

Lese-Erlebnistypen und ihre Charakteristika

➔ **Bücher – „Medienklassiker“ mit hoher Erlebnisqualität**

Von Ursula Dehm*, Christoph Kochhan**, Sigrid Beeske und Dieter Storll***

Welchen Stellenwert haben Bücher in der Erlebnisgesellschaft?

Menschen stehen in der heutigen Zeit einer Vielfalt von Erlebnismöglichkeiten gegenüber – sei es Ereignissen im Bereich des Sports, der Kultur, der Freizeit allgemein oder auch unterschiedlichen Medien vom Radio über das Fernsehen bis hin zum Internet. Gerade die audiovisuellen Medien sprechen die Sinne der Rezipienten an und bieten oftmals die Möglichkeit, in andere Welten „einzutau-chen“. Vor diesem Hintergrund stellt sich die Frage, welchen Stellenwert das Lesen von Büchern in der heutigen Erlebnisgesellschaft hat. Kann ein Printmedium mit der Vielzahl an anderen Möglichkeiten der Freizeitgestaltung Schritt halten?

Lesen von Büchern unter den zehn beliebtesten Freizeitbeschäftigungen

Dass das Lesen grundsätzlich von Bedeutung ist, verdeutlichen verschiedene Untersuchungen wie beispielsweise die jährlich durchgeführte VerbraucherAnalyse: Seit Jahren schon ist das Lesen eine der beliebtesten Beschäftigungen in der Freizeit – eine Tatsache, die insgesamt noch an Bedeutung gewinnt, da die Zeit für Freizeitaktivitäten in den letzten zehn Jahren um rund 25 Minuten pro Tag auf aktuell rund 360 Minuten zugenommen hat. (1) Zwar reicht das Lesen von Büchern nicht an die Beliebtheit von Musikhören oder Fernsehen heran, da für diese Aktivitäten die Zustimmungswerte („mache ich gern/sehr gern“) bei jeweils mehr als 85 Prozent liegen, es behauptet sich aber seit Jahren – auch im Jahr 2004 – unter den ersten zehn Lieblingsbeschäftigungen. (2) So äußerten aktuell knapp 56 Prozent, dass sie gerne oder sogar sehr gerne in Büchern schmökern. Vereinzelt auftretende kulturpessimistische Äußerungen zum Unter-gang des Lesens – wie sie etwa schon Postman (3) formuliert hat – sollten vor dem Hintergrund dieser Befunde mit Vorsicht betrachtet werden (vgl. Tabelle 1). Auch die alle fünf Jahre im Auftrag von ARD und ZDF durchgeführte Langzeitstudie Mas-senkommunikation konnte in ihrer Erhebungswelle 2005 einen Anstieg des Zeitaufwands für Lesetätigkeiten in den letzten fünf Jahren von 12 Prozent auf durchschnittlich 65 Minuten pro Tag ermitteln. Davon entfallen allein 25 Minuten auf die Buchlektüre. (4)

Welche Erlebnisweisen der Buchlektüre gibt es?

Lesen meint jedoch nicht nur, aus einem Text für sich selbst einen Sinn zu bilden. Vielmehr kann aus der Lektüre von Printmedien auch ein sinnliches und emotionales Erleben hervorgehen. (5)

① **Beliebtheit von Freizeitbeschäftigungen 2004¹⁾**

Rang 1 bis 10, Angaben in %

Freizeitbeschäftigung	besonders gern	gern
Musik hören	41,9	50,0
Fernsehsendungen sehen (keine Videofilme)	36,9	51,0
Tageszeitung lesen	31,6	42,4
gut essen gehen	26,2	50,3
Partys feiern / mit Freunden zusammen sein	24,4	47,2
grillen, Picknick	21,1	42,1
Auto fahren	20,6	38,2
Bücher lesen	19,9	35,6
Zeitschriften lesen	16,7	48,0
Rad fahren	16,2	40,8

1) Beliebtheit anhand einer 4er-Skala: besonders gern, gern, weniger gern, überhaupt nicht.

Quelle: VerbraucherAnalyse 2004, Bauer Media KG.

Aber was genau verbinden Menschen mit dem Lesen von Büchern: Informationsaufnahme, Zeitvertreib, Unterhaltung? Was erleben sie dabei? Vermag ein Buch den Leser heutzutage noch so zu fesseln, dass er alles um sich herum vergisst – gibt es im Bereich des Lesens ein, mit Csikszentmihalyi (6) formuliertes, „Flow-Erleben“, das einen Zustand meint, „in dem das Bewusstsein völlig vom Tätigkeitsvollzug absorbiert ist“? (7) Wie erlebt der Rezipient also den „Konsum“ von Büchern und gibt es hier Unterschiede zum Erleben vergleichsweise neuerer Medien, etwa dem Fernsehen? Lassen sich vor dem Hintergrund unterschiedlicher Erlebnisweisen der Buchlektüre idealtypische Leserprofile in unserer Gesellschaft erkennen? In diesem Zusammenhang interessiert auch die Frage, inwieweit die Erlebnisweisen unterschiedlicher Mediennutzungen wie zum Beispiel Lesen und Fernsehen in Konkurrenz zueinander stehen, sich substituieren oder komplementär erlebt werden.

Diesen Fragen geht eine Repräsentativbefragung von 852 Personen in Deutschland nach, die der Börsenverein des Deutschen Buchhandels, das ZDF und forsa im Juni 2005 gemeinsam durchgeführt haben. (8) Ausgangspunkt der vorliegenden Studie zum Leseerleben ist die im Jahr 2003 von ZDF und forsa durchgeführte Befragung zu den Erlebnisweisen des Fernsehens. (9) Es konnte gezeigt werden, dass dem Fernseherleben der Zuschauer fünf Erlebnisfaktoren zugrunde liegen, die in ihrer Dimensionierung unabhängig von der Art der rezipierten Fernsehinhalte sind: Fernsehen bedeutet für die Rezipienten in erster Linie Emotionalität, nahezu gleichauf Orientierung sowie Ausgleich, Zeitvertreib und Soziales Erleben. Diese fünf Erlebnisfaktoren wurden mit Hilfe von 20 Aussagen/ Gratifikationserwartungen gemessen, die auf der Forschung zum Uses-and-Gratifications-Approach basieren. In der vorliegenden Studie sollte mit Hilfe dieser Gratifikationserwartungen untersucht werden, ob und inwieweit sie das Leseerlebnis im Vergleich zum Fernseherleben beschreiben können, inwieweit die Rezipienten durch unterschiedliche Zustimmungswerte zu diesen Aussagen Lesen

Repräsentativ-befragung von Börsenverein, ZDF und forsa

* ZDF-Medienforschung, Mainz;
 ** Börsenverein des Deutschen Buchhandels, Frankfurt am Main;
 *** forsa-Medienforschung, Berlin.

und Fernsehen voneinander unterscheiden bzw. welche Erlebnisweisen aus Befragtensicht sowohl beim Fernsehen als auch beim Lesen vorhanden sind. Dazu wurden aus der in 2003 befragten Stichprobe 852 Personen im Juni 2005 zum Lesen von Büchern und ihren Leseerlebnisweisen befragt. 11 Prozent dieser Befragten gaben an, nie Bücher zu lesen. Diesen Befragten wurden keine weiteren Fragen gestellt. Alle Daten der Studie beziehen sich somit auf 757 Befragte, die zumindest seltener als einmal im Monat Bücher lesen.

Konzeption der Studie

Das Leseverhalten selbst wurde bereits in einer repräsentativen Befragung gemeinschaftlich vom ZDF und dem Börsenverein des Deutschen Buchhandels im November 2004 näher untersucht. (10) Die zentralen Ergebnisse, etwa dass Frauen mehr lesen als Männer, insbesondere mittlere Altersjahrgänge dem Buch zugeneigt sind und Sachbücher, Romane oder Krimis beliebte Genres darstellen, lassen sich auch durch die aktuellen Ergebnisse bestätigen.

Leserleben mit gleichen Aussagen erfasst wie Fernseherleben

Im Folgenden wird zunächst das Leserleben – untersucht mit den 20 Gratifikationsaussagen, mit denen bereits das Fernsehen untersucht wurde – beschrieben und zielgruppenspezifisch analysiert. In einem weiteren Schritt wird das Leserleben mit dem Fernseherleben verglichen. Zusätzlich wird analog zu den bereits dargestellten Fernseh-Erlebnistypen (11) eine Leseerlebnis-Typologie vorgestellt.

Ein Vergleich des Fernseherlebens mit dem Erleben des Lesens von Büchern zeigt, dass die Dimensionierung der untersuchten 20 Einzelaussagen bei beiden medialen Erlebnisweisen sehr ähnlich ist. Zwei Unterschiede fallen auf: Zum einen bilden die drei Dimensionen Ausgleich, Zeitvertreib und Emotionalität beim Leserleben einen gemeinsamen Faktor. Dies zeigt, dass beim Lesen, anders als beim Fernsehen, Emotionalität stärker mit dem erlebten Ausgleich und Zeitvertreib verknüpft ist. Der zweite – allerdings zu vernachlässigende – Unterschied ist, dass das Item „Ich verstehe die Sorgen und Probleme anderer Menschen besser“, beim Fernseherleben dem Faktor Orientierung zugehörig, beim Leserleben geringfügig stärker auf dem Faktor Soziales Erleben lädt. Generell zeigt sich jedoch, dass mit der Itematterie, die für das Fernseherleben entwickelt wurde, sich auch das Leserleben in ähnlicher Dimensionierung erfassen und analysieren lässt. Aus Gründen der Kontinuität, der Plausibilität und da in der vorliegenden Studie die Gemeinsamkeiten und Unterschiede der beiden medialen Tätigkeiten Fernsehen und Lesen von Büchern untersucht werden sollen, orientiert sich die weitere Darstellung der Ergebnisse an der Dimensionierung des Fernseherlebens.

