

# ARBEITSGEMEINSCHAFT MEDIA-ANALYSE E.V.

Schriften Band 5  
in drei Teilen

Als Manuskript gedruckt

Zitate und Teilveröffentlichungen  
mit genauer Quellenangabe gestattet

MEDIA-MICRO-CENSUS GmbH  
Auftragsforschung und Verlag, Frankfurt/Main 1983

VOM LESER PRO NUMMER ZUR NUTZUNGSWAHRSCHEINLICHKEIT

Teil 2

Ingeborg und Friedrich Wendt  
Hamburg - Puidoux  
Dezember 1981

## Vorwort

Im November 1979 haben wir den ersten Band der Zeitschrift "Vom Leser pro Nummer zur Nutzungswahrscheinlichkeit" vorgelegt. Der Band zwei setzt die Geschichte der Leseranalyse, die später zur Mediaanalyse wurde, fort.

Der interessierte Leser findet in diesem Band einen umfangreichen Anhang, der die Entwicklung von der Leser- zur Mediaanalyse in all ihren Schritten dokumentiert.

Wir danken besonders den beiden Autoren, Friedrich Wendt und seiner Frau Ingeborg Wendt-Maeder sowie all denen, die wertvolle Anregungen und Ergänzungen dazu beisteuerten.

Februar 1983

Der Vorstand  
der Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse e.V. (AG.MA)

	INHALT	Seite
1.	<u>Einleitung</u>	1
1.1.	Ausgangspunkt	1
1.2.	Aufgabenstellung	3
1.2.1.	Dreitellung des Berichts	4
1.2.2.	Die Zielgruppe dieses Berichts	7
2.	<u>Das topologische Prinzip und die drei Säulen der AG,MA</u>	10
2.1.	Die Bestandteile der topologischen Perspektive	11
2.1.1.	Der topologische Raum	12
2.1.2.	Das Distanzmaß	12
2.1.3.	Partialräume	13
2.1.4.	Keine Personen-Identität	13
2.1.5.	Umgebung	14
2.1.6.	Teilmengen	14
2.1.7.	Die Abbildung	16
2.2.	Die drei Säulen oder Eckpfeiler des AG,MA-Modells	16
2.2.1.	Das Individuum als Merkmalskombination, zunächst ein Erhebungsproblem	16
2.2.2.	Die Abbildung des Raumes der erhobenen Merkmale in den Raum der Wahrscheinlichkeiten und anderer prognosefähiger Merkmale, ein Auswertungsproblem	17
2.2.3.	Die Abbildung der Population in einer Stichprobe, ein Feldproblem	18
3.	<u>Das Feldmodell</u>	21
3.1.	Die Realisierung des Feldmodells	21
3.1.1.	Die durchführenden Marktforschungsinstitute	22
3.1.2.	Die Stichprobenpläne	22
3.2.	Die Feldmodell-Probleme	59
3.2.1.	Die Grundgesamtheit	59
3.2.2.	Die Schichtung	62
3.2.3.	Klumpung oder stufenweise Auswahl	65
3.2.4.	Die Ziehung	76
3.2.5.	Die räumliche Repräsentanz	80
3.2.6.	Die zeitliche Repräsentanz	88
3.2.7.	Ausfälle	92
3.2.8.	Fehlerberechnungen	101
3.2.9.	Organisation und Kontrolle der Feldarbeit	102

	INHALT	Seite
4.	<u>Das Erhebungs-Modell</u>	114
4.1.	Die Informationen der Erhebung	115
4.1.1.	Informationen zur Mediannutzung	116
4.1.1.1.	Die Medien-Einheiten	119
4.1.1.2.	Die Medien-Merkmale	156
4.1.2.	Informationen zu Zielgruppen	213
4.1.2.1.	Die Demographie	216
4.1.2.2.	Konsum und Besitz	274
4.2.	Bemühungen um das Erhebungsverfahren	301
4.2.1.	Experimente und Gutachten, eine Chronologie	301
4.2.1.1.	1954	302
4.2.1.2.	1955	303
4.2.1.3.	1956	305
4.2.1.4.	1957	306
4.2.1.5.	1958	307
4.2.1.6.	1959	308
4.2.1.7.	1960	309
4.2.1.8.	1961	309
4.2.1.9.	1962	310
4.2.1.10.	1963	311
4.2.1.11.	1964	312
4.2.1.12.	1965	314
4.2.1.13.	1966	314
4.2.1.14.	1967	316
4.2.1.15.	1968	318
4.2.1.16.	1969	320
4.2.1.17.	1970	324
4.2.1.18.	1971	331
4.2.1.19.	1972	335
4.2.1.20.	1973	337
4.2.1.21.	1974	342
4.2.1.22.	1975	346
4.2.1.23.	1976	349
4.2.1.24.	1977	356
4.2.1.25.	1978	366
4.2.1.26.	1979	378



INHALT	Seite
5.	<u>Auswertungsmodell</u> 411
5.1.	Das Lesen - verwertet wie erhoben und abgeleht 413
5.1.1.	Erhebungsinstitute 414
5.1.2.	Auswerter 415
5.1.3.	Umfang der Auswertung - Datensatz 415
5.1.4.	Gedruckte Berichterstattung 416
5.2.	Justierte und simulierte Frequenzangaben 417
5.2.1.	Erhebungsinstitute 418
5.2.2.	Auswerter 418
5.2.3.	Umfang der Auswertung - Datensatz 418
5.2.4.	Gedruckte Berichterstattung 418
5.2.5.	Auswertungs-Inhalte 419
5.2.5.1.	Justierung 421
5.2.5.2.	Frequenzsimulation 425
5.2.5.3.	Fusion 427
5.2.5.4.	Entfernungsmaße 428
5.2.5.5.	Gewichtung 429
5.2.5.6.	Rundung 429
5.3.	Von der Lesehäufigkeit zur Nutzungswahrscheinlichkeit: Übergang und Anfang 429
5.3.1.	Erhebungsinstitute 430
5.3.2.	Auswerter 430
5.3.3.	Umfang der Auswertung - Datensatz 431
5.3.4.	Gedruckte Berichterstattung 431
5.3.5.	Interne Dokumentation 433
5.3.6.	Auswertungs-Inhalte 433
5.3.6.1.	Die Berechnung der Nutzungswahrscheinlichkeit 434
5.3.6.2.	Faktorengewichtung 437
5.3.6.3.	Die Verrechnung der Nutzungswahrscheinlichkeiten 439
5.3.6.4.	Zusammenfassung von Be- und Verrechnungsmethoden 445
5.3.6.5.	Fusion 446
5.4.	Die Konsolidierung der Nutzungswahrscheinlichkeit 446
5.4.1.	Erhebungsinstitute 447
5.4.2.	Auswerter 447
5.4.3.	Umfang der Auswertung - Datensatz 448
5.4.4.	Gedruckte Berichterstattung 452
5.4.5.	Interne Dokumentation 457
5.4.6.	Auswertungs-Inhalte 462
5.4.6.1.	Die Berechnung der Nutzungswahrscheinlichkeit 462
5.4.6.2.	Redressement 467
5.4.6.3.	Prüfvorgänge 469
5.4.6.4.	Verlässlichkeit der Ergebnisse 473
5.4.6.5.	Fusion 475
5.4.6.6.	Sozio-kommunikative Schichten 477
5.4.6.7.	Dokumentations-Tabellen 477

INHALT	Seite
5.5.	3 D - Diversifikation, Dokumentation, Dialog 478
5.5.1.	Erhebungsinstitute 478
5.5.2.	Die Auswerter - Diversifikation 479
5.5.3.	Umfang der Auswertung - Datensatz 484
5.5.4.	Dokumentation 485
5.5.4.1.	Externe Dokumentation 486
5.5.4.2.	Interne Dokumentation 489
5.5.5.	Auswertungs-Inhalte 491
5.5.5.1.	Dialog 492
5.5.5.2.	Datenprüfung 497
5.5.5.3.	Redressement 498
5.5.5.4.	Die Berechnung der Nutzungswahrscheinlichkeit 501
5.5.5.5.	Zusammenführung von Daten 501
5.5.5.6.	Verdichtung von Daten 503
5.5.5.7.	Außenkriterien? 504
6.	Ausblick 506
	<u>Quellen- und Anhangsverzeichnis</u> 512

1. Einleitung

1.1. Ausgangspunkt

Leser pro Nummer  
und  
(Media-) Nutzungswahrscheinlichkeit,

die beiden Eckpfeiler der Thematik dieses Berichts, sind Begriffe aus der Mediaforschung und Mediaplanung. Sie sind Maßstäbe für die Medianutzung.

Der Leser pro Nummer (LpN) ist in Deutschland nach dem zweiten Weltkrieg bekannt geworden. Seine Vorbilder stammen aus den U.S.A. und Großbritannien.

Die Nutzungswahrscheinlichkeit, die ebenfalls vorher schon international diskutiert wurde, fand erst Ende der 60er Jahre bei uns Eingang. Sie markiert ihrerseits aber noch lange keinen sachlichen Endpunkt, sondern nur einen, unseren heutigen Entwicklungsstand. Mit der Nutzungswahrscheinlichkeit werden wir uns allerdings noch eine ganze Zeit auseinanderzusetzen haben, weil gegenwärtig keine neue Entwicklungsstufe in Sicht ist.

Welche Maßstäbe auch immer zur Debatte standen und stehen, gemeinsam ist ihnen, daß weitgehende Ansprüche und Erwartungen an sie gestellt werden.

Die Methoden zu ihrer Ermittlung sollen anerkannt sein. Die Ergebnisse - also eben die Maße - sollen statistischen Kriterien genügen, wie Objektivität, Reliabilität und Validität. Sie sollen von allen Benutzern tatsächlich akzeptiert werden. Sie sollen brauchbar sein für praktisch alle Verwendungszwecke.

Andererseits erwartet niemand, daß die jeweiligen Maßstäbe für die Medianutzung die einzigsten zur Verfügung stehenden Maße darstellen, beschränken sie sich doch auf den Kontakt eines Nutzers mit dem Medium innerhalb einer gewissen Zeitspanne - hilfsweise für die "kleinste belegbare Einheit" - (Erscheinungsintervall bei der Presse; eine halbe oder eine Stunde bei den Funkmedien) - ohne jede qualitative Wertung. Insofern bilden sie eine Basisinformation, ein Urmeter, eine Art kleinstes gemeinschaftliches Vielfaches,

auf das man sich einigt und auf dem alle weiteren Messungen und Verrechnungen fußen können.

Eine solche Gemeinsamkeit wurde angestrebt, als 1954 die ARBEITSGEMEINSCHAFT LESERANALYSE (AGLA) gegründet wurde, die im Herbst 1971 zur ARBEITSGEMEINSCHAFT MEDIA-ANALYSE (AG.MA) geworden ist.

Ihre Entstehung verdankt diese Einrichtung dem Bemühen praktisch der ganzen Werbewirtschaft. Es war offenbar an der Zeit, daß vergleichbare Daten über die Auflage hinaus zum messenden Vergleich der Publikumszeitschriften (um die es zunächst allein ging), erstellt und unter allgemeinem Konsensus verarbeitet wurden.

Mit dem Anspruch auf Vergleichbarkeit war von vornherein ein Erfordernis gegeben, das bis heute gilt und das dahingeht, die methodische Grundlage so sicher wie möglich zu gestalten, sie ständig zu überprüfen und - wenn nötig - zu revidieren, sowie eine Genauigkeit anzustreben, die über das übliche Maß anderer Marktforschungs-Untersuchungen hinausgeht.

Gleichzeitig hatte die Tatsache einer Vereinigung vieler Mitglieder zur Folge, daß die Forschungsvorhaben transparent und die Entscheidungsprozesse, die dahin führten, weitgehend demokratisch sein mußten - mit allen Vor- und Nachteilen einer derartigen Prozedur. Insgesamt wurde das Ganze damit zu einer ziemlich ambitionierten Veranstaltung.

Infolgedessen geriet die AGLA/AG.MA innerhalb der Mediaforschung Deutschlands in eine zentrale Position, daß heißt, sie hat sich aus der in gewisser Weise "neutralen" Stellung heraus und dank ihrer finanziellen, sachlichen und personellen Ausstattung im Laufe der Zeit zu einer Art Standard-Institution entwickelt, an deren Verfahren und Ergebnissen andere Verfahren und Ergebnisse gemessen werden.

Im Austausch auch im internationalen Rahmen von Methoden und Erfahrungen hat sich auf diese Weise ein Forschungspotential nach Umfang und Niveau gebildet, das nach 25 Jahren zur Rückschau und zur ordnenden Sichtung einlud, ein Unterfangen, das sich dann länger als ursprünglich erwartet hinzog.

25 Jahre sind gerade noch überschaubar - abgesehen von der Tatsache, daß 25 Jahre für sich schon Anlaß zum Überdenken bieten. Die nötigen Dokumente konnten zusammengestellt werden. Bis auf wenige Ausnahmen leben die Akteure auch der ersten Stunde noch. Zum großen Teil sind sie noch immer an der Fortentwicklung des Gegenstandes Mediaforschung beteiligt. Vor allem aber ist durch den erreichten Stand des Modell-Aufbaus und -Ausbaus auch methodisch ein Zeitpunkt erreicht, der zur Bilanzierung herausfordert.

Vor dem Hintergrund der politisch-praktischen Zusammenarbeit der Benutzer und ihrer Bedürfnisse bildete sich in einem mehrstufigen Prozeß methodisch-fachlich ein System heraus, dessen Struktur wir erst in den letzten Jahren bewußt als ein Prognose-Modell der Medianutzung begreifen und danach auch streckenweise zu beschreiben gelernt haben. Eine vollständige, integrierende Darstellung fehlt jedoch bisher.

Aus vielfältigem Anlaß also sind die Absicht und die Konzeption für diesen Bericht entstanden.

## 1.2. Aufgabenstellung

Die Berichterstattung über den Gesamtkomplex AGLA/AG.MA - um den es sich letztlich handelt - mußte ebenso umfangreich und vielgestaltig ausfallen wie der Gegenstand mit seiner 25-jährigen Geschichte selbst.

Dennoch - der Bericht wird nicht bloße Geschichtsschreibung sein, nicht nur Chronik. Damit wird der historische Ablauf nicht abgewertet und schon gar nicht seine Rekonstruktion unnütz. Im Gegenteil, um sich immer wieder orientieren zu können, bedurfte es mehrfach des zeitlichen Leitfadens.

Daneben aber ist eine intensive modell-theoretische Erörterung erforderlich gewesen, eine Darlegung der Vorstellungen, unter denen die AG.MA ihre Daten einsammelt und den Benutzern zur Verfügung stellt, also ihre eigentliche marktforscherische Substanz. Und natürlich die Zweckbestimmung der Organisation, der Nutzen der ARBEITSGEMEINSCHAFT für ihre Mitglieder und darüber hinaus.

Hatte man erst einmal den zeitlichen Leitfaden und das Modell als Orientie-

rungshilfe, erweiterte sich der Stoff der Darlegungen um jene Detailinformationen, die den Einblick in die AG.MA-Werkstatt gestatten, um ein Kompendium der "quantitativen" Mediaforschung. So umfassend die Darstellung damit wurde, waren ihr andererseits klar erkennbare Grenzen gesetzt. Es handelt sich weder um einen Report über die Werbewirtschaft oder über die Medien, und auch nicht über die Werbe- oder Mediaforschung in ihrer Gesamtheit - und schon gar nicht um Betrachtungen im Vergleich der verschiedenen Länder. Es handelt sich "lediglich" um die Rolle der AG.MA in der Bundesrepublik Deutschland, um ihren Anteil daran. Schließlich wäre diese Rolle nicht vollständig beschrieben, wollte man die handelnden Personen und den organisatorischen Rahmen außer acht lassen.

### 1.2.1. Dreiteilung des Berichts

Eine so weitgestreckte Aufgabenstellung forderte zu einer mehrstufigen Aufteilung des darzustellenden Gegenstandes auf, zumal der volle Umfang der Stoff-Fülle erst im Laufe der Arbeit erkennbar wurde. Das Ergebnis der dahingehenden Überlegungen bestand darin, aus dem Bericht drei in sich abgeschlossene Bände zu machen.

#### 1.2.1.1. Der erste Teil

Der erste Teil ist zur MITGLIEDERVERSAMMLUNG der AG.MA 1979 erschienen. Neben der Einleitung umfaßte er drei Abschnitte:

- die Perspektiven der verschiedenen Nutzerkreise;
- den Ablauf der 25 Jahre in Phasen;
- das Grundmodell der Mediaforschung.

Die Überlegung, aus der diese drei Abschnitte im ersten Teil zusammengefaßt wurden, ging von der Absicht aus, zuerst einmal die Grundlagen für das AG.MA-Modell vorzustellen.

Die AG.MA ist ein Zweckverband. Ihre Aktivitäten sind auf die Lieferung bestimmter Daten in bestimmter Weise gerichtet. Mit diesen Daten wollen Praktiker - die Mitglieder der AG.MA - etwas anfangen. Diese Praktiker stellen Ansprüche. Wie sehen diese Ansprüche aus? Wem dienen die Daten?

Der Leitgedanke der AG.MA ist der Zweck, für den die Untersuchungen veranstaltet werden. Werbe- und Mediaplanung als Oberbegriffe bezeichnen gewissermaßen die Hauptrichtung der Nutzungs-Erwartung, speziell bei Agenturen und Werbungtreibenden, simplifizieren jedoch wieder zu sehr, denn die Bedürfnisse der Medien nach struktureller Einsicht in ihre Kommunikationsfähigkeit (etwa für die Untermauerung eigener Marketing-Bemühungen, zum Beispiel bei der Tarifgestaltung) gehören genauso dazu wie die allgemeine Tendenz zur normierenden Akzeptanz der Erhebungsverfahren als Norm und damit der modelltheoretischen Gültigkeit.

Über den Zweck der AG.MA-Untersuchungen, das Wozu oder - wenn man so will - die Perspektiven der Daten-Nutzer hatte der Bericht zu allererst zu handeln.

Der zweite Abschnitt des ersten Teiles begann mit der Vorphase, die Übergangslos in den Ablauf der AG.MA-Historie übergang, eine Art Chronik also. Es haben sich acht Phasen der methodischen Entwicklung des AG.MA-Instrumentariums abgezeichnet, dokumentiert in Besprechungen, Tagungen, Experimenten und gelieferten Informationen. Die neunte begann 1979.

Der Forschungsgegenstand wurde dabei nicht schon in aller Ausführlichkeit erörtert, das erfolgt erst jetzt im zweiten Teil. Die wesentlichen Ereignisse nur, die Schwerpunkte der 25-jährigen Handlung sind in ihren inhaltlichen Hauptströmungen zusammengetragen worden.

Den dritten Abschnitt des 1. Teils füllte die Darstellung des Grundmodells der AG.MA aus. Dies ist der Kern, die Basis, die theoretische Begründung für alle übrigen Schritte der täglichen Forschungsarbeit, aus der die Media-Analyse-Daten hervorgehen.

In diesem zweiten Teil gibt es noch eine Reihe von Ergänzungen dazu. Im ersten Teil fanden sich jedoch bereits zu alledem die grundlegenden Gedankengänge und - unvermeidlich - auch die mathematischen Formeln.

#### 1.2.1.2.

Der zweite Teil

Der zweite Teil, der hiermit vorgelegt wird, berichtet über das Instrumentarium, das Handwerkszeug, mit dem die Untersuchungen der AG.MA durchgeführt

werden.

Auch hier liefert der historische Ablauf einen Anhalt für die Berichterstattung, aber nur einen. Daneben wird sachgebietsweise referiert.

Vor allem aber gibt es auch hier wieder eine abschnittsweise Dreiteilung. Sie ist aus den drei instrumentalen Hauptsäulen des Gesamtmodells hervorgegangen und enthält ihre Elemente und ihren Entstehungsprozeß:

- das Feldmodell (Stichprobe und Ablauf der Feldarbeit)
- das Erhebungsmodell (Fragebogen, Hilfsmittel, Kontrollen)
- das Auswertungsmodell (Datenprüfung, Redressement, Segmentation, Magnetband- und Tabellenband-Lieferungen)

Kurzum, es handelt sich um den Alltag der eigentlichen Forschungsprobleme.

Im Rahmen des Erhebungsmodells sind die Merkmale aufgeführt worden, die den Befragungsgegenstand bilden:

- die Merkmale der Medianutzung;
- die Merkmale zur Zielgruppen-Beschreibung.

Diese beiden Aufstellungen bilden eine Art Nachschlagewerk für sich. Ihr Ausmaß läßt den zweiten Teil zum umfangreichsten der drei Bände werden, vielleicht für den Benutzer zum interessantesten "Lernstück".

#### 1.2.1.3.

Der dritte Teil

Der dritte Teil, der als letzter erscheinen wird, widmet sich der Dokumentation.

Das AG.MA-Instrumentarium konnte nicht ohne einen institutionellen Rahmen entstehen. Dazu gehören Menschen, die ihn ausfüllen.

MITGLIEDERVERSAMMLUNGEN, GESCHÄFTSFÜHRENDER AUSSCHUSS, VORSTAND, ARBEITSAUSSCHUSS, SPEZIALISTENKONFERENZEN, TECHNISCHE KOMMISSION und spezielle Ausschüsse verdeutlichen die mannig-

faltigen Aktivitäten. Das gilt auch für Satzungen, zum Teil Protokolle; das gilt für die laufenden Berichterstattungen, die Methodenbände und eine ganze Zahl von anderen Veröffentlichungen, welche die bislang erbrachten Dienstleistungen, die Überlegungen, die Beschlüsse, Gutachten und Experimente und andere Ergebnisse der gemeinsamen Arbeit dokumentieren. Auch rechtliche und finanzielle Probleme gehören dazu. Darüber berichtet der dritte Teil.

Er wird außerdem die schriftlichen Zeugnisse der AG.MA-Tätigkeiten, auf die im Laufe der beiden ersten Teile bereits verwiesen wurde, noch einmal zusammenfassen und alphabetisch aufführen, während jeder Band seine Zitate in der Reihenfolge ihres Auftretens im Text enthält.

Auch wird der dritte Teil ein ausführliches Inhaltsverzeichnis aller drei Teile enthalten, wobei - wie auch in diesem zweiten Teil ersichtlich - das jeweilige Inhaltsverzeichnis vom im Band nur eine Übersicht über die Hauptpunkte der Darstellung bringt.

Der dritte Teil komplettiert also die Selbstdarstellung der AG.MA. Was nicht Absicht und Aufgabe der Berichterstattung war, ist die Herstellung einer Literaturübersicht des gesamten Gebiets der Media- und Werbeforschung. Eine auch nur einigermaßen vollständige Literatursammlung hätte den gesteckten Rahmen dieses Berichts gesprengt - so verdienstvoll eine solche Mühe weiterhin bleibt.

#### 1.2.2. Die Zielgruppe dieses Berichts

Nicht gleich Mediaplanung in eigener Sache - auch dieser Bericht ist ein Medium - soll hier veranstaltet werden. Dennoch erscheinen einige Überlegungen angebracht, an wen sich dieser Bericht wendet. Denn daß er den Mitgliedern der AG.MA zugeht, ist noch nicht Zielsprache genug.

##### 1.2.2.1. Akteure

Da ist es zunächst einmal der Kreis der engeren Beteiligten, der angesprochen wird. Also die Mitglieder der verschiedenen Gremien bis zu denen, die zu den Mitgliederversammlungen gehen. Ein bereits weiter Kreis Älterer und Jüngerer. Die Älteren vermögen sich und andere wiederzufinden auf den zum Teil

recht verschlungenen Pfaden, die sie selbst gegangen sind. Die jeweilige berufliche Beanspruchung hat in den meisten Fällen nur vorübergehende aktive Beteiligung zugelassen. Lücken werden also gefüllt.

Die Jüngerer können ihre Kenntnisse über Entstehungsgeschichte und Entscheidungsgrundlagen vervollständigen. Kaum jemand hat zum Teil im beruflichen Alltag die Zeit - und zum Teil auch die Übersicht -, den jüngeren Mitarbeitern dieses umfassende Gedankengebäude und die "verschlungenen Pfade" zu demonstrieren.

Vielleicht gelingt es sogar - bei aller generellen Skepsis -, den einen oder anderen Umweg zukünftig zu vermeiden, also Erfahrungen nutzbringend weiterzugeben.

#### 1.2.2.2.

Die Fachwelt und darüber hinaus?

In der Fachwelt werden die Nutzer nach ihrem spezifischen Beschäftigungsinteresse und Kompetenzbereich zu gliedern sein. Es gibt etwa

- die Werbungtreibenden
- die Werbeagenturen
- die Medien
- übergeordnete Einrichtungen wie die Verbände
- Marktforschungsinstitute und -berater
- Universitäten und Hochschulen

Information und Dokumentation ist hier der eine wesentliche Aufgabenbereich, Hilfe für die Praxis der andere, und Lehr- und Forschungsmaterial zu liefern der dritte Zweck.

Ob sich über die Fachwelt hinaus noch jemand für diesen Bericht interessiert, wird eher von der Auffassung abhängen, wie weit man die "Fachwelt" verstehen will, als von dem Inhalt der gebotenen Informationen.

Auf bestimmte Weise spiegelt sich in den 25 Jahren AG.MA auch ein Stück Nachkriegsgeschichte - zumindest Wirtschaftshistorie - wider. Aber auch erkenntnistheoretische Entwicklungen sind in die Aktivitäten der AG.MA

eingeflossen - wie die Problematik der Entscheidungsprozesse, ganz zu schweigen von dem weiten Feld der angewandten Mathematik und Statistik, der Empirischen Sozialforschung usw.

Diejenigen wissenschaftlichen Disziplinen, aus denen die Forschungsarbeit der AG.MA Nutzen gezogen hat und denen sie sich verbunden fühlt, könnten daher vielleicht sogar in dem Bericht Anwendungs-Beispiele finden.

Alles in allem wird der Bericht Rechenschaft zu geben haben, was geschehen ist, und Auskunft darüber, warum, nach welchen Überlegungen und mit welchen Konsequenzen das bestehende Forschungsgebäude gerade so errichtet wurde.

Die vielfältigen Nutzerkreise ermöglichen diese generelle Aufgabenstellung, sie fordern sie aber auch.

Die Vielfalt der erwarteten Nutzer ist jedenfalls wesentlich für den Bericht.

2.

Das topologische Prinzip und die drei Säulen der AG.MA

Entscheidend für die Gültigkeit einer Aussage zur Methodik und Thematik eines jeden Forschungskomplexes, also auch der Mediaforschung der AG.MA, ist die Ausgewogenheit der verschiedenen Perspektiven: der Modelltheorie, des Stichprobensystems, der Feldplanung, der Erhebungstechnik, des Verarbeitungsbereichs, des Nutzungsangebots, der Kosten, der Organisation, usw.

Im Teil I haben wir uns mit dem generellen Modellverständnis befaßt und sind dabei auf theoretische Betrachtungen gestoßen, die - so notwendig sie für sich waren - ihre Berechtigung erst erweisen können, wenn sie aus dem Alltag der Planung, Durchführung und Kontrolle der verschiedenen Forschungsbereiche ergänzt und bestätigt werden. Das Modell ist soviel wert, wie es unter vernünftigen Bedingungen mit brauchbaren Daten ausgefüllt werden kann. Darum hat sich die AG.MA 25 Jahre hindurch bemüht und tut es noch.

Wir werden, um den großen und gleichzeitig komplexen Gegenstand etwas leichter überschaubar zu machen, jeweils bestimmte Aspekte zum Ausgangspunkt der Darlegungen machen. Das hat zur Folge, daß derselbe Sachverhalt unter Umständen mehrfach - aus unterschiedlicher Perspektive - beleuchtet wird.

Wichtiger als diese teilweisen Überschneidungen in der Berichterstattung - die beispielsweise zwingend gegenüber der Historie des 1. Teils dieses Berichts auftreten - ist, den gesamten Stoff zu ordnen, ein Gliederungsschema anzubieten und es zu verdeutlichen.

Für den Übergang vom Grundmodell des 1. Teils zu den drei Säulen dieses 2. Teils bedienen wir uns eines Denkanlasses aus der Mathematik, der Geometrie, der dort Topologie heißt. Für den Interessenten sei - zur Vertiefung des Eindrucks, vielleicht für einen Einstieg in die Materie, jedenfalls aber als ausreichender Hinweis darauf - eine Quelle angeführt, die zudem den Vorzug einer sehr plastischen Darstellungsweise aufweist. Es handelt sich um einen "Hochschultext" von Klaus Jänisch, der in die mengentheoretische Topologie einführt ((1)).

Für das Verständnis unserer Ausführungen ist die Lektüre dieses Buches keine Voraussetzung. Und es sollen auch keine falschen Erwartungen geweckt

werden.

Dieser Bericht wird im weiteren keine mathematische, topologische Abhandlung werden. Wir entleihen nur einige Ausdrücke der ebenso klaren wie faszinierenden Begriffswelt der Topologie, gerade soviel, daß deutlich wird: Im Grunde ist unser Modell topologisch. Formulieren wir es nur einmal ganz allgemein: Unser Modell bildet eine Landschaft ab - die der Medianutzung - hinein in ein davon sehr verschiedenes Gebilde. Die Stichprobe, die Erhebung, die im Fragebogen festgehaltenen Informationen, ihre Verarbeitung und Darstellung auf einem Datenträger und in den Berichtsbänden markieren die Stufen dieser Abbildung.

Das Ziel, das wir mit der Einführung dieser Gedankengänge verfolgen, besteht darin, die spezifischen, praktischen mediaanalytischen Teilgebiete, die es nacheinander zu erörtern gilt, nicht als isolierte, willkürlich und zusammenhanglos nebeneinanderstehende Bestandteile zu präsentieren, sondern sie in eine einheitliche, vollständige Modellperspektive einzubetten, als Bausteine eines größeren Ganzen. Einige der Bestandteile haben wir im 1. Teil bereits erwähnt, ohne sie jedoch ausdrücklich als topologische Bausteine anzusprechen.

## 2.1. Die Bestandteile der topologischen Perspektive

Letztlich richten sich unsere Forschungsbemühungen am lebendigen Menschen aus. Das sind - nur die Erwachsenen gerechnet - rund 45 Millionen in der Bundesrepublik und Berlin (West). Jede dieser Personen könnte durch eine praktisch unübersehbare Menge von Eigenschaften beschrieben werden, von denen einige beständiger, andere weniger beständig sind; einige beherrschender, andere weniger beherrschend; einige deutlicher, andere weniger deutlich; einige erst im Zusammenhang mit anderen verständlich, andere bereits singular gültig, usw. Vor allem aber sind einige leichter und andere schwerer zu "orten", das heißt also zu messen.

Wir können nicht alle Eigenschaften der Menschen messen. Wir brauchen es aber auch gar nicht. Wir wählen aus. Welche Merkmale wir letztlich benötigen, bestimmen unsere Absichten über den Forschungsgegenstand: Was wollen wir mit den Informationen anfangen? Diese Zweckgebundenheit bestimmt die

Bedingtheiten des Messens und der Verrechnung. Über den Erfolg geben uns in erster Linie die bekannten statistischen Kriterien Auskunft: Objektivität, Validität und Reliabilität. Über unsere Absichten urteilt am Ende der Nutzer der Modell-Ergebnisse - ob er nämlich diese Ergebnisse für brauchbar und nützlich hält.

Jedenfalls aber reduziert sich auf diese Weise der lebendige Mensch auf eine Kombination der ausgewählten Merkmale in jeweils einer individuellen Ausprägung. Wir haben so mit einem Schlage die lebendige Welt beiseitegeschoben und bewegen uns nur noch in einem sehr abstrakten Gebilde - einem Merkmalsraum, der durch die ausgewählten, erfaßbaren Eigenschaften der 45 Millionen Erwachsenen von den Mediaforschern definiert wurde.

Wir erwähnten bereits im 1. Teil die Darstellung der Individuen als Punkte oder Vektoren in einem vieldimensionalen Merkmalsraum. Diesen Raum werden wir künftig als einen topologischen Raum, als topologisches Gebilde ansprechen. Damit sind einige Eigenschaften verbunden, die wir auführen müssen.

### 2.1.1. Der topologische Raum

Wir stellen keine einengende Anforderung an die Natur der Daten. Sie können quantitativ, also metrisch sein, müssen es jedoch nicht. Einen metrischen Raum fordern wir also nicht. Wir können uns auch kategoriale Merkmale vorstellen, geordnet oder ungeordnet. Die meisten Merkmale der Sozio-Demographie sind zum Beispiel von der Art, oder wir behandeln sie entsprechend, wie Geschlecht, Alter, Bundesland. Wir fordern auch nicht die gegenseitige Unabhängigkeit der Merkmale, das heißt - wie der Statistiker sagt - wir fordern keinen orthogonalen Merkmalsraum. Selbst Anordnungen würden uns ungenügen. Metrische Räume sind Spezialfälle topologischer Räume.

### 2.1.2. Das Distanzmaß

Wir gewinnen mit dieser Festlegung einen unschätzbaren Vorteil: Wir können die Relationen zwischen den Individuen auf eine einfache Weise messen. Beziehungen zwischen den Individuen brauchen wir - wie im täglichen Leben. In unserem topologischen Modell reduzieren sie sich auf Distanzen, die nicht notwendig mit unseren "euklidischen" Vorstellungen übereinstimmen müssen.

Die Menschen in ihrer beschränkten Modell-Ganzheit sind einander nahe oder weniger nah und manchmal sogar weit voneinander entfernt.

### 2.1.3. Partialräume

Das Distanzmaß ist vollständig an die Dimensionen des jeweiligen Merkmalsraums gebunden. Nähe ist also nur relativ in Bezug auf bestimmte Eigenschaften zu sehen. Zwei durch Punkte repräsentierte Menschen können im zweidimensionalen Raum von Alter und Geschlecht nahe - in einem so engen Raum vielleicht sogar gleich - sein. Sobald wir Schulbildung, Beruf, Einkommen, Bundesland und dergleichen als Dimensionen hinzufügen, können sie plötzlich sehr weit auseinander liegen.

Derartige Partialräume treffen wir ständig an. Etwa wenn wir lediglich die Dimensionen der Mediannutzung heranziehen oder wenn wir Kaufneigungen und -gewohnheiten betrachten, usw.

Im allgemeinen sprechen wir aber von der Gesamtheit der für unser Modell ausgewählten Merkmalsdimensionen. Und das sind sehr viele.

### 2.1.4. Keine Personen-Identität

Eine Konsequenz können wir daraus sofort ablesen. Selbst bei den 45 Millionen werden wir - die normale Zahl von Merkmalen einer Befragung zugrunde gelegt - praktisch keine Distanz Null haben. Es gibt keine zwei identischen Personen, von vielleicht zufällig auftretenden Ausnahmen abgesehen.

Eine kleine Rechnung dazu: Angenommen, wir hätten nur 100 Merkmale gemessen, mit jeweils nur zwei Ausprägungen "trifft zu / trifft nicht zu". Das ergäbe  $2^{100} = 1,3 \times 10^{30}$  verschiedene Möglichkeiten, bei nur  $4,5 \times 10^7$  Merkmalsträgern. Tatsächlich haben wir aber noch sehr viel mehr Merkmale und Ausprägungen vor uns. Denken wir nur an die Medien mit ihren Frequenzklassen!

Die Wahrscheinlichkeit der Distanz Null ist schon in der Gesamtpopulation verschwindend gering - in unserer Stichproben-Welt existiert sie praktisch nicht mehr.

### 2.1.5. Umgebung

Der Distanzbegriff führt uns sofort zu einem weiteren Begriff, den der Umgebung.

In der Topologie haben wir es bei der Anwendung des Umgebungsbegriffs mit Problemen zu tun, die auf die Stetigkeit der Abbildungen und auf die Mächtigkeit der Punktfolgen, auf ihre Kompaktheit und dergleichen abhaken. In unserem Falle einer beschränkten, endlichen Menge von Individuen handelt es sich um einfachere Überlegungen.

Zum einen erinnern wir uns des intraindividuellen Wahrscheinlichkeitsfeldes im 1. Teil des Berichts. Dieses Feld läßt den Punkt im Merkmalsraum zu einer relativ kleinen, immerhin aber vieldimensionalen Kugel werden und sich auf die Umgebung ausdehnen. Aus der Verschiedenheit einander naher Individuen wird eine partielle Äquivalenz, und zwar mit hoher Wahrscheinlichkeit. Individuen werden praktisch austauschbar oder anders formuliert - im Stichprobenbereich können sie mehr oder weniger als identisch angesehen werden.

Zum andern wissen wir, daß bei aller grundsätzlichen Verschiedenheit der Individualpunkte - der intrapersonellen Erwartungswerte - die Punkte oder Vektoren in der Regel nicht gleichmäßig über den Merkmalsraum verteilt sind. Die Umgebung eines Punktes ist verschieden dicht mit anderen Punkten besetzt. Definieren wir die Umgebung eines Punktes durch eine vieldimensionale Kugel mit bestimmtem Radius, so werden diese Kugeln verschiedene Dichtegrade aufweisen.

Nähe ist also nicht nur relativ auf verschiedene Merkmalsdimensionen zu sehen, sondern auch relativ auf die Beziehungen zu mehreren Individuen. Distanzen werden nicht allein zwischen zwei Personen gemessen, sie sind darüber hinaus für eine gewisse Umgebung von Bedeutung.

### 2.1.6. Teilmengen

Diese Begriffsbildung der Umgebung erlaubt vor allem die Definition von Teilmengen. Solche Teilmengen können auf ganz verschiedene Weise gebildet werden.



Die unterschiedliche Verteilung der Individuen über den Merkmalsraum läßt die Bildung von Teilmengen zu, die in sich dichter, manchmal auch weniger dicht mit Individuen gefüllt sind, die sich jedoch deutlich von anderen Teilmengen abheben. Aus typologischen Untersuchungen kennen wir in diesem Zusammenhang das Begriffspaar Homogenität - Heterogenität.

In typologischen Analysen werden Typen, also Punktwolken ähnlicher Individuen gesucht, die für die Mitglieder - in ihrem Innern - annähernd homogene Eigenschaften aufweisen, während sich die Gesamtheiten der Mitglieder zweier in sich homogener Typen voneinander erheblich unterscheiden. Von Typ zu Typ haben wir es mit einer heterogenen Merkmalsstruktur zu tun.

Daß die Homogenität innerhalb eines Typs nicht vollständige Gleichheit bedeuten kann, hängt mit der grundsätzlichen Verschiedenheit der Individual-Punkte zusammen.

Wir können Teilmengen aber auch noch anders auffassen: beispielsweise durch einfache Merkmalsklassifikation hergestellt - alt gegen jung etwa. Oder durch Segmentierungen über mehrere Merkmale: junge Frauen in Großstädten mit kleinen Kindern aus Haushalten mit hohem Einkommen als Beispiel.

Während die typologische Betrachtungsweise die Umgebung aus dem vollständigen Distanzbegriff aller Merkmale des Raumes definiert, haben wir es bei dieser letzten Klassifikation nur mit Distanzbegriffen in Partialräumen zu tun.

Schließlich werden wir noch Teilmengen kennenlernen, die ganzheitlich, also ohne Rücksicht auf die Merkmalsmenge gebildet sind: Stichproben aus der Gesamtpopulation, also uns sehr vertraute Begriffe. Hier entspricht das Dichtemaß einer Umgebung dem Repräsentationsgrad der Stichprobe.

Wir haben bei der Erörterung der Stichproben von Teilmengen gesprochen. Dieser Ausdruck deutet darauf hin, daß die Mengenlehre bei der Bildung topologischer Gedankengänge Pate gestanden hat. Die erste vollständige und noch heute gültige Darstellung der Mengenlehre, die von Felix Hausdorff aus dem Jahre 1914, enthält in der Tat zugleich die erste systematische Darstellung der Topologie. Sie ist leider nur noch in wenigen Universitätsbibliotheken verfügbar.

## 2.1.7. Die Abbildung

Der letzte Begriff, der uns bei der Verwendung topologischer Denkweisen begegnet, ist die Abbildung bzw. die Transformation. Dies ist der eigentliche, zentrale Gegenstand der Topologie. Untersucht werden die Eigenschaften und Voraussetzungen bestimmter Abbildungsprozesse, wobei die Invarianz, die Abbildungstreue, eine große Rolle spielt. Was wir suchen, sind Abbildungen, in denen bestimmte Datenstrukturen invariant bleiben oder anders ausgedrückt: wir streben topologisch isomorphe Abbildungen an.

## 2.2. Die drei Säulen oder Eckpfeiler des AG.MA-Modells

Nach der Vorstellung dieser topologischen Bausteine können wir uns den drei Säulen zuwenden, in denen sich unser AG.MA-Modell manifestiert.

### 2.2.1. Das Individuum als Merkmalskombination, zunächst ein Erhebungsproblem

Die Feststellung, daß in unserem Modell die Individuen Ausprägungen von Merkmalen, spezifische Merkmalskombinationen, Punkte oder Vektoren seien, beherrscht unser Modell.

Der Weg, wie wir dazu kommen, führt auf jeden Fall über eine Erhebung. Die Merkmalsauflistung finden wir im Fragebogen. Das ist unsere Basis. Die Merkmalsreduktion von der "lebendigen Wirklichkeit" in den vieldimensionalen Merkmalsraum des Modells ist dann eine topologische Abbildung der Medienutzungs-Struktur der Bevölkerung, wenn der Abbildungsprozeß, der ja über die ausgewählten Merkmale geht, wirklich die relevanten, stabilen Eigenschaften reproduziert, die für eine prognostische Aussage zum Insertionswert erforderlich sind.

Ein Beispiel: Uns interessiert nicht mehr, welche Wege ein Mensch im Laufe des Tages im einzelnen zurücklegt. Wir stellen lediglich fest, ob er überhaupt aus dem Haus geht, unter Umständen wie oft; ob er den Wohnort verläßt, unter Umständen mit welchem Verkehrsmittel, usf., um auf diese gezielt eingeschränkte Weise gewisse, für Medianutzung und Konsum anderer Güter relevante Eigenschaften kennenzulernen, die der Mensch über einen bestimmten Zeitraum beibehält. Wir abstrahieren vom höchst ausdifferenzierten Alltag

und rekurren auf möglichst stabile Eigenschaften, die sich wie ein Netz über die Individualabläufe legen, um damit zu greifbaren, das heißt erfragbaren, statistischen Merkmalsausprägungen zu kommen, die als Vektorenkomponenten in dem vieldimensionalen Merkmalsraum fungieren.

Insofern ist die Auswahl der Befragungsmerkmale ein bedeutendes Thema der AGLA/ AG.MA - seit 1954.

Wir werden allerdings sehen, daß die Auswahl solcher Merkmale vielfach unsystematisch, punktuell erfolgte, da über Jahre ein übergeordnetes Konzept gefehlt hat. Erst in jüngerer Zeit lassen sich die diesbezüglichen Anstrengungen als koordinierte Einzelmaßnahmen verstehen.

#### 2.2.2.

Die Abbildung des Raumes der erhobenen Merkmale in den Raum der Wahrscheinlichkeiten und anderer prognosefähiger Merkmale, ein Auswertungsproblem.

Wir wissen jedoch, gerade wenn wir die Erhebung der Merkmale als zentrales Thema der AGLA/AG.MA verstehen, daß damit noch nicht alles gewonnen ist. Die naive Vorstellung, man brauche nur zu befragen und schon habe man das für die Mediaplanung erforderliche Material in geeigneter Form beisammen, mußte längst beiseite gelegt werden. Wir haben bestenfalls Rohmaterial aus der Erhebung zu erwarten.

Im Grundmodell, das im 1. Teil dieses Berichts vorgestellt wurde, ist der Begriff der Datentreue als eine Fehlertheorie der Abbildung diskutiert worden. Wir haben erfahren müssen, daß wir in dem topologischen Raum das Individuum nicht durch einen eindeutig festgelegten Punkt repräsentiert sehen können, sondern daß wir seine "Umgebung" - wie wir jetzt sagen können - dazu nehmen müssen: als Wahrscheinlichkeitsfeld. Wir werden den topologischen Umgebungsbegriff auf diesen Sachverhalt anwenden.

Die strenge, totale Verschiedenheit, die wir vorhin erwähnt hatten - dann nämlich, wenn es keine Fehlertheorie gäbe -, verschwimmt zugunsten einer intraindividuellen Verteilung im Raum. Damit wird prinzipiell das Individuum austauschbar mit anderen in seiner Umgebung, wenn die Individuen nur eng genug beieinander liegen.

Für Prognosen brauchen wir Wahrscheinlichkeiten. Wahrscheinlichkeiten können wir jedoch nicht direkt erfragen. Aus dem Rohmaterial der erfragten Merkmale, die wir als einen Raum auffassen können, müssen wir mit Hilfe eines Transformationsprozesses eine Abbildung in einen anderen Raum vornehmen, dessen Dimensionen Wahrscheinlichkeiten sind.

Das gilt zumindest für die Mediannutzung. Das kann aber auch für die Zielgruppen-Merkmale gelten, selbst wenn wir diese vorerst noch als kategoriale Variable verrechnen. Für die Zugehörigkeit zu den Demotypen können wir Wahrscheinlichkeiten sofort einführen. Konsumwahrscheinlichkeiten waren auch schon im Gespräch.

Die Transformationen, die hier infrage stehen, können wir als Abbildungsprozesse nach topologischem Muster auffassen. Zum Beispiel erzeugen wir durch die Segmentation im Merkmalsraum der Nutzungswahrscheinlichkeiten eine Topologie, die eine isomorphe Abbildung der Mediannutzungs-Strukturen darstellt, wie wir sie im Raum der erhobenen Merkmale, also beim  $LpN$ , vorfinden. Mit anderen Worten: die Strukturen der  $LpN$  sind in den  $LpA$  präzise wiederzufinden.

Wir verwenden dabei den Umgebungsbegriff in der Weise, daß wir allen Individuen einer in sich homogenen Umgebung - definiert durch die Segmente - dieselbe Nutzungswahrscheinlichkeit geben.

Auch das Redressement läßt sich als eine Art Abbildung der Strukturen der Bevölkerung aus der Amtlichen Statistik in unsere Stichproben-Welt hinein auffassen, damit die jeweilige MA der Gesamtbevölkerung isomorph werde.

#### 2.2.3.

Die Abbildung der Population in einer Stichprobe, ein Feldproblem

Bislang haben wir - mit Ausnahme der letzten Bemerkungen - immer noch die 45 Millionen Erwachsenen in der Gesamtbevölkerung im Auge gehabt, denn alle bisherigen topologischen Gedankengänge waren nicht an eine bestimmte, begrenzte Anzahl von Individuen gebunden.

Um nun zu einem realistischen, handhabbaren Modell der AGLA/AG.MA zu kommen, müssen wir die Feld-Aspekte einführen - zu allererst die Stichprobe.

Ziehen wir Stichproben, so heißt das, die Grundgesamtheit auf eine topologische Teilmenge derart abzubilden, daß die Relationen der Individuen zueinander invariant bleiben. Mit anderen Worten: Wir wollen strukturgetreue Abbildungen - oder noch anders: Aus den 45 Millionen Erwachsenen, die sowieso schon voneinander verschieden sind, haben wir 20.000 noch stärker voneinander verschiedene Individuen - Jahr für Jahr - so auszuwählen, daß die Verteilung im vieldimensionalen Merkmalsraum (der erhobenen Merkmale) erhalten bleibt, damit wir von der Stichprobe, dem Gebilde des Wahrscheinlichkeitsraums auch wirklich auf die Verhältnisse in der Gesamtbevölkerung schließen können. Wir nehmen am Ende zweiertei Abbildungen vor: Von der Gesamtbevölkerung in die Stichprobe der erhobenen Daten und von dort in die berechneten prognosefähigen Daten.

Die Stichprobentheorie lehrt uns rein theoretisch, wie wir vorzugehen haben. Die Praxis leiten wir aus der Topologie ab.

Für die Stichprobenbildung selbst ist es völlig gleichgültig, wie sich die Individuen über den Merkmalsraum verteilen. Die Zufallsauswahl - eigentlich jede Reduktion der Fallzahl - reduziert die Kombinationsvielfalt. Damit erhalten wir mit immer geringer werdender Stichprobengröße ein immer größeres Abbild. Die topologische Isomorphie wird schwächer. Ihr sind für bestimmte Feinstrukturen Grenzen gesetzt.

Zum Nachweis dieses Sachverhalts müßte man wieder den Umgebungsbegriff heranziehen. Je größer die mittleren Distanzen zwischen den Individuen sind, umso größer wird der Radius, der die Umgebung definiert und umso geringer wird die Ähnlichkeit bei der Abbildung.

Die Umgebungseigenschaft wird übrigens in dieser Weise in der Mathematischen Statistik zur Begründung der Vertrauensgrenzen verwendet.

Im übrigen gilt es, die Abbildungstreue auch bei Abbildungen von einer zu einer anderen Stichprobe zu wahren, wie bei der Fusion zum Beispiel. Die topologische Isomorphie läßt sich in beiden Richtungen verfolgen: Grundgesamtheit und Stichprobe weisen sowieso wechselseitig gleiche Strukturen auf; das gilt aber auch für gleichwertige Stichproben derselben Grundgesamtheit untereinander.

In der Darstellung der Bemühungen um die Stichproben und die Feldeinsatzpläne der AGLA/AG.MA wird deutlich werden, welch ein Aufwand nötig ist, die strukturgetreue Abbildung regional und zeitlich zu erzielen, oder auch die Ausschöpfung zu verbessern und dergleichen praktische Maßnahmen mehr zu realisieren.

Die folgende Darstellung der drei Säulen des praktischen Modells der AGLA/AG.MA folgt nicht der Reihenfolge der letzten drei Punkte dieses Abschnittes. Wir werden vielmehr das Feldmodell zuerst, dann das Erhebungs- und schließlich das Auswertungsmodell vorführen.

### 3. Das Feldmodell

Der Zugang zum Gedankenkreis des Feldmodells eröffnet sich am leichtesten dadurch, daß wir erst die Realisierungen der Stichproben der einzelnen Untersuchungen der AGLA/AG.MA von 1954 bis 1979 behandeln - mit den relevanten Daten und chronologisch. Danach - also wenn man diesen Ablauf vor sich sieht, mit allen langfristig erkennbaren Entwicklungen - sind fruchtbar die einzelnen Problemfelder zu behandeln.

#### 3.1. Die Realisierung des Feldmodells

Eine Feststellung vorweg: Für alle Untersuchungen der AGLA/AG.MA wurden Random-Stichproben zugrunde gelegt. Im Abschnitt 3. Historie des 1. Teils dieses Berichts haben wir darauf verwiesen, daß Ende 1953 zunächst Quota vorgeschlagen wurde, daß aber auf der konstituierenden Sitzung der AGLA am 12.1.1954 Random beschlossen worden ist. Das Problem Random - Quota hat innerhalb der AGLA/AG.MA seitdem nie mehr eine Rolle gespielt.

