihre Einschätzung der partizipativen Angebote der SZ (z. B. das Forum oder die Blogs auf Sueddeutsche.de, die Facebook-Seiten der SZ, oder die Twitter-Accounts der SZ). Welchen Stellenwert haben diese für bestimmte Facetten Ihrer alltäglichen Arbeit?

Hinweis: Frage wurde nur den Befragten angezeigt, die in Frage 3 angegeben haben, die Social-Media-Angebote zu nutzen

| n=95-99 „Ich nutze die partizipativen Angebote, ...“ | Trifft überhaupt nicht zu | ... weniger | ... teils/teils | ... eher | ... voll und ganz | MW | Std. Abw. |
|--|---------------------------------|----------------|--------------------|-------------|-------------------------|------|--------------|
| ... um mich für einen Beitrag darüber zu informieren, wie sich ein Ereignis oder Thema aktuell entwickelt. | 8,1 | 16,2 | 27,3 | 28,3 | 20,2 | 3,36 | 1,208 |
| ... um unter den Nutzern nach Augenzeugen eines Ereignisses zu suchen. | 48,5 | 23,2 | 17,2 | 8,1 | 3,0 | 1,94 | 1,123 |
| ... um anhand der Nutzer zu entscheiden, ob über ein konkretes Ereignis oder Thema berichtet werden soll oder nicht. | 39,4 | 34,3 | 17,2 | 5,1 | 4,0 | 2,00 | 1,069 |
| ... um Hintergrundinformationen zu einem Thema oder Ereignis zu recherchieren. | 20,4 | 27,6 | 23,5 | 17,3 | 11,2 | 2,71 | 1,284 |
| ... um Foto-, Video- und anderes Material für meine Beiträge zu erhalten, zu dem ich sonst keinen Zugang hätte. | 40,4 | 29,3 | 19,2 | 10,1 | 1,0 | 2,02 | 1,050 |
| ... um zu entscheiden, welche Fakten und Aspekte eines Themas in einen Beitrag aufgenommen werden und welche nicht. | 39,8 | 30,6 | 21,4 | 8,2 | 0,0 | 1,98 | ,974 |
| ... um Informationen von den Nutzern „gegenchecken“ bzw. überprüfen zu lassen. | 47,5 | 31,3 | 14,1 | 7,1 | 0,0 | 1,81 | ,933 |
| ... um Hinweise auf Fehler in einem journalistischen Beitrag zu erhalten. | 12,1 | 21,2 | 18,2 | 35,4 | 13,1 | 3,16 | 1,251 |
| ... um ein Stimmungsbild der Bevölkerung zu einem Thema oder Ereignis zu erhalten. | 11,6 | 12,6 | 26,3 | 34,7 | 14,7 | 3,28 | 1,209 |
| ... um mit den Nutzern inhaltlich über ein Thema oder Ereignis zu diskutieren. | 32,7 | 28,6 | 24,5 | 11,2 | 3,1 | 2,23 | 1,120 |
| ... um Feedback und Resonanz zu meiner journalistischen Arbeit im Allgemeinen zu erhalten. | 7,1 | 16,3 | 21,4 | 34,7 | 20,4 | 3,45 | 1,194 |
| ... um einen allgemeinen Überblick zu gewinnen, welche Themen gerade bei den Nutzern beliebt sind. | 5,1 | 13,1 | 30,3 | 36,4 | 15,2 | 3,43 | 1,061 |

7.1 Geschlecht (3/12)

| Bedeutung von Social Media-Angeboten | Weiblich (n=45-49) | | Männlich (n=43-44) | | T | df | Mittl. Diff. |
|--|-----------------------|----------|-----------------------|----------|-------|----|-----------------|
| | MW | Std.abw. | MW | Std.abw. | | | |
| ... um mich für einen Beitrag darüber zu informieren, wie sich ein Ereignis oder Thema aktuell entwickelt. | 3,65 | 1,182 | 3,02 | 1,171 | 2,59* | 91 | -0,63 |
| ... um unter den Nutzern nach Augenzeugen eines Ereignisses zu suchen. | 2,06 | 1,265 | 1,82 | ,995 | 1,02 | 91 | 0,24 |
| ... um anhand der Nutzer zu entscheiden, ob über ein konkretes Ereignis oder Thema berichtet werden soll oder nicht. | 2,00 | 1,155 | 2,00 | 1,012 | 0,00 | 91 | 0,00 |
| ... um Hintergrundinformationen zu einem Thema oder Ereignis zu recherchieren. | 2,83 | 1,358 | 2,55 | 1,150 | 1,09 | 90 | 0,29 |
| ... um Foto-, Video- und anderes Material für meine Beiträge zu erhalten, zu dem ich sonst keinen Zugang hätte. | 2,00 | 1,061 | 1,98 | 1,067 | 0,10 | 91 | 0,02 |
| ... um zu entscheiden, welche Fakten und Aspekte eines Themas in einen Beitrag aufgenommen werden und welche nicht. | 1,90 | ,941 | 1,95 | ,999 | 0,27 | 90 | -0,06 |
| ... um Informationen von den Nutzern „gegenchecken“ bzw. überprüfen zu lassen. | 1,78 | ,963 | 1,86 | ,930 | 0,45 | 91 | -0,09 |
| ... um Hinweise auf Fehler in einem journalistischen Beitrag zu erhalten. | 3,04 | 1,369 | 3,20 | 1,047 | 0,65 | 88 | -0,16 |
| ... um ein Stimmungsbild der Bevölkerung zu einem Thema oder Ereignis zu erhalten. | 3,56 | 1,271 | 3,00 | 1,121 | 2,19* | 87 | 0,56 |
| ... um mit den Nutzern inhaltlich über ein Thema oder Ereignis zu diskutieren. | 2,25 | 1,212 | 2,30 | 1,047 | 0,19 | 90 | -0,05 |
| ... um Feedback und Resonanz zu meiner journalistischen Arbeit im Allgemeinen zu erhalten. | 3,55 | 1,191 | 3,39 | 1,185 | 0,67 | 91 | 0,17 |
| ... um einen allgemeinen Überblick zu gewinnen, welche Themen gerade bei den Nutzern beliebt sind. | 3,67 | 1,029 | 3,16 | 1,098 | 2,33* | 91 | 0,51 |

7.2 Alter (10/12)

| Bedeutung von Social Media-Angeboten | jünger als 40 Jahre (n=43-45) | | 40 Jahre und älter (n=40-44) | | T | df | Mittl. Diff. |
|--|----------------------------------|----------|---------------------------------|----------|---------|----|-----------------|
| | MW | Std.abw. | MW | Std.abw. | | | |
| ... um mich für einen Beitrag darüber zu informieren, wie sich ein Ereignis oder Thema aktuell entwickelt. | 3,77 | 1,198 | 3,00 | 1,078 | 3,18** | 86 | 0,77 |
| ... um unter den Nutzern nach Augenzeugen eines Ereignisses zu suchen. | 2,27 | 1,264 | 1,75 | ,967 | 2,18* | 86 | 0,52 |
| ... um anhand der Nutzer zu entscheiden, ob über ein konkretes Ereignis oder Thema berichtet werden soll oder nicht. | 2,32 | 1,290 | 1,70 | ,765 | 2,71** | 69 | 0,61 |
| ... um Hintergrundinformationen zu einem Thema oder Ereignis zu recherchieren. | 2,79 | 1,264 | 2,80 | 1,268 | 0,02 | 85 | -0,01 |
| ... um Foto-, Video- und anderes Material für meine Beiträge zu erhalten, zu dem ich sonst keinen Zugang hätte. | 2,34 | 1,119 | 1,75 | ,918 | 2,71** | 86 | 0,59 |
| ... um zu entscheiden, welche Fakten und Aspekte eines Themas in einen Beitrag aufgenommen werden und welche nicht. | 2,18 | 1,007 | 1,74 | ,885 | 2,16* | 85 | 0,44 |
| ... um Informationen von den Nutzern „gegenchecken“ bzw. überprüfen zu lassen. | 1,91 | 1,007 | 1,73 | ,872 | 0,91 | 86 | 0,18 |
| ... um Hinweise auf Fehler in einem journalistischen Beitrag zu erhalten. | 3,66 | 1,033 | 2,64 | 1,241 | 4,20*** | 86 | 1,02 |
| ... um ein Stimmungsbild der Bevölkerung zu einem Thema oder Ereignis zu erhalten. | 3,59 | 1,187 | 3,00 | 1,177 | 2,29* | 82 | 0,59 |
| ... um mit den Nutzern inhaltlich über ein Thema oder Ereignis zu diskutieren. | 2,45 | 1,170 | 1,98 | ,913 | 2,13* | 81 | 0,48 |
| ... um Feedback und Resonanz zu meiner journalistischen Arbeit im Allgemeinen zu erhalten. | 3,86 | 1,002 | 3,07 | 1,189 | 3,4*** | 86 | 0,8 |
| ... um einen allgemeinen Überblick zu gewinnen, welche Themen gerade bei den Nutzern beliebt sind. | 3,70 | 1,069 | 3,14 | 1,025 | 2,54* | 86 | 0,57 |

7.3 Schwerpunkt Tätigkeit (8/12)

| Bedeutung von Social Media-Angeboten | Print (n=55-57) | | Online (n=40-42) | | T | df | Mittl. Diff. |
|--|--------------------|----------|---------------------|----------|---------|----|-----------------|
| | MW | Std.abw. | MW | Std.abw. | | | |
| ... um mich für einen Beitrag darüber zu informieren, wie sich ein Ereignis oder Thema aktuell entwickelt. | 3,32 | 1,105 | 3,43 | 1,346 | 0,46 | 97 | -0,11 |
| ... um unter den Nutzern nach Augenzeugen eines Ereignisses zu suchen. | 1,70 | ,963 | 2,26 | 1,251 | 2,52* | 97 | -0,56 |
| ... um anhand der Nutzer zu entscheiden, ob über ein konkretes Ereignis oder Thema berichtet werden soll oder nicht. | 1,70 | ,906 | 2,40 | 1,149 | 3,40*** | 97 | -0,70 |
| ... um Hintergrundinformationen zu einem Thema oder Ereignis zu recherchieren. | 2,68 | 1,270 | 2,76 | 1,319 | 0,27 | 96 | -0,07 |
| ... um Foto-, Video- und anderes Material für meine Beiträge zu erhalten, zu dem ich sonst keinen Zugang hätte. | 1,89 | 1,012 | 2,19 | 1,087 | 1,39 | 97 | -0,3 |
| ... um zu entscheiden, welche Fakten und Aspekte eines Themas in einen Beitrag aufgenommen werden und welche nicht. | 1,89 | ,966 | 2,10 | ,983 | 1,02 | 96 | -0,20 |
| ... um Informationen von den Nutzern „gegenchecken“ bzw. überprüfen zu lassen. | 1,60 | ,799 | 2,10 | 1,031 | 2,71** | 97 | -0,5 |
| ... um Hinweise auf Fehler in einem journalistischen Beitrag zu erhalten. | 2,68 | 1,136 | 3,81 | 1,110 | 4,92*** | 97 | -1,13 |
| ... um ein Stimmungsbild der Bevölkerung zu einem Thema oder Ereignis zu erhalten. | 3,05 | 1,145 | 3,60 | 1,236 | 2,22* | 93 | -0,55 |
| ... um mit den Nutzern inhaltlich über ein Thema oder Ereignis zu diskutieren. | 1,96 | 1,044 | 2,60 | 1,127 | 2,86** | 96 | -0,63 |
| ... um Feedback und Resonanz zu meiner journalistischen Arbeit im Allgemeinen zu erhalten. | 3,19 | 1,274 | 3,80 | ,980 | 2,69** | 95 | -0,61 |
| ... um einen allgemeinen Überblick zu gewinnen, welche Themen gerade bei den Nutzern beliebt sind. | 3,11 | ,976 | 3,88 | 1,017 | 3,84*** | 97 | -0,78 |

7.4 Berufserfahrung Journalismus (9/12)

| Bedeutung von Social Media-Angeboten | < 19 Jahre (n=52-53) | | ≥19 Jahre (n=38-41) | | T | df | Mittl. Diff. |
|--|-------------------------|----------|------------------------|----------|---------|----|-----------------|
| | MW | Std.abw. | MW | Std.abw. | | | |
| ... um mich für einen Beitrag darüber zu informieren, wie sich ein Ereignis oder Thema aktuell entwickelt. | 3,64 | 1,272 | 3,02 | 1,060 | 2,56* | 91 | 0,62 |
| ... um unter den Nutzern nach Augenzeugen eines Ereignisses zu suchen. | 2,25 | 1,270 | 1,56 | ,808 | 3,18** | 88 | 0,68 |
| ... um anhand der Nutzer zu entscheiden, ob über ein konkretes Ereignis oder Thema berichtet werden soll oder nicht. | 2,26 | 1,195 | 1,63 | ,799 | 2,91** | 92 | 0,63 |
| ... um Hintergrundinformationen zu einem Thema oder Ereignis zu recherchieren. | 2,81 | 1,299 | 2,61 | 1,262 | 0,74 | 91 | 0,2 |
| ... um Foto-, Video- und anderes Material für meine Beiträge zu erhalten, zu dem ich sonst keinen Zugang hätte. | 2,28 | 1,099 | 1,68 | ,934 | 2,80** | 92 | 0,60 |
| ... um zu entscheiden, welche Fakten und Aspekte eines Themas in einen Beitrag aufgenommen werden und welche nicht. | 2,17 | ,995 | 1,68 | ,859 | 2,52* | 91 | 0,5 |
| ... um Informationen von den Nutzern „gegenchecken“ bzw. überprüfen zu lassen. | 1,92 | 1,016 | 1,66 | ,825 | 1,36 | 92 | 0,27 |
| ... um Hinweise auf Fehler in einem journalistischen Beitrag zu erhalten. | 3,58 | 1,151 | 2,56 | 1,097 | 4,37*** | 92 | 1,02 |
| ... um ein Stimmungsbild der Bevölkerung zu einem Thema oder Ereignis zu erhalten. | 3,52 | 1,180 | 2,97 | 1,219 | 2,14* | 88 | 0,55 |
| ... um mit den Nutzern inhaltlich über ein Thema oder Ereignis zu diskutieren. | 2,42 | 1,134 | 2,05 | 1,108 | 1,55 | 91 | 0,37 |
| ... um Feedback und Resonanz zu meiner journalistischen Arbeit im Allgemeinen zu erhalten. | 3,92 | ,937 | 2,90 | 1,221 | 4,44*** | 73 | 1,02 |
| ... um einen allgemeinen Überblick zu gewinnen, welche Themen gerade bei den Nutzern beliebt sind. | 3,70 | 1,030 | 3,12 | 1,053 | 2,66** | 92 | 0,58 |

7.5 Berufserfahrung SZ (4/12)

| Bedeutung von Social Media-Angeboten | < 12 Jahre (n=49-51) | | ≥12 Jahre (n=40-43) | | T | df | Mittl. Diff. |
|--|-------------------------|----------|------------------------|----------|---------|----|-----------------|
| | MW | Std.abw. | MW | Std.abw. | | | |
| ... um mich für einen Beitrag darüber zu informieren, wie sich ein Ereignis oder Thema aktuell entwickelt. | 3,58 | 1,247 | 3,09 | 1,130 | 1,96 | 91 | 0,49 |
| ... um unter den Nutzern nach Augenzeugen eines Ereignisses zu suchen. | 2,16 | 1,283 | 1,72 | ,908 | 1,92 | 87 | 0,44 |
| ... um anhand der Nutzer zu entscheiden, ob über ein konkretes Ereignis oder Thema berichtet werden soll oder nicht. | 2,14 | 1,229 | 1,81 | ,880 | 1,45 | 91 | 0,33 |
| ... um Hintergrundinformationen zu einem Thema oder Ereignis zu recherchieren. | 2,59 | 1,306 | 2,91 | 1,231 | 1,19 | 90 | -0,32 |
| ... um Foto-, Video- und anderes Material für meine Beiträge zu erhalten, zu dem ich sonst keinen Zugang hätte. | 2,14 | 1,125 | 1,84 | ,949 | 1,39 | 91 | 0,30 |
| ... um zu entscheiden, welche Fakten und Aspekte eines Themas in einen Beitrag aufgenommen werden und welche nicht. | 2,02 | ,990 | 1,83 | ,946 | 0,94 | 90 | 0,19 |
| ... um Informationen von den Nutzern „gegenchecken“ bzw. überprüfen zu lassen. | 1,82 | ,983 | 1,77 | ,895 | 0,27 | 91 | 0,05 |
| ... um Hinweise auf Fehler in einem journalistischen Beitrag zu erhalten. | 3,50 | 1,182 | 2,70 | 1,166 | 3,28*** | 91 | 0,80 |
| ... um ein Stimmungsbild der Bevölkerung zu einem Thema oder Ereignis zu erhalten. | 3,51 | 1,244 | 2,98 | 1,121 | 2,11* | 87 | 0,54 |
| ... um mit den Nutzern inhaltlich über ein Thema oder Ereignis zu diskutieren. | 2,40 | 1,161 | 2,02 | 1,000 | 1,65 | 90 | 0,38 |
| ... um Feedback und Resonanz zu meiner journalistischen Arbeit im Allgemeinen zu erhalten. | 3,70 | 1,147 | 3,19 | 1,160 | 2,14* | 91 | 0,51 |
| ... um einen allgemeinen Überblick zu gewinnen, welche Themen gerade bei den Nutzern beliebt sind. | 3,68 | 1,058 | 3,09 | 1,019 | 2,71** | 91 | 0,59 |

