

### Die MedienNutzerTypologie 2.0 Aktualisierung und Weiterentwicklung des Analyseinstruments

**Ekkehardt Oehmichen/Christa-Maria Ridder (Hrsg.)**  
**Nomos Verlagsgesellschaft, Baden-Baden 2010,**  
**276 Seiten, 38,00 Euro, ISBN 978-3-8329-5331-7**

Die MedienNutzerTypologie segmentiert das Mediennutzungsverhalten der deutschen Gesellschaft und liefert ein anschauliches Bild der Zielgruppen der Mediengattungen Hörfunk, Fernsehen und Online. Seit 1998 ist sie bereits im Einsatz. Die neue MedienNutzerTypologie 2.0 trägt den vielfältigen Veränderungen des letzten Jahrzehnts Rechnung und wird im vorliegenden Werk detailliert erläutert.

Der Beitragsband umfasst 13 Beiträge und gliedert sich in drei Themenbereiche: Im ersten Teil erfolgt die ausführliche Erläuterung der Grundlagen und Konstruktionsprinzipien der MedienNutzerTypologie 2.0. Anschließend werden im zweiten Teil ausgewählte Ergebnisse zur Nutzung der drei Mediengattungen Fernsehen, Hörfunk und Internet angeführt. Den dritten Teil bilden Beiträge über die Differenzierung von MedienNutzerTypen innerhalb einzelner Generationen.

Sehr lesenswert ist bereits die Einleitung von Ekkehardt Oehmichen, die gut nachvollziehbar die Entwicklung der MedienNutzerTypologie beschreibt, die wichtigsten Ergebnisse jedes Beitrags zusammenfasst und einen sehr guten Überblick über den Forschungs- und Diskussionsstand vermittelt. Silvia Feuersteins Beitrag beschreibt die Interessen sowie soziodemografischen Eigenschaften jedes der zehn aktualisierten MedienNutzerTypen greifbar und prägnant. Ein detaillierter Anhang liefert ausführliches Zahlenmaterial zu weiteren demografischen Merkmalen, Werten und Themeninteressen und grenzt so die MedienNutzerTypen trennscharf voneinander ab. Nachdem Ralph Weiß anhand von zwei Typen ausführt, wie die objektiven Merkmale der Lebensform mit dem subjektiven Alltagsbewusstsein und der Mediennutzung verbunden sind, analysiert Oehmichen die medienübergreifenden Nutzungsmuster. Er stellt die Funktionsprofile der unterschiedlichen Mediengattungen

vergleichend dar und erklärt den Einfluss des Internets und seine Entwicklung zum universellen Alltagsmedium. Im Zuge der zunehmend verschwimmenden Mediengrenzen hat dieser Beitrag hohe Relevanz. Michael Koch und Ulrich Neuwöhner unterziehen die MedienNutzerTypologie sowie die Sinus-Milieus von Sinus Sociovision vergleichend einem Praxistest. Ihre Gegenüberstellung der beiden Typologien zur Publikumsbeschreibung ist für jeden hilfreich, der sich die Frage stellt, was die beiden Typologien unterscheidet. Obwohl beide Beschreibungen einen deutlichen Mehrwert für die Praxis liefern, stellen die Autoren für den Bereich der Fernsehnutzung eine höhere Differenzierungsleistung der MedienNutzerTypologie gegenüber den Sinus-Milieus heraus. Matthias Kiefer bedient sich anschließend in einem Anwendungsbeispiel beider Typologien, um den Unterschied der Publikumszusammensetzung verschiedener Daily Soaps zu demonstrieren. Sein Beitrag macht deutlich, dass eine kombinierte Analyse mit beiden Typologien zu einer deutlichen Steigerung der Erkenntnisgewinne führen kann.

Besonders positiv fallen die farbigen Überblicksgrafiken zu den MedienNutzerTypen auf. Sie bieten auf einen Blick einen umfassenden und dennoch greifbaren Eindruck der Lebenswelt der Typen.

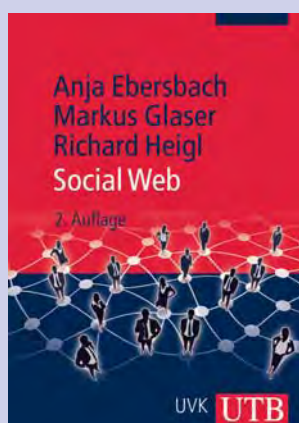
Der zweite Teil der Publikation stellt ausgewählte Ergebnisse zu Fernseh-, Hörfunk- und Internetnutzung dar. Beeinflusst durch die Digitalisierung und eine Ausweitung der Medienangebote differenziert sich das Mediennutzungsverhalten zunehmend aus. Viele Nischensendungen erreichen zahlenmäßig kleine Publika, bei denen die Messung von Nutzungsdaten schwer fällt. Neuwöhner und Schäfer zeigen in ihrem Beitrag die Datenfusion aus MedienNutzerTypologie-Studie und AGF/GfK-Zuschauerpanel als Lösungsweg auf. Angesichts der sich fortwährend weiter fragmentierenden Medien trifft dieses Thema den Nerv der Zeit. Erkenntnisreich ist auch der Beitrag von Oehmichen und Schröter, der thematisiert, welche MedienNutzerTypen in welchem Umfang online sind. Sie untersuchen dazu die Grundhaltung sowie die Alltagsintegration multimedialer Angebote innerhalb drei verschiedener Generationen. Trotz der Altershomogenität innerhalb dieser drei Generationen zeichnet sich ein vielgestaltiges Bild in der Grundhaltung zum Internet ab.

