

Analyse auf der Basis qualitativer und experimenteller Studien

→ Zeitbudgeterhebungen im Zeitalter medialer Konvergenz

Von Stefanie Best*, Bernhard Engel*, Henriette Hoffmann**, Lothar Mai*** und Dieter K. Müller****

Zeitbudgeterhebungen zur Mediennutzung und zu Aktivitäten im Tagesablauf – mit einer Betrachtung des Vortages und einem festgelegten Zeitraster – zählen zu den klassischen sozialwissenschaftlichen Instrumenten der Zeitbudgetforschung. Eine wichtige Rolle spielt hierbei die Nutzung der tagesaktuellen Medien.

Tagesablauf als standardisiertes Erhebungsinstrument zur Ermittlung der Mediennutzung

Viele Studien in Deutschland, deren Aufgabe die Ermittlung der Mediennutzung ist, setzen den Tagesablauf als standardisiertes Erhebungsinstrument ein. Dazu zählt in erster Linie die Media-Analyse Radio (ma Radio) der Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse e.V. Aber auch die Markt-Media-Studie Verbrauchs- und Medienanalyse VuMA (1) arbeitet zur Erhebung von Mediennutzung und Tätigkeiten mit einem Tagesablaufschema. Die Langzeitstudie Massenkommunikation verwendet ebenfalls diese Methodik. (2) Im Vorfeld der Vorbereitung der zehnten Welle der Studie Massenkommunikation ist die Frage diskutiert worden, ob die Medien des Jahres 2010 noch mit einem Instrumentarium erfasst werden können, das seit Beginn der Studie 1964 zwar kontinuierlich optimiert wurde, jedoch in wichtigen Grundprinzipien unverändert geblieben ist.

Sind Weiterentwicklungen im Zeitablauf nötig oder möglich?

Die oben genannten Studien haben den sich verändernden Rahmenbedingungen von Mediennutzung in besonderer Weise Rechnung zu tragen, sei es, dass neue Medien bei sich veränderndem Medien-nutzungsverhalten in den Tagesablauf zum Zeitpunkt X aufgenommen werden, sei es dass durch Neudefinition auch in der Schulung der Interviewer dem Begriff eines Mediums ein neuer Inhalt zugewiesen wird. Von besonderem Interesse ist hierbei, inwieweit mit dem klassischen Instrument Medienkonvergenz und eine nach Tasks differenzierte Internetnutzung adäquat erfasst werden können.

Untersuchungsfragen

Nachfolgend wird im Hinblick auf die Weiterentwicklung der Studien Massenkommunikation und VuMA vor allem zwei Fragen nachgegangen:

- Welche konzeptionellen Alternativen werden in anderen Tagesablaufferhebungen eingesetzt?

- Welche Erfahrungen gibt es auf der operativen Ebene, also in der konkreten Interviewsituation, mit dem gegenwärtigen Instrument?

Neben Desk Research der Autoren wurden vier kleinere, heterogene Teilprojekte initiiert, die bezüglich der beiden Leitfragestellungen ausgewertet wurden. Es handelt sich hierbei um:

- Qualitative Studie zur Evaluation der Feldpraxis bei Tagesablaufferhebungen (Media Markt Analysen, Frankfurt);
- Gutachten „Methoden zur Erhebung von Medienzeitbudgets im Zeitalter der Medienkonvergenz“ (TNS Emnid, Bielefeld);
- Gutachten „Zeitverwendungsforschung und Mediennutzung“ (Prof. Dr. Joachim Merz, Universität Lüneburg);
- Split-Half-Experiment zur Analyse der Effekte unterschiedlicher Abfragen zur Internetnutzung in der VuMA, einer kontinuierlichen Ad-hoc-Studie.

Die Studien dienen vornehmlich als Hintergrundinformationen und werden nicht im Einzelnen zitiert.

Tagesablaufferhebungen im Vergleich zu technischen Messungen

Eine den Einzelaspekten vorgelagerte Fragestellung ist, welche Vor- und Nachteile bei den gegebenen technischen Möglichkeiten Tagesablaufferhebungen mit traditionellen Interviewtechniken gegenüber technischen Messungen haben. Hierbei mag zunächst einmal unberücksichtigt bleiben, dass es sehr unterschiedliche Messtechniken gibt und auch Tagesablaufferhebungen – wie später noch an Beispielen gezeigt werden wird – sehr weitgehend technisch unterstützt werden können.

Auch wenn die technische Messung den theoretischen Vorteil bietet, de facto eine beliebige Angebotsvielfalt abbilden zu können, lässt sich mit technischer Messung nur ein Ausschnitt der in Tagesablaufferhebungen gewünschten Informationen erheben. Anerkannte technische Messverfahren gibt es de facto nur für Fernsehen. Für alle anderen Aktivitäten und Mediennutzungsmöglichkeiten müssen die Informationen in jedem Fall auf anderem Weg gewonnen werden. Erschwerend kommt hinzu, dass bestimmte Differenzierungen bei Medien, wie beispielsweise die Messung der Internetnutzung zu Hause oder außer Haus, nach wie vor an technische Grenzen stoßen. Ergänzende Informationen, wie beispielsweise soziale Kontexte oder auch die begleitenden Tätigkeiten, werden auch bei sich weiterentwickelnder Technik kaum technisch repräsentativ messbar werden.

Tagesablaufferhebungen sind dagegen vom Konzept her auf ein vollständiges Bild ausgerichtet und stellen somit einen eher „holistischen“ Ansatz dar. Gerade wenn es nicht darauf ankommt, eine beliebige Angebotsvielfalt innerhalb der Einzelmedien abzubilden, sondern der Aspekt des Medienvergleichs im Vordergrund steht, haben Tagesablaufferhebungen Vorteile gegenüber technischen Messungen. Tagesablaufferhebungen stützen die Erinnerungsleistung an einzelne Aktivitäten und Medien-

Grenzen technischer Messungen

Tagesablaufferhebungen stellen einen holistischen Ansatz dar

* ZDF-Medienforschung, Mainz.
 ** RMS Radio Marketing Service, Hamburg.
 *** ARD-Werbung SALES & SERVICES, Frankfurt am Main.