Das Leseerlebnis

Die Aussagen, die am besten die Erlebnistiefe des Lesens aus Befragtensicht beschreiben, sind der Dimension Emotionalität zuzuordnen. In erster Linie macht Lesen Spaß (84%), man kann sich dabei entspannen (81%), Lesen ist eine schöne Abwechslung nach der Tageshete (73%), und man ist gespannt bei der Lektüre (68%) (vgl. Tabelle 2). Jeder Zweite sagt, „ich kann dabei lachen“ (51%). Rund jeder Zweite erlebt beim Lesen auch Ausgleich: 51 Prozent werden von Alltagsorgen abgelenkt und 46 Prozent beruhigt das Lesen, wenn sie Ärger haben. Wichtig ist für viele auch der erlebte Zeitvertreib: Mehr als die Hälfte sagt, „so kann ich die Zeit sinnvoll nutzen“ (56%), ein ähnlich hoher Prozentsatz meint, „so kann ich die Zeit verbringen“ (49%) und für mehr als ein Drittel der Befragten ist Lesen Gewohnheit (38%).

Die Dimension Orientierung durch Lesen ist nach der erlebten Emotionalität das Zweitwichtigste, was dem Lesen zugeordnet wird: 70 Prozent der Befragten geben an, beim Lesen etwas lernen zu können, 69 Prozent bekommen neue Informationen, und zwei Drittel (66%) erhalten Anregungen und Stoff zum Nachdenken. Für die Hälfte (50%) bedeutet Lesen auch, Gesprächsstoff zu erhalten, um sich mit anderen austauschen zu können. Lesen als „wertvolle Hilfe, wenn ich mir eine eigene Meinung bilden will“, nennen weitere 42 Prozent. Gut jeder Vierte (27%) meint, durch Lesen verstehe er die Sorgen und Probleme anderer Menschen besser. Die Quasiteilhabe am Leben anderer ist mit 27 Prozent Nennungen die häufigste Erlebnisweise der Dimension Soziales Erleben. Es folgt die Aussage, „manche Personen sind wie gute Freunde für mich“ (23%), jeder Fünfte sagt, beim Lesen „habe (ich) das Gefühl dazugehören“ (21%), und ebenfalls jedem Fünften hilft das Lesen, sich im Alltag zurechtzufinden (20%). Zusammenfassend kann Lesen demnach als mediale Tätigkeit bezeichnet werden, die hoch emotional ist, gleichzeitig für viele auch Ausgleich und Zeitvertreib bedeutet sowie zudem einen hohen Orientierungswert besitzt. Für Teile der Leser bedeutet sie auch Soziales Erleben.

Genrepräferenzen und Leserleben

Liebhaber verschiedener Buchgenres unterscheiden sich in ihrem Leseerlebnis, das heißt, das Interesse an bestimmten Buchgenres wirkt sich auf die Erlebnisweise des Lesens generell aus. So ist das Lesen von Büchern bei Menschen, die sehr gerne belletristische Literatur lesen, stärker von emotionalen Erlebnisweisen geprägt als im Befragten-durchschnitt. Hingegen wird das Lesen von denjenigen, die sehr gerne Bücher mit sachbezogenem Charakter lesen, vergleichsweise stärker als eine Hilfe zur Orientierung betrachtet. Im Folgenden wird das unterschiedliche Leserleben von Lesern mit ausgeprägtem Interesse an den Genres Romane, Krimis, Sciencefiction, Frauenliteratur, Autobiografien und Sachbüchern exemplarisch dargestellt (vgl. Tabelle 3).

Größte Erlebnistiefe des Lesens in der Dimension Emotionalität

Erlebnisweisen im Bereich Orientierung am Zweitwichtigsten

② Erlebnisqualität des Fernsehens und Bücherlesens gesamt und nach AltersgruppenZustimmungswert¹⁾, in %

Erlebnisdimension/Item	Leser gesamt		Leser 14-29 J.		Leser 30-49 J.		Leser ab 50 J.	
	Fernsehen	Lesen	Fernsehen	Lesen	Fernsehen	Lesen	Fernsehen	Lesen
Emotionalität								
macht mir Spaß	64	84*	71	74	64	86*	62	85*
ich kann dabei lachen	53	51	63	54	52	52	51	49
ich kann mich dabei entspannen	65	81*	68	78*	67	81*	61	82*
bin gespannt dabei	47	68*	41	69*	46	67*	50	69*
eine schöne Abwechslung nach der Tageshetze	60	73*	51	68*	64	78*	59	69*
Orientierung								
gibt mir Anregungen und Stoff zum Nachdenken	54	66*	39	52*	48	66*	67	72*
ich bekomme neue Informationen	75	69*	56	59	71	67	84	74*
ich kann etwas lernen	60	70*	43	57*	55	65*	71	79*
ist mir eine wertvolle Hilfe, wenn ich mir eine eigene Meinung bilden will	42	42*	26	29	40	40	50	50*
bringen viele Dinge, über die ich mich mit anderen unterhalten kann	47	50*	41	38	44	45	53	59
ich verstehe die Sorgen und Probleme anderer Menschen besser	35	27*	18	22	30	20*	45	36*
Ausgleich								
beruhigt mich, wenn ich Ärger habe	24	46*	33	41*	23	47*	22	47*
lenkt mich von den Alltagssorgen ab	38	51*	39	45	43	57*	33	49*
Zeitvertreib								
ist Gewohnheit für mich	29	38*	38	30	25	41*	29	37*
so kann ich die Zeit verbringen	25	49*	38	56*	29	53*	18	42*
so kann ich die Zeit sinnvoll nutzen	22	56*	21	52*	20	58*	24	56*
Soziales Erleben								
manche Personen sind wie gute Freunde für mich	14	23*	16	16*	10	23*	18	27*
ich habe das Gefühl dazuzugehören	9	21*	6	18*	7	19*	13	23*
ich kann am Leben anderer teilnehmen	22	27*	11	26*	20	22*	29	32*
hilft mir, mich im Alltag zurechtzufinden	13	20*	5	13	11	17*	18	26*
Basis (n) ²⁾	757		121		314		322	

1) Angegeben ist der Zustimmungswert 4+5 auf einer 5er-Skala.

2) Befragte, die zumindest selten Bücher lesen.

* signifikanter T-Testwert (p<0.05).

Quelle: forsa. / ZDF Medienforschung Juni 2005.

③ Charakteristik von Lesern verschiedener Genresdurchschnittlicher Zustimmungswert¹⁾ zu allen Items der einzelnen Erlebnisdimensionen, in %

Erlebnisdimension	Gesamt	Leser von ...								
		Romanen ³⁾	Krimis	Science-fiction/ Fantasy	Frauenliteratur	(Auto)- Biografien	Sachbüchern	Hobby/ Freizeit	Essen + Trinken/ Kochbücher	Reise literatur
Emotionalität	71	81	80	83	82	77	70	67	75	72
Orientierung	54	52	50	50	59	64	64	58	59	63
Ausgleich	49	58	55	57	62	47	44	44	49	44
Zeitvertreib	48	55	55	59	60	55	48	42	48	45
Soziales Erleben	23	25	21	23	35	28	23	22	25	25
Basis (n) ²⁾	757	322	292	147	148	148	327	223	255	210

1) Angegeben ist der durchschnittliche Zustimmungswert (4+5 auf einer 5er-Skala) aller Items des jeweiligen TV-Erlebnissfaktors.

2) Befragte, die zumindest selten Bücher lesen.

3) Leser von Liebesromanen, historischen und heiteren Romanen.

Quelle: forsa. / ZDF Medienforschung Juni 2005.

**Romanleser
erleben vor allem
Spaß und Ausgleich**

Menschen, die gerne Romane lesen, verbinden mit der Lektüre von Büchern ein hohes Maß an Emotionalität. Spaß beispielsweise verbinden Menschen, die heitere Romane (95%), historische Romane (95%) oder Liebesromane (93%) lesen, häufiger generell mit Lesen als der Befragten-durchschnitt. Auch die Abwechslung nach der Tageshete oder die Möglichkeit, beim Lesen entspannen zu können, spielt bei einer Vielzahl derjenigen, die gerne Romane lesen, eine große Rolle. Eng verknüpft mit dem emotionalen Erlebnis ist die Dimension Ausgleich: Überdurchschnittlich oft nennen Leser von heiteren (67%), historischen (60%) oder von Liebesromanen (64%), dass Lesen sie von Alltagsorgen ablenkt. Ähnliches gilt für die Aussage „Lesen beruhigt mich, wenn ich Ärger habe“ (58%; 55%; 60%). Die Romanleser betrachten das Lesen darüber hinaus auch häufiger als der Befragten-durchschnitt als Zeitvertreib. Besonders ausgeprägt ist die Erlebnisdimension Soziales Erleben bei den Lesern von Liebesromanen. Beispielsweise äußern sie, dass sie durch Lesen am Leben anderer teilnehmen können (41%) oder das Gefühl haben, dazuzugehören (28%).

Orientierung durch Lesen finden Menschen, die gerne heitere oder historische Romane lesen, hingegen vergleichsweise weniger, vor allem diejenigen, die gerne Liebesromane lesen, empfinden diesen Faktor unterdurchschnittlich. Bei denjenigen, die historische Romane oder heitere Romane lesen, zeigt sich ein uneinheitliches Bild: Die Anhänger von heiteren oder historischen Romanen bekommen beim Lesen zwar überdurchschnittlich oft Anregungen und Stoff zum Nachdenken (75%; 71%) und erkennen Dinge, über die sie sich mit anderen unterhalten können (59%; 52%), aber die Items „Ich kann etwas lernen“, „Ich bekomme neue Informationen“, „Ist mir eine wertvolle Hilfe, wenn ich mir eine eigene Meinung bilden will“ sowie „Ich verstehe die Sorgen und Probleme anderer Menschen besser“ sind von unterdurchschnittlicher Bedeutung.

**Leserleben
von Krimilesern**

Ähnlich ist das Leserleben bei Menschen, die sehr gerne Krimis lesen. Auch Krimileser sind generell beim Lesen stark emotional berührt. Über 90 Prozent der Befragten geben beispielsweise an, ihnen mache Lesen Spaß (92%) oder sie könnten dabei entspannen (91%). Knapp 80 Prozent der Krimifans sind bei der Lektüre von Büchern gespannt, zudem sagen sie überdurchschnittlich häufig, sie würden von Alltagsorgen abgelenkt (59%) oder beruhigt, wenn sie Ärger haben (51%). Krimileser haben auch überdurchschnittlich häufig das Gefühl, beim Lesen Zeit sinnvoll zu nutzen (62%). Deutlich weniger intensiv hingegen attestieren Krimileser dem Lesen eine Orientierungsleistung. Alle Items, die die Erlebnisdimension Orientierung beschreiben, werden hier unterdurchschnittlich oft genannt, insbesondere die Aussagen „ich kann etwas lernen“ oder „gibt mir Anregungen und Stoff zum Nachdenken“.