7.6 Leitungsrolle (n.s.)

| Beteiligungsmotive | nein (n=79-82) | | ja (n=12-13) | | Mittl. Diff. |
|--|-------------------|----------|-----------------|----------|-----------------|
| | MW | Std.abw. | MW | Std.abw. | |
| ... um mich für einen Beitrag darüber zu informieren, wie sich ein Ereignis oder Thema aktuell entwickelt. | 3,48 | 1,219 | 2,85 | 1,144 | 0,63 |
| ... um unter den Nutzern nach Augenzeugen eines Ereignisses zu suchen. | 1,94 | 1,180 | 1,92 | ,862 | 0,02 |
| ... um anhand der Nutzer zu entscheiden, ob über ein konkretes Ereignis oder Thema berichtet werden soll oder nicht. | 1,90 | 1,038 | 2,46 | 1,266 | -0,56 |
| ... um Hintergrundinformationen zu einem Thema oder Ereignis zu recherchieren. | 2,75 | 1,309 | 2,69 | 1,251 | 0,06 |
| ... um Foto-, Video- und anderes Material für meine Beiträge zu erhalten, zu dem ich sonst keinen Zugang hätte. | 2,01 | 1,105 | 2,00 | ,816 | 0,01 |
| ... um zu entscheiden, welche Fakten und Aspekte eines Themas in einen Beitrag aufgenommen werden und welche nicht. | 1,98 | 1,000 | 1,77 | ,725 | 0,21 |
| ... um Informationen von den Nutzern „gegenchecken“ bzw. überprüfen zu lassen. | 1,79 | ,952 | 1,85 | ,899 | -0,05 |
| ... um Hinweise auf Fehler in einem journalistischen Beitrag zu erhalten. | 3,11 | 1,217 | 3,15 | 1,463 | -0,04 |
| ... um ein Stimmungsbild der Bevölkerung zu einem Thema oder Ereignis zu erhalten. | 3,35 | 1,155 | 2,92 | 1,564 | 0,44 |
| ... um mit den Nutzern inhaltlich über ein Thema oder Ereignis zu diskutieren. | 2,21 | 1,126 | 2,46 | 1,198 | -0,25 |
| ... um Feedback und Resonanz zu meiner journalistischen Arbeit im Allgemeinen zu erhalten. | 3,51 | 1,189 | 3,08 | 1,256 | 0,44 |
| ... um einen allgemeinen Überblick zu gewinnen, welche Themen gerade bei den Nutzern beliebt sind. | 3,43 | 1,054 | 3,46 | 1,266 | -0,03 |

Mann-U-Whitney Test (da keine Normalverteilung der Daten)

8 Rollenselbstverständnis

8.1 Allgemeine Auswertung

Frage 7: Im Folgenden geht es darum, wie man sich in seinem Beruf als Journalist verstehen kann, welche Ziele man mit seiner beruflichen Arbeit erreichen möchte. Es geht also immer um die Frage: Worum geht es Ihnen ganz persönlich in Ihrem Beruf?

| n=131-137 | Stimme überhaupt nicht zu | ... weniger | ... teils/teils | ... überwiegend | ... voll & ganz | Weiß nicht | MW (*) | Std.Ab w. (*) |
|---|---------------------------------|----------------|--------------------|--------------------|-----------------------|---------------|-----------|------------------|
| dem Publikum eigene Ansichten zu präsentieren. | 9,6 | 16,9 | 30,9 | 28,7 | 13,2 | 0,7 | 3,19 | 1,162 |
| das Publikum möglichst neutral und präzise zu informieren. | 0,0 | 2,2 | 17,6 | 25,0 | 55,1 | 0,0 | 4,33 | ,844 |
| das Publikum auf interessante Themen hinzuweisen und ihnen zu zeigen, wo sie sich darüber informieren können. | 1,5 | 6,6 | 21,3 | 28,7 | 41,2 | 0,7 | 4,02 | 1,018 |
| die Bereiche Politik, Wirtschaft und Gesellschaft zu kontrollieren. | 24,3 | 16,2 | 22,8 | 15,4 | 19,9 | 1,5 | 2,90 | 1,455 |
| komplexe Sachverhalte zu erklären und zu vermitteln. | 0,0 | 1,5 | 0,7 | 15,7 | 82,1 | 0,0 | 4,78 | ,525 |
| Kritik an Missständen zu üben. | 0,0 | 1,5 | 12,4 | 29,9 | 55,5 | 0,7 | 4,40 | ,764 |
| positive Ideale zu vermitteln. | 13,0 | 19,8 | 30,5 | 17,6 | 18,3 | 0,8 | 3,08 | 1,282 |
| Lebenshilfe für das Publikum zu bieten und als Ratgeber zu dienen. | 9,1 | 29,5 | 25,0 | 20,5 | 14,4 | 1,5 | 3,02 | 1,214 |
| dem Publikum Unterhaltung und Entspannung zu bieten. | 2,9 | 16,9 | 27,2 | 30,1 | 20,6 | 2,2 | 3,50 | 1,098 |
| neue Trends aufzuzeigen und neue Ideen zu vermitteln. | 3,7 | 6,7 | 21,6 | 30,6 | 36,6 | 0,7 | 3,90 | 1,093 |
| dem Publikum möglichst schnell Informationen zu vermitteln. | 3,7 | 7,4 | 17,0 | 30,4 | 40,7 | 0,7 | 3,98 | 1,107 |
| mich auf Nachrichten zu konzentrieren, die für ein möglichst breites Publikum interessant sind. | 4,5 | 20,1 | 26,1 | 32,8 | 15,7 | 0,7 | 3,35 | 1,109 |
| Menschen eine Möglichkeit zu geben, um von ihnen erstellte Inhalte zu veröffentlichen. | 48,9 | 30,4 | 10,4 | 6,7 | 1,5 | 2,2 | 1,79 | ,989 |
| Menschen eine Chance zu geben, ihre Meinung über Themen von öffentlichem Interesse zum Ausdruck zu bringen. | 12,5 | 27,2 | 28,7 | 20,6 | 7,4 | 3,7 | 2,82 | 1,140 |
| den Lesern/Nutzern zu ermöglichen, ihre sozialen Beziehungen untereinander zu pflegen. | 47,8 | 29,1 | 11,2 | 5,2 | 2,2 | 4,5 | 1,80 | 1,007 |
| in einen Dialog mit den Bürgern zu treten über aktuelle Themen. | 7,4 | 32,6 | 35,6 | 18,5 | 5,2 | 0,7 | 2,81 | ,997 |
| eine Beziehung zum eigenen Publikum aufzubauen und zu pflegen. | 10,4 | 27,6 | 35,1 | 16,4 | 9,7 | 0,7 | 2,87 | 1,117 |
| den Lesern/Nutzern Gesprächsstoff zu liefern. | 3,0 | 7,5 | 14,9 | 35,8 | 37,3 | 1,5 | 3,98 | 1,056 |
| Diskussionen unter den Lesern/Nutzern anzustoßen und zu moderieren. | 11,9 | 33,6 | 26,1 | 17,2 | 9,0 | 2,2 | 2,77 | 1,154 |

(*) ohne „Weiss nicht / kann ich nicht sagen“ berechnet

8.1.1 Auswertung nach „eher/voll Zustimmung“ vs. Rest

| n=131-137 | stimme nicht zu | stimme eher/ganz zu |
|---|--------------------|------------------------|
| dem Publikum eigene Ansichten zu präsentieren. | 57,8 | 42,2 |
| das Publikum möglichst neutral und präzise zu informieren. | 19,9 | 80,1 |
| das Publikum auf interessante Themen hinzuweisen und ihnen zu zeigen, wo sie sich darüber informieren können. | 29,6 | 70,4 |
| die Bereiche Politik, Wirtschaft und Gesellschaft zu kontrollieren. | 64,2 | 35,8 |
| komplexe Sachverhalte zu erklären und zu vermitteln. | 2,2 | 97,8 |
| Kritik an Missständen zu üben. | 14,0 | 86,0 |
| positive Ideale zu vermitteln. | 63,8 | 36,2 |
| Lebenshilfe für das Publikum zu bieten und als Ratgeber zu dienen. | 64,6 | 35,4 |
| dem Publikum Unterhaltung und Entspannung zu bieten. | 48,1 | 51,9 |
| neue Trends aufzuzeigen und neue Ideen zu vermitteln. | 32,3 | 67,7 |
| dem Publikum möglichst schnell Informationen zu vermitteln. | 28,4 | 71,6 |
| mich auf Nachrichten zu konzentrieren, die für ein möglichst breites Publikum interessant sind. | 51,1 | 48,9 |
| Menschen eine Möglichkeit zu geben, um von ihnen erstellte Inhalte zu veröffentlichen. | 91,7 | 8,3 |
| Menschen eine Chance zu geben, ihre Meinung über Themen von öffentlichem Interesse zum Ausdruck zu bringen. | 71,0 | 29,0 |
| den Lesern/Nutzern zu ermöglichen, ihre sozialen Beziehungen untereinander zu pflegen. | 92,2 | 7,8 |
| in einen Dialog mit den Bürgern zu treten über aktuelle Themen. | 76,1 | 23,9 |
| eine Beziehung zum eigenen Publikum aufzubauen und zu pflegen. | 73,7 | 26,3 |
| den Lesern/Nutzern Gesprächsstoff zu liefern. | 25,8 | 74,2 |
| Diskussionen unter den Lesern/Nutzern anzustoßen und zu moderieren. | 73,3 | 26,7 |

Die zugrundeliegende Skala reicht von 1 „Stimme überhaupt nicht zu“ bis 5 „Stimme voll und ganz zu“.

8.2 Kontrast mit JouriD-Daten

Zwölf der abgefragten Aussagen wurden aus der Studie „Journalismus in Deutschland“ (JouriD)² übernommen, sodass ein direkter Kontrast mit den repräsentativen Daten dieser Befragung, die 2005 zum letzten Mal durchgeführt wurde, möglich ist.

8.2.1 Zustimmung in %

→ Gegenüberstellung der Anteile von „stimme eher zu“ & „stimme voll und ganz zu“ (in %)

| | JouriD 2005 | #jpub20 | Differenz |
|---|-------------|---------|-----------|
| dem Publikum eigene Ansichten zu präsentieren. | 19,0 | 42,2 | 23,2 |
| das Publikum möglichst neutral und präzise zu informieren. | 89,0 | 80,1 | -8,9 |
| das Publikum auf interessante Themen hinzuweisen und ihnen zu zeigen, wo sie sich darüber informieren können. | nicht erh. | 70,4 | . |
| die Bereiche Politik, Wirtschaft und Gesellschaft zu kontrollieren. | 24,0 | 35,8 | 11,8 |
| komplexe Sachverhalte zu erklären und zu vermitteln. | 79,0 | 97,8 | 18,8 |
| Kritik an Missständen zu üben. | 58,0 | 86,0 | 28,0 |
| positive Ideale zu vermitteln. | 40,0 | 36,2 | -3,8 |
| Lebenshilfe für das Publikum zu bieten und als Ratgeber zu dienen. | 44,0 | 35,4 | -8,6 |
| dem Publikum Unterhaltung und Entspannung zu bieten. | 37,0 | 51,9 | 14,9 |
| neue Trends aufzuzeigen und neue Ideen zu vermitteln. | 44,0 | 67,7 | 23,7 |
| dem Publikum möglichst schnell Informationen zu vermitteln. | 74,0 | 71,6 | -2,4 |
| mich auf Nachrichten zu konzentrieren, die für ein möglichst breites Publikum interessant sind. | 60,0 | 48,9 | -11,1 |
| Menschen eine Möglichkeit zu geben, um von ihnen erstellte Inhalte zu veröffentlichen. | nicht erh. | 8,3 | . |
| Menschen eine Chance zu geben, ihre Meinung über Themen von öffentlichem Interesse zum Ausdruck zu bringen. | 24,0 | 29,0 | 5,0 |
| den Lesern/Nutzern zu ermöglichen, ihre sozialen Beziehungen untereinander zu pflegen. | nicht erh. | 7,8 | . |
| in einen Dialog mit den Bürgern zu treten über aktuelle Themen. | nicht erh. | 23,9 | . |
| eine Beziehung zum eigenen Publikum aufzubauen und zu pflegen. | nicht erh. | 26,3 | . |
| den Lesern/Nutzern Gesprächsstoff zu liefern. | nicht erh. | 74,2 | . |
| Diskussionen unter den Lesern/Nutzern anzustoßen und zu moderieren. | nicht erh. | 26,7 | . |

² Siehe Weischenberg, S./ Malik, M. / Scholl, A. (2006): Die Souffleure der Mediengesellschaft. Report über die Journalisten in Deutschland. Konstanz.

8.2.2 Mittelwert

| | JourID 2005 | #jpub20 | Differenz |
|---|----------------|---------|-----------|
| dem Publikum eigene Ansichten zu präsentieren. | 2,60 | 3,19 | 0,59 |
| das Publikum möglichst neutral und präzise zu informieren. | 4,41 | 4,33 | -0,08 |
| das Publikum auf interessante Themen hinzuweisen und ihnen zu zeigen, wo sie sich darüber informieren können. | nicht erh. | 4,02 | . |
| die Bereiche Politik, Wirtschaft und Gesellschaft zu kontrollieren. | 2,46 | 2,90 | 0,56 |
| komplexe Sachverhalte zu erklären und zu vermitteln. | 4,13 | 4,78 | 0,65 |
| Kritik an Missständen zu üben. | 3,63 | 4,40 | 0,77 |
| positive Ideale zu vermitteln. | 3,20 | 3,08 | -0,12 |
| Lebenshilfe für das Publikum zu bieten und als Ratgeber zu dienen. | 3,25 | 3,02 | -0,23 |
| dem Publikum Unterhaltung und Entspannung zu bieten. | 3,13 | 3,50 | 0,37 |
| neue Trends aufzuzeigen und neue Ideen zu vermitteln. | 3,36 | 3,90 | 0,54 |
| dem Publikum möglichst schnell Informationen zu vermitteln. | 4,02 | 3,98 | -0,05 |
| mich auf Nachrichten zu konzentrieren, die für ein möglichst breites Publikum interessant sind. | 3,63 | 3,35 | -0,28 |
| Menschen eine Möglichkeit zu geben, um von ihnen erstellte Inhalte zu veröffentlichen. | nicht erh. | 1,79 | . |
| Menschen eine Chance zu geben, ihre Meinung über Themen von öffentlichem Interesse zum Ausdruck zu bringen. | 2,97 | 2,82 | -0,15 |
| den Lesern/Nutzern zu ermöglichen, ihre sozialen Beziehungen untereinander zu pflegen. | nicht erh. | 1,80 | . |
| in einen Dialog mit den Bürgern zu treten über aktuelle Themen. | nicht erh. | 2,81 | . |
| eine Beziehung zum eigenen Publikum aufzubauen und zu pflegen. | nicht erh. | 2,87 | . |
| den Lesern/Nutzern Gesprächsstoff zu liefern. | nicht erh. | 3,98 | . |
| Diskussionen unter den Lesern/Nutzern anzustoßen und zu moderieren. | nicht erh. | 2,77 | . |

(*) Umgepolte Werte, sodass für beide Studien gilt: Niedrige Werte Ablehnung; hohe Werte Zustimmung

8.3 Geschlecht (3/19)

| Rollenselbstverständnis | Weiblich (n=59-61) | | Männlich (n=60-64) | | T | df | Mittl. Diff. |
|---|-----------------------|----------|-----------------------|----------|---------|-----|-----------------|
| | MW | Std.abw. | MW | Std.abw. | | | |
| dem Publikum eigene Ansichten zu präsentieren. | 3,18 | 1,190 | 3,25 | 1,182 | 0,33 | 123 | -0,07 |
| das Publikum möglichst neutral und präzise zu informieren. | 4,18 | ,904 | 4,50 | ,735 | 2,18* | 123 | -0,32 |
| das Publikum auf interessante Themen hinzuweisen und ihnen zu zeigen, wo sie sich darüber informieren können. | 4,23 | ,920 | 3,86 | 1,030 | 2,12* | 122 | 0,37 |
| die Bereiche Politik, Wirtschaft und Gesellschaft zu kontrollieren. | 2,70 | 1,346 | 3,11 | 1,516 | 1,58 | 121 | -0,41 |
| komplexe Sachverhalte zu erklären und zu vermitteln. | 4,80 | ,440 | 4,74 | ,630 | 0,67 | 120 | 0,07 |
| Kritik an Missständen zu üben. | 4,46 | ,765 | 4,36 | ,764 | 0,73 | 123 | 0,10 |
| positive Ideale zu vermitteln. | 3,23 | 1,307 | 2,95 | 1,241 | 1,22 | 118 | 0,28 |
| Lebenshilfe für das Publikum zu bieten und als Ratgeber zu dienen. | 3,10 | 1,269 | 2,90 | 1,179 | 0,9 | 118 | 0,20 |
| dem Publikum Unterhaltung und Entspannung zu bieten. | 3,47 | 1,135 | 3,52 | 1,060 | 0,25 | 120 | -0,05 |
| neue Trends aufzuzeigen und neue Ideen zu vermitteln. | 4,27 | ,989 | 4,27 | ,989 | 3,43*** | 121 | 0,66 |
| dem Publikum möglichst schnell Informationen zu vermitteln. | 4,05 | 1,071 | 3,94 | 1,139 | 0,56 | 123 | 0,11 |
| mich auf Nachrichten zu konzentrieren, die für ein möglichst breites Publikum interessant sind. | 3,41 | 1,101 | 3,25 | 1,121 | 0,78 | 122 | 0,16 |
| Menschen eine Möglichkeit zu geben, um von ihnen erstellte Inhalte zu veröffentlichen. | 1,68 | 1,017 | 1,86 | ,998 | 0,96 | 121 | -0,17 |
| Menschen eine Chance zu geben, ihre Meinung über Themen von öffentlichem Interesse zum Ausdruck zu bringen. | 2,86 | 1,196 | 2,74 | 1,085 | 0,59 | 119 | 0,12 |
| den Lesern/Nutzern zu ermöglichen, ihre sozialen Beziehungen untereinander zu pflegen. | 1,68 | ,937 | 1,98 | 1,097 | 1,63 | 117 | -0,31 |
| in einen Dialog mit den Bürgern zu treten über aktuelle Themen. | 2,92 | 1,038 | 2,67 | ,944 | 1,39 | 123 | 0,25 |
| eine Beziehung zum eigenen Publikum aufzubauen und zu pflegen. | 2,95 | 1,087 | 2,78 | 1,211 | 0,84 | 122 | 0,17 |
| den Lesern/Nutzern Gesprächsstoff zu liefern. | 3,79 | 1,156 | 4,16 | ,961 | 1,95 | 121 | -0,37 |
| Diskussionen unter den Lesern/Nutzern anzustoßen und zu moderieren. | 2,72 | 1,240 | 2,87 | 1,132 | 0,69 | 120 | -0,15 |

