

Veränderungen gegenüber der MNT 98

## → MNT 2.0 – Zur Weiterentwicklung der MedienNutzer-Typologie

Von Peter H. Hartmann und Inga Höhne\*

### MNT seit 1998 im Einsatz

Die MedienNutzerTypologie (MNT) wurde in den Jahren 1996 und 1997 vor dem Hintergrund der Frage entwickelt, ob und in wieweit Elemente des Lebensstils zur Erklärung der Nutzung von Hörfunk und Fernsehen beitragen. Es konnten Aspekte des Lebensstils identifiziert werden, die mit der Mediennutzung zusammenhängen. Aus diesen wurde die MNT entwickelt, die seit 1998 in Medienforschung und Programmplanung im Einsatz ist. Die Datenbasis der MNT 98 ist mittlerweile fast ein Jahrzehnt alt. (1) Veränderungen von Wertmustern, kulturellen Präferenzen und Freizeitverhalten, aber auch der demografischen Struktur erfordern nun eine Überprüfung und Aktualisierung des Verfahrens.

### Ziel: Optimale Typisierung des Publikums

Ziel der MNT war und ist die optimale Typisierung des Medienpublikums auf Basis des Lebensstil-Ansatzes. Die Items, die zur Bestimmung der Typzugehörigkeit dienen, sollen einerseits die Mediennutzung möglichst gut vorhersagen. Andererseits wird bei der Typisierung auf Items, die in direkter Weise auf Mediennutzung Bezug nehmen, verzichtet. So wird eine Zirkularität der Argumentation vermieden, die sich ergäbe, würde man Mediennutzung durch Mediennutzung vorhersagen. Bei der MNT werden Mediennutzer in Typen zusammengefasst, wenn sie ähnliche Merkmale des Lebensstils aufweisen.

### „Early adopter“ musste neu definiert werden

Für die MNT 98 (wie auch aktuell für die neue MNT 2.0) wurde ein Kurzinstrument erstellt, das für den Zweck empirischer Untersuchungen die Bestimmung der Typzugehörigkeit von befragten Personen anhand weniger Fragen ermöglicht. Mit zunehmendem zeitlichen Abstand von der ursprünglichen Basisstudie ergaben sich bei der Anwendung der MNT 98 einige damals nicht vorhersehbare Probleme. So sollte, damit eine Typologie für die Medienforschung längerfristig brauchbar ist, bei Innovationen vorhergesagt werden können, wer diese früher und wer diese später annimmt. Ursprünglich war diese „Early-adopter“-Eigenschaft durch ein Item zur Online- und Internetnutzung repräsentiert, dieses Item musste jedoch aufgrund der schnellen Veränderungen in diesem Bereich bereits ab Mai 2000 aus dem Schätzverfahren für die Typen entfernt werden. Eine neue Bestimmung der „Early-adopter“-Eigenschaft ist also gefordert.

### Stärkere Differenzierung bei Altersgruppen erforderlich

Während sich inhaltliche Eigenschaften der 1998 bestimmten Typen als sehr stabil erwiesen, gab es im Zeitverlauf erhebliche Veränderungen bei der

Größenordnung einzelner Typen. Insbesondere nahm im Laufe der Jahre der Typ der Unauffälligen stark zu, was wegen der schwierigen Charakterisierbarkeit dieser Gruppe und wegen der Schwierigkeit, eine so definierte Zielgruppe anzusprechen, zum Problem wurde. Im mittleren Erwachsenenalter ist inzwischen eine schärfere Differenzierung zwischen familien- und berufsorientierten Lebensformen erforderlich. Die MNT 98 ist zwar stark altersabhängig, jedoch werden sowohl bei den ganz Jungen als auch in den höheren Altersgruppen unterschiedlich aktive Personengruppen nicht genügend differenziert ausgewiesen; eine solche Differenzierung ist aber für die Mediennutzung von Bedeutung.

Schließlich erwiesen sich im Kurzinstrument der MNT 98 die Items zum aktiven Musizieren als zu dominierend bei der Identifikation der Klassisch Kulturorientierten. Aktives Musizieren ist zumindest bei jüngeren Personen nicht mehr als Indikator eines traditionellen Kulturbegriffs geeignet. Zur Achse zwischen Traditionalität und Modernität in der Kulturorientierung liegt das aktive Musizieren quer. Es wird damit erforderlich, andere Kriterien für die Differenzierung der Kulturorientierung zu finden. Bei der Neuentwicklung der MNT 2.0 wurde versucht, diese Probleme, die sich in der Anwendung der MNT 98 ergeben haben, zu überwinden. (2)