Und noch eine Randbemerkung: Was die Vollständigkeit und innere Stimmigkeit der in diesem Abschnitt wiedergegebenen, von der AGLA/AG.MA veröffentlichten Zahlen angeht, so gibt es gelegentlich unerhebliche Abweichungen, die durch Rundungen, andere Zusammenstellungen und dergleichen erzeugt wurden.

#### 3.1.1. Die durchführenden Marktforschungsinstitute

Die AGLA/AG.MA hat ganz selten die Erhebungen von einem einzigen Institut durchführen lassen.

Es waren beteiligt an der:

LA 54 DIVO / IFD  
LA 56

LA 58  
LA 60 DIVO  
LA 61  
LA 62

LA 63  
LA 64  
LA 65  
LA 66 DIVO / INFRATEST  
LA 67  
LA 68  
LA 69

LA 70 CONTEST / INFRATEST  
LA 71 INFRATEST / MARPLAN  
MA 72/I INFRATEST / MARPLAN / SCHAEFER  
MA 72/II INFRATEST / MARPLAN / MMA-CENSUS  
MA 73 INFRATEST / MDI / MMA-CENSUS / SCHAEFER  
MA 74 GETAS / MARPLAN / MDI / MMA-CENSUS  
MA 75 GETAS / MARPLAN / MMA-CENSUS / SAMPLE  
MA 76 CONTEST-CENSUS / GETAS / INFRATEST / MARPLAN  
MA 77 GETAS / IFAK / MARPLAN / MMA-CENSUS  
MA 78 GETAS / IFAK / MARPLAN / MMA-CENSUS  
MA 79 GETAS / IFAK / INFAS / INFRATEST / MMA-CENSUS / SAMPLE-SCHAEFER

#### 3.1.2. Die Stichprobenpläne

Dieser Institutverteilung entspricht nun keineswegs die Verteilung der Stichprobenpläne. Es kommt vor, daß ein Institut sein System für das eine oder die mehreren anderen Institute zur Verfügung stellt. Es kommt vor, daß alle Institute an einem gleichen Grundsystem beteiligt sind. Und es kommt vor - seit 1979 -, daß die AG.MA ihr eigenes System den Instituten liefert.

Im einzelnen sieht das so aus:

## LA 54

DIVO Stichprobenplan - von Professor W.E. Deming 1952 entworfen. Galt für DIVO und IFD.

- Schichtung:
  - nach Gemeindegrößenklassen (2.000 Einwohner als Hauptgrenze); durch Anordnung vom Norden zum Süden, Bildung gleichmäßiger Zellen (14 im Bereich  $< 2.000$  Einwohner, 24 im Bereich  $\geq 2.000$  Einwohner), de facto müssen es 15 bzw. 25 Zellen gewesen sein. Anordnung der Gemeinden darin nach dem Prozentsatz katholischer Bevölkerung.
- Klumpung:
  - in jeder Zelle Auswahl von 16 Gemeinden (also de facto  $(15 + 25) \times 16 = 640$ ) durch reine Zufallsauswahl mit der Möglichkeit, daß große Gemeinden mehrfach vorkamen. Gemeinden unter 500 Einwohnern wurden nicht ausgewählt. Größe der Klumpen in den Gemeinden  $< 2.000$  Einwohnern: 20 Haushalte, in den Gemeinden  $\geq 2.000$  Einwohnern: 30 Haushalte.
- Auswahl:
  - von Personen aus den Karteien der Einwohnermeldeämter vorab zur Bestimmung des Zielhaushalts - mit Gewicht der Personenzahl; danach Auswahl der Person durch den Interviewer im Haushalt mit einem sogenannten "Schwedenschlüssel" (auf den wir noch zurückkommen werden) - einer im Ansatz Randomauswahl.
- Befragungszeitraum:
  - 15.4.1954 - 3.6.1954
- Brutto-Stichprobe: 16.800 Adressen
- bereinigt: 16.111 Adressen
- Netto-Interviews: 13.259 =
  - 82,3 % Ausschöpfung (von der bereinigten Stichprobe)
- keine Gewichtung.
- Grundgesamtheit:
  - Bevölkerung der BRD und Berlin (West) von 16 bis 79 Jahren.
  - Stand 31.12.1951: rund 38 Mio.

## LA 56

DIVO Stichprobenplan, im Prinzip wie LA 54 wieder für DIVO und IFD, aber:

- Schichtung:
  - in 17 Gemeindegrößenklassen (je eine in Hamburg, Bremen, Berlin (West) und 2 x 7 in den anderen Ländern mit  $\leq 2.000$  Einwohnern) mit 38 Zellen im Bereich  $< 2.000$  Einwohnern und 62 Zellen im Bereich  $\geq 2.000$  Einwohner.
- Klumpung:
  - durchgängig 8 Klumpen pro Zelle = 800 Klumpen in 624 Gemeinden - ohne Angabe der Anzahl Haushalte pro Klumpen.
- Befragungszeitraum:
  - 25.4.1956 - 6.6.1956
- Brutto-Stichprobe: 17.504 Adressen
- bereinigt: 16.579 Adressen
- Netto-Interviews: 14.219 = 85,9% Ausschöpfung
- Gewichtung:
  - 1.895 Karten wurden gedoppelt, 316 herausgenommen.
  - Zellen: 2 x Geschlecht x 5 Altersgruppen x 10 Länder = 100
- Basis: 15.788 Fälle
- Grundgesamtheit:
  - wie LA 54 - nur in den Altersgrenzen von 16 bis 70 Jahren: 36,96 Mio.

## LA 58

DIVO Stichprobenplan wie LA 54

- Schichtung:
  - nach Gemeindegrößenklassen, Nord - Süd und Prozentsatz katholischer Bevölkerung.
- Klumpung:
  - 3 x 440 Klumpen in je 380 Gemeinden, diesmal unter Einschluß der Gemeinden mit weniger als 500 Einwohnern.

- Auswahl:
  - wie bisher, allerdings mit drei unabhängigen Stichproben für drei Befragungswellen.
- Befragungszeitraum:
  - November 1957, Januar 1958, März 1958
- Brutto-Stichprobe: 18.273 Adressen
- bereinigt: 17.391 Adressen
- Netto-Interviews: 15.260 = 87.7% Ausschöpfung
- Gewichtung:
  - 1.729 Lochkarten wurden gedoppelt, 907 Karten entfernt.
  - Zellen: 2 x Geschlecht x 5 Altersgruppen x  
11 Länder = 110, Stand: 1.1.1955
- Basis: 16.117 Fälle
- Grundgesamtheit:
  - wie LA 56, aber unter Einfluß des Saargebiets: 38.59 Mio.

3.1.2.4.

LA 60

DIVO Stichprobenplan und Anlage wie LA 58; 3 Wellen à 440 Klumpen und 367 Gemeinden

- Befragungszeitraum:
  - November 1959, Januar und März 1960
- Brutto-Stichprobe: 18.252 Adressen
- bereinigt: 16.679 Adressen
- Netto-Interviews: 14.859 = 89.1% Ausschöpfung
- Gewichtung:
  - 2.080 Karten wurden gedoppelt, 791 Karten entfernt.
  - Zellen: 2 x Geschlecht x 5 Altersgruppen x  
11 Länder = 110, Stand: 1.1.1959
- Basis: 16.148 Fälle
- Grundgesamtheit:
  - wie LA 58; Saargebiet ist inzwischen Saarland geworden: 39,29 Mio.

25

3.1.2.5.

LA 61

DIVO Stichprobenplan und Anlage wie LA 58, aber 5 Wellen mit je 212 Klumpen und 190 Gemeinden.

- Befragungszeitraum:
  - Mitte Mai - Mitte Juni 1960, September 1960, November 1960, Mitte Januar-Mitte Februar 1961, März 1961
- Brutto-Stichprobe: 15.630 Adressen
- bereinigt: 14.292 Adressen
- Netto-Interviews: 12.788 = 89.5% Ausschöpfung
- Gewichtung:
  - 1.892 Karten wurden gedoppelt, 708 Karten entfernt.
  - Zellen: 110, Stand: 1.1.1960
- Basis: 13.972 Fälle
- Grundgesamtheit:
  - wie LA 58: 39,58 Mio.

3.1.2.6.

LA 62

DIVO Stichprobenplan und Anlage wie LA 58; 5 Wellen mit je 348 Klumpen (300 Befragungsorten).

- Befragungszeitraum:
  - Mitte Mai - Mitte Juni 1961
  - September 1961
  - November 1961
  - Mitte Januar - Mitte Februar 1962 (mit zwei gleichzeitig laufenden Wellen).
- Brutto-Stichprobe: 15.630 Adressen
- bereinigt: 14.249 Adressen
- Netto-Interviews: 12.554 = 88.1% Ausschöpfung

26

- Gewichtung:

2.054 Karten wurden gedoppelt, 660 Karten entfernt.

Zellen: 2 x Geschlecht x 6 Altersgruppen x

11 Länder = 132, Stand: 1.1.1961

Erstmalig für 1962 ist - unabhängig voneinander - ein Gewichtungssystem nach Wochentagen und Haushalten eingeführt worden, damit man gewisse Sonderauswertungen darauf aufbauen konnte. Die Wochenlags-Gewichtung ist erst wieder 1973 in das Redressment-System aufgenommen worden. Eine unabhängige Haushalts-Gewichtung hat es erst wieder 1978 gegeben.

In der Zwischenzeit - nämlich 1964, 1965, 1975, 1976 und 1977 - wurde als Haushalts-Gewicht das Personen-Gewicht faktoriell mit der Haushalts-Größe zurückgerechnet.

Zur Erläuterung dessen, was 1962 geschah, werden im folgenden die "methodischen Bemerkungen zur Gewichtung" auf Seite 165 der LA 62 abgedruckt:

"1. Gewichtung nach Wochentagen

Ausgehend von dem nach Alter, Geschlecht und Bundesländern gewichteten Kartensatz (13.948 Fälle) wurde jedem Wochentag durch Kartenenahme und -dopplung das gleiche Gewicht erteilt. Insgesamt wurden 1.593 Lochkarten gedoppelt, 1.541 Lochkarten entfernt, so daß der nach Wochentagen gewichtete Satz 14 000 Lochkarten umfaßt. Die folgende Tabelle gibt eine Übersicht über den Gewichtungsvorgang.

Wochentag der Befragung	Ursprüngl. Kartensatz	Veränderung durch Gew.	Nach Wochentagen gewicht. Kartensatz
Montag	1.809	+ 191	2.000
Dienstag	2.163	- 163	2.000
Mittwoch	2.393	- 393	2.000
Donnerstag	2.288	- 288	2.000
Freitag	2.159	- 159	2.000
Samstag	2.538	- 538	2.000
Sonntag	598	+ 1.402	2.000
insgesamt	13.948	+ 52	14.000

2. Haushaltsgewichtung

Ausgehend von dem nach Alter, Geschlecht und Bundesländern gewichteten Kartensatz (13.948 Fälle) wurde das Kartenmaterial in 55 Teilgruppen zerlegt (11 Bundesländer mal 5 Haushaltsgrößenklassen) und jeder Teilgruppe das ihr nach der Bundesstatistik (25.9.1956) zukommende Gewicht erteilt. Da die Gruppe der Haushalte mit 5 und mehr Personen als Basis der Gewichtung herangezogen wurde, mußten insgesamt 4.407 Lochkarten gedoppelt werden. Der haushaltsrepräsentative Kartensatz umfaßt damit 18.355 Lochkarten und repräsentiert 18.81 Millionen Haushalte nach dem Stand v. 31.12.60."

Und nun weiter im Schema:

- Basis: 13.948 Fälle

- Grundgesamtheit:

wie LA 58, aber in den Altersgrenzen von 14 bis 70 Jahren: 41,21 Mio.

3.1.2.7. LA 63

DIVO Stichprobenplan und Anlage wie LA 62, jetzt aber für DIVO und INFRATEST

- Befragungszeitraum:

Mitte Mai - Mitte Juni 1962, September 1962, November 1962, Mitte Januar  
- Mitte Februar 1963 (zwei Wellen gleichzeitig)

- Brutto-Stichprobe: 15.332 Adressen
- bereinigt: 14.500 Adressen
- Netto-Interviews: 12.764 = 88.1% Ausschöpfung

- Gewichtung:

1.834 Karten wurden gedoppelt, 599 Karten entfernt.  
132 Zellen - wie 1962, Stand: 1.1.1961 !

- Basis: 13.999 Fälle

- Grundgesamtheit:

wie LA 62, Stand: 6.6.61: 41.37 Mio.

3.1.2.8. LA 64

DIVO Stichprobenplan und Anlage wie LA 62 für DIVO und INFRATEST, aber nur 4 Wellen mit je 348 Klumpen (je ca. 290 Gemeinden).

- Befragungszeitraum:

Mitte September - Mitte Oktober 1963,  
Mitte November - Mitte Dezember 1963,  
Mitte Januar - Mitte Februar 1964,  
März 1964

- Brutto-Stichprobe: 15.819 Adressen
- bereinigt: 14.871 Adressen
- Netto-Interviews: 12.196 = 82.1% Ausschöpfung

- Gewichtung:

1.857 Karten wurden gedoppelt, 550 Karten entfernt.

Zellen: 2 x Geschlecht x 7 Altersgruppen x

11 Länder = 154, Stand: 1.1.1963

Haushalts-Gewichtung durch faktorielle Rückrechnung der Haushalts-Größe.

- Basis: 13.503 Fälle

- Grundgesamtheit:

wie LA 62, 41.82 Mio.

3.1.2.9.

LA 65

DIVO Stichprobenplan und Anlage wie LA 64 für DIVO und INFRATEST, 4 Wellen mit je 361 Klumpen

(4 x 361 = 1.444 in 897 Orten).

- Befragungszeitraum:

21.09.1964 - 24.10.1964

02.11.1964 - 05.12.1964

18.01.1965 - 21.02.1965

01.03.1965 - 04.04.1965

- Brutto-Stichprobe: 15.780 Adressen

- bereinigt: 14.595 Adressen

- Netto-Interviews: 12.146 = 83.3% Ausschöpfung

- Gewichtung:

1.836 Karten wurden gedoppelt, 482 entfernt. 154 Zellen wie 1964, Stand: 1.1.1964

Haushalts-Gewichtung durch faktorielle Rückrechnung der Haushalts-Größe.

- Basis: 15.780 Fälle

- Grundgesamtheit:

wie LA 62, 42.11 Mio.



## Getrennter Stichprobenplan DIVO und INFRATEST

Für DIVO: bisheriger DIVO Stichprobenplan, der auf Professor W.E. Deming -1952- zurückging, jedoch jetzt renoviert wurde.

## - Schichtung:

Gemeindegrößenklassen x Regierungsbezirke = 313 Schichten (de facto)

## - Klumpung:

In jeder Schicht Gemeinden proportional ihrer Größe (Primäreinheiten).

4 Wellen à 172 Klumpen

(4 x 172 = 688 in 511 Orten)

## - Ziehung:

Aus Einwohnermeldekartei: Ziehung der Zielhaushalte; pro Haushalt durch den Interviewer mit Hilfe des Schwedenschlüssels Bestimmung der Befragungsperson.

Für INFRATEST:

## - Schichtung und Klumpung:

Bis zur Gemeinde wie bei DIVO. Unterschied lediglich in Gemeinden mit über 500.000 Einwohnern: Stadtteile; dann anstelle der Gemeinden als Primäreinheiten: Wahlbezirke. Zugrunde lag die Wahlbezirkseinteilung der Bundestagswahl vom 17.9.1961. Bildung von Flächen etwa gleicher Anzahl Wahlberechtigter. Das Ziehen dieser Primäreinheiten ergab:

4 Wellen à 275 Sampling Points. (4 x 275 = 1.100 in 748 Orten)

## - Ziehung:

Anstelle der Auszüge aus den Einwohnermeldekarteien wurden in den Wahlbezirken durch Begehung alle Privathaushalte aufgenommen und in jeder Primäreinheit (Wahlbezirk der 1. Auswahlstufe) eine gleiche Anzahl (diesmal 100) Haushalte in systematischer Zufallsauswahl bestimmt. Zur Auswahl der Personen wendete der Interviewer den Schwedenschlüssel an.

## - Befragungszeitraum:

20.09.1965 - 23.10.1965

08.11.1965 - 18.12.1965

23.01.1966 - 28.02.1966

25.02.1966 - 04.04.1966

- Brutto-Stichprobe: 15.711 Adressen

- bereinigt: 14.383 Adressen

- Netto-Interviews: 11.752 (DIVO: 5.901)  
(INFRATEST: 5.851)

81.6% Ausschöpfung

## - Gewichtung:

Bei INFRATEST zunächst Multiplikation mit der Haushalts-Größe durch Karten Doppeln und Entfernen:

5.851 + 1.098 = 6.101

Bei beiden (6.101 + 5.901 = 12.002)

Doppeln von 939 Karten und Entfernen von 941

Zellen: 2 x Geschlecht x 6 Altersgruppen x  
11 Länder = 132, Stand: 1.1.1964

- Basis: 12.000 Fälle

## - Grundgesamtheit (neue Definition):

Bevölkerung in Privathaushalten in der BRD und Berlin (West) im Alter von 14 bis 70 Jahren: 42,44 Mio.

## Getrennter Stichprobenplan DIVO und INFRATEST

Im Prinzip wie im Vorjahr - aber präzisiert und weiter separiert.

Für DIVO:

## - Schichtung:

Bundesländer und Gemeindegrößenklassen zu 56 Schichten.

- Klumpung:  
in jeder Schicht Gemeinden proportional ihrer Größe.  
  
4 Wellen (2 à 174, 2 à 175 Befragungszellen), das heißt 698 Befragungszellen in 605 Orten. Bei Orten mit mehreren Befragungszellen keine Klumpung in Stadtbezirken.
- Ziehung:  
Einwohnermeldekartei und Schwedenschlüssel - wie schon zuvor.  
  
Für INFRATEST:
- Schichtung:  
Diesmal separat von DIVO - nach 38 Regierungsbezirken x 8 Gemeindegrößenklassen. Das ergab de facto 199 Schichten (damals gab es übrigens noch 24.444 Gemeinden - Stand: 30.6.1965).
- Klumpung:  
Proportional zur Anzahl der Haushalte wurden 1.100 Primäreinheiten (in 748 Gemeinden) in systematischer Zufallsauswahl gezogen. Eine Primäreinheit entsprach einem Wahlbezirk als Sampling Point. Bei Gemeinden unter 2.000 Einwohnern wurde stattdessen die ganze Gemeinde genommen.
- Ziehung:  
Wie im Vorjahr: aus der Aufnahme aller Privathaushalte wurden gleich viele (diesmal abwechselnd 8 oder 9) Haushalte gezogen, und dann wurde der Schwedenschlüssel angewandt.
- Befragungszeitraum:  
03.10.1966 - 06.11.1966  
17.10.1966 - 20.11.1966  
16.01.1967 - 19.02.1967 (zwei Wellen gleichzeitig)
- Brutto-Stichprobe: 16.122 Adressen  
(DIVO: 7.952)  
(INFRATEST: 8.170)

- bereinigt: 15.182 Adressen  
(DIVO: 7.521)  
(INFRATEST: 7.661)
- Netto-Interviews: 12.260 (DIVO: 6.229 = 82.9% Ausschöpfung)  
(INFRATEST: 6.031 = 78.7% Ausschöpfung)  
gesamt: 80.8% Ausschöpfung.
- Gewichtung:  
1. Schritt INFRATEST:  
Umwandlung der Haushalts-Stichprobe in eine Personen-Stichprobe:  
612 Karten gedoppelt, 612 Karten entfernt.  
  
2. Schritt:  
Angleichung der DIVO-Stichprobe an den Durchschnitt beider Verteilungen der Haushalts-Größe:  
303 Karten gedoppelt, 303 Karten entfernt.  
  
3. Schritt:  
Angleichung an die Verteilungen der Amtlichen Statistik beider Stichproben zusammen:  
1.753 Karten gedoppelt, 925 Karten entfernt.  
  
Zellen: 2 x Geschlecht x 12 Altersgruppen x  
11 Länder = 264, Stand: 31.12.1965
- Basis: 13.088 Fälle
- Grundgesamtheit:  
wie LA 66 - aber mit 42.8 Mio.

3.1.2.12.

LA 68

- Getrennte Stichproben DIVO und INFRATEST  
Im Prinzip wie in den beiden Vorjahren - aber präzisiert und bei INFRATEST erweitert  
Für DIVO:  
Das gleiche Verfahren wie im Vorjahr. Bei 4 Wellen jedoch 984 Befragungszellen in 817 Orten.

Für INFRATEST:

Die Anzahl der Gemeinden ist nicht angegeben. Sie ist für diese Auswahlart - der 1.100 Wahlbezirke - auch nicht nötig, weil es lediglich auf eine vollständige Anordnung der Gemeinden ankommt und auf die Anordnung der Wahlbezirke in den Gemeinden bzw. Stadtteilen (Hamburg und Bremen).

Wieder wurden die Privathaushalte vorher aufgelistet. 1968 tauchte das erste Mal als Indikator für einen Privathaushalt das Namensschild (oder sein Fehlen!) auf, um anstelle einer etwas ungenauen theoretischen Definition eine praktische Lösung zur Verfügung zu haben.

Neu war die für die Wellen 2 - 4 der LA 68 angewandte Methode, den Übergang von der Haushalts- zur Personen-Stichprobe im Felde durchzuführen. Das heißt: von jedem vorgegebenen Ein-Personen-Haushalt nur jeden dritten, aus je drei Zwei-Personen-Haushalten zwei Personen zu befragen u.s.f., indem alle Personen (14-70) der Haushalte aufgelistet und jede dritte befragt wurde. Diese Methode ist jedoch nur für die LA 68 angewandt worden.

- Befragungszeitraum:

02.10.1967 - 05.11.1967  
06.11.1967 - 10.12.1967  
08.01.1968 - 04.02.1968  
05.02.1968 - 10.03.1968

- Brutto-Stichprobe: 18.161 Adressen  
(DIVO: 7.816)  
(INFRATEST: 10.345)

- bereinigt: 15.101 Adressen  
(DIVO: 7.225)  
(INFRATEST: 7.876)

ohne die 1.494 angelaufenen Haushalte, die nicht in die Stichprobe aufgenommen wurden.

- Netto-Interviews: 11.793 (DIVO: 5.787 = 80.1% Ausschöpfung)  
(INFRATEST: 6.006 = 76.3% Ausschöpfung)

gesamt: 78.1% Ausschöpfung.

- Gewichtung:

Nurmehr wieder Angleichung an die Daten der Amtlichen Statistik (die Transformation - 1. + 2. Gewichtungsschritt LA 67 - war für diesmal überflüssig geworden):

1.252 Karten gedoppelt, 1.088 Karten entfernt.

Zellen: 2 x Geschlecht x 12 Altersgruppen x  
11 Länder = 264, Stand: 31.12.1966

- Basis: 12.000 Fälle

- Grundgesamtheit:

wie 1966 - aber mit 42.94 Mio.

Die bisherigen Angaben beziehen sich auf die Hauptstichprobe. Daneben sind rund 3.000 Fälle - in jeder Welle von jedem Institut parallel in demselben Sampling Point - gelaufen, die zur Fusion mit den 12.000 Befragten der Hauptuntersuchung dienten. Darüber ist in einem Expertenband ((2)) berichtet worden. Hier interessiert nur die leider nicht ganz befriedigende Angabe zur Stichprobe.

Die 2.871 Netto-Interviews der Zusatzbefragung wurden mit einem Faktor 4.18 auf 12.000 - die Basis der Hauptbefragung - gebracht. Dann erfolgte eine Gewichtung, über die nichts zu erfahren ist. Eins ist sicher - es mußten drei Merkmale übereinstimmen, die nämlich als Schlüsselvariable fungierten: Einkommen, Geschlecht und NIELSEN-Gebiet. Aber auch für andere Bindglieder ist die Übereinstimmung der Verteilungen von Haupt- und Zusatzbefragung vorgeführt worden.

3.1.2.13.

LA 69

Getrennte Stichproben DIVO und INFRATEST

Im Prinzip wie in den drei davorliegenden Jahren.

Für DIVO:

88 Schichten (1) Bundesländer x 8 Gemeindegrößenklassen) mit 984 Klumpen in 817 Gemeinden.

Für INFRATEST:

199 Schichten (38 Regierungsbezirke x 8 Gemeindegrößenklassen) mit 1.100 Klumpen in 883 Gemeinden.

Namensschild-Stichprobe in Wahlbezirken der Bundestagswahl 1965.

- Befragungszeitraum:

13.01.1969 - 20.04.1969 - 4 Wellen

(Januar 21 Tage, Februar 28 Tage, März 28 Tage, April 21 Tage)

- Brutto-Stichprobe: 19.172 Adressen

- bereinigt: 17.963 Adressen

- Netto-Interviews: 14.092 = 78% Ausschöpfung

- Gewichtung:

Erst die Transformation bei INFRATEST von der Haushalts- in die Personen-Stichprobe durch Multiplikation mit der Haushalts-Größe (14+ Jahre), jedoch faktoriell; dann für beide Institute eine ebenfalls faktorielle Gewichtung in 132 Zellen (2 x Geschlecht x 6 Altersgruppen x 11 Bundesländer).

- Basis:

Fallzahl mit Netto-Interviews identisch, aber - wegen Abrundung und Multiplikation mit 10 - 140.538 als "Gewichtssumme".

- Grundgesamtheit (ein weiteres Mal neu):

Bevölkerung der BRD und Berlin (West) im Alter ab 14 Jahren in Privathaushalten: 46,85 Mio.

3.1.2.14.

LA 70

Stichprobenpläne CONTEST und INFRATEST, zwar getrennt, aber das erste Mal nach dem gleichen Prinzip der Flächenstichprobe (Wahlbezirke als Einheiten).

Für CONTEST:

- Schichtung:

92 Schichten (aus 11 Bundesländern und 11 Gemeindegrößenklassen) sowie durch Anordnung der Gemeinden nach Anteilen von:

- Selbständigen, Beamten und Angestellten, Arbeitern;

- Erwerbstätigen: Landwirtschaft, produzierendes Gewerbe, Handel, Dienstleistungen;

- Pendlern: Ein- und Auspendlern.

- Klumpung:

1.200 Sampling Points in 797 Gemeinden.

Für INFRATEST:

- Schichtung:

Wie bisher 199 Schichten (aus 38 Regierungsbezirken und 8 Gemeindegrößenklassen).

- Klumpung:

1.375 Sampling Points in 838 Gemeinden.

Für beide Institute:

- Ziehung:

Aus den Wahlbezirken der Bundestagswahl 1965 - pro Sampling Point ein Wahlbezirk. Aus allen aufgelisteten Privathaushalten pro Sampling Point Bestimmung der Zielhaushalte (Namensschild), danach Schwedenschlüssel zur Bestimmung der Zielperson pro Haushalt.

- Befragungszeitraum:

05.04.1970 - 05.07.1970 in 4 Wellen

(April 26 Tage, Mai 31 Tage, Juni 30 Tage, Juli 5 Tage).

- Brutto-Stichprobe: 20.291 Adressen

- bereinigt: 18.724 Adressen

- Netto-Interviews: 14.641 = 78% Ausschöpfung.

- Basis = Netto-Interviews

- Gewichtung:

Zunächst Transformation der Haushalts- in Personen-Stichprobe durch Multiplikation mit der Haushalts-Größe (14+ Jahre);

dann faktorielle Gewichtung in 132 Zellen, Rundung und Normierung auf 10, das heißt  $\sum$  Personengewichte: 146.457.

- Grundgesamtheit:

Bevölkerung der BRD und Berlin (West) in Privathaushalten im Alter von 14 und mehr Jahren: 47.19 Mio.

(Angegeben ist "deutschsprachige" Bevölkerung, weil ein Interview nur in deutscher Sprache geführt werden kann. Die Zahl 47,19 Mio. entspricht jedoch der Wohnbevölkerung in Privathaushalten).

3.1.2.15

LA 71

Stichprobenplan INFRATEST und MARPLAN getrennt, jedoch nach den gleichen Prinzipien der Flächenstichprobe auf der Wahlbezirkbasis.

Da INFRATEST eine experimentelle Zusatzbefragung zur gleichen Zeit wie für die Hauptbefragung durchzuführen hatte - und diese Befragung nachträglich dem Bestand der LA 71 "einverleibt" wurde - ist praktisch von drei Institutsbeiträgen zu berichten.

Für MARPLAN:

- Schichtung:

309 Schichten (38 Regierungsbezirke und 12 Gemeindegrößenklassen).

- Klumpung:

2.100 Sampling Points aus 1.364 Gemeinden.

Für INFRATEST:

(in beiden Stichproben gleich)

- Schichtung:

199 Schichten (38 Regierungsbezirke und 8 Gemeindegrößenklassen).

- Klumpung:

687 Sampling Points in 469 Gemeinden für die Hauptbefragung; 688 weitere

Sampling Points in 471 Gemeinden für die experimentelle Zusatzbefragung.

- Ziehung:

Während INFRATEST bei der Ziehung der Sampling Points direkt auf die Wahlbezirks-Datei der Bundestagswahl 1965 (bzw. in Berlin (West) auf die Datei der davorliegenden Wahl zum Berliner Abgeordnetenhaus) zurückgriff, schaltete MARPLAN die Gemeindedatei der Wohnbevölkerung vom 31.11.66 (teilweise vom 30.6.67) dazwischen.

Die Bestimmung der Zielhaushalte und Befragungspersonen erfolgte dann wieder nach dem gleichen Schema (wie es bis 1978 bleiben sollte): Auflistung aller Privathaushalte (durch Festhalten der Türschilder oder der Tatsache, daß offensichtlich ein Namensschild fehlt), Bestimmung der Befragungsadressen per Zufall und danach Anwendung des Schwedenschlüssels.

- Befragungszeitraum:

MARPLAN: 10.01.1971 - 12.06.1971

INFRATEST: 14.02.1971 - 02.05.1971

(für beide Stichprobenteile)

- Brutto-Stichprobe:	MARPLAN	INFRATEST 1. Befr.	INFRATEST 2. Befr.
26.312 Adressen	16.196	5.058	5.058
- bereinigt:			
24.385 Adressen	15.117	4.595	4.673
- Netto-Interviews = Basis:			
17.517	10.541	3.513	3.463
- Ausschöpfung:			
71.8%	69.7%	76.5%	74.1%

- Gewichtung:

Sie erfolgte getrennt für die Hauptbefragung und die 2. Stichprobe von INFRATEST.

Entstanden waren die 5.058 der 2. Befragung INFRATEST durch systematische Reduktion der 7.476 ursprünglich dort eingesetzten Adressen.

Ansonsten wurde erst transformiert und dann durch ein Randausgleichs-Verfahren in 154 Zellen redressiert, wie das (neue) Verfahren seither genannt wird, das die Personengewichte bestimmt.

Die  $\sum$  Personengewichte betrug 140.540 für die Haupt- und 34.630 für die Nebenbefragung.

- Grundgesamtheit:

Bevölkerung der BRD und Berlin (West) im Alter von 14+ Jahren in Privathaushalten (angegeben: deutsche Bevölkerung): 47.80 Mio.

3.1.2.16. MA 72/I

Dies ist die erste Media-Analyse, die auf der Basis eines für alle beteiligten Institute gleichmäßigen Stichproben-Systems durchgeführt wurde - auf der koordinierten AG.MA/ADM-Stichprobe.

Eine ausführliche Beschreibung liefert der Aufsatz "Die Stichprobe" im Berichtsband der MA 72/I ((3)), eine grundlegende Darstellung der Bericht des Autors dieses Stichprobensystems, Friedrich Wendt ((4)). Ein Abriß der Historie dazu findet sich im Methodenband der LA 71 ((5)). Die Details des Stichprobenplans sind kurz folgende:

- Schichtung:

In 116 Schichten nach Regierungsbezirken (aus den 38 wurden durch Zusammenfassung 25 gebildet) und 6 Gemeindegrößenklassen (nach Boustedt!) und in Gemeinden unter 5.000 Einwohnern durch Anordnung nach dem Prozentsatz landwirtschaftlicher Bevölkerung.

- Klumpung:

Die ursprünglich 57.381 Wahlbezirke aus der BRD und Berlin (West) wurden durch Zusammenfassung der kleineren Bezirke (der sogenannten Synthetisierung) auf 47.974 Wahlbezirke reduziert, die 19.419.022 Haushalte beinhalten.

Durch systematische Zufallsauswahl wurden dann (im Abstand von 693,5 Haushalten) 28.000 Sampling Points bestimmt. Je 280 bildeten ein Stich-

probennetz - insgesamt also 100. Jeweils 4 Netze - äquidistant aus den 100 gezogen - bildeten eine Einheit, die für die praktische Stichprobenarbeit zugrunde gelegt werden konnte.

Diese Netze wurden den 19 bedeutendsten Marktforschungsinstituten der BRD (im wesentlichen ADM-Instituten - daher der Name ADM-Stichprobe) zugeweiht. Keines der Netze überschneidet sich - weder mit irgendeinem anderen desselben noch mit denen eines anderen Instituts.

Damit konnten beliebige Netze aus den 100 zu einer aktuellen Großstichprobe zusammengefügt werden, ohne daß diese sich überschneiden. Daher die Bezeichnung "koordinierbar", was genauer heißt "beliebig koordinierbar".

- Ziehung:

Die Ziehung folgte dem schon bekannten Schema. Erst wurden die Netze für eine aktuelle MA (in diesem Fall MA 72/I) bestimmt, danach wurde die Auflistung der Adressen (Türschilder) vorgenommen, und es erfolgte eine Zufallsauswahl von Adressen - gleiche Anzahl pro Sampling Point - und im befragten Haushalt die Auswahl der Zielperson durch den Schwedenschlüssel.

- Befragungszeitraum:

	INFRATEST	MARPLAN	SCHAEFER- MARKTFORSCHUNG
	30.05.-04.07.71	30.05.-04.07.71	27.06.-17.07.71
	12.09.-17.10.71	29.08.-17.12.71	29.08.-18.09.71
	07.11.-12.12.71		10.10.-13.11.71

- Netze:

Gesamt:			
10	3	5	2

- Sampling Points:

2.800 (tatsächlich nur 2.695)	840	1.400	560
-------------------------------------	-----	-------	-----

- Brutto-Adressen:

20.604	6.284	10.220	4.100
--------	-------	--------	-------

- bereinigt:

20.416	6.211	10.156	4.049
--------	-------	--------	-------

- Netto-Interviews  
= Basis:

14.650 (tatsächlich nur 14.641)	4.486	7.347	2.817
---------------------------------------	-------	-------	-------

- Ausschöpfung (gegenüber bereinigt):

71.8%	72.2%	72.3%	69.6%
-------	-------	-------	-------

- Gewichtung:

Transformation der Haushalts- in eine Personen-Stichprobe (Multiplikation mit der Haushalts-Größe 14+);

Redressement in 154 Zellen (2 x Geschlecht, 7 Altersgruppen, 11 Bundesländer); wie im Vorjahr.

Σ Personengewichte: 146.450

- Grundgesamtheit:

Bevölkerung der BRD und Berlin (West) in Privathaushalten im Alter von 14+ Jahren: 47,89 Mio.

3.1.2.17.

MA 72/II

Identisches Stichproben-System gegenüber der MA 72/I.

Diese Stichprobenerhebung wurde für sich und gemeinsam mit der MA 72/II verwendet, und zwar wesentlich zur verfeinerten Regionalaussage.

- Befragungszeitraum:

INFRATEST	MARPLAN	MEDIA MARKET ANALYSEN
09.01.-13.02.72	02.02.-09.04.72	09.01.-11.03.72
05.03.-07.05.72	30.04.-03.06.72	02.04.-03.06.72

- Netze:

Gesamt:			
10	3	3	4

- Sampling Points:

2.800 (tatsächlich nur 2.696)	840	840	1.120
-------------------------------------	-----	-----	-------

- Brutto-Adressen:

19.822	6.004	6.068	7.750
--------	-------	-------	-------

- bereinigt:

19.403	5.930	6.040	7.473
--------	-------	-------	-------

- Netto-Interviews  
= Basis:

14.802	4.466	4.503	5.833
--------	-------	-------	-------

- Ausschöpfung:

76.3%	75.3%	74.6%	78.1%
-------	-------	-------	-------

- Gewichtung:

Erst Transformation der Haushalts- in eine Personen-Stichprobe durch Multiplikation mit der Haushalts-Größe (14+ Jahre);

Dann Redressement durch einen Randausgleichs-Prozess in 154 Zellen (2 x Geschlecht, 7 Altersgruppen, 11 Bundesländer); wie in den beiden Vorjahren.

∑ Personengewichte: 148.010

- Grundgesamtheit:

Bevölkerung der BRD und Berlin (West) im Alter von 14+ Jahren in Privathaushalten: 47.80 Mio.

3.1.2.18.

MA 73

Identisches Stichproben-System gegenüber der MA 72/I, aber größere Streuung über die Zeit und das Bundesgebiet: sogenanntes neues Feldeinsatzmodell, das den ökonomischen Nachteil der beiden 1972er Erhebungen (mit rund 28.000 Fällen) vermeidet, aber den statistischen Vorteil der großen Flächen- und Zeitverteilung beibehält.

Im Prinzip ist dieses Feldmodell bis heute im Gebrauch. Deswegen soll es in diesem Bericht im Anhang aufgeführt werden ((6)) - zusammen mit den Überlegungen, die dazu führten. Vergleiche hierzu auch den Aufsatz "Das Feldeinsatz-Modell der MA" von Hans-Erdmann Scheler und Friedrich Wendt, der in der Nr. 5/77 von ZV + ZV erschien ((7)).

- Befragungszeitraum (Ersteinsatz):				SCHAEFER- MARKT- FORSCHUNG
INFRA	PSI	M D F	M M A	
17.09.-09.12.72	17.09.-14.10.72	15.10.-09.12.72	17.09.-11.11.72	
07.01.-03.02.73	12.11.-09.12.72	04.02.-17.03.73	07.01.-17.03.73	
04.03.-17.03.73	07.01.-03.03.73			

- Netze:  
Gesamt:

18	5	4	4	5
----	---	---	---	---

- Sampling Points:

5.040 (tatsächlich 4.932)	1.400	1.120	1.120	1.470
---------------------------------	-------	-------	-------	-------

- Brutto-Adressen:

20.160	5.600	4.480	4.480	5.600
--------	-------	-------	-------	-------

- bereinigt:

19.663	5.430	4.400	4.332	5.500
--------	-------	-------	-------	-------

- Netto-Interviews  
= Basis:

16.644 (tatsächlich nur 16.642)	4.541	3.821	3.604	4.678
---------------------------------------	-------	-------	-------	-------

- Ausschöpfung:

84,6%	83,6%	86,8%	83,2%	85,1%
-------	-------	-------	-------	-------

- Gewichtung:

Transformation wie bishcr. Redressement nach einem neuen simultanen, iterativen Verfahren (mit 16 Iterationen) und unter zusätzlicher Verwendung der Gemeindegrößenklassen in den Ländern und der Wochentage als Randbedingungen. Stand: 27.5.1970 (Volkzählung 1970)

∑ Personengewichte: 166.420

Im Methodenband der MA 73 werden auf den Seiten 24 - 27 die Abweichungen Soll-Ist des Redressements und die Verteilung der Personengewichte nach Haushalts-Größe ausgewiesen.

- Grundgesamtheit:

Bevölkerung der BRD und Berlin (West) im Alter von 14+ Jahren in Privathaushalten: 47.42 Mio.



Der Stichprobenplan ist wiederum derselbe wie seit der MA 72/1. Das Feld-einsatzmodell entspricht dem des Vorjahres.

- Befragungszeitraum (Ersteinsatz):

GETAS	MARPLAN	M D I	M M A
17.06.-14.07.73	20.05.-16.06.73	20.05.-16.06.73	17.06.-14.07.73
16.09.-10.11.73	19.08.-15.09.73	16.09.-13.10.73	19.08.-15.09.73
03.02.-02.03.74	11.11.-08.12.73	11.11.-08.12.73	14.10.-10.11.73
	03.02.-02.03.74	06.01.-02.02.74	06.01.-02.02.74
		03.03.-16.03.74	03.03.-16.03.74

- Netze:  
Gesamt:

18	4	4	5	5
----	---	---	---	---

- Sampling Points:

5.040 (tatsächlich 5.002)	1.120	1.120	1.400	1.400
---------------------------------	-------	-------	-------	-------

- Brutto-Adressen:

20.160	4.480	4.480	5.600	5.600
--------	-------	-------	-------	-------

- bereinigt:

19.629	4.409	4.403	5.458	5.359
--------	-------	-------	-------	-------

- Netto-Interviews  
= Basis:

16.930	3.612	4.091	4.676	4.551
--------	-------	-------	-------	-------

- Ausschöpfung:

86.2%	81.9%	92.9%	85.7%	85.0%
-------	-------	-------	-------	-------

- Gewichtung:

Transformation von der Haushalts- in eine Personen-Stichprobe durch Multiplikation mit der Haushaltsgröße (14+ Jahre) - wie bisher.

Erstmals standen für das Redressment die Zahlen der Volkszählung 1970 zur Verfügung (25.5.1970 für die BRD; 7.11.1970 für Rheinland-Pfalz; 12.3.1967 für Berlin (West) - Wahl zum Abgeordnetenhaus).

Der iterative Prozeß wurde simultan anhand von 5 Zellen systemen durchgeführt (14 Iterationen):

- 600 Zellen aus: Geschlecht 2, Altersgruppen 5, Gemeindegrößenklassen (nach Boustedt) 5, Länder 12 Klassen (Ruhrkohlenverband);
- 125 Zellen aus: 25 Regierungsbezirks-Zusammenfassungen und 5 Haushaltsgrößen-Klassen (alle Personen im Haushalt);
- 25 Zellen aus 5 Gemeindegrößenklassen (nach Boustedt) und 5 Haushaltsgrößen-Klassen (alle Personen im Haushalt);
- 5 Zellen Alter als Randbedingung;
- 7 Zellen Wochentage als Randbedingung.

Σ Personengewicht: 16.929,3.

Zu diesem neuen Redressment-System gab es einen gesonderten Bericht im Methodenband der MA 74 ((8)).

- Grundgesamtheit:

Wegen der Möglichkeit, erstmals in einer Sonderzählung an die deutsche Wohnbevölkerung in Privathaushalten im Alter von 14+ Jahren zum Zeitpunkt der Volkszählung genau heranzukommen, wurde seit 1974 die Grundgesamtheit so definiert und bislang so belassen. Lediglich die Zahlen sind inzwischen erneuert worden. Für 1974 - 1977 waren es: 44.384.381 Personen. 1978 standen neuere Zahlen zur Verfügung: 45.727.510.

Stichprobenplan wie seit der MA 72/I. Feldeinsatzmodell wie seit der MA 73.

- Befragungszeitraum (Ersteinsatz):

GETAS	MARPLAN	M M A	SAMPLE
21.04.-08.06.74	21.04.-23.11.74	28.04.-30.11.74	28.04.-15.06.74
11.08.-23.11.74	05.01.-01.02.75	05.01.-25.01.75	18.08.-30.11.74
05.01.-25.01.75			05.01.-25.01.75

- Netze:  
Gesamt:

18	4	5	5	4
----	---	---	---	---

- Sampling Points:

5.040	1.120	1.400	1.400	1.120
-------	-------	-------	-------	-------

- Brutto-Adressen:

20.160	4.480	5.600	5.600	4.480
--------	-------	-------	-------	-------

- bereinigt:

19.781	4.381	5.563	5.406	4.431
--------	-------	-------	-------	-------

- Netto-Interviews  
= Basis =

Σ Personengewichte:

16.963	3.611	4.900	4.609	3.043
--------	-------	-------	-------	-------

- Ausschöpfung:

85,8%	82,4%	88,1%	85,3%	86,7%
-------	-------	-------	-------	-------

- Gewichtung:

wie im Vorjahr für die Personen - beim Redressement mit 20 Iterationen.  
Die Haushalts-Gewichte wurden zusätzlich durch faktorielle Reduktion erzeugt.

- Grundgesamtheit:

wie im Vorjahr.

Stichprobenplan wie seit der MA 72/1. Feldeinsatzmodell wie seit der MA 73.

- Befragungszeitraum (Ersteinsatz):

CONTEST - CENSUS	GETAS	INFRATEST	MARPLAN
20.04.-07.06.75	27.04.-25.10.75	27.04.-14.06.75	20.04.-25.10.75
10.08.-29.11.75	04.01.-24.01.76	17.08.-29.11.75	04.01.-31.01.76
04.01.-24.01.76		04.01.-24.01.76	

- Netze:  
Gesamt:

18	4	5	4	5
----	---	---	---	---

- Sampling Points:

5.040	1.120	1.400	1.120	1.400
-------	-------	-------	-------	-------

- Brutto-Adressen:

20.160	4.480	5.600	4.480	5.600
--------	-------	-------	-------	-------

- bereinigt:

19.850	4.372	5.521	4.375	5.582
--------	-------	-------	-------	-------

- Netto-Interviews  
= Basis =

Σ Personengewichte:

17.012	3.808	4.513	3.672	5.019
--------	-------	-------	-------	-------

- Ausschöpfung:

85,7%	87,0%	81,7%	83,9%	89,9%
-------	-------	-------	-------	-------

- Gewichtung:

Im Prinzip wie in den beiden Vorjahren, diesmal mit 50 Iterationen beim Redressement, aber mit

600 Zellen aus: Geschlecht, Alter, GfK nach Boustedt und Ländern - wie bisher;

125 Zellen aus: RGBZ und Haushalts-Größe - wie bisher;

25 Zellen aus: GfK nach Boustedt und Haushalts-Größe - wie bisher;

und dann neu (anstelle der Randbedingungen Alter und Wochentage)

84 Zellen aus: 7 Wochentagen x 12 Ländern

Ferner wieder faktorielle Reduktion der Personen-Gewichte mit der Haushalts-Größe zur Bildung der Haushalts-Gewichte.

- Grundgesamtheit: wie seit 1974.

Stichprobenplan wie seit der MA 72/I, Feldeinsatzmodell wie seit der MA 73.

## - Befragungszeitraum (Ersteinsatz):

GETAS	IFAK	MARPLAN	M M A
26.04.-13.06.76	03.05.-20.06.76	26.04.-28.11.76	03.05.-05.12.76
16.08.-28.11.76	23.08.-05.12.76	10.01.-30.01.77	10.01.-30.01.77
10.01.-30.01.77	10.01.-30.01.77		

- Netze:  
Gesamt:

	GETAS	IFAK	MARPLAN	M M A
18	4	4	5	5

## - Sampling Points:

	GETAS	IFAK	MARPLAN	M M A
5.040	1.120	1.120	1.400	1.400

## - Brutto-Adressen:

	GETAS	IFAK	MARPLAN	M M A
20.152	4.480	4.472	5.600	5.600

## - bereinigt:

	GETAS	IFAK	MARPLAN	M M A
19.819	3.392	4.430	5.560	5.437

- Netto-Interviews  
= Basis =

## Σ Personengewichte:

	GETAS	IFAK	MARPLAN	M M A
16.948	3.633	3.668	4.928	4.719

## - Ausschöpfung:

	GETAS	IFAK	MARPLAN	M M A
85,5%	82,7%	82,8%	88,6%	86,8%

## - Gewichtung:

Im Prinzip wie in den drei Vorjahren, diesmal wieder mit 50 Iterationen, aber durch Vergrößerung der GGK nach Boustedt von 5 auf 6 mit:

720 Zellen aus: Geschlecht, Alter, GGK n.Boust.+Ländern (neu also)

120 Zellen aus: RGBZ und Haushalts-Größe - wie bisher

30 Zellen aus: GGK nach Boustedt und Haushalts-Größe (neu also)

84 Zellen aus: Wochentagen und Ländern (wie im Vorjahr)

Die Haushalts-Gewichte wurden wieder durch faktorielle Reduktion gebildet.

## - Grundgesamtheit: wie seit 1974

Stichprobenplan wie seit der MA 72/I (letztmalig), Feldeinsatzmodell wie seit der MA 73, diesmal aber als Zusatzwelle eine hundertprozentige Aufstockung des Saarlandes. Dazu wurden 16 zusätzliche Netze eingesetzt (zwei sowieso schon verwendete Netze wurden doppelt besetzt, um auf 18 zu kommen).

## - Befragungszeitraum (Ersteinsatz):

GETAS	IFAK	MARPLAN	M M A
09.03.-11.12.77	09.05.-26.06.77	02.05.-04.12.77	02.05.-19.06.77
09.01.-29.01.78	29.08.-11.12.77	09.01.-29.01.78	22.08.-04.12.77
	09.01.-29.01.78		09.01.-29.01.78

- Netze:  
Gesamt:

	GETAS	IFAK	MARPLAN	M M A
18 (+16) für Saarland	5 (+3)	4 (+4)	5 (+5)	4 (+4)

## - Sampling Points:

	GETAS	IFAK	MARPLAN	M M A
5.131 (davon 71 für Saarland)	1.416	1.146	1.427	1.142

## - Brutto-Adressen:

	GETAS	IFAK	MARPLAN	M M A
20.524	5.664	4.584	5.708	4.568

## - bereinigt:

	GETAS	IFAK	MARPLAN	M M A
20.195	5.626	4.520	5.657	4.392

- Netto-Interviews  
= Basis =

## Σ Personengewichte:

	GETAS	IFAK	MARPLAN	M M A
17.196	4.573	3.871	4.961	3.791

## - Ausschöpfung:

	GETAS	IFAK	MARPLAN	M M A
85,1%	81,3%	85,6%	87,7%	86,3%

## - Gewichtung:

Bei der Transformation mußte die hundertprozentige Aufstockung des Saarlandes durch Multiplikation mit 0,5 aufgefangen werden.

Für das Redressment standen erstmals teilweise neuere Daten zur Verfügung (vom 31.12.1975). Das führte zu folgendem Norm-System aus Daten der Amtlichen Statistik:

5 HH-Größe alt	x 25 RGBZ alt	= 125 Zellen
6 G GK nach Boustedt alt	x 5 HH-Größe alt	= 30 Zellen
6 G GK nach Boustedt alt	x 25 RGBZ alt	= 150 Zellen
7 Alter neu	x 2 Geschlecht x 34 RGBZ neu	= 476 Zellen
7 Alter neu	x 2 Geschlecht x 7 Wochentage	= 98 Zellen
34 RGBZ neu	x 7 Wochentage	= 238 Zellen

(Das Alter erstmals geteilt in: 14 - 17, 18 - 20, 21 - 29, 30 - 44, 45 - 54, 55 - 64, 65+ Jahre. Die Gemeindegrößenklassen faßten die Gemeinden bis 2.000 und 2.000 - 5.000 Einwohnern zusammen.)

Da die Daten der Amtlichen Statistik nicht direkt für die deutsche Wohnbevölkerung in Privathaushalten im Alter von 14+ Jahren zur Verfügung standen, sondern lediglich für die Wohnbevölkerung, waren Umrechnungen aus älterem Material erforderlich, um Anstaltshaushalte und Ausländer herauszurechnen.