8.4 Alter (3/19)

| Rollenselbstverständnis | jünger als 40 Jahre (n=47-49) | | 40 Jahre und älter (n=65-69) | | T | df | Mittl. Diff. |
|---|----------------------------------|----------|---------------------------------|----------|---------|-----|-----------------|
| | MW | Std.abw. | MW | Std.abw. | | | |
| dem Publikum eigene Ansichten zu präsentieren. | 3,10 | 1,104 | 3,35 | 1,186 | 1,14 | 116 | -0,25 |
| das Publikum möglichst neutral und präzise zu informieren. | 4,16 | ,921 | 4,48 | ,759 | 1,97 | 90 | 0,05 |
| das Publikum auf interessante Themen hinzuweisen und ihnen zu zeigen, wo sie sich darüber informieren können. | 4,04 | 1,060 | 4,10 | ,866 | 0,35 | 115 | -0,06 |
| die Bereiche Politik, Wirtschaft und Gesellschaft zu kontrollieren. | 2,47 | 1,356 | 3,15 | 1,459 | 2,55* | 114 | -0,68 |
| komplexe Sachverhalte zu erklären und zu vermitteln. | 4,75 | ,565 | 4,81 | ,435 | 0,60 | 113 | -0,06 |
| Kritik an Missständen zu üben. | 4,31 | ,769 | 4,49 | ,740 | 1,33 | 116 | -0,19 |
| positive Ideale zu vermitteln. | 3,00 | 1,137 | 3,06 | 1,356 | 0,26 | 112 | -0,06 |
| Lebenshilfe für das Publikum zu bieten und als Ratgeber zu dienen. | 2,81 | 1,076 | 3,14 | 1,251 | 1,45 | 111 | -0,33 |
| dem Publikum Unterhaltung und Entspannung zu bieten. | 3,79 | 1,041 | 3,34 | 1,045 | 2,27* | 113 | 0,45 |
| neue Trends aufzuzeigen und neue Ideen zu vermitteln. | 4,31 | ,962 | 3,66 | 1,095 | 3,32*** | 114 | 0,65 |
| dem Publikum möglichst schnell Informationen zu vermitteln. | 3,94 | 1,215 | 4,09 | ,996 | 0,73 | 116 | -0,15 |
| mich auf Nachrichten zu konzentrieren, die für ein möglichst breites Publikum interessant sind. | 3,29 | 1,071 | 3,36 | 1,150 | 0,34 | 115 | -0,07 |
| Menschen eine Möglichkeit zu geben, um von ihnen erstellte Inhalte zu veröffentlichen. | 1,85 | 1,010 | 1,75 | 1,042 | 0,54 | 114 | 0,10 |
| Menschen eine Chance zu geben, ihre Meinung über Themen von öffentlichem Interesse zum Ausdruck zu bringen. | 2,75 | 1,139 | 2,88 | 1,162 | 0,6 | 113 | -0,13 |
| den Lesern/Nutzern zu ermöglichen, ihre sozialen Beziehungen untereinander zu pflegen. | 1,85 | 1,142 | 1,82 | ,959 | 0,17 | 111 | 0,03 |
| in einen Dialog mit den Bürgern zu treten über aktuelle Themen. | 2,67 | ,944 | 2,87 | ,999 | 1,08 | 116 | -0,2 |
| eine Beziehung zum eigenen Publikum aufzubauen und zu pflegen. | 2,92 | 1,057 | 2,79 | 1,140 | 0,6 | 115 | 0,12 |
| den Lesern/Nutzern Gesprächsstoff zu liefern. | 4,06 | ,944 | 3,97 | 1,106 | 0,46 | 115 | 0,09 |
| Diskussionen unter den Lesern/Nutzern anzustoßen und zu moderieren. | 2,65 | 1,165 | 2,91 | 1,160 | 1,17 | 113 | -0,26 |

8.5 Schwerpunkt Tätigkeit (5/19)

| Rollenselbstverständnis | Print (n=86-93) | | Online (n=42-43) | | T | df | Mittl. Diff. |
|---|--------------------|----------|---------------------|----------|---------|-----|-----------------|
| | MW | Std.abw. | MW | Std.abw. | | | |
| dem Publikum eigene Ansichten zu präsentieren. | 3,27 | 1,178 | 3,02 | 1,123 | 1,16 | 133 | 0,25 |
| das Publikum möglichst neutral und präzise zu informieren. | 4,38 | ,833 | 4,23 | ,868 | 0,92 | 134 | 0,14 |
| das Publikum auf interessante Themen hinzuweisen und ihnen zu zeigen, wo sie sich darüber informieren können. | 3,88 | 1,057 | 4,33 | ,865 | 2,41* | 133 | -0,45 |
| die Bereiche Politik, Wirtschaft und Gesellschaft zu kontrollieren. | 3,25 | 1,427 | 2,16 | 1,233 | 4,31*** | 132 | 1,09 |
| komplexe Sachverhalte zu erklären und zu vermitteln. | 4,81 | ,469 | 4,72 | ,630 | 0,95 | 132 | 0,09 |
| Kritik an Missständen zu üben. | 4,49 | ,717 | 4,21 | ,833 | 2,05* | 134 | 0,29 |
| positive Ideale zu vermitteln. | 3,06 | 1,367 | 3,14 | 1,104 | 0,34 | 128 | -0,08 |
| Lebenshilfe für das Publikum zu bieten und als Ratgeber zu dienen. | 3,02 | 1,232 | 3,00 | 1,189 | 0,1 | 128 | 0,02 |
| dem Publikum Unterhaltung und Entspannung zu bieten. | 3,42 | 1,096 | 3,67 | 1,097 | 1,22 | 131 | -0,25 |
| neue Trends aufzuzeigen und neue Ideen zu vermitteln. | 3,70 | 1,126 | 4,33 | ,892 | 3,46*** | 102 | -0,63 |
| dem Publikum möglichst schnell Informationen zu vermitteln. | 3,95 | 1,099 | 4,05 | 1,133 | 0,49 | 132 | -0,10 |
| mich auf Nachrichten zu konzentrieren, die für ein möglichst breites Publikum interessant sind. | 3,36 | 1,169 | 3,33 | ,979 | 0,14 | 131 | 0,03 |
| Menschen eine Möglichkeit zu geben, um von ihnen erstellte Inhalte zu veröffentlichen. | 1,70 | ,953 | 1,98 | 1,047 | 1,50 | 130 | -0,28 |
| Menschen eine Chance zu geben, ihre Meinung über Themen von öffentlichem Interesse zum Ausdruck zu bringen. | 2,75 | 1,190 | 2,98 | 1,024 | 1,05 | 129 | -0,22 |
| den Lesern/Nutzern zu ermöglichen, ihre sozialen Beziehungen untereinander zu pflegen. | 1,79 | ,922 | 1,81 | 1,174 | 0,1 | 126 | -0,02 |
| in einen Dialog mit den Bürgern zu treten über aktuelle Themen. | 2,79 | 1,028 | 2,86 | ,941 | 0,37 | 132 | -0,07 |
| eine Beziehung zum eigenen Publikum aufzubauen und zu pflegen. | 2,73 | 1,140 | 3,16 | 1,022 | 2,10* | 131 | -0,43 |
| den Lesern/Nutzern Gesprächsstoff zu liefern. | 4,03 | 1,092 | 3,88 | ,981 | 0,76 | 130 | 0,15 |
| Diskussionen unter den Lesern/Nutzern anzustoßen und zu moderieren. | 2,75 | 1,234 | 2,81 | ,982 | 0,32 | 102 | -0,06 |

8.6 Berufserfahrung Journalismus (2/19)

| Rollenselbstverständnis | < 19 Jahre (n=61-63) | | ≥19 Jahre (n=59-64) | | T | df | Mittl. Diff. |
|---|-------------------------|----------|------------------------|----------|---------|-----|-----------------|
| | MW | Std.abw. | MW | Std.abw. | | | |
| dem Publikum eigene Ansichten zu präsentieren. | 3,16 | 1,125 | 3,31 | 1,207 | 0,74 | 125 | -0,15 |
| das Publikum möglichst neutral und präzise zu informieren. | 4,19 | ,877 | 4,45 | ,775 | 1,79 | 125 | -0,26 |
| das Publikum auf interessante Themen hinzuweisen und ihnen zu zeigen, wo sie sich darüber informieren können. | 4,00 | 1,032 | 4,00 | 1,016 | 0,00 | 124 | 0,00 |
| die Bereiche Politik, Wirtschaft und Gesellschaft zu kontrollieren. | 2,56 | 1,398 | 3,19 | 1,446 | 2,46* | 123 | -0,63 |
| komplexe Sachverhalte zu erklären und zu vermitteln. | 4,73 | ,577 | 4,82 | ,497 | 1,00 | 122 | -0,1 |
| Kritik an Missständen zu üben. | 4,35 | ,744 | 4,44 | ,794 | 0,65 | 125 | -0,09 |
| positive Ideale zu vermitteln. | 3,02 | 1,143 | 3,08 | 1,406 | 0,3 | 111 | -0,07 |
| Lebenshilfe für das Publikum zu bieten und als Ratgeber zu dienen. | 2,82 | 1,176 | 3,18 | 1,245 | 1,65 | 120 | -0,36 |
| dem Publikum Unterhaltung und Entspannung zu bieten. | 3,64 | 1,065 | 3,40 | 1,115 | 1,24 | 122 | 0,24 |
| neue Trends aufzuzeigen und neue Ideen zu vermitteln. | 4,24 | ,911 | 3,58 | 1,209 | 3,43*** | 113 | 0,66 |
| dem Publikum möglichst schnell Informationen zu vermitteln. | 3,87 | 1,143 | 4,06 | 1,111 | 0,95 | 125 | -0,19 |
| mich auf Nachrichten zu konzentrieren, die für ein möglichst breites Publikum interessant sind. | 3,24 | 1,051 | 3,38 | 1,189 | 0,67 | 124 | -0,13 |
| Menschen eine Möglichkeit zu geben, um von ihnen erstellte Inhalte zu veröffentlichen. | 1,77 | ,956 | 1,80 | 1,057 | 0,15 | 123 | -0,03 |
| Menschen eine Chance zu geben, ihre Meinung über Themen von öffentlichem Interesse zum Ausdruck zu bringen. | 2,77 | 1,086 | 2,79 | 1,203 | 0,10 | 121 | -0,02 |
| den Lesern/Nutzern zu ermöglichen, ihre sozialen Beziehungen untereinander zu pflegen. | 1,69 | 1,041 | 1,88 | ,922 | 1,09 | 119 | -0,2 |
| in einen Dialog mit den Bürgern zu treten über aktuelle Themen. | 2,68 | ,913 | 2,88 | 1,062 | 1,10 | 125 | -0,19 |
| eine Beziehung zum eigenen Publikum aufzubauen und zu pflegen. | 2,86 | 1,045 | 2,90 | 1,241 | 0,23 | 124 | -0,05 |
| den Lesern/Nutzern Gesprächsstoff zu liefern. | 3,82 | 1,064 | 4,14 | 1,075 | 1,67 | 123 | -0,32 |
| Diskussionen unter den Lesern/Nutzern anzustoßen und zu moderieren. | 2,76 | 1,126 | 2,77 | 1,234 | 0,08 | 122 | -0,02 |

8.7 Berufserfahrung SZ (3/19)

| Rollenselbstverständnis | < 12 Jahre (n=58-60) | | ≥12 Jahre (n=60-65) | | T | df | Mittl. Diff. |
|---|-------------------------|----------|------------------------|----------|---------|-----|-----------------|
| | MW | Std.abw. | MW | Std.abw. | | | |
| dem Publikum eigene Ansichten zu präsentieren. | 2,98 | 1,033 | 3,43 | 1,262 | 2,18* | 121 | -0,45 |
| das Publikum möglichst neutral und präzise zu informieren. | 4,17 | ,886 | 4,49 | ,753 | 2,22* | 123 | -0,33 |
| das Publikum auf interessante Themen hinzuweisen und ihnen zu zeigen, wo sie sich darüber informieren können. | 4,03 | 1,008 | 4,05 | ,999 | 0,08 | 122 | -0,01 |
| die Bereiche Politik, Wirtschaft und Gesellschaft zu kontrollieren. | 2,70 | 1,406 | 3,02 | 1,442 | 1,23 | 121 | -0,32 |
| komplexe Sachverhalte zu erklären und zu vermitteln. | 4,76 | ,536 | 4,78 | ,552 | 0,15 | 120 | -0,02 |
| Kritik an Missständen zu üben. | 4,30 | ,766 | 4,48 | ,752 | 1,30 | 123 | -0,18 |
| positive Ideale zu vermitteln. | 2,98 | 1,157 | 3,13 | 1,371 | 0,65 | 118 | -0,15 |
| Lebenshilfe für das Publikum zu bieten und als Ratgeber zu dienen. | 2,93 | 1,168 | 3,06 | 1,240 | 0,61 | 118 | -0,13 |
| dem Publikum Unterhaltung und Entspannung zu bieten. | 3,64 | 1,003 | 3,39 | 1,136 | 1,27 | 120 | 0,25 |
| neue Trends aufzuzeigen und neue Ideen zu vermitteln. | 4,25 | ,950 | 3,56 | 1,161 | 3,62*** | 121 | 0,69 |
| dem Publikum möglichst schnell Informationen zu vermitteln. | 3,95 | 1,141 | 3,97 | 1,131 | 0,10 | 123 | -0,02 |
| mich auf Nachrichten zu konzentrieren, die für ein möglichst breites Publikum interessant sind. | 3,31 | 1,055 | 3,32 | 1,200 | 0,09 | 122 | -0,02 |
| Menschen eine Möglichkeit zu geben, um von ihnen erstellte Inhalte zu veröffentlichen. | 1,66 | ,902 | 1,89 | 1,086 | 1,27 | 121 | -0,23 |
| Menschen eine Chance zu geben, ihre Meinung über Themen von öffentlichem Interesse zum Ausdruck zu bringen. | 2,76 | 1,113 | 2,84 | 1,167 | 0,40 | 119 | -0,08 |
| den Lesern/Nutzern zu ermöglichen, ihre sozialen Beziehungen untereinander zu pflegen. | 1,69 | ,995 | 1,93 | 1,047 | 1,31 | 117 | -0,26 |
| in einen Dialog mit den Bürgern zu treten über aktuelle Themen. | 2,65 | ,917 | 2,91 | 1,057 | 1,45 | 123 | -0,26 |
| eine Beziehung zum eigenen Publikum aufzubauen und zu pflegen. | 2,85 | 1,022 | 2,86 | 1,233 | 0,05 | 122 | -0,01 |
| den Lesern/Nutzern Gesprächsstoff zu liefern. | 3,97 | ,982 | 4,03 | 1,112 | 0,34 | 121 | -0,07 |
| Diskussionen unter den Lesern/Nutzern anzustoßen und zu moderieren. | 2,72 | 1,166 | 2,90 | 1,169 | 0,88 | 120 | -0,19 |

8.8 Leitungsrolle (1/19)

| Beteiligungsmotive | nein (n=107-113) | | ja (n=15-16) | | Mittl. Diff. |
|---|---------------------|----------|-----------------|----------|-----------------|
| | MW | Std.abw. | MW | Std.abw. | |
| dem Publikum eigene Ansichten zu präsentieren. | 3,21 | 1,145 | 3,19 | 1,424 | 0,02 |
| das Publikum möglichst neutral und präzise zu informieren. | 4,31 | ,846 | 4,50 | ,730 | -0,19 |
| das Publikum auf interessante Themen hinzuweisen und ihnen zu zeigen, wo sie sich darüber informieren können. | 4,01 | 1,018 | 3,88 | 1,147 | 0,13 |
| die Bereiche Politik, Wirtschaft und Gesellschaft zu kontrollieren. | 2,95 | 1,455 | 2,44 | 1,315 | 0,52 |
| komplexe Sachverhalte zu erklären und zu vermitteln. | 4,78 | ,548 | 4,75 | ,447 | 0,03 |
| Kritik an Missständen zu üben. | 4,42 | ,742 | 4,19 | ,911 | 0,24 |
| positive Ideale zu vermitteln. | 2,99 | 1,255 | 3,56 | 1,365 | -0,57 |
| Lebenshilfe für das Publikum zu bieten und als Ratgeber zu dienen. | 2,94 | 1,214 | 3,38 | 1,204 | -0,43 |
| dem Publikum Unterhaltung und Entspannung zu bieten. | 3,42 | 1,112 | 3,94 | 1,063 | -0,52 |
| neue Trends aufzuzeigen und neue Ideen zu vermitteln. | 3,96 | 1,110 | 3,67 | 1,113 | 0,29 |
| dem Publikum möglichst schnell Informationen zu vermitteln. | 3,97 | 1,127 | 3,94 | 1,124 | 0,04 |
| mich auf Nachrichten zu konzentrieren, die für ein möglichst breites Publikum interessant sind. | 3,32 | 1,113 | 3,25 | 1,183 | 0,07 |
| Menschen eine Möglichkeit zu geben, um von ihnen erstellte Inhalte zu veröffentlichen. | 1,77 | ,992 | 1,81 | 1,109 | -0,04 |
| Menschen eine Chance zu geben, ihre Meinung über Themen von öffentlichem Interesse zum Ausdruck zu bringen. | 2,76 | 1,138 | 2,94 | 1,124 | -0,18 |
| den Lesern/Nutzern zu ermöglichen, ihre sozialen Beziehungen untereinander zu pflegen. | 1,78 | ,976 | 2,00 | 1,317 | 2,00 |
| in einen Dialog mit den Bürgern zu treten über aktuelle Themen.* | 2,71 | ,965 | 3,25 | 1,065 | -0,54 |
| eine Beziehung zum eigenen Publikum aufzubauen und zu pflegen. | 2,83 | 1,127 | 3,19 | 1,223 | -0,36 |
| den Lesern/Nutzern Gesprächsstoff zu liefern. | 3,96 | 1,065 | 4,07 | 1,163 | -0,10 |
| Diskussionen unter den Lesern/Nutzern anzustoßen und zu moderieren. | 2,72 | 1,201 | 3,13 | ,957 | -0,40 |

Mann-U-Whitney Test (da keine Normalverteilung der Daten)

9 Motive für Publikumsbeteiligung

Frage 8: Leser/Nutzer, die sich zu Wort melden (z. B. als Reaktion auf eine Ausgabe oder einzelne Beiträge) oder sich auf andere Art und Weise an den Angeboten der SZ beteiligen, verfolgen damit bestimmte Ziele. Wir haben eine Reihe von möglichen Erklärungen aufgelistet; was glauben Sie, aus welchen Gründen beteiligen sich Leser/Nutzer am Angebot der SZ?