### Entwicklung der MNT 2.0

In der neuen Basisstudie zur MNT 2.0 wurde die Itemauswahl aus den 1990er Jahren modifiziert. Geblieben ist die Grundstruktur mit einem starken Akzent auf Freizeitverhalten, musikalischen Präferenzen, Themeninteressen, Werten und Lebenszielen. Einige dieser Bereiche wurden aufgrund von Ergebnissen der 1998er Basisstudie und aufgrund neuerer Entwicklungen aktualisiert. Insbesondere wurden die Musikeinspielungen neu konzipiert, die Liste der Musikgenres wurde aktualisiert, ebenso wurden neue Aspekte des Freizeitverhaltens und neuere Themeninteressen aufgenommen. Im Bereich von Werten und Lebenszielen wurden kleinere Kürzungen vorgenommen. (3) Unverändert geblieben sind die Bereiche Ernährung, Kleidermode und regionales versus lokales Interesse. Hinzugekommen sind Merkmale wie Marken- und Preisbewusstsein sowie eine Neubestimmung der „Early-adopter“-Eigenschaft. So wird beispielsweise nach dem Interesse für „bekannte Marken“ und dem Verhältnis von Preis zu Qualität gefragt, außerdem nach dem Interesse für „neue Produkte und Technologien“.

Die Erhebung wurde von ENIGMA GfK Medien- und Marketingforschung in Form einer telefonischen Befragung durchgeführt, die Feldzeit war zwischen dem 7. März und dem 3. Mai 2006. Grundgesamtheit war die deutschsprachende Bevölkerung ab 14 Jahre in Privathaushalten mit Telefon-Festnetzanschluss in Deutschland. Die Auswahl des Anschlusses fand nach dem Häder-Gabler-Verfahren statt, die realisierte Ausschöpfung der Stichprobe lag bei 70 Prozent.

### Neue Kriterien für Kulturorientierung

### Veränderungen der MNT 2.0 gegenüber der MNT 98

\* Heinrich-Heine-Universität, Düsseldorf.

① Überblick über typenbildende Variablen

Lebensbereich	Itemtyp	Zahl der Items
Nutzung von Tageszeitungen	Verhalten	3 Einzelitems
Freizeitaktivitäten	Verhalten	35 Einzelitems (logarithmiert)
Freizeitwerte	Werte	12 Einzelitems
allgemeine Werte und Lebensziele	Werte	5 Hauptkomponenten (Varimax-rotiert)
Einstellung zu Produkten	Präferenzen	3 Hauptkomponenten (Varimax-rotiert)
Musikpräferenz: verbale Abfrage	Präferenzen	17 Einzelitems
Musikpräferenz: Einspielung	Präferenzen	22 Einzelitems
Themeninteressen	Interessen	22 Einzelitems
Globales/lokales Interesse	Interessen	2 Hauptkomponenten (Varimax-rotiert)
Kleidermode	Präferenzen	3 Hauptkomponenten (Varimax-rotiert)
Ernährung	Präferenzen	3 Einzelitems
Lebensführung (nach Otte)	Verhalten	3 Additive Skalen

Quelle: MNT-Justierungsstudie 2006.

**Gesamtstichprobe von fast 4 000 Fällen**

Die ursprüngliche Stichprobe bestand aus 2 517 Fällen, hinzu kamen disproportionale Aufstockungen in Höhe von 1 438 Fällen für Ostdeutschland und die Sendegebiete des WDR und NDR. Die Gesamtstichprobe bestand somit aus 3 955 Fällen. Für die Hälfte aller Befragten wurden ergänzend zum Standardprogramm Musiktitel akustisch eingespielt; nur für diese Befragten wurden außerdem einige Items zur Art der Onlinenutzung erhoben. Sowohl die Aufstockung als auch die proportionale Stichprobe wurden im Verhältnis 50 zu 50 in Fälle mit und ohne Musikeinspielung gesplittet.

**Ausgewählte Lebensbereiche für die Typenbildung**

Für die Typenbildung wurden die folgenden Lebensbereiche ausgewählt: Nutzung von Tageszeitungen (4); Freizeitaktivitäten; Freizeitwerte; allgemeine Werte und Lebensziele, insbesondere Familienorientierung; Sicherheitsorientierung; Berufsorientierung; soziale Werte sowie Entfaltungswerte. Darüber hinaus wurden Einstellungen zu Produkten, Themeninteressen, globales und lokales Interesse, Präferenzen für Kleidermode (erstens bequem, praktisch und zweckmäßig; zweitens sexy auffallend; drittens klassisch, korrekt) und Ernährung in die Typenbildung aufgenommen (vgl. Tabelle 1).

Weiterhin wurde die Kurzversion einer umfangreichen Lebensführungs-Typologie von Otte integriert, weil diese einige besonders trennscharfe Items der Lebensstilforschung enthält. Otte (5) identifiziert vier zentrale Dimensionen der Lebensführung, nämlich Offenheit der biografischen Perspektive (lebenszyklisches Element), Traditionalität (Kohortenelement), kulturelles Niveau und schließlich ökonomisches Niveau der Lebensführung. Drei dieser vier Dimensionen sind auch in der MNT enthalten und wurden in die weiteren Analysen als additive Skalen eingebracht. Auf eine separate Verwendung des kulturellen Niveaus der Lebensführung wurde wegen Redundanzen mit einschlägigen Freizeitaktivitäten sowie der Nutzung von Tageszeitungen verzichtet.