Abb. 1 Tagesablauf 1970 – Paper Pencil

Darstellung eines einzelnen Splits, Zeitschiene 05:00 bis 15:00 Uhr

Tagesablauf für _____, den _____ 1970
(Wochentag) (Datum, Monat)

Paginier- Nummer	Innerhalb des Hauses					Ausserhalb des Hauses			Mediannutzung					Paginier- Nummer							
	Spalte	Zeit	Schlafen	Essen	Berufsarbeit zu Hause	Hausarbeit	Sonstiges zu Hause	Berufsarbeit einschl. Weg zur Arbeit	Einkaufen, Besorgungen	Sonstiges ausser Haus	TAGESZEITUNG lesen	RADIOHÖREN			FERN- SEHEN						
5-8			+	-	0	1	2	3	3	4	5	1. Programm	2. Programm	Weicher Sender war das?	nur nebenbei gehört	aufmerksam zugehört	1. Programm	2. Programm	5-8		
																	8	9	Zeit	Spalte	
(10)		5.00																	5.00	(10)	
(11)		15																		15	(11)
(12)		30																		30	(12)
(13)		45																		45	(13)
(14)		6.00																		6.00	(14)
(15)		15																		15	(15)
(16)		30																		30	(16)
(17)		45																		45	(17)
(18)		7.00																		7.00	(18)
(19)		15																		15	(19)
(20)		30																		30	(20)
(21)		45																		45	(21)
(22)		8.00																		8.00	(22)
(23)		15																		15	(23)
(24)		30																		30	(24)
(25)		45																		45	(25)
(26)		9.00																		9.00	(26)
(27)		15																		15	(27)
(28)		30																		30	(28)
(29)		45																		45	(29)
(30)		10.00																		10.00	(30)
(31)		15																		15	(31)
(32)		30																		30	(32)
(33)		45																		45	(33)
(34)		11.00																		11.00	(34)
(35)		15																		15	(35)
(36)		30																		30	(36)
(37)		45																		45	(37)
(38)		12.00																		12.00	(38)
(39)		15																		15	(39)
(40)		30																		30	(40)
(41)		45																		45	(41)
(42)		13.00																		13.00	(42)
(43)		15																		15	(43)
(44)		30																		30	(44)
(45)		45																		45	(45)
(46)		14.00																		14.00	(46)
(47)		15																		15	(47)
(48)		30																		30	(48)
(49)		45																		45	(49)
		15.00																		15.00	

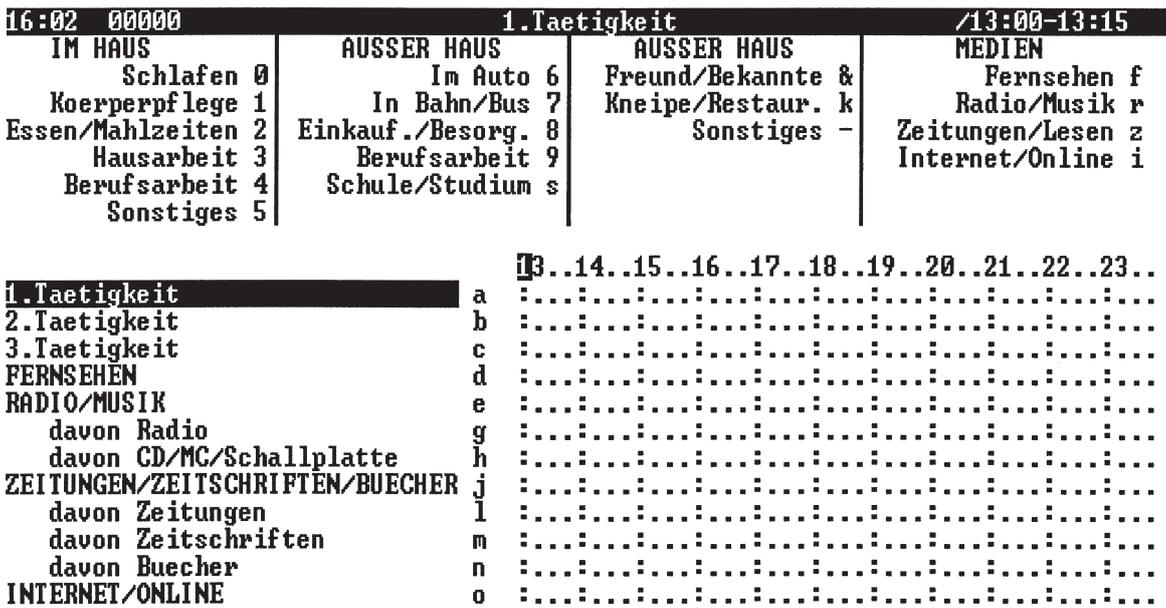
Quelle: Massenkommunikation 1970.

nutzung vor allem dadurch, dass in der Befragungssituation sowohl in der Face-to-face-Befragung als auch im computergestützten telefonischen CATI-Interview die Befragten ihre persönlichen Anker im Tagesablauf zur Strukturierung ihrer Erinnerung verwenden können. Zwar lassen sich auch technische Messung und Erhebung grundsätzlich kombinieren; für konkrete Untersuchungen wird im Einzelfall eine Güterabwägung getroffen werden müs-

sen. Es ist zu prüfen, ob bei einer theoretisch denkbaren Aufteilung des Tagesablaufs in einen technisch gemessenen und einen erhobenen Teil die Vorteile der technischen Messung durch die dann nicht mehr vorhandene strukturierende Wirkung des holistischen Ansatzes aufgezehrt werden.

Abb. 2 Tagesablauf 2000 – Cati

Ausschnitt der Zeitschiene 13:00 bis 23:45, inverse Farbdarstellung



Quelle: Massenkommunikation 2000, analog AG.MA.

Klassischer Tagesablauf für Face-to-face-Befragungen entwickelt

Problematik der Tagesablaufferhebungen

Der klassische Ansatz der Tagesablaufferhebung wurde für Face-to-face-Befragungen entwickelt. Der matrixartige Aufbau des Instruments stützte die Erinnerungsleistung. Der Tagesablauf lag als einfach nachzuvollziehendes Muster der eigenen Alltagserfahrung vor. Zumeist wurde in diesem klassischen Ansatz die Strukturierung dadurch optimiert, dass für Mediennutzung und Aktivitäten der Befragten im Tagesablauf Gruppierungen gebildet wurden, wie beispielsweise In-Haus- und Außer-Haus-Aktivitäten. Je nach Umfang und Differenzierung der Befragung waren die Tagesabläufe für Face-to-face-Interviews in DIN-A3-Formaten oder als Leporellos gestaltet. Abbildung 1 zeigt einen nach diesem Prinzip aufgebauten Fragebogen aus dem Jahr 1970.

Computergestützte CATI-Interviews erweitern die Erhebungsmöglichkeiten

Diversifizierung der Angebote, erweiterte Informationsbedürfnisse und präzisere Zeitraster stellten an das Instrument, vor allem aber an die Befragten, erhöhte Anforderungen, die auch die Grenzen des Instruments aufzeigten. Für das Internet ließ sich das Verfahren trotz methodischer Weiterentwicklungen nicht mehr in der Face-to-face-Erhebungstechnik weiterführen. Die methodischen Weiterentwicklungen innerhalb dieses Rahmens waren zudem beschränkt: Tageszeiten, die im Tagesablauf nur von wenig Interesse waren – vor allem die Nachtzeiten – wurden entweder nicht oder nur mit einem reduzierten Fragenprogramm erfasst. Soweit bestimmte Medienangebote – insbesondere beim UKW-Radio – auf regionale Teilmärkte beschränkt

waren, wurden regionale Fragebogensplits eingeführt, die bei hinreichend großer Fallzahl auch eine gute Anwendung des Verfahrens ermöglichen.

