

► Zusammenfassungen

Elmar Klemm
**Qualitätsprüfung
 im Fernsehpanel
 2014**
 Ergebnisse eines
 Internen
 Coincidental
 Checks des AGF-
 Fernsehpanels.
MP 12/2014,
S. 582–590

Der Interne Coincidental Check (ICC) ist eine groß angelegte Untersuchung der Arbeitsgemeinschaft Fernsehforschung (AGF), die seit 1997 in regelmäßigen Abständen ermittelt, ob sich die Teilnehmer des AGF-Fernsehforschungspanels korrekt an den Metergeräten an- und abmelden. Dies gilt als wichtiges Qualitätskriterium. Letztmalig fand eine solche Prüfung im Jahr 2010 statt. Da in der Zwischenzeit zumindest in Teilen der Bevölkerung ein Wandel der Mediennutzung stattgefunden hat – Stichwort: Second Screen – war das Interesse am ICC dieses Jahr besonders groß, weil hierdurch geprüft werden konnte, ob dieses veränderte Mediennutzungsverhalten Auswirkungen auf die Qualität des Panels hat.

Die Ermittlung des tatsächlichen Fernsehverhaltens erfolgt im ICC über eine telefonische Befragung (CATI) der Panelteilnehmer. Zu einem genau festgelegten Zeitpunkt werden diese befragt, ob sie gerade fernsehen bzw. in einem Referenzintervall von 60 Sekunden ferngesehen haben. Befragt wurden Personen ab 14 Jahren, die auch Auskunft über das Fernsehverhalten aller anderen Haushaltsmitglieder erteilten. Die hieraus gewonnenen Angaben über das Sehverhalten wurden mit den vom jeweiligen Metergerät ermittelten Informationen abgeglichen. Die Auswertung der Daten erfolgte in einem komplexen Verfahren.

Die Koinzidenz des ICC 2014 zwischen Paneldaten und externer Befragung beträgt 91,3 Prozent. Vergleicht man diesen Wert mit früheren ICCs, so stimmt er sehr gut überein und hat sich tendenziell sogar etwas verbessert. Die Qualität des Panels ist also im Hinblick auf die An- und Abmeldung am Messgerät seit 1997 weitestgehend konstant geblieben. Soziodemografische Unterschiede sind kaum zu erkennen, und auch eine vergleichsweise lange Panelzugehörigkeit (mehr als sechs Jahre) führt zu keinen Ermüdungserscheinungen. Zugenommen hat nach den aktuellen Daten die parallele Onlinenutzung zum Fernsehen (Second Screen), wobei sich jedoch auch der Fragentext geändert hat, so dass ein (ergänzender) methodischer Effekt nicht ausgeschlossen werden kann. Allerdings hat die Second-Screen-Nutzung offensichtlich einen negativen Einfluss auf das Anmeldeverhalten und damit auf die Koinzidenz, insbesondere bei der parallelen Nutzung von Tablet und Smartphone.

Der Wert einer Währung steht und fällt mit ihrer Stabilität. Dies bedeutet, dass Mediawährungen im Kontext des sich rasch wandelnden Medienkonsums die Gültigkeit ihres Instrumentariums immer wieder kritisch hinterfragen und unter Beweis stellen sollten. Die Arbeitsgemeinschaft Fernsehforschung (AGF) stellt sich diesen Herausforderungen, indem sie in regelmäßigen Abständen Untersuchungen zur Gültigkeit der verwendeten Messmethoden durchführt. Der Externe Coincidental Check (ECC) überprüfte die Repräsentativität der gemessenen Fernsehnutzung im AGF-Panel, indem eine externe, vom AGF-Fernsehpanel unabhängige Erhebung (telefonische Befragung, CATI) durchgeführt wurde.