Diese 6 Systeme wurden zur Auffindung der Personen-Gewichte in 50 Iterationen simultan zugrunde gelegt. Für die Haushalts-Gewichte wurde die Transformation rückgängig gemacht, und es wurden zusätzliche Kreisdaten mit dem Gebietsstand vom 31.12.1976 (das 2. Mal) zum unabhängigen Redressement der Haushalte verwendet. 1962 war es das 1. Mal.

Das führt natürlich - wegen der verschiedenen Projektionsfaktoren - zu gewissen Diskrepanzen in den Hochrechnungen von Teilgruppen.

- Haushalte, haushaltführende Personen und Haushaltsvorstände sind über Haushalts-Gewichte: 22.18 Mio.
- über Personen-Gewichte ergeben sich für Haushaltsvorstände: 21.71 Mio. und für haushaltführende Personen: 22.21 Mio.
- Ein-Personen-Haushalte über Haushalts-Gewichte sind: 5.54 Mio. und über Personen-Gewichte: 5.36 Mio.

Es erscheint besser, mit diesen Diskrepanzen zu leben als fragwürdige Randausgleichungen vorzunehmen.

#### - Grundgesamtheit:

1978 wurde für die Personen die Definition "deutsche Wohnbevölkerung in Privathaushalten im Alter von 14 und mehr Jahren" beibehalten; aber der Stand wurde erneuert, das heißt auf den 1.1.1977 aktualisiert. Das ergab: 45.73 Mio. Personen und 22.18 Mio. Privathaushalte (genau: 45 727 510 bzw. 22 175 448).

3.1.2.24.

MA 79

Das seit der MA 72/1 eingesetzte Stichproben-System ist auf der Basis der Wahldatei 1976 (Bundestagswahl vom 3.10.1976; Wahl zum Berliner Abgeordnetenhaus vom 2.3.1975, mit Nachwahl vom 26.1.1976) erneuert und bei der Gelegenheit weiterentwickelt worden. Gebietsstand: 1.1.1977 (der vor der Ziehung erst hergestellt werden mußte). Ersteinsatz des renovierten und erweiterten Systems: 1979.

#### - Schichtung:

Geschichtet wurde wieder durch Anordnung; ländersweise nach Regierungsbezirken und darin nach Kreisen; kreisweise nach Gemeindegrößenklassen nach Boustedt (7 Klassen). Insgesamt: 986 Schichtungszellen (theoretisch:  $339 \times 7 = 2.373$ ).

Für die Kreise ist die Anordnung der Kennziffern der Amtlichen Statistik verwendet worden. In den Schichtungszellen (Kreise x Gemeindegrößenklassen) ist die alphabetische Anordnung der Gemeinden beibehalten worden. Innerhalb der Gemeinden wurde die Wahlbezirks-Numerierung zugrunde gelegt. Sie folgt zugleich in 49 großen Gemeinden der ausdrücklich aufgenommenen Stadtbezirks-Numerierung.

#### - Klumpung:

In der Bundesrepublik Deutschland und Berlin (West) existierten 58.823 Wahlbezirke. Die 16.576 Wahlbezirke mit weniger als 400 Wahlberechtigten wurden wiederum synthetisiert, also zu größeren Einheiten zusammengefaßt. Dabei wurde diesmal die durch die Schichtung erzeugte Anordnung nicht mehr verändert.

In den Gemeinden über 2.000 Einwohnern erfolgte die Synthetisierung inner-

halb der Gemeinden; sonst durch Zusammenfassen mit davor- oder danachliegenden Wahlbezirken aus der Gemeindegrößenklasse bis 2.000 Einwohnern in demselben Kreis.

Es entstanden somit 49.380 Auswahleinheiten, und zwar 42.247 originäre und 7.133 synthetische Wahlbezirke in 22 175 165 Haushalten. (Diese Zahl weicht etwas von der Haushalts-Zahl der Amtlichen Gemeindestatistik ab, bleibt aber abgerundet immerhin bei: 22.18 Mio.).

Während noch das erste koordinierbare Stichproben-System von 1971 den Instituten überlassen wurde und sich die AG.MA von der MA 72/I ab der daraus stammenden Netze bediente, ist diesmal getrennt für einige Institute und die AG.MA je ein eigenes koordinierbares Stichproben-System entstanden, das zwar nach den gleichen Grundsätzen, aber voneinander völlig unabhängig zu Stichproben führte.

- Ziehung:

Das AG.MA-Stichproben-System 1977 deckt die Bedürfnisse von vier Jahren in einer großen Stichprobe ab, die einer einzigen, systematischen Zufallsauswahl entstammt und dadurch in repräsentative Teilstichproben zerlegt werden konnte, die sich insofern dann auch nicht überschneiden. Vier Teilstichproben ergeben sich daraus für vier aufeinanderfolgende Jahre. Pro Jahr haben wir vier Wellen vor uns, die in sich repräsentativ sind. Jede Welle wird auf sechs Institute verteilt, jedes der sechs Instituts-Netze ist dabei wiederum in sich repräsentativ. Jedes Netz besteht aus 210 Sampling Points (originäre oder synthetische Wahlbezirke).

Da die auf diese Weise gezogenen 6 Institute x 4 Netze x 4 Jahre = 96 Netze x 210 Sampling Points = 20.160 Sampling Points in den vier Jahren nur einmal (oder durch Aufstockung) höchstens zweimal genutzt werden - und dann nur mit wenigen Ausgangsadressen (Türschilder - bislang vier pro Befragung), ist es den Instituten überlassen geblieben, die Sampling Points vollständig oder nur soweit zu begehen, wie es die MA-Befragungen erfordern, um pro Sampling Point zu der jeweils gleichen Anzahl von Zielhaushalten (Türschildern) zu kommen.

Nach dieser Zufallsauswahl der Türschilder erfolgte 1979 wiederum die

Bestimmung der ersten Befragungsperson im Haushalt durch den Schwedenschlüssel.

Zwei Besonderheiten sind hervorzuheben:

1. Im Saarland und in Bremen erfolgte eine hundertprozentige Aufstockung - durch Heranziehung der Sampling Points aus dem System, das für 1981 vorgesehen ist.
2. Erstmals 1979 ist nicht mehr nur eine Person pro Haushalt befragt worden. In Haushalten mit vier und mehr Personen im Alter von 14+ Jahren ist immer dann, wenn nach der Auswahl der ersten Befragungsperson unter den übrigen Haushalts-Mitgliedern noch ein oder mehrere 14- bis 19-Jährige existierten, der oder einer der Jugendlichen dieses Alters als zweiter befragt worden.

- Befragungszeitraum:

MMA	IFAK	INFAS
08.05.-30.07.78	08.05.-30.07.78	08.05.-18.06.78
30.10.-17.12.78	30.10.-17.12.78	26.06.-06.08.78
08.01.-11.02.79	08.01.-11.02.79	04.09.-08.10.78 11.12.-17.12.78 08.01.-11.02.79

GETAS	INFRA TEST	SAMPLE/SCHAEFER
15.05.-30.07.78	15.05.-25.06.78	15.05.-25.06.78
04.09.-08.10.78	11.09.-17.12.78	11.09.-17.12.78
04.12.-17.12.78	08.01.-04.02.79	08.01.-04.02.79
08.01.-04.02.79		

	MMA	IFAK	INFAS	GETAS	INFRA-TEST	SAMPLE/SCHAEFER
- Netze:	24	4	4	4	4	4
- Bremen + Saarland:	(+24)	(+4)	(+4)	(+4)	(+4)	(+4)
- Sampling Points:	5.040	840	840	840	840	840
- Bremen + Saarland:	(+150)	(+25)	(+25)	(+25)	(+24)	(+25)
- Brutto-Stichprobe:	22.438	3.747	3.755	3.704	3.737	3.764
- bereinigt:	22.215	3.737	3.721	3.622	3.670	3.747
- Netto-Interviews = Basis = $\sum$ Personen-gewichte	17.728	2.996	3.078	2.515	2.957	3.187
- Ausschöpfung:	79.8%	80.2%	82.7%	69.4%	80.6%	85.1%

- Gewichtung:  
Die Transformation erfolgte wie sonst auch zunächst durch Multiplikation mit der Haushalts-Größe (14+ Jahre); im Saarland und in Bremen dann durch Multiplikation mit 0.5 und für die Jugendlichen (14- bis 19-jährigen) der Haushalte mit vier und mehr Personen ab 14+ Jahren mit dem reziproken Wert ihrer Auswahlchance.

Das Redressement zur Gewinnung des Personen-Gewichts konnte wegen des

neuen Stichproben-Systems jetzt (bis auf die Haushalts-Größe) weiter auf neue Zahlen zurückgreifen. Das führte zu folgendem System:

5 HH-Größe alt	x 34 RGBZ neu	= 170 Zellen
6 GGK nach Boustedt neu	x 5 HH-Größe alt	= 30 Zellen
6 GGK nach Boustedt neu	x 34 RGBZ neu	= 204 Zellen
7 Alter neu	x 2 Geschlecht x 34 RGBZ neu	= 476 Zellen
7 Alter neu	x 2 Geschlecht x 7 Wochentage	= 98 Zellen
34 RGBZ neu	x 7 Wochentage	= 238 Zellen

Auch hier war wegen der Tatsache, daß die neueren Daten nicht die deutsche Wohnbevölkerung in Privathaushalten im Alter von 14+ Jahren repräsentieren, eine Umrechnung aus älterem Material nötig. Schon 29 Iterationen erbrachten eine optimale Angleichung der Redressement-Zellen an die Norm der Amtlichen Statistik. Dennoch wurde bis auf 50 Iterationen weiter angeglichen.

Für die Haushalts-Gewichtung wurde erstmals ganz konsequent ein eigenes Transformations- und Redressement-System eingeführt.

Die Transformation reduziert lediglich die hundertprozentige Aufstockung im Saarland und in Bremen, sowie die Haushalte mit zwei Ausgewählten durch jeweils eine Multiplikation mit 0.5.

Das Redressement berücksichtigte zwei Systeme, die hintereinander geschaltet wurden:

- 34 RGBZ neu x 6 GGK nach Boustedt neu x 5 HH-Größe alt = 1.020 Zellen.

Das sind im Prinzip die gleichen amtlichen Normen wie in den Systemen für das Personen-Redressement.

Für diese 1.020 Zellen erfolgte eine iterative Angleichung der Redressement-Zellen an die Daten der Amtlichen Statistik.

- Ferner wurde noch eine Randangleichung an die Anzahl der Haushalte (Stand: 31.12.1976) für jeden der 339 Kreise vorgenommen.

- Grundgesamtheit:

wie in der MA 78, also 45.73 Mio. deutsche Wohnbevölkerung im Alter von 14+ Jahren in Privathaushalten und 22.18 Mio. Privathaushalte.

### 3.2. Die Feldmodell-Probleme

Nach der schematischen Darstellung der Feldmodellpraxis bleiben die Zusammenhänge zu klären und Details nachzutragen.

#### 3.2.1. Die Grundgesamtheit

##### 3.2.1.1. Das Territorium

Kein Diskussionsgegenstand ist das Territorium der ganzen Veranstaltung: die Bundesrepublik Deutschland und Berlin (West) (seit 1958 unter Einfluß des Saargebiets, ab 1960 Saarland).

##### 3.2.1.2. Die Altersabgrenzung

Die Altersabgrenzung wechselte bereits:

1954:	16 - 79	Jahre
1956 - 1961:	16 - 70	Jahre
1962 - 1968:	14 - 70	Jahre
seit 1969:	14+	Jahre

Die Entscheidungen über die jeweilige Altersabgrenzung wurden mit beeinflusst von der Vorstellung über die Ausbreitung der Konsumbereitschaft und -fähigkeit bei den Jüngeren und Älteren.

##### 3.2.1.3. Privathaushalte

Die Zugehörigkeit zu Privathaushalten oder zu Anstalts-Haushalten wurde vorwiegend dann zum Thema, wenn stichprobenpraktische Erwägungen angestellt wurden. Als Zielgruppe gemeint war eigentlich durchgängig jeder durch die Massenmedien Erreichbare. Nicht jeder aus der Wohnbevölkerung war jedoch für Befragungen erreichbar. Daher wurden die in Anstalts-Haushalten lebenden Personen von vornherein ausgeschlossen. Aber erst seit 1966 wurde konsequenterweise auch expressis verbis von der "Wohnbevölkerung in Privathaushalten" gesprochen.

Der Begriff "Privathaushalt" selbst ist nicht ganz deutlich. Neueste Veröffentlichungen der Amtlichen Statistik definieren - in Übereinstimmung mit einer langjährigen Praxis -: "Als Haushalt (Privathaushalt) zählt jede Personengemeinschaft, die zusammen wohnt und eine gemeinsame Hauswirtschaft führt. Zum Haushalt können außer Verwandten auch familienfremde Personen gehören, zum Beispiel häusliches Dienstpersonal, gewerbliche oder landwirtschaftliche Arbeitskräfte. Anstalten gelten nicht als Privathaushalte, können aber solche Haushalte im Anstaltsbereich beherbergen (zum Beispiel den Haushalt des Anstaltsleiters). Auch eine allein wohnende und wirtschaftende Person (zum Beispiel ein Untermieter) bildet einen Privathaushalt."

Wegen dieser Ungenauigkeiten ist man bald nach Einführung der Flächenstichprobe (1966), nämlich 1968 dazu übergegangen, die Namensschilder an den Wohnungstüren als nächstkleinere Befragungseinheit im Wahlbezirk zu wählen, also operational vorzugehen. Das führte und führt bis heute zu der Notwendigkeit, im Falle von mehreren Haushalten hinter einem Türschild bzw. hinter einer Wohnungstür, bei der die Türschild-Identifikation nicht eindeutig ist, jeden dieser Haushalte in die Befragung einzubeziehen.

##### 3.2.1.4.

##### Die Ausländer

Auch noch ein anderer Personenkreis ist durch Interviewer-Erhebungen nur ungenau zu repräsentieren - die Ausländer. Wer kein Deutsch versteht oder sich nur unzureichend verständlich machen kann, fällt aus dem Befragungssystem heraus. Den verbleibenden Personenkreis - der "Deutschsprachigen" - erfaßt jedoch die Amtliche Statistik nicht. Um die angestrebte Grundgesamtheit zu definieren, ist der Begriff der Deutschsprachigkeit insofern nicht zu verwenden.

Andererseits spielt dieses Phänomen bei rund 4 Mio. Ausländern (Kinder und Lagerinsassen eingeschlossen) eine ziemliche Rolle. Die Amtliche Statistik hilft auch nicht weiter, denn entweder weist sie alle Ausländer aus oder sie beschränkt sich auf Haushalte mit ausländischem Haushaltsvorstand oder sie weist nur rund 3% der Ausländer als in Anstalten lebend aus, das heißt, sie definiert den Privathaushalt für Ausländer bei weitem großzügiger als dies für Befragungen geeignet erscheint.

Wie man auch immer bei der Abgrenzung vorgeht, irgendeinen Fehler begeht man dabei. Zudem führt offenbar die Türschildregelung dazu, daß die überproportional vorhandenen Ausländer-Untermieter-Haushalte unterrepräsentiert bleiben.

Bis 1973 wurde die Wohnbevölkerung in Privathaushalten als Grundgesamtheit herangezogen (bei der wegen der Ausländer offenbaren Überschätzung der Befragbaren); seit 1974 ist es die Wohnbevölkerung deutscher Staatsangehörigkeit in Privathaushalten (eine ebenso offenbare Unterschätzung). Hier ist das letzte Wort sicher noch nicht gesprochen.

### 3.2.1.5. Der Gebietsstand

Der Gebietsstand spielt für die Definition der Grundgesamtheit eine gewisse Rolle. Ideal wäre eine Festlegung Jahr für Jahr - jeweils anhand der neuesten amtlichen Daten. Wenn man diesen Daten nur trauen dürfte! Die Amtliche Statistik liefert zuverlässige Daten nur in Zehn-Jahres-Abständen, das heißt, aus den Volkszählungen, zuletzt also 1970, davor 1961. Die Daten stehen aber auch erst sehr spät zur Verfügung. So konnten erst ab 1974 die 70er Daten als Redressement-Basis dienen. In den Zwischenjahren gibt es zwar Fortschreibungen auf der Basis von Bevölkerungsbewegungen und im wesentlichen der Wohnungsstatistik. Außerdem existiert seit 1957 die 1%-Stichprobe des Mikrozensus.

Strukturdaten in ausreichender Tiefe und/oder Zuverlässigkeit fehlen einfach. Das treffendste Beispiel dafür, zitiert aus der Methodenbeschreibung der LA 64, Seite 9 Fußnote:

"Bei einem Vergleich der Daten der Amtlichen Statistik laut Stand vom 1.1.1961 und 1.1.1963 zeigt sich, daß der Anteil der Jugendlichen von 10.9% auf 10.2% zurückgegangen ist; gleichfalls wurde der 1961 ausgewiesene Anteil der 60-bis 70-jährigen = 14.3% laut Stand vom 1.1.1963 korrigiert und beträgt demnach = 15.1%."

Zusatzbemerkung: Die Amtliche Statistik saldiert all diese Korrekturen und kommt insgesamt dann nur auf 0.3% Abweichungen zwischen Fortschreibung und Volkszählung!

Dennoch ist man bis 1973 dem Prinzip gefolgt, vorläufige Zahlen des jeweils neuesten Gebietsstandes als Basis zu wählen. Von 1974 - 1977 hat man die sicherere Zahl der Volkszählung 1970 gewählt, ohne den Gebietsstand zu aktualisieren. 1978 und 1979 hat man wieder neuere Kenntnisse verwendet.

### 3.2.1.6.

Die angestrebte Grundgesamtheit

Man muß zum Thema Grundgesamtheit feststellen, daß es sich stets um die angestrebte Grundgesamtheit handelt, wenn Definitionen versucht und angegeben werden. Diese wird nie erreicht. Es entstehen ungleichmäßig verteilte Lücken durch Ausfälle. Das Thema der Ausfälle wird uns noch beschäftigen.

### 3.2.2.

Die Schichtung

Eine einfache, direkte Zufallsauswahl ist in der Empirischen Sozialforschung zumindest bei großen Grundgesamtheiten so gut wie unmöglich.

Schichtung ist neben der Klumpung das eine wesentliche Mittel, die Stichprobenziehung ökonomisch und handlich werden zu lassen. Die Schichtung sorgt dafür, daß bestimmte Relationen sichergestellt werden, wie sie sich in der Grundgesamtheit befinden, also beispielsweise Länderanteile oder Gemeindegrößenklassen.

Die Schichtung kann auf zweierlei Weise vorgenommen werden: einmal durch Zellenbildung - die Folge davon ist, daß die eigentliche Ziehung in kleineren Portionen vorgenommen wird; zum anderen durch Anordnung. Eine solche Anordnung der Befragungselemente erlaubt eine sogenannte systematische Zufallsauswahl: es wird zum Beispiel jeder x-te Haushalt für eine Stichprobe herausgesucht.

Beide Verfahren kann man ineinanderfügen. Der Effekt ist dann, daß sowohl die richtigen Proportionalitäten der Grundgesamtheit reproduziert werden als auch die (sehr viel leichtere) systematische Zufallsauswahl angewandt werden kann.

In der AGI A/AG.MA-Historie ist man derart kombiniert vorgegangen. Die Zellen wurden anhand der Länder gebildet (erst 10; darauf des Saarlandes wegen 11; dann der Zweiteilung von Nordrhein-Westfalen wegen in Ruhrkoh-



lenbezirk und Nicht-Ruhrkohlenbezirk 12; und schließlich seit 1977 wieder 11), ferner anhand der Regierungsbezirke (im 70er Stichproben-System 25; davor 38; seit 1977: 34) und seit 1977 darüber hinaus anhand der 339 Kreise. Außerdem bildeten die Gemeindegrößenklassen Schichtungszeilen, teils "politisch", teils - seit dem 70er Stichproben-System - "nach Boustedt". Die Zahl der Gemeindegrößenklassen war sehr verschieden - zurzeit im 77er Stichproben-System sind es: 6.

Auf die Schichtung nach Gemeindegrößenklassen nach Boustedt ist ausdrücklich hinzuweisen. Im Zusammenhang mit den Zielgruppen-Merkmalen werden uns die Gemeindegrößenklassen nach Boustedt noch einmal beschäftigen. Hier ist wichtig anzumerken, daß dadurch in der Anordnung kleinere Gemeinden unterschiedlich berücksichtigt werden, je nachdem, ob sie sich auf dem "platten" Land oder am Rande einer Großstadt, also in einer Agglomeration befinden.

Zu dieser Schichtung durch Zellenbildung kam die Schichtung durch Anordnung in diesen Zellen.

Im DIVO-Stichproben-System führte William Edwards Demings Hinweis erst zur geographischen Nord-Süd-Anordnung der Gemeinden und in den daraufhin gebildeten Zellen zur Auflistung der Gemeinden nach dem Prozentsatz katholischer Bevölkerung.

Im 70er AG.MA/ADM-Stichproben-System wurde für die Gemeinden mit weniger als 5.000 Einwohnern der Prozentsatz landwirtschaftlicher Bevölkerung und ansonsten die gegebene administrative Ordnung sowie schließlich die vorgegebene alphabetische Ordnung benutzt.

Das 77er Stichproben-System verwendet den Prozentsatz landwirtschaftlicher Bevölkerung nicht mehr als Anordnungskriterium, weil dadurch zu sehr die geographische Zusammengehörigkeit gestört wird, zumal die Anzahl Zellen - kreisweise und gemeindegrößenklassenweise - inzwischen erheblich angestiegen ist.

Bei CONT. 5 gab es 1970 zudem eine Anordnung nach Anteilen von Berufszugehörigkeit, Anzahl Erwerbstätige und Pendlern.

### 3.2.2.1.

Eine Auswirkung auf die Untersuchungen der AGLA/AG.MA und deren Stichproben-Diskussion ging eigentlich von der Schichtung nicht aus, das heißt, die Schichtungsprozedur wurde nicht als problematisch angesehen. Lediglich der Ruhrkohlenbezirk wurde unterschiedlich beurteilt. Seit die Amtliche Statistik ihn aber auch nicht mehr ausweist, mußte er sowieso im 77er Stichproben-System wegfallen.

Lediglich zwei Konsequenzen sind anzumerken:

#### Berechenbare Auswahlchance

Es ist für eine Zufallsauswahl (das Randomsystem) Bedingung, daß die Auswahlchance berechenbar sei, nicht notwendig jedoch gleich. Schichtung durch Zellenbildung schafft die Gelegenheit, innerhalb der Ziehungsprinzipien einen unterschiedlichen Repräsentationsgrad herzustellen, der sich auf die Anzahl der Sampling Points auswirkt.

In dem alten, auf Deming zurückgehenden DIVO-System hatte man als ersten Schritt einer Schichtung die Gemeinden nach ihrer Größenordnung zweigeteilt - erst bei 2.000, dann bei 10.000 Einwohnern - und die Anzahl Sampling Points in den beiden Hauptklassen unter- und oberhalb der Grenze 2.000 bzw. 10.000 im Verhältnis 1 : 2 ausgewählt. Dies galt jedenfalls bis 1966. Der dahinterstehende Gedanke war, die am ehesten stärker zu differenzierenden und überdies schwerer erreichbaren Großstädter mit einem dichteren Stichprobennetz zu überziehen.

1967 entfiel diese Art Disproportionalität.

Sie hat neuerlich Ihren Einzug wieder gefunden in der hundertprozentigen Aufstockung des Saarlandes in der MA 78 und des Saarlandes und Bremen in der MA 79. Diese Aufstockung wird fortgeführt wegen der geringen Basis, die in diesen Gebieten für weitere Aufteilungen existiert.

Daneben gibt es weitere Formen der Disproportionalität, in der MA solche, die sich auf die unterschiedlichen Auswahlchancen der Personen in Abhängigkeit von der Haushalts-Größe beziehen.

Die sogenannte Transformation der Haushalts- in eine Personen-Stichprobe wurde nötig, weil bis zur MA 78 pro Haushalt jeweils nur eine Person ausge-

wählt wurde. Seit der MA 79 gibt es eine kompliziertere Auswahl-Regel, derzufolge in Haushalten mit vier und mehr Personen im Alter von 14 und mehr Jahren nach der Auswahl der ersten Person mit dem Schwedenschlüssel eine weitere Person im Alter von 14 bis 19 Jahren ausgewählt wird, wenn einer oder mehrere solcher Jugendlichen neben der erstausgewählten Person noch im Haushalt vorhanden sind. Wir werden auf diesen Sachverhalt zurückkommen.

### 3.2.2.

#### Systematische Zufallsauswahl

Das reine Urnenmodell mit Zurücklegen - also die einfache Zufallsauswahl - ist für die Ziehung nur schwer zu handhaben. Für die Fehlerberechnung bleibt diese nur angenähert gültige Annahme dennoch im Gebrauch. Immerhin kann man durch Schichtung das Ergebnis der Zufallsauswahl nicht verschlechtern, sondern nur verbessern. Dies gilt insbesondere für die Schichtung durch Zellenbildung.

Die Schichtung durch Anordnung bietet hingegen einen Vorteil bei der bereits erwähnten systematischen Zufallsauswahl.

Diese besteht darin, daß man jede x-te Einheit - immer im gleichen Abstand - zieht. Voraussetzung ist, daß man bei der Herstellung der Anordnung sicherstellt, keine Systematik der Reihenfolge zu erzeugen, die in irgendeiner Beziehung zur Ziehungsfrequenz steht. Je mehr man das sichern kann, um so mehr verbessert auch die Schichtung durch Anordnung das Ziehungsergebnis.

Von den beiden Möglichkeiten, durch Zellenbildung und Anordnung zu schichten, ist für alle in den 25 Jahren der AGLA/AG.MA-Historie verwendeten Stichproben Gebrauch gemacht worden.

### 3.2.3.

#### Klumpung oder stufenweise Auswahl

Aus praktischen, organisatorischen wie ökonomischen Gründen kommen Stichproben der Empirischen Sozialforschung in der Regel nicht auf einmal, durch einfache, reine Zufallsauswahl zustande, sondern in mehreren Stufen über jeweils kleiner werdende Einheiten.

Die Stichproben der AGLA/AG.MA-Geschichte gehören im Prinzip nur zwei Systemen an:

- dem auf Deming zurückgehenden System der DIVO, das stufenweise über Gemeinden, Befragungsbezirke (Klumpen), Haushalte und Personen ging, und bei dem - was besonders wichtig ist - durchgängig die Einwohnermeldekarteien die letzte Auswahlbasis bildeten; sowie
- dem System, das nach Vorläufern in einigen Instituten (INFRASTAT, CONTEST, MARPLAN innerhalb der AGLA, EMNIO und SCHAEFER außerhalb) zum koordinierten AG.MA/ADM-Stichproben-System wurde (1970 und 1977) und bei dem die Wahlbezirke erst noch über Gemeinden und dann unmittelbar als Auswahlinheit dienen. Die darauffolgenden Stufen sind wieder die Haushalte und schließlich die Personen, wobei der Haushalts-Adressen-Vorrat in der Regel durch Begehen der Sampling Points (Wahlbezirke) ermittelt wird und die Personenauswahl mit dem sogenannten Schwedenschlüssel erfolgt.

Obwohl in den Darstellungen des letzten Abschnitts schon skizzenhaft die jeweils verwendeten Stichprobenpläne aufgeführt wurden, erscheint es sinnvoll, die beiden Grundmodelle von DIVO ((9)) und INFRASTAT ((10)), wie sie 1967 von den Instituten selbst beschrieben worden sind, hier im Anhang aufzuführen.

An diesen beiden Darstellungen fällt die Akribie auf, mit der versucht wird, den Repräsentationsgrad so wenig wie möglich durch den Klumpungseffekt zu verringern und dennoch in einem ökonomisch vertretbaren Rahmen zu bleiben. Das ist die eigentliche Problematik des stufenweisen Vorgehens.

Das 70er koordinierte Stichproben-System ist ausführlich genug beschrieben worden. Die Quellen dafür wurden bei der Diskussion des Stichprobenplans der MA 72/1 bereits aufgeführt ((3)), ((4)) und ((5)) - der ersten Media-Analyse, die sich des neuen Systems bediente.

Das 77er neuaufgelegte Stichproben-System ist abgesehen von der Skizze im vorigen Abschnitt und innerhalb der verschiedenen Veröffentlichungen zur MA 79 - der ersten, die mit diesem neuen System zustande kam - zweifach beschrieben worden, und zwar entsprechend der Tatsache, daß es jetzt zwei Realisierungen nach dem gleichen Grundmuster und auf der Basis des gleichen Datenmaterials (Ziehungsbandes) gibt: ein System der Institute, das sich ADM-

MSP (ADM - Muster - Stichproben - Pläne) nennt, sowie das AG.MA-System. Das ADM-MSP hat Felix Schaefer beschrieben ((11)), das AG.MA-System Friedrich Wendt ((12)).

### 3.2.3.1.

Die Gemeinden als Auswahlstufe

Die Gemeinden haben für das stufenweise Vorgehen nur eine geringe Rolle gespielt. Schon den Vorläufern des koordinierten Systems wären sie eigentlich entbehrlich gewesen, deswegen entfielen sie dann ja auch.

Die Gemeinden im DIVO-System hingegen waren wegen der Verwendung der Einwohnermeldekarteien nötig.

In dem DIVO-System ging es bei den kleinen Gemeinden darum, durch Akkumulation von Gemeinden ohne Verletzung der Kreisgrenzen Befragungsgebiete zu schaffen, die aus einer Verteilung des zur Verfügung stehenden Materials herrühren und in deren Innern dann bestimmte Kreisstädte als Kerne ausgewählter Kreise ermittelt wurden, so daß für die so ausgewählten Landkreise die Sampling Points (Gemeinden) mittels Zufallszahlen bestimmt werden konnten.

Im Grunde war die Verteilung auch noch einmal eine Klumpung für sich.

Bei den großen Gemeinden erfolgte die Sampling-Point-Bestimmung mittels Zufallszahlen ohne vorherige Teilungsprozeduren.

In beiden Fällen waren die Sampling Points zunächst theoretische Gebilde, dieangaben, wieviele Adressen pro Gemeinde auszuwählen waren.

Die Maßzahl im DIVO-System war dabei die Bevölkerung, also die Person.

Bei INFRATEST war es hingegen der Haushalt. Die entsprechend dem Schichtungssystem angeordneten Gemeinden wurden einer systematischen Zufallsauswahl von Haushalten unterzogen - die daraus resultierende Primäreinheit (Gemeinde oder Stadtteil bei den Großstädten) wurde mittels Zufallszahl einem Wahlbezirk derselben Gemeinde als Sampling Point zugeordnet.

Dieses Zuordnungsverfahren ist - wie schon erwähnt - in den 70er und 77er AG.MA/ADM-Stichproben-Systemen ohne Umweg gehandhabt worden (systematische Zufallsauswahl), damit einfacher und für Stadtteile sicherer.

Es wurde in dem DIVO-Stichproben-System nie angegeben, welche Gemeinden welcher Einwohnerzahl auf jeden Fall in die Auswahl kämen und welche nur mit einer bestimmten Wahrscheinlichkeit. Offensichtlich ließ sich das auch so einfach nicht errechnen. INFRATEST hatte - wie die Beschreibung ((10)) ausweist - 52.000 Einwohner als Grenze.

Im koordinierten Stichproben-System kann man ebenso angeben, ab welcher Gemeindegröße jede Gemeinde in der Stichprobe enthalten sein muß. Jede darunter liegende Gemeinde hat mit abnehmender Größe eine abnehmende Wahrscheinlichkeit, in die Stichprobe aufgenommen zu werden.

Das koordinierbare AG.MA/ADM-Stichproben-System von 1970/71 hatte eine Grenze von ca. 50.000 Einwohnern, weil lediglich 4 Netze à 280 Sampling Points als in sich geschlossen gelten durften. Das neue 77er System erfaßt demgegenüber mit seinen 24 Netzen à 210 Sampling Points die Gemeinden bis hinunter zu 12.300 Einwohnern. Vgl. hierzu die Ausführungen von Friedrich Wendt auf der MITGLIEDERVERSAMMLUNG der AG.MA vom 14.9.1976 ((13)).

### 3.2.3.2.

Die Sampling Points

Die Rolle der Gemeinden ist bei der Klumpungsprozedur in beiden Systemen verschieden. Beide Systeme führen aber zum gleichen Ziel: der Bildung von Sampling Points, den eigentlich gemeinten Klumpen oder englisch: Clustern.

Diese Sampling Points definieren nämlich die Anzahl von Adressen - oder für den Fall nur eines Interviews pro Adresse gleich direkt die Anzahl Interviews -, die innerhalb dieser einmal ausgewählten Einheiten durchzuführen sind.

Es gibt immer Gemeinden, die nicht oder nicht mehr ausgewählt werden. Entweder, weil schon die Gemeinde direkt Auswahlinheit war, oder aber, weil beim Wahlbezirk als Einheit durch die Schrittlänge der systematischen Zufallsauswahl dazwischenliegende (kleinere) Gemeinden gar nicht erfaßt werden. Andererseits entfallen auf die ausgewählten Gemeinden je nach ihrer

Größe ein oder mehrere Sampling Points. Beim Einsatz der Gemeindegartenkarten haben die Klumpen nur Zählcharakter: sie bestimmen die gleichmäßig aus der Gemeindegartenkarte zu ziehende Adressenanzahl. Beim Auswahlvorgang über Wahlbezirke ist der ausgewählte Wahlbezirk der Sampling Point, und die Adressen werden nur aus dem Vorrat dieses Wahlbezirks genommen.

Die Größe der Sampling Points war übrigens in den Jahren verschieden.

Die angestrebte (aber natürlich nicht erreichte) Anzahl Interviews (pro Adresse ein Interview) betrug:

1954 / 1956	21/22 im Gesamtdurchschnitt
1958 / 1960 / 1961	14/15 " "
1962 / 1963	9 " "
1964 / 1965	11 " "
1966 / 1967 / 1968 / 1969	11 und 8/9 (DIVO und "N-RATES")
1970 / 1971 / 1972/I / 1972/II	7/8
ab 1973	4 (das ist die Ära des neuen Feldmodells mit den 5.040 Sampling Points)

Und auch die Anzahl Sampling Points wechselte. Sie wuchs an und hat damit ständig den Klumpeneffekt vermindert:

Jahr:	Sampling Points:	Interviews:
1954	800	13.000
1956	800	14.000
1958 / 1960	1.300	15.000
1961	1.100	13.000
1962 / 1963	1.800	13.000
1964 / 1965	1.400	12.000
1966 / 1967	1.800	12.000
1968	2.100	12.000 (+ 3.000)
1969	2.100	14.000
1970	2.600	15.000
1971	2.800 (+ 700)	14.000 (+ 4.000)
1972/I / 1972/II	2.700	15.000
1973 / 1977	5.040	17.000
1978	5.040 (+ 70)	17.000
1979	5.040 (+ 150)	18.000

### 3.2.3.3.

Der Haushalt oder die Adresse:

Die nächste Auswahlstufe war die Adresse eines Haushalts, die Wohnungstür oder wie es später hieß: das Türschild.

Gehen wir noch einmal zurück auf die Verhältnisse in den 60er Jahren, der Übergangszeit auf das moderne Stichproben-System.

Die DIVO ist auf die Einwohnermeldekarteien zurückgegangen, hat sie als Personenkarteien vorgefunden oder bei Familienkarteien durch Abzählen der Personen einer Familie als Personenkartei verwendet und in systematischer Zufallsauswahl die Person bestimmt, in deren Haushalt eine Person zu befragen war.

In großen Städten wurden Adressen auf Vorrat gezogen, um nicht für jede Befragung erneut in die Kartei gehen zu müssen.

INFRATEST hat demgegenüber nach einer vorgegebenen Begehungsvorschrift alle Adressen der als Sampling Points ausgewählten Wahlbezirke abschreiten und notieren lassen, um danach im Institut die für eine Befragung benötigten Adressen durch Zufallszahlen festzulegen, hat sich also den Adressenvorrat durch eigene Aktivität erzeugt. Wesentlich für dieses Vorgehen ist, daß die Adressenermittlung und die Befragung nicht von ein und derselben Person vorgenommen werden, und daß die Begehungsvorschrift möglichst keine Zweideutigkeiten zuläßt. Das vollständige Begehen hingegen ist nur erforderlich, wenn der Adressenvorrat der Sampling Points im Laufe der Zeit so weit wie möglich ausgeschöpft werden soll.

Das AG.MA/ADM-Stichproben-System von 1970/71 hat deswegen eine einheitliche Begehungsvorschrift vorgesehen und die vollständige Vorabbegehung gefordert. Das 77er System hat die Vollständigkeit nicht mehr benötigt, wie schon ausgeführt wurde.

In Orten unter 2.000 Einwohnern ist entweder der ganze Ort als Sampling Point genommen und begangen worden; oder es ist - wie bei der DIVO - auf die Gemeindekartei zurückgegriffen worden.

Die Verschiedenartigkeit der Systeme von DIVO und INFRATEST hat seinerzeit zu Überlegungen und Diskussionen geführt, die zum Teil recht heftig waren. In diesem Zusammenhang hat Friedrich Wendt ein Gutachten erstellt ((14)). Außerdem gab es 1966 einen eigens dafür eingesetzten STICHPROBENAUSSCHUSS.

Nach dem Übergang auf das Wahlbezirk-System erübrigte sich für die Praxis ein großer Teil der Erörterungen. Dennoch hat die Kontroverse einige wesentliche Einsichten erbracht, auf die hier einzugehen ist. Die hauptsächlichsten sind:

#### 3.2.3.3.1.

##### Einwohnermeldekarteien

Einwohnermeldekarteien sind in wachsendem Maße unzugänglich geworden. Die Länder-Innenministerien haben frühzeitig mit Vorsichtsmaßnahmen begonnen (die gewissermaßen Vorläufer des Datenschutz-Gesetzes waren) und dies, obwohl die Marktforschungsinstitute immer wieder darauf verweisen

konnten, daß sie Adressen nicht weitergeben und lediglich statistische, also Gruppenaussagen aus den Erhebungen ableiten und daß sie erst recht keine Haustür-Verkäufe tätigen lassen; während in der Tat Fälle bekannt geworden sind, in denen sich umgekehrt Verkäufer als Interviewer ausgaben, was die Behörden nur noch vorsichtiger werden ließ.

Ein weiteres Problem liegt in der im Laufe der Zeit offensichtlich immer mehr abnehmenden Zuverlässigkeit der Einwohnermeldekarteien. Zu der Zeit handelte es sich noch weitgehend um Karteien im wörtlichen Sinne. Die elektronische Datenverarbeitung war noch nicht weit genug fortgeschritten, um ihrerseits durchgreifende Hilfe anbieten zu können. Ferner waren die Karteien meistens nicht direkt zugänglich. Man mußte also auf das Begriffsvermögen, die Sorgfalt und die Ehrlichkeit der helfenden Beamten und Angestellten vertrauen, was die systematische Zufallsauswahl anlangte. Karteifehler wirkten sich in der einen Richtung ("totale" Angaben, "Kartelllinien") nicht, wohl aber bei fehlenden, noch nicht enthaltenen Adressen aus. Gemeindekarteien galten als unübersichtlich und häufig als überaltert.

#### 3.2.3.3.2.

##### Der Wahlbezirk als Fläche

Die "Flächen"-Stichprobe der Wahlbezirke andererseits hat natürlich auch ihre Eigenheiten. Eine echte Fläche ist ein Wahlbezirk sowieso nicht. Über einen längeren Zeitraum werden sich Bebauungsmaßnahmen und Änderungen anderer Art (Läden, Verkehrsmittel, usw.) auswirken. Daher ist eigentlich eine Überprüfung der Gegebenheiten nötig, wenn Wahlbezirke über Jahre verwendet werden. Und schließlich wird die Auswahlchance berührt. Die Wahlbezirke bieten zunächst einmal lediglich die Chance, Stichproben proportional zur Zahl der Wahlberechtigten zu ziehen. Wir verwenden aber als sogenanntes "Bedeutungsgewicht" in dem Stichproben-System den Haushalt. Durch vorsorgliches Angleichen an die Haushalts-Zahlen der amtlichen Statistik wurde dieser Nachteil pro Gemeinde ausgeglichen. Innerhalb der Gemeinden bzw. Stadtbezirke verbleibt jedoch ein Rest von Disproportionalität, weil sich die Haushalte in den Gemeinden keineswegs wie die wahlberechtigte Bevölkerung verteilen.

Wie erst neuerlich wieder festgestellt werden konnte, ist die Relation der Zahl der Wahlberechtigten zu der Zahl der Haushalte von Land zu Land - und von Gemeinde zu Gemeinde - zum Teil beträchtlich verschieden.

### 3.2.3.4. Die Personenauswahl

Auf dem systematischen Weg von der Grundgesamtheit, über die Bildung der Schichten, die mehrstufige Ziehung bis zu den Haushalten bleibt nun auf jedem der Wege bis dahin der letzte Schritt zu tun - der zur Befragungsperson.

Auch bei einer Kartellen-Basis ist noch innerhalb des gezogenen Haushalts eine Person auszuwählen, einmal weil nur Personen in bestimmten Altersgrenzen als Befragte in Betracht kommen und zum andern, um auch solchen Haushalten eine Auswahlchance zu geben, die am Tage des Interviews als Nachfolger des Kartellen-Haushalts in der angegebenen Wohnung leben.

#### 3.2.3.4.1. Der Schwedenschlüssel

Das Verfahren, mit dessen Hilfe die Personen-Auswahl bislang durchgängig vorgenommen wird, wird in Deutschland "Schwedenschlüssel" genannt. Diese Bezeichnung geht zurück auf Herrmann H. Wolff, der bereits 1947/48 bei der damaligen Britischen P.O.R.O. (Public Opinion Research Organisation), Britische Besatzungszone, und seit 1950 bei der NWDR-Hörnerforschung mit diesem Instrument gearbeitet hat, das an sich ebenso einfach wie einleuchtend ist und eigentlich keines besonderen Namens bedarf. In einem Aufsatz in Public Opinion Quarterly ((15)) hatte E.C. Wilson über verschiedene, u.a. auch schwedische Erfahrungen mit diesem einfachen Auswahlchlüssel berichtet. H.H. Wolff hatte sich nicht den Autor, sondern nur "Schweden" gemerkt, wie er sich Jahre danach erinnerte, und nannte das Verfahren daher recht plastisch "Schwedenschlüssel".

In der Sache handelt es sich um die Bildung aller möglichen Permutationen bei einer maximal vorgegebenen Anzahl von Personen im Haushalt und einer daraus hergeleiteten Vorschrift für die Auswahl der zu befragenden Person.

Bei Ein-Personen-Haushalten existiert das Problem nicht.

- Bei Mehr-Personen-Haushalten sind alle Personen in einer vorgegebenen Weise aufzulisten. Diese Vorschrift wurde und wird in den Instituten, die für die MA arbeiten, ganz unterschiedlich gehandhabt:

- . Alle Personen dem Alter nach

- aufsteigend;
- absteigend (meist absteigend);

. Erst alle Männer, dem Alter nach absteigend; dann alle Frauen, diese auch dem Alter nach absteigend;

. Erst die Frauen, dann die Männer.

- Gezählt werden nur die Personen im Haushalt in den gewünschten Altersgrenzen. Für die ACMA sind es seit längerem Personen von 14 Jahren an aufwärts.

- Für jeden Haushalt enthält der Fragebogen eine Angabe, die wieviele Person zu befragen sei, nachdem durch die Auflistung die Anzahl der Personen und ihre Reihenfolge festgelegt wurde.

Das ist bei Zwei-Personen-Haushalten abwechselnd die erste und zweite Person; bei Drei-Personen-Haushalten abwechselnd die erste, zweite und dritte Person, usw.

Diese einfache Regel wäre nun überhaupt kein Berichtsgegenstand weiter, wenn nicht immer wieder Zweifel daran aufgetaucht wären, daß der Schwedenschlüssel im Felde korrekt gehandhabt wird und ob nicht doch die Reihenfolge der Auflistung die Auswahl beeinflussen würde. Da ist zunächst die Störung durch die Ausfälle. Dann geht es um die Kontrollmöglichkeit der Auflistung und wohl auch um einige "Interviewer-Tricks". Sicher ist jedenfalls, daß schon 1956 Fragen dieser Art erörtert wurden, und daß seit 1974 - nachdem also die vollständige Haushalts-Aufnahme in das MA-Interview eingeführt wurde - Kontrollzählungen immer noch unerklärte Diskrepanzen zwischen der theoretischen Relation aller Haushalts-Mitglieder und den Befragten zeigten, wobei allerdings zu den möglichen Ursachen nicht nur der Schwedenschlüssel gehört, sondern sicher auch Interviewer-Praktiken.

#### 3.2.3.4.2.

Andere Wege

Aber auch zusätzliche theoretische Erwägungen lassen den Übergang vom Haushalt zur Person zum Diskussionsgegenstand werden.

Der Ausgangspunkt ist folgender:

Die DIVO-Stichprobe erhob den Anspruch, durch die Karteibasis direkt zu einer Personen-Stichprobe zu gelangen. Die INFRATEST-Stichprobe demgegenüber erhob den Anspruch, durch in etwa gleiche Wahlbezirks-Größen und die Haushalts-Proportionalitäten eine Haushalts-Stichprobe zu erzeugen.

Es sollte - dies gilt für beide Systeme - nur eine Person im Haushalt befragt werden. Dieses Dogma galt bis vor kurzem uneingeschränkt. Insofern hatte jede Person aller DIVO-Haushalte die gleiche Auswahlchance; die Personen der INFRATEST-Haushalte jedoch eine Chance, die proportional der Haushalts-Größe (in deren vorgegebenen Altersgrenzen) war. Das erforderte bei der DIVO-Stichprobe keine Korrekturen; bei INFRATEST wegen der Disproportionalität der Auswahl eine sogenannte Transformation, die mathematisch gesehen durch eine Multiplikation mit der Haushalts-Größe die Gleichheit der Personen-Chance zu erzeugen hatte. Da diese Prozedur - wie auch die darauffolgende Behandlung der Ausfälle - damals noch durch Karten-Doppeln und -Herausnehmen geschah, konnte es passieren, daß beträchtliche Prozentsätze eingesammelter Informationen vernichtet - und andere Informationen auf ein Mehrfaches hochmultipliziert wurden.

Diese Nachteile führten versuchsweise 1968 - und innerhalb der AGLA nur dieses eine Mal - dazu, daß INFRATEST die Disproportionalität bereits im Felde aufhob. Das war teurer als das bisherige Verfahren, aber wirkungsvoller im Sinne einer in Bezug auf die Haushalts-Größe gleichmäßigen Besetzung der Interviews.

Diese Problematik tauchte immer wieder auf. Eindrucksvolle Alternativen wurden auf einer SPEZIALISTENKONFERENZ vorgetragen, die am 26.10.1970 in Berlin stattfand. Coen de Koning und Jelle Bosman aus den Niederlanden berichteten über ihr System der zweigeteilten Stichprobe (Haushaltsvorstände und Hausfrauen) - mit der Vorschrift, in der Hälfte aller Drei-Personen-Haushalte (13+ Jahre) und in allen Vier- und -mehr-Personen-Haushalten (13+ Jahre) zwei Personen zu befragen. In NOP 77 führte das übrigens dazu, daß von den 9.912 Befragten 1.343 Zweitbefragte waren (ca. 13.5% aller Befragten).

Ferner referierte Axel Bremer über ein Vorgehen der Mummert & Partner GmbH & Co., Essen, entsprechend dem Vorgehen von INFRATEST 1968. In einer Veröffentlichung von Mummert ((16)) wird davon berichtet, daß bei einem

Auswahl-Intervall von drei Personen (die Haushalts-Mitglieder 14+ Jahre der ausgewählten Haushalte gedanklich hintereinander aufgelistet) 30% Haushalts-Kontakte ohne Interview bleiben, 4.3% der Haushalte zwei und 0.3% drei Befragte, aufweisen. Das bedeutet (allerdings brutto): 11.9% Zweit- bzw. Dritt-Befragte.

Hierher gehört noch die Regelung der MA 79 und MA 80, nach der - wie schon erwähnt - unter Abwendung von dem Dogma, nur eine Person pro Haushalt zu befragen, Jugendliche in den Haushalten mit vier und mehr Personen im Alter von 14 und mehr Jahren als zweite zu befragende Person ausgewählt wurden, wenn eine oder mehrere dieser Jugendlichen außer dem zuerst zu Befragenden existierten. Die Disproportionalität der Personen-Auswahl wird durch diese Regelung komplizierter; die Transformation als Wiederherstellungsprozeß der Chancengleichheit entsprechend.

Wenn schon mehr als eine Person im Haushalt befragt wird, erscheint die Personen-Auswahl im Haushalt, die im Felde durchgeführt wird, die überlegene Vorgehensweise zu sein.

3.2.4.

Die Ziehung

Die Ziehung erfolgt stufenweise. Der Vorgang selbst braucht uns hier nicht weiter zu beschäftigen. Die einfache Ziehung (aus der Urne, also anhand von Zufallszahlen, aber nicht mit Zurücklegen) hat zwar gelegentlich stattgefunden, wie der DIVO-Stichprobenplan ((9)) ausweist, in der Regel handelt es sich jedoch zufolge der Schichtung durch Anordnung um eine systematische Zufallsauswahl, bei der immer im gleichen Intervall - beginnend mit einer Zufallszahl - die jeweilige Einheit ausgesucht wird.

3.2.4.1.

Das Master-Sample-System

Was uns hier mehr angeht, ist die in wachsendem Umfange betriebene Vorratswirtschaft der Stichprobenbildung. Bereits Deming hatte sein System als Master-Sample-System gesehen. Die Verteilung der Befragungsbezirke und die Anlage von Adressen-Vorräten in großen Gemeinden gehörten dazu.

Zu einer systematischen Begründung eines über mehrere Jahre reichenden

Systems, das überdies vielen Instituten gleichzeitig diente und sie mit sich nicht überschneidenden Stichprobennetzen versorgte, kam es jedoch erst mit dem 70er AG.MA/ADM-Stichproben-System und dann seinem Nachfolger, dem 77er Stichproben-System.

#### 3.2.4.2.

##### Die Synthetisierung

Die Adressen eines Sampling Points sollten vielen Untersuchungen als Basis dienen. Sie wurden daher im allgemeinen sämtlich aufgelistet und in den Instituten zur ad-hoc-Verwendung bereit gelegt. Da jedoch die Wahlbezirke entgegen der früheren Annahme nicht ungefähr gleich groß waren, sondern erhebliche Verschiedenheiten aufwiesen, wie die Tabelle, die im Anhang ((17)) aufgeführt wird, ausweist, welche die Größenordnungen der Wahlbezirke der 69er Bundestagswahl enthält, mußten Vorkehrungen getroffen werden, die eine möglichst gleichmäßige Ausnutzung der Sampling Points eines jeden Netzes betrafen. Das war die Synthetisierung.