Der Hälfte der Befragten wurden 22 sogenannte „Hooks“ aus je drei Musiktiteln zur Beurteilung am Telefon vorgespielt. Die Hooks bestehen aus mehreren Titeln, weil Präferenzen für Musikstile und nicht für einzelne Interpreten gemessen werden sollen. Um zu ermitteln, auf welche Zahl von Stilen diese Musikeinspielungen reduziert werden können, wurden Hauptkomponentenanalysen durchgeführt. Als Ergebnis zeigten sich für die 22 Hooks vier musikalische Stile. In ähnlicher Weise wurde eine verbale Erhebung zu 17 Genrebezeichnungen erhoben. Wiederum ergaben sich vier Hauptkomponenten. (6)

Tabelle 2 zeigt die Korrelationen zwischen den Hauptkomponenten der verbal erfragten Genrebezeichnungen und denjenigen der eingespielten Hooks. Die Korrelationen der gleich bezeichneten Musikstile (Hauptdiagonale, von links oben nach rechts unten) sind recht hoch und rechtfertigen die Verwendung der Genrebezeichnungen bei der Erhebung des Kurzinstruments. Die einzelnen Komponenten sind durch hohe Ladungen der folgenden Items gekennzeichnet:

- 1) Kulturorientiert: die Genrebezeichnungen „Klassik“, „Oper“, „Jazz“, „Blues“, „Chanson“, „Liedermacher“, „Weltmusik“, „Operette“, „Musical“ sowie die Hooks „Klassik für Fortgeschrittene“, „leichte Klassik“, „Traditional Jazz“, „Modern Jazz“, „Ethno-World“;
- 2) Schlager und Volksmusik: die Genrebezeichnungen „Schlager“, „Volksmusik“, „Country“, „Operette“, „Musical“ und die Hooks „Neuer Deutscher Schlager“, „Deutscher Schlager 70er“, „Volkstümliche Musik“, „englischer Schlager“, „Instrumentalmusik“, „German PopRock Schlager“;
- 3) Pop- und Rockmusik: die Genrebezeichnungen „Rock“, „Pop“, „Operette“ (negativ), „Volksmusik“ (negativ) und die Hooks „80s Pop“, „Dance-Pop“, „70s Pop“, „60s Pop“, „Classic Rock“, „aktuelle Pop-Musik“, „deutscher New Pop“, „German PopRock Schlager“;

**Musikpräferenzen erfragt**

**Genres zu vier Musikstilen zusammengefasst**

## ② Korrelationen zwischen den Hauptkomponenten verbaler Abfrage und akustischer Einspielung

Verbale Abfrage	Akustische Einspielung			
	kulturorientiert	Schlager und Volksmusik	Rock & Pop	Aktuelle Trends
kulturorientiert	,55***	-,26***	-,05	,22***
Schlager & Volksmusik	,17***	,71***	-,08*	-,16***
Rock & Pop	,07*	-,10***	,75***	-,02
Aktuelle Trends	-,01	-,07	-,04	,51***

n = 736 Fälle ohne Aufstockung.

\* p<0,05, \*\*\*p<0,01.

Quelle: MNT-Justierungsstudie 2006.

## ③ Altersstruktur der MNT-2.0-Typen

gewichtete Daten, in Zeilen %

	14-19 Jahre	20-29 Jahre	30-39 Jahre	40-49 Jahre	50-59 Jahre	60-69 Jahre	ab 70 Jahre
Junge Wilde	38	43	15	3	1	0	0
Zielstrebige Trendsetter	38	40	14	5	1	1	0
Unauffällige	4	12	39	31	12	1	0
Berufsorientierte	3	13	31	31	15	6	1
Aktiv Familienorientierte	2	11	32	31	19	5	1
Moderne Kulturorientierte	2	3	13	23	21	28	11
Häusliche	0	0	9	20	24	28	19
Vielseitig Interessierte	0	0	1	6	19	41	33
Kulturorientierte Traditionelle	0	0	1	11	15	33	39
Zurückgezogene	0	1	2	6	10	26	55
Gesamtbevölkerung	8	12	17	18	14	16	15

Quelle: MNT-Justierungsstudie 2006.

4) Aktuelle Trends: die Genrebezeichnungen „House“, „Techno“, „HipHop“ sowie die Hooks „Trendy“, „HipHop-Klassiker“, „New Soul“, „Modern British Rock“, „Deutscher New Pop“, „Aktuelle Pop-Musik“.

terhin erlaubt das neu entwickelte Kurzinstrument für die MNT 2.0 – ohne zusätzliche Erhebungskosten – übergangsweise auch die Einordnung der Befragten aus der MNT 98, dabei werden 76 Prozent der Befragten korrekt den alten neun Nutzertypen zugeordnet. (10)