Fans von Sciencefiction und Fantasy-Literatur erleben unterdurchschnittlich häufig Orientierung beim Lesen (vgl. Tabelle 3). Eine Ausnahme jedoch bildet hier das Item „Gibt mir Anregungen und Stoff zum Nachdenken“, was auch für Sciencefiction-Fans wichtig ist. Deutlich stärker schreiben Sciencefiction- und Fantasy-Leser dem Lesen das Erleben von Emotionalität zu. Dass ihnen das Lesen Spaß macht oder sie dabei entspannen können, wird überdurchschnittlich oft genannt. Im Zusammenhang damit äußern diejenigen, die diese beiden Genres gerne lesen, dass Lesen sie von Alltagsorgen ablenkt oder sie beruhigt, wenn sie Ärger haben (Ausgleich). Allgemein erleben Leser von Sciencefiction und Fantasy hingegen selten Soziales Erleben bei ihrer Lektüre. Lediglich das Item „Manche Personen in den Büchern sind wie gute Freunde für mich“ wird vergleichsweise überdurchschnittlich oft genannt.

Erwartungsgemäß hoch ist das emotionale Erleben von Befragten, die gerne Frauenliteratur lesen. Dies sind fast ausschließlich Frauen (99%), und für Frauen ist Emotionalität beim Lesen ohnehin wichtiger als für Männer. Entsprechend erleben Frauen, die gerne Frauenliteratur lesen, häufiger Spaß beim Lesen (93%) und es dient für sie in hohem Maße der Entspannung (89%). Daneben zeigen sich hohe Zustimmungswerte bei der Erlebnisdimension Ausgleich: Leserinnen von Frauenliteratur werden generell beim Lesen häufiger als der Durchschnitt von Alltagsorgen abgelenkt (64%) und fühlen sich beruhigt, wenn sie Ärger haben (60%). Auffällig sind auch ihre überdurchschnittlichen Werte in der Dimension Soziales Erleben. Wer sehr gerne Frauenliteratur liest, hat beim Lesen stärker das Gefühl dazuzugehören (36%). Noch stärker ausgeprägt ist die Zustimmung zu den Items „Manche Personen in den Büchern sind wie gute Freunde für mich“ (39%) sowie „Ich kann am Leben anderer teilhaben“ (44%). Wer gerne Frauenliteratur liest, findet bei zwei Aspekten auch überdurchschnittlich häufig Orientierung beim Schmökern: So sagen 61 Prozent aus ihren Reihen, dass Lesen ihnen viele Dinge liefert, um sich mit anderen unterhalten zu können, und überdurchschnittliche 40 Prozent sagen, sie verstünden durch diese Tätigkeit die Sorgen und Probleme anderer Menschen besser – ein Hinweis darauf, wie stark die Lektüre von Frauenliteratur im Bereich der sozialen Interaktion angesiedelt ist. Entsprechend der Erlebnistiefe, die von Frauenliteratur-Leserinnen beim Lesen erlebt wird, gaben 68 Prozent auch an, dass sie durch diese Freizeitbeschäftigung die Zeit sinnvoll nutzen könnten, und sogar mehr als die Hälfte (54%) äußert sich derart, dass das Lesen für sie Gewohnheit (54%) ist.

Leser von Biografien – ebenfalls ein Genre, das vor allem Frauen (68%) bevorzugen – erleben beim Lesen generell mehr Orientierung als der Befragten-durchschnitt. Alle Aussagen der Dimension Orientierung finden hier überdurchschnittlich hohe Zustimmung. Hervor stechen insbesondere die Aspekte „Gibt mir Anregungen und Stoff zum

**Leser von
Sciencefiction und
Fantasy-Literatur**

**Frauenliteratur hat
starken emotionalen
Wert**

**Lesen von (Auto-)
Biografien gibt vor
allem Orientierung**

Nachdenken“ (81%), „Ich bekomme neue Informationen“ (79%) sowie „Ich kann etwas lernen“ (78%). Überdurchschnittlich häufig wird auch der Aspekt des Sozialen Erlebens genannt: 39 Prozent stimmen der Aussage zu, durch Lesen „am Leben anderer teilhaben zu können“ oder „Manche Personen in den Büchern sind wie gute Freunde für mich“ (29%) sowie „Ich habe das Gefühl dazugehören“ (25%).

Für Leser und Leserinnen von Biografien ist beim Lesen auch das emotionale Erleben etwas stärker als für den Befragtendurchschnitt: Lesen macht ihnen Spaß (90%), bringt Entspannung (86%) und wird als Abwechslung von der Tageshetze empfunden (79%). Entsprechend überdurchschnittlich sagen diese Leser, mit Lesen könnten sie Zeit sinnvoll nutzen (66%).

Orientierung für Sachbuchleser überdurchschnittlich wichtig

Während bei den Lesern von Literatur, die unter Belletristik subsumiert werden kann, eher die Erlebnisdimensionen Emotionalität, Ausgleich und Zeitvertreib angesprochen werden, ist bei den Lesern, die sehr gerne Bücher mit sachbezogenem Inhalt lesen, die Erlebnisdimension Orientierung erwartungsgemäß stärker ausgeprägt – mit über alle Genres hinweg den höchsten Werten. Sachbüchern wird in hohem Maße Wissensvermittlung zugeschrieben. 84 Prozent derjenigen, die gerne Sachbücher lesen, geben an, dass sie etwas lernen könnten. Darüber hinaus äußern 82 Prozent, dass sie beim Lesen neue Informationen bekommen, und 77 Prozent geben an, Anregungen und Stoff zum Nachdenken zu erhalten. Betrachtet man die Anhänger von Reiseliteratur, zeigen sich ähnlich hohe Werte. Aber auch Fans von Büchern, die den Themenkomplexen Hobby/Freizeit oder Essen und Trinken/Kochbücher zuzuordnen sind, äußern hohe Zustimmung zu diesen Aussagen. Der Blick auf die Erlebnisdimension Soziales Erleben zeigt, dass Sachbuchleser in Büchern allgemein eher Anregungen dafür finden, sich im Alltag zurecht zu finden – was in engem Zusammenhang mit der erlebten Orientierung steht.

Auch bei Sachbuchlesern ist emotionales Erleben durchschnittlich hoch

Emotionalität als Leseerlebnis entspricht bei Anhängern von Sachbüchern, Reiseliteratur oder Büchern aus dem Bereich Hobby und Freizeit weitgehend dem Befragtendurchschnitt. Dies macht deutlich, dass die starke emotionale Bedeutung von Lesen generell auch dann vorliegt, wenn auf den ersten Blick wenig emotionale Inhalte bevorzugt werden. Das Interesse an sachbezogener Lektüre mindert kaum das emotionale Erleben des Lesens selbst, auch wenn verständlicherweise Leser hochemotionaler Inhalte, wie zum Beispiel Liebesromane, diese Komponente überdurchschnittlich stark erleben.

Bleibt zu fragen, ob das Lesen von Büchern – den „Medienklassikern“ – eine Sonderstellung besitzt oder ob andere Medien eine ähnlich ausgeprägte Erlebnistiefe besitzen. Anhand des Fernsehens, das zu den beliebtesten Freizeitbeschäftigungen zählt, wird dies im Folgenden näher beleuchtet. Zunächst werden jeweils die Erlebnisweisen des Lesens allgemein und in verschiedenen

Zielgruppen dargestellt. Ergänzend wird überprüft, welche der auf einer 5er-Skala abgefragten Aussagen der einzelnen Erlebnisweisen stärker dem Lesen oder dem Fernsehen zugeschrieben werden. Da die Zustimmungswerte für beide Medien, sowohl Fernsehen als auch Lesen, für alle 757 Befragten vorliegen, kann der Nachweis unterschiedlicher Erlebnistypen auf Befragtenebene mittels T-Test für abhängige Stichproben erfolgen. (12)

Erlebnisqualität des Bücherlesens und des Fernsehens

Die 757 Befragten, die angeben, zumindest selten Bücher zu lesen, unterscheiden sich in ihren Fernseherlebnisweisen nicht von der Ausgangsstichprobe (2003: n=2 193). (13) Generell gilt: Lesen wird vielfältiger erlebt als Fernsehen und erreicht damit eine größere Erlebnistiefe als das zeitlich gesehen deutlich häufiger ausgeübte Fernsehen. Dieses Ergebnis überrascht letztlich nicht. Das Lesen von Büchern setzt ungleich mehr Aktivität voraus als das Einschalten des Fernsehgerätes, die Entscheidung für eine Sendung und das Sehen der Sendung. Das Lesen eines Buches erfordert Einsatz und Engagement im Sinne von Besorgen eines Buches, der Entscheidung, dieses Buch zu lesen. Der Lesevorgang selbst ist mit höherem Aufwand verbunden als fernzusehen. Ein weiterer Indikator dafür, dass Lesen mit mehr Anstrengung verbunden ist, zeigt sich auch daran, dass Zapping beim Fernsehen, also der schnelle Wechsel zwischen verschiedenen Programmen, ein Merkmal des Fernsehens ist. Bücher lassen sich jedoch keineswegs in dieser Geschwindigkeit wechseln. Der größere Aufwand für Bücher muss folgerichtig auch durch eine hohe Gratifikationserwartung, vielfältige und vor allem lohnende Erlebnisqualität begründet sein. Der Vergleich der Erlebnisweisen belegt diese Annahme: Die meisten Aussagen unterscheiden auf einem hohen Signifikanzniveau die Erlebnisweisen von Lesen und Fernsehen und werden – nahezu durchgängig – dem Lesen häufiger zugeschrieben als dem Fernsehen.

