

Ekkehardt Oehmichen/Christa-Maria Ridder (Hrsg.)

# Die MedienNutzerTypologie

Ein neuer Ansatz der Publikumsanalyse

W II - Nomos Verlagsgesellschaft  
^ d      Baden-Baden

# Inhalt

## Die MedienNutzerTypologie - Ein neuer Ansatz der Publikumsanalyse

### Grundlagen

*Ekkehardt Oehmichen*

Notwendigkeit und Nützlichkeit einer lebensstiltypologischen Betrachtungsweise in der Medien- und Programmforschung.....10

*Peter H. Hartmann und Miriam Tebert*

Wie funktioniert die MedienNutzerTypologie? Zur Entwicklung der Typologie in theoretischer und methodischer Sicht.....17

*Ekkehardt Oehmichen*

Zur Charakteristik der einzelnen MedienNutzerTypen.....32

### Hörfunk

*Ulrich Neuwöhner*

Popmusikpräferenzen und Lebensstil.....44

*Erk Simon*

Die Kulturorientierung der MedienNutzerTypen - Zur Ausdifferenzierung kultureller Interessen des Radiopublikums.....60

*Josef Eckhardt*

„Akzeptanzkriterien 2000“ - Eine Studie des DeutschlandRadio als Beispiel für die Anwendung der MedienNutzerTypologie.....79

### Fernsehen

*Michael Büß und Ulrich Neuwöhner*

Der bundesdeutsche Fernsehmarkt im Lichte der MedienNutzerTypologie.....97

*Beate lüg*

Das Publikum des hessen fernsehens unter Berücksichtigung der MedienNutzerTypologie - Entwicklungsperspektiven eines Dritten Programms.....	116
---	-----

*Sylvia Feuerstein*

Differenzen der Fernsehnutzung in Ost- und Westdeutschland: Erklärungsbeiträge der MedienNutzerTypologie.....	128
--	-----

## Online

*Ekkehardt Oehmichen und Christian Schröter*

Fernsehen, Hörfunk, Internet: Konkurrenz, Konvergenz oder Komplement? Zur Nutzung von Fernsehen, Hörfunk und Internet nach typolo- gischen Publikumssegmenten.....	144
---	-----

*Ekkehardt Oehmichen*

Offliner 2001 - Internetverweigerer und potenzielle Nutzer.....	160
---	-----

## Mediaplanung und Werbemarkt

*Gerhard Franz*

MedienNutzerTypologie: Marktrelevanz für Werbung und Mediaplanung.....	181
---	-----

## Medienübergreifende Analysen

*Wolfgang Koch*

Medienmix im Alltag: Leistungsorientierte und Unauffällige im Vergleich.....	208
---	-----

*Ulrich Neuwöhner*

Der Einfluss des Lebensstils auf das Interesse an Wirtschaftsthemen in den Medien.....	224
---	-----

*Ingmar Grabs*

J '

Ratgeber- und Serviceinteressen nach typolog'ischer Differenzierung ....	240
--	-----

*Hardy Schneider*

Die Mediennutzung der jungen Generation zwischen Unterhaltungs- und Informationsbedürfnis.....	260
---	-----

## Erfahrungen mit der MedienNutzerTypologie

*Heinz-Dieter Sommer*

Was für wen - Positionierung von Hörfunkprogrammen.....	285
---	-----

*Bernd-Peter Arnold*

Erfahrungen mit der MedienNutzerTypologie in der Hörfunk- programmentwicklung.....	293
---	-----

*Jan Metzger*

Erfahrungen mit der MedienNutzerTypologie bei der Programm- planung und -positionierung im Fernsehen.....	299
--	-----

*Sascha Blödorn und Walter Klingler*

Programmberatung für Fernsehen und Hörfunk: MedienNutzerTypologie und Sinus-Milieus im Praxiseinsatz.....	303
--	-----

## Anhang

Das Befragungsinstrument: Kurzfassung.....	317
Verzeichnis der Autoren.....	320