| n=123-135 | Trifft überhaupt nicht zu | ... weniger | ... teils/teils | ... überwiegend | ... voll & ganz | Weiß nicht | Mittelwert (*) | Std.Abw. (*) |
|--|---------------------------------|----------------|--------------------|--------------------|--------------------------|---------------|-------------------|-----------------|
| möchten sich selbst darstellen. | 0,8 | 6,8 | 43,9 | 35,6 | 12,1 | 0,8 | 3,52 | ,826 |
| suchen Hilfe bei einem Problem. | 0,7 | 32,1 | 37,3 | 24,6 | 5,2 | 0,0 | 3,01 | ,901 |
| möchten ihr eigenes Wissen und Erfahrungen weitergeben. | 0,0 | 3,0 | 32,3 | 38,3 | 26,3 | 0,0 | 3,88 | ,835 |
| möchten öffentlich ihre Meinung äußern. | 0,0 | 0,7 | 16,4 | 39,6 | 43,3 | 0,0 | 4,25 | ,753 |
| möchten ihrer Pflicht als Bürger nachkommen. | 15,3 | 35,9 | 32,8 | 8,4 | 1,5 | 6,1 | 2,41 | ,923 |
| beteiligen sich aus Langeweile. | 22,4 | 27,6 | 32,1 | 10,4 | 3,7 | 3,7 | 2,43 | 1,081 |
| möchten aus ihrer passiven Leserrolle heraustreten. | 0,7 | 10,4 | 31,1 | 35,6 | 19,3 | 3,0 | 3,64 | ,945 |
| möchten einfach mal „Dampf ablassen“. | 0,0 | 4,4 | 25,2 | 41,5 | 28,9 | 0,0 | 3,95 | ,849 |
| möchten eine Beziehung zu einem Journalisten oder der Redaktion aufbauen. | 3,0 | 20,0 | 46,7 | 23,7 | 3,7 | 3,0 | 3,05 | ,853 |
| möchten durch den Kontakt mit Journalisten und anderen Lesern/Nutzern ihr eigenes Wissen erweitern. | 2,2 | 31,3 | 44,8 | 13,4 | 4,5 | 3,7 | 2,86 | ,855 |
| fühlen sich dadurch einer Gemeinschaft zugehörig. | 3,7 | 16,4 | 37,3 | 30,6 | 6,0 | 6,0 | 3,20 | ,938 |
| möchten die Journalisten bei ihrer Arbeit unterstützen. | 3,0 | 46,3 | 38,8 | 11,2 | 0,0 | 0,7 | 2,59 | ,730 |
| möchten ein bestimmtes Anliegen, Ereignis bzw. eine bestimmte Gruppe oder Person bewerben bzw. unterstützen. | 1,5 | 4,5 | 40,6 | 39,1 | 14,3 | 0,0 | 3,60 | ,843 |
| möchten ein Thema in die SZ einbringen, das ihnen wichtig ist. | 0,7 | 4,5 | 29,9 | 43,3 | 21,6 | 0,0 | 3,81 | ,854 |
| möchten auf Fehler in der Berichterstattung hinweisen. | 0,0 | 1,5 | 20,1 | 41,8 | 36,6 | 0,0 | 4,13 | ,783 |

(*) ohne „Weiss nicht / kann ich nicht sagen“ berechnet

9.1 Geschlecht (1/15)

| Beteiligungsmotive | Weiblich (n=56-61) | | Männlich (n=58-64) | | T | df | Mittl. Diff. |
|--|-----------------------|----------|-----------------------|----------|--------|-----|-----------------|
| | MW | Std.abw. | MW | Std.abw. | | | |
| möchten sich selbst darstellen. | 3,63 | ,889 | 3,44 | ,781 | 1,26 | 119 | 0,19 |
| suchen Hilfe bei einem Problem. | 2,93 | ,946 | 3,03 | ,872 | 0,60 | 123 | -0,10 |
| möchten ihr eigenes Wissen und Erfahrungen weitergeben. | 3,95 | ,910 | 3,86 | ,780 | 0,61 | 121 | 0,09 |
| möchten öffentlich ihre Meinung äußern. | 4,32 | ,792 | 4,25 | ,713 | 0,49 | 122 | 0,07 |
| möchten ihrer Pflicht als Bürger nachkommen. | 2,38 | ,799 | 2,48 | 1,047 | 0,62 | 106 | -0,11 |
| beteiligen sich aus Langeweile. | 2,50 | 1,096 | 2,39 | 1,092 | 0,57 | 118 | 0,11 |
| möchten aus ihrer passiven Leserrolle heraustreten. | 3,68 | ,985 | 3,63 | ,951 | 0,34 | 119 | 0,06 |
| möchten einfach mal „Dampf ablassen“. | 4,20 | ,749 | 3,73 | ,895 | 3,12** | 123 | 0,46 |
| möchten eine Beziehung zu einem Journalisten oder der Redaktion aufbauen. | 3,00 | ,871 | 3,13 | ,877 | 0,81 | 119 | -0,13 |
| möchten durch den Kontakt mit Journalisten und anderen Lesern/Nutzern ihr eigenes Wissen erweitern. | 2,88 | ,904 | 2,80 | ,819 | 0,53 | 118 | 0,08 |
| fühlen sich dadurch einer Gemeinschaft zugehörig. | 3,23 | ,907 | 3,22 | 1,010 | 0,06 | 115 | 0,01 |
| möchten die Journalisten bei ihrer Arbeit unterstützen. | 2,57 | ,722 | 2,58 | ,730 | 0,09 | 122 | -0,01 |
| möchten ein bestimmtes Anliegen, Ereignis bzw. eine bestimmte Gruppe oder Person bewerben bzw. unterstützen. | 3,61 | ,900 | 3,63 | ,789 | 0,19 | 122 | -0,03 |
| möchten ein Thema in die SZ einbringen, das ihnen wichtig ist. | 3,85 | ,963 | 3,78 | ,750 | 0,48 | 122 | 0,08 |
| möchten auf Fehler in der Berichterstattung hinweisen. | 4,26 | ,772 | 4,05 | ,744 | 1,59 | 123 | 0,22 |

9.2 Alter (3/15)

| Beteiligungsmotive | jünger als 40 Jahre (n=45-46) | | 40 Jahre und älter (n=63-69) | | T | df | Mittl. Diff. |
|--|----------------------------------|----------|---------------------------------|----------|---------|-----|-----------------|
| | MW | Std.abw. | MW | Std.abw. | | | |
| möchten sich selbst darstellen. | 3,65 | ,879 | 3,42 | ,805 | 1,45 | 113 | 0,23 |
| suchen Hilfe bei einem Problem. | 2,82 | ,858 | 3,07 | ,944 | 1,51 | 116 | -0,26 |
| möchten ihr eigenes Wissen und Erfahrungen weitergeben. | 3,90 | ,895 | 3,91 | ,830 | 0,08 | 114 | -0,01 |
| möchten öffentlich ihre Meinung äußern. | 4,31 | ,829 | 4,25 | ,695 | 0,47 | 115 | 0,07 |
| möchten ihrer Pflicht als Bürger nachkommen. | 2,41 | ,956 | 2,48 | ,913 | 0,35 | 107 | -0,06 |
| beteiligen sich aus Langeweile. | 2,88 | 1,196 | 2,14 | ,950 | 3,65*** | 111 | 0,74 |
| möchten aus ihrer passiven Leserrolle heraustreten. | 4,00 | ,909 | 3,46 | ,937 | 3,1** | 113 | 0,54 |
| möchten einfach mal „Dampf ablassen“. | 4,02 | ,901 | 3,93 | ,828 | 0,58 | 116 | 0,09 |
| möchten eine Beziehung zu einem Journalisten oder der Redaktion aufbauen. | 3,04 | ,999 | 3,09 | ,753 | 0,29 | 112 | -0,05 |
| möchten durch den Kontakt mit Journalisten und anderen Lesern/Nutzern ihr eigenes Wissen erweitern. | 3,00 | ,875 | 2,78 | ,838 | 1,33 | 111 | 0,22 |
| fühlen sich dadurch einer Gemeinschaft zugehörig. | 3,36 | ,933 | 3,09 | ,956 | 1,45 | 109 | 0,27 |
| möchten die Journalisten bei ihrer Arbeit unterstützen. | 2,75 | ,812 | 2,51 | ,633 | 1,74 | 84 | 0,24 |
| möchten ein bestimmtes Anliegen, Ereignis bzw. eine bestimmte Gruppe oder Person bewerben bzw. unterstützen. | 3,55 | ,914 | 3,60 | ,794 | 0,33 | 115 | -0,05 |
| möchten ein Thema in die SZ einbringen, das ihnen wichtig ist. | 3,86 | ,913 | 3,79 | ,802 | 0,4 | 115 | 0,06 |
| möchten auf Fehler in der Berichterstattung hinweisen. | 4,35 | ,663 | 4,01 | ,813 | 2,36* | 116 | 0,33 |

9.3 Schwerpunkt Tätigkeit (7/15)

| Beteiligungsmotive | Print (n=84-93) | | Online (n=39-42) | | T | df | Mittl. Diff. |
|--|--------------------|----------|---------------------|----------|---------|-----|-----------------|
| | MW | Std.abw. | MW | Std.abw. | | | |
| möchten sich selbst darstellen. | 3,40 | ,832 | 3,78 | ,759 | 2,49* | 129 | -0,38 |
| suchen Hilfe bei einem Problem. | 3,12 | ,912 | 2,79 | ,842 | 2,01* | 132 | 0,33 |
| möchten ihr eigenes Wissen und Erfahrungen weitergeben. | 3,85 | ,855 | 3,95 | ,795 | 0,68 | 131 | -0,12 |
| möchten öffentlich ihre Meinung äußern. | 4,14 | ,793 | 4,50 | ,595 | 2,61** | 132 | -0,36 |
| möchten ihrer Pflicht als Bürger nachkommen. | 2,49 | ,885 | 2,26 | ,993 | 1,30 | 121 | 0,23 |
| beteiligen sich aus Langeweile. | 2,25 | ,997 | 2,83 | 1,160 | 2,92** | 127 | -0,58 |
| möchten aus ihrer passiven Leserrolle heraustreten. | 3,43 | ,925 | 4,10 | ,831 | 3,93*** | 129 | -0,66 |
| möchten einfach mal „Dampf ablassen“. | 3,91 | ,843 | 4,02 | ,869 | 0,69 | 133 | -0,11 |
| möchten eine Beziehung zu einem Journalisten oder der Redaktion aufbauen. | 3,09 | ,788 | 2,98 | ,987 | 0,70 | 129 | 0,11 |
| möchten durch den Kontakt mit Journalisten und anderen Lesern/Nutzern ihr eigenes Wissen erweitern. | 2,83 | ,847 | 2,93 | ,877 | 0,60 | 127 | -0,1 |
| fühlen sich dadurch einer Gemeinschaft zugehörig. | 3,08 | ,955 | 3,46 | ,854 | 2,14* | 124 | -0,38 |
| möchten die Journalisten bei ihrer Arbeit unterstützen. | 2,52 | ,703 | 2,73 | ,775 | 1,54 | 131 | -0,21 |
| möchten ein bestimmtes Anliegen, Ereignis bzw. eine bestimmte Gruppe oder Person bewerben bzw. unterstützen. | 3,63 | ,798 | 3,55 | ,942 | 0,5 | 131 | 0,08 |
| möchten ein Thema in die SZ einbringen, das ihnen wichtig ist. | 3,87 | ,801 | 3,67 | ,954 | 1,28 | 132 | 0,20 |
| möchten auf Fehler in der Berichterstattung hinweisen. | 3,99 | ,805 | 4,45 | ,633 | 3,29*** | 132 | -0,46 |

9.4 Berufserfahrung Journalismus (4/15)

| Beteiligungsmotive | < 19 Jahre (n=53-63) | | ≥19 Jahre (n=57-64) | | T | df | Mittl. Diff. |
|--|-------------------------|----------|------------------------|----------|--------|-----|-----------------|
| | MW | Std.abw. | MW | Std.abw. | | | |
| möchten sich selbst darstellen. | 3,61 | ,837 | 3,42 | ,821 | 1,30 | 122 | 0,19 |
| suchen Hilfe bei einem Problem. | 2,84 | ,827 | 3,13 | ,951 | 1,79 | 125 | -0,28 |
| möchten ihr eigenes Wissen und Erfahrungen weitergeben. | 3,94 | ,866 | 3,87 | ,813 | 0,42 | 123 | 0,06 |
| möchten öffentlich ihre Meinung äußern. | 4,27 | ,793 | 4,27 | ,718 | 0,06 | 124 | 0,01 |
| möchten ihrer Pflicht als Bürger nachkommen. | 2,39 | ,891 | 2,49 | ,966 | 0,59 | 114 | -0,10 |
| beteiligen sich aus Langeweile. | 2,69 | 1,148 | 2,18 | ,975 | 2,64** | 120 | 0,51 |
| möchten aus ihrer passiven Leserrolle heraustreten. | 3,92 | ,889 | 3,43 | ,962 | 2,92** | 121 | 0,49 |
| möchten einfach mal „Dampf ablassen“. | 3,98 | ,889 | 3,91 | ,830 | 0,51 | 125 | 0,08 |
| möchten eine Beziehung zu einem Journalisten oder der Redaktion aufbauen. | 3,03 | ,882 | 3,10 | ,856 | 0,4 | 121 | -0,06 |
| möchten durch den Kontakt mit Journalisten und anderen Lesern/Nutzern ihr eigenes Wissen erweitern. | 2,90 | ,831 | 2,79 | ,878 | 0,74 | 120 | 0,12 |
| fühlen sich dadurch einer Gemeinschaft zugehörig. | 3,29 | ,872 | 3,15 | 1,022 | 0,79 | 117 | 0,14 |
| möchten die Journalisten bei ihrer Arbeit unterstützen. | 2,73 | ,772 | 2,45 | ,641 | 2,16* | 124 | 0,27 |
| möchten ein bestimmtes Anliegen, Ereignis bzw. eine bestimmte Gruppe oder Person bewerben bzw. unterstützen. | 3,52 | ,877 | 3,70 | ,796 | 1,17 | 124 | -0,18 |
| möchten ein Thema in die SZ einbringen, das ihnen wichtig ist. | 3,84 | ,902 | 3,83 | ,794 | 0,11 | 124 | 0,02 |
| möchten auf Fehler in der Berichterstattung hinweisen. | 4,30 | ,687 | 3,98 | ,787 | 2,42* | 125 | 0,32 |

9.5 Berufserfahrung SZ (4/15)

| Beteiligungsmotive | < 12 Jahre (n=55-60) | | ≥12 Jahre (n=58-65) | | T | df | Mittl. Diff. |
|--|-------------------------|----------|------------------------|----------|--------|-----|-----------------|
| | MW | Std.abw. | MW | Std.abw. | | | |
| möchten sich selbst darstellen. | 3,71 | ,852 | 3,35 | ,791 | 2,39* | 119 | 0,36 |
| suchen Hilfe bei einem Problem. | 2,87 | ,833 | 3,09 | ,964 | 1,4 | 123 | -0,23 |
| möchten ihr eigenes Wissen und Erfahrungen weitergeben. | 3,90 | ,824 | 3,92 | ,860 | 0,16 | 121 | -0,02 |
| möchten öffentlich ihre Meinung äußern. | 4,31 | ,815 | 4,25 | ,708 | 0,43 | 122 | 0,06 |
| möchten ihrer Pflicht als Bürger nachkommen. | 2,35 | ,834 | 2,52 | 1,013 | 0,96 | 113 | -0,17 |
| beteiligen sich aus Langeweile. | 2,74 | 1,178 | 2,15 | ,938 | 3,08** | 118 | 0,6 |
| möchten aus ihrer passiven Leserrolle heraustreten. | 3,86 | ,895 | 3,50 | ,992 | 2,08* | 119 | 0,36 |
| möchten einfach mal „Dampf ablassen“. | 4,08 | ,869 | 3,85 | ,833 | 1,56 | 123 | 0,24 |
| möchten eine Beziehung zu einem Journalisten oder der Redaktion aufbauen. | 3,03 | ,898 | 3,13 | ,813 | 0,6 | 119 | -0,09 |
| möchten durch den Kontakt mit Journalisten und anderen Lesern/Nutzern ihr eigenes Wissen erweitern. | 2,85 | ,805 | 2,85 | ,910 | 0,03 | 118 | -0,01 |
| fühlen sich dadurch einer Gemeinschaft zugehörig. | 3,29 | ,875 | 3,16 | 1,027 | 0,73 | 115 | 0,13 |
| möchten die Journalisten bei ihrer Arbeit unterstützen. | 2,63 | ,740 | 2,54 | ,709 | 0,68 | 122 | 0,09 |
| möchten ein bestimmtes Anliegen, Ereignis bzw. eine bestimmte Gruppe oder Person bewerben bzw. unterstützen. | 3,58 | ,926 | 3,64 | ,764 | 0,38 | 122 | -0,06 |
| möchten ein Thema in die SZ einbringen, das ihnen wichtig ist. | 3,92 | ,869 | 3,75 | ,854 | 1,08 | 122 | 0,17 |
| möchten auf Fehler in der Berichterstattung hinweisen. | 4,32 | ,701 | 4,00 | ,791 | 2,36* | 123 | 0,32 |

9.6 Leitungsrolle (n.s.)

| Beteiligungsmotive | nein (n=102-113) | | ja (n=15-16) | | Mittl. Diff. |
|--|---------------------|----------|-----------------|----------|-----------------|
| | MW | Std.abw. | MW | Std.abw. | |
| möchten sich selbst darstellen. | 3,53 | ,856 | 3,50 | ,730 | 0,03 |
| suchen Hilfe bei einem Problem. | 2,96 | ,864 | 3,25 | 1,125 | -0,30 |
| möchten ihr eigenes Wissen und Erfahrungen weitergeben. | 3,87 | ,843 | 4,13 | ,806 | -0,25 |
| möchten öffentlich ihre Meinung äußern. | 4,27 | ,759 | 4,31 | ,704 | -0,05 |
| möchten ihrer Pflicht als Bürger nachkommen. | 2,42 | ,895 | 2,44 | 1,153 | -0,02 |
| beteiligen sich aus Langeweile. | 2,46 | 1,118 | 2,27 | ,799 | 0,19 |
| möchten aus ihrer passiven Leserrolle heraustreten. | 3,66 | ,964 | 3,63 | ,885 | 0,04 |
| möchten einfach mal „Dampf ablassen“. | 3,96 | ,870 | 3,94 | ,772 | 0,02 |
| möchten eine Beziehung zu einem Journalisten oder der Redaktion aufbauen. | 3,08 | ,883 | 3,00 | ,730 | 0,08 |
| möchten durch den Kontakt mit Journalisten und anderen Lesern/Nutzern ihr eigenes Wissen erweitern. | 2,87 | ,833 | 2,81 | 1,109 | 0,06 |
| fühlen sich dadurch einer Gemeinschaft zugehörig. | 3,18 | ,934 | 3,40 | 1,056 | -0,22 |
| möchten die Journalisten bei ihrer Arbeit unterstützen. | 2,56 | ,733 | 2,63 | ,719 | -0,06 |
| möchten ein bestimmtes Anliegen, Ereignis bzw. eine bestimmte Gruppe oder Person bewerben bzw. unterstützen. | 3,63 | ,838 | 3,56 | ,892 | 0,07 |
| möchten ein Thema in die SZ einbringen, das ihnen wichtig ist. | 3,84 | ,844 | 3,69 | ,946 | 0,15 |
| möchten auf Fehler in der Berichterstattung hinweisen. | 4,11 | ,783 | 4,31 | ,704 | -0,21 |