### Clusteranalyse führt zu zehn Nutzertypen

Die Zuordnung der Befragten zu den Nutzertypen wurde mit Hilfe von Clusteranalysen durchgeführt. Wie in Tabelle 1 dargestellt, wurden die Lebensstil-Variablen in diese Analysen teilweise als Dimensionen und teilweise als Einzelitems eingebracht. (7) Die Clusteranalysen wurden zunächst für diejenigen Befragten aus der proportionalen Stichprobe, für die Musiktitel eingespielt wurden, berechnet. Dabei ergab sich eine arithmetisch und inhaltlich sinnvolle Lösung mit zehn Nutzertypen. Diese Lösung wurde dann in mehreren Schritten auf die Befragten der disproportionalen Stichprobe übertragen und für die Befragten ohne Musikeinspielung optimiert. (8)

### Kurzinstrument auf Basis der MNT 2.0 für die Praxis

In der Praxis wird die MNT 2.0 in Form eines Kurzinstruments aus insgesamt 30 Items eingesetzt, das in wenigen Minuten telefonisch abgefragt werden kann. (9) Es besteht aus Fragen zu zehn Freizeitaktivitäten, drei Freizeitwerten, acht verbalen Bezeichnungen musikalischer Genres sowie neun Themeninteressen. Die Anwendung des Kurzinstruments ordnet 74 Prozent der Personen in korrekter Weise den zehn Typen der MNT 2.0 zu. Wei-

### Demografische Struktur der MNT 2.0

Die Typen der MNT 2.0 lassen sich am einfachsten nach Alter und Schulbildung anordnen, die Tabellen 3 und 4 geben die jeweiligen Verteilungen an. (11) Abbildung 1 stellt die Typen zweidimensional grafisch dar. Die Jungen Wilden und Zielstrebige Trendsetter sind die jüngsten Typen, beide Gruppen haben ein Durchschnittsalter von Mitte 20. Dabei sind die Zielstrebigen Trendsetter der wesentlich bildungshöhere und kulturräffinere junge Typus.

Im mittleren Erwachsenenalter (um die 40 Jahre) folgen drei Typen, die nach Schulbildung und Familienorientierung differenziert sind. Dies sind zunächst die relativ passiven Unauffälligen mit niedriger Schulbildung und die Aktiv Familienorientierten mit schon deutlich höherer Schulbildung. Die Berufsorientierten sind im Mittel etwas jünger als die Aktiv Familienorientierten, sind aber noch

### Zwei Typen in der jüngsten Altersgruppe

### Familien- und Berufsorientierte in der mittleren Altersgruppe

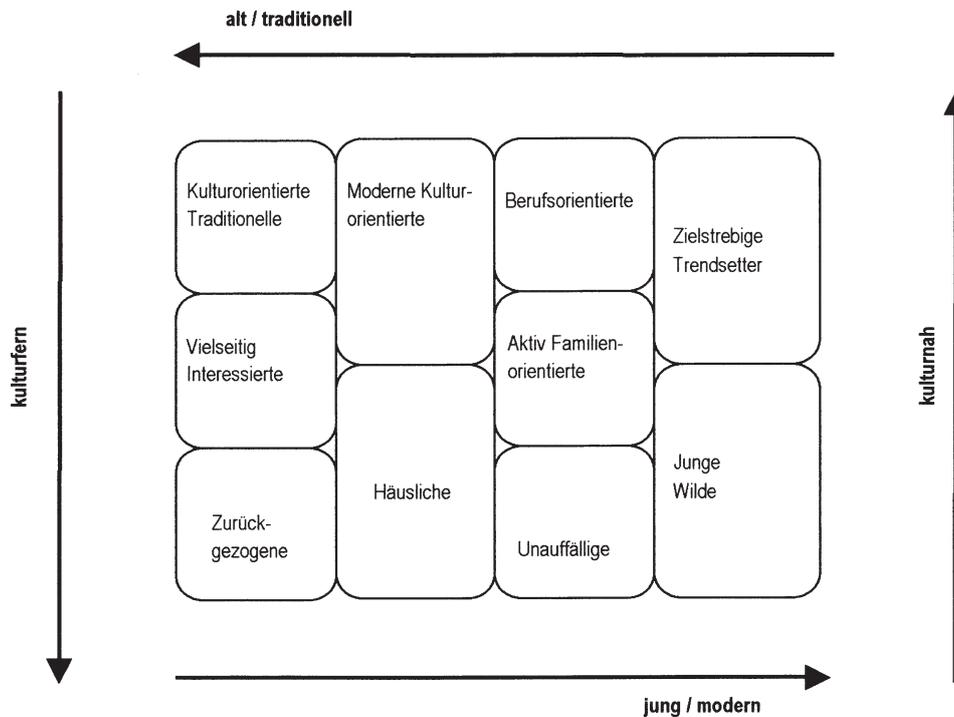
④ Bildungsstruktur der MNT-2.0-Typen

gewichtete Daten, in Zeilen %

	Hauptschule ohne Lehre	Hauptschule mit Lehre	weiterf. Schule ohne Abitur	Abitur	Studium
Junge Wilde	7	15	57	16	4
Zielstrebige Trendsetter	2	8	53	30	7
Unauffällige	11	39	46	2	2
Berufsorientierte	2	20	42	12	24
Aktiv Familienorientierte	6	34	48	5	7
Moderne Kulturorientierte	0	13	36	10	40
Häusliche	12	55	29	1	3
Vielseitig Interessierte	6	59	28	1	7
Kulturorientierte Traditionelle	12	32	33	3	20
Zurückgezogene	21	63	15	1	1
Gesamtbevölkerung	8	36	39	7	9

Quelle: MNT-Justierungsstudie 2006.