Die Alternative wäre das stichprobentheoretisch bedenkliche Ersetzen von aufgebrauchten Sampling Points gewesen (was übrigens wegen der sehr langen Nutzungsdauer des 70er Stichproben-Systems in sehr wenigen Fällen gemacht wurde).

Die Synthetisierung ließ 1970 keine Wahlbezirke unter 300 Wahlberechtigten zu. 1977 ist die Grenze wegen der (wenigen) Ersatzvorfälle auf 400 hochgesetzt worden. Übrigens hat die Gemeindeform für das neue System keineswegs zur Folge gehabt, daß die vielen kleinen Wahlbezirke weggefallen wären. Das lag wohl im wesentlichen daran, daß ungeachtet der politischen Zusammenführungen früherer Gemeinden zu einer größeren Einheit geographisch die Orte und Ortsteile erhalten geblieben sind. Wahlbezirke definieren sich aber nach der Erreichbarkeit durch den Wähler - und wenn sich die tatsächliche räumliche Struktur nicht geändert hat, kann die rein administrative Akkumulation nichts an der Aufteilung in Wahlbezirke verändern.

Von den rund 57.000 Wahlbezirken der 1976er Bundestagswahl sind es immerhin noch knapp 13.000 gewesen, die weniger als 400 Wahlberechtigte aufwiesen; davon noch 8.000 in Gemeinden mit mehr als 2.000 Einwohnern!

#### 3.2.4.3.

##### Die zentrale Datei

Wenn schon so große Anstrengungen unternommen werden, Stichproben in der Bundesrepublik für die Institute und für die AG.MA einheitlich zur Verfügung zu haben, wenn die Zeichungssysteme und die Dateien gleich sind, wenn es notwendig ist, durch systematisches Begehen nach gleichen Grundsätzen die Adressen einzusammeln, sollte man dann nicht gleich noch einen Schritt weitergehen und die eingesammelten Adressen zentral verwalten und ausgeben? So dachte man bei der AGLA 1970. Dazu folgendes:

Das erste 70er Stichproben-System ist durch einen Beschluß der MITGLIEDERVERSAMMLUNG der AGLA vom 28.1.1970 zustande gekommen. Neben den Stichprobenkosten für die laufende LA wurde ein zusätzlicher Eventualhaushalt von DM 500.000,- bewilligt, von dem allerdings nicht einmal ein Drittel in Anspruch genommen wurde.

Der hohe Betrag sollte nicht allein die Ziehung und Verteilung der Stichproben auf die Institute finanzieren, einschließlich der davorliegenden Erstellung der statistischen und Begehungs-Unterlagen, Synthetisierung, usw., sondern er sollte einem sehr viel weitergehenden Projekt zur Realisierung verhelfen.

Gedacht war daran, nach einer zentralen Ziehung aller Sampling Points in einer zentralisiert gesteuerten, aber von den Instituten durchgeführten Begehung eine Zentraldatei aller Adressen anzulegen, aus der jedes Institut im Bedarfsfalle einer Untersuchung die benötigten Adressen bereits ausgedruckt (praktisch auf dem Interviewer-Protokoll-Formular) abrufen könnte.

Organisatorisch, ökonomisch und technisch wäre dieses Vorhaben optimal gewesen. Aber es war wohl zu ambitiös. Die Institute fürchteten, sie würde ihre Konkurrenten damit genau so schlau machen wie sie waren (soweit sie ein solches System institutsintern betrieben), zumindest aber, die anderen und/oder gar der vergleichsweise große Auftraggeber AGLA könnten ihnen in die Karten gucken. Aus der zentralen Adressenkartei wurde also nichts.

Für das 77er Stichproben-System mußte man sich etwas anderes ausdenken. Die Konsequenz war die völlige Unabhängigkeit beider Stichproben-Systeme (Institute und AG.MA), was nebenbei aus stichprobentheoretischen Gründen der



AG.MA zugute kam. Außerdem kostete es viel weniger - und so brauchte die MITGLIEDERVERSAMMLUNG der AG.MA am 14.9.1976 nur noch 100.000.-- DM zu bewilligen.

#### 3.2.4.4.

Die Aktualisierung gezogener Stichproben

Der Aufbau eines über Jahre reichenden Stichproben-Systems bringt natürlich auch "Maintenance"-Probleme mit sich. Die "Flächen" der Wahlbezirke sind ja keine Flächen, welche die Bundesrepublik vollständig überdecken. Wenn neue Siedlungen entstehen oder alte Bebauungsgebiete sich verändern, ändert sich auch der Repräsentationsbeitrag ausgewählter Sampling Points.

Also sollte man solche Entwicklungen beobachten. Das ist 1970 empfohlen, aber nie durchgeführt worden.

Außerdem ist die Abgrenzung eines Wahlbezirks, der nur eine kleine Einheit darstellt, jedenfalls für die größeren Gemeinden "künstlich". Er hat dort im Grunde nichts mit irgendwelchen gewachsenen Verflechtungen der Bewohner zu Einkaufs-, Verkehrs- und anderen Einrichtungen zu tun, mit denen sie täglich umgehen.

Deswegen beauftragte im Januar 1978 die Media-Micro-Census GmbH INFRA-TEST, ein Experiment durchzuführen, das Hinweise darauf geben sollte, wie man am besten Zusatzinformationen zu den einzelnen Sampling Points gewinnt, die über die Auskünfte der eigentlichen Befragung und der Amtlichen Statistik hinausgehen und etwas von der Umgebung erkennen lassen ((18)).

Eine befriedigende Lösung gibt es dafür allerdings noch nicht. Ein wenig streift dieser Problembereich auch ein früheres Bemühen der TECHNISCHEN KOMMISSION, sich für eine über die Jahre fortlaufende Beobachtung eines Haushalts pro Sampling Point einzusetzen, um zeitliche Veränderungen ebenso messen zu können wie durch forcierte Anstrengungen partiell im Bereich der sozio-demographischen Merkmale sicherere Aussagen durch einen extrem hohen Ausschöpfungsgrad zu erreichen, was dann wieder mit dem Redressement zusammenhängt.

#### 3.2.5.

Die räumliche Repräsentanz

Wir haben bereits bei der Behandlung der Mehrstufigkeit in der Auswahl erfahren, daß die Klumpung - so wie sie im AG.MA-Bereich gehandhabt wird - zu Ballungen in regionaler Hinsicht führt, die für alle Aussagen, bei denen eine möglichst gleichmäßige Verteilung über das Territorium Voraussetzung ist, im Prinzip Verzerrungen zur Folge haben.

Aus Stichproben- Größe und Klumpung zusammen ergeben sich Einflüsse, die die statistischen Aussagen für regionale Einheiten immer unzuverlässiger werden lassen, je kleiner diese sind - und das noch wegen der Klumpung ungleichmäßig. Offensichtlich ist das Bedürfnis nach möglichst gleichmäßiger Abdeckung der Bundesrepublik und Berlin (West) innerhalb der AG.MA im Laufe der Jahre gewachsen.

Ulrich Jetter forderte bereits auf der ersten großen Fachkonferenz der AGLA am 7.12.1955 nachdrücklich eine breitere Streuung der Interviews. Auf diese Forderung ging die AGLA erst 1958 ein, nachdem Hans Kellerer eingeschaltet worden war, auf dessen Intervention wir noch zurückkommen werden.

Die Anzahl der vorgegebenen Interviews pro Sampling Point ist inzwischen von 20 auf 4 verringert, also um den Faktor 5 kleiner geworden, wie wir weiter vorn gesehen haben. Gleichzeitig ist die Stichprobe selbst größer und vom System her immer effizienter geworden, wie das bereits erwähnte Limit der vollständig erfaßten Gemeinden (jetzige Untergrenze für eine jährliche Media-Analyse: 12.300 Einwohner) ausweist.

Dies ist als konsequente Entwicklung in Richtung auf eine verbesserte räumliche Repräsentanz zu verstehen.

#### 3.2.5.1.

Die Impulse zur Regionalisierung

Verbesserte räumliche Repräsentanz kann natürlich ebenso als ein Weg zur Regionalisierung verstanden werden. Hierfür gibt es im AGLA/AG.MA-Bereich reichlich Veranlassung, insbesondere aber seit die AGLA zur AG.MA geworden ist und andere Medien sowie Werbungtreibende Mitglieder sind.

Der Ausgangspunkt sind selbstverständlich die Bedürfnisse der Nutzer nach

verbesserter regionaler Ausweisung der Medien gewesen. Da hat es im Laufe der Jahre einiges gegeben:

Das erste Mal erhielten die Mitglieder 1961 eine Sonderauswertung für Lesemappen, Zeitungen, Kino, Werbefunkhörer und Werbefernseher.

1971 kam eine Erhöhung der Stichprobe zustande, weil man sich experimentell damit befaßte, den Werbefunk erhebungstechnisch optimal zu erfassen (das sog. ZAW-Experiment), und zwar durch zweimaliges Befragen derselben Person.

1972 wurden die beiden Stichproben desselben Jahres zusammengefaßt, in zwei Sonderbänden "MA Regional", die weitgefächerte Gliederungen enthielten.

1974 gab es einen eigenen Methodenband mit einem Sonderbericht für Fernsehen, Hörfunk, Tageszeitungen.

In den heutigen "Einzeldarstellungen" gilt die Regel, daß die AG.MA-Mitglieder mit Medien regional begrenzter Verbreitung Tabellenausweisungen auf der Basis ihres eigenen Verbreitungsgebietes erhalten, das sie selbst definieren.

Eine verbesserte räumliche Repräsentanz kommt allerdings - und das sollte nicht übersehen werden - nicht nur den Regionalmedien zugute, so sehr sie sich gerade für solche Medien am ehesten manifestiert. Ebenso profitieren die national verbreiteten Medien davon - kleine wie große. Sie sichert zudem den Vergleich der Medien untereinander und sie fördert die Auswertbarkeit nach Zielgruppen-Merkmalen, von denen kaum eines nicht seine spezifisch regionalen Verteilungen aufweist. Denken wir beispielsweise nur an all die Merkmale, die mit dem Stadt-Land-Gefälle zu tun haben (Familiengröße, Verkehrsbedingungen, Einkaufsmöglichkeiten, Distributionskanäle der Pressemedien, usw.).

Irgendwann mußte man das Gedankengut zur Regionalisierung bündeln und - wie im Rahmen der ARBEITSGEMEINSCHAFT üblich - öffentlich abhandeln. Das geschah auf einer SPEZIALISTENKONFERENZ, am 11.12.1972 in Berlin, in deren Mittelpunkt ein Referat des damaligen Präsidenten des Statistischen Landesamtes der Freien und Hansestadt Hamburg, Olaf Boustedt, stand, der als Vater der Boustedt-Zonen und prominenter und profilierter Vertreter (wenn nicht gar Vater) der Regionalstatistik in Deutschland gelten darf. Sein Thema: "Grundsatzreferat zur Regionalstatistik". Sämtliche Referate dieser

SPEZIALISTENKONFERENZ wurden den Mitgliedern zugänglich gemacht ((19)). Breiter veröffentlicht ist ein resümierender Aufsatz von Eva-Maria Hess ((20)).

3.2.5.2. Mögliche Wege zur Verbesserung der räumlichen Repräsentanz

3.2.5.2.1. Schichtung

Die Schichtung in Zellen ist zumindest seit 1970 und seit 1977 noch einmal erheblich verbessert worden. Die de facto 116 Schichtungszellen des 70er Stichproben-Systems aus Regierungsbezirken und Gemeindegrößenklassen "nach Boustedt", also unter Einrechnung der Randgebiete großer Städte, waren mehr als vorher existierte. Die jetzigen de facto 986 Schichten aus Kreisen und Gemeindegrößenklassen "nach Boustedt" sind bei der gegebenen Stichproben-Größe nicht mehr zu verfeinern, möglicherweise sind sie sogar schon zu fein untergliedert.

Das zeigt das Redressement, das in manchen dieser Zellen - die schwach besetzt sind - Zusammenfassungen fordert. Trotzdem wird eine weitergehende Aufteilung dort angestrebt, wo sie möglich ist: in den großen Städten. In 49 Großstädten existiert eine Aufteilung in Stadtgebiete, in 31 weiteren ist sie später fertig geworden. Aber - hier gibt es Grenzen der Repräsentanz kleiner Gruppen!

Die Verwendung der Gemeindegrößenklassen nach Boustedt ist eine erhebliche Verbesserung, weil sie wirtschaftliche Agglomerationsräume berücksichtigt. Dennoch ist hier sicher nicht der Weisheit letzter Schluß erreicht. Allein auf der erwähnten 72er SPEZIALISTENKONFERENZ ((19)), ((20)) zur Regionalisierung sind drei Vorschläge alternativer Lösungen vorgetragen worden:

- von CONRING, München,
- von MEDIA MARKT ANALYSEN, Frankfurt / Main,
- von BIK, Hamburg.

Bislang wurde keiner davon realisiert. Bekannt sind ferner:

- die GfK-Wirtschaftsräume und
- die NIELSEN-Ballungsräume.

Die letzteren haben seit 1978 mit ihren Abgrenzungen Eingang in das Auswertungsband der AG.MA gefunden.

Die Anordnung bei der Schichtung erfolgt pro Kreis und Gemeindegrößenklasse nach Boustädt gemeindefeise alphabetisch. Wenn es sich um einzelne Gemeinden handelt, die ausgewiesen werden sollen, so müssen sie schon so groß sein, daß die räumliche Repräsentanz in der Regel davon nicht beeinträchtigt wird.

Die Synthetisierung des 77er Stichproben-Systems jedenfalls hat keinen Einfluß auf die räumliche Repräsentanz, da sie keinerlei Veränderungen in der Anordnung mit sich bringt.

### 3.2.5.2.2. Klumpung

Im AG.MA-Stichproben-System ist die Klumpung auf das geringstmögliche Maß reduziert worden. Weniger als vier Adressen pro Sampling Point dürften in der Regel aus organisatorisch-praktischen und ökonomischen Gründen nicht zu vertreten sein.

Daß die Sampling Points der AG.MA-Stichproben gleichmäßig über die Bundesrepublik und Berlin (West) streuen, ist schon seit 1970 gut und seit der MA 79 in noch höherem Maße gewährleistet. Dennoch sollte auch hier noch weiteres versucht werden.

### 3.2.5.2.3. Erweiterung der Stichproben-Basis

Die generelle Vergrößerung der MA-Stichprobe dürfte an organisatorischen und finanziellen Grenzwerten scheitern. Zudem müßte eine wirkungsvolle Vergrößerung der Stichprobe mindestens das Fünffache oder mehr der jetzigen Stichprobe ausmachen, wenn man wirklich bis in die kleinsten Winkel unseres Vaterlandes gelangen möchte. Aber man kann partiell etwas tun. Man kann "aufstocken" und akkumulieren.

### 3.2.5.2.3.1. Aufstocken

Disproportionale Stichproben sind im Rahmen der MA nichts Ungewöhnliches. Der Haushalts-Größe nach ist die MA-Stichprobe sowieso schon disproportional.

Regionale Aufstockungen wurden für die BRAUNSCHWEIGER ZEITUNG 1975 erwogen, unterblieben jedoch, weil die Schichtungsgrenzen, die allein eine saubere Repräsentanz sichern, nicht mit den Grenzen des Verbreitungsgebiets der BRAUNSCHWEIGER ZEITUNG übereinstimmen.

Das 70er Stichproben-System war noch nicht so weit, wie es jetzt das 77er System mit seiner Feingliederung ist.

1978 ist das Saarland und 1979 sind Bremen und das Saarland hundertprozentig aufgestockt worden.

Die Aufstockung hat gegenüber der Akkumulation den Vorteil gleicher Aktualität, sie vergrößert jedoch etwaige zeitlich begrenzte Einseitigkeiten aus exogenen Einflüssen, die auf die Stichprobe einwirken können.

### 3.2.5.2.3.2. Akkumulation

Akkumulieren heißt, Stichproben zweier oder mehrerer Jahre zusammenzulegen. Das hat in jedem Fall eine Verbesserung der Stichproben-Basis zur Folge. Den besten Wirkungsgrad erreicht man jedoch, wenn gleichzeitig die Sampling Points der zusammengeführten Teilstichproben sich zu einer einzigen Stichprobe ergänzen. Das war schon das Ziel des 70er koordinierten Stichproben-Systems. Bereits damals überschritten sich die Stichproben nicht. Die Entfernungen der Sampling Points waren jedoch noch nicht maximal aufeinander abgestimmt. Das ist mit dem 77er System nunmehr der Fall. Die AG.MA hat für vier aufeinanderfolgende Jahre 96 Netze in einem einzigen Plan so gezogen, daß die Aufteilungen für vier Jahre und innerhalb der Jahre für je vier Wellen repräsentativ sind oder umgekehrt, daß die jeweiligen Zusammenfügungen optimal ineinander passen. Es gibt offenbar gegenwärtig kein Stichproben-System in Deutschland - und nicht nur hierzulande -, das ähnlich ausgereift ist.

#### 3.2.5.2.4. Verbesserung der Ausschöpfung

Über die Ausschöpfung werden wir in dieser Darlegung des Feldmodells noch ausführlicher zu berichten haben. Für den Augenblick ist wichtig, darauf hinzuweisen, daß jede Untersuchung, die nach Random-Gesichtspunkten aufgebaut wurde, mit Ausfällen zu tun hat, die im allgemeinen nicht gleichmäßig verteilt sind.

Daher ist die AG.MA mit ihrem 70er Feldmodell konsequent und erfolgreich gegen den sonst vielfach zu beobachtenden Trend der sinkenden Ausschöpfungsraten angegangen. Das hat sich insbesondere für die Regionalisierung - wenn natürlich nicht nur dort - positiv ausgewirkt. Die Ausschöpfungsrate von rund 85% liegt so weit über dem üblichen Niveau auch und gerade regionaler partikulärer Untersuchungen, daß allein von daher der Vergleich schwerfällt. Die Stichproben-Basis allein bringt noch keineswegs den Gewinn an Genauigkeit, weil die Fehlergrenzen nur mit  $\sqrt{n}$  abnehmen. Die systematischen Verluste wiegen überproportional schwerer.

Übrigens, um es nochmals zu betonen: die verbesserte Ausschöpfung wirkt sich nicht nur im regionalen Bereich der AG.MA aus. Sie wirkt generell.

#### 3.2.5.2.5. Verwendung besserer Grundlagen der Amtlichen Statistik

##### 3.2.5.2.5.1. Redressement

Die Amtliche Statistik ist im Zusammenhang mit dem Ausschöpfungsproblem eine erhebliche Hilfe zur Auffindung der Normen für die Verteilung einer Reihe von Merkmalen, die bei der Erhebung anfallen und dazu dienen können, nicht allein die Abweichungen für dieses und jenes Merkmal in dieser und jener Kategorie zu kontrollieren, sondern mehr noch die festgestellten Unebenheiten "auszubügeln". Wir nennen dieses Verfahren Redressement und werden darüber noch berichten. Immer wieder muß darauf hingewiesen werden, daß es sich beim Redressement um eine "kosmetische" Operation handelt, welche die kontrollierten Merkmale "geraderückt", ohne fehlende Informationen ersetzen zu können. Immerhin gibt die Hypothese der linearen Extrapolation einen hinreichenden Grund, jedenfalls zu redressieren.

Im allgemeinen sind über das Bundesgebiet reichende Redressement-Unter-

lagen nicht mehr aktuell. Deswegen bemüht sich die AG.MA laufend um bessere Daten. Die letzten für die MA 79 stammen immerhin zum Teil schon aus den Jahren 1975/76 - und nicht mehr nur aus der Volkszählung 1970. Es besteht berechtigte Aussicht, Jahr für Jahr Mikrozensus-Daten zu erhalten. Immerhin aber kann es gelegentlich vorkommen, daß für Analysen in kleineren Gebieten neuere Daten zur Verfügung stehen. Diese hat die AG.MA dann auch genutzt, wie beispielsweise bei einem Zeitungs-Experiment im Münchner Raum, das auf Veranlassung der SÜDDEUTSCHEN ZEITUNG durchgeführt wurde. In diesem Experiment wurden nach einer Akkumulation der MA-Daten von 1974 und 1975 jüngere, regionale Daten verwendet als die damals noch für die Bundesrepublik zur Verfügung stehenden Daten der Volkszählung 1970. Über dieses Experiment hat Hans-Erdmann Scheler am 25. Mai 1976 in München berichtet(21). Wir werden im Zusammenhang mit den Zeitungen darauf zurückkommen.

##### 3.2.5.2.5.2.

##### Aktualisierung der Gemeindedaten

Ein Vorhaben im Zusammenhang mit der regionalen Repräsentanz erweist sich als ein in wachsendem Maße unentbehrliches Hilfsmittel - das ist die Aktualisierung der Gemeindedaten und der Gemeindekennziffern.

Zunächst ging es "nur" darum festzustellen, daß die Angaben der Amtlichen Statistik schon bei der Aufstellung des 70er Stichproben-Systems aus unterschiedlichen Gebietsständen (also Zeitpunkten) herrührten und daß infolge der Gemeindereform Längsschnitt-Betrachtungen (über die Zeit hin) unmöglich waren, ohne daß man eine Korrespondenz der Gemeinden, ihrer Abgrenzung, Bezeichnung und Bezifferung herbeiführte. Was übrigens die Amtliche Statistik seit Beginn der Gemeindereform vor mehr als 10 Jahren nie getan hat. Die Amtliche Statistik berücksichtigt nur den jeweiligen Stand - allenfalls den der letzten Volkszählung.

Ein erster praktischer Fall lag vor, als die IVW-Gebietseinheiten der Verteilungsanalyse 73 der Zeitungen (VA 73) mit dem Stand der Gemeinden zum Zeitpunkt der Aufstellung des 70er Stichproben-Systems (Ende 1969!) verglichen werden sollten.

Im Zusammenhang mit den allgemeinen Erörterungen um die regionale Repräsentanz hätte die MMC 1972 begonnen, ein Projekt zu entwickeln, das

seither eingeführt und ständig à jour gehalten wird. Jahr für Jahr wird die Kette der Veränderungen der Gemeinden mit: Gemeindekennziffer (GKZ), Name der Gemeinde, Zahl der Einwohner verfolgt, festgehalten und für die praktischen Arbeiten verwandt.

Es handelt sich dabei im wesentlichen um die Disproportionalitäts-Problematik, auf die wir noch zu sprechen kommen werden, die Bildung der Redressement-Unterlagen, den Aufbau des neuen 77er Stichproben-Systems; die Entwicklung des Satelliten-Systems, soweit es sich um die Verbindung mit Daten der Amtlichen Statistik handelt; die Lieferung von Daten aus der Gemeindestatistik, die zur Ergänzung der erhobenen Daten benötigt werden. Ferner gehören die Bildungen von Spezialstichproben für Mitglieder dazu und andere Anforderungen aus dem Mitgliederkreis der AG.MA.

#### 3.2.5.2.6. Disproportionalitätsfaktoren

Man kann Stichproben-Ergebnisse nicht nur durch Vorweg-Maßnahmen räumlich repräsentativ machen. Dazu ist man gelegentlich, das heißt unter bestimmten Umständen auch noch nachher in der Lage.

Entweder legt man eine Stichprobe von vornherein disproportional an. Dann muß man die Disproportionen durch entsprechende faktorielle Rückrechnung wieder proportionalisieren. Oder man stellt für bestimmte kleinere Regionen, die nicht mit den Schichtungszellen übereinstimmen, aufgrund spezieller Kenntnisse aus der Amtlichen Statistik fest, daß einem für diese oder jene Region die Stichprobe disproportional geraten ist (ohne daß man vorher darauf Einfluß nehmen konnte). Auch in diesem Fall kann und muß man proportionalisieren. In beiden Fällen hat es sich eingebürgert, die Faktoren, welche die unterschiedlichen Repräsentationsgrade wieder aufheben, Disproportionalitätsfaktoren zu nennen.

Es begann damit, daß man die MA 73 und die MA 74 mit der Verbreitungsanalyse (VA) der Regionalzeitungen, und zwar der VA 73 verglich. Es standen die 116 Schichtungszellen der AG.MA den 2.087 IVW-Gebietseinheiten der VA gegenüber. Die Ergebnisse waren nicht sehr ermutigend. Für die Zeitungen schienen sie bei nur geringen Abweichungen der Faktoren von 1 (von 0.8 bis 1.2) plausibel; dafür wichen die Zeitschriften-Werte erheblich von den früheren

Ergebnissen ab, was nicht erwartet worden war. Faßte man größere Gebiete zusammen, etwa die Verbreitungsgebiete großer Regionalzeitungen, wie der BRAUNSCHWEIGER ZEITUNG, des HAMBURGER ABENDBLATTS etwa, so ergaben sich Faktoren so dicht bei 1, daß sich eine Prozedur wie die der Berechnung der Disproportionalitätsfaktoren als wenig fruchtbar erwies, also unnötig war. Deswegen sind sie in die Einzeldarstellungen der Mitgliedszeitungen in ihren regionalen Verbreitungsgebieten auch nicht eingegangen.

Wie die Dinge bei dem neuen 77er Stichproben-System aussehen, bleibt abzuwarten.

#### 3.2.6. Die zeitliche Repräsentanz

Neben der Repräsentanz in Bezug auf Gebietseinheiten spielt natürlich die zeitliche Repräsentanz eine bedeutende Rolle.

##### 3.2.6.1. Tages-Repräsentanz

Die erste und einfachste Forderung rührt aus der Vorstellung her, daß Medien innerhalb des Erscheinungsintervalls von Tag zu Tag unterschiedlich genutzt werden. (Die Berechnung der Anzahl Lesetage im Modellabschnitt des 1. Teils war ein Beispiel dafür.) Im Zusammenhang mit der Frage nach dem letzten Lesen taucht das Problem der täglichen Repräsentanz auf. Und schließlich ist die Tages-Repräsentanz für täglich erscheinende Medien (Zeitungen, Funk, Fernsehen) unabdingbar.

Eine saubere Tages-Stichprobe ist aus organisatorischen Gründen, insbesondere durch die unterschiedliche Antreffbarkeit der Befragten so gut wie unmöglich zu erreichen. Es wurde daher schon früh versucht, eine angenäherte Repräsentanz zu erzielen - wie 1960-1963 durch über die Wellen übergreifende Wiederholungsbesuche an bestimmten Tagen; und in einem etwas komplizierteren System der Vorgabe von Tagen und Ersatztagen für die Befragung, seit das neue Feldmodell ab 1973 praktiziert wird.

1962, 1963 und 1964 sind Sonderauswertungen zur Ermittlung der Lesetage pro Zeitschrift nach Alfred Politz vorgenommen worden. Als Beispiel sei die erste dieser Veröffentlichungen zitiert ((22)), die sich im Anhang von Teil I befindet.

Für 1962 ist dazu eine gesonderte Gewichtung nach Wochentagen erfolgt (vgl. die Angaben weiter vorn zur LA 62).

Diese Wochentagsgewichtung ist erst wieder im Jahre 1973 aufgenommen worden und ist seitdem Bestandteil des Redressements.

1964 begann die Ausweisung der tatsächlichen Verteilungen der Interviews über die Wochentage. Da es sich hierbei um ein zwar wechselndes, aber inhaltlich zusammengehörendes System handelt, soll die Handhabung über die Jahre angegeben werden. Global wurden ausgewiesen:

1964: Wochentag, Woche  
1965 / 1966: Wochentag x Woche  
1967 / 1968: Wochentag, Woche  
1969 / 1970: Wochentag, Monatsfünftel, Woche, Welle  
1971: Wochentag, Monatsfünftel, Tageszeit und Dauer des Interviews  
1972/I-1974: Wochentag, Monatsfünftel, Befragungsmonat, Tageszeit und Dauer des Interviews  
1975  
bis heute: Wochentag, Monatsfünftel, Tageszeit und Dauer des Interviews

Darüber hinaus gibt es eine erste sorgfältige, weitgehende Veröffentlichung zu diesem Komplex von Klaus Peter Landgrebe, die ihrer Bedeutung wegen im Anhang aufgeführt werden soll ((23)).

Ab 1973 gab es eine noch weitergehende Publikation relevanter Daten:

1973 / 1974: Basiszählungen zu Wochentag, Monatsfünftel;  
1975 / 1976 / 1977: in Tabellen, die als "Statistik" Auskunft über Transformation und Redressement geben: Wochentag, Befragungsmonat, Tageszeit und Dauer des Interviews;  
und ab 1978: wie in den drei Vorjahren, nur ergänzt um erhebliche Basiszählungen.

Eine historische Reminiszenz: Bereits am 10. Januar 1956 forderte der damalige Beirat, nicht nur mehrere Erscheinungsintervalle bei der Befragung zu berücksichtigen, sondern vor allem pro Woche einen repräsentativen Querschnitt zu bilden!

### 3.2.6.2.

#### Jahresrepräsentanz

Wie man bereits jetzt sieht, hat die möglichst gleichmäßige Verteilung der Interviews über die Zeit als Vorgabe und bei der Kontrolle eine große Rolle gespielt.

Nur der Ordnung halber sei daran erinnert, daß die Erhebungen der AGLA/AG.MA immer schon über mehrere Befragungszeiträume verteilt war (mit wenigen Ausnahmen). Dahinter lag die Absicht, möglichst punktuelle, zeitlich begrenzte Aussagen zu vermeiden.

Im Hinblick auf die angestrebte Prognosefähigkeit der Daten ist ein Jahresmittel unerlässlich. Wollte man aber darüber hinaus die saisonale Entwicklung reproduzieren, im Rückblick also möglichst genau erfassen, müßte man wohl noch einige Akribie mehr aufwenden. Aber das ist sicher nicht Aufgabe der AG.MA. Das "Sommerloch" und das "Januarloch" ebenso wie der "Weihnachtsboom" sind jedenfalls bisher nicht als Gegenstand der MA-Veranstaltung gesehen worden.

### 3.2.6.3.

#### Stabilität versus Aktualität

In der gleichen Weise, in der die Regionalprobleme zu Akkumulations-Übungen geführt haben, ist in der Diskussion der zeitlichen Repräsentanz der Media-Analyse das Bedürfnis nach größerer Stabilität über die Zeit laut geworden, möglichst ohne die Aktualität zu gefährden.

### 3.2.6.3.1.

#### Rollierendes System

Das hat zu dem Vorschlag eines sogenannten "rollierenden Systems" geführt, der von Hans-Erdmann Scheler auf der MITGLIEDERVERSAMMLUNG der AG.MA am 14.9.1976 vorgetragen wurde ((24)), als das ganze Feldmodell neu überdacht wurde (u.a. übrigens im Zusammenhang mit der Erneuerung des Stichproben-Systems, die daraufhin erfolgte).

Eine Überlappung von Untersuchungen über einen längeren Zeitraum bringt den Vorteil der größeren Stabilität, verbindet diesen aber mit dem Nachteil einer

verlangsamten Reaktion auf Veränderungen im Kommunikationsverhalten, also einer verringerten Aktualität.

Die Diskussion endete seinerzeit mit der Entscheidung zugunsten des 77er Stichproben-Systems, das seit der MA 79 im Einsatz ist: Also dem Beibehalten von Jahresstichproben, die allerdings weder ganz noch teilweise akkumuliert werden, selbst nicht für Tageszeitungen! Seit 1978 werden allerdings Akkumulation und Transplantation in den zuständigen Gremien der AG.MA diskutiert, diesmal im Zusammenhang mit einer gründlichen Inspektion aller methodischen Bausteine der MA.

Dabei ging es darum, unter Umständen einen optimalen Ausgleich zwischen Stabilität und Aktualität zu finden, also etwa die Hälfte oder ein Drittel des Datenbestandes von einem zum anderen Jahr zu übernehmen.

Diesen Überlegungen liegt eine Ausarbeitung von Friedrich Wendt zugrunde ((25)), welche die verschiedenen Aspekte als entscheidungsreife Lösungsmöglichkeiten vorstellt, inklusive einer Verbesserung in Richtung einer Transformation im Felde. Auch diese neuerlichen Überlegungen wurden inzwischen verworfen, da man der Aktualität gegenüber der Stabilität Vorrang eingeräumt hat.

### 3.2.6.3.2. Transplantation

Es könnte sein, daß die Frage nach dem Optimum zwischen Aktualität und Stabilität für verschiedene Medien unterschiedlich beantwortet werden muß. Zum Beispiel könnten zu Prognosezwecken gewisse Zeitschriften eher an einer aktuellen Wiedergabe der vergangenen Entwicklung interessiert sein, während andere, vielleicht auch regionale Tageszeitungen weniger schnell sich vollziehende Entwicklungen - also mehr Stabilität - erwarten, die es ihnen erlaubt, viel mehr zu akkumulieren, schon um die räumliche Repräsentanz zu steigern.

Außerdem werden - unabhängig von der Medienentwicklung - die meisten Nutzer an aktuellen Daten der Zielgruppenbeschreibung interessiert sein.

Dem allen kann man Rechnung tragen, wenn man "transplantiert".

Ende 1977 hat die TECHNISCHE KOMMISSION einen Entwicklungsauftrag an

Friedrich Wendt erteilt, der inzwischen abgeschlossen ist, ohne allerdings dokumentiert worden zu sein.

Man löst die stabilen Daten, also etwa die Informationen zu den regionalen Tageszeitungen, aus der letzten Media-Analyse heraus, akkumuliert sie mit den entsprechenden Daten der letzten oder auch noch der vorletzten MA, mittelt über ein besonderes Verfahren auf Individualbasis die zwei oder drei Jahreswerte und erhält somit ein von der Stichprobengröße her dreifaches, von der tatsächlichen Fallzahl-Basis aber nur einfaches Gebilde, das als Transplantat dann wieder der aktuellen MA eingefügt wird.

### 3.2.6.3.3.

#### Fusionsbeschränkung

Im Zusammenhang mit der zeitlichen Repräsentanz ist noch auf eine Forderung hinzuweisen, die die Fusion der jeweiligen MA mit anderen Untersuchungen betrifft. In den dafür gültigen Regeln ((26)) heißt es in II. "Technische Regeln" in Punkt C "Stichprobenrealisierung" zu 3:

"Die Erhebungszeiträume zweier zusammenzuführender Untersuchungen sollten in der Regel nicht länger als ein Jahr auseinanderliegen."

### 3.2.7.

#### Ausfälle

Niemals wurden hundert Prozent der angestrebten (Brutto-) Stichprobe für eine LA oder MA tatsächlich erreicht. Damit ist die Repräsentanz im Grunde auch nicht für die angestrebte Grundgesamtheit zu sichern, wenn man den statistischen Repräsentationsschluß anwendet, sondern es ist nur eine Annäherung daran möglich.

### 3.2.7.1.

#### Ausschöpfungsrate

Die Ausschöpfungsraten der einzelnen Jahre, denen wir die bereits aufgeführten Sampling Point-Besetzungen nochmals beifügen, sehen folgendermaßen aus:

Jahr	Ausschöpfungsrate	Institute		Ø-Interviews pro SP
1954	82.3%	DIVO / IfD		21
1956	85.9%	DIVO / IfD		22
1958	87.7%	DIVO	strengere Wiederholungsbesuchs-Regelung	14
1960	89.1%	DIVO		14
1961	89.5%	DIVO		15
1962	88.1%	DIVO		9
1963	88.1%	DIVO / INFRATEST		9
1964	82.1%	DIVO / INFRATEST	eingeschränkere Wiederholungsbesuchs-Regelung	11
1965	83.3%	DIVO / INFRATEST		11
1966	81.6%	DIVO / INFRATEST	beide mit eigenem Stichproben-System	11 + 8/9
1967	78.7%	DIVO / INFRATEST		11 + 8/9
1968	78.1%	DIVO / INFRATEST		11 + 8/9
1969	78.0%	DIVO / INFRATEST		11 + 8/9
1970	78.0%	CONTEST / INFRATEST	vergleichbare Stichproben-Systeme	7/8
1971	71.8%	MARPLAN / INFRATEST		7/8
1972/I	71.8%	INFRATEST / MARPLAN / SCHAEFER	70er Stichprobenmodell	7/8
1972/II	76.3%	INFRATEST / MARPLAN / MMA		7/8
1973	84.6%	INFRATEST / MDI / MMA / SCHAEFER	neues Feldmodell	4
1974	86.2%	GETAS / MDI / MMA / SCHAEFER		4
1975	85.8%	GETAS / MARPLAN / MMA / SCHAEFER		4
1976	85.7%	GETAS / CONTEST-CENSUS / INFRATEST / MARPLAN		4

Jahr	Ausschöpfungsrate	Institute		Ø-Interviews pro SP
1977	85.5%	GETAS / IFAK / MARPLAN / MMA		4
1978	85.1%	GETAS / IFAK / MARPLAN / MMA		4
1979	79.8%	GETAS / IFAK / INFRATEST / MMA / INFAS / SAMPLE-SCHAEFER	77er Stichprobenmodell	4

Eine sorgsame Analyse dieses Phänomens hat seinerzeit auf Betreiben der TECHNISCHEN KOMMISSION der AG.MA CONRING, München, angefertigt ((27)).

Deren Gedanken haben im Rahmen der AG.MA zu weiteren Analysen angeregt, und speziell zu einer Ausarbeitung von Hans-Erdmann Scheler und Friedrich Wendt geführt:

"Das Feldeinsatzmodell der MA - Entwicklung, Experimente und Ausfallprobleme" ((7)).

Der Ausschöpfungsgrad als einfacher Prozentsatz reicht nicht zur Beurteilung der Güte einer Stichprobenerhebung aus. Dazu ist er ein zu globales Maß. Anzustreben ist vielmehr eine möglichst gleichmäßige Ausschöpfung. Und gerade darum ging es, als das neue Feldmodell eingerichtet wurde. Die geringe Anzahl von Brutto-Adressen pro Sampling Point - nämlich vier -, verbunden mit recht strengen Auflagen zur Tagesverteilung und vor allem die Einführung des Wiedereinsatzes mit insgesamt bis zu 10 Besuchen sorgten dafür, daß die Interviewer auch und gerade in schwierigen Regionen zu gleichmäßigen Erfolgsquoten angehalten wurden.

Der Erfolg läßt sich aus einer Tabelle ablesen, die wir unveröffentlichten Kontrolltabellen zur MA 79 entnehmen. Darin wird gezeigt, wie sich über Gemeindegrößenklassen und Bundesländer die Sampling Points mit 0, 1, 2, 3 und 4 Interviews verteilen. Der erreichte Grad der Gleichmäßigkeit in der Ausschöpfung ist ersichtlich hoch.



MA 79  
alle Institute  
Interviews pro Point

					Gesamt		
	1	2	3	4	normale Interv.	Jugend Zusatz	Insgesamt
Interview durchgeführt	1.6	6.1	23.3	63.0	94.0	6.0	17.728
GGK nach Boustedt							
bis unter 5.000	1.3	4.9	21.0	64.3	91.5	8.5	2.089
5.000 - unter 20.000	1.0	5.8	20.2	66.0	92.9	7.1	2.352
20.000 - unter 50.000	1.8	5.0	25.6	61.0	93.4	6.6	1.252
50.000 - unter 100.000	1.5	6.1	28.4	59.1	95.1	4.9	520
100.000 - unter 500.000	1.6	5.3	25.1	52.2	94.3	5.7	2.919
500.000 und mehr Einw.	1.8	6.9	23.5	62.6	94.8	5.2	8.588
Bundesländer							
Schleswig-Holstein	2.8	8.5	26.5	56.6	94.4	5.6	679
Hamburg	2.6	7.4	31.6	54.0	95.6	4.4	541
Niedersachsen	1.3	6.3	22.1	63.8	93.5	6.5	1.994
Bremen	1.0	9.5	31.5	55.0	97.0	3.0	400
Nordrhein-Westfalen	1.4	4.7	23.2	64.0	93.3	6.7	4.919
Hessen	2.1	9.4	20.7	62.8	95.0	5.0	1.465
Rheinland-Pfalz	1.9	6.3	23.2	61.2	92.6	7.4	955
Saarland	1.3	4.2	18.3	68.6	92.3	7.7	624
Baden-Württemberg	1.4	6.0	22.4	64.1	93.9	6.1	2.522
Bayern	1.2	5.5	25.4	62.2	94.4	5.6	2.950
Berlin (West)	2.7	7.4	18.1	68.3	96.5	3.5	679

95

96

3.2.7.2.

Protokoll der Ausfälle

Die Ausfälle wurden durchgängig in allen Media-Analysen der AGLA/AGLMA protokolliert, allerdings nach Art und Umfang verschieden.

Die Verschiedenartigkeit hängt natürlich zu einem guten Teil mit den unterschiedlichen Systemen der Stichprobenziehung zusammen. Sie sind aber auch durch ein sich im Laufe der Zeit veränderndes Informationsverhaltens bedingt.

1954 und 1956 dürfen wir Ausfallprotokolle als fastende Versuche in die später eingeschlagene Richtung gerade schon erwähnen.

Das Grundmuster, das dabei entwickelt wurde, ist von 1958 bis 1975 - von Details abgesehen - beibehalten worden. Es ist kaum ein Jahr vergangen, in dem nicht irgendeine Kleinigkeit geändert wurde. Was dabei herauskam, läßt sich am einfachsten dadurch zeigen, daß man 1958 und 1975 gegenüberstellt.

<u>1958</u>	<u>1975</u>
Ausfälle, die sich auf die Qualität der Stichprobe nicht auswirken	
1. Karteifehler (Anschrift falsch, verstorben, usw.)	1. Straße/Hausnummer stimmt nicht
2. keine Person im Alter von 16-70 Jahren im Haushalt	2. Bei der Haushaltsermittlung festgestellt, daß Adresse nicht zur Stichprobe gehört
3. kein Nachfolge-Untermieter vorhanden	3. Wohnung unbewohnt, Untermieterzimmer nicht vermietet, leer
<u>bereinigte Stichprobe</u>	<u>bereinigte Stichprobe</u>
Vorausfälle (eine Auskunft über die zum Haushalt gehörende Person war nicht zu erhalten, die Zielperson also nicht zu bestimmen)	
Hierzu gibt es kein Pendant. Zudem sind das keine qualitätsneutralen Ausfälle, wie erst seit 1976 deutlich gezeigt wird.	4. Nicht bearbeitete Adressen infolge von Totalausfall von Sampling Points
4. Beim 3. Besuch niemand angetroffen	5. Einzelne nicht bearbeitete Adressen im Sampling Point
5. Auskunft verweigert	6. Im Haushalt nach der vorgeschriebenen Anzahl von Wiederholungsbesuchen niemand angetroffen
Nachausfälle (Zielperson bestimmt, aber Interview kam nicht zustande)	7. Im Haushalt Auskunft speziell zur Zielperson verweigert
6. nicht angetroffen	8. Zielperson auch nach der vorgeschriebenen Anzahl von Wiederholungsbesuchen nicht angetroffen
7. Auskunft verweigert	9. Zielperson verweigert Auskunft zum Befragungsgegenstand
8. Zielperson geistig oder körperlich außerstande, dem Interview zu folgen	10. Interview kann nicht durchgeführt werden, da dauerhaft krank, oder Seh-, Hörschäden, Alterserscheinungen, oder Sprachschwierigkeiten
Auch hierzu gibt es kein Pendant, obwohl es zwischenzeitlich diese Kategorien auch gab (1963 - 1966)	11. Interview wurde nicht ausgewertet, da unvollständig, zu spät eingegangen, fehlerhaft oder andere Gründe

1968 ist eine etwas abweichende Darstellung nötig gewesen, weil INFRATEST erst Kontaktinterviews gemacht hat. Wir erinnern uns der Methode, die Transformation im Felde durchzuführen!

Ab 1972/I und 1972/II existiert zusätzlich zu den oben angegebenen Daten noch eine kleine Tabelle, die angibt, wieviel Interviews aus Sampling Points

stammen, in denen 1, 2, 3, ... bis 8 Interviews pro Sampling Point gemacht worden waren (und natürlich zur Ergänzung die Fälle mit "Null Interviews pro Point"). Ab 1973 ist konsequenterweise die Obergrenze 4 Interviews pro Sampling Point, ab 1979 plus zweitbefragte Jugendliche.

Ab 1976 gibt es eine Ausfallberichterstattung in Tabellenform, die intern "Genesisstabellen" genannt werden. Der Inhalt ist prinzipiell der gleiche, die Art der Darstellung jedoch so grundsätzlich anders und damit wirkungsvoller für die Verfolgung der Ausfälle, daß wir ein Exemplar davon im Anhang auführen ((28)).

Wesentlich ist, daß nicht die globale Ausschöpfungsangabe wirklich Auskunft über die Güte der Stichprobenerhebung erteilt, sondern daß es dazu weiterer Strukturanalysen über die Verteilung der Ausfälle bedarf.

1973 hatte dazu Günther Baltzer von CONRING, München, einen Aufsatz veröffentlicht ((29)), der übrigens mit zu dem bereits erwähnten Auftrag zur Analyse der MA 73-Ausfälle führte.

Aber auch mit der jetzt vorliegenden Darstellungsweise ist man noch lange nicht an einem einigermaßen befriedigenden Punkt angelangt. Wahrscheinlich wird man schon im Felde genauere Protokolle zu führen haben und notfalls durch Nachbarschafts-Auskünfte Lücken im Wissen über die Nichterreichten zu schließen versuchen müssen, wie es Vorbilder aus der Schweiz und zum Teil auch aus der BRD anraten. Hinzu kommt, daß die in der MA 79 erstmals nach bestimmten Regeln durchgeführten Zweitbefragungen von 14- bis 19-jährigen das Ausweisungsschema erweitert, vor allem aber schon vorher das Schema der Transformation verändert haben.

Gründ: und Konsequenzen der Ausfallproblematik

Den Hintergründen der Ausfallproblematik nachzugehen, ist natürlich wegen der Repräsentanzsicherung der Stichproben-Aussagen von größter Bedeutung. Darauf hat bereits Friedrich Wendt während der SPEZIALISTENKONFERENZ am 7.12.1955 in Frankfurt / Main verwiesen. Die Gründe sind wohl sicher nicht nur bei den Befragten zu suchen.

Wie 1954 die IFD-Interviewer noch angeben, seien

- 46% Mißtrauen
- 36% Interesselosigkeit
- 8% dauernder Zeitmangel
- 4% Gefühl der Unfähigkeit
- 6% andere Gründe  
(oder kein Grund angegeben)

für das Nichtzustandekommen der Befragung verantwortlich zu machen. Hier dürfte ein multifaktorieller Ansatz das richtige sein, wenn man wirklich weiterforschen will.

Nun könnte man sich - welches auch immer die Gründe für einen Ausfall sein mögen - mit den Ausfällen arrangieren, wenn man nicht zu besorgen hätte, daß sich die Nichterreichten in der Medianutzung anders verhalten als die Erreichten. Und das ist in der Tat der Fall.

Der erste, der auf ein Phänomen dieser Art verwiesen hat, war Wolfgang Schaefer ((30)). Er führte seinerzeit u.a. aus, daß zumindest bei einigen Titeln die Leserschaft in dem Maße zunimmt, in dem Besuche nötig werden, den Befragten zu erreichen. Und er verwies auf das umgekehrte Phänomen: je mehr der Befragte dem Interviewer Schwierigkeiten bereitete, umso weniger war er Leser. Einmal wurde die Reichweite also größer, einmal kleiner!

Die gleiche Nachprüfung hat die DIVO anhand der Wellen I und II der LA 61 vorgenommen. Diese Tabellen wurden nur in den zuständigen Gremien behandelt. Die DIVO bestätigte das frühere Ergebnis.

Was bleibt zu tun? Eigentlich nur zweierlei:

- Die Ausfälle verringern und/oder
- die Konsequenzen der Ausfälle durch mathematisch-statistische Verfahren abmildern.

### 3.2.7.3.1.

Die Verringerung der Ausfälle

Die Verringerung der Ausfälle oder die Verbesserung der Ausschöpfung, als das wirksamste Mittel, praktiziert die AG.MA sehr konsequent seit dem neuen

Feldmodell von 1973, vor allem auch in Bezug auf die Bemühung, die Ausfälle möglichst gleichmäßig gering zu halten.

Nach längeren Überlegungen schien dieser Weg, wie ihn die AG.MA geht, gleichzeitig leichter und wirksamer zu sein als der sogenannte HANSEN-HURWITZ-Ansatz des gezielten Nachfassens in Teilstichproben der Ausfälle.

### 3.2.7.3.2.

Die rechnerische Auffüllung der Lücken

Der andere Weg läuft darauf hinaus, die leeren Felder der Brutto-Stichprobe durch Kenntnisse, die man aus den eingeholten Informationen erworben hat, aufzufüllen. Der ganze Komplex wird uns als Bestandteil des Auswertungsmodells noch einmal beschäftigen. Es gibt verschiedene Verfahren. Das einfachste ist die im Redressement und ihren technischen Vorgängern geübte lineare Extrapolation. Dabei wird eine Zelle von Befragten - etwa junge Männer in Städten mit 500.000 Einwohnern und mehr -, von der man nur (angenommen) 50% bekommen hat, mit den vorhandenen Informationen auf 100% aufgefüllt unter der Hypothese, daß die restlichen 50% Nichterreichten sich genau so verhalten wie die 50% Erreichten, was sicher nicht stimmt. Immerhin könnte das schon von Wolfgang Schaefer betonte zweiseitige Phänomen (Anzahl Besuche erhöhen; Schwierigkeitsgrad vermindern) dafür eine Art Rechtfertigung geben. Andererseits hat bisher niemand einen konkreten Nachweis für die einzelnen Redressement-Zellen geführt.

Gleichgültig, ob man Karten doppelt und entfernt (was zu altem Überfluß noch Informationen vernichtet) oder redressiert (und dann natürlich nach dem zurzeit als bestem bekannten Verfahren) - bislang fehlende Informationen kommen dadurch nicht zustande.

Alles Wissenswerte für das von der AG.MA verwendete Redressement-Verfahren findet sich übrigens in den Methodenbänden der jeweiligen Jahre. Als eines von vielen Beispielen sei hier der Artikel im Methodenband der MA 76 aufgeführt ((31)).

Darüber hinaus existiert eine wichtige Zusammenfassung des Vorgehens der AG.MA aus der Feder von Erich Ockelmann in der Dokumentation 1978 ((32)) und 1979 ((33)).

Statt der linearen Extrapolation kann man an eine nichtlineare Variante denken. Gewisse Hinweise könnten aus den Vorhaben von Politz und Simmons von 1949 abgeleitet werden, die sich mit einer sogenannten "nights at home" - Formel befähigt haben. Aus dem Grad der Erreichbarkeit sollte auf die Chance, Leser zu sein, geschlossen werden. Zeitweilig gab es in den Media-Analysen vergleichbare Informationen - die Antreffbarkeit. Sie wurde jedoch nicht als Extrapolationsfaktor verwendet.