Mann-U-Whitney Test (da keine Normalverteilung der Daten)

10 Publikumsbild

Frage 9: Noch eine weitere Frage zum Publikum, das Sie mit Ihrer Arbeit erreichen. Wir haben verschiedene Bezeichnungen und Rollen zusammengestellt, mit denen man das Publikum charakterisieren kann. Bitte geben Sie für jede Bezeichnung an, ob sie Ihrer Einschätzung nach überhaupt nicht, weniger, teils/teils, überwiegend oder voll und ganz auf Ihr Publikum zutrifft.

| n=108-129 | Trifft überhaupt ... | | | | | | k.A | MW (*) | Std.Abw. (*) |
|---|----------------------|---------|-------------|------|-------------|------|------|--------|--------------|
| | nicht zu | weniger | teils/teils | eher | voll & ganz | | | | |
| passive Leser | 7,8 | 14,8 | 42,2 | 22,7 | 8,6 | 3,9 | 3,10 | 1,036 | |
| Feedback-Geber und Kritiker meiner journalist. Arbeit | 0,8 | 10,1 | 34,1 | 34,1 | 19,4 | 1,6 | 3,62 | ,942 | |
| Kommentatoren | 6,9 | 17,7 | 28,5 | 32,3 | 12,3 | 2,3 | 3,26 | 1,114 | |
| Themenlieferanten | 3,9 | 33,3 | 34,9 | 21,7 | 3,9 | 2,3 | 2,88 | ,935 | |
| Content-Produzenten | 26,4 | 34,1 | 15,5 | 7,0 | 0,8 | 16,3 | 2,06 | ,960 | |
| Mitgestalter | 12,3 | 41,5 | 25,4 | 16,2 | 2,3 | 2,3 | 2,54 | ,990 | |
| Diskussionspartner | 6,3 | 18,8 | 43,8 | 25,8 | 3,1 | 2,3 | 3,01 | ,920 | |
| Spezialisten, Experten | 4,7 | 21,1 | 44,5 | 19,5 | 7,8 | 2,3 | 3,05 | ,966 | |
| (Augen-)Zeugen | 12,4 | 27,1 | 34,1 | 18,6 | 1,6 | 6,2 | 2,68 | ,993 | |
| Verbreiter journalistischer Beiträge | 14,6 | 28,5 | 30,0 | 17,7 | 5,4 | 3,8 | 2,70 | 1,109 | |
| Rat- und Hilfesuchende | 5,4 | 27,1 | 41,1 | 17,8 | 6,2 | 2,3 | 2,92 | ,968 | |
| Schützlinge, Klienten | 30,8 | 33,1 | 20,0 | 5,4 | 1,5 | 9,2 | 2,05 | ,977 | |
| Unterhaltungssuchende | 3,9 | 18,6 | 31,0 | 34,9 | 10,9 | 0,8 | 3,30 | 1,024 | |
| Staatsbürger, Wähler | 1,6 | 7,8 | 22,7 | 28,1 | 36,7 | 3,1 | 3,94 | 1,042 | |
| Adressaten von Werbung | 26,6 | 21,9 | 21,9 | 14,8 | 5,5 | 9,4 | 2,46 | 1,240 | |

(*) ohne „Weiss nicht / kann ich nicht sagen“ berechnet

10.1 Geschlecht (1/15)

| Publikumsbild | Weiblich (n=49-59) | | Männlich (n=54-63) | | T | df | Mittl. Diff. |
|---|--------------------|----------|--------------------|----------|---------|-----|--------------|
| | MW | Std.abw. | MW | Std.abw. | | | |
| passive Leser | 3,14 | 1,141 | 3,08 | ,963 | 3,01 | 117 | 0,06 |
| Feedback-Geber und Kritiker meiner journalist. Arbeit | 3,93 | ,953 | 3,30 | ,854 | 3,83*** | 119 | 0,63 |
| Kommentatoren | 3,41 | 1,077 | 3,14 | 1,162 | 1,33 | 119 | 0,27 |
| Themenlieferanten | 3,02 | ,991 | 2,73 | ,813 | 1,77 | 119 | 0,29 |
| Content-Produzenten | 2,02 | 1,031 | 2,07 | ,908 | 0,28 | 101 | -0,05 |
| Mitgestalter | 2,61 | ,983 | 2,48 | ,998 | 0,75 | 120 | 0,13 |
| Diskussionspartner | 3,00 | ,898 | 3,00 | ,967 | 0,00 | 119 | 0,00 |
| Spezialisten, Experten | 3,03 | ,991 | 3,02 | ,940 | 0,10 | 117 | 0,02 |
| (Augen-)Zeugen | 2,77 | 1,009 | 2,64 | 1,013 | 0,66 | 113 | 0,12 |
| Verbreiter journalistischer Beiträge | 2,88 | 1,113 | 2,52 | 1,090 | 1,74 | 117 | 0,35 |
| Rat- und Hilfesuchende | 3,00 | 1,018 | 2,87 | ,889 | ,730 | 118 | 0,18 |
| Schützlinge, Klienten | 2,00 | 1,064 | 2,10 | ,904 | -,549 | 111 | -0,10 |
| Unterhaltungssuchende | 3,42 | 1,004 | 3,30 | ,994 | ,675 | 120 | 0,12 |
| Staatsbürger, Wähler | 3,96 | 1,101 | 3,92 | ,971 | ,246 | 116 | 0,05 |
| Adressaten von Werbung | 2,48 | 1,244 | 2,42 | 1,262 | ,239 | 109 | 0,06 |

10.2 Alter (6/15)

| Publikumsbild | Jünger als 40 Jahre (n=42-48) | | 40 Jahre und älter (n=55-68) | | | | Mittl. Diff. |
|--|----------------------------------|----------|---------------------------------|----------|---------|-----|-----------------|
| | MW | Std.abw. | MW | Std.abw. | T | df | |
| passive Leser | 3,30 | 1,020 | 3,00 | 1,059 | 1,50 | 112 | 0,30 |
| Feedback-Geber und Kritiker meiner journalist. Arbeit | 3,90 | ,881 | 3,46 | ,921 | 2,58* | 114 | 0,44 |
| Kommentatoren | 3,70 | ,976 | 3,00 | 1,159 | 3,40*** | 113 | 0,70 |
| Themenlieferanten | 2,90 | ,831 | 2,93 | ,958 | 0,172 | 113 | -0,03 |
| Content-Produzenten | 1,74 | ,857 | 2,27 | ,990 | 2,79** | 95 | -0,54 |
| Mitgestalter | 2,67 | ,907 | 2,47 | 1,029 | 1,06 | 114 | 0,20 |
| Diskussionspartner | 3,00 | ,909 | 3,03 | ,946 | 0,17 | 113 | -0,03 |
| Spezialisten, Experten | 2,78 | 1,031 | 3,18 | ,869 | 2,21* | 111 | -0,40 |
| (Augen-)Zeugen | 2,80 | ,980 | 2,70 | 1,003 | 0,53 | 108 | 0,10 |
| Verbreiter journalistischer Beiträge | 3,06 | 1,169 | 2,48 | 1,035 | 2,82** | 112 | 0,59 |
| Rat- und Hilfesuchende | 2,96 | ,898 | 2,89 | 1,010 | 0,35 | 112 | 0,06 |
| Schützlinge, Klienten | 1,95 | ,844 | 2,18 | 1,066 | 1,18 | 107 | -0,23 |
| Unterhaltungssuchende | 3,69 | ,829 | 3,12 | 1,044 | 3,14** | 114 | 0,57 |
| Staatsbürger, Wähler | 3,76 | 1,099 | 4,04 | ,976 | 1,44 | 111 | -0,28 |
| Adressaten von Werbung | 2,72 | 1,098 | 2,27 | 1,312 | 1,88 | 105 | 0,46 |

10.3 Schwerpunkt Tätigkeit (5/15)

| Publikumsbild | Print (n=78-87) | | Online (n=38-41) | | | | Mittl. Diff. |
|--|--------------------|----------|---------------------|----------|---------|-----|-----------------|
| | MW | Std.abw. | MW | Std.abw. | T | df | |
| passive Leser | 3,04 | 1,085 | 3,24 | ,913 | 0,10 | 121 | -0,20 |
| Feedback-Geber und Kritiker meiner journalist. Arbeit | 3,47 | ,916 | 3,95 | ,921 | 2,79** | 125 | -0,49 |
| Kommentatoren | 3,08 | 1,112 | 3,65 | 1,027 | 2,74** | 125 | -0,57 |
| Themenlieferanten | 2,88 | ,993 | 2,88 | ,812 | 0,02 | 124 | 0,00 |
| Content-Produzenten | 2,18 | ,992 | 1,88 | ,883 | 1,59 | 106 | ,030 |
| Mitgestalter | 2,44 | 1,036 | 2,73 | ,867 | 1,55 | 125 | -0,29 |
| Diskussionspartner | 2,91 | ,959 | 3,23 | ,800 | 1,83 | 123 | -0,32 |
| Spezialisten, Experten | 3,13 | ,967 | 2,88 | ,954 | 1,38 | 123 | 0,25 |
| (Augen-)Zeugen | 2,66 | ,980 | 2,71 | 1,031 | 0,23 | 119 | -0,05 |
| Verbreiter journalistischer Beiträge | 2,48 | 1,012 | 3,15 | 1,174 | 3,30** | 123 | -0,67 |
| Rat- und Hilfesuchende | 2,99 | 1,006 | 2,78 | ,881 | 1,13 | 124 | 0,21 |
| Schützlinge, Klienten | 2,15 | 1,026 | 1,84 | ,834 | 1,61 | 116 | 0,31 |
| Unterhaltungssuchende | 3,03 | 1,028 | 3,88 | ,748 | 5,25*** | 104 | -0,84 |
| Staatsbürger, Wähler | 3,89 | 1,091 | 4,03 | ,932 | 0,65 | 122 | -0,13 |
| Adressaten von Werbung | 2,28 | 1,268 | 2,82 | 1,111 | 2,21* | 114 | -0,53 |

10.4 Berufserfahrung Journalismus (3/15)

| Publikumsbild | < 19 Jahre (n=52-61) | | ≥ 19 Jahre (n=58-62) | | | | Mittl. Diff. |
|--|-------------------------|----------|-------------------------|----------|---------|-----|-----------------|
| | MW | Std.abw. | MW | Std.abw. | T | df | |
| passive Leser | 3,25 | 1,027 | 2,95 | 1,040 | 1,61 | 118 | 0,30 |
| Feedback-Geber und Kritiker meiner journalist. Arbeit | 3,79 | ,951 | 3,46 | ,905 | 1,95 | 120 | 0,33 |
| Kommentatoren | 3,48 | 1,074 | 3,10 | 1,127 | 1,91 | 121 | 0,38 |
| Themenlieferanten | 2,88 | ,885 | 2,90 | ,970 | 0,12 | 120 | -0,02 |
| Content-Produzenten | 1,81 | ,817 | 2,23 | 1,022 | 2,33* | 102 | -0,42 |
| Mitgestalter | 2,70 | ,944 | 2,38 | 1,007 | 1,81 | 121 | 0,32 |
| Diskussionspartner | 2,95 | ,956 | 3,05 | ,895 | 0,58 | 121 | -0,10 |
| Spezialisten, Experten | 2,91 | ,960 | 3,15 | ,956 | 1,32 | 118 | -0,23 |
| (Augen-)Zeugen | 2,69 | 1,012 | 2,72 | ,988 | 0,19 | 114 | -0,03 |
| Verbreiter journalistischer Beiträge | 3,03 | 1,098 | 2,36 | 1,033 | 3,46*** | 118 | 0,67 |
| Rat- und Hilfesuchende | 2,88 | ,976 | 2,95 | ,939 | 0,39 | 119 | -0,07 |
| Schützlinge, Klienten | 2,02 | ,972 | 2,10 | ,995 | 0,45 | 112 | -0,08 |
| Unterhaltungssuchende | 3,56 | ,940 | 3,15 | 1,006 | 2,35* | 121 | 0,41 |
| Staatsbürger, Wähler | 3,83 | 1,062 | 4,03 | ,999 | 1,09 | 117 | -0,21 |
| Adressaten von Werbung | 2,61 | 1,140 | 2,34 | 1,332 | 1,133 | 110 | 0,27 |

10.5 Berufserfahrung SZ (5/15)

| Publikumsbild | < 12 Jahre (n=53-58) | | ≥ 12 Jahre (n=50-64) | | | | Mittl. Diff. |
|--|-------------------------|----------|-------------------------|----------|--------|-----|-----------------|
| | MW | Std.abw. | MW | Std.abw. | T | df | |
| passive Leser | 3,24 | 1,138 | 3,00 | ,959 | 1,23 | 117 | 0,24 |
| Feedback-Geber und Kritiker meiner journalist. Arbeit | 3,79 | ,913 | 3,46 | ,947 | 1,96 | 119 | 0,33 |
| Kommentatoren | 3,47 | 1,080 | 3,11 | 1,129 | 1,78 | 120 | 0,36 |
| Themenlieferanten | 2,79 | ,853 | 2,95 | ,958 | 0,96 | 119 | -0,16 |
| Content-Produzenten | 1,77 | ,891 | 2,34 | ,961 | 3,10** | 101 | -0,57 |
| Mitgestalter | 2,47 | ,922 | 2,59 | 1,050 | 0,71 | 120 | -0,13 |
| Diskussionspartner | 2,96 | ,865 | 3,03 | ,992 | 0,39 | 119 | -0,07 |
| Spezialisten, Experten | 2,77 | ,914 | 3,29 | ,941 | 3,04** | 117 | -0,52 |
| (Augen-)Zeugen | 2,70 | 1,017 | 2,71 | 1,009 | 0,03 | 113 | -0,01 |
| Verbreiter journalistischer Beiträge | 2,93 | 1,132 | 2,48 | 1,067 | 2,21* | 117 | 0,45 |
| Rat- und Hilfesuchende | 2,97 | ,936 | 2,89 | ,977 | 0,45 | 118 | 0,08 |
| Schützlinge, Klienten | 1,92 | ,829 | 2,18 | 1,097 | 1,40 | 111 | -0,26 |
| Unterhaltungssuchende | 3,65 | ,813 | 3,11 | 1,077 | 3,16** | 118 | 0,54 |
| Staatsbürger, Wähler | 3,76 | 1,138 | 4,10 | ,911 | 1,76 | 116 | -0,33 |
| Adressaten von Werbung | 2,71 | 1,109 | 2,20 | 1,323 | 2,18* | 109 | 0,51 |

10.6 Leitungsrolle (n.s.)

| Publikumsbild | nein (n=92-109) | | ja (n=13-16) | | Mittl. Diff. |
|--|--------------------|----------|-----------------|----------|-----------------|
| | MW | Std.abw. | MW | Std.abw. | |
| passive Leser | 3,11 | 1,050 | 3,06 | ,998 | 0,05 |
| Feedback-Geber und Kritiker meiner journalist. Arbeit | 3,60 | ,956 | 3,63 | ,885 | -0,02 |
| Kommentatoren | 3,27 | 1,116 | 3,31 | 1,138 | -0,04 |
| Themenlieferanten | 2,88 | ,908 | 2,94 | 1,063 | -0,06 |
| Content-Produzenten | 2,05 | ,999 | 1,92 | ,641 | 0,13 |
| Mitgestalter | 2,52 | ,990 | 2,63 | ,957 | -0,11 |
| Diskussionspartner | 2,96 | ,941 | 3,25 | ,775 | -0,29 |
| Spezialisten, Experten | 2,99 | ,976 | 3,33 | ,724 | -0,34 |
| (Augen-)Zeugen | 2,68 | 1,012 | 2,73 | ,961 | -0,05 |
| Verbreiter journalistischer Beiträge | 2,66 | 1,124 | 2,80 | 1,082 | -0,14 |
| Rat- und Hilfesuchende | 2,88 | ,964 | 3,07 | ,961 | -0,19 |
| Schützlinge, Klienten | 2,05 | ,979 | 2,00 | 1,038 | 0,05 |
| Unterhaltungssuchende | 3,34 | ,993 | 3,31 | 1,138 | 0,03 |
| Staatsbürger, Wähler | 3,93 | 1,071 | 4,07 | ,704 | -0,13 |
| Adressaten von Werbung | 2,48 | 1,229 | 2,33 | 1,397 | 0,15 |

Mann-U-Whitney Test (da keine Normalverteilung)

11 Erwartungserwartungen in Bezug auf Beteiligung

Frage 10: Im folgenden Abschnitt interessiert uns, wie Sie die Erwartungen Ihres Publikums an die Angebote der SZ/ von sueddeutsche.de einschätzen. Wir bitten Sie also, sich in Ihr Publikum "hineinzudenken".