In der CATI-Erhebungstechnik ergab sich die Möglichkeit, durch Vorfilterungen den Tagesablauf im Umfang zu reduzieren. Bei der nicht-linearen Nutzung der elektronischen Medien konnte wegen der zunächst nicht so großen Relevanz auf eine Differenzierung im Tagesablauf verzichtet werden. Gleiches gilt für Tagesabläufe, die – wie im Fall der VuMA – lediglich Ankerfunktion zum Beispiel für die Anpassung der Medienreichweiten an Währungsstudien haben. Eine im CATI-Interview verwendete Version einer Tagesablaufferhebung aus dem Jahr 2000 ist in Abbildung 2 dargestellt.

Eine grundlegend neue Situation für Tagesablaufferhebungen ergibt sich durch die Konvergenz der Medien und hier besonders durch das Internet, das bereits generisch ein konvergentes Medium ist. Während bei den drei klassischen tagesaktuellen Medien eine unproblematische Beziehung zwischen dem Träger des Inhalts und dem Inhalt selbst besteht, ist diese Beziehung im Zeitalter konvergierender Medien Gegenstand der Methodendiskussion. Radio hören beispielsweise ist – auch im Real-time-Broadcast-Modus – nicht mehr an ein Radiogerät gebunden. PCs und Mobiltelefone ermöglichen auch eine Radionutzung, sei es via Applikation oder via Internetzugang. Manche neuen Angebotsformen machen es inzwischen sogar fast unmöglich zu erkennen, ob es sich um die Nutzung eines klassischen Senders oder um hybride Kompilationen von Drittanbietern handelt. (3) Zu prüfen ist also, ob und inwieweit Tagesablaufferhebungen diesen Entwicklungen Rechnung tragen bzw. weiterentwickelt werden müssen oder können.

Medienkonvergenz stellt neue Anforderungen an das Instrument Tagesablauf

Der Tagesablauf der Studie Massenkommunikation und anderer klassischer Studien

Vergleichende Mediennutzung in Studie Massenkommunikation seit 45 Jahren per Tagesablauf erhoben

Seit nunmehr 45 Jahren liefert die Studie Massenkommunikation intermedial vergleichbare Nutzungsdaten zu den tagesaktuellen Medien sowie – sukzessive ergänzt – zu vielen weiteren Medien. Die Methode der Befragung trägt hier der Anforderung Rechnung, die Nutzung verschiedener Medien – elektronische wie Printmedien – sowohl untereinander vergleichen als auch mit anderen Aktivitäten in Beziehung setzen zu können. Der Tagesablauf als Kernstück dieser Befragung ist in seiner Methodik unverändert geblieben. Er wird als Stichtagsbefragung zum gestrigen Tag geführt und besteht aus einem Raster aus verschiedenen Aktivitäten (horizontal) und Zeittakten in 15-Minuten-Intervallen von 5.00 bis 5.00 Uhr (vertikal). Anhand dieses Rasters geht der Interviewer mit dem Befragten – bis 1995 „face-to-face“ und ab 2000 in computerunterstützten Telefoninterviews (CATI) – den gesamten Tag vom Aufstehen bis zum Schlafengehen durch und erfragt dabei, welche Tätigkeiten und Medienaktivitäten in welchen Zeitintervallen ausgeübt wurden. Die Dauer jeder genannten Aktivität wird an dem Zeitraster – mit 15 Minuten als der kleinsten Zeiteinheit – abgetragen. Tätigkeiten von kürzerer Dauer, wenn sie denn erwähnt werden, gehen also trotzdem mit 15 Minuten Dauer ein. Diese „Überschätzung“ wird aber in der Summe dadurch ausgeglichen, dass sehr kurze Aktivitäten oft nicht erinnert und damit auch nicht registriert werden.

Die Vorgaben für die einzelnen Aktivitäten reichen von Tätigkeiten im Haus wie „Körperpflege“, „Essen“, „Hausarbeit“ bis zu Tätigkeiten außer Haus wie „unterwegs in Auto oder Bus/Bahn“, „Berufarbeit außer Haus“ oder „Freunde/Bekannte/Verwandte treffen“. Die Mediennutzung – auch als Parallelnutzung – wird explizit angesprochen („Denken Sie jetzt bitte immer daran, ob Sie gestern irgendwann auch ferngesehen, Radio oder Musik gehört haben“) und umfasste in der Welle 2005 Fernsehen, Video/DVD, Radio, Schallplatte/CD/MC/MP3, Zeitungen, Zeitschriften, Bücher und Internet/Online. Dabei ist die Medientätigkeit, wie bislang in fast ausnahmslos allen Befragungen zur Mediennutzung üblich, über das benutzte Gerät definiert.

Per Tagesablauf erhobene Mediennutzung hat vielfach Währungscharakter

Die Erfassung von Zeitaufwendungen für Aktivitäten anhand eines Tagesablafrasters verfolgt in erster Linie den Zweck, Häufigkeit und Nutzungsdauer der Tätigkeiten in Befragungen möglichst verlässlich zu erfassen. Denn ohne dass der Befragte selbst die durchschnittliche Dauer der Aktivitäten einschätzen muss – eine solche Selbsteinschätzung verwenden zum Beispiel die AWA (Allensbacher Markt- und Werbeträgeranalyse) und ACTA (Allensbacher Computer- und Technikanalyse) sowie die „Typologie der Wünsche“ des Burda community network – stützt das Tagesablauf-Interview die notwendige Erinnerungsleistung für das Aktivitätsprofil des Vortags. Erst in der späteren Analyse werden die täglichen Nutzungszeiten (als Summe der angegebenen Zeittakte pro Aktivität

mal 15 Minuten) berechnet. Aus den individuellen Tagesabläufen aller Befragten können sowohl durchschnittliche Tagesreichweiten und -Nutzungsdauern ermittelt als auch Aktivitätsverläufe und Sequenzmuster erstellt werden.

Die über das Instrumentarium des Tagesablauf-Interviews erhobene Mediennutzung hat im deutschen Medien- und Werbemarkt Währungscharakter erlangt, wenn man an die Regelstudien der Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse (ag.ma) – wie etwa der ma Radio – denkt, die ungeachtet der Erhebungstechnik das Tagesablauf-Interview als Standard-Instrumentarium einsetzen. Auch die von SevenOneMedia beauftragte Studie TimeBudget 12 (4) legt für die Jahre 1999 bis 2005 auf Basis von Interviews erhobene Mediennutzungsdaten im Tagesablauf vor.

Eng verwandt mit dem Tagesablauf-Interview ist die Methode des Zeittagebuchs. Hier bekommt der Proband – in der Regel als „paper and pencil“ – ein Tagebuch auf Basis eines Zeit-/Aktivitätsrasters ausgehändigt, in das er selbst seine Zeitverwendung einträgt. Anders als beim Tagesablauf-Interview handelt es sich hierbei um eine wirkliche Selbstbeobachtung. Ein weiterer Unterschied besteht in der zu untersuchenden Zeitperiode: Während das Tagesablauf-Interview den gestrigen Tag zum Stichtag hat, wird das Tagebuch über einen längeren Zeitraum geführt, in der Regel über eine Woche.