1973 führte das Institut MDI im Auftrage der MMC ein Experiment durch, bei dem versucht wurde, über die Ausfälle eines Netzes der MA 73 durch Kontakte mit der Zielperson, dem Haushalt, Nachbarn oder der Umgebung in einer Nachfolaktion wenigstens teilweise Informationen einzuholen - als Extrapolations-Basis ((34)).

Für solche Vorgehensweisen ist allerdings ein ausreichendes Vorwissen über die Abweichung von der linearen Entwicklung erforderlich, das schwierig zu erlangen ist. Weitere Hinweise zur Theorie dieses Komplexes hat Friedrich Wendt 1968 gegeben ((35)).

Eine völlig andere Möglichkeit nichtlinearer Extrapolation wird bereits praktiziert, wenn auch nur am Rande der AG,MA und unter gewissen erleichterten Bedingungen. Dafür ist das Stichwort "Injektion" im Zusammenhang mit der Transplantation zu nennen. Es geht dabei darum, Informationen, die nur für einen (allerdings großen) Teil der Befragten eingesammelt werden konnten, auch auf den Rest zu übertragen. Dazu braucht man möglichst viele gemeinsame Informationen und einen Rest von Befragten, der nicht zu groß sein sollte. Dann kann man im topologischen Raum der gemeinsamen Merkmale Zuordnungen vornehmen, die den Informationsbestand des Befragten-Rests komplettieren. Das ist zum Beispiel für diejenigen Befragten bei den Untersuchungen "BURDA-Typologie der Wünsche" 1977 und 1978 geschehen, die zwar das mündliche Interview vollständig gegeben, den nachfolgenden schriftlichen Fragebogen jedoch nicht ausgefüllt hatten ((36)).

### 3.2.8. Fehlerberechnungen

Die Untersuchungen der AGLA/AG,MA sind Random-Stichproben. Man kann also eindeutig den sogenannten statistischen Fehler berechnen - oder genauer

formuliert: die Vertrauensgrenzen, in denen von den Aussagen über Medien-Reichweiten oder Differenzen zwischen Medien-Reichweiten in der Stichprobe auf die Verhältnisse in der Grundgesamtheit geschlossen werden kann.

Dafür gibt es detaillierte Formeln, die jedoch schwer zu handhaben sind, wenn man wirklich den Bedingungen von Schichtung und Klumpung folgen will, denen die MA-Stichproben unterliegen. Deswegen hat man statt der komplizierten Formeln diejenige verwendet, die für den Fall der einfachen direkten Zufallsauswahl gilt.

Da man damit einen gewissen Fehler macht, der die Vertrauensgrenzen ungerechtfertigt einengt, ist man dazu übergegangen, einen Korrekturfaktor von  $\sqrt{2}$  einzuführen, der auf einen Vorschlag von Hans Kellerer zurückgeht (praktisch bedeutet dies die Reduzierung der Genauigkeit auf eine halbe Stichprobe). Das ist 1958 unabhängig voneinander von der DIVO (für die AGLA) und von Friedrich Wendt (im Auftrage des Verlagshauses Hammerich & Lesser) überprüft worden. Beide Ergebnisse zeigten übereinstimmend, daß die "genaueren" Formeln Vertrauensgrenzen erzeugen, die durch die mit dem Faktor 2 multiplizierten einfachen Werte vollständig abgedeckt werden.

Anstelle früherer Darstellungen, die keine Wahl von 5% oder 10% Signifikanzgrenzen und vor allem keine Differenzrechnungen erlaubten, ist 1973 von der AG,MA ein kleines Tabellenwerk herausgegeben worden ((37)).

Ob allerdings diese Grenzen auch noch angesichts des neuen Stichproben-Systems (erst 1970 und nun 1977) gelten, müßte erneut durch Rechnung überprüft werden.

Auch im Zusammenhang mit der Disproportionalität der AG,MA-Stichproben wäre eine Überprüfung wünschenswert.

### 3.2.9.

#### Organisation und Kontrolle der Feldarbeit

Die Organisation der Feldarbeit und ihre Kontrolle liegt bei den Marktforschungsinstituten. Worüber hier zu berichten ist, sind die Anstrengungen, die die AGLA/AG,MA unternommen hat; welchen Einfluß sie dabei ausüben konnte sowie die ihr bekannt gewordenen und/oder von ihr veranlaßten Kontrollen.

Die ersten Beschäftigungen mit der Anlage des Feldmodells und der Kontrolle seiner Verwirklichung gehen auf die erste Sitzung von "Spezialisten" zurück, die es in der Geschichte der AGLA/AG.MA gab - am 7.12.1955 in Frankfurt/Main. (Deren Protokoll ist im 1. Teil des Berichts dem Anhang beigelegt.)

Nur drei Ausschüsse, die sich mit der Feldarbeit zu befassen hatten, gab es in der AGLA - zwei gleich 1956 und einen 1966:

- Den 1. STICHPROBEN-AUSSCHUSS unter Ulrich Jetter, damals McCANN, Frankfurt/Main, 1956;
- Den KONTROLL-AUSSCHUSS unter Otto Burghardt, damals NEUE ILLUSTRIERTE, Köln, wieder 1956;
- Den 2. STICHPROBEN-AUSSCHUSS unter Ernst Braunschweig, Essen, 1966.

Der 1. STICHPROBEN-AUSSCHUSS befaßte sich 1956 mit der größeren Streuung der Sampling Points und Interviews über Raum und Zeit - wie bereits erwähnt - und mit der Auswahlchance sowie mit der Einordnung von "Karteileichen", Fehlerberechnungen, usw, kurz: Mit dem ganzen Arsenal der die Effizienz einer Befragung berührenden statistischen Einflußfaktoren. Seine Anregungen wurden Bestandteil des noch zu behandelnden Kellerer-Gutachtens.

Der KONTROLLAUSSCHUSS deckte - 1956 - zum Teil gewichtige Mängel in der Interviewer-Praxis und vor allem in der Handhabung der gegebenen Anweisungen auf. Das führte dann zu einem erweiterten Auswertungs- und Kontrollsystem und insbesondere zur Einholung eines Gutachtens von Hans Kellerer, Professor an der Universität München, von dem im nächsten Abschnitt zu berichten sein wird.

Der 2. STICHPROBEN-AUSSCHUSS beschäftigte sich 1966 mit der Frage der Diskrepanzen zwischen den beiden Stichproben-Systemen der beteiligten Institute - DIVO und INFRA TEST. Ergebnis: Es blieb zunächst bei den beiden Systemen.

### 3.2.9.1. Das Kellerer-Gutachten

Die anstehenden, vorwiegend statistischen Fragen wurden von Hans Kellerer

im Oktober 1956 in einem Gutachten beantwortet und mit Empfehlungen versehen ((38)).

Die folgende Aufzählung enthält nur 10 seiner 24 Empfehlungen, weil viele zum Teil nur noch historisch von Interesse sind:

- 1.) Gemeinden unter 500 Einwohnern sind in die Stichprobenanlage einzubeziehen (das geschah dann auch).
- 2.) Zur Verbesserung des Adressenziehens und evtl. des Auswahlplanes sind Voruntersuchungen nötig (das gilt abgewandelt heute noch).
- 3.) Die Rotationsformen sollten auf ihre Wirksamkeit überprüft werden (erst sehr spät ist vom Rotieren von Zeitschriftengruppen nach Erscheinungsintervallen überhaupt abgegangen worden).
- 4.) Der Erhebungszeitraum sollte verlängert werden (ist geschehen).
- 5.) Besuchs-Wiederholungen und Einschaltung von mehr Interviewern heben das Ergebnis (ist teilweise geschehen; auf Wiederholungsbesuche kommen wir noch zurück).
- 6.) Präzisieren der 5% Nachkontrollen wird gefordert (ist geschehen; wir kommen darauf zurück).
- 7.) Wie kann der "Schwedenschlüssel" richtig angewendet werden? (ist bis heute offen, hauptsächlich weil das ein organisatorisches eher als ein statistisches Problem ist).
- 8.) Es wurde die Hoffnung geäußert, daß es gelingen möge, für die nächste I.A. soviel Vorkehrungen zu treffen, daß keine nachträgliche Gewichtung nötig sei (das Gegenteil war der Fall).
- 9.) Die Unterschiedlichkeit der Reichweiten der beiden Institute (damals DIVO und IfD) ist zu untersuchen (wurde ständig beobachtet; Konsequenz seit 1972: die Anzahl der Institute wurde erhöht - inzwischen bis auf 6. Über ein besonders irritierendes Beispiel für solche Instituts-Diskrepanzen wird im Methodenband der LA 71 berichtet ((39)).
- 10.) Grundlagenforschung sollte betrieben werden. Ein wissenschaftlicher Beirat sollte gegründet werden, der sich dann auch der übrigen, hier nicht aufgeführten Probleme annehmen sollte (das geschah; geforscht wird bis heute).

Daneben gab es im fortlaufenden Text des Gutachtens noch eine ganze Zahl weiterer Hinweise und Anregungen, die diese kleine Broschüre über Jahre hindurch sehr fruchtbar sein ließen - oder noch weitergehend formuliert: Das Kellerer-Gutachten ist so etwas wie eine statistische LA-Bibel gewesen, wie wenige sie auch immer gelesen haben mögen.

Neben den schon erwähnten Statements ist vor allem noch anzuführen, daß sich Hans Kellerer um Ausfälle und Fehlerberechnungen gekümmert hat.

Seine Stärke waren die detaillierten Hinweise, die "kleinen Hilfen" für den LA-Alltag. Das große Modell wurde Kellerer nicht abgefordert. Darum hatte sich zu der Zeit sein amerikanischer Kollege W.E. Deming bereits gekümmert. Die Quintessenz des Kellerer-Gutachtens - und darin liegt sein historischer Wert - besteht in der Einsicht, daß die Effizienz des Projektes Leseranlyse von einer Vielzahl von Faktoren beeinflußt wird, auf die sorgsam geachtet werden sollte, denn leider heben sich diese möglichen Fehlerquellen nicht notwendig gegenseitig auf.

Übrigens geht die Autorität des Gutachtens weit über die Kreise der AGLA/AG,MA hinaus. Noch heute wird es gelegentlich im Zusammenhang mit der wohl nie endenden Kontroverse "Quota - Random" zitiert, die die AGLA/AG,MA glücklicherweise nicht berührt hat.

### 3.2.9.2. Rotation

Nach diesem Block des Kellerer-Gutachtens bleiben einige "kleine" Punkte zu behandeln, die sich mit der Organisation und Kontrolle der MA befassen. Nennen wir als erstes einen Bereich, dessen Zugehörigkeit zum Feldmodell zweifelhaft sein mag: die Rotation, also das Auswechseln verschiedener Befragungsformen im Felde. Zumindest ist hier auf die Wechselbeziehung zu dem Permutationssystem des Schwedenschlüssels zu verweisen, dessen Absicherung Hans Kellerer auch als Problem hinstellte. Rotation und Permutation im Felde sind problembehaftet. Im übrigen aber werden wir die Rotationsformen im Zusammenhang mit dem Erhebungsmodell abhandeln.

### 3.2.9.3.

#### Interviewer-Einweisungen und -Kontrollen

Interviewer-Einweisungen und direkte Kontrollen besaßen besonders anfangs einen großen Aufmerksamkeitswert. Den Empfehlungen Kellerers folgend formulierte die AGLA für die LA 58 Auftragsbedingungen, die von so exemplarischem Wert sind, daß sie im Anhang aufgeführt werden sollen ((40)).

Langsam schwindet das Interesse an der Beteiligung von Einweisungen und Kontrollen durch Delegierte der AGLA. Das sieht dann so aus:

- 1958: Mündliche und schriftliche Einweisungen. 14 Veranstaltungen mit stichprobenweiser Beteiligung von AGLA Vertretern.
- 1960: Mündliche Einweisung der Interviewer; persönliche Kontrolle während der Feldarbeit durch Institut und AGLA.
- 1961: Zentraleinweisung der Außenstellenleiter und Chefinterviewer; damals gruppenweises Training. Persönliche Kontrolle durch Institut und AGLA.
- 1962: Mündliche und schriftliche Einweisung der Interviewer; keine Beteiligung der AGLA mehr.
- 1963: keine Angabe
- 1964 -
- 1966: Mündliche und schriftliche Einweisung. Dazu wird ein Tonband der AGLA verwendet, dessen Niederschrift noch existiert. Darin wird ein mit allerlei Widrigkeiten angefülltes Interview vorgeführt und kommentiert. Es beginnt:  
"Klingell  
Frauenstimme (in reizendem, verführerischen Tonfall)  
'Guten Tag, mein Herr, Sie wünschen? ...'  
usw."
- 1967: Mündliche Einweisung nur der neuen Interviewer.

Von da ab gibt es zum Thema Einweisung nur noch einen Vorgang. Klaus Peter Landgrebe hat zur MA 73 den Instituten einheitliche Interviewer-Hinweise angeboten ((41)), ausführlich und mit fünf Anlagen. Die Institute haben diese Vorschläge jedoch zugunsten ihrer eigenen Methodik abgelehnt. Daß Kontrollen

weiter durchgeführt wurden, beweisen die Angaben der Institute. Eine Beteiligung der AGLA an den Kontrollen gab es letztmalig bei der LA 61 und dann nicht mehr.

Die Berichterstattung über die Kontrollen existiert nicht über alle Jahre.

1958 gibt es ein Sonder-Unternehmen für diejenigen Fälle, die bei der 1. und 2. Welle nicht zum Interview geführt haben.

50% der Gründe waren Nichtantreffbarkeit, Krankheit und Verweigerungen. Bei den Nichtangetroffenen und Kranken kamen noch 60%, bei den Verweigerungen 35% als Interviews herein.

1961 + 1962 gibt es eine kleine Statistik über die schriftlichen und mündlichen Kontrollen, die ausweist, daß die Interviewer im wesentlichen Auswahl-Fehler machen (8,5% bzw. 6,5% der kontrollierten Fälle) und in verschwindend geringem Ausmaß Fälschungen - diese mit der Konsequenz der Entfernung der entsprechenden Fragebögen (Einzelfälle).

1963 - 1968 gibt es eine standardmäßige Darstellung der schriftlichen und mündlichen Kontrollen. Das Verfahren ist stets das gleiche: Schriftliche Kontroll-Fragen gehen an zufällig ausgewählte Adressen, etwa 10% - 15% aller Adressen, von denen rund die Hälfte antwortet.

Die mündliche Nachkontrolle erfolgt, wenn Verdacht auf Unregelmäßigkeiten besteht. Exemplarisch sei der Bericht zur LA 63 hier eingefügt:

"Kontrolle der Feldarbeit

Während der Feldarbeit wurden die Interviewer durch die Außenstellenleiter und Chefinterviewer der beiden Institute überwacht. Die vor jeder "Welle" bei den Instituten hereinkommenden Fragebogen wurden laufend geprüft, kontrolliert und evtl. Beanstandungen den Interviewern sofort zur künftigen Beachtung mitgeteilt.

Außerdem sorgte ein alsbald angestellter Vergleich der Ergebnisse beider Institute miteinander dafür, daß nach jeder Welle erkennbar

wurde, wann größere Differenzen in den beiden Halbsamples auftraten, die auf systematische Unterschiede in der Handhabung des Fragebogens hinwiesen. Diese globale Überwachung der Außenorganisation erwies sich als nützliche Hilfe bei der ohnehin nicht ganz leichten Koordination zweier Institute, von denen jedes natürlich seine eigene "Handschrift" hat.

Neben dieser allgemeinen Aufsichtigung liefen schriftliche Nachfragen bei den Befragten - deren Anschrift ja bekannt ist - und Kontroll-Interviews. Die Auswahl der schriftlich zu kontrollierenden Adressen geschah an Hand von Zufallsziffern, die mündlichen Kontrollen durch nachgehende Interviews wurden gezielt angesetzt, vor allem bei Interviewern, bei denen sich aus der Fragebogenkontrolle oder bei der schriftlichen Nachfrage bei den Befragten Hinweise auf Unkorrektheiten oder fehlerhaftes Arbeiten ergaben. Die folgende Übersicht über die nicht exakt durchgeführten Befragungen ist deshalb keineswegs symptomatisch für die Exaktheit der Feldarbeit, da mit den mündlichen Kontrollen die Schwierigkeiten aufgesucht wurden!

Schriftliche Kontrollen: Einsatz nach Zufallsprinzip

Versandte Kontrollkarten	2.431
Rücklauf	732 - 100%
91% Interview hat stattgefunden	
7% Karte war unzustellbar	
2% Interview wurde nicht bestätigt	

Mündliche Kontrollen: Einsatz gezielt bei negativen Hinweisen

Insgesamt kontrolliert 656 = 5% aller Befragten

Festgestellte Unkorrektheiten:

bei Auswahlverfahren	5% von 656 Fällen
bei Kartenvorlage	4% von 656 Fällen
bei Fragenfolge	1% von 656 Fällen
Interview nicht durchgeführt	3% von 656 Fällen

Insgesamt wurden durch die mündlichen Kontrollen 47 Fälle bemerkt, bei denen entweder Schein-Interviews zugrunde lagen oder aber sehr wesentliche Fehler aufgetreten waren. Selbstverständlich wurden diese Lochkarten entfernt."

1971 -  
1974

wird über die Kontrollen sehr ausführlich berichtet. Ausgesandte Kontrollfrage-Karten gab es zum Beispiel 1971 bei INFRATEST in 59%, bei MARPLAN in 31% der durchgeführten Interviews. Rücklauf etwas mehr als 50%. Alle dubiosen Fälle wurden mündlich kontrolliert. Ergebnis:

#### INFRATEST

- 33 Fälle waren Erinnerungsfehler des Befragten  
(Fragebogen belassen);
- 4 Fälle waren Interviewer-Fehler  
(Fragebogen wurde eliminiert);
- 89 Fälle keine Vorlage der Titelfkarten, usw. durch den Interviewer  
(Fragebogen wurde belassen)

#### MARPLAN

- 119 Fälle Interviewdauer mehr als 15 Minuten; alles o.K.  
(Fragebogen wurde belassen)
- 43 Fälle Fälschungen  
(Fragebogen wurde eliminiert)
- 139 Fälle Erinnerungsfehler des Befragten  
(Fragebogen wurde belassen)

1974 wurden die Kontrollen exzessiv durchgeführt und ausgewiesen. Ab 1975 ging man davon ab, und zwar aus zwei Gründen:

- (1) Die Darstellungen erhalten sehr leicht den Charakter von Pflichtübungen, die wohl den Institutsalltag widerspiegeln, aber auch nicht die Fehler in den nichtkontrollierten Interviews beseitigen.
- (2) Daher wurde das System der inhaltlichen Kontrollen vorangetrie-

ben, dessen Realisierung 1973 begann und das über das Kontrollsystem der Institute hinausgreift. Über das infragestehende Prüfungssystem werden wir noch zu berichten haben.

Eine Zeitlang wurde auch die Anzahl der beteiligten Interviewer als eine interessante Information angesehen.

1954:	581 Interviewer (2 Institute)
1956:	515 Interviewer (2 Institute)
1958:	250 Interviewer (1 Institut; 3 Wellen)
1960:	215 Interviewer (1 Institut; 3 Wellen)
1961:	165 Interviewer (1 Institut; 5 Wellen)
1962:	195 Interviewer (1 Institut; 4 Wellen)
1963:	250 Interviewer (2 Institute; 4 Wellen)
1964:	280 Interviewer (2 Institute; 4 Wellen)
1965:	280 Interviewer (2 Institute; 4 Wellen)
1966:	280 Interviewer (2 Institute; 4 Wellen)
1967:	Angabe in der Form: 10 Interviews pro Interviewer
1968:	7 Interviews pro Interviewer
seit 1969:	keine Information mehr

Die Anzahl der Besuche, um das Interview zu erlangen, wurde vom Auftraggeber AGLA/AG.MA festgelegt und vom jeweiligen Institut im Fragebogen - der vorgegebenen Regelung folgend - festgehalten. Vorgegeben waren:

1954 +	drei Besuche;
1956:	drei Besuche, in den Städten über 100.000 Einwohner vier Besuche;
1960 -	drei Wiederholungsbesuche; bei Jugendlichen und jungen Männern keine Beschränkung; über die Wellen hinweg erneuter Einsatz.

Ausweisung 1963:

Interview kam zustande  
in 57% beim 1. Besuch  
in 31% beim 2. Besuch



in 9% beim 3. Besuch  
In 3% bei weiteren Besuchen.

1964-  
1972: wie vorher, doch Beschränkung auf die Wellen.  
(Das hat die Ausschöpfung übrigens schlagartig von 88.1% 1963 auf 82.1% 1964 gedrückt)

ab 1973: in einer minutiösen Weise auf zwei Einsätze ausgedehnt und mit je bis zu drei (in Extremfällen vier) Wiederholungsbesuchen, so daß theoretisch (in ganz wenigen Fällen auch praktisch) 10 Besuche vorliegen können.

Der exemplarischen Bedeutung dieser Ausweisungen wegen seien im Anhang die Ausschreibung der MA 73 und der Katalog der Ausfälle bei Adressen-Random aufgeführt ((42)).

Die Ausfallproblematik wird nach gesondert behandelt.

Neben der Anzahl der Besuche sind einige weitere Merkmale zum Interview festgehalten worden.

- Dazu gehört die selbstverständliche Fixierung von Befragungsort, Datum und Wochentag. Dies ist durchgängig (mit Ausnahme des Wochentags in 1958) geschehen.
- Die Uhrzeit des Interviews wurde nur 1954, 1956 und ab 1973 festgehalten; bis 1976 in 6 Kategorien und seit 1977 in 14 Kategorien.
- Die Dauer des Interviews wurde nach einer anfänglich fast beiläufigen Erwähnung im Berichtsband der LA 63 mit im Durchschnitt ungefähr 1/2 Stunde, seit der LA 71 durchgängig festgehalten und ausgewiesen.

1971 zum Beispiel:

unter 1/2 Stunde	10.1% der ungewicht. Interviews
30-40 Minuten	26.7% der ungewicht. Interviews
40-50 Minuten	29.2% der ungewicht. Interviews
50-60 Minuten	13.8% der ungewicht. Interviews
länger als 1 Std.	12.9% der ungewicht. Interviews
keine Angabe	7.2% der ungewicht. Interviews

- Der Ort, wo das Interview durchgeführt wurde
  - in der Wohnung des Befragten
  - vor der Tür
  - auf der Arbeitsstätte
  - wo anders, wo?

wurde nur 1958 - 1962 ermittelt und ausgewiesen.

- Die Antreffbarkeit des Befragten zur Zeit des Interviews (gestern, vorgestern, . . . 6 Tage zurück) wurde 1954 erfragt und ausgewiesen, ohne Verwendung à la Politz-Simmons "nights at home formula" in Angriff zu nehmen.

1969 wurde diese Frage wieder aufgenommen: 18.00-20.00 Uhr mindestens eine Stunde zu Hause (gestern, . . . vor 8 Tagen); ab 1970 bis 1974 mit bis zu 7 Tagen.

1969 gibt es dazu im Methodenband Teil 2 eine Sonderausweisung auf den Seiten 83-89; danach bis 1974 eine Ausweisung im Rahmen der Fragebogenzählungen und für 1973 und 1974 zusätzliche Ausweisungen in den Basiszählungen. Danach gibt es diese Information nicht mehr.

Bereitswilligkeit zum Interview und Interesse am Interview wurden als einander ergänzende Informationen zusammengesehen. Sie wurden auch zumelst gemeinsam erhoben und ausgewiesen. Dennoch gibt es Ausnahmen:

1954 +	
1956:	nur Interesse
1958 -	
1962:	nur Bereitswilligkeit
1963	
bis heute:	beides

Lassen wir die im wesentlichen mit der heutigen Fragestellung übereinstimmenden alten Versionen beiseite, so handelt es sich hier bei:

Bereitswilligkeit um die Fragen:

- Befragte Person war ohne weiteres bereit, sich befragen zu lassen
- Befragte Person stand einer Befragung zunächst etwas ablehnend gegenüber
- Befragte Person stand einer Befragung zunächst völlig ablehnend gegenüber und wollte zunächst das Interview verweigern.

und bei Interesse um:

- Befragte Person folgte dem Interview mit Interesse, die Durchführung der Befragung machte keine Schwierigkeiten
- Befragte Person war am Interview teilweise interessiert, die Durchführung der Befragung machte etwas Schwierigkeiten
- Die Durchführung der Befragung machte große Schwierigkeiten; die befragte Person wollte das Interview abbrechen.

Exemplarische Zahlen dazu aus der MA 78, und zwar die drei Kategorien für:

<u>Bereitwilligkeit</u>	65%
	27%
	6%
<u>Interesse</u>	71%
	24%
	4%

Um vorzuführen, wie die Institute den Ablauf des Interviews festhalten, wird im Anhang ein Beispiel der Protokollierung gebracht ((43)).

Eine Ausdehnung des Kontrollbegriffs hat es erstmals offiziell von 1973 auf 1974 gegeben, als aus gegebenem Anlaß die TECHNISCHE KOMMISSION die beiden Studien in ihren Ergebnissen verglich, um gewisse Unterschiede zu erklären ((44)).

Daraus wurde inzwischen eine Institution, die vornehmlich technischen Zwecken dient. Bereits die 1. Welle und dann die gesamte Untersuchung zweier aufeinanderfolgender Jahre werden auf Unterschiede hin überprüft, die aus welchem Grunde auch immer auftreten können. Sind es Unterschiede im Markt, müssen die Ursachen auffindbar oder die Erscheinungen wenigstens plausibel sein.

Sind es technische Fehler der Auswertung, kann man sie abstellen, wenn derartige Vergleichsprüfungen rechtzeitig vor Erscheinen der MA vorgenommen werden.

Die erste Veranstaltung dieser Art fand 1975 in der "Erbismühle" im Taunus statt. Sie wurde protokolliert und mit Erscheinen der MA 75 publiziert ((45)). Ihre Nachfolgerinnen sind intern geblieben.

Primärerhebungen - in der Regel Befragungen - wurden in der Marktforschung nötig, seit deren Aufgabenstellungen mehr und andere Daten forderten, als die vorliegenden Quellen, wie die Amtliche Statistik oder Verbandsstatistiken usw., sie zur Verfügung stellen konnten. Je stärker das Bedürfnis nach "im Felde" erfragten Daten wurde - schriftlich, mündlich, telefonisch oder sonstwie eingesammelt - um so stärker rückte die Erhebung als Vorgang, als Methode in den Mittelpunkt des Interesses und der Aktivitäten der Marktforschung. Zu Recht, denn was auch immer damit nachher geschieht, die Daten braucht man zunächst einmal.

Dies gilt natürlich auch für die Mediaforschung und darin wiederum für die Media-Analysen der AGLA/AG.MA.

Daß Erhebung nicht alles ist, wird noch einmal deutlich, wenn wir an den Feld- bzw. Stichproben-Bereich vorher und den Auswertungsbereich hinterher denken.

In unseren Modellvorstellungen haben wir die Beschränkungen kennengelernt, die hinsichtlich der Anzahl der Befragten vorliegen; im Erhebungsbereich werden uns die relevanten Merkmale beschäftigen. Auch hier sind wir von der Anzahl her Beschränkungen unterworfen, Welche Merkmale werden selektiert, um erhoben zu werden? Grob gesprochen haben wir es mit zwei Merkmalskomplexen zu tun: den Daten zur Medianutzung und den Daten, die die Individuen und Haushalte als Angehörige von "Zielgruppen" beschreiben, um dafür einen gleichzeitig eng (auf verbliche Zielgruppen hindeutend) und weit gefaßten Begriff zu verwenden, der Konsum- und Besitzmerkmale, Einstellungen und Verhalten, Sozio-Demographie und möglicherweise noch mehr umfassen kann. Die Kombination beider Merkmalskomplexe muß so ausgewählt werden, daß daraus in der weiteren Verarbeitung Aussagen zum Insertionswert der Medien abgeleitet und, daß daraus Marketing-Maßnahmen der Medien mit Entscheidungshilfen versehen werden können bzw., was sonst noch an Zielvorstellungen zur Nutzung der MA existiert, bedient werden kann.

Das WAS der Erhebung bildet somit den einen Berichtsteil in diesem Modellbereich. Er beschäftigt sich mit dem Informationsinhalt des Befragungsvor-

gangs, der in der Media-Analyse durchgängig ein mündliches Interview ist.

Daneben steht für diesen Bericht im Erhebungsabschnitt das WIE zur Debatte. Darunter sind die Vorkehrungen zu verstehen, bis schließlich der Kontakt, die Begegnung, das Gespräch zwischen Befragter und Befragtem stattfinden kann und zum Erfolg führt.

Der Interviewer ist ausgestattet mit Fragebogen, Titeltkarten, Listen und dergleichen - und versehen mit Instruktionen, was er nun in welcher Reihenfolge wie tun soll. Bei ihm liegt die Initiative. Der Befragte reagiert, er gibt mit unterschiedlichem Verständnis, mit wechselnder Begeisterung und Kooperationsbereitschaft Informationen ab, die möglichst auch noch mit den "Tatsachen" (was das auch immer sein mag) übereinstimmen sollen. Und es wird Vollständigkeit der Information erwartet.

Diesen Prozeß vom leeren zum vollen Fragebogen gilt es ebenso wie den Informationsinhalt zu beschreiben, das heißt nicht eigentlich den Prozeß selbst, sondern eher die Bemühungen um seine Steuerung. Was geschieht, um die gewünschten Informationen hereinzubekommen? Welche Überlegungen, Vorarbeiten, Experimente sind dafür unternommen worden? Welche Erfahrungen, Vorstellungen und Wünsche der an der Entwicklung des Befragungs-Instrumentariums Beteiligten sind in diese Arbeiten eingeflossen?

25 Jahre Forschung liegen hinter uns und in diesem Bericht vor uns.

4.1.

Die Informationen der Erhebung

Die Darstellung der erhobenen Daten wird der groben Einteilung folgen, die soeben in der Einleitung zu diesem Erhebungskapitel erwähnt wurde:

- Medianutzung,
- Zielgruppenbeschreibung.

So einleuchtend diese Einteilung zu sein scheint, sie ist nicht so sehr darin begründet, wie es beim Befragten, in seinem Erlebnisbereich aussieht, als vielmehr darin, welche Erhebungsziele angesteuert werden. Der Medienbereich bildet in der Befragung das Kernstück. Die übrigen Informationen ranken sich

darum herum - mit im Laufe der Jahre wechselndem Inhalt und Umfang.

Der Befragte ist demgegenüber kein Medienexperte. Der Interviewer veranlaßt ihn, sich zu Vorgängen in seinem Alltag zu äußern, die für ihn im allgemeinen weit weniger Aufmerksamkeit und Interesse besitzen als für die Veranstalter der Media-Analyse. Außerdem fügen sich die Media-Nutzungs-Vorgänge auf ganz unterschiedliche Weise in die anderen erfragten Sachverhalte ein. Der Befragte wird dennoch gleichermaßen Auskunftsperson für den Befragungsgegenstand als Ganzes.

So fließen in den Informationsinhalt in gleicher Weise das Erfordernis ein, bestimmte Daten für die weitere Verarbeitung bis hin zur Verwendung in der Praxis zu gewinnen, wie das Bemühen, die Prozedur der Dateneinholung operational so effizient und präzise wie möglich zu gestalten, gewissermaßen zu optimieren. Insofern spiegeln die erhobenen Daten diese beiden Verursachungsbereiche wider.

4.1.1.

Informationen zur Medianutzung

25 Jahre sind eine lange Zeit, zumal wenn mehrere Entwicklungslinien zusammenlaufen. Die AGLA ist als Zeitschriften-Leseranalyse zusammengetreten. Die AG.MA erhebt inzwischen den Anspruch einer allgemeinen Media-Analyse, die ziemlich vollständig wenigstens die wichtigsten Werbeträger enthält, soweit sie vergleichbar erfaßt werden können. Der Kommunikationsmarkt in sich hat in den einzelnen Sparten zum Teil beträchtliche Veränderungen durchgemacht. Zeitschriften sind gekommen - und gegangen. Auch im Rundfunkbereich haben sich Veränderungen ergeben. Das Fernsehen tauchte auf - und entwickelte sich. Der Lesezirkel hat einen anderen Stellenwert bekommen. Die Zeitungen nehmen einen breiteren Raum ein. Supplements sind hinzugekommen. Die ARBETTSGEMEINSCHAFT hatte sich jeweils darauf einzustellen.

Die Mitgliederzahl hat zugenommen. Zum Teil haben Wechsel stattgefunden, die mit Firmenverkäufen und Zusammenlegungen zusammenhängen, zum Teil sind ganz neue Mitgliedergruppen erschlossen worden - sehr früh Spezialmittler für Lesezirkelwerbung - später Zeitungen, Supplements, Werbungtreibende, Rundfunkanstalten.

116

Die Mitgliedschaft in der AG.MA ist der freien Entscheidung überlassen, sofern nur bestimmte Voraussetzungen erfüllt sind, wie sie in den schon im Teil I in den Literaturhinweisen I/68 und I/69 erwähnten Richtlinien festgelegt sind. Als Faustregel galt lange Zeit 1 Prozent Reichweite für den LpN als Mindestgrenze. Inzwischen sind die sehr viel detaillierteren Regeln auf eine praktisch gleichbedeutende statistische Grenze von 351 Fällen im WNK zurückzuführen. Marktentwicklungen und deren Einschätzung und vor allem der aus der Mitgliedschaft erwartete Nutzen haben Ein- und Austritte und damit die Menge der angebotenen Informationen mitbestimmt.

Neben diesen mehr externen Wandlungsprozessen hat es interne aus dem Charakter der Medien und ihrer Erfassung herrührende Differenzierungen gegeben.

Von Anfang an wurde zwischen erhobenen und ausgewiesenen Medien unterschieden. Dabei lassen wir einmal diejenigen Medien beiseite, die lediglich probeweise dem Erhebungsprogramm beitraten, um dann aus diesem oder jenem Grunde für das eine Mal die Zahlen nicht freizugeben bzw. künftig gar nicht erst teilzunehmen, zum Beispiel, wenn die Bedingungen nicht erfüllt sind.

Daß Erhebung und Ausweisung nicht zwingend übereinstimmen müssen, ist auch ohne einen Hinweis auf politische Gesichtspunkte deutlich. Im Erhebungsbereich ist die Auffassungsgabe und Befragungspraktikabilität ausschlaggebend, im Ausweisungsbereich die Nutzerperspektive des Insertionswertes.

Als es nur um die Zeitschriften und nur um den LpN ging, waren diese Dinge noch verhältnismäßig einfach zu regeln.

Bei Titelfusionen, bei Anzeigenkombinationen oder bei regionaler Verschiedenheit der Titel ein und derselben Zeitschrift mußten die Elementartitel dem Befragten vorgelegt werden - ausgewiesen wurde jedoch nur die übergeordnete Einheit. Typische Beispiele dafür sind:

- NEUER SCHNITT und ELSA HANDARBEIT + WÄSCHE wurden ab 1.10.1962 zusammengelegt. Die Erhebung erfolgte getrennt mit zwei Titelkarten. In der LA 63 wurden sie jedoch gemeinsam ausgewiesen.

- GONG und DER RUNDFUNKHÖRER UND FERNSEHER wurden bis zur MA 76 getrennt erhoben und als ein Titel ausgewiesen.

- DER FRAUENBUND ist eine bayerische Variante der FRAU IM LEBEN.

Die Auswertungskonsequenz sieht folgendermaßen aus: Hat jemand mindestens einen der zusammen auszuweisenden Titel gelesen, gilt er als Leser. Was dabei als Leserschaft herauskommt, ist die sogenannte Nettoreichweite.

Gilt es, irgendwelche übergeordneten Leserqualitäten festzustellen, zum Beispiel 'regelmäßiges Lesen', so wird als regelmäßiger Leser gezählt, wer angegeben hat, mindestens ein originäres Blatt regelmäßig zu lesen.

Etwas anders liegen die Verhältnisse, seit wir die Nutzung von Medien über einen Rechenvorgang ermitteln, der sich an die Erhebung anschließt. Dieser dazwischen geschaltete Rechenvorgang läßt zweimal die Festlegung einer Einheit zu - die des sogenannten Segmentationstitels, also die für die Berechnung einer Nutzungswahrscheinlichkeit zugrunde gelegte Einheit -, sowie die Nutzungseinheit, die wir korrekter und allgemeingültiger - wenn auch bis heute weniger populär - Medienkontakteinheit nennen.

Man kann zum Beispiel die Fernsehnutzung gestern pro Viertelstunde erfragen pro halbe Stunde aber segmentieren. In diesem Fall gilt als Seher gestern für die halbe Stunde, wer mindestens in einer der beiden infrage stehenden Viertelstunden angegeben hat fernzusehen. Die halbe Stunde kann als Medienkontakteinheit verstanden werden. Es lassen sich andererseits mehrere derartige Segmentationseinheiten - etwa Rundfunkhörerstunden - zu Kombinationen zusammenfassen, zum Beispiel drei Stunden am Nachmittag, die dann eine andere Medienkontakteinheit abgeben.

Man kann den Kontakt mit der Lesemappe aus dem Kontakt mit den Lesezirkel-Zeitschriften ermitteln. Man kann aber auch die Kontakte über die einzelnen Gelegenheiten ermitteln, an eine Lesemappe zu gelangen, wie dies seit der MA 79 geschieht.

Überhaupt ist durch das Hinzutreten weiterer Medien die Angelegenheit eher komplizierter geworden - nicht nur der Vergleichbarkeit der Medienkontakt-

einheiten wegen. Die Medien selbst tragen natürlicherweise ihre Eigenart in eine All-Media-Untersuchung hinein. Die regionalen Zeitungen etwa mit ihrer - geographisch - begrenzten Verbreitung erzeugen Stichprobenprobleme sehr spezieller Art und Abfrageprobleme angesichts der Vielfalt der Zeitungstitel, der Kopfblätter und dergleichen. Ähnliches gilt für die Supplements.

Solche nur als Vorbemerkungen zu wertende Betrachtungen haben zu der Überlegung geführt, die Medianutzung in zwei getrennten Abschnitten darzustellen. Da handelt es sich einmal um die Medieneinheiten, die als "objektive" Gegebenheiten eine Art Eigenleben führen - ganz sicher in der werblichen Praxis, aber auch in der Vorstellung der Leser, Seher, Hörer, usw.

Auf der anderen Seite manifestiert sich die Nutzung dieser Medien in Merkmalen, die erfragt, erhoben und später verrechnet werden. Es handelt sich noch immer um dasselbe Medium, ob man den letzten Nutzungsvorgang oder die Nutzung im letzten Erscheinungsintervall ermittelt. Die Aussage über das Medium jedoch ist durch die Merkmalsverschiedenheit eine andere.

#### 4.1.1.1. Die Medien-Einheiten

Die Frage nach den Informationen zur Medianutzung setzt bei den Medien an, über die Informationen eingesammelt und herausgegeben wurden und werden.

Wir werden nach Zeitschriften, Zeitungen, Fernsehen, Hörfunk und so fort zu unterscheiden haben und dabei bis in die Vereinzelung der Medienkontakteinheiten gehen.

#### 4.1.1.1.1. Die Zeitschriften

Generell und damit auch für diesen den Ausgangspunkt der AGLA-Bemühungen ausmachenden Titelbereich legen wir den Zeitraum von 1954 bis 1979 zugrunde.

(wö = wöchentliche Erscheinungsweise;  
14 = vierzehntägliche Erscheinungsweise;  
m = monatliche Erscheinungsweise, in der Abfrage als "in den letzten vier Wochen" gehandhabt)

Unverändert (bis auf Titeländerungen) sind nur wenige Titel geblieben:

- WELT AM SONNABEND (wö - jetzt NEUE WELT)
- DER STERN (wö - jetzt STERN MAGAZIN)
- QUICK (wö)
- BILD UND FUNK (wö)
- FUNK UHR (wö)
- FRAU IM SPIEGEL (wö)
- NEUE POST (wö)
- WELT AM SONNTAG (wö)
- DER SPIEGEL (wö)
- DAS BESTE AUS READER'S DIGEST (m)
- HOBBY (m - ab 27.9.63 - 14)
- ADAC MOTORWELT (m)

1954 begonnen, bislang geblieben, aber andere Titel aufgenommen haben:

- SCHWABE, DER NEUE SCHNITT (m - heute NEUE MODE)
- 7 TAGE (wö)
- DAS NEUE BLATT (wö)
- WOCHENEND (wö)
- REVUE (wö - heute NEUE REVUE)
- HÖR ZU (wö - heute HÖRZU)
- DIE FARBILLUSTRIERTE (14 - ab LA 58 wö, heute BUNTE)  
(ufer)
- HÖREN UND SEHEN (wö - heute TV HÖREN UND SEHEN)
- BRIGITTE, DAS BLATT DER HAUSFRAU (14 - heute BRIGITTE)
- IHRE FREUNDIN (14 - heute FREUNDIN)
- BURDA MODEN (m)

Drei Sonderfälle, 1954 angefangen, nicht immer ausgewiesen, nicht immer mitgemacht, andere Titel aufgenommen, bis heute geblieben:

- STIMME DER FRAU (14 - heute FÜR SIE)
- GONG - DIE RADIOWELT (wö - heute GONG)
- DER KICKER (wö - heute KICKER SPORTMAGAZIN)

Zwei Sonderfälle, gehören als separate Erhebungstitel in andere (Ausweisungs-)

Titel:

- DER RUNDFUNKHÖRER + FERNSEHER (wö - ab LA 65 in Bayern mit separater Titelkarte (aber nur bis MA 76), ausgewiesen mit GONG)
- DER FRAUENBUND (m - ab LA 68 in Bayern zusammen mit FRAU IM LEBEN)

Ehemalige Beteiligungstitel, 1954 angefangen, in andere aufgegangen, die ab 1954 mitgemacht haben:

- ELSA HANDARBEIT + WÄSCHE (m - ab 1.10.62 mit SCHWABE, DER NEUE SCHNITT vereinigt)
- SPORT MAGAZIN (wö - ab 1.10.68 mit KICKER zusammengefügt)
- a b z ILLUSTRIERTE (wö - ab 1.7.56 mit DEUTSCHE ILLUSTRIERTE vereinigt)
- DER HAUSFREUND FÜR STADT UND LAND (wö - ab 1.4.66 zusammen mit 7 TAGE)
- DAS GRÜNE BLATT (wö - ab Sept. 67 zusammen mit DAS NEUE BLATT)
- FILM-REVUE (14 - ab Heft 6/63 mit FREUNDIN zusammen)
- CONSTANZE (14 - ab 3.10.61 wö, in LA 70 in BRIGITTE aufgegangen)
- FUNK + FERNSEH-ILLUSTRIERTE (wö - ab 1.1.60 in HÖREN UND SEHEN aufgegangen)
- FRANKFURTER ILLUSTRIERTE (wö - ab 1.1.63 mit BUNTE, MÜNCHNER ILLUSTRIERTE vereinigt)
- DEUTSCHE ILLUSTRIERTE (wö - nach LA 58 in BUNTE DEUTSCHE ILLUSTRIERTE aufgegangen)
- MÜNCHNER ILLUSTRIERTE (wö - ab 1.10.60 mit BUNTE DEUTSCHE ILLUSTRIERTE vereinigt)
- RADIO REVUE (wö - ab 2.8.61 in HÖR ZU aufgegangen)
- WELTBILD (14 - ab 1.6.61 wö und in REVUE aufgegangen)
- NEUE ILLUSTRIERTE (wö - ab LA 67 in REVUE aufgegangen)
- LIES MIT (14 - 1956 in HAUSSCHATZ aufgegangen)
- HAUSSCHATZ (14 - ab 1957 in FÜR SIE aufgegangen)
- BEYERS FÜR ALLE (m - ab 1.6.63 vereinigt mit BEYERS HANDARBEIT + WÄSCHE)
- BEYERS HANDARBEIT + WÄSCHE (m - ab 1.6.63 mit BEYER MODEN zusammengelegt)

Ehemalige Beteiligungstitel, später als 1954 angefangen, in andere aufgegangen, die 1954 angefangen hatten:

- FILM JOURNAL (14 - ab LA 60, ab 1.8.60 mit FILM-REVUE vereinigt)
- STAR-REVUE (14 - ab LA 56, ab 30.5.61 mit BRIGITTE vereinigt)
- TV FERNSEH-WOCHE (wö - ab LA 60, ab 1.1.62 mit HÖREN + SEHEN vereinigt, LA 62 noch durchgängig eigene Titelkarte)

Titel, die später als 1954 zur AGLA kamen, dann unverändert blieben (jedenfalls ist kein LA-Titel hinzugekommen), bis heute in der AG.MA:

- BILD AM SONNTAG (wö - ab LA 58)
- KOSMOS (m - ab LA 60)
- BRAVO (wö - ab LA 61, erst ab LA 62 ausgewiesen)
- RATGEBER FÜR HAUS + FAMILIE (m - ab LA 62)
- CHRIST + WELT (wö - ab LA 64, heute DEUTSCHE ZEITUNG)
- DIE ZEIT (wö - ab LA 64)
- PARDON (m - ab LA 64)
- SCHÖNER WOHNEN (m - ab LA 65)
- WESTERMANN'S MONATSHEFTE (m - ab LA 65)
- CHIC (m - ab LA 66)
- AUTO MOTOR SPORT (14 - ab LA 66)
- SONNTAGSBLATT (wö - ab LA 66, heute DEUTSCHES ALLGEMEINES SONNTAGSBLATT)
- DIE KATHOLISCHE FRAU (m - ab LA 66, heute FRAU IM LEBEN)
- MERIAN (m - LA 63 nicht ausgewiesen, sonst ab LA 67)
- ICH UND MEINE FAMILIE (m - ab LA 67, heute MEINE FAMILIE + ICH)
- LEBEN UND ERZIEHEN (m - ab LA 68)
- DM-VERBRAUCHER-MAGAZIN (m - ab LA 68, heute DM)
- GUTE FAHRT (m - ab LA 68)
- FRAU (wö - ab LA 69)
- MDT. AUTO KRITIK (14 - ab LA 70, heute MOT/DIE AUTO-ZEITSCHRIFT)
- SONNE (wö - LA 63 und LA 70 nicht ausgewiesen, ab LA 71, heute FRAU MIT HERZ)

- CAPITAL (m - LA 70 nicht ausgewiesen, ab LA 71)
- FREIZEIT REVUE (wö - ab MA 72/I)
- FERNSEHWOCHE (wö - ab MA 72/II)
- AUTO ZEITUNG (14 - ab MA 73)
- DAS MOTORRAD (14 - ab MA 73, heute MOTORRAD)
- MOTOR REISE REVUE (m - ab MA 73)
- DAS GOLDENE BLATT (wö - ab MA 74)
- BAYERNKURIER (wö - ab MA 74)
- PLAYBOY (m - ab MA 74)
- MEIN SCHÖNER GARTEN (m - ab MA 74)
- VITAL (m - ab MA 75)
- SPIELEN UND LERNEN (m - ab MA 75)
- FREIZEITMAGAZIN (wö - ab MA 76)
- MEINE GESCHICHTE (14 - ab MA 76)
- BILD DER WISSENSCHAFT (m - ab MA 76)
- PHOTO (m - ab MA 76, heute PHOTO REVUE)
- RALLYE RACING (m - ab MA 76)
- FUSSBALLWOCHE-SPORTMAGAZIN (14 - ab MA 77)
- TINA (14 - ab MA 77)
- DAS HAUS (m - ab MA 77)
- INTERSKI (m - ab MA 77, heute SKI)
- SPORT AUTO (m - ab MA 77)
- ZU HAUSE (m - ab MA 77)
- ECHO DER FRAU (wö - ab MA 78)
- WIRTSCHAFTSWOCHE (wö - ab MA 78)
- ESSEN + TRINKEN (m - ab MA 78)
- CARINA (m - ab MA 79)
- SELBERMACHEN (m - ab MA 79)
- SELBST IST DER MANN (m - ab MA 79)
- SOZIALDEMOKRAT-MAGAZIN (m - ab MA 79)

Sieben Sonderfälle ehemaliger Titel, sämtlich nur LA 54:

- FUNK-STUNDE (wö - nur im Expertenband ausgewiesen)
- LIBELLE (wö - nur innerhalb der Gattung Frauenzeitschriften ohne Schnittmusterbogen ausgewiesen)

- IBZ - ILLUSTRIERTE BERLINER ZEITSCHRIFT (wö - nur in der Gattung Illustrierte ausgewiesen)
- KIRCHE + LEBEN (wö - erhoben, aber nicht ausgewiesen)
- DIE CHRISTLICHE FAMILIE (wö - erhoben, aber nicht ausgewiesen)
- ILLUSTRIERTE WOCHE (wö)
- SONNTAGSPOST (wö)

Fünf Sonderfälle ehemaliger Titel, die 1954 angefangen hatten und ohne Zusammenlegungen aufgehört haben:

- RHEINISCHER MERKUR (wö - bis LA 58 als RHEINISCHER MERKUR -CHRIST UND WELT- ab MA 80 wieder dabei)
- RHEINISCHER HAUSFREUND (wö - ab LA 58 DEUTSCHER HAUSFREUND ILLUSTRIERTE, stellt 1964 das Erscheinen ein)
- KRISTALL (14 - stellt am 31.12.66 das Erscheinen ein)
- FUNK UM DIE FAMILIE (wö - LA 56 als FUNK + FAMILIE, danach nicht mehr, taucht in dem Erhebungsprogramm der LA 70 als Programmzeitschrift wieder auf, ohne ausgewiesen zu werden)
- WOCHENEND (wö - letztmalig in der MA 77, kommt ab MA 80 zurück)

Zeitweilige Beteiligungen, nach 1954 angefangen, keine Zusammenlegungen:

- EVA MODEN (m - LA 56)
- PRALINE (m - seit LA 56, ab LA 60 14, ab 5.3.68 wö, hört mit MA 77 auf, kommt ab MA 80 zurück)
- EPOCA (m - LA 64 bis LA 70)
- TWEN (m - LA 66 bis LA 71, erfragt, aber nicht mehr ausgewiesen, weil eingestellt)
- SPORT ILLUSTRIERTE (14 - seit Heft 4/73 wö, LA 67 bis MA 74, dort nicht mehr ausgewiesen)
- KONKRET (m - ab Sept. 1968 14, ab Heft 21/73 wö, von LA 67 bis MA 74, dort nicht mehr ausgewiesen)
- JASMIN (14 - von LA 69 bis MA 74, dort nicht mehr ausgewiesen, weil eingestellt)
- BILD DER ZEIT (m - MA 72/II und MA 73, dort nicht mehr ausgewiesen)
- HANDARBEIT (14 - MA 76 und MA 77)

Später als 1954 dazu gekommen, zum Teil zwischendurch aufgehört, bis jetzt geblieben, andere Titel aufgenommen:

- MADAME (m - ab LA 61 ohne Ausweisung erhoben, ab LA 66 ausgewiesen)
- PETRA (m - ab LA 66)
- ELTERN (m - ab LA 67)
- MANN IN DER ZEIT (m - von der LA 60 ab, seit März 1970 14, seit 1970 als WELTBILD)

Seit 1954 beteiligte Titel, die in andere Titel aufgingen, die ihrerseits später als 1954 zur AGLA gekommen waren:

- FILM + FRAU (14 - ab LA 67 als MODERNE FRAU, nach LA 69 mit PETRA zusammengelegt)
- DER FEUERREITER (14 - während der LA 68 mit MANN IN DER ZEIT zusammengelegt, daher in der LA 68 nicht ausgewiesen)

Später als 1954 beteiligte Titel, die in andere Titel aufgingen, die auch erst nach 1954 zur AGLA gekommen sind:

- BERTELSMANN 3 (m - LA 56, LA 58 Übergang zur PRALINE)
- ELEGANTE WELT (m - ab LA 65, nach der LA 69 mit MADAME zusammengelegt)
- ES (m - ab LA 68, nach der LA 69 mit ELTERN zusammengefügt)
- SPORT (m - ab MA 76, ab MA 77 FUSSBALLWOCHE-SPORTMAGAZIN)

Fünf Sonderfälle, nach 1954 nur einmal erhoben, nie ausgewiesen, keine Zusammenlegungen, zum Teil spätere Aufnahme nach nochmaliger Probeerhebung)

- MICKY MAUS (wö - LA 62)
- ZU HAUSE (m - LA 70)
- DAS HAUS (m - LA 70)
- SCHALT EIN (wö - LA 70)
- FUSSBALLWOCHE (wö - LA 70)

Ein Sonderfall - Probeerhebung MA 79 - Aufnahme erst ab MA 80:

- BELLA (wö)

Dem modelltheoretischen Begriff Medienkontakteinheit steht in der Praxis die "belegbare Einheit" gegenüber, aus deren Existenz die Medienkontakteinheit abgeleitet worden ist, wobei wir nicht noch einmal - wie im Teil 1 bei der Erörterung des Modells - auf die Tatsache aufmerksam zu machen brauchen, daß Kontakte begrifflich sehr viel detaillierter sind und dem abzubildenden Medianutzungsphänomen sehr viel näher kommen.