Für meine Leser/Nutzer ist es meiner Ansicht nach unwichtig/wichtig, dass..

| n=119-129 | völlig unwichtig | weniger wichtig | teils/teils wichtig | eher wichtig | sehr wichtig | weiß nicht | Mittelwert (*) | Std.Abw. (*) |
|--|------------------|-----------------|---------------------|--------------|--------------|------------|----------------|--------------|
| sie journalistische Beiträge kommentieren und bewerten können. | 0,8 | 4,6 | 23,1 | 40,8 | 29,2 | 1,5 | 3,95 | ,890 |
| sie nachvollziehen können, welche Inhalte von vielen anderen Lesern/Nutzern gesehen, gelesen, kommentiert oder geteilt wurden. | 3,8 | 19,2 | 30,8 | 34,6 | 7,7 | 3,8 | 3,24 | ,995 |
| sie selbst Material (Texte, Fotos, Videos etc.) für die Berichterstattung beisteuern können. | 10,8 | 40,8 | 31,5 | 10,8 | 3,8 | 2,3 | 2,55 | ,965 |
| sie ihre Verbundenheit mit der SZ nach außen zeigen können. | 3,1 | 17,8 | 28,7 | 32,6 | 14,7 | 3,1 | 3,39 | 1,054 |
| sie mit anderen Lesern/Nutzern in Kontakt treten und sich austauschen können. | 4,7 | 24,8 | 36,4 | 19,4 | 7,8 | 7,0 | 3,01 | 1,008 |
| sie inhaltlich über die Themen der Berichterstattung diskutieren können. | 0,0 | 6,2 | 27,1 | 43,4 | 22,5 | 0,8 | 3,83 | ,852 |
| die Redaktion eine Plattform zur Diskussion über die Art und Qualität der Berichterstattung der SZ (z. B. über die Themenwahl, die Machart oder den Ton von Beiträgen usw.). | 3,1 | 11,6 | 27,1 | 34,9 | 18,6 | 4,7 | 3,57 | 1,041 |
| sie von den Journalisten ernst genommen werden. | 0,0 | 1,5 | 4,6 | 22,3 | 70,0 | 1,5 | 4,63 | ,651 |
| sie mit der Redaktion bzw. einzelnen Journalisten in direkten Kontakt und Dialog treten können. | 0,8 | 6,2 | 33,8 | 40,0 | 18,5 | 0,8 | 3,70 | ,871 |
| sie der Redaktion Themenideen zukommen lassen können. | 2,3 | 16,3 | 38,8 | 31,0 | 9,3 | 2,3 | 3,29 | ,939 |
| die Mitglieder der Redaktion vorgestellt werden. | 0,8 | 25,6 | 31,0 | 26,4 | 13,2 | 3,1 | 3,26 | 1,025 |
| sie Informationen über die (Entscheidungs-)Prozesse in der Redaktion erhalten. | 4,6 | 31,5 | 31,5 | 23,8 | 6,2 | 2,3 | 2,95 | 1,007 |
| sie zusätzliche Informationen über die Quellen erhalten, die einem journalistischen Beitrag zu Grunde liegen. | 1,6 | 27,9 | 34,1 | 20,2 | 12,4 | 3,9 | 3,15 | 1,034 |
| die Redaktion auf sozialen Netzwerken vertreten ist. | 2,3 | 14,7 | 30,2 | 31,0 | 17,1 | 4,7 | 3,48 | 1,035 |
| sie journalistische Inhalte einfach und schnell an Freunde oder Familie weiterleiten oder empfehlen können. | 1,5 | 11,5 | 16,9 | 44,6 | 22,3 | 3,1 | 3,77 | ,989 |

(*) ohne „Weiss nicht / kann ich nicht sagen“ berechnet

11.1 Geschlecht (1/15)

| Erwartungserwartungen Beteiligung | Weiblich (n=53-59) | | Männlich (n=58-64) | | | | Mittl. Diff. |
|--|-----------------------|----------|-----------------------|----------|-------|-----|-----------------|
| | MW | Std.abw. | MW | Std.abw. | T | df | |
| sie journalistische Beiträge kommentieren und bewerten können. | 4,03 | ,890 | 3,83 | ,890 | 1,29 | 120 | 0,21 |
| sie nachvollziehen können, welche Inhalte von vielen anderen Lesern/Nutzern gesehen, gelesen, kommentiert oder geteilt wurden. | 3,40 | 1,008 | 3,10 | 1,012 | 1,61 | 117 | 0,30 |
| sie selbst Material (Texte, Fotos, Videos etc.) für die Berichterstattung beisteuern können. | 2,58 | ,932 | 2,47 | 1,004 | 0,62 | 119 | 0,11 |
| sie ihre Verbundenheit mit der SZ nach außen zeigen können. | 3,47 | 1,136 | 3,34 | 1,011 | 0,66 | 117 | 0,13 |
| sie mit anderen Lesern/Nutzern in Kontakt treten und sich austauschen können. | 3,26 | 1,041 | 2,79 | ,968 | 2,54* | 112 | -0,48 |
| sie inhaltlich über die Themen der Berichterstattung diskutieren können. | 3,95 | ,839 | 3,67 | ,842 | 1,86 | 120 | 0,28 |
| die Redaktion eine Plattform zur Diskussion über die Art und Qualität der Berichterstattung der SZ (z. B. über die Themenwahl, die Machart oder den Ton von Beiträgen usw.). | 3,57 | ,951 | 3,54 | 1,119 | 0,16 | 115 | 0,03 |
| sie von den Journalisten ernst genommen werden. | 4,64 | ,641 | 4,59 | ,684 | 0,37 | 120 | 0,04 |
| sie mit der Redaktion bzw. einzelnen Journalisten in direkten Kontakt und Dialog treten können. | 3,78 | ,892 | 3,59 | ,849 | 1,18 | 121 | 0,19 |
| sie der Redaktion Themenideen zukommen lassen können. | 3,29 | ,911 | 3,26 | ,982 | 0,15 | 118 | 0,03 |
| die Mitglieder der Redaktion vorgestellt werden. | 3,45 | ,971 | 3,10 | 1,088 | 1,85 | 117 | 0,35 |
| sie Informationen über die (Entscheidungs-)Prozesse in der Redaktion erhalten. | 3,02 | ,964 | 2,84 | 1,019 | 0,97 | 119 | 0,18 |
| sie zusätzliche Informationen über die Quellen erhalten, die einem journalistischen Beitrag zu Grunde liegen. | 3,14 | 1,025 | 3,05 | 1,024 | 0,45 | 116 | 0,09 |
| die Redaktion auf sozialen Netzwerken vertreten ist. | 3,64 | ,978 | 3,33 | 1,098 | 1,65 | 115 | 0,32 |
| sie journalistische Inhalte einfach und schnell an Freunde oder Familie weiterleiten oder empfehlen können. | 3,95 | ,926 | 3,63 | 1,059 | 1,76 | 118 | 0,32 |

11.2 Alter (7/15)

| Erwartungserwartungen Beteiligung | Jünger als 40 Jahre (n=44-48) | | 40 Jahre und älter (n=64-69) | | | | Mittl. Diff. |
|--|----------------------------------|----------|---------------------------------|----------|-------|-----|-----------------|
| | MW | Std.abw. | MW | Std.abw. | T | df | |
| sie journalistische Beiträge kommentieren und bewerten können. | 4,17 | ,859 | 3,82 | ,913 | 2,04* | 114 | 0,34 |
| sie nachvollziehen können, welche Inhalte von vielen anderen Lesern/Nutzern gesehen, gelesen, kommentiert oder geteilt wurden. | 3,49 | ,953 | 3,11 | ,979 | 2,08* | 111 | 0,38 |
| sie selbst Material (Texte, Fotos, Videos etc.) für die Berichterstattung beisteuern können. | 2,63 | ,937 | 2,49 | 1,006 | 0,72 | 113 | 0,13 |
| sie ihre Verbundenheit mit der SZ nach außen zeigen können. | 3,38 | 1,007 | 3,42 | 1,104 | 0,21 | 112 | -0,04 |

| | | | | | | | |
|--|------|-------|------|-------|---------|-----|------|
| sie mit anderen Lesern/Nutzern in Kontakt treten und sich austauschen können. | 3,59 | ,933 | 2,65 | ,874 | 5,43*** | 109 | 0,94 |
| sie inhaltlich über die Themen der Berichterstattung diskutieren können. | 3,92 | ,942 | 3,75 | ,741 | 1,07 | 114 | 0,17 |
| die Redaktion eine Plattform zur Diskussion über die Art und Qualität der Berichterstattung der SZ (z. B. über die Themenwahl, die Machart oder den Ton von Beiträgen usw.). | 3,82 | ,815 | 3,50 | 1,072 | 1,78 | 107 | 0,32 |
| sie von den Journalisten ernst genommen werden. | 4,74 | ,642 | 4,55 | ,607 | 1,65 | 114 | 0,19 |
| sie mit der Redaktion bzw. einzelnen Journalisten in direkten Kontakt und Dialog treten können. | 3,94 | ,861 | 3,55 | ,867 | 2,38* | 115 | 0,39 |
| sie der Redaktion Themenideen zukommen lassen können. | 3,42 | ,919 | 3,29 | ,873 | 0,76 | 112 | 0,13 |
| die Mitglieder der Redaktion vorgestellt werden. | 3,34 | ,984 | 3,21 | 1,081 | 0,66 | 112 | 0,13 |
| sie Informationen über die (Entscheidungs-)Prozesse in der Redaktion erhalten. | 3,04 | ,965 | 2,88 | 1,037 | 0,83 | 113 | 0,16 |
| sie zusätzliche Informationen über die Quellen erhalten, die einem journalistischen Beitrag zu Grunde liegen. | 3,47 | 1,139 | 2,83 | ,834 | 3,25** | 80 | 0,64 |
| die Redaktion auf sozialen Netzwerken vertreten ist. | 3,91 | ,855 | 3,30 | 1,049 | 3,31** | 109 | 0,62 |
| sie journalistische Inhalte einfach und schnell an Freunde oder Familie weiterleiten oder empfehlen können. | 4,09 | ,952 | 3,59 | 1,011 | 2,65** | 113 | 0,50 |

11.3 Schwerpunkt Tätigkeit (9/15)

| Erwartungserwartungen Beteiligung | Print (n=81-89) | | Online (n=38-40) | | T | df | Mittl. Diff. |
|--|--------------------|----------|---------------------|----------|---------|-----|-----------------|
| | MW | Std.abw. | MW | Std.abw. | | | |
| sie journalistische Beiträge kommentieren und bewerten können. | 3,78 | ,890 | 4,30 | ,791 | 3,14** | 126 | -0,52 |
| sie nachvollziehen können, welche Inhalte von vielen anderen Lesern/Nutzern gesehen, gelesen, kommentiert oder geteilt wurden. | 2,99 | ,982 | 3,78 | ,800 | 4,42*** | 123 | -0,79 |
| sie selbst Material (Texte, Fotos, Videos etc.) für die Berichterstattung beisteuern können. | 2,56 | ,961 | 2,53 | ,987 | 0,21 | 125 | 0,04 |
| sie ihre Verbundenheit mit der SZ nach außen zeigen können. | 3,45 | 1,054 | 3,26 | 1,057 | 0,90 | 123 | 0,19 |
| sie mit anderen Lesern/Nutzern in Kontakt treten und sich austauschen können. | 2,68 | ,864 | 3,69 | ,950 | 5,83*** | 118 | -1,01 |
| sie inhaltlich über die Themen der Berichterstattung diskutieren können. | 3,72 | ,843 | 4,08 | ,829 | 2,25* | 126 | -0,36 |
| die Redaktion eine Plattform zur Diskussion über die Art und Qualität der Berichterstattung der SZ (z. B. über die Themenwahl, die Machart oder den Ton von Beiträgen usw.). | 3,42 | 1,100 | 3,90 | ,821 | 2,70* | 97 | -0,48 |
| sie von den Journalisten ernst genommen werden. | 4,58 | ,636 | 4,74 | ,677 | 1,28 | 126 | -0,16 |
| sie mit der Redaktion bzw. einzelnen Journalisten in direkten Kontakt und Dialog treten können. | 3,58 | ,877 | 3,95 | ,815 | 2,24* | 127 | -0,37 |
| sie der Redaktion Themenideen zukommen lassen können. | 3,36 | ,932 | 3,15 | ,949 | 1,17 | 124 | 0,21 |
| die Mitglieder der Redaktion | 3,23 | 1,048 | 3,33 | ,982 | 0,51 | 123 | -0,10 |

| | | | | | | | |
|--|------|-------|------|-------|---------|-----|-------|
| vorgestellt werden. sie Informationen über die (Entscheidungs-)Prozesse in der Redaktion erhalten. | 2,90 | 1,029 | 3,08 | ,957 | 0,93 | 125 | -0,18 |
| sie zusätzliche Informationen über die Quellen erhalten, die einem journalistischen Beitrag zu Grunde liegen. | 2,92 | ,895 | 3,63 | 1,148 | 3,44** | 62 | -0,71 |
| die Redaktion auf sozialen Netzwerken vertreten ist. | 3,23 | 1,004 | 4,00 | ,906 | 4,12*** | 121 | -0,77 |
| sie journalistische Inhalte einfach und schnell an Freunde oder Familie weiterleiten oder empfehlen können. | 3,55 | 1,048 | 4,25 | ,630 | 4,67*** | 116 | -0,70 |

11.4 Berufserfahrung Journalismus (8/15)

| Erwartungserwartungen Beteiligung | < 19 Jahre (n=58-62) | | ≥ 19 Jahre (n=58-63) | | T | df | Mittl. Diff. |
|--|-------------------------|----------|-------------------------|----------|---------|-----|-----------------|
| | MW | Std.abw. | MW | Std.abw. | | | |
| sie journalistische Beiträge kommentieren und bewerten können. | 4,15 | ,827 | 3,79 | ,908 | 2,28* | 122 | 0,36 |
| sie nachvollziehen können, welche Inhalte von vielen anderen Lesern/Nutzern gesehen, gelesen, kommentiert oder geteilt wurden. | 3,47 | ,965 | 3,03 | 1,016 | 2,41* | 119 | 0,43 |
| sie selbst Material (Texte, Fotos, Videos etc.) für die Berichterstattung beisteuern können. | 2,58 | ,926 | 2,51 | 1,014 | 0,43 | 121 | 0,08 |
| sie ihre Verbundenheit mit der SZ nach außen zeigen können. | 3,29 | 1,009 | 3,48 | 1,090 | 0,96 | 119 | -0,18 |
| sie mit anderen Lesern/Nutzern in Kontakt treten und sich austauschen können. | 3,41 | ,956 | 2,60 | ,917 | 4,66*** | 114 | 0,81 |
| sie inhaltlich über die Themen der Berichterstattung diskutieren können. | 3,97 | ,923 | 3,68 | ,763 | 1,91 | 122 | 0,29 |
| die Redaktion eine Plattform zur Diskussion über die Art und Qualität der Berichterstattung der SZ (z. B. über die Themenwahl, die Machart oder den Ton von Beiträgen usw.). | 3,83 | ,813 | 3,35 | 1,162 | 2,62* | 106 | 0,48 |
| sie von den Journalisten ernst genommen werden. | 4,80 | ,542 | 4,46 | ,714 | 3,02** | 116 | 0,34 |
| sie mit der Redaktion bzw. einzelnen Journalisten in direkten Kontakt und Dialog treten können. | 3,87 | ,820 | 3,57 | ,893 | 1,95 | 123 | 0,30 |
| sie der Redaktion Themenideen zukommen lassen können. | 3,36 | ,895 | 3,23 | 1,007 | 0,76 | 120 | 0,13 |
| die Mitglieder der Redaktion vorgestellt werden. | 3,32 | ,990 | 3,19 | 1,084 | 0,68 | 119 | 0,13 |
| sie Informationen über die (Entscheidungs-)Prozesse in der Redaktion erhalten. | 3,02 | ,940 | 2,87 | 1,048 | 0,81 | 121 | 0,15 |
| sie zusätzliche Informationen über die Quellen erhalten, die einem journalistischen Beitrag zu Grunde liegen. | 3,39 | 1,144 | 2,86 | ,819 | 2,92** | 109 | 0,53 |
| die Redaktion auf sozialen Netzwerken vertreten ist. | 3,75 | ,985 | 3,19 | 1,025 | 3,06** | 117 | -0,56 |
| sie journalistische Inhalte einfach und schnell an Freunde oder Familie weiterleiten oder empfehlen können. | 4,07 | ,892 | 3,48 | 1,026 | 3,39*** | 118 | 0,59 |

11.5 Berufserfahrung SZ (8/15)

| Erwartungserwartungen Beteiligung | < 12 Jahre (n=55-59) | | ≥ 12 Jahre (n=59-65) | | T | df | Mittl. Diff. |
|--|-------------------------|----------|-------------------------|----------|--------|-----|-----------------|
| | MW | Std.abw. | MW | Std.abw. | | | |
| sie journalistische Beiträge kommentieren und bewerten können. | 4,14 | ,840 | 3,78 | ,917 | 2,23* | 121 | -0,35 |
| sie nachvollziehen können, welche Inhalte von vielen anderen Lesern/Nutzern gesehen, gelesen, kommentiert oder geteilt wurden. | 3,34 | ,947 | 3,13 | 1,063 | 1,17 | 118 | 0,22 |
| sie selbst Material (Texte, Fotos, Videos etc.) für die Berichterstattung beisteuern können. | 2,47 | ,883 | 2,59 | 1,050 | 0,73 | 120 | -0,13 |
| sie ihre Verbundenheit mit der SZ nach außen zeigen können. | 3,31 | ,940 | 3,49 | 1,147 | 0,95 | 118 | -0,18 |
| sie mit anderen Lesern/Nutzern in Kontakt treten und sich austauschen können. | 3,30 | ,989 | 2,71 | ,966 | 3,25** | 113 | 0,59 |
| sie inhaltlich über die Themen der Berichterstattung diskutieren können. | 3,90 | ,892 | 3,75 | ,811 | 0,93 | 121 | 0,14 |
| die Redaktion eine Plattform zur Diskussion über die Art und Qualität der Berichterstattung der SZ (z. B. über die Themenwahl, die Machart oder den Ton von Beiträgen usw.). | 3,69 | ,814 | 3,45 | 1,181 | 1,26** | 117 | 0,25 |
| sie von den Journalisten ernst genommen werden. | 4,76 | ,601 | 4,54 | ,614 | 2,01* | 120 | 0,22 |
| sie mit der Redaktion bzw. einzelnen Journalisten in direkten Kontakt und Dialog treten können. | 3,95 | ,775 | 3,48 | ,903 | 3,13** | 122 | 0,47 |
| sie der Redaktion Themenideen zukommen lassen können. | 3,37 | ,945 | 3,23 | ,948 | 0,85 | 119 | 0,15 |
| die Mitglieder der Redaktion vorgestellt werden. | 3,14 | ,934 | 3,37 | 1,126 | 1,19 | 117 | -0,23 |
| sie Informationen über die (Entscheidungs-)Prozesse in der Redaktion erhalten. | 2,95 | ,915 | 2,91 | 1,071 | 0,22 | 120 | 0,04 |
| sie zusätzliche Informationen über die Quellen erhalten, die einem journalistischen Beitrag zu Grunde liegen. | 3,33 | 1,130 | 2,92 | ,893 | 2,19* | 108 | 0,41 |
| die Redaktion auf sozialen Netzwerken vertreten ist. | 3,71 | ,986 | 3,27 | 1,074 | 2,31* | 116 | 0,44 |
| sie journalistische Inhalte einfach und schnell an Freunde oder Familie weiterleiten oder empfehlen können. | 4,03 | ,898 | 3,53 | 1,038 | 2,87** | 120 | 0,50 |