Gegenüber der Tagesablauf-Methode liegen Vorteile in der Möglichkeit einer sehr zeitnahen Erfassung, sofern der Proband dies auch so umsetzt. In Tagebüchern sind zudem qualitative bzw. kreative Techniken zur Kommentierung und Bewertung der Mediennutzung erhebbar. Mögliche Nachteile liegen darin, dass der Befragte ohne Interviewerführung sich selbst konditioniert und eventuell vergisst, subjektiv unwichtige (Neben-)Tätigkeiten einzutragen.

Die Tagebuchprotokollierung ist eine international sehr verbreitete Methode zur Messung von Mediennutzungszeiten. Mitte der 1990er Jahre wurden auch in Deutschland einige Tagebuchstudien zur Ermittlung der Mediennutzung eingesetzt, beispielsweise für die damalige Funkanalyse Bayern. Auch im Rahmen der Validierung und Optimierung der ma Radio wurde in ausführlichen Methodentests das Tagebuch als Erhebungsoption geprüft. Dabei haben die Tagebuch-Testvarianten weitgehend identische Nutzungsvorgänge für Radio ermittelt, und somit die in der Face-to-face-ma erhobene Radionutzung validiert. (5) Die Zeitbudgeterhebung des Statistischen Bundesamtes (6), zuletzt aus den Jahren 2001/2002, stellt ein Beispiel für eine bezüglich Datenbasis und Variablenzahl besonders umfangreiche Tagebuchstudie dar. Sie unterscheidet nach Haupt- und Nebentätigkeiten, zusätzlich wird der örtliche und soziale Kontext der Mediennutzung

Eng mit Tagesablauf verwandte Methode: das Zeittagebuch

Beispiele für Tagebuchstudien in Deutschland

erfasst, das heißt, wo und eventuell mit wem eine Tätigkeit ausgeübt wurde. Die Mediennutzung spielt in dieser Untersuchung allerdings eine untergeordnete Rolle.

Neue Methoden in der Tagesablaufferhebung

Auch wenn Tagesablaufferhebungen, wie oben beschrieben, gewisse Restriktionen mit sich bringen, haben sie in den vergangenen Jahren eine Renaissance erfahren. Denn obwohl die technische Messung von Medienreichweiten eine hohe Präzision bezüglich Zeit und Angebot gewährleistet, ist sie vor allem aus der werbungstreibenden Industrie mit dem Argument kritisiert worden, dass eine Messung der Exposition gegenüber dem Medium für eine Bewertung der Nutzungsqualität nicht ausreichend sei. Zudem wurde sichtbar, dass eine technische Messung aller relevanten Medien zwar wünschenswert, aber forschungspraktisch nicht umsetzbar war.

**Britische Studie
TouchPoints:
Tagesablauf mit
PDA erhoben**

Vor diesem Hintergrund wurde in Großbritannien die Studie TouchPoints entwickelt, in der im Rahmen einer Tagesablaufferhebung die Nutzung aller relevanten Medien sowie auch die emotionale Verfassung (in einem globalen Indikator) erfasst wurden. (7) Um die Anforderungen an die Erinnerungsleistung gering zu halten und die Abfragen differenziert gestalten zu können, wurde die Erhebung als selbstadministrierte Studie mit einem PDA durchgeführt. Durch die technische Unterstützung mit einem PDA ist es möglich, die Befragten an das zeitnahe Ausfüllen der Erhebung zu erinnern und sehr komplexe Filterführungen („Routen“ durch den Medienalltag) vorzugeben. (8) Die Problematik der Konvergenz der Medien oder hybrider Nutzung ist jedoch nicht explizit thematisiert.

Die Studie TouchPoints dient auch für andere Studien als Referenz, so zum Beispiel für die Studie MindSet der Media-Agentur Mindshare. (9)

**Schweizer
Studie TUS:
multidimensionale
Erfassung der
Mediennutzung**

Ein etwas anderer Ansatz ist mit der Schweizer Studie TUS (Time Use Study) (10) verfolgt worden. Grundkonzept der Studie ist eine multidimensionale Erfassung der Mediennutzung, in der Geräte (TV, Radio, Spielekonsolen etc. mit diversen Subkategorien), Nutzungsoptionen (live, Konserve, Kopfhörer, als passiver Nutzer oder als Autor/Producer etc.), Art der Wahrnehmung (Lesen, Hören, Sehen) abgebildet werden. Durch die sehr systematische Art der Erfassung ist es möglich, verschiedene Aspekte in den Auswertungen darzustellen. So lässt sich beispielsweise die Fernsehnutzung in der Verteilung auf Geräte und Nutzungsoptionen darstellen, aber auch das Profil mobiler Mediennutzung. Durch entsprechende Kombinationen lassen sich konvergente Nutzungssituationen analysieren (vgl. Abbildung 3).

**Qualitative Evaluation der Feldarbeit
bei Tagesablaufferhebungen**

Neben der konzeptionellen Ebene ist für die Qualität von Tagesablaufferhebungen auch die praktische Handhabung in der Feldarbeit ein wichtiges Kriterium um zu beurteilen, ob ein Instrument geeignet ist, die gestellten Anforderungen zu erfüllen.

Im Auftrag der ARD-Werbung SALES & SERVICES, der RMS Radio Marketing Service und der ZDF-Medienforschung sollte im Rahmen einer qualitativen Studie erkundet werden, ob im Verlauf der derzeit üblichen Tagesablaufbefragungen Nutzungsakte des Radiohörens oder Fernsehschauens nicht oder nur mangelhaft erfasst werden. Dies könnte zum einen dann der Fall sein, wenn es durch neue Verbreitungsgeräte wie Handys mit Applikationen zu Internet-Streams oder durch neue Medien wie MP3, Podcast oder Internet zu Missverständnissen zwischen Befragtem und Interviewer kommt. Eine Frage lautet zum Beispiel: Ordnet der Interviewer das Radiohören via Internetstreaming dem Radiohören zu? Zum anderen könnte die Anlage der Befragung bzw. Formulierungen und Einordnungsmöglichkeiten im Fragebogen dem Befragten die Beantwortung erschweren bzw. das Vergessen oder Nicht-Berücksichtigen von seltenen Nutzungsformen fördern.

Im Vorfeld der Untersuchung wurden sechs Tonband-Interviews mit so genannten Heavy-Usern neuer Medientechnologien durchgeführt, darunter zwei Frauen und vier Männer im Alter zwischen 19 und 48 Jahren. Die Ergebnisse dieser Interviews dienten der Ausarbeitung eines Frageleitfadens, der bei der Befragung professioneller Interviewer eingesetzt wurde.