Lesen wird vielfältiger erlebt als Fernsehen

Emotionalität, die sowohl beim Fernsehen als auch beim Lesen in hohem Maße erlebt wird, wird beim Lesen jedoch deutlich stärker als beim Fernsehen erfahren. Ein Vergleich der Top-2-Box-Werte macht dies bereits deutlich: „Macht mir Spaß“ sagen in Bezug auf das Fernsehen 64 Prozent der Befragten, aber 84 Prozent der gleichen Befragten für das Lesen (vgl. Tabelle 2). Beim Lesen erleben die Befragten auch deutlich häufiger Spannung (Fernsehen: 47%; Lesen: 68%), können sich häufiger entspannen (Fernsehen: 65%; Lesen: 81%). „Das ist eine schöne Abwechslung nach der Tageshetze“ sagen 60 Prozent bezogen auf das Fernsehen und 73 Prozent bezogen auf Lesen. Statistische Prüfverfahren, die für sämtliche Aussagen aller Dimensionen eingesetzt wurden, um Unterschiede in der Erlebnistiefe beider medialer Tätigkeiten zu identifizieren, zeigen bei nur einer Aussage keinen signi-

Emotionalität wird beim Lesen stärker erfahren als beim Fernsehen

fikanten Unterschied zwischen Lesen und Fernsehen: „Ich kann dabei lachen“ trifft ebenso stark auf Fernsehen (53 %) wie auf Lesen zu (51 %).

**Auch Ausgleich
und Zeitvertreib
werden beim Lesen
stärker erlebt**

Auch in den Dimensionen Ausgleich und Zeitvertreib zeigt sich, dass durchgängig auf hohem Signifikanzniveau alle Erlebnisweisen stärker auf das Lesen zutreffen als auf das Fernsehen. Besonders deutlich wird dies bei den Aussagen „So kann ich die Zeit sinnvoll nutzen“ (Fernsehen: 22 %; Lesen: 56 %) und „Beruhigt mich, wenn ich Ärger habe“ (Fernsehen: 24 %; Lesen: 46 %). Bezüglich der erlebten Orientierung sind die Unterschiede zwischen Lesen und Fernsehen weniger deutlich: Anregungen und Stoff zum Nachdenken (Fernsehen: 54 %; Lesen: 66 %) und etwas lernen können (Fernsehen: 60 %; Lesen: 70 %) erleben die Befragten auf ebenfalls hohem Signifikanzniveau häufiger beim Lesen. Als Gesprächsstofflieferant (Fernsehen: 47 %; Lesen: 50 %) und Hilfe zur Meinungsbildung (Fernsehen: 42 %; Lesen: 42 %) dient zwar die Lektüre stärker, allerdings sind die Top-2-Box-Werte ähnlich. Signifikant häufiger dient das Fernsehen jedoch dazu, neue Informationen zu bekommen (Fernsehen: 75 %; Lesen: 69 %) und „die Sorgen und Probleme anderer Menschen besser zu verstehen“ (Fernsehen: 35 %; Lesen: 27 %). Soziales Erleben ermöglicht das Lesen von Büchern den Befragten wiederum besser als Fernsehen, insbesondere das Gefühl dazuzugehören wird beim Lesen häufiger erlebt (Fernsehen: 9 %; Lesen: 21 %).

**Altersabhängig
unterschiedliche
Erlebnisweisen**

Das Lesen von Büchern wird altersabhängig teilweise unterschiedlich erlebt. Der auffallendste Unterschied zeigt sich in der Dimension Orientierung: Je jünger die Befragten sind, desto weniger dient das Lesen von Büchern der Orientierung. So sagen 79 Prozent der ab 50-Jährigen, beim Lesen könnten sie etwas lernen, aber nur 57 Prozent der 14- bis 29-Jährigen (30-49 J.: 65 %). Je jünger die Befragten, desto seltener trägt Lesen auch zum Informationsgewinn, der Anregung zum Nachdenken, zur Meinungsbildung und zum Gesprächsinhalt bei. Sehr gering hingegen sind die Altersunterschiede bezüglich der erlebten Emotionalität. Dass Lesen Spaß macht, sagen zwar die jüngsten Befragten seltener als ältere (vgl. Tabelle 2), und die „Abwechslung nach der Tageshetze“ wird am häufigsten von Befragten mittleren Alters genannt, ansonsten ist jedoch das emotionale Erleben in allen Altersgruppen recht ähnlich. Auch im Ausgleichs- und Zeitvertreibserleben fallen keine großen Unterschiede in den Altersgruppen auf. Allerdings sagen 30- bis 49-jährige Befragte, die mitten im Berufs- und Familienleben stehen, verständlicherweise häufiger als Jüngere oder Ältere, dass sie beim Lesen von Alltagsorgen abgelenkt werden, und die Jüngsten, die ohnehin etwas seltener lesen als Ältere, geben folgerichtig seltener an, dass Lesen Gewohnheit für sie ist. Wenn auch nicht so

stark wie in Bezug auf die Dimension Orientierung, so gilt auch für die Dimension Soziales Erleben, dass, je jünger die Befragten sind, desto seltener Lesen dazu dient, am Leben anderer teilzunehmen, die Protagonisten in Büchern als Freunde wahrzunehmen, das Gefühl zu vermitteln dazuzugehören oder sich im Alltag besser zurechtzufinden.

Die jüngsten Befragten (14-29 Jahre) sind es auch, die weniger stark zwischen den beiden medialen Tätigkeiten Fernsehen und Lesen unterscheiden, beide Erlebnisweisen sind sich bei ihnen ähnlicher als bei Älteren. Neun der 20 untersuchten Aussagen unterscheiden aus Sicht der 14- bis 29-jährigen Fernsehen und Lesen nicht signifikant voneinander. Dabei fällt auf, dass es sich dabei insbesondere um Erlebnisweisen der Dimension Orientierung handelt: „Ich bekomme neue Informationen“, „Ist mir eine große Hilfe, wenn ich mir eine eigene Meinung bilden will“, „Bringen viele Dinge, über die ich mich unterhalten kann“ und „Ich verstehe die Sorgen und Probleme anderer Menschen besser“. Nur die beiden Aussagen „Gibt mir Anregungen und Stoff zum Nachdenken“ und „Ich kann etwas lernen“ treffen aus Sicht der Jüngsten signifikant stärker auf das Lesen als auf das Fernsehen zu. Die Orientierungsleistung ist demnach für die 14- bis 29-jährigen durch das Fernsehen ähnlich hoch wie durch Lesen. Anders ist dies bei den ab 50-Jährigen: Sie unterscheiden am stärksten von den drei Altersgruppen zwischen den Erlebnisweisen beider Medien. Nur zwei der untersuchten 20 Aussagen werden nicht signifikant unterschiedlich bei beiden Tätigkeiten genannt: „Ich kann dabei lachen“ (Emotionalität) und „Bringt viele Dinge, über die ich mich mit anderen unterhalten kann“ (Orientierung). Bei den Ältesten fällt auf, dass sie zwar auch – wie die anderen Altersgruppen – Soziales Erleben beim Lesen stärker wahrnehmen als beim Fernsehen, dies aber dem Fernsehen im Vergleich der Altersgruppen häufiger zuschreiben. Soziales Erleben ist für Ältere augenscheinlich generell eine wichtigere mediale Erlebnisweise als für Jüngere.

Zusammengefasst zeigen diese Ergebnisse, dass, je älter die Leser sind, Lesen und Fernsehen stärker unterschiedlich erlebt werden und Lesen für Ältere, obwohl sie generell mehr fernsehen als Jüngere, eine größere Erlebnistiefe besitzt als Fernsehen. Bei Jüngeren sind die beiden medialen Erlebnisweisen ähnlicher – mit der Auffälligkeit, dass sie sowohl beim Fernsehen als auch beim Lesen weniger stark Orientierung erleben.

Männer und Frauen erleben Lesen anders. Frauen, die insgesamt häufiger Bücher lesen als Männer, erleben diese Freizeitbeschäftigung intensiver und vielfältiger als Männer. Insbesondere die Emotionalität fällt auf: Alle Aussagen dieser Dimension werden von Frauen erkennbar häufiger genannt als von Männern (vgl. Tabelle 4). Dass Frauen beim Lesen emotional stärker involviert sind, zeigt sich auch anhand der in dieser Studie zusätzlich erhobenen lesespezifischen Items: Frauen sagen

**Unterschiede
zwischen TV- und
Leseerleben bei ab
50-Jährigen am
größten**

**Je jünger,
desto geringere
Unterschiede
zwischen Lese- und
Fernseherleben**

**Geschlechtsspezi-
fische Unterschiede
beim Leseerleben**

④ Erlebnisqualität des Fernsehens und Bücherlesens nach Geschlecht und Bildung

Zustimmungswert¹⁾, in %

Erlebnisdimension/Item	männliche Leser		weibliche Leser		Leser mit Hauptschule		Leser mit mittlerem		Leser mit höherem			
	Fernsehen	Lesen	Fernsehen	Lesen	Fernsehen	Lesen	Abschluss	Fernsehen	Lesen	Schulabschluss/Studium	Fernsehen	Lesen
Emotionalität												
macht mir Spaß	63	77*	65	90*	64	81*	66	84*	63	89*		
ich kann dabei lachen	54	47*	52	54	58	52	50	48	47	46		
ich kann mich dabei entspannen	65	74*	64	87*	67	79*	64	82*	61	85*		
bin gespannt dabei	46	59*	48	77*	53	65*	46	74*	37	67*		
eine schöne Abwechslung nach der Tageshetze	60	64	60	81*	67	69	61	78*	50	73*		
Orientierung												
gibt mir Anregungen und Stoff zum Nachdenken	55	65*	54	67*	61	65	52	67*	52	70*		
ich bekomme neue Informationen	74	73	75	65*	81	69*	76	70	68	70		
ich kann etwas lernen	60	73*	60	67*	63	72*	61	67*	60	72*		
ist mir eine wertvolle Hilfe, wenn ich mir eine eigene Meinung bilden will	44	47*	40	38	45	44	43	42	37	43*		
bringen viele Dinge, über die ich mich mit anderen unterhalten kann	50	50	45	50*	53	53	51	48	35	49*		
ich verstehe die Sorgen und Probleme anderer Menschen besser	37	23*	32	31	39	26*	35	28	29	31		
Ausgleich												
beruhigt mich, wenn ich Ärger habe	24	37*	24	54*	23	47*	24	45*	21	43*		
lenkt mich von den Alltagsorgen ab	40	45	37	57*	40	54*	37	50*	32	48*		
Zeitvertreib												
ist Gewohnheit für mich	31	31	27	44*	31	35	28	37*	25	46*		
so kann ich die Zeit verbringen	28	43*	23	54*	27	47*	20	50*	23	48*		
so kann ich die Zeit sinnvoll nutzen	23	50*	21	62*	23	50*	21	60*	20	63*		
Soziales Erleben												
manche Personen sind wie gute Freunde für mich	12	18*	17	28*	15	23*	13	25*	13	20*		
ich habe das Gefühl dazuzugehören	8	18*	10	23*	13	20*	7	24*	4	16*		
ich kann am Leben anderer teilnehmen	18	19*	26	34*	24	26*	27	32*	17	23*		
hilft mir, mich im Alltag zurechtzufinden	13	23*	13	17*	15	22*	13	18*	11	17*		
Basis (n)²⁾	364		394		309		210		177			

1) Angegeben ist der Zustimmungswert 4+5 auf einer 5er-Skala.