11.6 Leitungsrolle (n.s.)

| Erwartungserwartungen Beteiligung | nein (n=92-109) | | ja (n=15-16) | | Mittl. Diff. |
|--|--------------------|----------|-----------------|----------|-----------------|
| | MW | Std.abw. | MW | Std.abw. | |
| sie journalistische Beiträge kommentieren und bewerten können. | 3,93 | ,896 | 4,06 | ,929 | -0,14 |
| sie nachvollziehen können, welche Inhalte von vielen anderen Lesern/Nutzern gesehen, gelesen, kommentiert oder geteilt wurden. | 3,25 | 1,010 | 3,19 | ,981 | 0,07 |
| sie selbst Material (Texte, Fotos, Videos etc.) für die | 2,49 | ,906 | 2,93 | 1,280 | -0,44 |

| | | | | | |
|--|------|-------|------|-------|-------|
| Berichterstattung beisteuern können. | | | | | |
| sie ihre Verbundenheit mit der SZ nach außen zeigen können. | 3,42 | 1,046 | 3,31 | 1,138 | 0,11 |
| sie mit anderen Lesern/Nutzern in Kontakt treten und sich austauschen können. | 3,03 | ,995 | 2,93 | 1,163 | 0,10 |
| sie inhaltlich über die Themen der Berichterstattung diskutieren können. | 3,85 | ,833 | 3,56 | ,964 | 0,29 |
| die Redaktion eine Plattform zur Diskussion über die Art und Qualität der Berichterstattung der SZ (z. B. über die Themenwahl, die Machart oder den Ton von Beiträgen usw.). | 3,54 | 1,047 | 3,75 | ,931 | -0,21 |
| sie von den Journalisten ernst genommen werden. | 4,62 | ,663 | 4,69 | ,602 | -0,07 |
| sie mit der Redaktion bzw. einzelnen Journalisten in direkten Kontakt und Dialog treten können. | 3,69 | ,851 | 3,75 | 1,065 | -0,06 |
| sie der Redaktion Themenideen zukommen lassen können. | 3,29 | ,958 | 3,38 | ,885 | -0,09 |
| die Mitglieder der Redaktion vorgestellt werden. | 3,20 | 1,021 | 3,67 | 1,047 | -0,46 |
| sie Informationen über die (Entscheidungs-)Prozesse in der Redaktion erhalten. | 2,91 | ,928 | 3,06 | 1,389 | -0,15 |
| sie zusätzliche Informationen über die Quellen erhalten, die einem journalistischen Beitrag zu Grunde liegen. | 3,11 | 1,027 | 3,25 | 1,065 | -0,14 |
| die Redaktion auf sozialen Netzwerken vertreten ist. | 3,48 | 1,044 | 3,53 | 1,060 | -0,05 |
| sie journalistische Inhalte einfach und schnell an Freunde oder Familie weiterleiten oder empfehlen können. | 3,75 | ,996 | 3,94 | ,998 | -0,19 |

Mann-U-Whitney Test (da keine Normalverteilung)

12 Allgemeine Einschätzungen und Einstellungen zur Publikumsbeteiligung

Frage 11: Wir nähern uns dem Ende des Fragebogens. Gerne möchten wir nun Ihre Meinung zu den verschiedenen Möglichkeiten der Publikumsbeteiligung noch etwas genauer kennen lernen. Bitte geben Sie jeweils an, ob sie den folgenden Aussagen jeweils gar nicht, weniger, teils-teils, überwiegend oder voll und ganz zustimmen.

| n=125-128 | stimme | | | | | MW | Std.Abw. |
|---|-----------------|-------------|-----------------|-----------------|----------------------|------|----------|
| | gar nicht zu | ... weniger | ... teils/teils | ... überwiegend | ... voll und ganz | | |
| Der Dialog und Austausch mit dem Publikum sind unverzichtbarer Bestandteil der SZ. | 0,0 | 3,2 | 23,0 | 37,3 | 36,5 | 4,07 | ,850 |
| Publikumsbeteiligung hält die Redaktion von ihrer eigentlichen Aufgabe ab. | 18,9 | 29,9 | 37,8 | 10,2 | 3,1 | 2,49 | 1,015 |
| Die Beteiligung des Publikums macht den Prozess öffentlicher Information und Meinungsäußerung demokratischer. | 5,5 | 20,3 | 29,7 | 29,7 | 14,8 | 3,28 | 1,115 |
| Kommentare, Diskussionen und andere Publikumsbeiträge erweitern unsere Berichterstattung um weitere inhaltliche Facetten. | 2,4 | 11,0 | 41,7 | 33,1 | 11,8 | 3,41 | ,920 |
| Die Verwendung nutzergenerierter Inhalte dient der Kosteneinsparung. | 43,2 | 23,2 | 24,8 | 6,4 | 2,4 | 2,02 | 1,078 |
| Die Bedeutung, die der Publikumsbeteiligung bei der SZ beigemessen wird, ist zu hoch. | 25,0 | 46,1 | 15,6 | 9,4 | 3,9 | 2,21 | 1,047 |
| Die Qualität der Publikumsbeiträge und -beteiligung ist zu niedrig. | 3,1 | 13,3 | 41,4 | 32,8 | 9,4 | 3,32 | ,930 |
| Journalisten behalten bei der Auswahl und Bearbeitung von Beiträgen und Texten weiterhin die Oberhand. | 0,0 | 0,8 | 7,0 | 36,7 | 55,5 | 4,47 | ,663 |
| Die Beteiligung des Publikums hat einen hohen Unterhaltungswert. | 12,7 | 30,2 | 38,9 | 14,3 | 4,0 | 2,67 | 1,004 |
| Die Publikumsbeteiligung macht die SZ glaubwürdiger. | 1,6 | 13,3 | 19,5 | 41,4 | 24,2 | 3,73 | 1,023 |
| Die Reaktionen des Publikums zeigen uns sofort, ob wir die richtigen Themen auswählen und sie verständlich darstellen. | 6,3 | 19,7 | 41,7 | 26,8 | 5,5 | 3,06 | ,970 |
| Mithilfe der Publikumsbeteiligung lassen sich neue Zielgruppen gewinnen. | 3,2 | 12,7 | 32,5 | 38,9 | 12,7 | 3,45 | ,977 |
| Die Machtverhältnisse zwischen Journalisten und Publikum haben sich verändert. | 3,1 | 11,0 | 35,4 | 28,3 | 22,0 | 3,55 | 1,052 |
| Mit Publikumsbeteiligung wird die Leserbindung erhöht. | 0,0 | 4,0 | 14,4 | 40,8 | 40,8 | 4,18 | ,827 |

12.1 Geschlecht (n.s.)

| Allgemeine Einschätzung | Weiblich (n=58-60) | | Männlich (n=61-64) | | | | Mittl. Diff. |
|---|-----------------------|----------|-----------------------|----------|------|-----|-----------------|
| | MW | Std.abw. | MW | Std.abw. | T | df | |
| Der Dialog und Austausch mit dem Publikum sind unverzichtbarer Bestandteil der SZ. | 4,03 | ,823 | 4,08 | ,874 | 0,31 | 120 | -0,05 |
| Publikumsbeteiligung hält die Redaktion von ihrer eigentlichen Aufgabe ab. | 2,68 | ,955 | 2,38 | 1,047 | 1,67 | 121 | 0,30 |
| Die Beteiligung des Publikums macht den Prozess öffentlicher Information und Meinungsäußerung demokratischer. | 3,27 | 1,118 | 3,28 | 1,119 | 0,07 | 122 | -0,02 |
| Kommentare, Diskussionen und andere Publikumsbeiträge erweitern unsere Berichterstattung um weitere inhaltliche Facetten. | 3,38 | ,922 | 3,43 | ,946 | 0,27 | 121 | -0,05 |
| Die Verwendung nutzergenerierter Inhalte dient der Kosteneinsparung. | 2,10 | 1,071 | 1,98 | 1,100 | 0,60 | 119 | 0,12 |
| Die Bedeutung, die der Publikumsbeteiligung bei der SZ beigemessen wird, ist zu hoch. | 2,12 | ,904 | 2,34 | 1,171 | 1,21 | 118 | -0,23 |
| Die Qualität der Publikumsbeiträge und -beteiligung ist zu niedrig. | 3,40 | ,924 | 3,30 | ,920 | 0,62 | 122 | 0,10 |
| Journalisten behalten bei der Auswahl und Bearbeitung von Beiträgen und Texten weiterhin die Oberhand. | 4,53 | ,676 | 4,41 | ,660 | 1,06 | 122 | 0,13 |
| Die Beteiligung des Publikums hat einen hohen Unterhaltungswert. | 2,71 | ,966 | 2,67 | 1,047 | 0,25 | 120 | 0,05 |
| Die Publikumsbeteiligung macht die SZ glaubwürdiger. | 3,70 | ,979 | 3,77 | 1,050 | 0,36 | 122 | -0,07 |
| Die Reaktionen des Publikums zeigen uns sofort, ob wir die richtigen Themen auswählen und sie verständlich darstellen. | 3,08 | 1,094 | 3,03 | ,861 | 0,29 | 112 | 0,05 |
| Mithilfe der Publikumsbeteiligung lassen sich neue Zielgruppen gewinnen. | 3,47 | ,989 | 3,44 | ,963 | 0,17 | 120 | 0,03 |
| Die Machtverhältnisse zwischen Journalisten und Publikum haben sich verändert. | 3,51 | 1,057 | 3,66 | ,963 | 0,81 | 121 | -0,15 |
| Mit Publikumsbeteiligung wird die Leserbindung erhöht. | 4,15 | ,820 | 4,25 | ,789 | 0,66 | 119 | -0,10 |

12.2 Alter (3/14)

| Allgemeine Einschätzung | Jünger als 40 Jahre (n=47-48) | | 40 Jahre und älter (n=66-69) | | | | Mittl. Diff. |
|---|----------------------------------|----------|---------------------------------|----------|--------|-----|-----------------|
| | MW | Std.abw. | MW | Std.abw. | T | df | |
| Der Dialog und Austausch mit dem Publikum sind unverzichtbarer Bestandteil der SZ. | 4,25 | ,838 | 3,97 | ,816 | 1,79 | 113 | 0,28 |
| Publikumsbeteiligung hält die Redaktion von ihrer eigentlichen Aufgabe ab. | 2,29 | 1,148 | 2,68 | ,899 | 2,06* | 115 | -0,39 |
| Die Beteiligung des Publikums macht den Prozess öffentlicher Information und Meinungsäußerung demokratischer. | 3,63 | 1,142 | 3,09 | 1,040 | 2,65** | 115 | 0,54 |
| Kommentare, Diskussionen und andere Publikumsbeiträge erweitern unsere Berichterstattung um weitere inhaltliche Facetten. | 3,43 | ,927 | 3,36 | ,939 | 0,36 | 114 | 0,06 |
| Die Verwendung nutzergenerierter Inhalte dient der Kosteneinsparung. | 1,83 | 1,059 | 2,20 | 1,084 | 1,79 | 112 | -0,36 |
| Die Bedeutung, die der Publikumsbeteiligung bei der SZ beigemessen wird, ist zu hoch. | 2,13 | 1,142 | 2,25 | ,976 | 0,62 | 115 | -0,12 |
| Die Qualität der Publikumsbeiträge und - | 3,40 | ,962 | 3,25 | ,881 | 0,87 | 115 | 0,15 |

| | | | | | | | |
|---|------|-------|------|-------|------|-----|-------|
| beteiligung ist zu niedrig. Journalisten behalten bei der Auswahl und Bearbeitung von Beiträgen und Texten weiterhin die Oberhand. | 4,46 | ,713 | 4,46 | ,632 | 0,04 | 115 | -0,01 |
| Die Beteiligung des Publikums hat einen hohen Unterhaltungswert. | 2,85 | 1,083 | 2,65 | ,910 | 1,10 | 113 | 0,20 |
| Die Publikumsbeteiligung macht die SZ glaubwürdiger. | 3,92 | ,942 | 3,62 | 1,045 | 1,59 | 108 | 0,29 |
| Die Reaktionen des Publikums zeigen uns sofort, ob wir die richtigen Themen auswählen und sie verständlich darstellen. | 3,04 | 1,091 | 3,04 | ,905 | 0,01 | 114 | -0,00 |
| Mithilfe der Publikumsbeteiligung lassen sich neue Zielgruppen gewinnen. | 3,57 | 1,016 | 3,47 | ,922 | 0,57 | 113 | 0,10 |
| Die Machtverhältnisse zwischen Journalisten und Publikum haben sich verändert. | 3,81 | 1,085 | 3,53 | ,969 | 1,47 | 114 | 0,28 |
| Mit Publikumsbeteiligung wird die Leserbindung erhöht. | 4,31 | ,854 | 4,20 | ,749 | 0,77 | 112 | 0,12 |

12.3 Schwerpunkt Tätigkeit (6/14)

| Allgemeine Einschätzung | Print (n=85-88) | | Online (n=40) | | T | df | Mittl. Diff. |
|---|--------------------|----------|------------------|----------|--------|-----|-----------------|
| | MW | Std.abw. | MW | Std.abw. | | | |
| Der Dialog und Austausch mit dem Publikum sind unverzichtbarer Bestandteil der SZ. | 3,98 | ,826 | 4,28 | ,877 | 1,85 | 124 | -0,30 |
| Publikumsbeteiligung hält die Redaktion von ihrer eigentlichen Aufgabe ab. | 2,64 | ,988 | 2,15 | 1,001 | 2,61* | 125 | 0,49 |
| Die Beteiligung des Publikums macht den Prozess öffentlicher Information und Meinungsäußerung demokratischer. | 3,09 | 1,090 | 3,70 | 1,067 | 2,95** | 126 | -0,61 |
| Kommentare, Diskussionen und andere Publikumsbeiträge erweitern unsere Berichterstattung um weitere inhaltliche Facetten. | 3,33 | ,931 | 3,59 | ,880 | 1,48 | 125 | -0,26 |
| Die Verwendung nutzergenerierter Inhalte dient der Kosteneinsparung. | 2,12 | 1,085 | 1,80 | 1,043 | 1,55 | 123 | 0,32 |
| Die Bedeutung, die der Publikumsbeteiligung bei der SZ beigemessen wird, ist zu hoch. | 2,25 | ,986 | 2,13 | 1,181 | 0,62 | 126 | 0,13 |
| Die Qualität der Publikumsbeiträge und -beteiligung ist zu niedrig. | 3,32 | ,953 | 3,33 | ,888 | 0,04 | 126 | -0,01 |
| Journalisten behalten bei der Auswahl und Bearbeitung von Beiträgen und Texten weiterhin die Oberhand. | 4,50 | ,606 | 4,40 | ,778 | 0,79 | 126 | 0,10 |
| Die Beteiligung des Publikums hat einen hohen Unterhaltungswert. | 2,56 | 1,013 | 2,90 | ,955 | 1,80 | 124 | -0,34 |
| Die Publikumsbeteiligung macht die SZ glaubwürdiger. | 3,60 | 1,078 | 4,03 | ,832 | 2,42* | 96 | -0,42 |
| Die Reaktionen des Publikums zeigen uns sofort, ob wir die richtigen Themen auswählen und sie verständlich darstellen. | 2,89 | ,958 | 3,43 | ,903 | 3,00** | 125 | -0,54 |
| Mithilfe der Publikumsbeteiligung lassen sich neue Zielgruppen gewinnen. | 3,41 | 1,022 | 3,55 | ,876 | 0,76 | 124 | -0,14 |
| Die Machtverhältnisse zwischen Journalisten und Publikum haben sich verändert. | 3,39 | 1,060 | 3,90 | ,955 | 2,59* | 125 | -0,51 |
| Mit Publikumsbeteiligung wird die Leserbindung erhöht. | 4,07 | ,870 | 4,43 | ,675 | 2,27* | 123 | -0,35 |

12.4 Berufserfahrung Journalismus (3/14)

| Allgemeine Einschätzung | < 19 Jahre (n=61-62) | | ≥ 19 Jahre (n=61-64) | | | | Mittl. Diff. |
|---|-------------------------|----------|-------------------------|----------|---------|-----|-----------------|
| | MW | Std.abw. | MW | Std.abw. | T | df | |
| Der Dialog und Austausch mit dem Publikum sind unverzichtbarer Bestandteil der SZ. | 4,28 | ,799 | 3,90 | ,856 | 2,51* | 122 | 0,37 |
| Publikumsbeteiligung hält die Redaktion von ihrer eigentlichen Aufgabe ab. | 2,32 | 1,021 | 2,65 | ,970 | 1,84 | 123 | -0,33 |
| Die Beteiligung des Publikums macht den Prozess öffentlicher Information und Meinungsäußerung demokratischer. | 3,65 | 1,088 | 2,97 | 1,038 | 3,57*** | 124 | 0,68 |
| Kommentare, Diskussionen und andere Publikumsbeiträge erweitern unsere Berichterstattung um weitere inhaltliche Facetten. | 3,54 | ,867 | 3,28 | ,967 | 1,58 | 123 | 0,26 |
| Die Verwendung nutzergenerierter Inhalte dient der Kosteneinsparung. | 1,90 | 1,141 | 2,16 | 1,003 | 1,35 | 121 | -0,26 |
| Die Bedeutung, die der Publikumsbeteiligung bei der SZ beigemessen wird, ist zu hoch. | 2,23 | 1,151 | 2,17 | ,935 | 0,29 | 124 | 0,05 |
| Die Qualität der Publikumsbeiträge und -beteiligung ist zu niedrig. | 3,39 | ,875 | 3,28 | ,951 | 0,65 | 124 | 0,11 |
| Journalisten behalten bei der Auswahl und Bearbeitung von Beiträgen und Texten weiterhin die Oberhand. | 4,47 | ,740 | 4,45 | ,589 | 0,12 | 124 | 0,02 |
| Die Beteiligung des Publikums hat einen hohen Unterhaltungswert. | 2,77 | 1,055 | 2,57 | ,928 | 1,12 | 122 | 0,20 |
| Die Publikumsbeteiligung macht die SZ glaubwürdiger. | 3,87 | ,914 | 3,64 | 1,104 | 1,28 | 121 | 0,23 |
| Die Reaktionen des Publikums zeigen uns sofort, ob wir die richtigen Themen auswählen und sie verständlich darstellen. | 3,07 | 1,093 | 3,03 | ,854 | 0,20 | 114 | 0,03 |
| Mithilfe der Publikumsbeteiligung lassen sich neue Zielgruppen gewinnen. | 3,62 | ,934 | 3,30 | ,994 | 1,85 | 122 | 0,32 |
| Die Machtverhältnisse zwischen Journalisten und Publikum haben sich verändert. | 3,74 | 1,115 | 3,38 | ,906 | 1,99* | 123 | 0,36 |
| Mit Publikumsbeteiligung wird die Leserbindung erhöht. | 4,29 | ,818 | 4,15 | ,749 | 1,01 | 121 | 0,14 |