Bei den Zeitschriften haben wir uns darauf beschränkt, die Titel aufzuführen. Wir fügen den Hinweis an, daß die "belegbare Einheit" in der Regel das Heft, die einzelne Nummer ist. Ausnahmen sind in der einen Richtung - zur kleineren Einheit - die Teilbelegungen in geographisch abgegrenzten Gebieten, die durch die Gebietsgrenzen (etwa NIELSEN-Gebiete) identifiziert werden können. In der anderen Richtung - zur größeren Einheit - sind es Tarifkombinationen mehrerer Titel (eines Verlagshauses), die bei entsprechender Rabattgewährung gemeinsam belegt werden können. Das hat sofort Konsequenzen auf die Zählung der "Kontakte", für deren Zählung in den letzten Jahren Vorkehrungen getroffen wurden, wie wir im Auswertungsabschnitt noch erfahren werden.

#### 4.1.1.1.2.

Die Zeitungen

Der erste Schritt von der reinen Zeitschriftenanalyse zur Allmedia-Analyse fand zwar bereits recht früh statt, nämlich in der LA 58. Er war jedoch keineswegs als solcher geplant und daher eigentlich recht zaghaft zu nennen - beinahe wie aus Versehen.

Andere Medien als Zeitschriften dienten als Einleitungsgegenstand der Befragungen - zum 'Anwärmen':

'Meine erste Frage lautet: Haben Sie gestern eine Tageszeitung gelesen? ja-nein.'

Mit sachgerechter Absicht wurde dann ab 1960 gefragt. Es ging allgemein um Tageszeitungen und auf einer Liste um die Kaufzeitungen, regional sowie überregional, und die drei sogenannten überregionalen Zeitungen, die später als TEAM-Zeitungen aufgeführt wurden. Im einzelnen handelte es sich um:



- ABENDBLATT
- BZ
- DER ABEND
- HAMBURGER MORGENPOST
- ABENDZEITUNG
- 8-UHR-BLATT
- BILDZEITUNG
- NACHTAUSGABE
- DER MITTAG
  
- DIE WELT
- FRANKFURTER ALLGEMEINE ZEITUNG
- SÜDDEUTSCHE ZEITUNG

Eingeleitet haben die Fragen nach dem Lesen von Zeitungen das Interview allerdings nicht mehr. Vielmehr wurden die Tageszeitungs-Fragen dem Zeitschriften-Komplex unmittelbar angefügt. Erste Ausweisungen - noch ganz allgemein als Tageszeitungen gestern gelesen - erfolgten erstmals 1961 im Sonderdruck für die Mitglieder, ab 1962 im Berichtsband, ab 1964 in Kategorien gestaffelt, wobei der Kartensatz nach regionalen und überregionalen Kauf- sowie Abonnementszeitungen unterschied. Auf die Titel kam es also gar nicht an.

Ab 1965 wurden die regionalen Abo-Zeitungen nach Auflagenhöhe gestaffelt ausgewiesen, insgesamt in sechs Klassen:

- bis 10.000
- bis 25.000
- bis 50.000
- bis 100.000
- bis 150.000
- 150.000 und mehr.

Von 1965 bis 1968 blieb die Zeitungserhebung und -Ausweisung im wesentlichen gleich.

Mit der LA 69 änderte sich einiges. Vorher schon war aus ABENDBLATT ABENDPOST geworden. Als Titel fällt DER MITTAG weg; ABENDPOST und

NACHTAUSGABE sowie ABENDZEITUNG und 8-UHR-BLATT wurden vereinigt, EXPRESS und NACHTDEPESCHE kommen hinzu. Die regionalen Abonnementstitel werden als erste, zweite und dritte Zeitung aus der Gegend erhoben. 1970 kommt bei den Kaufzeitungen tz - MÜNCHEN als Erhebungstitel dazu.

In der LA 69 wurde die Lesefrequenz anhand eines Acht-Tage-Kalenders für die letzten acht Tage erfragt - neben dem Zeitunglesen gestern, so daß Nutzungswahrscheinlichkeiten berechnet werden konnten. Seit 1970 bis jetzt ist der WLK durch das Lesen in den letzten 14 Tagen festgesetzt, und es ist die 12er Frequenzskala in Gebrauch. Dies entspricht - wie wir noch sehen werden - dem Vorgehen bei den Funkmedien, die erst 1974 andere Wege gingen.

Ab 1969 bis heute werden Fragebogenzählungen ausgewiesen, so daß der unmittelbare Zugang zu den Befragungsergebnissen möglich ist.

Die LA 69 und die LA 70 weisen erstmals in den sogenannten Einzeldarstellungen aus:

<u>LA 69</u>	<u>LA 70</u>
- BILD	- BILD
- 7 KAUFZEITUNGEN	- 8 KAUFZEITUNGEN
- 3 TEAM-ZEITUNGEN	- 3 TEAM-ZEITUNGEN
- ABO-ZEITUNGEN gesamt	- ABO-ZEITUNGEN gesamt
- 74 REGIONALPRESSETITEL	- 80 REGIONALPRESSETITEL
	- KAUFZEITUNGEN gesamt

Mit der LA 71 beginnt die Ära der Segmentationen zur Berechnung der Nutzungswahrscheinlichkeiten. Von da ab müssen wir Erhebungstitel, Segmentationstitel und Ausweisungstitel unterscheiden. Wieder gehen wir bis zur MA 79.

Erhoben wurden in der

	LA 71	MA 72/I	MA 72/II	MA 73	MA 74	MA 75	MA 76	MA 77	MA 78	MA 79
ABENDPOST+NACHTAUSGABE	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
BZ		x	x	x	x	x	x	x	x	x
DER ABEND		x	x	x	x	x	x	x	x	x
HAMBURGER MORGENPOST	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
ABENDZEITUNG/ 8 UHR BLATT		x	x	x	x	x	x	x	x	x
EXPRESS		x	x	x	x	x	x	x	x	x
tz - MÜNCHEN		x	x	x	x	x	x	x	x	x
NACHTDEPESCHE		x	x	-	-	-	-	-	-	-
BILD-ZEITUNG		x	x	x	x	x	x	x	x	x
3 ZEITUNGEN AUS STADT/ GEGEND (alle reg. Titel)		x	x	x	x	x	x	x	x	-
FRANKFURTER ALLGEMEINE ZEITUNG		x	x	x	x	x	x	x	x	x
DIE WELT		x	x	x	x	x	x	x	x	x
SÜDDEUTSCHE ZEITUNG		x	x	x	x	x	x	x	x	x
ACN-ABO-ZEITUNGEN		-	-	-	-	-	-	-	-	x
BRAUNSCHWEIGER ZEITUNG/ASN		-	-	-	-	-	-	-	-	x
HAMBURGER ABENDBLATT/ WIRAKO		-	-	-	-	-	-	-	-	x
HANNOVERSCHE ALLGEMEINE ZEITUNG		-	-	-	-	-	-	-	-	x
MÜNCHNER MERKUR		-	-	-	-	-	-	-	-	x
OBERFRANKENPRESSE		-	-	-	-	-	-	-	-	x
DIE RHEINPFALZ		-	-	-	-	-	-	-	-	x
SCHLESWIG-HOLSTEIN- PRESSE		-	-	-	-	-	-	-	-	x
STUTTGARTER ZEITUNG/ NACHRICHTEN		-	-	-	-	-	-	-	-	x
SÜDBLOCK		-	-	-	-	-	-	-	-	x
W.A.Z.		-	-	-	-	-	-	-	-	x
3 ZEITUNGEN AUS STADT/ GEGEND (restl. reg. Titel)		-	-	-	-	-	-	-	-	x

Segmentiert wurden in der

	LA 71	MA 72/I	MA 72/II	MA 73	MA 74	MA 75	MA 76	MA 77	MA 78	MA 79
REGIONAL PRESSE-TITEL	3	3	3	3	3	-	-	-	-	-
ÜBRIGE REGIONALE ZTG.	3	3	3	3	2	-	-	-	-	-
SONSTIGE ZEITUNGEN	3	3	3	2	3	-	-	-	-	-
STANDORTPRESSE-TITEL	3	3	3	-	-	-	-	-	-	-
RTV-TRÄGERZEITUNGEN	3	3	3	2	-	-	-	-	-	-
BILD	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
REGIONALE KAUFZEITUNGEN	8	8	7	7	7	7	7	7	7	7
TEAM-ZEITUNGEN	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
REGIONALE ABONNEMENTS- ZEITUNGEN	-	-	-	-	-	3	1	1	1	1
MITGLIEDER REG. ABD- ZEITUNGEN	-	-	-	-	-	3	-	-	-	11

Ausgewiesen wurden in der	LA 71	MA 72/I	MA 72/II	MA 73	MA 74	MA 75	MA 76	MA 77	MA 78	MA 79
KAUFZEITUNGEN Insges.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
BILO	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
REGION. KAUFZEITUNGEN	1(aus 8)	1(aus 8)	1(aus 7)	1(aus 7)	1(aus 7)	1(aus 7)	1(aus 7)	1(aus 7)	-	-
ABO-ZEITUNGEN Insges.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
REGIONALPRESSE-TITEL	1(aus 80)	1(aus 80)	1(aus 80)	1(aus 81)	1(aus 77)	-	-	-	-	-
STANDORTPRESSE-TITEL	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-
FRANKFURTER ALLGEMEINE ZEITUNG	-	1	1	1	1	1	1	1	1	1
SÜDDEUTSCHE ZEITUNG	-	1	1	1	1	1	1	1	1	1
DIE WELT	-	1	1	1	1	1	1	1	1	1
TEAM-ZEITUNGEN (ab 78 Liste überreg. Abo-Zeitungen)	1(aus 3)	1(aus 3)	-	-	-	-	-	-	1	1
BRAUNSCHWEIGER ZEITUNG (ab 78 mit ASN)	-	-	-	-	1	1	1	1	1	1
SCHLESWIG-HOLSTEIN-PRESSE	-	-	-	-	1	1	1	1	1	1
STUTTGARTER ZEITUNG (ab MA 79 + STUTTGARTER NACHRICHTEN)	-	-	-	-	1	1	1	1	1	1
LISTE REG. ABO-ZEITUNGEN (5 x in der Woche und mehr)	-	-	-	-	-	1	1	1	1	1
ACN ANZEIGEN-COOPERATION NORDRHEIN (ab MA 78 ABO)	-	-	-	-	-	-	1	1	1	1
ACN ANZEIGEN-COOPERATION NORDRHEIN/EXPRESS	-	-	-	-	-	-	-	-	1	1

131

Ausgewiesen wurden in der	LA 71	MA 72/I	MA 72/II	MA 73	MA 74	MA 75	MA 76	MA 77	MA 78	MA 79
SÜDBLOCK	-	-	-	-	-	-	-	1	1	1
HANNOVERSCHE ALLGEMEINE ZEITUNG	-	-	-	-	-	-	-	1	1	1
ABENDZEITUNG/8 UHR Blatt tz	-	-	-	-	-	-	-	-	1	1
HAMBURGER ABENDBLATT/ WIRAKO	-	-	-	-	-	-	-	-	1	1
MÜNCHNER MERKUR	-	-	-	-	-	-	-	-	1	1
DIE RHEINPFALZ	-	-	-	-	-	-	-	-	1	1
W. A. Z.	-	-	-	-	-	-	-	-	1	1
LISTE ALLER TAGES- ZEITUNGEN	-	-	-	-	-	-	-	-	1	1

132

Zusätzlich gibt es noch Ausweisungen von Tageszeitungen in den Methodenbänden der

MA 72/I	mit Einzeldaten von	87 Zeitungen,
MA 72/II	mit Einzeldaten von	87 Zeitungen,
MA 73	mit Gesamtdaten von	91 regionalen Tageszeitungen,
MA 74	mit Einzeldaten von	91 Zeitungen, in diesem Jahr außerdem detailliert innerhalb eines eigenen Bandes zusammen mit den Funkmedien
MA 75	mit Einzeldaten von	128 Zeitungen

So verwirrend auch zunächst diese Zeitungsübersicht erscheinen mag, so sehr klärt sich das Gefüge, wenn man die Entwicklung in Teilbereichen ansieht.

- Die drei überregionalen Zeitungen - FRANKFURTER ALLGEMEINE ZEITUNG, SÜDDEUTSCHE ZEITUNG und DIE WELT - sind für den Berichtsraum LA 71 bis MA 79 durchgängig und stets per Titellisten erhoben und auch einzeln segmentiert worden.
- Acht Kaufzeitungen sind ebenfalls durchgängig per Titelliste erhoben und einzeln segmentiert worden (zu Anfang bis zur MA 72/I und auch noch die NACHTDEPESCHE). Ausgewiesen wurde ständig BILD, die übrigen 7 bzw. 8 Kaufzeitungen bis zur MA 77 zusammen, ab MA 78 jedoch mit BILD zusammen. Einzelausweisungen erfolgten erst, nachdem einzelne der Kaufzeitungen Mitglied der AG.MA geworden sind, also erst von der MA 78 ab, und zwar für die ABENDZEITUNG / 8 UHR BLATT und für tz aus München. Der EXPRESS erscheint nur im Verbund mit ACN (ebenfalls ab MA 78).
- Von den regionalen Abo-Zeitungen ist lange Zeit nur in Zusammenfassungen berichtet worden. Die STANDORTPRESSE-Titel waren nur in der MA 71 und den beiden MA 72-Teilen enthalten. Die REGIONALPRESSE-Titel erschienen separat, solange die ARBEITSGEMEINSCHAFT REGIONALPRESSE an der Veröffentlichung (auch finanziell) interessiert war - von 1971 bis 1974. Die RTV-Trägerzeitungen (von 1971 bis 1973 ausgewiesen) wurden - wie wir noch sehen werden - von RTV Radio + Television in direkt erfragter Form abgelöst.
- Während die Titellisten-Abfrage für die überregionalen und Kaufzeitungen

einer Anregung aus einer BILD-Studie folgend seit 1968 in Gebrauch ist, wurden die regionalen Abo-Zeitungen weiterhin bis zur MA 78 mit der offenen Frage nach der 1., 2. und 3. Zeitung in der Stadt, in der Gegend abgefragt. Demgegenüber verwandte die letzte große vom BUNDESVERBAND DEUTSCHER ZEITUNGSVERLEGER 1966 veranstaltete Untersuchung für alle Zeitungen Titellisten ((46)).

Als die Bemühungen um eine kooperative Mitgliedschaft der ARBEITSGEMEINSCHAFT REGIONALPRESSE gescheitert waren, wurde der Weg frei für die Einzelmitgliedschaft von Zeitungen - regionalen Abo- wie Kaufzeitungen.

Zwei Voraussetzungen waren methodisch zu schaffen bzw. zu überlegen. Einmal mußten das Stichproben-System und das Feldmodell daraufhin besehen werden, ob sie nach den Reformen 1971 bzw. 1973 den regionalen Erfordernissen standhielten. Das konnte bejaht werden, zumal die Regionalprobleme der Medienerhebung und der Nutzung der Media-Analyse sowieso einen wesentlichen Beitrag am Zustandekommen des neuen Systems geleistet hatten.

Und dann bestand bei den Zeitungen die einhellige Meinung, daß Titellisten unbedingt erforderlich seien, um Benachteiligungen gegenüber den nationalen Medien zu entgegen. Auf diese Weise ist in der MA 79 erstmals für die Zeitungs-Mitglieds-Titel (und übrigens von der MA 80 ab für alle Zeitungen) das Lesen anhand von Titellisten ermittelt worden.

In der MA 79 wurden dazu 211 Titellisten in 261 verschiedenen Befragungsgebieten (Sampling Points) eingesetzt - im Durchschnitt 11, maximal 22 - neben den Titellisten für die übrigen Medien natürlich. Daneben wird dem Befragten die Gelegenheit geboten, weiterhin bis zu drei regionale Titel zu nennen, die er bei den vorgelegten Titellisten nicht vorgefunden hat.

- Die Ausweisungen folgen der Regel, daß neben Gesamtlisten von Zeitungen nur Mitglieds-Titel in Einzeldarstellungen bzw. in den vergleichenden Übersichten erscheinen sollen. Nachdem aber von der MA 80 an die Verhältnisse sich noch einmal verändern werden - wegen der Titellisten-Abfrage für alle Zeitungen -, gehen die Überlegungen und Verhandlungen über die

Nutzung der Zeitungsinformationen in verschiedener Richtung weiter, ohne daß jetzt schon abzusehen wäre, worauf man sich aufgrund der erst noch zu machenden und auszuwertenden Erfahrungen einigen wird.

- Bei den Segmentationen lautete die Generalregel zunächst: pro Titeltkarte eine Segmentation zur Berechnung der Nutzungswahrscheinlichkeit. Daneben gab es aber Ergebnisse aus den drei Fragen nach Zeitungen in der Gegend. Bis 1974 ist man hier für die verschiedenen Zeitungsbereiche getrennt vorgegangen - was natürlich zu Überlappungen führte. 1975 ist man dazu übergegangen, drei Segmentationen für die Mitglieds-Titel BRAUNSCHWEIGER ZEITUNG, SCHLESWIG-HOLSTEIN-PRESSE und STUTTGARTER ZEITUNG getrennt durchzuführen und für den Rest der regionalen Abo-Zeitungen je eine Segmentation für die 1., 2. und 3. genannte Zeitung. Diese Regelung wurde 1976 durch ein Vorgehen abgelöst, das die drei Zeitungsangaben zu einem künstlichen Brutto-WLK zusammenfaßt und dann bis zu 64 Segmenten hin eine Aufteilung vornimmt. Die darin enthaltenen Titel, soweit sie einzeln auszuweisen waren, wurden dann aus diesem Gesamtbestand herausgefiltert und als "Kombination" der drei Nennungen verrechnet.

1977 wurde die Zahl der Segmente für die übrigen Titel (also auch Zeitschriften, usw.) von 16 auf 32 verdoppelt. 1978 fand eine Trennung nach dem Geschlecht statt (Männer und Frauen erhielten im WLK pro Titel bis zu 32 Segmente).

Dies alles erklärt die recht geringe Anzahl von Segmentierungen im Zeitungsbereich. Erst mit der Einführung der Titeltkarte für die Mitglieds-Zeitungen in der MA 79 löste diese elf aus dem allgemeinen Segmentationsprozeß der regionalen Abo-Zeitungen heraus.

- Eine abschließende Bemerkung zu Zeitungen erscheint angebracht. Die Definition einer Einheit ist eigentlich von Anfang an nur an die tatsächlichen Verhältnisse angelehnt worden. Genau widerspiegeln ließ sich die Lesewirklichkeit nie. Der LpN ist ein Leser im Erscheinungsintervall. Bei Monatszeitschriften sind es sogar nur vier Wochen, die als Erscheinungsintervall abgefragt werden.

Die sogenannten Tageszeitungen erscheinen in der Regel sechsmal in der

Woche - einige seltener. Nach den neuen Richtlinien von 1978 ist für Tageszeitungen sechsmaliges Erscheinen in der Woche Voraussetzung für die Behandlung in der MA. Bis 1962 wurde nach dem Lesen gestern gefragt; 1963 bis 1966 zusätzlich nach gestern oder vorgestern, sofern es sich um ein Montagsinterview handelte. Seit 1967 wurde das letzte Lesen (wie bei den Zeitschriften) erfragt, und zwar im Hinblick auf gestern bzw. gestern oder vorgestern in Montagsinterviews.

Von der LA 69 an ist eine Regelung im Gebrauch, die einigen speziellen Sachverhalten Rechnung trägt:

Bei Tageszeitungen außer Berliner Tageszeitungen wird bei Montagsinterviews oder Interviews nach einem Feiertag der Leser vorgestern dem Leser gestern zugeordnet und bei Doppelfeiertagen der Leser vorgestern oder vor drei Tagen dem Leser gestern zugeschlagen.

Bei den Berliner Tageszeitungen

- BERLINER MORGENPOST,
- TAGESSPIEGEL,
- (TELEGRAF),

und neuerdings für alle Lübecker Zeitungen, die am Montag und an einem Tag nach einem Feiertag nicht erscheinen, wird bei Dienstag-Interviews oder Interviews zwei Tage nach einem Feiertag der Leser vorgestern dem Leser gestern zugeordnet. Bei Doppelfeiertagen wird bei Interviews zwei Tage nach dem Feiertag der Leser vorgestern oder vor drei Tagen dem Leser gestern zugeschlagen.

Diese Regelung gilt heute noch. So praktikabel sie sein mag, diskutiert wurde sie immer wieder. Die Nicht-Tages- und Nicht-Wochen-Zeitungen (die zwei- bis fünfmal wöchentlich erscheinen) werden ebenso wenig wie die Anzeiger abgefragt. Die Wochenendausgaben bilden eigentlich eine Medieneinheit für sich, ja im Grunde genommen die Ausgabe aller Wochentage einzeln. Für die Berechnung von Nutzungswahrscheinlichkeiten hätte es Konsequenzen, wenn man darauf einginge. Dieser Komplex wird in der Zukunft sicher wieder aufgegriffen werden.

- Neben diesen mehr technischen Problemen der Einheit im Tageszeitungsbereich gibt es ein größeres, praxisbezogenes, das zwangsläufig bis heute in

Arbeit ist. Der naiven Vorstellung, die kleinste belegbare Einheit im Tageszeitungsbereich sei die einzelne Zeitung, steht die Praxis der Tageszeitungsvielfalt entgegen. Es gibt Teilausgaben, Kopfblätter, Tarifgemeinschaften, Tarifkombinationen, die sich innerhalb einer Zeitung überlappen, Fusionen, usw., usw.

Von dem Augenblick an, da Listen von Tageszeitungen aus den Angaben der Befragten destilliert werden mußten, sind in den Marktforschungsinstituten Zusammenstellungen aller vorgekommenen Nennungen vorgenommen worden, die eine Zuordnung erleichtern sollten. Diese Bemühungen hat die MMC aufgegriffen und systematisch einen Tageszeitungs-Code entwickelt, der von der MA 76 an den Instituten als Vorgabe gedient hat, bis von der MA 79 an eine Neuauflage erforderlich wurde, die dann unter "MA 80" herauskam und die den inzwischen gewachsenen Ansprüchen gerecht werden konnte.

Daneben gibt es eine "Hierarchie", in der von der größten bis hinunter zur kleinsten belegbaren Einheit - mit der Zwischenstation der durch Titeltkarten abgefragten Einheiten - die Zeitungslandschaft abgebildet wird, soweit es für die Zwecke der AG.MA erforderlich ist.

Daß dieser Prozeß noch nicht abgeschlossen ist, hängt mit der schon erwähnten Entwicklung auf dem Zeitungssektor der AG.MA überhaupt zusammen.

#### 4.1.1.1.3. Die Supplements

Diese Mediengattung bestand lange Jahre nur aus RTV - dem Produkt des Deutschen Supplement Verlages in Nürnberg -, eine Programm-Beilage für Tageszeitungen. Da sie jedoch schon ein wesentlicher Faktor im Medienbereich war, wurde dem von der LA 71 ab insofern Rechnung getragen, als man die Trägerzeitungen (1., 2., 3. Zeitung) ermittelte, in drei Segmentationen für sich behandelte und sie zu einer Kombination zusammenfügte, um von diesen Zeitungen auf das Supplement RTV schließen zu können. Das war jedoch nur begrenzt möglich, weil eine Identität von RTV-Lesern und Trägerzeitungs-Lesern generell nicht unterstellt werden kann. Es gibt Abweichungen in beiden Richtungen.

Tabellarische Ausweisungen erfolgten weiter nicht. 1973 wurde der Deutsche

Supplement Verlag Mitglied der AG.MA. In der MA 73 überlappte sich die Ermittlung der Trägerzeitungen mit der Direkterfragung von RTV - mit Titeltkarte nach den Zeitungen - in einem Extrabefragungsgang.

Die Supplements entwickelten sich. Zur MA 75 kam IWZ dazu, wurde aber erst ab 1976 ausgewiesen. Seit der MA 78 gehören auch BWZ und PRISMA dazu. Wahrscheinlich wird sich diese Sparte in dem Maße, in dem sie - auch mit anderen Inhalten als dem Programm - im Markt aufkommt, künftig auch in Media-Analyse zeigen.

Als belegbare Einheit gilt bei den Supplements - wie bei den Zeitschriften - im Prinzip das einzelne Heft.

#### 4.1.1.1.4.

#### Die Lesemappe

Lesezirkel, Lesemappe, gelegentlich auch Büchermappe genannt, bezeichnen eine auf Deutschland und wenige angrenzende Staaten beschränkte Vertriebsform von Zeitschriften. Die Zeitschriften werden in Schutzumschläge getan und nicht verkauft, sondern jeweils ungefähr zehn Titel zugleich vermietet. Wöchentlich werden sie ausgetauscht, wobei ein Abonnent stets Hefte bekommt, die ein gleiches Alter - vom Erscheinungsdatum an gerechnet - aufweisen, also entweder neue Hefte, wie vielfach in öffentlicher Auster- oder solche, die eine, zwei, drei oder noch mehr Wochen alt sind.

Daß die Zeitschriftenexemplare, die im Lesezirkel verbreitet werden, eine besondere Beachtung verdienen, weil jedes Exemplar in der Regel von mehr Menschen gelesen wird, als dies für Einzelverkaufsexemplare oder im Zeitschriftenabonnement bezogene Hefte zutrifft, hat von Beginn der AGLA bis heute zu entsprechenden Vorkehrungen bei Erhebung und Ausweisung geführt. Man erhebt die sogenannte Bezugsart, die aber nicht nur der damit erreichten Leserschaft wegen von Bedeutung ist. Im Rahmen einer Zeitschrift spricht man von einem durchschnittlichen Lesezirkel-exemplar, dessen Chance als Werbeträger damit gemessen wird. Daneben ist die Lesemappe selbst - als Ganzes gesehen - ein Werbeträger, vornehmlich für Aufkleber und Beihefter.

Von Beginn an - also 1954 - sind Spezialmittler für Lesezirkelwerbung Mitglieder der AGLA, bis ab 1978 der VERBAND DEUTSCHER LESEZIRKEL Mitglied wurde.

1954 waren es lediglich die titelbezogenen Angaben zur Lesemappe, die erhoben und ausgewertet wurden, obwohl rein theoretisch die Lesemappenleserschaft als Leserschaft eines durchschnittlichen Lesezirkel-exemplars ebenso wie die Kombinationsleserschaft der Mappe hätten ausgezählt werden können. 1956 wurde erstmals - im sogenannten statistischen Teil der Befragung - nach der Lesemappe gefragt, und das gleich sehr ausführlich. 1958 bezog sich die Lesemappenerfragung nur auf die im Hause abonnierte Lesemappe. Die Frage war Bestandteil der Einleitungsfragen zum Interview.

Die Lesemappen-Fragen wurden daraufhin wieder ausführlicher und blieben es bis 1966. Sie standen im Einleitungsteil. Zusätzliche Sonderfragen gab es in der LA 60 und LA 62 gegen Ende des Fragebogens. 1967 wurden die Lesemappen-Fragen wieder knapper. Sie standen nunmehr im hinteren Teil des Fragebogens. 1968 wurden sie nur in der 3.000er Stichprobe gestellt, deren Ergebnisse durch Fusion der 12.000er Hauptbefragung hinzugefügt wurden.

Um keinen Irrtum aufkommen zu lassen: die Bezugsart Lesezirkel ist durchgängig erhoben worden, was zum Beispiel für die LA 67 - in der erstmals eine Art Schema im Fragebogen verwendet wird - bedeutet, daß sich die Frage nach der Bezugsart auf das LpN-Exemplar (LZ oder nicht) bezog. Die Ausweisung der Bezugsart LZ wird im Rahmen der Informationen zur Mediennutzung behandelt.

Die Ausweisung der eigentlichen Lesemappen-Informationen hingegen erfolgte von 1962 bis 1968 in der knappen Form: Lesemappe im Haus und regelmäßiger Mitleser, nachdem 1961 in einem Sonderdruck für Mitglieder darüber Auskunft erteilt worden war.

Seit 1969 ist das Modell der Nutzungswahrscheinlichkeiten konsequent und daher auch auf die Lesemappe angewandt worden, und zwar so - wie im folgenden geschildert - bis zur MA 78. Sie wird als Kombination aufgefaßt, die sich aus denjenigen Zeitschriften zusammensetzt, die eine nennenswerte Lesezirkelaufgabe aufweisen. Als nennenswert werden erst ungefähr 10.000 Exemplare angesehen. Außerdem müssen bestimmte Mindestfallzahlen von Lesern in der Stichprobe vorhanden sein. Erst waren es 100 Leser in den letzten drei Erscheinungsintervallen. Inzwischen waren es 200 Leser in den letzten zwölf Erscheinungsintervallen. Schließlich waren es nur noch 150 Leser in den letzten

zwölf Erscheinungsintervallen. Das hängt mit der jeweiligen Stichprobengröße zusammen. Ungefähr werden auf diese Weise 20 LZ-Titel definiert, die von Jahr zu Jahr unbedeutend wechseln.

Als LZ-Leser gilt, wer das zuletzt gelesene Exemplar im Lesezirkel gelesen hat. Die Kombination gibt die Nettoreichweite von Zeitschriftenexemplaren im Lesezirkel wieder. Die Ausweisung ist ab 1969 sehr ausführlich. Sie entspricht den Einzeldarstellungen auch anderer Titel. Seit 1970 wird zusätzlich  $\sigma$  durchschnittliche Lesezirkelzeitschrift in ihrer Nutzungswahrscheinlichkeit errechnet und ausgewiesen (unter der Annahme von im Durchschnitt 9 Heften pro Mappe). Die Berechnung 1970 erfolgte noch als sogenannte 'bedingte Wahrscheinlichkeit' wie auch für die Blöcke von Werbefunk und Werbefernsehen, die dann allerdings für 1970 mit einer etwas veränderten Methode wiederholt wurde. An diese Methode erfolgte 1971 die Angleichung auch für die durchschnittliche Lesezirkelzeitschrift.

Sie wird als Zeitschrifteninformation auch weiter beibehalten. Die Basis für diese Berechnungen bildet die Ermittlung der Bezugsart, die allerdings den Lesezirkel besonders herausstellt. Dennoch wurden immer wieder Stimmen laut - speziell im VERBAND DEUTSCHER LESEZIRKEL e.V. -, die darauf hinwiesen, daß die Ermittlung der Lesemappennutzung über die Einzelzeitschriften dem Medium Lesemappe nicht gerecht würde.

Nach eigenen Experimenten des Verbandes und Verhandlungen mit den entsprechenden Gremien der AG,MA wurde ein Befragungsmodell zur Lesemappe erstmalig in die MA 79 aufgenommen, das die unterschiedlichen Möglichkeiten, an die Mappe heranzukommen, berücksichtigt, insbesondere die sogenannte öffentliche Auslage. Nach den positiven Erfahrungen mit diesem Modell wird man es beibehalten bzw. sogar noch ausbauen, um eventuell auch auf diesem Wege noch zu Aussagen für ein durchschnittliches Heft in einer Mappe kommen zu können.

Belegbare Einheiten sind die gesamte Lesemappe und die einzelnen Schutzumschläge.

Erst die LA 58 fragte erstmals nach dem Kinobesuch, verwandte diese Fragen jedoch als Identifikationsfragen für den Zeitraum von 14 Tagen. 1962 wurde zusätzlich nach 'gestern im Kino gewesen' gefragt. Außerdem wurden die Kino-Informationen erstmals ausgewiesen. Seit 1963 ist der Zeitraum von 14 Tagen auf eine Woche reduziert, die Frage nach dem gestrigen Besuch ist wieder weggefallen. Das blieb so bis einschließlich zur LA 66.

Die LA 67 fragte nach dem letzten Kinobesuch und wies ihn auch in den erfragten vier Zeitabschnitten aus (sieben Tage war der kürzeste Zeitraum). In der LA 68 wurde Kino gleich behandelt, jedoch nur in der 3.000er Fusionsstichprobe erhoben (wie schon die Lesemappe). In der LA 69 und LA 70 wurden sechs bzw. sieben Kategorien verwendet, Kino wurde aber nicht ausgewiesen.

Von der LA 71 an wird Kinobesuch ebenfalls wie bei den anderen Medien über Nutzungswahrscheinlichkeiten ermittelt. Das heißt, man fragt nach dem letzten Kinobesuch, nimmt zwölf Monate als weitesten Nutzerkreis, verwendet eine verbale Siebenerskala und nimmt die letzten sieben Tage als Medienkontakteinheit, eben auch als Maßstab für die belegbare Einheit, wie diese auch immer konkret sein mag. Das ist bis jetzt so geblieben.

Die Ausweisung erfolgt in den vergleichenden Berichtsbänden - ebenfalls seit der LA 71. Eine Ausweisung in den Einzeldarstellungen wurde nicht vorgenommen. Sie ist den Mitgliedermedien vorbehalten. Das wird sich mit der MA 81 ändern, wenn der Verband der Film- und Diawerbung Mitglied geworden sein wird.

Medien, die nicht Zeitschriften sind, haben auf ganz verschiedene Weise Eingang in die AGLA gefunden. Das zeigte sich bereits bei Zeitungen, Supplements, Lesemappen und Kino. Entsprechendes gilt auch für den Hörfunk und das Fernsehen.

1958 wurde erstmals nach Rundfunkhören, und zwar nur zum Anwärmen, im Eingangsteil des Interviews gefragt - nach dem überhaupt und dem Abend-

programm in den letzten sieben Tagen. Das war der gleiche Anfang wie für Zeitungen, Lesemappen und Kino (dies letztere allerdings zur Zeitidentifikation von 14 Tagen).

Seit 1960 sind Rundfunk- und Fernseh-Fragen fester Bestandteil des Fragebogens, wenn auch recht unterschiedlich, zum Beispiel von 1960 bis 1963 gleich auf zweierlei Weise. Als Freizeitbeschäftigung wurde 1960 bis 1963 auf eine offene Frage Rundfunkhören und Fernsehen neben einer Reihe andere Tätigkeiten genannt - von 1961 bis 1963 übrigens auch ausgewiesen.

1960 begann man, nach der Erfragung der Zeitschriftenlektüre Tageszeitungen, Lesemappen-Abonnement und Werbefunk im Radio sowie Werbefernsehen - beides auf gestern bezogen - abzufragen.

Ein Sonderdruck nur für Mitglieder der AGLA 1961 ((47)) weist bei gleicher Fragestellung wie 1960 im Rahmen der Anderen Werbeträger, die damit erstmals aktenkundig wurden, neben Zeitunglesen, Lesemappe und Kinobesuch auch Werbefunkhören und Werbefernsehen aus. Von da ab erweitert sich der erhobene Sachverhalt ständig. Die LA 62 ergänzt den Werbefunk gestern um die abgefragte Uhrzeit.

Dies ist der frühe Anfang einer Ermittlungsweise, die heute noch benötigt und in der Form von Zeitabschnitten eingesetzt wird. Die Ausweisung der Anderen Medien (und damit auch von Werbefunk und Werbefernsehen) erfolgt nunmehr regulär.

Die LA 63 verändert lediglich die Frage nach der Nutzung gestern. Es wird dabei nach Radio allgemein und Werbefunk gefragt. Die LA 64 geht auf eine mediengerechtere Abfrage für Werbefunk und Werbefernsehen über. Werbefunk wird nach Sendungen abgefragt, also nach Sendern und Zeitabschnitten; Werbefernsehen nach dem ersten und zweiten Programm, wobei zwischen dem Sehen in der Zeit von 18.00 bis 20.00 Uhr und dem echten Werbefernsehen unterschieden wird. Auch das war nur ein Anfang. Die Erfragungsmethode ist weiterhin Wechseln unterworfen gewesen.

Auch die Ausweisungshistorie ist wechselhaft. Die LA 64 bringt zusätzliche Tabellen, unter anderem zu Anderen Medien, und damit auch zu den Funkme-



dien. Die LA 65 weist erstmals Uhrzeiten für Werbefunk und Werbefernsehen aus, nachdem nun für das Werbefernsehen ebenfalls die Uhrzeit abgefragt wird.

Die LA 66 fragt zusätzlich zur Uhrzeit beim Werbefernsehen die Sender ab, womit für die Funkmedien praktisch der gleiche Informationsstand vorliegt.

Konsequenterweise werden 1966 erstmals für beide Funkmedien senderweise Reichweiten in den Bundesländern, und zwar bereits für einen durchschnittlichen Werbeblock - modern wie noch heute! - ausgewiesen. 1967 gerät das Werbefernsehen in der Abfrage vor den Werbefunk - und beides an den Anfang des Interviews, also vor die Presse. Bislang war die Reihenfolge umgekehrt. 1968 bleibt das so.

Die nächsten drei Analysen 1969, 1970 und 1971 unterscheiden sich von den vorausgegangenen durch die Frequenzangaben, die in Nutzungswahrscheinlichkeiten umgerechnet werden. Das entspricht der Modellvorstellung, wie sie prinzipiell für die Pressemedien bereits publiziert wurde. Technische Unterschiede können hier beiseite gelassen werden.

Die drei Analysen unterscheiden sich untereinander insofern, als 1969 die Rundfunkfragen nach Sendern, Regelmäßigkeit des Hörens, dem Werbefunkhören der letzten acht Tage und in sechs Zeitabschnitten für gestern am Anfang der Befragung standen, während die Werbefernsehfragen nach dem Presseteil standen und als Zeitangabe nur 18.00 bis 20.00 Uhr in den letzten acht Tagen umfaßten.

Ausgewiesen wurden Werbefunk, Werbefernsehen in den Vergleichenden Übersichten und Werbefunk, ARD sowie ZDF Werbefernsehen in den Einzeldarstellungen.

1970 begann im Prinzip jene Befragungsweise der Funkmedien, die bis 1973 praktiziert wurde; von Jahr zu Jahr ein wenig modifiziert, im Kern jedoch gleich: über Filterfragen der WHK bzw. WSK (Weitester Hörer- bzw. Seherkreis) als Hörer bzw. Seher der letzten 14 Tage, Zwölferskala als numerische Frequenzfrage, gestern als Einheit für die aktuelle Nutzung, diese unterteilt nach Zeitabschnitten. Für 1970 waren es sechs für Werbefunk, vier für Werbefernsehen.

1970 erfolgte die Berechnung der Nutzungswahrscheinlichkeiten auf zweierlei Weise. Einmal als Wahrscheinlichkeit, mindestens einen Zeitabschnitt von Werbefunk oder -fernsehen pro Tag, zum andern genau einen Zeitabschnitt pro Tag gesehen oder gehört zu haben.

Ausgewiesen wurden neben den durchschnittlichen Sendezeiten pro Sender die Zeitabschnitte pro Sendetag und Zusammenfassungen für ARD und ZDF, das alles in den Vergleichenden Übersichten.

Jedoch erfolgten keine Ausweisungen in den Einzeldarstellungen. Solche Ausweisungen sind seither von der Mitgliedschaft in der AG.MA abhängig!

1970 war die Fragen-Reihenfolge (nach der Presse) noch erst Hörfunk, dann Fernsehen; ab 1971 erst Fernsehen, dann Hörfunk.

Die LA 71 bringt nur noch die Berechnung für jeweils einen Zeitabschnitt für die Funkmedien, also nicht mehr die Mindest-Kontaktinformation. Die Berechnung der Nutzungswahrscheinlichkeiten wird 1971 erstmals überhaupt - also für die Presse und die übrigen Medien - über Segmentationen durchgeführt.

Damit beginnt die Möglichkeit der Variation von Erhebungseinheit und Segmentierungseinheit auf dem Niveau der Zeitabschnitte - wie es seit 1971 geschieht - und damit letztlich auch die Möglichkeit der pro Zeitabschnitt unterschiedlichen Definition der Weitesten Seher- bzw. Hörerkreise mit der Reduktion der Funkmedienfrequenzskala auf sechs Punkte, was allerdings erst ab 1974 praktiziert wird. Seit 1972 wird an den Funkmedien weiter experimentiert, wovon noch zu berichten sein wird.

Um mehr Übersicht zu gewinnen, erscheint es zweckmäßig, tabellarische Aufstellungen einzufügen, die sich jedoch nur auf Werbefunk und Werbefernsehen beziehen, das heißt, welche die Umfeldfragen zu Hörfunk und Fernsehen und auch die Unterhaltungssendungen zwischen den Fernsehblocks, wie sie 1967 und 1968 direkt erfragt wurden, außer acht lassen. Dies gilt allerdings nur bis 1972. Ab 1973 wird nur noch Rundfunkhören erfragt, ab 1974 nur noch Fernsehen, beides eingebettet in sehr detaillierte Zeitabläufe.

#### Erhebungsbereich Werbefunk

- 1964 Werbefunk gestern, nach Werbesendungen (Sender und Uhrzeit)  
1965 dito  
1966 dito  
1967 dito, zuzüglich für Radio Luxemburg die Uhrzeit offen  
1968 dito

#### Ausweisungsverfahren Werbefunk

- 1964 Werbefunk gestern  
1965 Werbefunk gestern vor 10.00, 10.00-16.00, nach 16.00 Uhr, Radio Luxemburg gestern  
1966 Werbefunk der Sender BR, RB, SFB, HR, SAAR, SDR, SWF, RL aufgeteilt nach vor 10.00, 10.00-12.00, 13.00-17.00, nach 17.00 Uhr  
1967 dito  
1968 dito, aber aufgeteilt nach: bis 9.59, 10.00-12.59, 13.00-16.59, 17.00 Uhr und später

#### Erhebungsbereich Werbefernsehen

- 1964 Werbefernsehen gestern 18.00-20.00 Uhr, 1. Programm, 2. Programm, beide  
1965 dito und wann innerhalb 18.00-20.00 Uhr  
1966 dito und senderweise  
1967 Werbefunksendungen gestern (Blöcke nach Sender und Uhrzeit)  
1968 dito

#### Ausweisungsverfahren Werbefernsehen

- 1964 wie Erhebung  
1965 dito und zusätzlich für 1. Programm vor 19.00, 19.00-19.30, 19.30-19.45, 19.45-20.00 Uhr und für 2. Programm vor 19.00 Uhr, nach 19.00 Uhr  
1966 1. Programm: vor 19.00, 19.00-19.30, 19.45-20.00 Uhr, insgesamt incl. Wechsler  
2. Programm: vor 19.00, nach 19.00 Uhr, insgesamt incl. Wechsler  
und NDR + RB, WDR, HR, SDR-SWF, BR, SFB, SAAR, ARD, ZDF, ARD + ZDF  
1967 dito, nur im 1. Programm: vor 19.00, 19.00-19.30, 19.30-20.00 Uhr, insgesamt incl. Wechsler  
1968 dito  
Für die Zeit ab 1969 sieht das alles anders aus.

#### Werbefunk - erhoben

- 1969 gestern, vorgestern . . . bis vor acht Tagen gehört  
gestern bis 9.00, 9.00-12.00, 12.00-14.00, 14.00-17.00, 17.00-20.00, nach 20.00 Uhr gehört (Sender nur für Rundfunkhören allgemein)
- 1970 (a) WHK = Innerhalb der letzten 14 Tage gehört  
(b) Frequenzfrage: an wieviel von zwölf Werktagen gehört?  
(c) Hörer gestern  
(d) letztes Hören pro Sender bis 8.00, 8.00-12.00, 12.00-14.00, 14.00-18.00, 18.00-20.00, nach 20.00 Uhr  
sämtlich für die Sender:  
RB, SFB, HR, EWS, SWF, SDR, BR, RL
- 1971 wie 1970, lediglich in (d) im Prinzip gleich lange (Stunden-) Intervalle bis 6.00, von 6.00-23.00 stundenweise, nach 23.00 Uhr
- 1972/I wie 1971  
1972/II wie 1971
- 1973 wie 1971, aber als Sender:  
NDR, RB, SFB, WDR, HR, HR 3, EWS, SWF, SW 3, SDR, S 3, BR, B 3, RL  
Dies steht im Zusammenhang damit, daß nurmehr nach Rundfunkhören, nicht länger also nach Werbefunkhören gefragt wird.
- 1974 bis  
1979 (a) Die Sender sind dieselben über den ganzen Zeitraum wie 1973. RB heißt jetzt: HW-RB.  
(b) Der WHK wird definiert durch den Hörer innerhalb der letzten 14 Tage - pro Sender und Zeitabschnitt, für den jeweils eine Frequenzangabe gemacht wird. Ist diese Angabe Null, so wird sie zu Eins heraufgesetzt, wenn gestern gehört wurde. Von 1975 ab wird auch 'k.A.' als 7. Frequenzklasse zugelassen.  
(c) Die Zeitabschnitte für die Frequenzabfrage änderten sich im Laufe der Jahre:

	1974	1975	1976	1977	1978	1979
frühmorgens	vor 6.00	vor 7.00	dito	dito	dito	1979 dito
morgens	6.00- 8.00	7.00- 8.00	dito	dito	dito	dito
vormittags	8.00- 12.00	8.00-10.00 10.00-12.00	dito	dito	dito	dito
mittags	12.00-14.00	dito	14.00-16.00	dito	dito	dito
nachmittags	14.00-17.00	17.00-19.00	16.00-18.00	18.00-20.00	18.00-20.00	18.00-20.00
abends	nach 20.00	nach 19.00	nach 20.00	ditto	ditto	ditto
spätabends						
(d) Frequenzfrage: an wieviel von 6 Werktagen pro Sender und Zeitabschnitt gehört?						
(e) Hörer gestern: durchgängig stundenweise von 8.00-19.00 Uhr. Lediglich davor und danach änderten sich die Zeitabschnitte:						
	1974	1975	1976	1977	1978	1979
	vor 6.00	vor 6.00	ditto	ditto	ditto	vor 5.00
	6.00- 7.00	6.00- 6.30	ditto	ditto	ditto	5.00- 5.30
	7.00- 8.00	6.30- 7.00	ditto	ditto	ditto	5.30- 6.00
		7.00- 7.30	ditto	ditto	ditto	6.00- 6.30
		7.30- 8.00	ditto	ditto	ditto	6.30- 7.00
			19.00-20.00	19.00-20.00	19.00-20.00	7.00- 7.30
	nach 20.00	nach 19.00	nach 20.00	nach 20.00	nach 20.00	7.30- 8.00
	stundenweise von 8.00 - 19.00 Uhr					
	19.00-20.00	nach 19.00	19.00-20.00	ditto	ditto	19.00-20.00
	nach 20.00		nach 20.00	ditto	ditto	20.00-21.00
						21.00-22.00
						nach 22.00

#### Werbefernsehen - erhoben

1969	gestern, vorgestern . . . bis vor acht Tagen von 18.00-20.00 Uhr gesehen, nach Sendern: NDR, WDR, HR, SDR-SWF, SAAR, BR, SFB, ZDF
1970	(a) WSK = Seher innerhalb der letzten 14 Tage (b) Frequenzfrage: an wieviel von zwölf Werktagen gesehen? (c) Seher gestern (d) letztes Werbefernsehen halbstundenweise: 18.00-18.30, 18.30-19.00, 19.00-19.30, 19.30-20.00 Uhr  sämtlich pro Sender: NDR, WDR, HR, SDR-SWF, SAAR, BR, SFB, ZDF
1971	wie 1970, lediglich in (d) viertelstundenweise von 17.45-20.15 Uhr
1972/I	wie 1971
1972/II	wie 1971
1973	wie 1971
1974 bis 1979	(a) Die Sender sind lediglich gegenüber vorher um das 3. Programm vermehrt worden. Es wird nicht mehr nach Werbefernsehen, sondern nur nach Fernsehen gefragt.  (b) Der WSK wird definiert durch den Seher innerhalb der letzten 14 Tage - pro Sender und Zeitabschnitt, für den jeweils eine Frequenzangabe gemacht wird. Ist diese Angabe Null, so wird sie zu Eins heraufgesetzt, wenn gestern gesehen wurde. Ab 1971 wird auch 'k.A.' als Frequenzklasse zugelassen.  (c) Die Zeitabschnitte für die Frequenzabfrage änderten sich im Laufe der Jahre, wenn auch wenig:
1974	vor 17.30 17.30 - 18.00 18.00 - 18.30 18.30 - 19.00 19.00 - 19.30 19.30 - 20.00 nach 20.00 Uhr
1975	kommt vor 17.00 Uhr hinzu und bleibt
1976	fällt nach 20.00 Uhr weg und bleibt weg.

(d) Frequenzfrage: an wieviel von 6 Werktagen pro Sender und Zeitabschnitt gesehen?

(e) Seher gestern: durchgängig viertelstundenweise von 17.00 -20.00 Uhr

1974 gab es noch:  
20.00 - 20.15  
20.15 - 20.30  
nach 20.30 Uhr

1975 trat vor 18 Uhr dazu und blieb.  
Gegen Ende gab es nur noch:  
20.00 - 20.15  
nach 20.15 Uhr

ab 1976 endete die Abfrage mit:  
nach 20.00 Uhr.