In der Hauptstufe der Untersuchung wurden zwei Gruppendiskussionen durchgeführt. In der ersten Gruppendiskussion nahmen fünf Telefonstudio-Supervisorinnen im Alter zwischen 29 und 40 Jahren teil, deren Aufgabe darin besteht, die Interviewer zu betreuen und deren Fragen zu beantworten. In der zweiten Runde diskutierten sechs Interviewer, darunter zwei Männer und vier Frauen im Alter zwischen 24 und 50 Jahren, die im Schnitt schon vier Jahre lang Tagesablaufbefragungen per Telefon durchführen. Im Verlauf der Gruppendiskussionen wurden jeweils zehn vorgefertigte „schwierige“ Mediennutzungssituationen besprochen, die auf der Basis der Interviews mit den Heavy-Usern entwickelt worden waren.

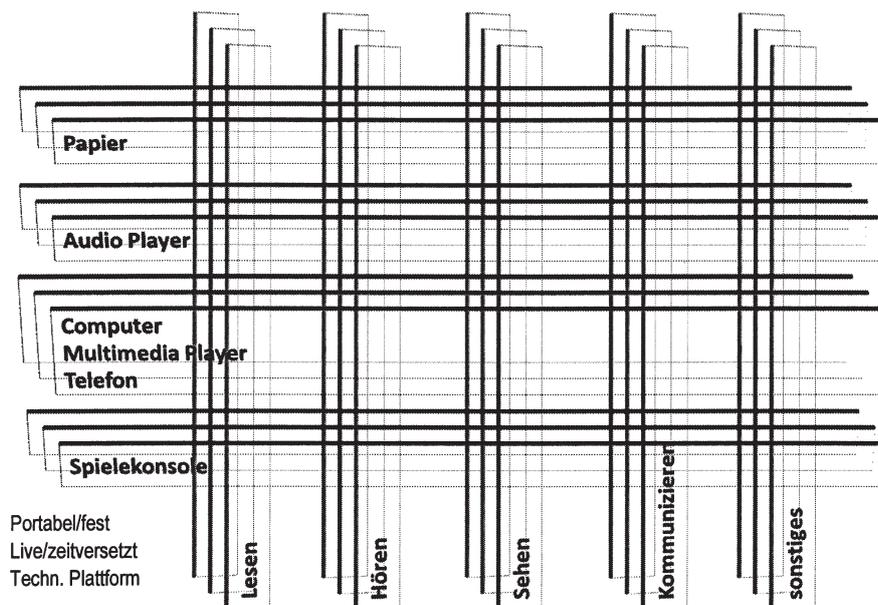
Die Abfrage eines Tagesablaufs stellt an den Interviewer besondere Anforderungen. Als persönliches Gespräch angelegt, gibt der Tagesablauf keine strikten Vorgaben für den Interviewer. „Die Abfrage findet in Form eines Gesprächs statt, in dem der Interviewer den vorangegangenen Tag des Befragten von 5.00 bis 24.00 Uhr in Viertelstundenabschnitten nach vorgegebenen Kategorien protokolliert. Diese Kategorien beinhalten Tätigkeiten wie zum Beispiel Mahlzeiten, Autofahren, Einkaufen und Haus- und Berufsarbeit und werden auch Leit-tätigkeiten genannt, da sie dem Befragten helfen,

**Werden bestimmte
Nutzungsakte nicht
oder nur mangelhaft
erfasst?**

**Gruppen-
diskussionen mit
Telefonstudio-
Supervisoren
und Interviewern**

**Wie gehen
Interviewer mit
komplizierten
Nutzungssituationen
um?**

Abb. 3 Tagesablauf 2006 – PDA (Schematische Darstellung)



Quelle: Dähler, Manuel und Isabel Wenger: Emerging Media vs. Traditional Platforms – a Novel Approach to Time Use Studies. ESOMAR Worldwide Multimedia Measurement 2007, Dublin. S. 163 – 171. Eigene grafische Aufbereitung in Anlehnung an die Präsentation.

seinen gestrigen Tag zu strukturieren und sich an die gleichzeitig stattgefundene Radionutzung zu erinnern. So kann die Radionutzung des Tages viertelstundenweise erfasst werden.“ (11)

Der Interviewer muss also nicht nur in freier Rede den Fortlauf des Interviews ermöglichen, er muss auch noch die „freie Rede“ des Befragten in ein strukturiertes Schema einordnen. Neu eingesetzte Interviewer haben natürlich nicht sofort alle möglichen zuordenbaren Leittätigkeiten parat. Daher ist eine intensive Schulung und Übung hier besonders notwendig. Darüber hinaus lehrt die Erfahrung die Interviewer bei zu „schnellen“ Befragten, also Befragten, die schnell aber knapp antworten, nachzuhaken und die möglichen Mediennutzungen zu betonen. In den meisten Fällen werden so weitere übergangene „Nutzungsakte“ ermittelt.

Fazit:
Es können
fast alle Medien-
nutzungssituationen
erfasst werden

Als erstes Ergebnis der Befragung der Supervisoren und Interviewer kann festgehalten werden, dass alle Mediennutzungssituationen erfasst werden. „Nein, ich habe das Gefühl, dass wir alles kriegen.“ Dieser Eindruck wird vor allem dadurch bestätigt, dass es durchaus Situationen gibt, in denen zunächst nicht alles erfasst wird und vom Interviewer nachgefragt werden muss. So sind es hauptsächlich Situationen mit passiver Mediennutzung, wenn zum Beispiel andere das Gerät eingeschaltet haben, die von einigen Befragten zunächst nicht genannt werden. Auch kurze Nutzungsakte, wie Verkehrsnachrichten vor einer Autofahrt, E-Mails checken oder Sportergebnisse nachsehen, werden schon mal übersehen. Die Interviewer haben aber gelernt, dass nachfragen hier hilft, vor allem wenn überhaupt kein Nutzungsakt berichtet wurde.