2) Befragte, die zumindest selten Bücher lesen.

* signifikanter T-Testwert (p<0,05).

Quelle: forsa. / ZDF Medienforschung Juni 2005.

deutlich häufiger als Männer, „Beim Lesen stelle ich mir bildlich vor, was passiert“ (Frauen: 75%; Männer: 64%) oder „Beim Lesen versinke ich ganz in die Welt des Buches“ (Frauen: 66%; Männer: 48%), „Beim Lesen kann ich meiner Fantasie freien Lauf lassen“ (Frauen: 67%; Männer: 59%) oder „Beim Lesen merke ich gar nicht, was um mich herum geschieht“ (Frauen: 52%; Männer: 39%). Die von Frauen erlebte größere Involviertheit beim Lesen, das für sie besonders starke emotionale Erleben, zeigt sich auch für die Aussagen der Dimension Ausgleich: Deutlich häufiger als Männer beruhigt Lesen Frauen, wenn sie Ärger haben oder lenkt sie von Alltagsorgen ab. Entsprechend häufiger als Männer sagen sie zudem auch, dass sie mit Lesen die Zeit sinnvoll nutzen können. Zur Orientierung insgesamt trägt das Lesen für Frauen und Männer nahezu gleichermaßen bei, allerdings mit leicht unterschiedlicher Akzentuierung: Männer sagen etwas häufiger als Frauen, dass sie beim Lesen etwas lernen können bzw. dass sie neue Informationen bekommen. Anregungen zum Nachdenken und Gesprächsstoff finden Frauen und Männer ähnlich häufig beim Lesen, allerdings verstehen Frauen öfter durch Lesen die Sorgen und Probleme anderer Menschen besser. Entsprechend ist das Soziale Erleben bei Frauen auch höher als bei Männern: Sie haben häufiger als Männer das Gefühl, am Leben anderer teilzunehmen oder erleben die Protagonisten als gute Freunde.

Frauen sind beim Lesen von Büchern stärker involviert

Frauen tauchen also stärker als Männer in das Geschehen eines Buches ein. Entsprechend gibt es bei Frauen auch größere Unterschiede zwischen dem Lese- und dem Fernseherleben als bei Männern. Die auffälligsten Unterschiede zwischen Männern und Frauen sind: Bei „Abwechslung nach der Tageshetze“ (Emotionalität), beim Erhalt neuer Informationen (Orientierung), beim erhaltenen Gesprächsstoff (Orientierung), bei Ablenkung von Alltagsorgen (Ausgleich) und für Gewohnheit (Zeitvertreib) können für Männer keine signifikanten Unterschiede zwischen Lesen und dem Fernsehen nachgewiesen werden. Die Sorgen anderer Menschen besser zu verstehen (Orientierung), das erleben Männer stärker und signifikant häufiger beim Fernsehen als beim Lesen (Fernsehen: 37%; Lesen: 23%), ähnlich können Männer auch häufiger beim Fernsehen lachen (Emotionalität) als beim Lesen (Fernsehen: 54%; Lesen 47%). Frauen hingegen erleben im Hinblick auf alle Items der Dimensionen Ausgleich, Zeitvertreib und auch Soziales Erleben Lesen signifikant stärker als Fernsehen. „Ist mir eine wertvolle Hilfe, wenn ich mir eine eigene Meinung bilden will“ und „Ich verstehe die Sorgen und Probleme anderer Menschen besser“ (beides Orientierung) sowie „ich kann dabei lachen“ (Emotionalität) sind Erlebnisweisen, die von Frauen nicht signifikant unterschiedlich einer der beiden medialen Tätigkeiten zugeschrieben

werden. Auffallend ist, dass Frauen, die sowohl mehr lesen als auch mehr fernsehen als Männer, die Aussage „ist Gewohnheit für mich“ deutlich häufiger dem Lesen zuschreiben als dem Fernsehen (Fernsehen: 27%; Lesen: 44%) – Männer unterscheiden hier nicht. Festzuhalten bleibt: Frauen erleben Lesen intensiver als Männer und unterscheiden stärker zwischen dem Lese- und dem Fernseherleben als Männer.

Alter und Geschlecht wirken sich auf das Leseerleben stärker aus als die Bildung. Zwar zeigt sich eine leicht größere Bedeutung von emotionalem Erleben beim Lesen von Büchern, je höher der formale Bildungsgrad ist, aber die Unterschiede sind nicht gravierend. Allerdings steigt die Involviertheit in das Lesen, je höher der formale Bildungsabschluss ist: Ganz in die Welt des Buches zu versinken, sagen 63 Prozent der Befragten mit Abitur oder Hochschulabschluss, aber nur 53 Prozent der Befragten mit Hauptschulabschluss (Mittlerer Abschluss: 59%) (vgl. Tabelle 4). „Beim Lesen merke ich gar nicht, was um mich herum geschieht“, sagen ebenfalls deutlich mehr Befragte mit Abitur/Hochschulabschluss. Zum Ausgleich trägt Lesen etwas stärker bei, je niedriger der formale Schulabschluss ist. Die Lesehäufigkeit steigt mit zunehmendem formalen Bildungsgrad (Lese (fast) täglich: 16% Hauptschule; 22% mittlerer Abschluss; 30% Abitur/Hochschulabschluss), und folgerichtig wird mit steigendem formalen Bildungsabschluss auch häufiger gesagt, man könne mit Lesen Zeit sinnvoll nutzen bzw. Lesen „ist Gewohnheit für mich“. Auffallend ist, dass sich über alle Items der Dimension Orientierung nahezu keine Unterschiede in den Bildungsgruppen zeigen: Dass Lesen Lernen bedeutet, Informationen liefert, Anregungen zum Nachdenken gibt oder zur Meinungsbildung beiträgt, ist nicht vom formalen Bildungsabschluss abhängig.

Leseerleben nach Bildung

Das Leseerleben ist bei Befragten im Westen und im Osten teilweise anders: So unterscheiden sich Befragte aus dem Westen und aus dem Osten nur wenig bezüglich der erlebten Emotionalität. Befragte aus dem Osten sind etwas häufiger „gespannt“ beim Lesen (West: 67%; Ost: 72%), Befragte aus dem Westen können hingegen eher lachen (West: 53%; Ost: 45%) bzw. entspannen häufiger dabei, Spaß macht die Lektüre jedoch gleichermaßen in Ost (85%) und West (83%). Von den Alltagsorgen abgelenkt werden häufiger die Befragten aus dem Osten (West: 50%; Ost: 58%), und sie haben etwas vermehrt das Gefühl, mit Lesen Zeit sinnvoll zu nutzen (West: 55%; Ost: 61%). Deutlich wichtiger ist jedoch für Befragte aus dem Osten die Erlebnisweise Orientierung: Durchgängig nennen sie alle Aussagen der Dimension Orientierung häufiger als Befragte aus dem Westen. Besonders auffällig ist dies bei der Aussage, Lesen „gibt mir Anregungen und Stoff zum Nachdenken“ (West: 63%; Ost: 79%). Stärker als im Westen ist im Osten auch das Soziale Erleben beim Lesen: Durch die Beschäftigung mit dem Buch am Alltag anderer Menschen teilzunehmen (West: 24%; Ost:

Teilweise unterschiedliches Leseerleben in Ost- und Westdeutschland

38%) und Hilfe zu erhalten, um sich im Alltag zu rechtzufinden (West: 17%; 30%), hat für Befragte aus dem Osten größere Bedeutung.

Lesen hat auch für seltene Leser hohen Orientierungswert

Erwartungsgemäß ist die Erlebnistiefe des Lesens von Büchern größer, je häufiger gelesen wird. Dabei fällt jedoch auf, dass die Unterschiede zwischen Befragten, die sehr viel (fast täglich/täglich), viel (einmal/mehrmals in der Woche), ab und zu (einmal/mehrmals im Monat) und selten lesen, nicht auf alle Dimensionen in gleicher Stärke zutreffen (vgl. Tabelle 5). Die erlebte Emotionalität ist um so höher, je mehr gelesen wird, und erwartungsgemäß trägt Bücherlesen bei denjenigen, die seltener Bücher nutzen, auch deutlich weniger zum (sinnvollen) Zeitvertreib bei. Die starke Involviertheit der häufigen Leser zeigt sich auch darin, dass sie ganz im Geschehen eines Buches aufgehen: So sagen zum Beispiel 77 Prozent der (fast) täglichen Leser, dass sie beim Lesen ganz in der Welt des Buches versinken, aber nur 40 Prozent der seltenen Leser. Das Soziale Erleben beim Lesen unterscheidet zwar die verschiedenen Lese-Intensitätsgruppen, aber weniger stark als die erlebte Emotionalität, der Zeitvertreib und der Ausgleich. Deutlich niedriger sind auch die Unterschiede bezüglich der erlebten Orientierung. So sagen – unabhängig davon, wie häufig gelesen wird – ähnlich viele Befragte, dass sie beim Lesen etwas lernen können, neue Informationen erhalten und dass Lesen zu ihrer Meinungsbildung beiträgt. Festzuhalten ist, dass von Wenig- oder Seltenlesern die Lektüre zwar nicht so umfassend und tief erlebt wird wie von Viellesern, dennoch aber einen vergleichsweise hohen Orientierungswert besitzt.