Abb. 1 MNT 2.0: Schematische Darstellung nach Modernität und Kulturaffinität



Quelle: MNT-Justierungsstudie 2006.

wesentlich besser ausgebildet. Unauffällige und Aktiv Familienorientierte leben typischerweise mit Kindern, Berufsorientierte dagegen ohne. Unauffällige und auch Aktiv Familienorientierte sind im Osten häufiger, Berufsorientierte im Westen.

Kulturorientierte im Westen. Bei den Senioren finden sich wiederum drei Typen: Die Zurückgezogenen als älteste Gruppe mit einem mittleren Alter von fast 70 Jahren haben den höchsten Anteil niedriger Bildungsabschlüsse und sind nur noch in geringem Maße aktiv. Etwas besser ausgebildet sind die im Mittel fünf Jahre jüngeren Vielseitig Interessierten. Diese verfügen über ein weites Aktivitäts- und Interessensspektrum, was aber, im Gegensatz zu den im Mittel gleich alten hoch gebildeten Kulturorientierten Traditionellen, hochkulturelle Partizipation eher ausschließt. Kulturorientierte Traditionelle sind im Osten deutlich seltener und Vielseitig Interessierte etwas seltener als im Westen,

**Fünf Typen mit Altersschnitt über 50 Jahre**

Mit Altersmittelwerten im sechsten Lebensjahrzehnt unterscheiden sich die Häuslichen von den aktiveren, hoch gebildeten Modernen Kulturorientierten. Letztere bilden den kulturell aktivsten Typus. Häusliche sind im Osten häufiger, Moderne

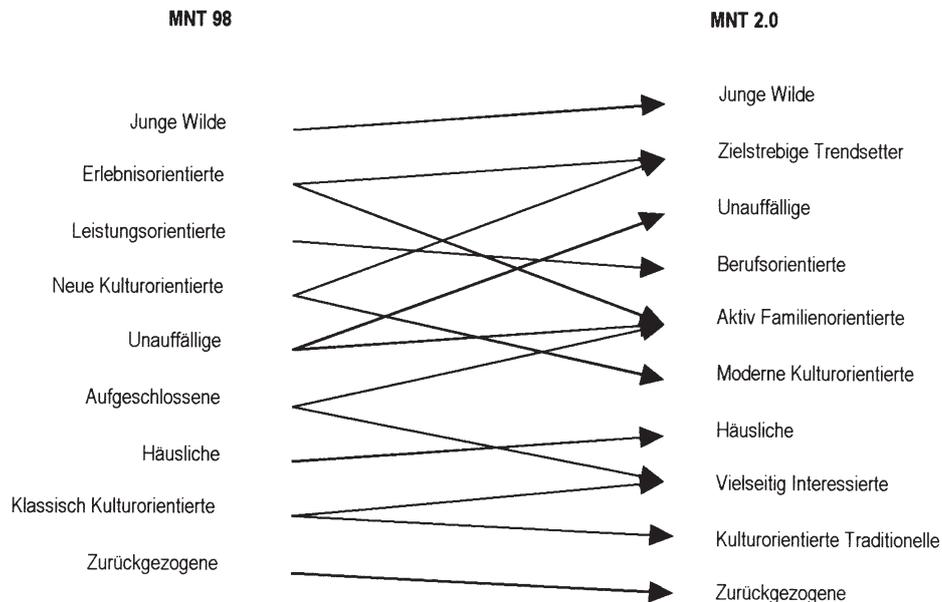
### ⑤ Übergangsmatrix von der MNT 98 (altes Kurzinstrument) zur MNT 2.0 (Vollversion)

gewichtete Daten, in Zeilen %

MNT 98, altes Kurzinstrument	MNT 2.0, Vollversion									
	Junge Wilde	Zielstrebige Trendsetter	Unauffällige	Berufsorientierte	Aktiv Familienorientierte	Moderne Kulturorientierte	Häusliche	Vielseitig Interessierte	Kulturorientierte Traditionelle	Zurückgezogene
Junge Wilde	77	11	5	4	3	0	0	0	0	0
Erlebnisorientierte	22	36	2	5	33	2	1	0	0	0
Leistungsorientierte	3	13	1	49	14	19	0	0	1	0
Neue Kulturorientierte	3	34	2	8	8	29	3	3	9	1
Unauffällige	6	0	34	11	26	0	17	2	2	2
Aufgeschlossene	0	0	1	2	41	6	10	37	3	0
Häusliche	1	0	3	0	3	0	65	23	3	3
Klassisch Kulturorientierte	0	0	0	2	1	21	3	31	41	0
Zurückgezogene	0	0	12	0	0	0	24	2	14	47

Quelle: MNT-Justierungsstudie 2006.