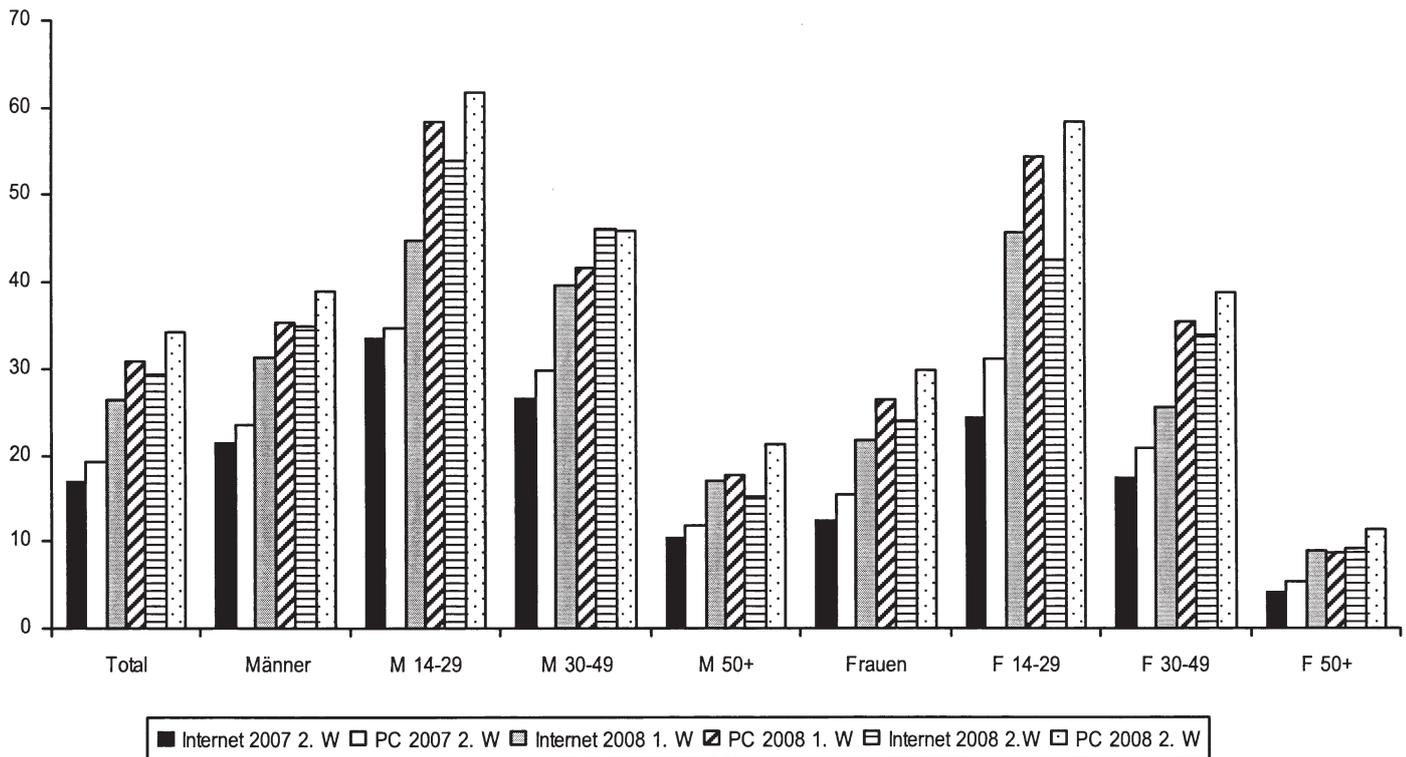
Bezüglich der Einordnung der Nutzungsakte hat zunächst der Befragte die Definitionsmacht. „Es kommt darauf an, wie der Befragte es nennt.“ Das heißt, zunächst bestimmt der Befragte, ob er Radio oder MP3 gehört hat, ob er ferngesehen oder DVD geschaut hat. Sollte der Befragte sich nicht sicher sein, ist für den Interviewer zunächst der Livecharakter des Nutzungsaktes maßgeblich. Aufzeichnungen wie Podcasts, MP3-Files, Fernsehsendungen aus der Mediathek im Internet werden von den Interviewern nicht als Radio- oder Fernsehnutzung eingeordnet. Im Gegensatz dazu werden Radio- und Fernsehsendungen als Livestream im Internet als solche erkannt und zugeordnet. Hier sind der PC oder das Internet nur weitere Empfangswege. Dies bedeutet aber auch, dass zeitversetzte Nutzung, sofern der Befragte es nicht anders definiert, immer als Aufzeichnung vercodet wird und damit nicht in die Reichweite von Radio- und Fernsehen eingeht.

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass mit Hilfe des Tagesablaufs die erhobenen Mediennutzungsakte nahezu vollständig erfasst werden können. Auch die einzelnen Medien Fernsehen, Radio, Internet, PC, Audio- und Videodateien können hinreichend unterschieden werden. Die Einbeziehung der zeitversetzten Nutzung in die Reichweite von Radio und Fernsehen erscheint in der derzeitigen Form des Tagesablaufs allerdings kaum möglich.

**Livestreams werden
als TV- bzw. Radio-
nutzung eingeordnet,
zeitversetzte Nutzung
nicht**

Abb. 4 Tagesreichweite Internet vs. PC

Mediennutzung 5-24 Uhr, 14+, VuMA, Reichweite in %



Quelle: VuMA 2007, 2. Welle, pro Split 2 894 Fälle; VuMA 2008, 1. Welle, pro Split 2 886 Fälle; VuMA 2008, 2. Welle, pro Split 2907 Fälle.

Split-Half-Experiment in der VuMA: PC-Nutzung vs. Internetnutzung

Einen weiteren Baustein in der Überprüfung von Abfragemodalitäten im Rahmen von Tagesablauf-erhebungen bildet ein auf die quantitative Analyse angelegtes Split-Half-Experiment im Rahmen der Verbrauchs- und Medienanalyse VuMA. Über drei Wellen hinweg wurde jeweils in der Hälfte der Interviews im Tagesablauf statt der Tätigkeit „PC nutzen“ im Tagesablauf die Tätigkeit „Internet“ vorgegeben. (12)

Der Tagesablauf der VuMA ist im Vergleich zu dem Tagesablauf einer reinen Reichweiterehebung wie der ma Radio eher als rudimentärer zu bezeichnen. Der Grund liegt darin, dass hier lediglich Bindeglieder für die Anpassung der Radionutzung an die ma Radio und der Fernsehnutzung an die AGF-Daten bzw. Daten der ma Intermedia zu erheben sind. Dennoch wird über die reine Mediennutzungsinformation einzelner Radio- und Fernsehsender hinaus eine ganze Reihe von Informationen für die Zeitschnitte erhoben:

- Hat der oder die Befragte in dem Zeitabschnitt geschlafen?
- War der oder die Befragte während der Nutzung von Sender X im Haus oder außer Haus?
- Hat der oder die Befragte im Zeitabschnitt PC (oder Internet) genutzt?