Vielleser erleben Lesen intensiver als Fernsehen

Die große Erlebnistiefe für Vielleser zeigt sich auch deutlich, wenn man die Unterschiede des Lese- und des Fernseherlebens in den verschiedenen Lese-Frequenzgruppen vergleicht. Je mehr gelesen wird, desto unterschiedlicher sind die Erlebnisweisen beider Tätigkeiten: Mit Ausnahme von drei Erlebnisweisen der Dimension Orientierung („Bekomme neue Informationen“, „Ist mir eine Hilfe, wenn ich mir eine eigene Meinung bilden will“, „Ich verstehe die Sorgen anderer Menschen besser“) werden sämtliche anderen Erlebnisweisen aller untersuchten Dimensionen von Viellesern signifikant häufiger dem Lesen zugeschrieben als dem Fernsehen. Bei Ab-und-zu-Lesern (einmal/mehrmals im Monat) und Seltenlesern (seltener als einmal im Monat) lassen sich für mehrere Erlebnisweisen keine Unterschiede zwischen den Medien nachweisen. Insbesondere fällt auf, dass sich auf emotionaler Ebene bei ihnen weniger Differenzen zwischen Lesen und Fernsehen zeigen bzw. die Seltenleser beim Fernsehen häufiger oder intensiver lachen können als beim Lesen (signifikanter T-Test für „ich kann dabei lachen“).

Bei Vielsehern ist es umgekehrt

Nur geringfügig unterschiedlich ist die Lesehäufigkeit bei Vielsehern (mehr als drei Stunden fernsehen werktags) und bei Durchschnittssehern (zwischen einer und drei Stunden werktags): 23 Prozent der Durchschnittsseher und 19 Prozent der

Vielseher lesen (fast) täglich. (14) Auch in ihrem Leseerleben unterscheiden sich Durchschnitts- und Vielseher wenig. Das heißt: Wer viel fernsieht, liest deshalb nicht deutlich weniger als andere und erlebt Lesen auch recht ähnlich wie Menschen, die weniger fernsehen. Allerdings ist die Erlebnistiefe des Fernsehens bei Vielsehern erwartungsgemäß größer. Deutlich stärker wird Fernsehen von ihnen emotional, ausgleichend, sozial sowie häufiger als Zeitvertreib erlebt. Zur Orientierung hingegen dient ihnen Fernsehen nicht viel stärker als den Durchschnittssehern. Zusammenfassend heißt das, wer viel fernsieht, unterscheidet etwas weniger stark zwischen beiden medialen Tätigkeiten als Durchschnittsfernsehnutzer, aber das nicht, weil Lesen weniger stark erlebt wird, sondern weil Fernsehen intensiver erlebt wird.

Lese-Erlebnistypen

Das Leseerleben insgesamt kann mit den genannten fünf Erlebnisdimensionen, die zunächst für das Fernseherleben ermittelt wurden, im Allgemeinen und auch für spezielle Zielgruppen hinreichend beschrieben werden. Die Relevanz der einzelnen Dimensionen ist jedoch – abhängig von den personenindividuellen Bedürfnissen und Erwartungen – in verschiedenen Publikumssegmenten unterschiedlich. Im Folgenden wird gezeigt, welche Lese-Erlebnistypen im Publikum vorliegen. Auf Basis der fünf Erlebnisdimensionen wurden die Lese-Erlebnistypen mit Hilfe clusteranalytischer Verfahren bestimmt. (15) Die Clusteranalyse ist ein exploratives Verfahren mit dem Ziel, Untersuchungseinheiten nach ausgewählten Kriterien sinnvoll zu gruppieren und damit Strukturen in der Grundgesamtheit (hier Buchleser) zu erkennen. Die Gruppierung soll in sich möglichst homogene Gruppen (Cluster) erzeugen, zwischen den Gruppen aber eine gewisse Heterogenität sichern. In der vorliegenden Untersuchung sollen Lesersegmente identifiziert werden, die hinsichtlich ihrer Erwartungen an das Leseerleben relativ homogen sind. Ausschließliche Grundlage für diese Segmentierung sind die Erlebnisdimensionen Emotionalität, Orientierung, Ausgleich, Zeitvertreib und Soziales Erleben. Über eine Clusteranalyse nach WARD wurden die befragten Leser, die sich hinsichtlich dieser Lese-Erlebnisdimensionen sehr ähnlich sind, schrittweise zu Gruppen zusammengefasst. (16) Im Ergebnis können unter Berücksichtigung der Homogenität einzelner Typen und gleichzeitiger Trennschärfe der Typen untereinander alle befragten Leser vier Lese-Erlebnistypen zugeordnet werden (vgl. Tabelle 6). Wie ihr jeweiliges Leseerleben zwischen den untersuchten Dimensionen verortet ist, zeigt Abbildung 1.

Für gut jeden sechsten Befragten ist Lesen ein mediales Erlebnis mit auffallend starkem Erleben in allen untersuchten Dimensionen. Sie tauchen ganz in das Lese Geschehen ein und unterscheiden sich von anderen Lesetypen insbesondere durch ihr auf-

Vier Lese-Erlebnistypen

**Typ 1:
Die begeisterten
Kompensationsleser
(16%)**

⑤ **Erlebnisqualität des Fernsehens und des Bücherlesens nach Lesehäufigkeit und Fernsehnutzung**
Zustimmungswert¹⁾, in %

Erlebnisdimension/Item	Buchleser (fast) täglich		Buchleser einmal/mehrmals pro Woche		Buchleser einmal/mehrmals im Monat		Buchleser seltener als einmal im Monat		Leser mit durch-schnittl. TV-Nutzung werktags ²⁾		Leser mit überdurch-schnittl. TV-Nutzung werktags ³⁾	
	Fernsehen	Lesen	Fernsehen	Lesen	Fernsehen	Lesen	Fernsehen	Lesen	Fernsehen	Lesen	Fernsehen	Lesen
Emotionalität												
macht mir Spaß	66	96*	58	92*	69	87*	64	66	59	84*	73	82*
ich kann dabei lachen	51	59*	47	54*	65	52	53	42*	51	52	62	50*
ich kann mich dabei entspannen	65	95*	60	89*	68	85*	66	63	63	81*	68	81*
bin gespannt dabei	50	79*	40	77*	45	73*	51	51	42	66*	57	71*
eine schöne Abwechslung nach der Tageshetze	57	87*	60	82*	63	72	61	55	56	74*	68	70*
Orientierung												
gibt mir Anregungen und Stoff zum Nachdenken	55	72*	49	74*	54	68*	58	55	55	65*	56	68*
ich bekomme neue Informationen	68	70	78	71	72	68	79	66*	77	69*	74	68*
ich kann etwas lernen	59	69*	61	72*	59	73*	60	66*	60	69*	62	69*
ist mir eine wertvolle Hilfe, wenn ich mir eine eigene Meinung bilden will	41	43	41	42	45	43	41	41	39	42*	46	42
bringen viele Dinge, über die ich mich mit anderen unterhalten kann	46	58*	40	51*	46	51	55	42*	45	48	53	55
ich verstehe die Sorgen und Probleme anderer Menschen besser	33	32	31	34	33	25	40	19*	31	24*	42	30*
Ausgleich												
beruhigt mich, wenn ich Ärger habe	22	62*	24	55*	25	43*	25	29*	22	41*	30	54*
lenkt mich von den Alltagsorgen ab	40	68*	36	61*	39	46	38	35	35	50*	45	56*
Zeitvertreib												
ist Gewohnheit für mich	29	78*	26	41*	25	28*	33	11*	24	38*	40	37
so kann ich die Zeit verbringen	25	63*	24	54*	24	47*	29	36*	21	49*	32	54*
so kann ich die Zeit sinnvoll nutzen	20	74*	20	67*	24	53*	23	37*	20	56*	27	56*
Soziales Erleben												
manche Personen sind wie gute Freunde für mich	15	38*	10	26*	15	17*	16	14	13	21*	18	25*
ich habe das Gefühl dazuzugehören	8	28*	6	27*	11	21*	11	10	9	18*	11	23*
ich kann am Leben anderer teilnehmen	18	35*	19	25*	26	27	26	23	19	26*	29	30
hilft mir, mich im Alltag zurechtzufinden	12	22*	9	19*	15	22	15	18	11	17*	16	23*
Basis (n)	184		181		152		241		430		270	

1) angegeben ist der Zustimmungswert 4+5 auf einer 5er-Skala.
 2) Befragte mit einer bis drei Stunden werktäglicher Fernsehnutzung, die zumindest selten Bücher lesen.
 3) Befragte mit drei Stunden und mehr werktäglicher Fernsehnutzung, die zumindest selten Bücher lesen.
 * signifikanter T-Testwert (p<0,05).