Wir müssen noch einmal auf die Einheiten zurückkommen, speziell wegen der Segmentation zur Berechnung der Nutzungswahrscheinlichkeiten. Wir haben gesehen, daß sich das Abfragesystem für die Funkmedien von 1969 bis 1971 konsequent weiterentwickelte: Beim Werbefunk zur Stundeneinheit für das Hören gestern, beim Werbefernsehen zur Viertelstunden-Einheit für das Sehen gestern.

Die Frequenzfrage demgegenüber wird für davon abweichende Zeitabschnitte gestellt: Für den Werbefunk in Tagesabschnitten bzw. ab 1976 praktisch in Zwei-Stunden-Abschnitten (vom frühen Morgen abgesehen) und für das Werbefernsehen in Halb-Stunden-Abschnitten.

Damit entsteht ein Mischsystem in der Segmentierung, weil Informationen zum Teil zusammengelegt werden müssen (Nettoangaben über mehrere Zeitabschnitte) bzw. in mehreren Zeitabschnitten mehrfach verwendet werden.

Die Viertelstunden-Angaben des Fernsehens werden zum Beispiel halbstundenweise zusammengefaßt.

Die Frequenzangaben des Hörfunks in Zwei-Stunden-Abschnitten werden andererseits für zwei Einstunden-Angaben verwandt.

Für den Hörfunk wurde 1971, 1972/I und 1972/II in insgesamt je 32 Tagesabschnitten segmentiert, das heißt für jeden Sender wurden nur die für Werbefunk relevanten Zeiten herangezogen. Das gleiche Prinzip der Selektion über den Tag wurde für die Zusammenfassung von MA 72/I und MA 72/II und dann ab MA 73 stundenweise bis heute beibehalten. Das führte zu folgenden Segmentierungen:

MA 72/I + II	-	59
MA 73	-	88
MA 74	-	93
MA 75	-	109
MA 76	-	106
MA 77	-	109
MA 78	-	114
MA 79	-	117

Beim Werbefernsehen sind die 7 ARD-Sender und das ZDF von 1971 bis 1973 und von 1975 bis 1979 mit je vier halben Stunden-Abschnitten segmentiert worden. Das gilt auch 1974 für die 7 ARD-Sender, während das ZDF dort fünf Segmentationen aufwies - von 17.00 - 19.30 Uhr halbstundenweise. Bei den Funkmedien kann es vorkommen, daß Kombination und Durchschnittswahrscheinlichkeit für eine Aussage zusammentreffen. In diesem Falle wird erst der Durchschnitt gebildet und dann die Kombination der Durchschnitt.

Und nun zu den Ausweisungseinheiten - zuerst in den Einzeldarstellungen:

1969 hat es noch in den Einzeldarstellungen Ausweisungen gegeben für: ZDF, ARD und Werbefunk insgesamt (incl. RL), Sehen an Werktagen zwischen 18.00-20.00 Uhr und Hören an Werktagen.

Von 1970 bis 1973 gibt es keine Ausweisungen in Form von Einzeldarstellungen. Zur MA 72/I und II läßt Radio Luxemburg Sonderzählungen anfertigen zu Werbefunk sowie RL Hörer gestern stundenweise von 6.00-23.00 Uhr und nach 23.00 Uhr.

Erst 1974 beginnen wieder die Einzeldarstellungen für:

ZDF durchschnittliche halbe Stunde und halbstündlich von 17.00-19.30 Uhr  
(fünf Zeitabschnitte);

RL durchschnittliche Stunde von 6.00-18.00 Uhr,  
durchschnittlicher Tarif 1 6.00-... Uhr,  
durchschnittlicher Tarif 2 ...-18.00 Uhr,  
stundenweise von 6.00-18.00 Uhr  
(zwölf Zeitabschnitte).

Das hängt wieder mit der Generalregel zusammen, daß Einzeldarstellungen nur für Mitglieder-Medien ausgewiesen werden.  
Infolgedessen finden wir in der MA 75 das Gleiche - nur für das ZDF ab 17.30 Uhr.

In der MA 76 wird das ZDF genau so wie in der MA 75 ausgewiesen. RADIO LUXEMBURG und EUROPAWELLE SAAR erhalten je zwei Einzeldarstellungen: eine nationale und eine regionale; die regionale mit Abgrenzung eines Verbreitungsgebietes, wie wir es der Art nach von den Zeitungen her kennen.

In der MA 77 geht es wieder nur um das ZDF und RADIO LUXEMBURG in der Ausweisung wie für die MA 76, während nunmehr nach Eintritt der ARW in die AG.MA ein eigener Band Einzeldarstellungen erstmals herauskam, der alle Stationen der ARD umfaßt, die Werbung ausstrahlen (also auch die EUROPAWELLE SAAR), und zwar in den Einheiten WSK (zeitabschnittsweise) und stundenweise.

Im einzelnen handelt es sich um:

"Südwestfunk 1. Programm Baden-Württ., Rheinl.-Pf.  
Südwestfunk 1. Programm Gebühreneinzugsgebiet  
SWF 3 Radiodienst Baden-Württ., Rheinl.-Pf.  
SWF 3 Radiodienst Gebühreneinzugsgebiet  
Süddeutscher Rundfunk SDR 1 Baden Württ.  
Süddeutscher Rundfunk SDR 1 Gebühreneinzugsgebiet  
Süddeutscher Rundfunk SDR 3 Baden-Württ.  
Süddeutscher Rundfunk SDR 3 Gebühreneinzugsgebiet  
Hessischer Rundfunk HR 1 HR Zentral  
Hessischer Rundfunk HR 1 Hessen  
Hessischer Rundfunk hr 3 HR Zentral

Hessischer Rundfunk hr 3 Hessen  
Sender Freies Berlin, Berlin  
Radio Bremen Hansawelle National  
Radio Bremen Hansawelle Niedersachsen, Bremen  
SR 1 Europawelle Saar National  
SR 1 Europawelle Saar Bundesrepublik Mitte  
Bayerischer Rundfunk B 1 Bayern  
Bayerischer Rundfunk B 3 Bayern"

Für die MA 78 und MA 79 gibt es einen gesonderten Band (in blauer Farbe) mit den Einzeldarstellungen Funkmedien, der jetzt das ZDF, RTL sowie die ARW-Sender umfaßt und gleichzeitig einige vergleichende Übersichten enthält.

Damit sind wir bei den vergleichenden Übersichten. Bevor wir auf die routinemäßige Darstellung der Funkmedieneinheiten kommen, sind zwei Sonderpublikationen zu erwähnen.

Zum einen handelt es sich um die beiden grünen Berichtsbände, die die MA 72/1 und II zusammenfassen - und dabei auch das Werbefernsehen nach halben Stunden (einzeln und pro Sender im Durchschnitt) und die Werbefunksender stundenweise (einzeln und im Durchschnitt) sowie zum Teil nach zwei Haupttarifzeiten aufzuführen. Das Augenmerk liegt hier nicht allein auf der Medieneinheit, sondern auf der regionalen Gliederung.

Zwei Jahre danach wird ebenfalls in exzessiver Form eine Sonderauswertung für Fernsehen, Hörfunk und Tageszeitungen als Sonderband des Methodenbandes der MA 74 herausgegeben:

- = Für jeden Werbefunksender durchschnittliche Stunde, Tarifbereiche, wenn sie existieren, Stundenaussagen über die gesamte Ausstrahlungszeit von Werbesendungen;
- = Für jeden Werbefernsehsender durchschnittliche halbe Stunde und die jeweiligen vier halben Stunden.

Auch das Radiohören allgemein am Tag nach Sendern und stundenweise wird aufgeführt.

Die regulären Berichtsbände mit den vergleichenden Übersichten beginnen

1970 mit einer sehr ausführlichen Darstellung der Funkmedien, nachdem 1969 nur Werbefunk und Werbefernsehen global ausgewiesen wurden.

Der Werbefunk wird ausgewiesen:

- 1970 - pro durchschnittliche Sendezeit gesamt und für die acht Sender
  - pro Sendetag gesamt und für die Zeitabschnitte
- 1971 - pro durchschnittlichem Tagesabschnitt gesamt und für die acht Sender
  - pro Tagesabschnitt (sechs Tagesabschnitte) Werbefunk gesamt
- 1972/I dito
- 1972/II dito
- 1973 - pro durchschnittliche Stunde gesamt und für die zehn Sender
  - pro Tagesabschnitt (sechs Tagesabschnitte) Werbefunk gesamt
- 1974 - pro Tag gesamt, ARD und RL
  - pro durchschnittliche Stunde gesamt und für zwölf Sender
- 1975 bis 1979 werden die Segmentierungseinheiten, also die einzelnen Werbe-relevanten Stunden, mit dem WHK und dem Hörer gestern ausgewiesen; seit 1976 auch noch die durchschnittliche Stunde eines Senders (als Kombination aus den Einzelstunden)

Das Werbefernsehen wird ausgewiesen:

- 1970 - pro durchschnittliche Sendezeit gesamt, ARD, ZDF und sieben ARD-Sender einzeln
  - pro Sendetag ARD und ZDF gesamt und viermal halbe Stunden
- 1971 - pro durchschnittliche halbe Stunde gesamt, ARD, ZDF und sieben ARD-Sender einzeln
  - pro halbe Stunde (vier halbe Stunden) ARD und ZDF
- 1972/I dito
- 1972/II dito
- 1973 dito
- 1974 - pro Tag gesamt, ARD und ZDF
  - pro durchschnittliche halbe Stunde gesamt, ARD, ZDF und sieben ARD-Sender einzeln

- pro halbe Stunde (vier halbe Stunden) ARD (fünf halbe Stunden) ZDF

1975

bis

- 1979 werden die Segmentierungseinheiten, also die jeweils vier halben Stunden, mit der durchschnittlichen halben Stunde ausgewiesen, ARD gesamt dazu, dem WSK eines Senders und dem Seher gestern (als Kombination aus den vier halben Stunden).

Die wesentlichen Darstellungsmöglichkeiten von "Titeln" im Funkmedienbereich bis heute sind damit vorgestellt. Sie können modifiziert, in der Erhebung unter Umständen sogar erheblich verändert, in der Substanz aber solange nicht angegriffen werden, wie die Funkmedien ihr gegenwärtiges Werbegeschäft beibehalten, das durch blockweises Darbieten im Werbefernsehen und im Werbefunk in bestimmten Sendungen oder wie bei RTL über den ganzen Tag abläuft.

Die Problematik liegt darin, daß Erhebung, Verrechnung (seit 1971 über Segmentierungen) und Ausweisung variabel gehalten werden können, und daß offensichtlich bis heute die optimale Kombination dieser drei Bearbeitungsstufen nicht gefunden worden ist. Sehr viel stärker als bei der Presse wird diese optimale Kombination von Nutzungsgegebenheiten und Ansichten bestimmt.

Bei der Presse ist die Heft-Einheit immerhin eine Art natürlicher Einheit, die sich über die drei Bearbeitungsstufen gleichmäßig erhält, wenn wir auch für Zeitungen Einschränkungen machen mußten und auch die Lesemappe Diskussionsstoff bot.

Bei den Funkmedien gibt es eine so "natürliche" Grenze nicht. Der Alltag der Medianutzer bestimmt die Einheit mit. Insofern geht es stärker darum, welchen Bewußtseinsgrad die Werbeblöcke genießen, welche Ausdehnung von Hör- oder Sehzeiten normalerweise das Verhalten der Medienkonsumenten bestimmen; welche Sorge man tragen muß, daß die Befragten - auf Werbesendungen angesprochen - adäquate Antworten geben und dergleichen.

Zudem scheint die komplizierte, wenn auch gewollt informelle Art des Abfragens der Funkmediennutzung, die aus den Fragebögen deutlich abzulesen ist, einen eigenen Einfluß auszuüben. Die Medieneinheiten bedürfen dadurch stärker als in irgendeinem anderen Medienbereich der Konvention.

Die Probleme in der Definition der Medieneinheiten zusammen genommen machen es verständlich, daß in diesem Bericht bereits bei der Erörterung der von der AG.MA aufgenommenen Medieneinheiten, also dem Befragungsgegenstand, Diskussionsmaterial vorgebracht werden mußte, das in die technisch-praktischen Erhebungsprobleme übergreift. Überschneidungen der verschiedenen Abschnitte lassen sich nicht vermeiden. Sie dienen der Erhöhung des Verständnisses.

Es ist schon die Problematik angerissen worden, die aus der Verschiedenheit von Erhebungseinheit und Segmentationseinheit herrührt.

Wenn etwa im Erhebungsbereich der Funkmedien die Viertelstunde als "natürliche" Einheit angesehen, als Kommunikationszeiteinheit für Werbefernsehen aber die halbe Stunde hingestellt wird, so wirkt dies deutlich auf die Ergebnisse ein.

Daneben beeinflussen selbst bei vorab getroffener Festlegung der Zeiträume verschiedene mögliche (und im Prinzip sämtlich legitime) Verrechnungsweisen das Ergebnis. Zwei Ursachen existieren dafür:

- Der wichtigere Einfluß rührt daher, daß wir bei der Segmentation bedingte Wahrscheinlichkeiten berechnen, und zwar bedingt durch die Vorab-Festlegung des Weitesten Seher- bzw. Hörerkreises. Diese Festlegung erfolgt aber im Prinzip willkürlich durch die Annahme eines Zeitraumes - seit einigen Jahren von 14 Tagen für einen Tagesabschnitt. Jede Veränderung dieser willkürlichen Festlegung des WNK ändert wiederum die Ergebnisse.
- Der weniger wichtige Einfluß ist aus der Tatsache abzuleiten, daß mit der Festlegung einer Medienkontakteinheit an sich nur die Alternativentscheidung 'gesehen/gehört' ja-nein interessiert, während die Erhebung detailliertere Informationen zur Verfügung stellt, wie zum Beispiel nur in der ersten Viertelstunde gesehen/gehört, nur in der zweiten Viertelstunde gesehen/gehört, in beiden oder überhaupt nicht - also vier Möglichkeiten statt zwei bei einer halben Stunde als Medienkontakteinheit. Der Verrechnungs-Algorithmus öffnet dieser Umstand verschiedene Wege, die ihrerseits auch wieder die Ergebnisse beeinflussen.

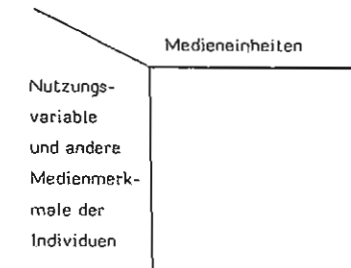
#### 4.1.1.2.

Alles in allem wird damit deutlich, wie weit weg wir mit diesen Überlegungen von der Reproduktion einer Wirklichkeit sind, wie sie uns ein Rückblick in die Vergangenheit vielleicht zu liefern imstande ist (so zweifelhaft selbst dieser Anspruch zu befriedigen sein dürfte). Das ist jedoch letztlich positiv zu sehen, denn wir nähern uns damit dem Zweckdenken prognostischer Verwendung, den wir im theoretischen Teil dieser Arbeit als Zielvorstellung kennengelernt haben.

#### Die Medien-Merkmale

Zu Beginn des Abschnittes zur Mediennutzung haben wir uns eine Aufteilung nach Medieneinheiten und Merkmale (Eigenschaften) vorgenommen, die erst zusammen den eigentlichen Erhebungsgegenstand bilden. Wir waren uns bewußt, daß eine solche Aufteilung - aus Gründen einer übersichtlicheren Darstellung gewählt - zum Teil Zusammengehöriges auseinander nimmt und infolgedessen Überschneidungen bei der Beschreibung nötig macht.

Im Medienmodell wird jedem Individuum eine bestimmte Anzahl von Eigenschaften zugeschrieben, die sich auf Medien beziehen. Das fordert einerseits eine Definition der Medien und andererseits eine Festlegung der zu messenden Eigenschaften. Wir können uns das Medien/Eigenschaften-Gebilde als eine Matrix vorstellen, in der die Medieneinheiten die Spalten und die Eigenschaften (Nutzungsvariable oder auch andere Merkmale, die sich auf Medien beziehen) die Zeilen bilden.



Unser Modell soll erhebbare Merkmale aufweisen, die insofern auch praktikabel sein sollen, als sie die für die Benutzer relevanten Züge der täglichen Erfahrung mit den Medien in ihren Relationen widerspiegeln. Erinnern wir uns

zum Beispiel an die Diskussion über die kleinste belegbare Medienkontakt-einheit im Methodenteil.

Bei den Zeitschriften konnten wir uns im ersten Teil dieses Abschnittes, als es um die Titel ging, noch weitgehend auf die intuitive Einsicht beziehen. Titel wie FRAU IM SPIEGEL oder FUNKUHR oder MERIAN - aus der täglichen Erfahrung bekannt - mußten sich im Modell wiederfinden. Das Heft als kleinste belegbare Einheit bot sich an. Aber schon die ersten Erhebungsprobleme ließen aus dem Leser pro Nummer einen Leser eines Erscheinungsintervalls werden. Diese Verquickung der Einheiten-Definition und der Merkmale, die den Erhebungsgegenstand bilden, wurde immer deutlicher, je weiter wir uns von den Zeitschriften weg bewegten - über die Zeitungen bis hin zu den Funkmedien. Die scheinbar so logischen, natürlichen Medienkontakteinheiten lassen sich nicht einfach an einer unwiderlegbar vorhandenen Wirklichkeit ablesen. Sie müssen operational definiert werden. Erst dadurch erhalten sie in unserem Modell Gültigkeit.

Welche nennenswerten Medien-Merkmale hat es in den letzten 25 Jahren gegeben?

Diese Frage werden wir für die Mediengruppen nacheinander beantworten. Damit folgen wir demselben System wie schon bei den Medieneinheiten. Das wäre nicht zwingend, denn eine andere Gliederungsmöglichkeit bestünde darin, nach den Merkmalsbereichen zu ordnen, etwa in der Reihenfolge:

Fragen nach der aktuellen Mediennutzung (LpN-Frage, IPA-Frage, usw. bis gestern gesehen, gehört, gelesen); Fragen nach der Regelmäßigkeit (Verbal-skalen, numerische Skalen); Fragen nach der Bezugsart, usw.

Wegen der erheblichen Unterschiede der Ermittlungsverfahren für im Prinzip sogar gleiche Merkmale zwischen den Mediengruppen - denken wir nur an den WNK - wurde davon abgesehen.

In der vorliegenden gewählten Darstellungsweise ergab sich allerdings auch noch ein Problem. Die Merkmale, welche die Medianutzung charakterisieren, werden ja nicht abstrakt erfragt, etwa "Welche Lesewahrscheinlichkeit haben Sie für . . .", sondern durch eine Reihe von Fragen, die ihrerseits wieder in Einleitungen und Präzisionsfragen eingebettet werden (zum Einüben des Er-

scheinungsintervalls beispielsweise). Es erhob sich so die Frage, ob man diese Komplexe auseinandernehmen sollte: Erst die "nackten Fragen", dann das Umfeld - oder ob man beides zusammen lassen sollte. Das Zusammenlassen, zu dessen Gunsten diese Überlegung ausging, wird allerdings die Übersichtlichkeit etwas beeinträchtigen. Dies schien jedoch das geringere Übel gegenüber dem Vorteil, die Mediennutzung so beschreiben zu können, wie sie im Fragenablauf vom Befragten angegeben werden sollte.

Was wir hier weglassen, soweit es sich nicht um Medianutzungsfragen handelt, die dann bei dem entsprechenden Medium abgehandelt werden, sind die Einleitungsfragen, die bei den Zielgruppen-Merkmalen dort auftauchen, wo sie systematisch hingehören.

Was wir in diesem Zusammenhang ebenfalls beiseite lassen, sind die Titeltkarten als Erinnerungshilfen, die gesondert zu behandeln sind. Das Gleiche gilt für die Rotationsprobleme, was gelegentliche Bemerkungen über die Reihenfolge in der Abfrage nicht ausschließt.

Aufgenommen werden also Erläuterungen über den Befragungsgegenstand - was ist Lesen etwa? - und die Fragen zur erleichterten Zeit-Identifikation.

Allgemein zu den Merkmalen war schon auf Seite - 130 - des ersten Teils dieser Arbeit darauf hingewiesen worden, daß die Qualität des Kontakts mit dem Medium wie folgt zu beschreiben sei:

- |                      |  |
|----------------------|--|
| - für die Presse:    | durchgeblättert oder gelesen                         |
| - für das Fernsehen: | Programm gesehen, und wenn auch nur ein paar Minuten |
| - für den Hörfunk:   | Programm gehört, und wenn auch nur ein paar Minuten  |

Daß diese Qualifikation nicht zur Beschreibung ausreicht, haben wir im letzten Abschnitt kennengelernt, in dem die Vielfalt der Medieneinheiten vorgestellt wurde. Demgegenüber steht dann - ebenfalls im ersten Teil dieser Arbeit auf Seite - 132 - die lapidare Feststellung, daß wir es heute im allgemeinen mit folgenden Einheiten zu tun haben:

- |                   |                                    |
|-------------------|------------------------------------|
| - für die Presse: | mit der durchschnittlichen Ausgabe |
|-------------------|------------------------------------|



- für das Fernsehen: mit der durchschnittlichen halben Stunde
- für den Hörfunk: mit der durchschnittlichen Stunde
- für das Kino: mit der durchschnittlichen Woche.

#### 4.1.1.2.1.

##### Die Zeitschriften

Innerhalb des jeweiligen Medienbereichs werden wir chronologisch vorgehen. 1954 - vor der ersten LA - hat man sich viele Gedanken gemacht und geprüft, was an Vorbildern vertretbar wäre, welche eigenen Konzeptionen einzubringen wären und wie - schon damals - den Beteiligten soweit wie möglich Gerechtigkeit widerfahren könne. Davon zeugen die bereits im 1. Teil dieser Arbeit erwähnten Dokumente. Aus dem dort auch abgedruckten 1. Fragebogen beginnen wir nun zu zitieren. Und es wird uns so scheinen, als sei die damalige Abfrage-Methode ziemlich schlicht, gemessen an den heutigen komplizierten Fragebögen. Vielleicht sollte man wirklich einmal wieder genau so fragen wie anno 1954. Heute - mit den heutigen Titeln und dem heutigen Befragten-Potential.

Daß es sich übrigens bei der 54er Befragung wirklich nicht um eine quasi modellfreie "naive" Vorgehensweise gehandelt hat, bewies die schon mehrfach zitierte Besprechung unter Fachleuten vom 7.12.1955, deren Protokoll im Anhang des Teils I dieser Arbeit zu finden ist ((48)).

##### LA 54

Für die Zeitschriftentitel gab es dort den folgenden Fragenablauf:

- "Irgendwann schon einmal gelesen oder durchgeblättert;
- in den letzten Monaten - also etwa seit Weihnachten - gelesen oder durchgeblättert;
- in den letzten 7 Tagen / 14 Tagen / 4 Wochen gelesen oder durchgeblättert;
- welche davon im Lesezirkel (LZ) gelesen;
- regelmäßig lesen, ich meine im allgemeinen jede Nummer."

##### LA 56

Gegenüber der LA 54 gab es zwei Änderungen (wenn man von der erstmaligen "Rotation" absieht: 50% der Interviews begannen mit den wöchentlich erschei-

nenden Titeln, die anderen 50% mit den monatlich erscheinenden; die 14-täglich erscheinenden Titel blieben in der Mitte).

- Die beiden (ersten) Filterfragen wurden ersetzt durch:  
In den letzten 2 bis 3 Monaten gelesen oder durchgeblättert, ganz gleich, ob als einzelne Zeitschrift gekauft oder abonniert oder im Lesezirkel; ganz egal wo, also ob zu Hause oder bei Bekannten oder im Betrieb oder beim Arzt oder Friseur oder auf der Reise.
- Die Lesezirkel-Frage lautete etwas anders (wobei es zur Lesemappe zusätzlich eine sehr ausführliche Fragestellung gab):  
"Welche (Titel) waren davon in einer Lesemappe (LM), einem LZ?"

##### LA 58

Die LA 58 brachte die ersten einschneidenden Veränderungen. Die Leserschaft des letzten Erscheinungsintervalls (LpN) wurde ohne Vorfrage direkt ermittelt. Die Frage nach dem Lesezirkel-Bezug wurde ergänzt durch eine detaillierte Bezugsfrage, und die Regelmäßigkeit des Lesens wurde an den LpN gekoppelt. Es gab zwei Frageformen: für Zeitschriften mit LZ-Auflage und ohne eine solche. Die LZ-Version gab es für wöchentlich und 14-täglich erscheinende Zeitschriften; die andere (ohne LZ) ebenfalls für wöchentlich und dann für die monatlich erscheinenden Titel.

Zur Einübung in den Zeitraum von 14 Tagen wurde gefragt:

"Können Sie sich erinnern, ob Sie in den letzten 14 Tagen im Kino waren?"

Und nun die LZ-Version (am Beispiel der wöchentlich erscheinenden Zeitschriften mit LZ-Auflage):

- "Uns geht es darum, welche Sie in den letzten 7 Tagen gelesen haben; nicht, welche Sie überhaupt kennen.
- In den letzten 7 Tagen gelesen oder durchgeblättert.
- Wo haben Sie gelesen?  
zu Hause  
bei Freunden, Bekannten, Verwandten  
am Arbeitsplatz oder auf dem Wege dahin  
im Café, Restaurant, auf der Eisenbahn bei größerer Reise

beim Friseur  
im Wartezimmer

- Um was für ein Exemplar handelte es sich dabei, wie sah es aus?

Exemplar aus einer Lesemappe / Lesezirkel, erkenntlich am Schutzumschlag

Exemplar, das nicht aus einer Lesemappe stammte

- Wie kamen Sie an diese Zeitschrift?

ich habe sie selbst gekauft oder jemand aus der Familie  
sie stammt aus der Lesemappe, dem Lesezirkel, die wir abonniert  
haben

wir haben diese Zeitschrift außerhalb einer Lesemappe, eines Lesezirkels abonniert

es war eine Zeitschrift, die zur allgemeinen Benutzung auslag

es handelt sich um ein kostenlos erhaltenes Werbeexemplar

ich habe die Zeitschrift geliehen oder geschenkt bekommen. Ich habe

sie gefunden. Ich habe sie bei Bekannten oder Verwandten vorgefunden.

- Lesen Sie diese Zeitschrift regelmäßig?

lese sie regelmäßig, das heißt im allgemeinen jede Nummer

lese sie nur ab und zu, also gelegentlich

lese die Zeitschrift sonst eigentlich nie."

Die Nicht-LZ-Version enthielt nicht:

- die Frage, um was für ein Exemplar es sich dabei handelte;
- in der Frage nach der Bezugsart die Kategorie: sie stammt aus einer Lesemappe, dem Lesezirkel, die wir abonniert haben;
- in der Kategorie "anderes Abo" den Hinweis: außerhalb einer Lesemappe, eines Lesezirkels.

#### LA 60 + LA 61

Das Prinzip der Erfragung der Zeitschriften-Leserschaften der LA 58 wurde beibehalten; es gab lediglich Modifikationen.

Die LZ-Version (Beispiel wöchentliche Erscheinungsweise):

"Können Sie sich erinnern, ob Sie während der letzten 7 Tage, ich meine also

seit . . . , dem . . . abends länger aufgeblieben sind als sonst? Einige Zeitschriften werden Sie kennen, einige werden Sie vielleicht nicht kennen. Uns geht es darum festzustellen, welche Sie in den letzten 7 Tagen gelesen haben, nicht, welche Sie überhaupt kennen.

- in den letzten 7 Tagen gelesen oder durchgeblättert
- wo zuletzt gelesen (zu Hause, anderswo)
- war das ein Exemplar aus einer Lesemappe / Lesezirkel kenntlich am Schutzumschlag (LZ-Exemplar, kein LZ-Exemplar)?
- Wenn nicht LZ-Exemplar - wie dazu gekommen?

abonniert

gekauft

geliehen / geschenkt

Werbeexemplar

Wartezimmer / Friseur

- Lesen Sie regelmäßig, das heißt im allgemeinen jede Nummer oder lesen Sie zwar nicht regelmäßig, aber doch häufig oder lesen Sie nur gelegentlich?"

Das sind zwar wieder drei Kategorien, doch etwas anders als in der LA 58.

Die Nicht-LZ-Version enthielt nicht:

- war das ein Exemplar aus einer Lesemappe / Lesezirkel . . .

Zum Einüben der 14 Tage bzw. 4 Wochen für die 14-täglichen und monatlich erscheinenden Zeitschriften wurde gefragt:

- "Können Sie sich erinnern, ob Sie in den letzten 14 Tagen, ich meine also seit . . . , im Kino waren? Wie oft waren Sie in den letzten 14 Tagen im Kino?"
- Haben Sie für sich selbst oder für den Haushalt während dieser letzten 4 Wochen, also seit . . . , etwas angeschafft, das mehr als DM 25.-- gekostet hat? Haben Sie eine oder mehrere Anschaffungen in dieser Höhe gemacht? Wieviele?"

(Übrigens waren die Jahre 1960 bis 1965 (1. und 2. Welle LA 65) die Ära der maximalen Rotation (12 Fragebogen-Versionen).

#### LA 62

Im Prinzip wie LA 60 und LA 61, außer:

- bei der Bezugsart fiel die Kategorie "Werbeexemplare" weg;
- eine neue Frage zur Mediennutzung trat hinzu:  
"Haben Sie die Zeitschrift zufällig gestern gelesen?"

#### LA 63

Wie LA 62, außer daß die Einübungsfragen modifiziert wurden.

- Vor den wöchentlichen Nicht-LZ-Zeitschriften wurde eingeführt:  
"Waren Sie in den letzten 7 Tagen im Kino?"
- Dafür fiel die Kino-Frage vor den 14-täglich erscheinenden Zeitschriften weg. Stattdessen hieß es dort jetzt:  
"Können Sie sich erinnern, ob Sie in den letzten 14 Tagen, ich meine also seit . . . , irgendwelche Besuche gemacht haben oder bekommen haben, bei denen Sie mit Ihren Freunden, Verwandten, Bekannten länger als eine Stunde zusammen waren? Wie oft haben Sie in den letzten 14 Tagen solche Besuche gemacht oder bekommen?"
- Die Anschaffungsfrage zu den letzten 4 Wochen wurde erweitert um:  
"Und was haben Sie angeschafft?"

#### LA 64

Auch die LA 64 lief wie ihre Vorgänger ab, also im Detail wie die LA 63, doch auch wieder mit Ausnahmen.

Zunächst einmal gab es zwei Modifikationen im Bereich der Vorfragen:

- Die Vorfrage zu den letzten 14 Tagen endete nicht mehr mit der Häufigkeit der Besuche, sondern:  
"An welchen Wochentagen war das?"
- Die Anschaffungsfrage von DM 25.-- in den letzten 4 Wochen wurde ausgetauscht gegen:  
"Waren Sie in den letzten 4 Wochen, das heißt seit dem . . . mal im Kaufhaus? Wie oft?"

Daneben erschien in der LA 64 erstmalig eine Vorinformation durch den Interviewer, die er grundsätzlich zum Befragungsgegenstand abgab:

"Einige der Fragen, die jetzt kommen, beschäftigen sich mit dem Zeitschriftenlesen. Damit wir uns richtig verstehen, darf ich Ihnen vorweg einmal sagen, was wir bei diesem Interview als Lesen bezeichnen:

1. Es genügt, wenn Sie in der Zeitschrift geblättert und sich einiges angesehen haben, es ist nicht erforderlich, daß einige oder gar alle Artikel gelesen wurden - aber es genügt nicht, wenn Sie sich nur das Umschlagbild angesehen haben.
2. Denken Sie nicht nur an Zeitschriften, die Sie zu Hause lesen oder durchblättern. Nennen Sie uns auch die Zeitschriften, die Sie beim Friseur, im Wartezimmer, bei Bekannten usw. zur Hand genommen haben, um darin zu lesen oder zu blättern.
3. Es kommt uns immer darauf an, ob eine Zeitschrift in einem bestimmten Zeitraum gelesen bzw. durchgeblättert wurde. Bitte, nennen Sie uns nicht alle Zeitschriften, die Sie kennen und vorher irgendwann einmal gelesen haben, sondern nur die, deren letztes Lesen in einem bestimmten Zeitraum lag."

Eine Randbemerkung noch zur LA 64. Mit einem Kartenspiel wurden Freizeitbeschäftigungen abgefragt. Dazu gehörte auch "Lesen von Zeitschriften und Büchern". Ausgewiesen wurde der Rangplatz dieser Beschäftigungen.

#### LA 65

Das Abfrage-Schema der Vorjahre blieb auch in diesem Jahr erhalten (Die Bezugsart-Frage für Nicht-LZ-Leser entfiel allerdings). Dennoch erscheint es übersichtlicher und einfacher (immer wegen der zum Teil geringfügigen Modifikationen), die Bestandteile der Zeitschriftenabfrage neu niederzuschreiben.

Für Zeitschriften begann die Befragung wieder mit einer Erläuterung. Hier ist der Wortlaut der Erläuterungen zum Aufstellungsschild, so wie der Interviewer ihn vorzulesen hatte, und der Text des Aufstellungsschildes:

"Einige Fragen, die jetzt kommen, beschäftigen sich mit dem Zeitschriftenlesen. Damit wir uns richtig verstehen, darf ich Ihnen vorweg einmal sagen, was wir damit meinen.

1. Als Lesen bezeichnen wir auch, wenn Sie in der Zeitschrift geblättert und sich einiges angesehen haben. Es ist nicht erforderlich, daß mehrere oder gar alle Seiten gelesen werden - aber es genügt nicht, wenn Sie sich nur das Umschlagbild angesehen haben.

2. Denken Sie nicht nur an die Zeitschriften, die Sie zu Hause lasen oder durchblättern. Nennen Sie uns auch die Zeitschriften, die Sie bei Bekannten, beim Friseur, in einem Wartezimmer usw. zur Hand genommen haben, um darin zu lesen oder zu blättern.

3. Es kommt uns immer darauf an, ob Sie eine Zeitschrift in einem bestimmten Zeitraum gelesen oder durchgeblättert haben. Bitte nennen Sie uns nicht alle Zeitschriften, die Sie kennen und vorher irgendwann einmal gelesen haben. Hier geht es uns nur um das Lesen in einer genau festgelegten Zeitspanne. Dabei interessieren uns auch Zeitschriften, die Sie in dieser Zeitspanne zufällig in die Hand bekommen haben und sonst nie oder nur selten lesen.

4. Wenn wir nach bestimmten Zeitschriften fragen, meinen wir immer die "normale" Zeitschrift, nicht die Sonderhefte, die manchmal von den Frauen- oder Modablättern herausgegeben werden. Sie wissen sicher: Diese Sonderhefte sind dann dicker und kosten auch mehr.

Bitte lassen Sie sich bei der Beantwortung der folgenden Fragen Zeit. Es kommt uns auf äußerste Genauigkeit an. Was Sie nicht lesen, ist für uns ebenso wichtig, wie das, was Sie lesen."

Aufstellungsschild / Beispiel für wöchentlich erscheinende Blätter

1. Durchblättern gilt auch als Lesen
2. Anderswo gelesene Zeitschriften nicht vergessen!
3. Nur an die letzten 7 Tage denken
4. Sonderhefte spielen nicht mit"

Für jedes Erscheinungsintervall gab es wieder Vorfragen zum Einüben des Zeitraumes.

- Für Lesezirkel - 7 Tage:

"An welchen Tagen der letzten 7 - heute zählt nicht mit - sind Sie länger aufgeblieben? Und an welchen Wochentagen war das?"

- Für Nicht-Lesezirkel - 7 Tage:  
"An welchen Tagen der letzten 7 - heute zählt nicht mit - sind Sie zum Ein-kaufen gewesen?"

- Für 14-täglich erscheinende Zeitschriften:  
"An welchen Tagen der letzten 14 - heute zählt nicht mit - haben Sie irgend-weiße Besuche gemacht oder bekommen, bei denen Sie mit Ihren Bekannten länger als eine Stunde zusammen waren?"

- Für monatlich erscheinende Zeitschriften:  
"Wie oft waren Sie in jeder der letzten 4 Wochen in einem Kaufhaus oder Selbstbedienungsladen? Heute zählt wieder nicht mit."

Bei der Titelkartenvorlage wurde dann gefragt (Zum Beispiel bei Lesezirkel - 7 Tage):

- "Sind da vielleicht Zeitschriften dabei, die Sie in den letzten 7 Tagen, also seit dem . . . , gelesen oder durchgeblättert haben? Denken Sie jetzt nur an die letzten 7 Tage. Heute zählt dabei nicht mit."

- Und jetzt sagen Sie mir bitte für diese Zeitschriften, bei welcher Gelegen-heit Sie sie gelesen oder durchgeblättert haben.  
Wo haben Sie . . . zuletzt gelesen: zu Hause oder anderswo?

- War es ein Exemplar aus einer Lesemappe, einem Lesezirkel, kenntlich am Schutzumschlag, oder war es ein Exemplar, das nicht aus einer Lesemappe stammte?

- Ich würde gern von Ihnen, wie oft Sie . . . im allgemeinen lesen?

- regelmäßig
- häufig
- gelegentlich
- selten

- Haben Sie . . . zufällig gestern gelesen?"

Neben der verbalen Häufigkeitsskala ist (experimentell) - erstmals - eine numerische Skala eingesetzt worden - für monatliche Zeitschriften eine Zwölfer-, für die übrigen eine Dreizehnerskala. Auf das Experiment werden wir zurückkommen.

## LA 66

Die LA 66 ist im wesentlichen durch drei Änderungen größeren Ausmaßes gegenüber den Vorgängern gekennzeichnet:

- Die Reihenfolge der Abfrage
- Die LpN-Fragestellung
- Die Frequenzfrage

Die Reihenfolge der Abfrage betraf nicht allein die sogenannte Rotation. In der Tat ist nach einem kurzen Intermezzo für die 3. und 4. Welle der LA 65, in der die 12 Fragebogen-Versionen auf 4 eingedampft worden waren, für die LA 66 bis LA 68 ein Verfahren eingeführt worden, das von allen bisherigen Regelungen abwich. Wir werden auf diese 6 Formen zurückkommen.

Unter Reihenfolge ist hier darüber hinaus zu verstehen, daß die experimentell in der LA 65 vorhandene Frequenzfrage noch nach der LpN-Frage gestellt wurde, während sie in der LA 66 in der 1. und 2. Welle nach und in der 3. und 4. Welle vor die LpN-Frage zu stehen kam.

Von grundsätzlicher Bedeutung war, daß bei der LA 66 erstmals wieder ein weiterer Leserschaftsbegriff in den Vordergrund rückte: der echte Vorläufer zum Weitesten Leserkreis (WLK), aber noch gleichmäßig definiert durch das Lesen in den letzten 12 Monaten. Dieses "neue" Merkmal griff zurück auf die Gepflogenheiten und das Verständnis der LA 54 und LA 56.

Die Frequenzfrage selbst ist in der LA 66 anhand einer numerischen Zehnerskala gestellt worden, nach dem 65er Experiment nunmehr für alle Zeitschriften und für alle eingesammelten Leser.

Um einen Vergleich zur bisherigen Regelung zu erhalten, ist innerhalb des LpN (IPA) für die LA 66 ausgezählt worden, wieviel regelmäßige Leser es darin gab; regelmäßig als 9 oder 10 von 10 genommen.

Die LpN-Frage war gleich mit renoviert worden. Nach früheren Experimenten aus dem Jahre 1962, über die schon im 1. Teil dieser Arbeit berichtet wurde ((49)), ging man in der LA 66 von der Fragestellung nach dem Lesen im letzten Erscheinungsintervall auf die sogenannte IPA-Frage über (Institute of Practi-

tioners in Advertising) - der Fragestellung bei den britischen Kollegen der AGLA: "Wann zuletzt gelesen?"

Im einzelnen sah das so aus:

Nach den drei Lesemappen-Fragen, die wir im Abschnitt Lesezirkel noch kennenlernen werden und die auch in den übrigen Jahren gestellt wurden, gab es eine Übergangsfrage:

- "Sind sonst noch irgendwelche Wochenzeitungen / Zeitschriften in Ihrem Haushalt fest abonniert, die Ihnen ins Haus geliefert werden - Ich meine jetzt aber kein LZ-Abonnement. Welche?"
- Danach kam eine Erläuterung des Begriffs 'Lesen', der sich in zwei Punkten von der LA 65-Version unterschied:
  - = Punkt 3: "Es kommt uns nur darauf an ..."  
das heißt, die Betonung, das zufällige Lesen interessiere nicht, fiel weg.
  - = Das Aufstellungsschild wurde wortreicher:

Aufstellungsschild (steht während der Zeitschriftenfragen vor der befragten Person)

- 1 Durchblättern gilt auch als Lesen, auch nur gelegentliches Durchblättern.
- 2 Anderswo gelesene oder durchgeblätterte Zeitschriften bitte nicht vergessen, also auch an Friseur, Arbeitspause, Zahnarzt, unterwegs usw. denken.
- 3 Sonderhefte spielen nicht mit."

- Bei der Titeltartenvorlage (drei Päckchen nicht nach Erscheinungsweise gegliedert, sondern nach inhaltlicher Nähe in zweierlei Reihenfolge, daher 6 Versionen) wurde gefragt:

"Welche haben Sie hiervon innerhalb der letzten 12 Monate einmal oder mehrmals gelesen oder durchgeblättert, ganz egal wie oft und wo und welche nicht?"

Diese Einsammelfrage machte also keinen Unterschied für das Erscheinungsintervall!

Die Reihenfolge für die beiden nächsten Fragen war - wie erwähnt - für die 1. und 2. Welle sowie die 3. und 4. Welle verschieden.

- "Hier ist eine Art Thermometer, mit dem wir messen wollen, wieviele von 10 Ausgaben Sie im allgemeinen von den einzelnen Zeitschriften und Zeitungen lesen oder durchblättern. Falls Sie es nicht genau wissen, bitte schätzen Sie das doch mal."

(Frage an jeden Eingesammelten)

- Jeder Eingesammelte wurde informell durch den Interviewer auf die Erscheinungsintervalle verwiesen. Es stand eine entsprechende Zahl rechts unten auf der Titeltkarte.

Hier die Frage im Wortlaut:

"Würden Sie mir nun bitte zu jeder dieser Zeitschriften und Zeitungen sagen, wann Sie sie zuletzt gelesen oder durchgeblättert haben? Ich weiß, daß ich da eine Frage stelle, die manchmal gar nicht so leicht zu beantworten ist. Bei solchen Statistiken soll ja immer alles so genau wie möglich sein. Vielleicht fällt Ihnen die Antwort leichter, wenn Sie einmal auf diesen Kalender hier sehen und mir dann nur zeigen, was hiervon zutrifft. Wann haben Sie nun zuletzt ..... gelesen oder durchgeblättert? Ich meine, wann hatten Sie das Blatt zuletzt in der Hand?"

Der erwähnte Kalender erfaßte 10 Punkte von "heute" bis "länger als 3 Monate her" mit einer Zuordnung zum LpN, die für jedes Erscheinungsintervall verschieden sein mußte. Die zehn Abschnitte lauteten:

- heute
- gestern
- vorgestern
- vor 3 bis 4 Tagen
- vor 5 bis 7 Tagen
- vor 8 bis 14 Tagen
- vor 2 bis 3 Wochen
- vor 3 bis 4 Wochen
- vor 1 bis 3 Monaten
- länger als 3 Monate

- Daraufhin wurde an alle Eingesammelten eine Frage nach der Leser-Blatt-Bindung gestellt. Sie lautete im Wortlaut:

"Jetzt würde ich noch gern, wie Sie die einzelnen Zeitschriften finden. Hier

ist eine Karte mit Feldern, auf denen verschiedene Einstellungen stehen, die man zu Zeitschriften und Zeitungen haben kann. Bitte, ordnen Sie doch diese Titeltärtchen in die verschiedenen Felder ein, so wie Sie das beurteilen. Wie finden Sie . . . . . ?"

Die Kategorien dieser Frage waren:

- lese ich außerordentlich gern
- lese ich sehr gern
- lese ich gern
- lese ich nicht so gern
- lese ich ungerne
- kerne ich kaum

- Dann wurde wieder der Leseort erfragt - aber nur zum LpN:

"Wo haben Sie . . . zuletzt gelesen, zu Hause oder anderswo?"

- Schließlich die LZ-Bezugsfrage - auch nur zum LpN:

"War das Exemplar aus einer Lesemappe, einem Lesezirkel, kenntlich am Schutzumschlag, oder war es ein Exemplar, das nicht aus einer Lesemappe, einem Lesezirkel stammte?"

Das Lesen gestern brauchte nicht mehr extra erfragt zu werden; es entstand automatisch als eine Kategorie des letzten Lesens.

#### LA 67

Die LA 67 unterschied sich von der LA 66 in mehrerlei Hinsicht.

- An die Stelle der abstrakten Zehnerskala trat eine Zwölferskala, die auf 12 Erscheinungsintervalle abhob. Diese Bindung an 12 Erscheinungsintervalle blieb seither Bestandteil der Analysen der AGLA/AG.MA. Sie definiert definitiv den WLK, der inzwischen allgemeiner als Weitester Nutzerkreis (WVK) bezeichnet wird.

Zur Folge hatte diese Regelung nun, daß bei der Vorlage der Titeltarten in jedem der drei Päckchen getrennte Teilpäckchen nach dem Erscheinungsintervall erstellt werden mußten, die in wechselnder Reihenfolge vorgelegt wurden.

- Dafür wurde die Abfragenreihenfolge der Merkmale pro Zeitschrift durchgängig festgehalten, und zwar wurde nach der Einsammlfrage zunächst die LpN (IPA)-Frage gestellt: "wann zuletzt gelesen"; dann die Frequenzfrage (12 Kategorien - mit weniger als Eins zu keine zugeschlagen - einer Angabe, die notwendig wurde, weil 12 Monate für die 14-täglich und wöchentlich erscheinenden Titel länger als 12 Erscheinungsintervalle sind) - und schließlich wie bei der LA 66 die Bindungsfrage für den WLK; dann Leseort und Lesezirkel-Exemplar, beide nur für den LpN. Die Bezugsart-Abo-Frage stand übrigens jetzt weiter vorn.

- Die Frage nach dem letzten Lesen reduzierte sich auf 6 Punkte (heute bis länger als 4 Wochen) und schloß die Frage nach "gestern gelesen" ein:

- heute
- gestern
- 2 bis 7 Tage her
- 8 bis 14 Tage her
- 2 bis 4 Wochen her
- länger als 4 Wochen her

- Die Erläuterungen wurden vor der allgemeinen Abfrage kürzer. In der LA 76 lauteten sie:

"Unter 'Lesen' verstehen wir:

- wenn Sie in einer Zeitschrift gelesen haben;
- aber auch wenn Sie nur einige Seiten einer Zeitschrift durchgeblättert haben;
- Denken Sie auch an die Zeitschriften, die Sie außer Hause gelesen oder durchgeblättert haben, also bei Bekannten, beim Friseur, in einem Wartezimmer, usw.

Als 'Lesen' gilt nicht:

- wenn Sie sich nur das Titelbild angeschaut haben.
- Die Angaben über die Zeitschriften, die Sie nicht lesen, sind für uns ebenso wichtig, wie die Angaben über Zeitschriften, die Sie gelesen haben.

Bei der Beantwortung der folgenden Fragen kommt es uns auf Genauigkeit an, lassen Sie sich deshalb ruhig etwas Zeit."

Dafür mußte jetzt das Erscheinungsintervall stärker ins Bewußtsein gerückt werden (am Beispiel der wöchentlich erscheinenden Zeitschriften):

"Diese Zeitschriften hier erscheinen wöchentlich, im Laufe eines Vierteljahres erscheinen also rund 12 Nummern. Wieviel von 12 Nummern des(r) . . . lesen Sie im allgemeinen, bzw. blättern Sie durch? Wenn Sie es nicht so genau wissen, versuchen Sie doch bitte (auch hier) einmal zu schätzen. Und wie ist das mit . . . ?"

In der LA 67 erschien erstmals ein Begriff, der nicht direkt aus der Erhebung stammte. Neben die erhobenen Merkmale traten mithin errechnete. Die Kumulation hatte der Mediawelt die  $K_i$ ,  $i = 1 \dots 12$  beschert, den akkumulierten Leser einer, zweier, usw. bis zu 12 Nummern. Und es stellte sich heraus, daß der mit der Frage nach dem letzten Lesen erhobene LpN (IPA) nicht wertgleich dem  $K_1$  war, was dem einfachen Verständnis nach eigentlich sein sollte.

Dies ist nicht die Stelle, die Maßnahmen und Konsequenzen - wie Justierung und Simulation - vorzuführen, dazu wird Platz im Auswertungskapitel dieses Teiles sein. Es genügt hier der Hinweis, daß als Merkmal für die Zeitschriften hinzutrat: der  $K_i$  - die akkumulierte Leserschaft innerhalb des WLK, und daß durch die Justierung im Endeffekt der  $K_1$  dem LpN angeglichen wurde, weil der LpN mit seiner aktuellen Information als sicherere Einheit angesehen wurde bzw. die Frequenzskalen-Schätzung als die unsicherere Aussage. Dies ist bis heute so geblieben, wenn sich auch die Verfahren der Verrechnung geändert haben.

#### LA 68

Das Prinzip der LA 67 wurde in die LA 68 übernommen. Es gab aber auch hier wieder Veränderungen:

- Die Abo-Frage entfiel.
- Die Erläuterungen sind nochmals umformuliert worden:

"Unter Lesen einer Zeitschrift verstehen wir auch deren Durchblättern, wenn Sie sich mehr als nur das Titelblatt angesehen haben.

Es spielt übrigens keine Rolle, ob Sie die betreffende Zeitschrift häufiger oder selten zu lesen pflegen.

Auch das Lesen oder Durchblättern außer Haus interessiert uns. Also bitte auch an Zeitschriften denken, die bei Bekannten, beim Friseur, im Wartezimmer oder am Arbeitsplatz Ihnen in die Hand kamen."

- Die Einsammelfrage richtete sich nicht mehr am "Lesen oder Durchblättern" aus, sondern nach "innerhalb der letzten 12 Monate in der Hand gehabt".
- Es gab jetzt vier Titelkartenpäckchen, die nacheinander abgefragt wurden.
- Die Reihenfolge der Fragen änderte sich:
  - = erst "wann zuletzt" (6 Kategorien);
  - = dann für den LpN (IPA) Leseort;
  - = und gleich für den LpN (IPA) die LZ-Bezugsfrage;
  - = erst danach wurde - nun wieder für alle Eingesammelten - die Frequenzfrage gestellt (mit weniger als Eins zu "keine" zugeschlagen).
- Die Bindungsfrage fiel fort, wegen hoher Korrelation mit der Lesehäufigkeit.

In der fusionierten Teilstichprobe von rund 3.000 Befragten war eine zusätzliche, aber nicht ausgewertete Information zum allgemeinen Lesen von 6 Zeitschriften-Gattungen enthalten.