In der Auswertung lässt sich so beispielsweise analysieren, dass ein Radiosender in der Zeit von 8.00

bis 9.00 Uhr im Haus vom Befragten gehört wurde und dabei vom Befragten ebenfalls der PC genutzt wurde. Die Grenze dieser Analysen liegt darin, dass die Zeitgleichheit nicht bedeutet, dass Radio via Internetstreaming genutzt wurde. Um dies als Ergebnis einer Studie zu erhalten, müssten die Empfangswege jedes einzelnen Nutzungsvorgangs für den gestrigen Tag festgehalten werden. (13)

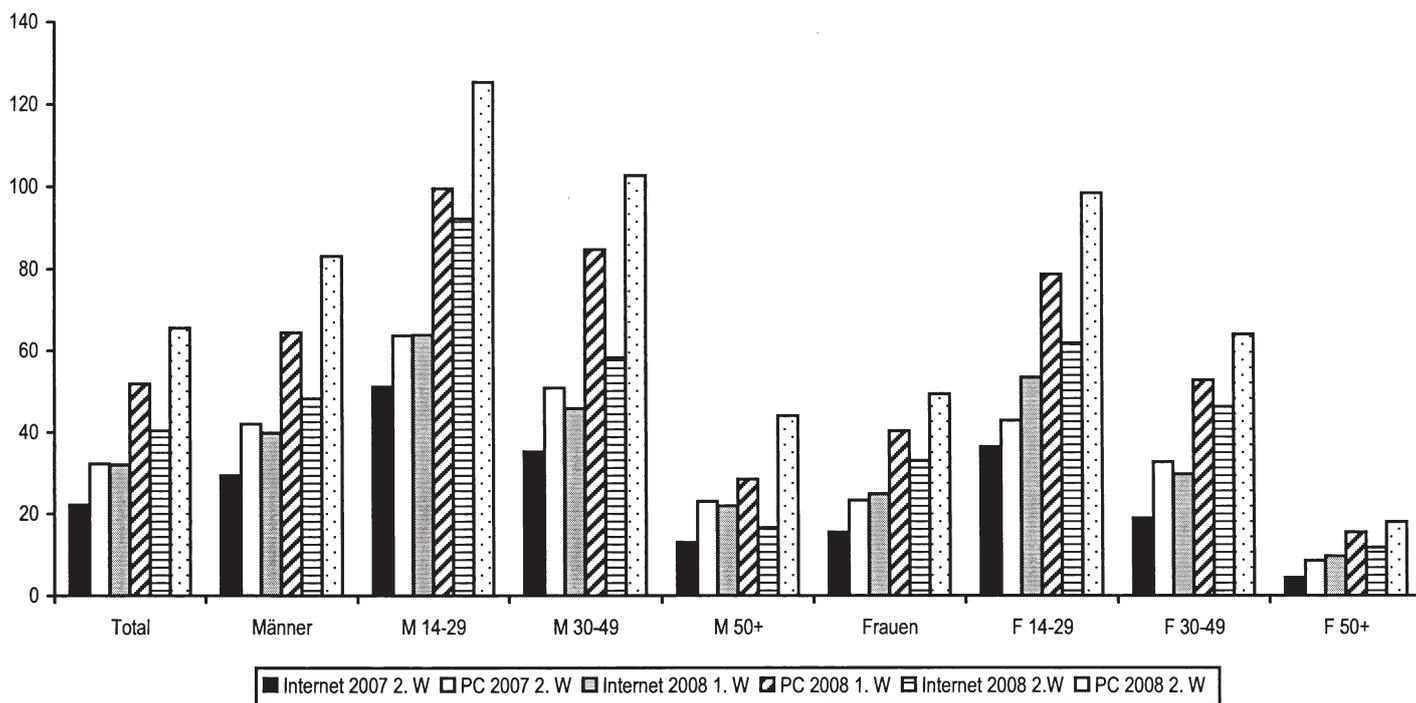
Die Auswertungen der VuMA-Daten zeigen, dass der Einfluss der alternativen Abfrage von PC oder Internet auf die übrigen Ergebnisse der Erhebung gering ist. Allerdings ist bei der Reichhaltigkeit der Antworten natürlich ein Unterschied festzustellen (vgl. Abbildungen 4 und 5). In diesem Sinn bildet Internet nur einen Teilausschnitt der PC-Nutzung ab und führt zu weitaus weniger Nennungen während der einzelnen Zeitabschnitte des Tages. Dies ist leicht nachzuvollziehen – wenn der PC genutzt wird, muss nicht zwangsläufig das Internet genutzt werden. Die Person kann auch anderen Tätigkeiten wie beispielsweise der Erstellung einer Powerpointpräsentation oder dem Schreiben eines Briefes – um nur einige Beispiele zu nennen – nachgehen.

Das Umgekehrte gilt natürlich zunehmend auch: Internetnutzung ist nicht immer PC-Nutzung. Angesichts von Abrufmöglichkeiten von Internet auf dem Handy-Display und entsprechenden Flatrates und mehr oder minder komfortabler Darstellung hat das eine mit dem anderen nur noch begrenzt

Einfluss alternativer Abfrage von PC oder Internet gering

Abb. 5 Nutzungsdauer Internet vs. PC

Mediennutzung 5-24 Uhr, 14+, VuMA, Nutzungsdauer in Min.



Quelle: VuMA 2007, 2. Welle, pro Split 2 894 Fälle; VuMA 2008, 1. Welle, pro Split 2 886 Fälle; VuMA 2008, 2. Welle, pro Split 2907 Fälle.

zu tun. Es gibt also eine Schnittmenge von PC und Internet, aber in beiden Gruppen auch andere Teilmengen.

Sensibilisierung des Instituts und Schulung der Interviewer für das Thema wichtig

Bei institutsspezifischer Betrachtung der Ergebnisse zeigt sich (und hier schließt sich der Kreis zur qualitativen Erhebung bei den Supervisoren): Je besser das Feld eines Institutes für das Thema sensibilisiert ist, desto stärker werden gerade auch die Grenzfälle der Mediennutzung erkannt, hinterfragt und zugeordnet. Ein wichtiges Fazit in Zeiten der Medienkonvergenz ist daher auch, dass nur erfragt werden kann, was der Interviewer gelernt hat zu erfragen. Je differenzierter unsere Medienwelt wird, umso stärker müssen auch die Interviewer auf die möglichen Sonderfälle der Nutzung hingewiesen werden, um ein dauerhaftes Underreporting zu vermeiden. Geht es um die Radionutzung, sind die Interviewer in Schulungen konsequent darauf hinzuweisen, was dies in der Welt von heute alles bedeuten kann: Nutzung via klassischer Kanäle im Küchenradio, Wohn- und Schlafzimmer oder im Auto. Aber auch die Nutzung via Applikation auf dem iPhone oder die Webradionutzung im Internet über den häuslichen PC oder das Notebook am Arbeitsplatz ist Radionutzung und als solche im Interview zu hinterfragen und entsprechend zu codieren.

Konsequenzen für künftige Tagesablauf-Studien

Was bedeuten die hier beschriebenen Forschungen zu Tagesablauf-Studien für die Ermittlung der Mediennutzung in Zeiten der Medienkonvergenz? Für

die neue Welle der Studie Massenkommunikation beispielsweise ergeben sich nach Medien abgestufte Konsequenzen:

Die Erfassung von Tageszeitungen kann auch heute noch nach dem gleichen Verfahren erfolgen wie in den vorausgegangenen Wellen. Auch wenn faktisch alle Tageszeitungen über Internetpräsenzen verfügen, wird mit der Frage der Nutzung der Tageszeitung die Nutzung der gedruckten Ausgabe verbunden. Die Nutzung der Tageszeitung als exakte digitale Kopie („exact digital replica“ z. B. New York Times, „e-paper“ z.B. FAZ) oder mit Hilfe spezifischer elektronischer Endgeräte ist derzeit noch zu unbedeutend, um in der Tagesablaufferhebung spezifisch berücksichtigt zu werden.