Die so ermittelten Fernsehnutzungswerte wurden mit Messdaten aus dem AGF-Fernsehpanel im parallelen Zeitraum und zu den angegebenen Uhrzeiten am (Vor-)Abend verglichen. Im Zeitverlauf seit dem Jahr 2000 bilden beide Ansätze die Fernsehnutzung für Personen ab drei Jahren deckungsgleich ab. Die Niveau-Unterschiede sind angesichts der unterschiedlichen Herangehensweise verblüffend klein. Die Diskrepanz ist aktuell sogar am geringsten. Hohe Übereinstimmungen finden sich bei der Fernsehnutzung im Wochenverlauf. Im Tagesverlauf zeigt sich lediglich am Abend eine auffällige Abweichung in der Zeit zwischen 20.10 Uhr und 20.35 Uhr, die vermutlich auf eine Überschätzung der Fernsehnutzung während der „Tagesschau“-Zeit (gelernter Automatismus oder auch soziale Erwartung) zurückzuführen ist.

In den jungen Zielgruppen, vor allem bei Kindern, bildet das AGF-System die Fernsehnutzung nicht vollständig ab. Die AGF prüft zurzeit, welcher Anteil dieser Rückgänge auf tatsächlich verändertes Nutzungsverhalten rückführbar ist und welcher Anteil methodenbedingt ist. Beim Vergleich nach Fernsehsendern zeigen die Dritten Programme, das ZDF, RTL und ProSieben sehr gute Übereinstimmungen. Auffällig ist die positive Abweichung des ECC beim Ersten Programm, die wiederum auf den „Tagesschau“-Effekt zurückzuführen ist.

Insgesamt zeigte sich, dass das AGF-Fernsehpanel die Fernsehnutzung in Deutschland nach wie vor repräsentativ abbildet. Die Abweichungen zwischen den AGF-Werten und den ECC-Werten sind angesichts der völlig unterschiedlichen Methoden außerordentlich gering.

Klaus Scharpf
Wird die Fernsehnutzung im AGF-Fernsehpanel noch repräsentativ abgebildet?
 Ergebnisse des Externen Coincidental Checks 2014 des AGF-Fernsehpanels.
MP 12/2014,
S. 591–595

Sabine Feierabend/
Theresa Plankenhorn/
Thomas Rathgeb
**Jugend,
Information,
Multimedia**
Ergebnisse der
JIM-Studie 2014.
MP 12/2014,
S. 596–607

Seit 1998 führt der Medienpädagogische Forschungsverbund Südwest die jährliche Befragung JIM – Jugend, Information, (Multi-)Media – durch. Neben Standardfragen zur Medienausstattung und -nutzung umfasste die JIM-Studie 2014 unter anderen auch Fragen zur Glaubwürdigkeit verschiedener Medien sowie zu den inhaltlichen Präferenzen bei Fernsehsendungen, Büchern, Internetangeboten, Apps und Computerspielen. Zwischen Mai und Juli 2014 wurde aus der Grundgesamtheit der ca. 6,5 Millionen Jugendlichen im Alter zwischen zwölf und 19 Jahren in der Bundesrepublik Deutschland eine repräsentative Stichprobe von 1 200 Zielpersonen telefonisch (CATI) befragt.

Bei der Geräteausstattung ist die rasch zunehmende Verbreitung internetfähiger Smartphones auffällig: 2014 verfügten 88 Prozent der befragten Jugendlichen über ein solches Gerät (2012: 47 %). Bei der regelmäßigen Mediennutzung (mindestens mehrmals pro Woche) stehen Internet (94 %), Handy (93 %) und Fernsehen (83 %) an der Spitze. Drei Viertel der Jugendlichen hören regelmäßig Radio (73 %) oder MP3-Dateien (77 %), 45 Prozent vergnügen sich mit Spielen an Konsole, Computer oder im Internet. Das Lesen von gedruckten Büchern gehört für zwei von fünf Jugendlichen zu den regelmäßigen Freizeitbeschäftigungen. Ein Drittel informiert sich in einer gedruckten Tageszeitung, ebenfalls ein Drittel sieht regelmäßig Filme auf DVD oder Video.