Abb. 2 Übergang von der MNT 98 zur MNT 2.0



Basis ist die Übergangsmatrix von der MNT 98 (altes Kurzinstrument) zur MNT 2.0 (Vollversion), ausgewiesen sind Übergänge von mindestens 25 %.

Quelle: MNT-Justierungsstudie 2006.

Zurückgezogene hingegen tendenziell häufiger anzutreffen.

#### Vergleich der MNT 2.0 mit der MNT 98

Untersucht man die Übereinstimmungen zwischen den Typen der MNT 98 und denen der MNT 2.0, so ist nicht in jedem Fall eine eindeutige Zuordnung möglich. Tabelle 5 zeigt eine Übergangsmatrix, aus der ersichtlich ist, welcher Anteil eines Typus aus der MNT 98 sich in welchem Typus der MNT 2.0 wiederfindet. Abbildung 2 gibt die stärksten Übergänge grafisch wieder. Während die MNT-98-Typen der Jungen Wilden und der Zurückgezogenen, aber auch die Häuslichen und die Leistungsorientierten

ziemlich eindeutig zugeordnet werden, gibt es erhebliche Veränderungen bei allen anderen Typen der MNT 98.

Die neue Typologie differenziert bei den Jüngeren und den Älteren besser als die alten Typen. Die alten Unauffälligen werden sinnvoll in inaktive neue Unauffällige einerseits und in Aktiv Familienorientierte andererseits aufgeschlüsselt. Die alte Differenzierung zwischen Neuen Kulturorientierten und Klassisch Kulturorientierten wird aufgegeben (12),

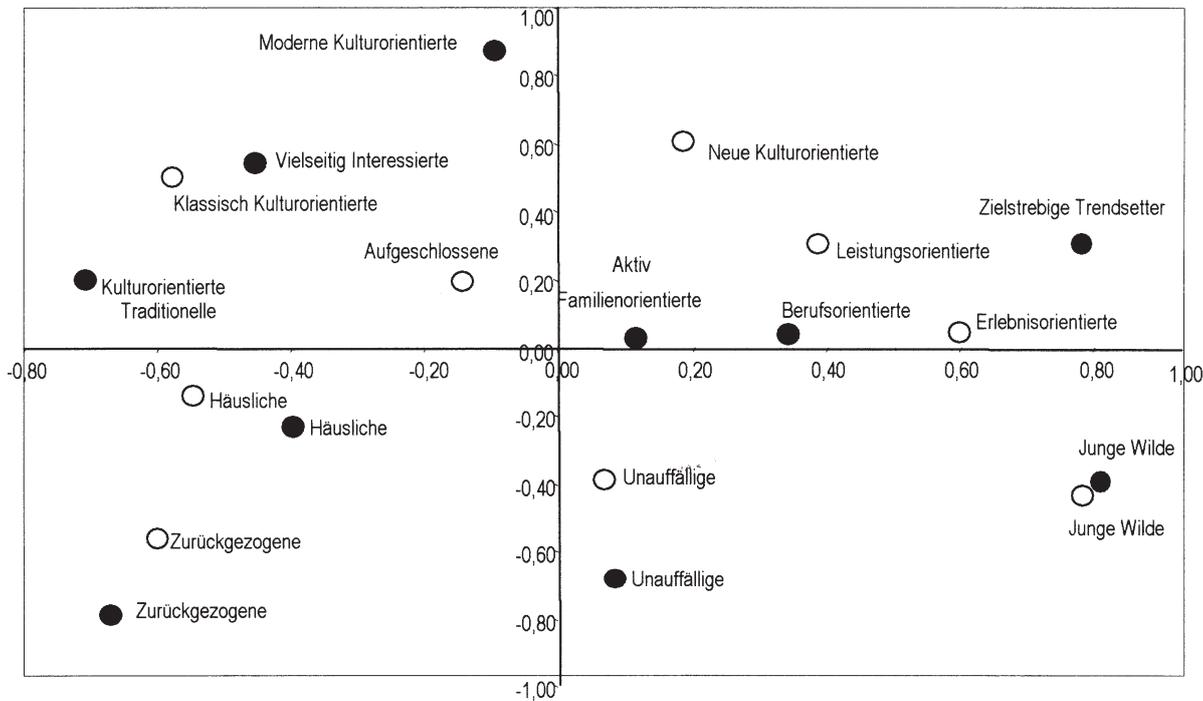
**Neue Typologie differenziert besser bei Jüngeren und Älteren**

⑥ Euklidische Distanzen zwischen den Clusterzentren der MNT 98 (neues Kurzinstrument) und der MNT 2.0 (Vollversion)

MNT 98, neues Kurzinstrument	MNT 2.0, Vollversion									
	Junge Wilde	Zielstrebige Trendsetter	Unauffällige	Berufsorientierte	Aktiv Familienorientierte	Moderne Kulturorientierte	Häusliche	Vielseitig Interessierte	Kulturorientierte Traditionelle	Zurückgezogene
Junge Wilde	8	44	51	51	53	85	73	89	86	88
Erlebnisorientierte	36	26	56	41	27	62	59	64	72	88
Leistungsorientierte	54	38	60	21	36	43	60	61	58	84
Neue Kulturorientierte	65	45	63	48	44	48	56	55	53	80
Unauffällige	48	58	21	37	30	69	34	62	55	56
Aufgeschlossene	68	56	59	49	23	51	34	31	52	76
Häusliche	79	77	54	62	45	69	15	37	44	52
Klassisch Kulturorientierte	88	72	75	55	56	32	52	35	24	73
Zurückgezogene	81	89	46	63	64	82	34	64	43	17

Quelle: MNT-Justierungsstudie 2006.