Quantitativ bedeutsamer ist die Nutzung des Radios auf Endgeräten, die Radio quasi als hybriden Dienst anbieten, vor allem das Internet, aber zum Beispiel auch Mobiltelefone. Allerdings ist auch hier festzustellen, dass in der konkreten Feldarbeit mit dem Begriff des Radiohörens der Content der Radioangebote assoziiert wird. Allerdings ist es für die Befragten teilweise nur sehr schwer möglich zu erkennen, welche Musikangebote Fortsetzung der Broadcast-Angebote sind oder ausschließlich im Internet bereitgestellter Content.

Tageszeitung

Radio

Fernsehen Das Fernsehen über das Internet gewinnt zunehmend an Bedeutung. Auch hier gelten die gleichen Anmerkungen wie für das Radio. Soweit Fernsehen lediglich das Internet als Transportweg verwendet – zum Beispiel das IPTV-Angebot von T-Home – wird dieses auch als Fernsehen und nicht als Internetnutzung eingeordnet.

Internet Außerordentlich schwierig ist die Behandlung des Internets als Medium, da dieses Medium gleichzeitig originären Internet-Content anbietet, aber auch als Transportmedium für andere Medien, insbesondere Radio und Fernsehen dient.

Internetnutzung soll nach verschiedenen „Tasks“ differenziert werden Aktuelle Zielsetzung ist eine Differenzierung der Internetnutzung nach verschiedenen „Tasks“, wobei eine wesentliche Trennung die zwischen medialer und nichtmedialer Nutzung ist. Die ARD/ZDF-Onlinestudie weist mit einer differenzierten Abfrage 20 unterschiedliche Tasks aus, die Bestandteil der Internetnutzung sind. (14) Verwendet man eine sehr grobe Kategorisierung, wie zum Beispiel Medienutzung, Individualkommunikation, E-Business, so wären zum Beispiel Downloads, Foren möglicherweise nicht trennscharf zuzuordnen. (15) Zudem ist das Internet auch das Multitasking-Medium par excellence, und es stellt sich die Frage, ob Aktivitäten, die aufgrund des „always on“-Prinzips stattfinden, wie zum Beispiel Instant Messaging, aber auch Downloads, mit dem Konzept der Bewertung von Nutzungsdauern wie Fernsehen oder Zeitunglesen sachgerecht bewertet werden. Um vor diesem Hintergrund die Abfrage der Internetnutzung zu optimieren, werden für die Studie Massenkommunikation derzeit Pretests konzipiert, deren Ergebnisse dann wiederum zur Optimierung anderer Tagesablaufstudien beitragen können.

Anmerkungen:

- 1) Vgl. www.vuma.de.
- 2) Vgl. zuletzt Reitze, Helmut/Christa-Maria Ridder: Massenkommunikation VII. Eine Langzeitstudie zur Medienutzung und Medienbewertung 1964 – 2005. Schriftenreihe Media Perspektiven Bd. 19. Baden-Baden 2006.

- 3) Z.B. www.slacker.com "Your Radio Everywhere. Slacker is a free personalized radio service featuring over 100 expert-programmed genre stations and the ability to create your own perfect stations. To get started, pick your favorite type of music or search for your favorite artist or song."
- 4) SevenOne media GmbH: TimeBudget 12. 1999-2005. München 2005.
- 5) Vgl. Müller, Dieter K.: Methodentest 1995. Modelle zur Erhebung der Radionutzung in der media-analyse. In: Müller, Dieter K./ Jürgen Wiegand (Hrsg.): Von Face-to-face zu CATI. ag.ma Forschungsberichte 2003, Frankfurt a.M.
- 6) Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend/Statistisches Bundesamt (Hrsg.): Wo bleibt die Zeit? Die Zeitverwendung der Bevölkerung in Deutschland 2001/02. O.O. 2005.
- 7) Vgl. Robinson, Lynne: The IPA TouchPoints initiative. Its effects on the market place and its future plans. ESOMAR Worldwide multimedia measurement conference, Stockholm 2009 sowie auch die Beiträge von Franz, Gerhard: Die IPA-TouchPoints-Initiative. Ein intermediärer Planungsansatz für den britischen Werbemarkt. In: Media Perspektiven 10/2007, S. 506-513, und von Engel, Bernhard: Überlegungen zur Zukunft der Fernsehforschung. Von der Messung des Zuschauerverhaltens zum Investitionscontrolling für das Medium Fernsehen. In: Media Perspektiven 2/2008, S. 84-90.
- 8) Neben dieser direkten Verwendung der Studie dient TouchPoints auch als so genannter Hub, also als Verbindungsglied zwischen medienspezifischen technischen Messungen.
- 9) MindSet 2007. Die Studie ist öffentlich nicht zugänglich. Informationen zur Studie über die Website www.mindset-online.de.
- 10) Vgl. Dähler, Manuel/Isabel Wenger: Emerging Media vs. Traditional platforms. A novel approach to time use studies. ESOMAR Worldwide multimedia measurement conference. Dublin 2007.
- 11) Mai, Lothar: Die Media-Analyse Radio. In: Müller, Dieter K./ Esther Raff (Hrsg.): Praxiswissen Radio. Wiesbaden 2007, S. 87-101.
- 12) Je Split und Welle standen als Auswertungsbasis knapp 3 000 Interviews zur Verfügung. Die Samples wurden jeweils gleich angelegt, so dass eine Vergleichbarkeit auf dieser Ebene gegeben sein dürfte. Die VuMA ist eine Markt-Media-Studie, die im Auftrag von ARD-Werbung SALES & SERVICES, RMS Radio Marketing Service und ZDF Werbefernsehen erhoben wird.
- 13) Entsprechende Tests in der ma Radio haben gezeigt, dass dies nicht ohne weiteres möglich ist. Bei der direkten Abfrage werden Kabelanschlüsse in der Regel overreported, Satellitenempfang underreported.
- 14) Vgl. Van Eimeren, Birgit/Beate Frees: Internetverbreitung. Größter Zuwachs bei Silver-Surfern. Ergebnisse der ARD/ZDF-Onlinestudie 2008. In: Media Perspektiven 7/2008, S. 330-344, hier S. 334.
- 15) Die Aufteilung der Internetnutzung nach unterschiedlichen Tasks wird in der Regel mit einer Frequenzskala erfasst. Der einzige recherchierte Hinweis auf eine Tagesablaufstudie mit einer differenzierten Erfassung von Tasks im Internet ist die Studie „Media and Communications in Australian Families 2007“, herausgegeben von der Australian Media and Communications authority (www.acma.gov.au). Hierbei wurde die folgende Differenzierung für das Internet vorgenommen: Emailing, Messaging/chatting, Watching/listening to Music videoclips/movies/cartoons/TV shows etc., Social websites, blogs etc., (e.g. MySpace), Other things on the internet.