Bei der Frage nach dem glaubwürdigsten Massenmedium zeigen sich seit Jahren relativ konstante Werte für Tageszeitung (2014: 40 %), Fernsehen (26 %), Radio (17 %) und Internet (14 %).

Das Handy bzw. Smartphone liegt erstmals vor dem PC/Laptop als meistgenutzter Zugang zum Internet. Auf die Frage nach den beliebtesten Anwendungen im Internet erhielten YouTube (30 %), Facebook (23 %) und die Kommunikationsplattform WhatsApp (11 %) die meisten Stimmen. Bei den unterhaltenden Tätigkeiten im Internet oder am Computer steht die Nutzung von Bewegtbild an erster Stelle – drei Viertel der Jugendlichen suchen regelmäßig (mindestens mehrmals pro Woche) Videoportale auf.

Insgesamt belegen die Ergebnisse der Studie die zentrale Position, die das Smartphone inzwischen im Alltag von Jugendlichen einnimmt. Doch zeigt sich auch, dass ein Medienangebot das andere ergänzt und sich spezifische Vorzüge der verschiedenen Medien herausbilden.

Medienkompetenz bezeichnet den adäquaten Umgang mit Medien. Sie gilt als Voraussetzung dafür, vollwertig an der Informationsgesellschaft teilnehmen zu können. Der Beitrag stellt Ergebnisse einer Studie zur Rolle von Schule, Familie und Peergroup beim Aufbau von Medienkompetenz bei Jugendlichen, hier insbesondere bezüglich der sicheren Nutzung des Internets, vor. In der Schweiz wurden 1 000 Heranwachsende im Alter zwischen 9 und 16 Jahren in Face-to-face-Interviews befragt. Das Frageinstrument war dasselbe, das 2010 bei der multinationalen Erhebung des EU-Kids Onlineprojekts verwendet wurde.

Die Eltern erwiesen sich als wichtigste Vermittlungsinstanz für Aspekte der Internetnutzung und -sicherheit. 83 Prozent der Jugendlichen haben von ihnen schon Hilfe bekommen, wenn sie Schwierigkeiten hatten, etwas im Internet zu tun oder zu finden. 81 Prozent haben von den Eltern schon erklärt bekommen, warum bestimmte Internetseiten gut oder schlecht sind, und 75 Prozent der Heranwachsenden haben von ihren Eltern schon Hinweise zur sicheren Nutzung des Internets erhalten. Zweitwichtigste Vermittlungsinstanz sind die Lehrer: 56 Prozent der Heranwachsenden haben schon einmal von einem Lehrer Hilfe bekommen, etwas im Internet zu tun oder zu finden. 53 Prozent haben schon erklärt bekommen, warum gewisse Internetseiten gut oder schlecht sind. Die Peers sind insgesamt die drittwichtigste Instanz, allerdings haben 65 Prozent der Heranwachsenden bereits von ihren Peers Hilfe erfahren, etwas im Internet zu tun oder zu finden. In dieser Kategorie liegen die Peers noch vor den Lehrern.

Die Bedeutung der drei Instanzen verändert sich mit dem Alter der Heranwachsenden. Der Anteil der Eltern nimmt mit zunehmendem Alter in Bezug auf alle möglichen Kompetenzen beständig ab. Der Anteil der Lehrer erreicht seinen Höhepunkt bei den 13- bis 14-Jährigen. Und die Bedeutung der Peers nimmt mit steigendem Alter kontinuierlich zu.

Es zeigte sich, dass weniger Hilfestellung von einer Instanz nicht durch mehr Hilfe einer anderen kompensiert wird. Im Gegenteil, die Instanzen Eltern, Lehrer und Peers verstärken und befruchten sich gegenseitig. Dies galt sowohl für den Umfang der Hilfestellung als auch für die einzelnen Kompetenzbereiche.

Martin Hermida
**Familie, Peergroup
und Schule als
Vermittler von
Medienkompetenz**
Wo Heranwachsende
die sichere Nutzung
des Internets lernen.
MP 12/2014,
S.608–614