⑥ **Charakteristik der Lese-Erlebnistypen**

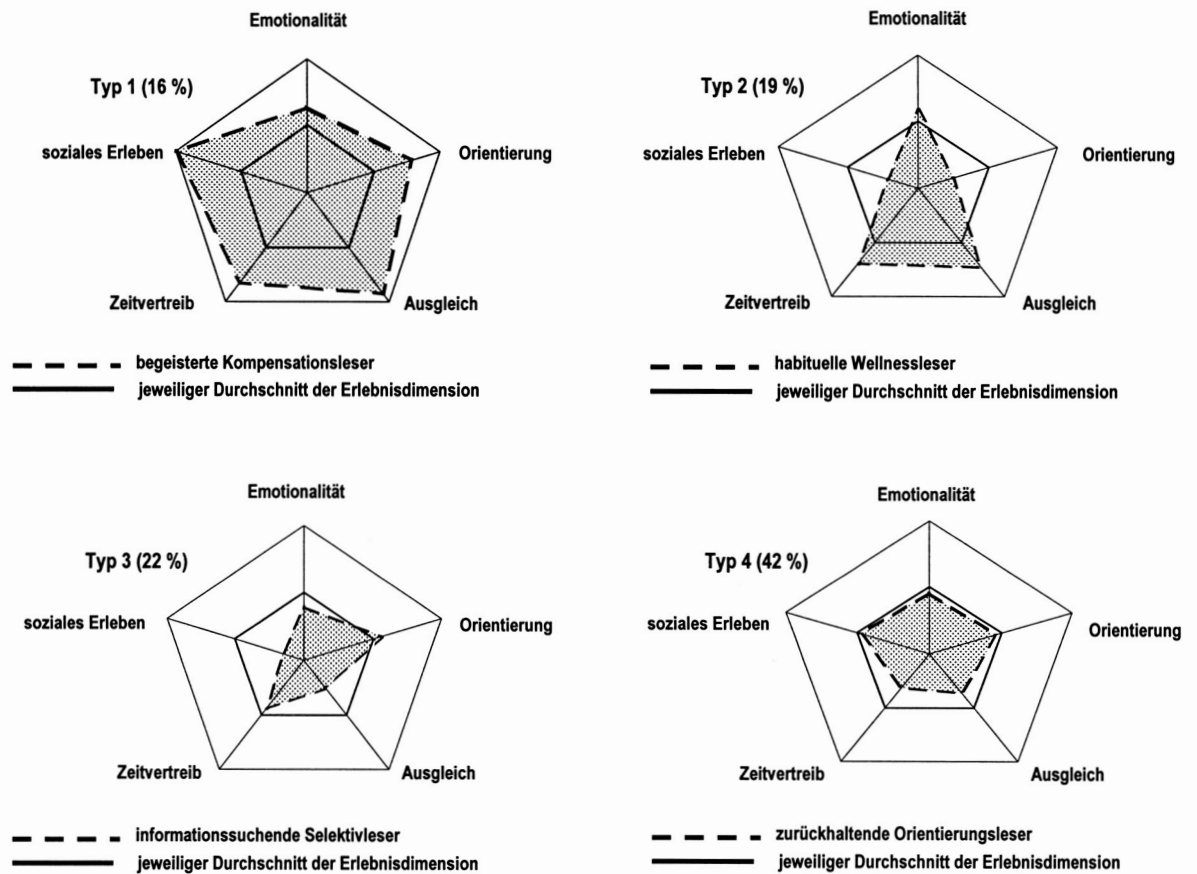
Indexwerte¹⁾

Erlebnisdimension	Gesamt	begeisterte Kompensationsleser	habituelle Wellnessleser	informations-suchende Selektivleser	zurückhaltende Orientierungsleser
Emotionalität	100	128	119	79	92
Orientierung	100	157	50	114	93
Ausgleich	100	184	145	52	72
Zeitvertreib	100	165	139	88	63
Soziales Erleben	100	275	44	30	95
Basis (n) ²⁾	757	124	146	169	319

- 1) Dem durchschnittlichen Zustimmungswert (4+5 auf einer 5er Skala) aller Items des jeweiligen TV-Erlebnissfaktors für die Befragten insgesamt entspricht der Indexwert=100.
 2) Befragte, die zumindest selten Bücher lesen.

Quelle: forsa. / ZDF Medienforschung Juni 2005.

Abb. 1 Lese-Erlebnistypologie



Basis: 757 Befragte, die zumindest selten Bücher lesen.

Quelle: forsa. / ZDF Medienforschung Juni 2005.

fallend starkes Soziales Erleben beim Lesen: Sie schätzen in hohem Maße – und anders als alle anderen Lesetypen –, dass sie beim Lesen am Leben anderer teilhaben können, bauen freundschaftliche Beziehungen zu den Protagonisten der Lektüre auf und erleben das Gefühl, in das Buchgeschehen einzutauchen, quasi dazuzugehören. Dabei dient ihnen der Lesestoff überdurchschnittlich auch zur Orientierung, regt sie zum Nachden-

ken an, sie haben das Gefühl, etwas zu lernen und Neues zu erfahren. Lesen hat für sie eine hohe emotionale Bedeutung und dient im Vergleich zu den anderen Lesetypen auffallend stark der Kompensation durch den erlebten Ausgleich und den Zeitvertreib.

⑦ **Demographische Struktur der Lese-Erlebnistypen**

in %

Erlebnisdimension	Gesamt	begeisterte Kompensationsleser	habituelle Wellnessleser	informations- suchende Selektivleser	zurückhaltende Orientierungs- leser
Westdeutschland	78	68	86	78	79
Ostdeutschland	22	32	14	22	21
männlich	48	27	37	63	53
weiblich	52	73	63	37	47
14 bis 29 Jahre	16	11	18	13	18
30 bis 49 Jahre	42	38	58	47	33
50 bis 69 Jahre	43	51	24	40	49
Hauptschule	44	45	37	40	48
mittl. Abschl.	30	34	34	27	29
Abi/Studium	26	21	29	33	22
erwerbstätig	51	40	63	56	47
nicht erwerbstätig	49	60	37	44	53
Haushalt					
1 Person	18	16	17	22	16
2 Personen	41	49	34	35	45
3 Personen	20	22	17	22	18
4 Personen und mehr	22	12	32	21	21
Basis (n) ¹⁾	757	124	146	169	319

1) Befragte, die zumindest selten Bücher lesen.

Quelle: forsa. / ZDF Medienforschung Juni 2005.

Frauen dominieren unter den Kompensationslesern

Begeisterte Kompensationsleser sind deutlich häufiger Frauen, eher älter, eher nicht erwerbstätig, und stammen häufiger aus dem Osten (vgl. Tabelle 7). Sie lesen überdurchschnittlich viel. Ihre Bevorzugung von Liebesromanen, heiteren und historischen Romanen sowie Kochbüchern und insbesondere Frauenliteratur ist augenfällig. Allerdings lesen sie nicht seltener als der Befragtendurchschnitt auch Sachbücher oder Nachschlagewerke. Sie machen es sich gerne gemütlich und präferieren als Leseorte das Sofa, den Sessel oder das Bett, lesen aber auch sehr gerne auf dem Balkon oder im Garten (vgl. Tabelle 8). Sie tauchen vollständig in das Lesegeschehen ein und schätzen es insbesondere, dass sie beim Lesen ihrer Fantasie freien Lauf lassen können (93%), sich bildlich vorstellen, was passiert (92%) und ganz in der Welt des Buches versinken (88%). In ihrer Freizeit sind sie aktiv, üben vielerlei Tätigkeiten aus und unterscheiden sich vom Befragtendurchschnitt insbesondere dadurch, dass sie gerne kochen und backen, mit Freunden und Bekannten telefonieren sowie spazieren gehen oder im Garten arbeiten. Am häufigsten von allen Typen sehen sie auch fern, insbesondere Privatsender wie RTL, RTL II und SAT.1. Abgesehen vom häufigen Bücherlesen, lesen sie auch gerne Zeitschriften und Zeitungen, insbesondere die Bild-Zeitung.

Rund jeder fünfte Befragte gehört zur Gruppe der habituellen Wellnessleser. Lesen bedeutet für sie insbesondere Ausgleich und Zeitvertreib. Lesen macht ihnen Spaß und wird als schöne Abwechslung von der Tageshetze erlebt, ist ein emotionales Vergnügen. Lesen dient ihnen jedoch weniger als Hilfe zur Meinungsbildung oder dazu, die Sorgen und Probleme anderer Menschen besser verstehen zu können – beim Lesen Orientierung zu finden ist ihnen relativ unwichtig. Auch das Eintauchen in andere Lebenswelten, quasi-soziale Beziehungen zu den Protagonisten aufzubauen, hat kaum Bedeutung für sie. Lesen heißt für die habituellen Wellnessleser, gewohnheitsmäßig Zeit damit zu verbringen und dabei durchaus emotional eingebunden zu werden, aber kaum Orientierung zu finden und sich nicht so recht auf die Protagonisten einzulassen.

Habituelle Wellnessleser sind, wie Tabelle 7 zeigt, ebenfalls häufiger Frauen als Männer, sind deutlich jünger als der Befragtendurchschnitt, überproportional berufstätig, dabei oft im Angestelltenverhältnis tätig. Sie stammen häufiger aus dem Westen und leben in größeren Haushalten mit Kindern. Die Angehörigen dieses Lesetyps schauen durchschnittlich viel fern, bevorzugen eindeutig Privatsender, besonders ProSieben, und wesentlich seltener als andere Lesetypen öffentlich-rechtliche Sender. Dafür lesen sie jedoch vergleichsweise häufig. Als Lesestoff bevorzugen sie insbesondere Krimis, Sciencefiction und Fantasy, historische sowie heitere Romane. Geringe Affinität haben sie zu Genres

Typ 2: Die habituellen Wellnessleser (19%)

Demographische Struktur der habituellen Wellnessleser

⑧ Mediennutzung der Lese-Erlebnistypen

in %

Erlebnisdimension	Gesamt	begeisterte Kompensationsleser	habituelle Wellnessleser	informations- suchende Selektivleser	zurückhaltende Orientierungs- leser
Fernsehnutzung werktags					
Wenigseher (<1 Stunde)	7	8	5	8	7
Durchschnittsseher (1-3 Stunden)	57	48	57	63	57
Vielseher (≅3 Stunden)	36	43	38	29	36
Büchnernutzung					
(fast) täglich	24	38	34	23	15
einmal/mehrmals in der Woche	24	32	29	22	20
einmal/mehrmals im Monat	20	20	19	18	22
seltener als einmal im Monat	32	10	18	37	44
bevorzugte Büchergenres					
Sachbücher	43	43	26	57	44
Krimis	39	40	55	30	35
Essen und Trinken/Kochbücher	34	41	24	35	35
Nachschlagewerke	31	32	16	38	33
Hobby/Freizeit	29	25	17	37	33
historische Romane	28	39	35	24	23
heitere Romane	28	42	41	16	24
Reiseliteratur	28	31	10	30	34
Liebesromane	22	36	29	10	20
Frauenliteratur	20	41	21	7	18
Autobiografien/Biografien	20	21	18	16	22
Sciencefiction/Fantasy	19	22	31	16	15
Klassiker	17	23	14	17	17
bevorzugte Leseorte					
auf dem Sofa/Sessel	77	90	73	77	74
im Bett	60	70	71	52	56
im Garten/auf dem Balkon	59	76	62	53	55
im Schwimmbad/am Badensee/am Strand	23	23	30	19	22
auf einem Stuhl	20	20	15	19	22
im Zug/im Bus/S-Bahn/U-Bahn	19	26	24	17	16
auf der Toilette	14	15	18	11	12
in der Badewanne	12	17	23	9	7
im Park	7	11	9	2	6
im Restaurant/im Café	2	4	3	-	1
Basis (n) ¹⁾	757	124	146	169	319

1) Befragte, die zumindest selten Bücher lesen.

Quelle: forsa. / ZDF Medienforschung Juni 2005.

wie Sachbüchern, Nachschlagewerken, Reiseliteratur oder Büchern zu den Themen Hobby und Freizeit. Die habituellen Wellnessleser lesen häufiger als andere gerne im Bett, in der Badewanne oder auch im Schwimmbad, am Strand sowie im Zug oder Bus. Beim Lesen versinken sie ganz in die Lektüre und stellen sich bildlich vor, was passiert. In ihrer Freizeit fallen sie nicht durch besondere Aktivitäten auf, allerdings sehen sie sich etwas häufiger als andere Videos an.