Der dritte Teil des Bandes behandelt Einstellungen, Charaktere und Verhalten der MedienNutzerTypen in der jungen, mittleren und älteren Generation. Sie stellen heraus, dass eine Ausdifferenzierung innerhalb der gleichen Generation stattfinden muss, um unterschiedliche Muster der Mediennutzung vor dem Hintergrund unterschiedlicher Lebensstile zu verstehen.

Insgesamt gelingt es den Autoren sehr gut, das Potenzial der MedienNutzerTypologie 2.0 als Instrument der Mediennutzungsforschung zu verdeutlichen. Negativ anzumerken

bleibt lediglich, dass gelegentlich das Gefühl von Wiederholungen aufkommt, weil nahezu jeder Autor einleitend den Zweck und Nutzen der MedienNutzerTypologie anführt. Dennoch ist der Beitragsband als gelungenes Standardwerk für all diejenigen zu betrachten, die sich in Forschung oder Arbeitsalltag mit der Nutzung von Massenmedien beschäftigen.

**Anne Kaestner, Hamburg Media School**



## Social Web

**Anja Ebersbach, Markus Glaser, Richard Heigl**  
**UVK Verlagsgesellschaft bmH, Konstanz 2011,**  
**315 Seiten, 19,90 Euro, ISBN 978-3-8252-3065-4**

Social Web – Die Kombination aus Social Media und Web 2.0 ergibt „Social Web“, welches sich mit seiner zweiten Ausgabe durchgesetzt hat und in gelungener Weise die soziale mit der technischen Welt verknüpft.

Das Buch der zwei promovierten Informationswissenschaftler und dem ebenso promovierten Historiker startet, wie jedes gute Buch, mit der Geschichte, genauer gesagt in den 60er-Jahren. In dieser Zeit wurde das Gemeinschaftsphänomen bei den Nutzern der ersten Time-Sharing-Systeme entdeckt beziehungsweise eine der ersten Online-Communities namens PLATO gegründet.

Von der Begriffserklärung taucht das Buch direkt in praktische Social-Web-Anwendungen ein, die einem bunten Strauß aus bekannten und unbekanntem Begriffen gleichen. Aktuelle Anwendungen wie Wikis, Blogs, Social Bookmarking oder Mashups werden detailliert beleuchtet. Insbesondere auch Microblogs werden betrachtet, deren Bedeutung gerade in der heutigen Situation in China soweit steigt, dass sie einen strukturellen Wandel auslösen können. Die Plattformen, ihre Bedeutung und Funktionsweise werden für beide adressierte Seiten, also sowohl für Techniker als auch für Soziologen,

verständlich beschrieben. Zu jedem Thema diskutieren die Autoren zudem nachvollziehbar Möglichkeiten, selbst tätig zu werden; beispielsweise mit einem eigenen Netzwerk – an dieser Stelle dürfen die Erwartungen jedoch nicht allzu hoch sein. Die Tipps bestehen primär daraus, weitere Internetseiten zum Nachlesen zu empfehlen.

Demgegenüber wirkt es ehrlich, dass sich die Autoren auch mit den Schattenseiten der neuen Entwicklungen und Anwendungen kritisch auseinandersetzen. Neben juristischen Fragen wie Datenschutz und Urheberrecht stehen dabei auch Problematiken wie die Diskussion um Quantität und Qualität im Internet im Fokus.

Im dritten und theoretischen Teil des Buches kommen die drei Autoren zu dem Schluss, dass das Social Web mehr und mehr zu einem Leitmedium moderner Gesellschaften werden wird. Dabei werden anschaulich basisdemokratische Projekte und die darin stattfindenden Gruppenprozesse verdeutlicht. Als Beispiel sei die Weisheit der Masse bei Wikipedia genannt. Neben diesen sozialwissenschaftlichen Aspekten beleuchten die drei Autoren in Teilen auch ökonomische Faktoren, wie die Long Tail-Theorie, die die Zukunft des Online-Handels weiter verändern wird.

Die ungewöhnliche Reihenfolge, zunächst die Praxis zu beleuchten und erst im Anschluss auf die Theorie zu verweisen, mag verwundern, doch spiegelt „Social Web“ damit die Realität des neuen und sich schnell wandelnden Themenbereichs Internet wider: Es wächst organisch und ist eine aus der Wirklichkeit entwickelte Praxis.

Insgesamt ist das „Social Web“ ein praxisorientiertes Buch, dessen Glossar und Index den Überblick erleichtern. Darüber hinaus wird über den Lehrbuchverlag UTB Lernmaterial bereitgestellt. Hier können Zusatzinformationen wie ein Verzeichnis aller besprochenen Websites oder Übungsfragen zu den einzelnen Kapiteln mit ihren Lösungen abgerufen werden.

## FAZIT

Für Leser, die sich bei Begriffen wie Linking Blog, Enterprise Wikis, FeedReader, TCP/IP oder Pingbacksystem an die „Star Wars“-Filme der 80er-Jahre erinnern fühlen, ist das Buch ein gut geeigneter Einstieg, da es mit leichter Sprache erklärt und mit einer übersichtlichen Struktur in die doch gar nicht so unverständliche neue Welt einführt. Für diejenigen, die sich bereits etwas länger mit dem Thema beschäftigen, kann es als Nachschlagewerk dienen und Anregungen in der wissenschaftlichen Auseinandersetzung mit sozialen Netzwerken liefern.

„Das Buch ist ein Überblickswerk“, so kündigt es das Autoren-Trio im Vorwort an und diesem Anspruch werden sie auch hervorragend gerecht.

**Johanna Kopf, Hamburg Media School**