12.5 Berufserfahrung SZ (n.s.)

| Allgemeine Einschätzung | < 12 Jahre (n=57-59) | | ≥ 12 Jahre (n=62-65) | | | | Mittl. Diff. |
|---|-------------------------|----------|-------------------------|----------|------|-----|-----------------|
| | MW | Std.abw. | MW | Std.abw. | T | df | |
| Der Dialog und Austausch mit dem Publikum sind unverzichtbarer Bestandteil der SZ. | 4,15 | ,847 | 4,00 | ,842 | 0,10 | 120 | 0,15 |
| Publikumsbeteiligung hält die Redaktion von ihrer eigentlichen Aufgabe ab. | 2,42 | 1,102 | 2,58 | ,917 | 0,89 | 122 | -0,16 |
| Die Beteiligung des Publikums macht den Prozess öffentlicher Information und Meinungsäußerung demokratischer. | 3,46 | 1,134 | 3,12 | 1,083 | 1,68 | 122 | 0,34 |
| Kommentare, Diskussionen und andere Publikumsbeiträge erweitern unsere Berichterstattung um weitere inhaltliche Facetten. | 3,45 | ,902 | 3,37 | ,961 | 0,47 | 121 | 0,08 |
| Die Verwendung nutzergenerierter Inhalte dient der Kosteneinsparung. | 1,90 | 1,029 | 2,16 | 1,119 | 1,34 | 119 | -0,26 |
| Die Bedeutung, die der Publikumsbeteiligung bei der SZ beigemessen wird, ist zu hoch. | 2,17 | 1,101 | 2,28 | 1,008 | 0,57 | 122 | -0,11 |
| Die Qualität der Publikumsbeiträge und - | 3,42 | ,986 | 3,26 | ,853 | 0,98 | 122 | 0,16 |

| | | | | | | | |
|---|------|-------|------|-------|------|-----|-------|
| beteiligung ist zu niedrig. Journalisten behalten bei der Auswahl und Bearbeitung von Beiträgen und Texten weiterhin die Oberhand. | 4,53 | ,653 | 4,43 | ,661 | 0,80 | 122 | 0,10 |
| Die Beteiligung des Publikums hat einen hohen Unterhaltungswert. | 2,74 | 1,061 | 2,68 | ,920 | 0,33 | 120 | 0,06 |
| Die Publikumsbeteiligung macht die SZ glaubwürdiger. | 3,76 | ,916 | 3,75 | 1,090 | 0,05 | 122 | 0,01 |
| Die Reaktionen des Publikums zeigen uns sofort, ob wir die richtigen Themen auswählen und sie verständlich darstellen. | 3,10 | 1,078 | 3,02 | ,882 | 0,49 | 121 | 0,09 |
| Mithilfe der Publikumsbeteiligung lassen sich neue Zielgruppen gewinnen. | 3,43 | 1,028 | 3,52 | ,926 | 0,48 | 120 | -0,09 |
| Die Machtverhältnisse zwischen Journalisten und Publikum haben sich verändert. | 3,61 | 1,145 | 3,56 | ,941 | 0,25 | 121 | 0,05 |
| Mit Publikumsbeteiligung wird die Leserbindung erhöht. | 4,26 | ,856 | 4,16 | ,761 | 0,73 | 119 | 0,11 |

12.6 Leitungsrolle (n.s.)

| Allgemeine Einschätzung | nein (n=109-112) | | ja (n=15-16) | | Mittl. Diff. |
|---|---------------------|----------|-----------------|----------|-----------------|
| | MW | Std.abw. | MW | Std.abw. | |
| Der Dialog und Austausch mit dem Publikum sind unverzichtbarer Bestandteil der SZ. | 4,04 | ,867 | 4,31 | ,704 | -,028 |
| Publikumsbeteiligung hält die Redaktion von ihrer eigentlichen Aufgabe ab. | 2,50 | 1,035 | 2,38 | ,885 | 0,13 |
| Die Beteiligung des Publikums macht den Prozess öffentlicher Information und Meinungsäußerung demokratischer. | 3,24 | 1,149 | 3,56 | ,814 | -0,32 |
| Kommentare, Diskussionen und andere Publikumsbeiträge erweitern unsere Berichterstattung um weitere inhaltliche Facetten. | 3,39 | ,936 | 3,56 | ,814 | -0,18 |
| Die Verwendung nutzergenerierter Inhalte dient der Kosteneinsparung. | 2,00 | 1,058 | 2,13 | 1,246 | -0,13 |
| Die Bedeutung, die der Publikumsbeteiligung bei der SZ beigemessen wird, ist zu hoch. | 2,28 | 1,076 | 1,75 | ,683 | 0,53 |
| Die Qualität der Publikumsbeiträge und -beteiligung ist zu niedrig. | 3,35 | ,946 | 3,13 | ,806 | 0,22 |
| Journalisten behalten bei der Auswahl und Bearbeitung von Beiträgen und Texten weiterhin die Oberhand. | 4,45 | ,669 | 4,63 | ,619 | -0,18 |
| Die Beteiligung des Publikums hat einen hohen Unterhaltungswert. | 2,64 | 1,047 | 2,88 | ,619 | -0,24 |
| Die Publikumsbeteiligung macht die SZ glaubwürdiger. | 3,75 | 1,000 | 3,63 | 1,204 | 0,13 |
| Die Reaktionen des Publikums zeigen uns sofort, ob wir die richtigen Themen auswählen und sie verständlich darstellen. | 3,04 | ,953 | 3,19 | 1,109 | -0,15 |
| Mithilfe der Publikumsbeteiligung lassen sich neue Zielgruppen gewinnen. | 3,45 | ,992 | 3,44 | ,892 | 0,02 |
| Die Machtverhältnisse zwischen Journalisten und Publikum haben sich verändert. | 3,54 | 1,077 | 3,63 | ,885 | -0,08 |
| Mit Publikumsbeteiligung wird die Leserbindung erhöht. | 4,17 | ,845 | 4,31 | ,704 | -0,15 |

Mann-U-Whitney Test (da keine Normalverteilung)

13 Berufliche Erfahrung und Tätigkeitskontext

Frage 12: Wie ist Ihre berufliche Position? (Mehrfachantworten möglich)

| n=128 | Prozent |
|---|---------|
| Redaktionsleitung | 8,5 |
| CvD | 3,1 |
| Redakteur/-in | 51,5 |
| Community Editor | 0,8 |
| Feste/-r freie/-r Mitarbeiter/-in | 28,5 |
| Freie/-r Mitarbeiter/-in | 3,1 |
| Etwas anderes (genannt wurden: Auslandskorrespondent; Autor/Reporter; Digitales Design; Pauschalist/in; Redaktionsassistent; Teamleitung) | 8,5 |

Frage 13: Für welches der folgenden Ressorts arbeiten Sie? (Mehrfachantworten möglich)

| n=128 | Ja |
|-------------------------------|------|
| Politik (Innen-/Außenpolitik) | 30,0 |
| Gesellschaft und Panorama | 17,7 |
| Wirtschaft | 15,4 |
| Kultur | 20,0 |
| Sport | 5,4 |
| München, Region und Bayern | 27,7 |
| Medien | 13,8 |
| Auto | 0,0 |
| Reise | 2,3 |
| Seite Drei | 6,9 |
| Wissen | 6,2 |
| Digital | 2,3 |
| Mobiles Leben | 1,5 |
| Wochenende | 7,7 |
| Video | 1,5 |
| ein anderes | 13,8 |

Unter „andere Ressorts“ wurde genannt:

- Beilagen (3x)
- CVD
- Digitales Design
- Forum
- Gerichtsberichterstattung
- jetzt.de (4x)
- Jugendmagazin
- Ratgeber
- Schlussredaktion
- SZ Wohlfühlen
- Trendthemenscouting

14 Anteile Arbeitszeiten für versch. Tätigkeiten

Frage 14: Wenn Sie an einen typischen Arbeitstag denken: Wie verteilt sich Ihre Arbeitszeit auf unterschiedliche Tätigkeitsfelder? Sollten sich diese von Tag zu Tag stark unterscheiden, zum Beispiel weil Sie je nach Schicht ganz bestimmte Tätigkeiten übernehmen, versuchen Sie bitte eine ungefähre Einschätzung über Ihre gesamte Arbeitszeit hinweg.

[Skala reichte von 0% bis 100%, abgestuft in 5er Schritten. Es gab keinen Check, ob die Werte sich genau auf 100% addieren,]

(A) Anteil der Arbeitszeit für organisatorische, koordinierende und verwaltende Tätigkeiten (z. B. strategische Ausrichtung oder Ressourcenplanung)

| | |
|---------|----------------|
| n=126 | |
| MW | 27,35 % |
| Median | 25,0 % |
| SD | 19,56 %-Punkte |
| Minimum | 0,0 % |
| Maximum | 85,0 % |

(B) journalistische Tätigkeiten (z. B. Recherche, Verfassen und Redigieren von Beiträgen, etc.)

| | |
|---------|----------------|
| n=128 | |
| MW | 61,75 % |
| Median | 65,0 % |
| SD | 22,00 %-Punkte |
| Minimum | 5,0 % |
| Maximum | 100,0 % |

(C) Kontakt mit dem Publikum (z. B. Lesen von Kommentaren im Forum oder einem Facebook-Profil der SZ, Mailwechsel mit Lesern, usw.)

| | |
|---------|---------------|
| n=124 | |
| MW | 11,70 % |
| Median | 10,0 % |
| SD | 9,26 %-Punkte |
| Minimum | 0,0 % |
| Maximum | 60,0 % |

15 Dauer journalistische Tätigkeit (allgemein und für SZ)

Frage 15: In welchem Jahr haben Sie angefangen, journalistisch tätig zu sein?

Die Spannweite reichte von 1969 bis 2011. Die folgende Tabellen dokumentierten die gruppierten Werte nach Umrechnung des Jahrs in „laufende Jahre“ (bei Beginn im Jahr 2013 beträgt der Wert „1“, also „im ersten Jahr“; etc.). Im Durchschnitt sind die Befragten seit 18,8 Jahren (Std.abw. 9,32) journalistisch tätig.

| n=128 | Häufigkeit | Prozente | Kumulierte Prozente |
|----------------------|------------|----------|---------------------|
| weniger als 15 Jahre | 45 | 35,2 | 35,2 |
| 15 bis 19 Jahre | 23 | 18,0 | 53,1 |
| 20 Jahre und mehr | 60 | 46,9 | 100,0 |

| n=128 | Häufigkeit | Prozente |
|----------------------|------------|----------|
| weniger als 19 Jahre | 64 | 50,0 |
| 19 Jahre und mehr | 64 | 50,0 |

Frage 16: Und in welchem Jahr haben Sie angefangen, bei der SZ zu arbeiten?

Die Spannweite reichte von 1975 bis 2013. Die folgenden Tabellen dokumentierten die gruppierten Werte nach Umrechnung des Jahrs in „laufende Jahre“ (bei Beginn im Jahr 2013 beträgt der Wert „1“, also „im ersten Jahr“; etc.). Im Durchschnitt sind die Befragten seit 12,4 Jahren (Std.abw. 8,84) bei der SZ tätig.

| n=126 | Häufigkeit | Prozente | Kumulierte Prozente |
|---------------------|------------|----------|---------------------|
| weniger als 5 Jahre | 24 | 19,0 | 19,0 |
| 5 bis 10 Jahre | 35 | 27,8 | 46,8 |
| 10 Jahre und mehr | 67 | 53,2 | 100,0 |

| n=126 | Häufigkeit | Prozente |
|----------------------|------------|----------|
| weniger als 12 Jahre | 60 | 47,6 |
| 12 Jahre und mehr | 66 | 52,4 |

16 Soziodemographie

Frage 17: Sind Sie... ?

| n=126 | Häufigkeit | Prozent |
|----------|------------|---------|
| Weiblich | 61 | 48,4 |
| Männlich | 65 | 51,6 |

Frage 18: Wie alt sind Sie?

Das Durchschnittsalter beträgt 41,2 Jahre (Std.Abw. 10,1).

| n=119 | Häufigkeit | Prozente | Kumulierte Prozente |
|--------------------|------------|----------|---------------------|
| Bis 35 Jahre | 44 | 37,0 | 37,0 |
| 36 bis 49 Jahre | 50 | 42,0 | 79,0 |
| 50 Jahre und älter | 25 | 21,0 | 100,0 |

| n=119 | Häufigkeit | Prozente |
|---------------------|------------|----------|
| jünger als 40 Jahre | 50 | 42,0 |
| 40 Jahre und älter | 69 | 58,0 |

17 Offene Kommentare

Frage 19: Gibt es noch etwas, das Sie uns zum Thema "Journalismus und sein Publikum" mitteilen möchten? [Kommentarfeld]

- Jugendmagazin ist nochmal stärker auf User-Mitwirkung bedacht, als andere teile der SZ
- Der Kontakt mit dem Publikum, für das wir alle schreiben und arbeiten, wird leider bisweilen durch den Ton getrübt, in dem viele User ihre Kommentare verfassen und ihre Ansprüche formulieren,. Und dadurch, dass im Zuge der Anonymität im Netz viele User Beiträge loslassen, die sie in diesem Ton niemals als Leserbriefe oder gar im direkten Kontakt so formulieren würden. Das hat sich im Zuge einiger Anstrengungen schon erheblich verbessert. Trotzdem ist es bisweilen eine Belastung. Was schade ist, weil der Kontakt mit den Lesern/Usern eigentlich eine Bereicherung für beide Seiten sein sollte. So aber fällt er oft hintenüber, weil er manchmal so unerquicklich ist. Nach wie vor gibt es im Netz viele User, die einfach nur Dampf ablassen wollen und sich mit den Inhalten gar nicht bis kaum auseinandersetzen. Das schadet der Gesamt-Kommunikation. Wird aber hoffentlich noch besser werden.
- Ich nutze vor allem meine eigenen Plattformen in den sozialen Netzwerken, weniger die der SZ
- für einen Auslandskorrespondenten sind viele der Fragen eher theoretisch
- Ich beantworte Leserbriefe fast nur, wenn es handfeste und berechtigte Beschwerden sind oder wichtige Hinweise auf ein Thema. Das ist eher selten. Auf externes Lob reagiere ich so gut wie nie, auf lange Briefe und umständliche Hinweise auf ein Thema oft auch nicht. Permanente Zeitnot und permanentes schlechtes Gewissen.
- Man macht bei jedem Medium andere Erfahrungen mit dem Publikum. Als ehemaliger Redakteur, Mitarbeiter etc. von FAZ, ZEIT, Deutschlandfunk habe ich das erfahren.
- Social Media und die damit ermöglichte Publikumsbeteiligung bedeuten nicht nur Gefahren sondern auch Chancen für den Journalismus. Die SZ sollte möglichst schnell ein Konzept entwickeln, das personell umsetzbar ist und diese Chancen bestmöglich nutzt.
- Mehr noch den Leser in die Lage versetzen, sich zu qualifizieren - mehr Info-Kästen mit Wissensbausteinen und Info-Grafiken. Im Prinzip aber die Meinungs- und Urteilsfähigkeit des Lesers auszubauen, Zusammenhänge darzustellen, auch zur nahen Vergangenheit und Geschichte. Den Leser als handelnden Bürger zu emanzipieren
- Einem Teil des Publikums (sicherlich der Minderheit) sind konkrete Autoren wichtig als Gesichter oder Federn der SZ.
- Soziale Medien (Twitter, Facebook, google Plus) sind extrem wichtig für den modernen Journalismus
- dem Leser sollte sein recht zur Kritik, aber auch seine Verantwortung klar sein, fair und in angemessenem Ton zu kommunizieren. Sonst bleibt nichts als ein Schlagabtausch. Meiner Meinung nach werden Kommentarfunktionen und Foren nach wie vor in erster Linie dazu genutzt, seinem persönlichen Ärger Luft zu machen. Das Potenzial, das in der Leserbindung steckt und in der Möglichkeit, den Leser abzuholen und mit ins Boot zu nehmen, wird nicht genug ausgeschöpft. Die Betreuung der Leserbeiträge sollte umfassender erfolgen, wenn man davon profitieren will. Mehr Personal für die Erschaffung einer konstruktiven Community, von der wir profitieren. Statt einer Notstandsverwaltung einer Flut von wahllosen Beiträgen.
- Kontakt zum Publikum kostet Zeit, die ich derzeit nicht habe.
- Die Bedeutung des Austauschs mit dem Publikum nimmt zu, und wir müssen das sehr ernst nehmen, auch wenn es manchmal nervt.
- Publikumsbeteiligung und Dialog sind schön - scheitern aber im Redaktionsalltag aber oft an der zunehmenden Arbeitsbelastung und Arbeitsverdichtung in der Redaktion. Ich schaffe es noch nicht einmal, alle Leserbriefe zu beantworten, die sich mit meinen Texten Mühe machen.
- Die Leser-Kommentare auf sz.de sind oft beschämend.
- Jede Redaktion müsste jemanden haben, der täglich offiziell als Ansprechpartner der Leser angeboten wird, an den sie sich direkt wenden können. Die Social Media sind dafür nur bedingt geeignet, weil sie eine qualitative Auseinandersetzung, die sich nicht bloß in einer kurzen Meinungsäußerung abbilden lässt, verhindert. Da könnte ich eine Vielzahl von Beispielen nennen, wie aus solchen Gesprächen wirklich gute und bedeutende Geschichten entstanden sind.