Typ 3:
Die informations-
suchenden
Selektivleser (22%)

Ebenfalls rund jeder fünfte Befragte gehört zu den informationssuchenden Selektivlesern. Lesen bedeutet für die informationssuchenden Selektivleser in erster Linie, neue Informationen zu erhalten, dabei etwas lernen zu können, also Orientierung. Dabei hat Lesen für sie – wenn auch im Vergleich

am seltensten und nachrangig – durchaus auch emotionale Komponenten und kann, ebenfalls eher selten und nachrangig, Zeitvertreib bedeuten. Zum Ausgleich aber brauchen sie Lesen kaum, und unwichtig für sie ist das Soziale Erleben beim Lesen.

Informationssuchende Selektivleser sind häufiger männlich, insbesondere Männer zwischen 14 und 49 Jahren, und tendenziell höher gebildet als der Befragtendurchschnitt. Sie leben etwas häufiger als andere allein. Dieser Befragentypus liest dem Durchschnitt entsprechend häufig und bevorzugt erwartungsgemäß Sachbücher, Nachschlagewerke

**Selektivleser eher
jüngere Männer**

sowie Bücher aus dem Bereich Hobby und Freizeit. Liebesromane oder heitere Romane sowie Frauenliteratur liest er deutlich seltener als andere. Er gehört, wie Tabelle 8 zeigt, zu den Durchschnittsfernsehern, weniger zu den Vielsehern und bevorzugt stärker als andere die Dritten ARD-Programme sowie n-tv. In seiner Freizeit verhält er sich durchschnittlich und hat keine speziellen Präferenzen.

**Typ 4:
Die zurückhaltenden
Orientierungsleser
(42 %)**

Zum am stärksten vertretenen Lesertyp zählen die zurückhaltenden Orientierungsleser. Lesen bedeutet für sie – relativ gesehen – keine tiefgehende Erlebnisvielfalt. Alle Erlebnisdimensionen sind ihnen im Vergleich unterdurchschnittlich wichtig. So erleben sie zwar durchaus Emotionales beim Lesen, erfahren Orientierung und Soziales Erleben, aber nicht in auffallendem Maße. Ausgleich spielt für sie eine geringere Rolle als im Befragtendurchschnitt, noch geringer ist die Bedeutung des Lesens als Zeitvertreib. Das Auffallendste an diesem recht diffusen Lesertyp ist, dass es keine Erlebnisweise gibt, die besonders hervorsteicht. Er liest vergleichsweise wenig und hat keine ausgeprägten Vorlieben für bestimmte Genres, die ihn vom Befragten-durchschnitt unterscheiden würden. Auch in seiner Freizeit bevorzugt er keine besonderen Aktivitäten. Er schaut durchschnittlich viel fern und hat keine auffallenden Senderpräferenzen. Dieser Durchschnitts-Lesertyp ist tendenziell etwas älter, etwas häufiger männlich und etwas schlechter gebildet.

Fazit

**Sehr intensives
Leseerlebnis bei drei
Lesertypen – auch
im Vergleich zum
Fernsehen**

Lesen von Büchern bedeutet Vielfalt – nicht nur in Bezug auf die vorhandenen Genres, sondern auch im Hinblick auf die unterschiedlichen Möglichkeiten, das Lesen eines Buches bzw. einzelner Buchgenres zu empfinden. So erleben beispielsweise Männer und Frauen, junge oder ältere Menschen die Lektüre von Büchern in unterschiedlich starkem Maße. Das Erleben erstreckt sich von einem stark emotional geprägten bis hin zu einem eher orientierungs- bzw. informationsgeprägten Leseerlebnis. Dabei zeigt sich, dass der „Medienklassiker“ Buch im Allgemeinen sehr intensiv von den Rezipienten erfahren wird, vor allem verglichen mit dem Medium Fernsehen, dem in der Bevölkerung beliebtesten Medium für die Freizeitgestaltung – ein Ergebnis, das mit der unterschiedlichen Herangehensweise an diese beiden Medien in Verbindung steht.

Gleichwohl zeigt sich, dass nicht alle Leser eine überdurchschnittlich tiefe Empfindung beim Lesen von Büchern erleben. Neben vergleichsweise stark involvierten Leseerlebnistypen (begeisterte Kompensationsleser, habituelle Wellnessleser, informationssuchende Selektivleser) gibt es mit gut zwei Fünfteln auch eine größere Zahl an Lesern, die sich eher als „zurückhaltendere“ Leser zeigen (zurückhaltende Orientierungsleser). Unabhängig aber davon, wie intensiv die Lektüre von Büchern erlebt

wird, haben diese ähnlich dem Fernsehen einen eindeutigen Erlebnischarakter – sicherlich ein Grund für deren gleichbleibend hohen Stellenwert in der Erlebnisgesellschaft. (17)

Anmerkungen:

- 1) Statistisches Bundesamt: Zahl der Woche vom 2. März 2004, <http://www.destatis.de/presse/deutsch/pm2004/zdw9.htm> (Zugriff am 2.8.2005).
- 2) Vgl. Buch und Buchhandel in Zahlen 2005, S.8.
- 3) Postman, Neil: Wir amüsieren uns zu Tode. Urteilsbildung im Zeitalter der Unterhaltungsindustrie. Frankfurt am Main 1985.
- 4) Vgl. Ridder, Christa-Maria/Bernhard Engel: Massenkommunikation 2005: Images und Funktion der Massenmedien im Vergleich. Ergebnisse der 9. Welle der ARD/ZDF-Langzeitstudie Massenkommunikation. In: Media Perspektiven 9/2005, S.424.
- 5) Schön, Erich: Lesen zur Information, Lesen zur Lust – schon immer ein falscher Gegensatz. In: medienforum 2001, Manuskript zur Sendung, Folge 15/01, [http://www.medienrezeption.de/foren/Tv-3sasst/2001/Sch_%F6n\(F15\).pdf](http://www.medienrezeption.de/foren/Tv-3sasst/2001/Sch_%F6n(F15).pdf) (Zugriff am 2.8.2005).
- 6) Vgl. Czikszentmihalyi, Mihaly: Flow. Geheimnis des Glücks. Stuttgart 1992.
- 7) Appel, Markus/Erik Koch/Margrit Schreier/Norbert Groeben: Aspekte des Leseerlebens: Skalenentwicklung. Zeitschrift für Medienpsychologie 14 (N.F.2), 4/2002, S.149-154.
- 8) Die Studie fand im Rahmen des forsa.omninet-Panels statt und ist ein Gemeinschaftsprojekt des Börsenblatts des Deutschen Buchhandels, der ZDF-Medienforschung und forsa. Technische Grundlage dieses Erhebungsverfahrens ist eine Set-Top-Box, die Fernsehen und Internet miteinander verbindet. Das mit dieser Erhebungstechnologie ausgestattete Panel umfasst bundesweit 7 500 Haushalte mit 15 000 Teilnehmern. Die Methode bedient sich der Internettechnologie, ohne dass die Befragten Internetnutzer sein bzw. werden müssen. Den für die Grundgesamtheit der 14- bis 69-jährigen deutschsprachigen Bevölkerung repräsentativ ausgewählten Panelhaushalten wird kostenlos die Set-Top-Box – mit eingebautem analogem Modem – zur Verfügung gestellt, die an Fernseher und Telefon angeschlossen wird. Für die Teilnahme am Panel sind mithin – wichtig für die Repräsentativität – weder besondere technische Voraussetzungen noch besondere technische Kenntnisse erforderlich. Über die Set-Top-Box erhalten die Panelmitglieder die Fragebögen direkt auf ihren Fernseher gespielt und beantworten online die Fragen, und das in vertrauter Umgebung zu weitgehend selbst gewählten Zeiten.
- 9) Dehm, Ursula/Dieter Storll: TV-Erlebnisfaktoren. Ein ganzheitlicher Forschungsansatz zur Rezeption unterhaltender und informierender Fernsehangebote. In: Media Perspektiven 9/2003, S. 425ff.
- 10) Kochhan, Christoph/Denise Haddad/Ursula Dehm: Bücher und Lesen als Freizeitaktivität. In: Media Perspektiven 1/2005, S. 23-32.
- 11) Vgl. Dehm, Ursula/Dieter Storll/Sigrid Beeske: TV-Erlebnistypen und ihre Charakteristika. In: Media Perspektiven 5/2004, S. 217-225.
- 12) Alle Aussagen wurden mit Hilfe einer 5er-Skala gemessen. Dargestellt werden in Text und Tabellen jeweils die Top-2-Box-Werte.
- 13) Dehm, Ursula/Dieter Storll: TV-Erlebnisfaktoren (Anm. 9)
- 14) Die Gruppe der Wenigseher ist zu klein (n= 54), um sie in den Vergleich mit aufnehmen zu können.
- 15) Die Konstruktion interpretierbarer Typen mittels Clusteranalyse lässt sich gleichsam als „qualitative Analyse quantitativer Daten“ begreifen (vgl. Krotz, Friedrich: Lebensstile, Lebenswelten und Medien: Zur Theorie und Empirie individuenbezogener Forschungsansätze des Mediengebrauchs. In: Rundfunk und Fernsehen 3/1991, S. 325ff.), mit dem Ziel, eine Typologie der Leser zu entwickeln, die im Sinne der Komplexitätsreduktion empirisch überprüfbar, theoretisch plausible und praktisch relevante Erklärungsmuster zur Verfügung stellt. Vgl. auch Hasebrink, Uwe: Zur Zukunft der Mediennutzung. Muster der Integration alter und neuer Medien. In: Maier-Rabler, Ursula/Michael Latzer (Hrsg.): Kommunikationskulturen zwischen Kontinuität und Wandel. Konstanz 2001, S. 333-346.
- 16) Das WARD-Verfahren gehört zu den agglomerativen, hierarchischen Clusterverfahren und verwendet das Varianzkriterium als Heterogenitätsmaß. Dabei werden die einzelnen Cluster (zunächst ist jeder Befragte ein Cluster) schrittweise zu immer größeren Clustern zusammengefasst. In jedem Schritt werden die beiden Cluster zusammengeführt, die den geringsten Varianzzuwachs erzeugen. Die einzelnen Verfahrensschritte sind nicht umkehrbar, sie bilden eine Hierarchie.
- 17) Nach der aktuellen KidsVerbraucheranalyse (KVA, August 2005) greifen auch Kinder wieder verstärkt zum Buch.