Abb. 3 Mehrdimensionale Skalierung der Distanzen zwischen MNT 98 (neues Kurzinstrument) und MNT 2.0 (Vollversion)



Quelle: MNT-Justierungsstudie 2006.

stattdessen wird nun zwischen Modernen Kulturorientierten und Kulturorientierten Traditionellen differenziert. Tabelle 6 zeigt das Ausmaß der Unterschiedlichkeit der neuen und alten Typen. Die Zellen enthalten euklidische Distanzen zwischen den Mittelwerten aller Items der Clusteranalysen. (13) Je höher die Werte sind, desto weiter liegen die Typen von einander weg. So sind die Jungen Wilden der MNT 2.0 mit einer Distanz von acht Punkten sehr nahe an den Jungen Wilden der MNT 98, was die identische Benennung der beiden Gruppen rechtfertigt. Die Modernen Kulturorien-

tierten der MNT 2.0 dagegen unterscheiden sich mit einer Distanz von 48 Punkten erheblich von den Neuen Kulturorientierten der MNT 98 und heißen deshalb auch anders.

Abbildung 3 zeigt das Ergebnis einer mehrdimensionalen Skalierung der Distanzen zwischen den alten und den neuen Typen. (14) Die zweidimensionale Abbildung lässt sich wie eine Landkarte der Mediennutzer-Typen lesen. Die hellen Punkte entsprechen der MNT 98, die dunklen der MNT 2.0. Die horizontale Achse entspricht der Dimension von „alt/traditionell“ zu „jung/modern“, die vertikale der Dimension von „kulturfern“ zu „kulturnah“ in Abbildung 1. Deutlich wird die große Ähnlichkeit der Positionen der Jungen Wilden,

Zurückgezogenen, Häuslichen und Unauffälligen und die starke Veränderung von der alten Unterscheidung zwischen Klassisch und Neuen Kulturorientierten hin zu Kulturorientierten Traditionellen und Modernen Kulturorientierten. Gut sichtbar ist auch die stärkere Differenzierung im vertikalen Bereich bei den jungen Zielgruppen.

#### Leistungsfähigkeit der MNT 2.0

Radio-, Fernseh- und Onlinenutzung mit MNT 2.0 gut erklärbar

Für Validierungszwecke wurde in der Basisstudie der MNT 2.0 auf der Seite der Mediennutzung nicht nur die Nutzung der „alten“ elektronischen Massenmedien Radio und Fernsehen, sondern auch die Nutzung des Internets berücksichtigt. Dabei wurde sowohl der Umfang der Nutzung als auch das Spektrum möglicher Nutzungsweisen erhoben. Eine detaillierte Darstellung der Vorhersagevalidität der MNT 2.0 kann an dieser Stelle nicht gegeben werden. Tendenziell liegen die erklärten Varianzen bei der Mediennutzung etwas höher als bei der MNT 98. Die Nutzung einzelner Radioprogramme und Fernsehsender wird gut, teilweise sehr gut erklärt. Ebenso werden die Internetnutzung sowie deren Ausmaß und Spektrum gut vorhergesagt. (15)

MNT 2.0 ist leistungsfähiges Segmentierungsverfahren

Seit fast einem Jahrzehnt wird die MNT 98 erfolgreich in der Medienforschung eingesetzt. Unter Wahrung der Kontinuität steht mit der MNT 2.0 erneut ein leistungsfähiges Segmentierungsverfahren für die Nutzer von Fernsehen, Radio und Internet zur Verfügung, das den gesellschaftlichen und medialen Veränderungen angemessen Rechnung trägt.

Anmerkungen:

- 1) Die Basiserhebung der MNT 98 wurde im Winter 1997/98 durchgeführt. Veröffentlichungen zum methodischen Hintergrund finden sich bei Hartmann, Peter H./Ulrich Neuwöhner: Lebensstilforschung und Publikumssegmentierung. Eine Darstellung der MedienNutzerTypologie (MNT). In: Media Perspektiven 10/1999, S. 531–539; sowie in Oehmichen, Ekkehard/Christa-Maria Ridder (Hrsg.): Die MedienNutzerTypologie. Ein neuer Ansatz der Publikumsanalyse. Baden Baden 2003, S.17–31. Für wichtige Hinweise bedanken wir uns bei Miriam Tebert.
- 2) Das Verfahren wird verbessert, bleibt aber der Grundlogik nach erhalten. Auf Veränderungen der sozialen Realität wird vor allem durch neue und bessere Operationalisierungen reagiert. Vgl. dazu Rössel, Jörg: Plurale Sozialstrukturanalyse. Wiesbaden 2005, S. 83f.
- 3) Insbesondere fielen gegenüber 1998 bei den Werten Arbeitsmotivation und Geschlechterrollen weg, darüber hinaus die Persön-

lichkeitseigenschaft Risikobereitschaft, auch Kontrollüberzeugungen und die Einsamkeit der Befragten wurden nicht mehr erhoben. Diese Items trugen 1998 nur in relativ geringem Maß zur Typenbildung bei.

- 4) Natürlich ist die Nutzung von Tageszeitungen eine Form der Mediennutzung. Da aber die MNT zur Vorhersage der Nutzung elektronischer Medien verwandt wird, ergibt sich hier keine Zirkularität. Im Kurzinstrument wird nicht nach Tageszeitungen gefragt.
- 5) Vgl. Otte, Gunnar: Entwicklung und Test einer integrativen Typologie der Lebensführung für die Bundesrepublik Deutschland. In: Zeitschrift für Soziologie 34, 2005, S.442–467. Dabei wurden die von Otte vorgegebenen Antwortkategorien an diejenigen unserer Skalenbatterien angepasst.
- 6) Das Ergebnis entspricht den vier Stilen bei Rössel (Anm. 2), S. 235. Die Varianzaufklärung durch die vier Komponenten lag bei den Hooks bei 68 Prozent, bei den Genrebezeichnungen bei 58 Prozent. Die Rangordnung der Hauptkomponenten nach erklärter Varianz unterscheidet sich zwischen den Hooks und den Genrebezeichnungen.
- 7) Grundlage der Clusteranalysen waren Informationen aus 132 verbalen Items und aus 22 musikalischen Hooks. In einem ersten Schritt wurden jeweils hierarchische Clusteranalysen auf Basis quadrierter euklidischer Distanzen zur Bestimmung der Clusterzentren durchgeführt. Die Zuordnungen der Befragten wurden in einem zweiten Schritt durch k-Means-Verfahren optimiert.
- 8) Bei der Übertragung geschah die Zuweisung nach dem Kriterium minimaler Profildistanz zwischen den weiteren Befragten und den Clustermittelwerten bereits zugewiesener Befragter.
- 9) Das Kurzinstrument wurde in mehreren Schritten durch Diskriminanzanalysen bei jeweils einer Hälfte der Stichprobe entwickelt, die andere Hälfte der Befragten diente der Kreuzvalidierung.
- 10) Cohens Kappa zwischen der mit dem Kurzinstrument berechneten Lösung und der Langfassung der MNT 2.0 liegt bei 0,72. Das entsprechende Kappa zwischen der mit dem MNT2.0-Kurzinstrument berechneten MNT 98 und der mit dem herkömmlichen Kurzinstrument berechneten MNT 98 liegt bei 0,71. Kappa gibt den Anteil der korrekt vorhergesagten Typen korrigiert um die zufällig zu erwartenden korrekten Vorhersagen an.
- 11) In Tabelle 4 werden Schüler bis einschließlich 10. Klasse dem weiterführenden Schulabschluss ohne Abitur zugerechnet, Schüler der gymnasialen Oberstufe dagegen dem Abschluss Abitur.
- 12) Ein wichtiger Grund hierfür ist, dass das wesentliche Differenzierungskriterium zwischen diesen Gruppen, aktives Musizieren, bei den jüngeren Altersgruppen nicht mehr mit einem traditionellen Kulturbegriff verknüpft ist.
- 13) Zur Itemauswahl vgl. Tabelle 1. Die Distanzen wurden auf Werte zwischen 0 und 100 transformiert. 0 steht für keine Distanz, 100 für die maximal in den Daten vorkommende Distanz zwischen den Zielstrebigem Trendsettern und den Zurückgezogenen der MNT 2.0.
- 14) Berechnungsbasis ist die 19\*19 Matrix der euklidischen Distanzen zwischen den neun Typen der MNT 98 und den zehn Typen der MNT 2.0. Es wurde das Proxscal-Verfahren verwendet.
- 15) Die Eta-Werte der Kurzversion beim Fernsehen betragen für die ARD 0,47, für das ZDF 0,49 und für die Dritten 0,52. Beim Radio betragen die Werte zum Beispiel für Einslive 0,52, für WDR 2 0,22, für WDR 4 0,51 und für WDR 5 0,27. Die Leistung der Typologie bei der Vorhersage der Gesamtdauer der Fernseh-, vor allem aber der Radionutzung ist eher schwach ( $\eta = 0,29$  bzw. 0,15). Für das Internet betragen die Eta-Werte bei der Dichotomie Online/Offline 0,56, bei der Internetnutzung in Tagen pro Woche 0,49 und bei der Skala für das Spektrum der Internetnutzung 0,50.