#### LA 69

Die Abfrage der Zeitschriften in der LA 69 lehnte sich zwar noch an die Vorgänger-Analysen an, sie trug letztlich jedoch ein völlig neues "Gewand".

- Die Einsammelfrage unterschied nach:
  - = schon einmal in der Hand gehabt;
  - = nur dem Namen nach bekannt;
  - = ganz unbekannt,ohne daß auf einen Zeitraum abgehoben wurde.
- Nur wer eine Zeitschrift schon einmal in der Hand gehabt hatte, wurde danach gefragt, wieviel von 12 Nummern er im allgemeinen lese oder durchblättere. Hierbei wurde auf die Zeit von 12 Erscheinungsintervallen abgehoben (die den WLK abgrenzen) und in der Reihenfolge:
  - monatlich (ganzes Jahr),
  - 14-täglich (halbes Jahr),
  - wöchentlich (Vierteljahr)

erscheinende Zeitschriften abgefragt.

- Die Leseumstände (in 12 Situationen zeichnerisch vorgestellt) wurden ohne Bezug zu einzelnen Titeln, also ganz allgemein mit drei Kategorien (oft, gelegentlich, nie) abgefragt.
- Für diejenigen, die Zeitschriftentitel "schon einmal in der Hand gehabt hatten", wurde erfragt, wann sie sie zuletzt gelesen oder durchgeblättert hätten. Eigentlich waren das vier Fragen, unter Einschluß der LZ-Frage.
  - a) heute
  - gestern
  - 2 bis 7 Tage her
  - 8 bis 14 Tage her
  - 2 bis 3 Wochen her
  - 3 bis 4 Wochen her
  - 4 bis 5 Wochen her
  - länger als 5 Wochen herwurde durchgängig gefragt;
- b) Lesezirke!
  - kein Lesezirkelwurde ebenfalls durchgängig gefragt;
- c) für "2 - 7 und 8 - 14 Tage her" wurde gefragt:
  - gestern
  - vorgestern
  - vor 3 Tagen
  - vor 4 Tagen
  - vor 5 Tagen
  - vor 6 Tagen
  - vor 7 Tagen
  - vor 8 Tagen
  - in diesen Tagen nicht gelesen
- d) für "gestern gelesen" wurde gefragt:
  - bis 9.00 Uhr
  - 9.00 - 12.00 Uhr



12.00 - 14.00 Uhr  
14.00 - 17.00 Uhr  
17.00 - 20.00 Uhr  
nach 20.00 Uhr  
gelesen

Die LA 69 war die erste Leseranlyse, in der neben den erhobenen Merkmalen als wichtiges Merkmal - aus der akkumulierten Leserschaft gebildet - die Lesewahrscheinlichkeit erschien, für diesmal noch als 'Vogdtseher Mittelwert' wegen zu großer Diskrepanzen zwischen  $I_{pN}$  und  $K_1$ .

#### LA 70

Der wesentliche Unterschied zur LA 69 bestand in dem weitergeführten System der Filterung zur Einsammlung von Lesern, abgesehen von gewissen Vereinfachungen.

- Einsammelfrage wie LA 69 in drei Kategorien. Weiter mit "in der Hand gehabt" über alle Titel.
- Dann begann man mit den Zeitfiltern und der Frequenzfrage.

= Monatlich erscheinende Zeitschriften:

- . Erster Zeitfilter (drei Kategorien)

innerhalb der letzten 12 Monate (= WLK)  
ein bis zwei Jahre her  
länger her

Weiter mit: WLK in zwei Fragen:

- . "Von der Zeitschrift . . . sind in den letzten 12 Monaten, also seit . . . (Monat nennen) vor einem Jahr 12 verschiedene Nummern erschienen. Wieviele von diesen 12 Nummern haben Sie in den vergangenen 12 Monaten nach Ihrer Schätzung durchgeblättert oder gelesen?"  
Das heißt, es wurde nach den letzten 12 Erscheinungsintervallen und nicht mehr nach dem allgemeinen Lesen gefragt, wie noch in der LA 69.
- . Im WLK wurde (2. Zeitfilter - vier Kategorien) weiter gefragt:  
"Wann haben Sie . . . zuletzt gelesen oder durchgeblättert:

innerhalb der letzten 4 Wochen

J bis 2 Monate her  
2 bis 3 Monate her  
länger her"

= Entsprechend wurden die 14-täglich erscheinenden und die wöchentlich erscheinenden Zeitschriften abgefragt. Die Frequenzfrage wurde in beiden Fällen auch als 12-Punkte-Skala für die letzten 12 Erscheinungsintervalle gestellt.

Für die 14-täglich erscheinenden Zeitschriften lautete der 1. Zeitfilter:

innerhalb der letzten 6 Monate  
ein halbes bis ein Jahr her  
länger her

und der 2. Zeitfilter:

innerhalb der letzten 14 Tage  
14 Tage bis 6 Wochen her  
4 bis 6 Wochen her  
länger her

= Für die wöchentlich erscheinenden Zeitschriften lautete der 1. Zeitfilter:

innerhalb der letzten 3 Monate  
ein Viertel- bis ein halbes Jahr her  
länger her

und der 2. Zeitfilter:

innerhalb der letzten 7 Tage  
8 bis 14 Tage her  
2 bis 3 Wochen her  
länger her

- Danach wurden die drei Zeitschriftengruppen nochmals aufgenommen, und zwar wurde für den WLK gefragt:

= "Als Sie zum letzten Mal . . . durchgeblättert oder gelesen haben, war das zu Hause oder woanders?"

= Und war das ein Heft aus einer Lesemappe (Lesezirkel)? Sie wissen doch, alle Zeitschriften aus einer Lesemappe (Lesezirkel) haben einen besonderten Schutzumschlag um das Heft.

= Haben Sie die Zeitschrift zufällig

gestern  
 vorgestern  
 vor 3 Tagen  
 vor 4 Tagen  
 durchgeblättert oder gelesen?"

Die ersten beiden Fragen waren für alle Gattungen gleich. Die letzte Frage galt für die monatlich erscheinenden Zeitschriften. Für die 14-täglich erscheinenden Zeitschriften wurde nur nach gestern und vorgestern, für die wöchentlich erscheinenden Zeitschriften nur nach gestern gefragt.

Mit der Einführung der Lesewahrscheinlichkeit war die Notwendigkeit verbunden, für die daraus zu errechnende Leserschaft einen anderen Ausdruck zu finden. Das war der LpA (Leser pro Ausgabe). Die wertmäßige Gleichheit zum direkt erhobenen LpN wurde über eine frequenzklassenweise Berechnung erreicht.

#### LA 71 bis MA 79

Das Vorgehen dieser Jahre entsprach dem der LA 70, mit zwei Ausnahmen:

- Die Frage nach dem Leseort (zu Hause oder woanders) wurde durch eine etwas auffälligerere Frage zur Bezugsart ersetzt: "Wie sind Sie an das Heft gekommen - woher hatten Sie . . . ?" - mit den fünf Antwortmöglichkeiten:

ist bei uns im Haushalt abonniert  
 habe ich selbst gekauft  
 hat jemand anders aus unserem Haushalt gekauft  
 habe ich von Freunden, Bekannten, Kollegen  
 geschenkt bekommen oder ausgeliehen  
 bin ich zufällig dran gekommen, habe ich vorgefunden  
 lag aus (zum Beispiel Friseur, Wartezimmer, Café)

- Die Ermittlung der Lesewahrscheinlichkeiten erfolgte seither über Segmentationen.

In einer allgemeinen Übersicht sieht die Merkmalsvielfalt der Zeitschriften dann so aus:

	LA/MA	54	56	58	60/ 61	62/ 63	64	65	66	67	68	69	70	71/ 79
Was ist Lesen? Information							+	+	+	+	+	+	+	+
2 Einsammelfragen									+	+	+	+	+	+
1 Einsammelfrage									+	+	+	+	+	+
1 Einsammelfrage (3 Kategorien)									+	+	+	+	+	+
WLK 1. Zeitfilter (3 Kategorien)													+	+
LpN nach Einsammelfrage			+											+
LpN ohne Einsammelfrage				+										+
LpN ohne Einsammelfrage plus Zeitpräzisierung							+	+	+	+	+	+	+	+
LpN (IPA) letzt. Lesen									+	+	+	+	+	+
LpN (IPA) 2. Zeitfilter (9 Kategorien)														+
regelm. Lesen allgem.		+	+											+
regelm. Lesen LpN (Verbalskala)				+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+

	LA/MA	54	56	58	60/ 61	62/ 63	64	65	66	67	68	69	70	71/ 79
Frequenzfrage 12/13er Skala								+						
Frequenzfrage 10er Skala allgemein									+					
Frequenzfrage 12er Skala allgemein										+	+	+		
Frequenzfrage 12er Skala (letzte 12 Erschölnungsintervalle)													+	+
(K, - kumulierte Leser- schaft, justiert)										+	+			
Lesewahrscheinlichkeit ("Vogdtcher Mittelwert")												+		
Lesewahrscheinlichkeit Frequenzklassen													+	
Lesewahrscheinlichkeit Segmentation														+
gestern LpN					+	+	+							
g, vg, vor 3 T, vor 4 T													+	
Uhrzeit gestern													+	
g, vg, vor 3 T, vor 4 T, WLK													+	+

179

180

	LA/MA	54	56	58	60/ 61	62/ 63	64	65	66	67	68	69	70	71/ 79
Leseumstände LpN				+										
Leseumstände allgemein												+		
Leseort LpN					+	+	+	+	+	+	+			
Leseort WLK													+	
Bezugsart LpN				+										
Bezugsart LpN/Nicht-LZ					+	+	+							
Bezugsart Abo									+	+				
Bezugsart WLK (5 Kategorien)														+
LZ LpN	} als Bezugs- art	+	+	+	+	+	+	+	+	+	-			
LZ allgem.												+		
LZ WLK													+	+
Leser-Blatt-Blindung									+	+				

#### 4.1.1.2.2.

##### Die Zeitungen

###### LA 54 + LA 56

brachten keine Informationen zum Zeitungslesen.

###### LA 58

Als Einleitung zum Interview beschränkte man sich auf die Frage:

"Haben Sie gestern eine Tageszeitung gelesen?"

###### LA 60 bis LA 62

Es wurden zwei Fragen gestellt:

- "Haben Sie gestern irgendeine Tageszeitung gelesen oder durchgeblättert? - Ist hier vielleicht eine Zeitung dabei, die Sie gestern gelesen haben?"

Vom Merkmal her ging es also um "gestern gelesen oder durchgeblättert".

###### LA 63

Die Fragestellung wurde präzisiert: falls es sich um ein Montagsinterview handelte, sollte nach "vorgestern" (Mo - vg) gefragt werden. Das wurde beibehalten.

###### LA 64

Es wurde die Fragestellung erweitert. Zunächst:

- "Haben Sie gestern (Mo - vg) irgendeine Tageszeitung gelesen oder durchgeblättert? Welche (mit Listenvorlage)?" Und dann:
- "Ist in Ihrem Haushalt eine Tageszeitung abonniert, die Sie selbst regelmäßig lesen?"

###### LA 65 + LA 66

In diesen Jahren wurde die Abfrage wieder reduziert:

"Haben Sie gestern (Mo - vg) irgendeine Tageszeitung gelesen oder durchgeblättert? Ich meine eine täglich erscheinende Zeitung. Welche?" (Listenvorlage)

###### LA 67 + LA 68

Die Zeitungsabfrage wurde erweitert, indem man einmal nach der Einführung der IPA-Frage für die Zeitschriften in der LA 66 nun auch auf "wann zuletzt eine dieser Tageszeitungen gelesen oder durchgeblättert" überging, und zwar anhand einer Zeitungsliste und mit den Vorgaben:

gestern (Mo - vg)  
vorgestern  
vor 3 Tagen  
länger her  
noch nie

um dann für "gestern (Mo - vg) - ja" nachzufassen: Und welche davon gestern (Mo - vg) mit bis zu fünf Nennungen.

Zum ändern wurde hier ein Verfahren eingeführt, das sich im Prinzip bis heute erhalten hat, nämlich nach der Listenabfrage (später Titelkarten-Abfrage) nachzufassen mit der Frage:

"Andere Zeitungen, die hier in der Gegend gelesen werden, haben Sie sicher im Kopf. Ich würde gern von Ihnen, wann Sie zuletzt eine dieser Tageszeitungen gelesen oder durchgeblättert haben?" Und wieder mit der Nachfrage: "Welche dieser Tageszeitungen haben Sie gestern (Mo - vg) gelesen oder durchgeblättert?" (bis zu drei Nennungen).

In der LA 68 wurde auch erstmals eine Sonderregelung erwähnt, die für die Zeitungen aus Berlin galt (später kam noch Lübeck dazu). Da diese Zeitungen sonntags, aber nicht montags erscheinen, wurde für dienstags die "vg-Frage" vorgesehen. Entsprechendes gilt übrigens für Feiertage, die nicht auf einen Sonntag fallen.

###### LA 69

Es wurde erstmals die Abfrage von Zeitungen anhand von Titelkarten vorgenommen.

- Die Einsammlfrage lautete:

schon mal in der Hand gehabt  
nur dem Namen nach bekannt  
ganz unbekannt

Diejenigen, die "in der Hand gehabt" angaben, galten als eingesammelt. Dazu kam die Frage:

"Und wie heißen die Tageszeitungen hier aus der Gegend, die Sie lesen oder schon durchgeblättert haben?" (drei Nennungen möglich)

- Für die eingesammelten Titelkarten-Zeitungen und die freien Nennungen wurde anhand eines 8-Tage-Kalenders weiter gefragt, wann sie zuletzt gelesen oder durchgeblättert wurde(n):

gestern  
vorgestern  
vor 3 Tagen  
vor 4 Tagen  
vor 5 Tagen  
vor 6 Tagen  
vor 7 Tagen  
vor 8 Tagen  
in diesen Tagen nicht

Diese Frage wurde als 6-Punkte-Häufigkeitsskala zur Bestimmung der Lesefrequenz und damit des WLK und ebenso zur Bestimmung des LpN (Leser gestern) verwendet und zur Berechnung der Lesewahrscheinlichkeiten herangezogen.

- Für jede gestern gelesene oder durchgeblätterte Zeitung wurde gefragt:

"Zu welchen Tageszeiten haben Sie gestern . . . gelesen?"

morgens	bis	9.00 Uhr
vormittags	9.00 -	12.00 Uhr
mittags	12.00 -	14.00 Uhr
nachmittags	14.00 -	17.00 Uhr
abends	17.00 -	20.00 Uhr
spätabends	nach	20.00 Uhr und später

#### LA 70 bis zur MA 79

Mit der LA 70 begann die Einordnung der Tageszeitungen in das Merkmalschema der Zeitschriften, so wie sich diese Entwicklung in den letzten Jahren angekündigt hatte.

- Einsammlerfrage für per Titelkarte abgefragte Zeitungen:

"Welche von diesen Zeitungen haben Sie schon mal in der Hand gehabt, um darin zu blättern oder zu lesen; welche sind Ihnen nur dem Namen nach bekannt und welche kennen Sie überhaupt nicht?"

Dazu kommen die bis zu drei freien Nennungen:

"Und wie heißen die Tageszeitungen hier aus der Gegend, welche gibt es hier?"

"Und welche von diesen Zeitungen haben Sie schon mal in der Hand gehabt, um darin zu blättern oder zu lesen?"

- Für die "in der Hand gehaltenen" Zeitungen wurde danach einheitlich abgefragt:

= "Wann haben Sie . . . zuletzt in die Hand genommen, um darin zu blättern oder zu lesen?"

1. Zeitfilter (3 Kategorien):

innerhalb der letzten 14 Tage (= WLK)

2 bis 4 Wochen her

noch länger her

= "Von . . . sind in den letzten zwei Wochen 12 verschiedene Ausgaben erschienen. Wieviele von diesen 12 Ausgaben haben Sie in den letzten zwei Wochen nach Ihrer Schätzung durchgeblättert oder gelesen?"

Also Frequenzfrage mit Zwölferskala. Der WLK umfaßt jetzt zwei Wochen gegenüber nur einer in der LA 69.

= Für die Leser der letzten 14 Tage (WLK):

"Wann haben Sie zuletzt . . . durchgeblättert oder gelesen?"

2. Zeitfilter (4 Kategorien):

gestern (= LpN (IPA) )

vorgestern  
3 Tage her  
länger her

Lediglich zwei Besonderheiten aus diesen Jahren sind anzuführen.

- Von der MA 73 ab hieß es für die Zeitungen der freien Nennungen: "hier aus der Stadt, dem Ort, der Gegend".
- In der MA 79 schnellte die Zahl der per Titeltkarte abgefragten Zeitungen in die Höhe, weil die Mitglieder-Zeitungen in ihren spezifischen Befragungsgebieten (nach IVW) mit Titeltkarten abgefragt wurden. Das war - wie bereits erwähnt - der Auftakt für die generelle titeltkartenbezogene Abfrage der Zeitungen.

Damit wurde die Nachfrage zur freien Nennung umformuliert in:

"Welche weiteren Tageszeitungen gibt es hier in der Stadt, im Ort, in der Gegend?"

Von der LA 70 an waren die Zeitungen in die Berechnung von Lesewahrscheinlichkeiten einbezogen, die also als Merkmal hinzutraten, wenn auch - wie im Abschnitt Medieneinheiten aufgeführt - mit ganz unterschiedlichen Berechnungseinheiten.

	LA/MA	54	56	58	60	61	62	63	64	65	66	67	68	69	70	71/ 79
gestern gelesen abonniert			+	+	+	+	+	+	+	+	+					
wann zuletzt (LPN - gestern)									+			+	+			
Einsamelfrage "in der Hand gehabt"																
kombiniert: wann zuletzt + 6er Skala Frequenz																
Tageszeit																
WLK - 1. Zeitfilter (3 Kategorien)																
Frequenzfrage 12er Skala																
wann zuletzt LPN (IPA) 2. Zeitfilter (4 Kat.)																
Lesewahrscheinlichkeit (über letztes-Lesen-Skala)																
Lesewahrscheinlichkeit (über Frequenzklassen)																
Lesewahrscheinlichkeit (über Segmentation)																

4.1.1.2.3. Die Supplements

Supplements tauchten erst relativ spät als Medien auf.

Mit einer über die Tageszeitungen errechneten Lesewahrscheinlichkeit haben wir die Supplements in der LA 71, MA 72/I und 72/II und in der MA 73.

Die Erfragung der Supplements erfolgte dann von der MA 73 ab nach einem Schema, das im Prinzip der Abfrage wöchentlich erscheinender Zeitschriften entspricht. Lediglich die Bezugsfrage ist spezifisch. Und es gibt eine gesonderte Einleitung zu diesem Fragenkomplex.

MA 73

(In der MA 73 und MA 74 war es nur: RTV)

- Einsammelfrage in 3 Kategorien:
  - unbekannt
  - bekannt
  - schon in der Hand gehabt
- Frequenzfrage: "Wieviel der letzten 12 Nummern gelesen?"
- 2. Zeitfilter:
  - innerhalb der letzten 7 Tage (als LpN)
  - 8 bis 14 Tage her
  - 2 bis 3 Wochen her
  - länger her
- "gestern durchgeblättert oder gelesen"
- "Als Sie zum letzten Mal RTV durchgeblättert oder gelesen haben, wie sind Sie an das Heft gekommen? Woher hatten Sie RTV?"

Vier Antwort-Kategorien:

Kam mit einer Zeitung in den Haushalt (mit der Nachfrage: "Würden Sie mir bitte den Namen der Zeitung sagen, der RTV beilag?")

Habe ich im Haushalt vorgefunden, weiß aber nicht, wie sie ins Haus kam.

Habe ich von Freunden, Bekannten, Kollegen, Nachbarn geschenkt bekommen oder ausgeliehen.

Bin ich zufällig drangekommen, habe ich vorgefunden, lag aus (zum Beispiel Friseur, Wartezimmer, Café, usw.)

Von der MA 74 ab wurden die Supplements genau so abgefragt, nur daß die Reihenfolge der Bezugsfrage und der "gestern"-Frage vertauscht wurde, das heißt, "gestern" stand am Schluß. Und es entfiel die Frage nach der Tageszeitung.

	MA 71	72/I	72/II	73	74/ 79
Einsammelfrage (3 Kategorien)				+	+
Frequenzfrage (12er Skala - letzte 12 Erscheinungsintervalle)				+	+
2. Zeitfilter (3 Kategorien) für LpN				+	+
Bezugsart (4 Kategorien)				+	+
Trägerzeitung für: "kam mit einer Zeitung in den Haushalt"				+	
gestern gelesen oder durchgeblättert				+	+
Lesewahrscheinlichkeit über Trägerzeitung	+	+	+		
Lesewahrscheinlichkeit direkt				+	+

LA 54 + LA 56

In der LA 54 wurde nur nach der Bezugsart "Lesezirkel" gefragt. In der LA 56 hingegen wurde ausführlich die Lesemappe abgefragt.

LA 56

- "Lesen Sie regelmäßig oder gelegentlich Zeitschriften aus einem Lesezirkel, einer Lesemappe?"
- Lesen Sie im allgemeinen den Lesezirkel, die Lesemappe bei sich zu Hause oder nicht zu Hause?
- Und wo lesen Sie den Lesezirkel, die Lesemappe im allgemeinen?  
(Bei Freunden und Bekannten, im Wartezimmer, beim Friseur, im Café, Restaurant, im Betrieb, Büro, andere Angaben)
- Haben Sie im Haushalt einen Lesezirkel, eine Lesemappe abonniert oder bekommen Sie den Lesezirkel, die Lesemappe regelmäßig durch Bekannte, oder wie sonst?
- Den Lesezirkel, die Lesemappe kann man in verschiedener Weise beziehen, von der 1. bis zur 12. Woche. Können Sie mir sagen, nach der wievielten Woche der Lesezirkel, die Lesemappe im allgemeinen zu Ihnen kommt? (bzw. wie alt ungefähr sind im allgemeinen die Zeitschriften in der Lesemappe?)".

LA 58

- "Haben Sie in Ihrem Haushalt eine Lesemappe, einen Lesezirkel abonniert? (Ich meine mit Lesemappe oder Lesezirkel diese Reihe von Zeitschriften, die in Schutzumschlägen stecken und die man jede Woche austauscht)"

LA 60

Dieselbe Frage wie in der LA 58 und weiter:

- "Beziehen Sie den Lesezirkel allein oder mit einer anderen Familie zusammen?"
- Oder leihen Sie sich regelmäßig eine Lesemappe aus?

- Haben Sie überhaupt schon einmal davon gehört, daß es solche Lesezirkel gibt. Es handelt sich dabei um illustrierte Zeitschriften in Schutzumschlägen, die wöchentlich einmal umgetauscht werden."

Wenn Lesemappe im Haushalt abonniert oder regelmäßig gelesen, wurde das Ausgabedatum der folgenden Zeitschriften notiert:

STERN oder QUICK oder REVUE oder FRANKFURTER ILLUSTRIERTE oder NEUE ILLUSTRIERTE.

LA 61 bis LA 64

Wie LA 60 ohne die Nachfrage zum Alter der Hefte im Lesezirkel.

LA 65 + LA 66

- "Wird eine Lesemappe im Haushalt abonniert?"
- Oder leihen Sie sich regelmäßig eine Lesemappe aus?"
- Haben Sie überhaupt schon einmal davon gehört?"

LA 67 + LA 68

Wie zuvor, nur ohne die Frage: "Haben Sie überhaupt schon einmal davon gehört?"

LA 69

Keine Frage zur Lesemappe, dafür aber schon die Lesewahrscheinlichkeit für die Lesemappe, berechnet aus der Kombination der Lesezirkel-Zeitschriften.

LA 70 bis LA 78

- Im Haushalt selbst eine Lesemappe halten.
- Regelmäßig Hefte ausleihen.
- Nein, keins von beiden.

Daneben sind in dieser ganzen Zeit dem Nutzungswahrscheinlichkeits-Konzept der Medien entsprechend zwei Lesewahrscheinlichkeiten berechnet worden, wobei von den Zeitschriften ausgegangen wurde, die zuletzt im Lesezirkel gelesen worden waren (entsprechend der für Zeitschriften gestellten Bezugsfrage):

- einmal die schon in der LA 69 erwähnte Kombinationswahrscheinlichkeit der Lesezirkel-Zeitschriften als Lesemappen-Lesewahrscheinlichkeit;



- zum andern eine durchschnittliche Lesezirkel-Zeitschriften-Lesewahrscheinlichkeit, über deren Zugehörigkeit zum Lesemappen-Bereich man geteilter Meinung sein kann.

#### MA 79

In der MA 79 begann ein neues Abfrageschema.

Zunächst wurde aufgezählt, was eine Lesemappe ist:

- "Man kann Zeitschriften nicht nur kaufen oder abonnieren, sondern auch von einem Lesezirkel in Lesemappen ausleihen. Man bekommt jede Woche eine Zeitschrift ins Haus und hat sie dann eine Woche lang zur Verfügung. Aber es gibt auch Lesemappen beim Friseur, im Wartezimmer, in Restaurants, in Cafés, usw. Alle Zeitschriften aus einem Lesezirkel haben einen besonderen Schutzumschlag, an dem man sie leicht erkennen kann."

Dann wurde gefragt:

- "Haben Sie schon einmal eine Zeitschrift aus einer Lesemappe in der Hand gehabt, um darin zu blättern oder zu lesen?"
- Wann haben Sie zuletzt eine Zeitschrift aus einem Lesezirkel in die Hand genommen, um darin zu blättern oder zu lesen?" (1. Zeitfilter)

innerhalb der letzten 3 Monate (WLK)  
 ein Viertel- bis ein halbes Jahr her  
 länger her

- "Wird in Ihrem Haushalt eine Lesemappe von einem Lesezirkel gehalten?"
- Wann haben Sie zuletzt Zeitschriften aus Ihrer Lesemappe durchgeblättert oder gelesen?" (2. Zeitfilter)

innerhalb der letzten 7 Tage (LpN)  
 8 bis 14 Tage her  
 2 bis 3 Wochen her  
 1 bis 3 Monate her  
 länger her

- Wenn Lesemappe nicht im Haushalt:

"Manchmal haben ja Nachbarn, Freunde, Bekannte oder Verwandte eine Lesemappe. Wann haben Sie zuletzt . . . ?" Wie zuvor.

- Als weiteren Filter - für alle:

"Waren Sie innerhalb der letzten 3 Monate

beim Friseur  
 beim Zahnarzt  
 beim Arzt  
 im Café  
 im Restaurant / Gaststätte  
 an anderer Stelle, wo Lesemappen ausliegen?"

- Wenn ja - wieder 2. Zeitfilter

Die durchschnittliche Lesezirkel-Zeitschriften-Lesewahrscheinlichkeit wurde wie bisher, die Lesemappen-Lesewahrscheinlichkeit jedoch anhand dieser neuen Abfrage errechnet.

	54	56	58	60	61/ 64	65/ 66	67/ 68	69	70/ 78	79
keine Frage dazu										+
regelmäßig lesen		+								
Zu Hause lesen		+								
öffentliche Auslage lesen und wo		+								
Lesemappen-Abo im Haushalt		+	+	+	+	+	+			
Alter der Mappe		+		+						
Abo allein oder mit anderen				+	+					
regelmäßig Lese- mappe ausleihen				+	+	+	+			
schon davon gehört, daß es Lesemappe gibt?				+	+	+				
<hr/>										
Lesemappe zu Hause, regelmäßig ausleihen, keins von beiden (3 Kat.)										+
<hr/>										
<u>Fragebatterie:</u>										
in der Hand gehabt										+
1. Zeitfilter (3 Kategorien - WLK)										+
Lesemappe im Haushalt als Filter										} jeweils 2. Zeitfilter (5 Kategorien - LpN) - insgesamt also 8 Leseorte
Lesemappe nicht im Haushalt als Filter										
Leseorte der öffentl. Auslage als Filter (6 Kategorien)										
<hr/>										
Ø LZ-Zeitschriften- Wahrscheinlichkeit										+
Lesemappen-Wahrscheinlich- keit über Zeitschriften								+	+	
Lesemappen-Wahrscheinlich- keit über Fragenbatterie										+

LA 58

Erstmals in der LA 58 wurde gefragt (zwischendurch, wie bis zur LA 63, als Hilfe zur Zeitidentifikation):

"Können Sie sich erinnern, ob Sie in den letzten 14 Tagen im Kino waren?"

LA 60 + LA 61

Es wurde die Frage präzisiert: "Ich meine also seit . . ."

Und es wurde nachgefragt:

"Wie oft waren Sie in den letzten 14 Tagen im Kino?"

LA 62

Es wurde hinzugefügt:

"Waren Sie gestern im Kino?"

LA 63

Neue Fragestellung:

"Waren Sie in den letzten 7 Tagen im Kino?"

LA 64

gab es keine Kinofrage.

LA 65

Das Kino erschien erstmals als eigenständiges Medium.

- "Würden Sie mir bitte einmal sagen, ob Sie innerhalb der letzten 7 Tage einmal oder mehrmals im Kino waren. Heute zählt nicht mit.

- An welchem Wochentag waren Sie im Kino?"

LA 66

Wie LA 65, nur fiel die Nachfrage nach dem Wochentag weg.

LA 67 + LA 68

"Wann waren Sie zuletzt im Kino?"

gestern  
2 bis 7 Tage her  
8 bis 14 Tage her  
länger als 14 Tage her  
länger als 4 Wochen her  
gehe nicht ins Kino

Damit fand auch das Kino Anschluß an die IPA-Frage zur letzten Medianutzung.

#### LA 69

In diesem Jahr wurden die Vorgaben erweitert:

länger als 5 Wochen her  
4 bis 5 Wochen her  
3 bis 4 Wochen her  
14 Tage bis 3 Wochen her  
8 bis 14 Tage her  
1 bis 7 Tage her  
noch nie

#### LA 70

Die Fragestellung blieb erhalten, mit wiederum anderer Vorgabe:

innerhalb der letzten 7 Tage  
1 - 4 Wochen her  
1 - 3 Monate her  
3 - 6 Monate her  
6 - 12 Monate her  
1 - 2 Jahre her  
noch länger her  
war noch nie im Kino

#### LA 71 bis MA 79

Von hier ab ging Kino mit in den Bereich der Medien ein, für die eine Nutzungswahrscheinlichkeit errechnet wurde, beginnend mit einem 1. Zeitfilter und dann - die Woche als LpN (IPA), also "wann zuletzt . . ." - in einem 2. Zeitfilter, mit einer allerdings spezifischen Frequenzskala.

- "Wann waren Sie zum letzten Mal im Kino?"

innerhalb der letzten 12 Monate (WNK - als weitester Nutzerkreis)

1 bis 2 Jahre her  
noch länger her  
war noch nie im Kino

- "Wie oft gehen Sie im allgemeinen ins Kino?"

zweimal in der Woche oder öfter  
einmal in der Woche  
2- bis 3-mal im Monat  
einmal im Monat  
2- bis 3-mal im Vierteljahr  
einmal im Vierteljahr  
seltener

- "Wann waren Sie zuletzt im Kino?" (für WNK)

innerhalb der letzten 7 Tage (LpN)  
1 bis 4 Wochen her  
1 bis 3 Monate her  
länger her

Im Schema sehen die Merkmale der Kino-Nutzung folgendermaßen aus:

	54/ 56	58	60/ 61	62	63	64	65	66	67/ 70	71/ 79
keine Frage dazu	+					+				
in den letzten 14 Tagen		+	+	+						
wie oft?			+	+						
gestern				+						
in den letzten 7 Tagen					+		+	+		
an welchem Wochentag?							+			
wann zuletzt?										+
<b>Fragenbatterie:</b>										
1. Zeitfilter										
(4 Kategorien) WN&K										
wie oft? (Frequenz -										+
7er Skala)										+
2. Zeitfilter										
(4 Kategorien)										

#### 4.1.1.2.6.

#### Hörfunk

Während wir bei den Medieneinheiten Hörfunk und Fernsehen in einem Abschnitt vorgeführt haben, wollen wir bei den Merkmalen zwei Abschnitte darauf verwenden. Die Historie der Abfrage geht auseinander, nicht zuletzt wegen der unterschiedlichen Geschichte der beiden Funkmedien, aber auch wegen der unterschiedlichen Vorstellungen über die Erfassung der jeweiligen Mediennutzung, die letztlich auf die unterschiedliche Art der Werbung in beiden Medien abzielt.

#### LA 54 + LA 56

In der LA 54 und der LA 56 wurde der Hörfunk nicht erfragt.

#### LA 58

Nach der Tageszeitungs-Frage wurde gefragt:

- "Jetzt möchte ich mich danach erkundigen, ob Sie bei sich zu Hause Radio hören? Häufig oder selten?
- Bitte, überlegen Sie doch einmal ganz genau: Haben Sie sich in den letzten 7 Tagen das Abendprogramm im Rundfunk angehört? Wie oft war das der Fall?" (Häufigkeit wurde festgehalten)

#### LA 60 + LA 61

"Haben Sie gestern zu irgendeiner Zeit den Werbefunk im Radio gehört? Ich meine die Sendung mit Musik, wo dann zwischendurch Reklame gemacht wird."

#### LA 62

Es wurde der Frage wie in den Jahren 1960 und 1961 hinzugefügt:

"Um welche Zeit haben Sie gestern Werbefunk gehört?" (Zeit wurde festgehalten)

#### LA 63

Diese Nachfrage fiel wieder weg. Statt "Reklame" hieß es jetzt "Werbung und Reklame", und es wurde eine Vorfrage eingeschoben:

"Haben Sie gestern (Mo - vg) zu irgendeiner Zeit Radio gehört?"

Bis hierher lief die Abfrage der beiden Funkmedien noch leidlich parallel. Von jetzt ab wurde verschieden – aber immerhin auf eine bestimmte Weise vergleichbar – gefragt.

#### LA 64 bis LA 66

Es wurde im Prinzip wie im Vorjahr gefragt: erst nach Radio hören gestern und dann nach dem Werbefunk. Aber es wurde ein Programmblatt mit 8 Werbefunksendungen einzelner Sender vorgelegt und gefragt:

"Bitte, gehen Sie dieses Blatt einmal durch und sagen Sie mir, ob hier Sendungen dabei sind, die Sie gestern gehört haben? Es genügt, wenn Sie eine Sendung teilweise gehört haben."

#### LA 67 + LA 68

Die erste Frage folgte dem Zeitschriftenmodell, das heißt, es wurde das letzte Hören erfragt und gestützt. Dieser Übergang wird sich auch im Fernseh-Bereich finden.

- "Wann haben Sie zuletzt Radio gehört? Denken Sie auch an die Nachrichten und Musik." (gestern / länger her)
- Dann folgte die Frage nach den Sendern anhand eines Programmblattes mit 8 Sendungen – wie bisher für gestern (Mo - vg).
- Danach wurde gefragt (vom Interviewer ausgefiltert für "Sendung 34 genannt", das war Radio Luxemburg): "Würden Sie mir bitte anhand dieser Liste sagen, von wann bis wann Sie den Sender Luxemburg gehört haben?" (drei Uhrzeiten konnten genannt werden)

#### LA 69

Die LA 69 übernahm zu diesem Zeitpunkt – wie auch für die anderen Medien – das Wahrscheinlichkeitsmodell. Die AGLA/AG.MA blieb von da ab dabei. Gefragt wurde:

- "Ich habe hier Kärtchen mit den Namen von Rundfunkanstalten (10 an der Zahl, Radio Luxemburg eingeschlossen). Welche dieser Sender hören Sie im Radio oft, welche gelegentlich und welche hören Sie so gut wie nie?"
- Es gibt ja den Werbefunk. Sie kennen sicher diese Sendungen mit Musik, in denen die Firmen zwischendurch Werbung und Reklame machen. Denken Sie

einmal an die letzten 8 Tage. An welchen Tagen haben Sie den Werbefunk, daß heißt diese Sendungen mit Werbung und Musik gehört? Heute ist . . . (Wochentag)":

- gestern
- vorgestern
- 3 Tage her
- 4 Tage her
- 5 Tage her
- 6 Tage her
- 7 Tage her
- 8 Tage her

Diese Frage lieferte die Frequenzskala (6 Punkte), den WFK (Weitesten Hörerkreis) und den Hörer pro Tag, der im Sinne einer belegbaren Einheit allerdings noch nicht der NpA (Nutzer pro Ausgabe) war. Für "gestern" wurde weitergefragt:

- "Meist gibt es den Werbefunk morgens, mittags und abends, aber auch am Vormittag und Nachmittag gibt es solche Sendungen des Werbefunks. Wie war das gestern? Zu welchen Tageszeiten haben Sie gestern den Werbefunk gehört?" (6 Zeitabschnitte)

#### LA 70

Die Systematik des Befragungsmodells der 70er Jahre wurde auch für den Werbefunk übernommen:

- "Von welchen Sendern haben Sie schon einmal Werbefunk gehört?" (8 Sender, Ensamelfrage)
- "Wann zuletzt?" 1. Zeitfilter zur ersten Abgrenzung des WFK mit:

Innerhalb der letzten 14 Tage  
(Filter für Frequenzfrage)  
2 bis 4 Wochen her  
länger her

pro Sender, wie auch die übrigen Fragen.

- Frequenzfrage: "An wievielen von diesen (letzten) 12 Werktagen?" Der WFK wurde definiert durch eine positive (von Null verschiedene) Frequenzangabe.

- 2. Zeitfilter mit "wann zuletzt":

gestern (für den Hörer gestern)  
vorgestern  
vor 3 Tagen  
länger her

- Und weil der NpA (der Nutzer pro Ausgabe = pro belegbarer Einheit) in Zeitabschnitten pro Tag zu definieren war:  
"Als Sie das letzte Mal Werbefunk vom . . . (Sender) gehört haben, zu welcher Tageszeit war das?" (6 Zeitabschnitte)

#### LA 71 + MA 72/I + MA 72/II

Wie LA 70, nur waren die Zeitabschnitte jetzt Stunden.

#### MA 73

Nur zwei Änderungen traten ein:

- Es wurde nicht mehr nach Werbefunk, sondern nach Rundfunkhören, Rundfunksender gefragt.
- Konsequenterweise vermehrte sich die Zahl der Sender (auf 14).

#### MA 74

Die Abfrage beider Funkmedien änderte sich mit dieser MA. Es begann die Ära der Sechskerskala.

Während bislang der WFK pro Sender für alle Zeitabschnitte gleich bestimmt wurde, ging man jetzt auf den Zeitabschnitt über. Beides verlangte eine andere Abfrageordnung.

Es blieb zunächst bei dem senderweisen Abfragen:  
"Schon mal gehört? Wann zuletzt?"

innerhalb der letzten 14 Tage  
2 bis 4 Wochen her  
länger her

(als 1. Zeitfilter)

Aber dann wurde ohne Bezug zu einem Sender gefragt:

- "An wievielen von den üblichen sechs Werktagen hören Sie im allgemeinen Radio?" (in 7 Zeitabschnitten)
- "Und wie war das gestern (vorgestern)? Wann haben Sie gestern (vorgestern) zum ersten Mal Radio gehört? Und wie ging es dann weiter?" (stundenweise in 16 Zeitabschnitten)

Erst dann wurde wieder auf die (14) Sender rekurriert mit der Frage:  
- "Und welchen Sender, welches Programm hatten Sie eingeschaltet?"

Die Medienkontakteinheit wurde hier also "gestern eine bestimmte Stunde", allerdings nur, wenn der Werbefunk in dieser Zeit gesendet wurde.

Die Frequenz ermittelte sich aus der allgemeinen Sechskerskala.

Der WFK bezog sich bis auf Randgruppen dieser Abfrageprozedur auf Befragte, die eine Frequenz größer Null für den Zeitabschnitt angaben, nachdem sie in den letzten 14 Tagen den Sender gehört hatten.

Die Randgruppen bestanden aus: k.A. zur Frequenz und positiver Angabe zu "gestern im Zeitabschnitt gehört".

#### MA 75 bis MA 79

In den Media-Analysen der Jahre 1975 bis 1979 wurde vor die Frequenzfrage eine Frage für jeden Zeitabschnitt eingeschaltet, aber ohne Bezug auf den Sender:

"Haben Sie innerhalb der letzten 14 Tage an irgendeinem Werktag, also montags bis samstags, (zum Beispiel vor 7.00 Uhr) Radio gehört?"

Diese Frage filterte unter Umständen gewisse Zeitabschnitte heraus. Die Berechnungen der Hörwahrscheinlichkeiten wurden davon nicht berührt.

	54/ 56	58 61	60/ 61	62 63	64/ 66	67/ 68	69 70/	73 74	75/ 79
keine Frage dazu		+							
zu Hause häufig Radio hören			+						
in den letzten 7 Tagen Abendprogramm wie oft?			+						
gestern Radio gehört					+	+			
gestern Werbefunk			+	+	+	+			
um welche Zeit?				+					
bestimmte Sendungen des Werbefunks gehört (8)					+				
wann zuletzt Radio gehört? (2 Kategorien)							+		
gestern (8 Sendungen)							+		
Radio Luxemburg wann?							+		
verbale Häufigkeits- skala (3 Kategorien)								+	
wann i.d. letzten 8 Tagen Werbefunk gehört? (6er Skala - Frequenz und für gestern)								+	
wann gestern gehört? (Uhrzeit - 6er Skala)								+	
Einsammelfrage Werbe- funk - senderweise								+	
Einsammelfrage Rundfunk- hören - senderweise								+	+
wann zuletzt? 1. Zeitfilter senderweise (für WHK) (3 Kategorien)							+	+	+
Frequenzfrage 12er Skala letzte 12 Werktage, senderweise							+	+	
wann zuletzt? 2. Zeitfil- ter (für Hörer gestern) (4 Kat.) senderweise							+	+	
Tageszeit für letzte Nutzung							+	+	

	54/ 56	58 61	60/ 61	62 63	64/ 66	67/ 68	69 70/	73 74	75/ 79
Radio hören in den letzten 14 Tagen, Zeitabschnitte ohne Sender									+
Frequenzfrage für 6 übl. Werktage + pro Zeitab- schnitt - ohne Sender									+
Tageszeiten für gestern ohne Sender									+
welcher Sender gestern für d. Tageszeit (im allg. Stunde)									+
Hörwahrscheinlichkeit							+	+	+

Zu Anfang des Hörfunk-Abschnittes war schon darauf verwiesen worden, daß im Medien-Merkmal-Bereich Hörfunk und Fernsehen getrennt behandelt werden.

Fernsehen wurde erstmals in der LA 60 abgefragt (Hörfunk in der LA 58). Es begann dann allerdings mit einer praktisch gleichlautenden Frage wie beim Hörfunk.

#### LA 60 + LA 61

"Haben Sie sich gestern das Werbefernsehen angesehen? Ich meine diese Sendung, die zwischen 1/2 und 8 Uhr gebracht wird und in der Firmen Reklame machen."

#### LA 62

Statt "1/2 und 8" stand "zwischen 19.00 und 20.00 Uhr".

#### LA 63

Die Frage lautete jetzt:

"Haben Sie gestern (Mo - vg) abend zwischen 1/2 7 und 8 Uhr irgendwann mal Werbefernsehen gesehen, ich meine Sendungen, in denen zwischendurch Werbung und Reklame gebracht wird."

Damit hörte die parallele Behandlung beider Funkmedien auf, obwohl immer wieder vergleichbare Merkmale erhoben wurden.

#### LA 64

- "Haben Sie selbst oder in Ihrem Haushalt ein Fernsehgerät oder sehen Sie regelmäßig woanders Fernsehsendungen?" (als Filter)
- "Kann mit diesem Gerät das 2. Programm aus Mainz empfangen werden?"
- "Haben Sie gestern (Mo - vg) irgendwann in der Zeit zwischen 18.00 - 20.00 Uhr ferngesehen?" (als Filter)
- "Haben Sie gestern (Mo - vg) zwischen 18.00 - 20.00 Uhr im Fernsehen das 1. Programm oder das 2. Programm oder evt. beide Programme eingeschaltet?"
- "Haben Sie gestern in der Zeit zwischen 18.00 - 20.00 Uhr nur Filme oder

sonstige Beiträge gesehen oder haben Sie dabei auch eine oder mehrere Werbesendungen gesehen, in denen die Firmen Reklame gebracht haben?" (Filter)

- "Haben Sie Werbesendungen im 1. oder im 2. oder in beiden Programmen gesehen?"

#### LA 65

Wie LA 64, es wurde nur hinzugefügt: "Wissen Sie auch zufällig, von wann bis wann das war?"

#### LA 66

Die drei ersten Fragen, wie sie in der LA 64 und LA 65 gestellt wurden, blieben, das heißt bis einschließlich: gestern 18.00 - 20.00 Uhr ferngesehen.

Dann aber veränderte sich die Fragestellung:

- "Haben Sie gestern (Mo - vg) in der Zeit von 18.00 - 20.00 Uhr nur Unterhaltungsfilme oder sonstige Beiträge gesehen oder haben Sie dabei auch eine oder mehrere Werbesendungen gesehen, in denen Firmen-Reklame gebracht wurde?"
- "Wann haben Sie diese Werbesendungen gesehen, in denen Firmen-Reklame gebracht wurde?  
Würden Sie mir bitte anhand dieser Karte sagen, von wann bis wann das (jeweils) war und auch in welchen Sendern Sie diese Werbesendungen gesehen haben?"

Mit anderen Worten: hier wurden erstmals die Sender angesprochen.

#### LA 67 + LA 68

Die Fernsehabfrage wurde modifiziert und ging jetzt auch in Richtung auf das Zeitschriftenmodell (letztes Sehen). Das entspricht wieder dem Vorgehen wie beim Rundfunk.

- "Haben Sie in Ihrem Haushalt ein Fernsehgerät, oder sehen Sie regelmäßig woanders Fernsehsendungen?"
- "Kann man mit diesem Gerät auch das 2. Programm aus Mainz empfangen?"

Bis dahin entspricht das Vorgehen noch der gewohnten Abfrage, aber dann:



- "Welches Programm im Fernsehen gefällt Ihnen besser, das 1. Programm oder das 2. Programm?"

- "Wann haben Sie zuletzt ferngesehen?"

gestern (Mo - vg) (Seher pro Tag als Filter)

vorgestern

vor 3 Tagen

länger her

noch nie ferngesehen

- "Haben Sie gestern / vorgestern irgendwann in der Zeit zwischen 18.00 und 20.00 Uhr ferngesehen?" (Filter)

- "Es gibt ja in dieser Zeit Werbesendungen und kleinere Unterhaltungsfilme bzw. Unterhaltungssendungen. Hier ist eine Liste, auf der alle (8) Werbefernsehsendungen stehen, die es gestern (vorgestern) gab.

Würden Sie mir bitte sagen, welche von diesen Sendungen Sie gesehen haben?

- Und nun sagen Sie mir bitte noch anhand dieser Liste, wann und von welchem Sender Sie gestern zwischen 18.00 und 20.00 Uhr Unterhaltungsfilme bzw. Unterhaltungssendungen gesehen haben" (8 Sender mit je einer Uhrzeit).

#### LA 69

Wie für das Radio gab es von der LA 69 ab zum Fernsehen (bzw. Werbefernsehen) Nutzungswahrscheinlichkeiten. Das erforderte erstmals eine ganz andere Fragestellung (die dann 1970 und 1974 nochmals geändert wurde) - ganz wie beim Hörfunk.

- "Ich habe hier Kärtchen mit den Erkennungsfiguren der verschiedenen Sendungen des Werbefernsehens, also der Sendungen, die jeden Tag außer sonntags im Fernsehen in der Zeit von 18.00 - 20.00 Uhr gebracht werden. In denen zwischendurch die Firmen Werbung und Reklame machen. Welche dieser Erkennungsfiguren haben Sie schon im Werbefernsehen gesehen, und welche haben Sie noch nie im Fernsehen gesehen?

- Denken wir einmal an die Zeit zwischen 18.00 und 20.00 Uhr in den letzten 8 Tagen. Es ist ja so, daß man oft nicht dazu kommt, das im Fernsehen zu sehen, was man gerne sehen möchte und andererseits ganz zufällig Fernsehsendungen sieht, ohne daß man es sich vorgenommen hätte. Wie war das bei Ihnen? An welchen Tagen haben Sie das Werbefernsehen in der Zeit

zwischen 18.00 und 20.00 Uhr im . . . (Sender) gesehen?"

gestern

vorgestern

vor 3 Tagen

vor 4 Tagen

vor 5 Tagen

vor 6 Tagen

vor 7 Tagen

vor 8 Tagen

Diese Frage lieferte die Frequenzskala (6 Punkte), den WSK (Weitesten Scherkeis) und den Seher pro Tag, der im Sinne einer belegbaren Einheit allerdings noch nicht NpA (Nutzer pro Ausgabe) war. Dann kam:

- "Und nun sagen Sie mir bitte noch: An welchen der letzten 8 Tage waren Sie zwischen 18.00 und 20.00 Uhr mindestens eine Stunde zu Hause?"

Diese letzte Frage galt wohl nicht mehr recht als Fernsehfrage.

#### LA 70

In der LA 70 wurde - wie für den Hörfunk - die Systematik des 70er Befragungsmodells übernommen.

- "Von welchen Sendern mit diesen Erkennungsfiguren haben Sie schon Sendungen (des erklärten Werbefernsehens) gesehen?" (8 Sender - Einsammelfrage).

- "Wann haben Sie zuletzt eine Sendung des Werbefernsehens von . . . gesehen?"

1. Zeitfilter zur ersten Abgrenzung des WSK mit

innerhalb der letzten 14 Tage

2 bis 4 Wochen

länger her

pro Sender, wie auch die übrigen Fragen.

- Frequenzfrage: "An wievielen von diesen (letzten) 12 Werktagen?"  
Der WSK wird definiert durch eine positive (von Null verschiedene) Frequenzangabe.

- 2. Zeitfilter: "wann zuletzt?"

gestern (für den Seher gestern)  
vorgestern  
vor 3 Tagen  
länger her

- Zur Nutzung der vier Zeitabschnitte als NpA wurde dann noch gefragt, zu welcher Tageszeit beim letzten Mal Werbefernsehen wann . . . (Sender) gesehen worden sei.

#### LA 71 bis MA 73

Wie LA 70, nur daß die Zeitabschnitte der letzten Frage jetzt Viertelstunden waren, die dann zu den Medienkontakteinheiten der halben Stunde zusammengefaßt verrechnet wurden.

#### MA 74

Die Ära der Sechskerskala begann - wie beim Radio - auch für das Fernsehen mit dieser MA. Außerdem wurde auch hier der WSK nunmehr zeitabschnittsweise definiert. In Konsequenz beider Änderungen sah die Frageabfolge so aus:

Es blieb bei der senderweisen Abfrage: "Schon mal gesehen? Wann zuletzt?"

innerhalb der letzten 14 Tage  
2 bis 4 Wochen her  
länger her

als 1. Zeitfilter

Dann aber wurde ohne Bezug zum Sender gefragt:

- "An welchen von 6 üblichen Werktagen sehen Sie im allgemeinen fern?" (7 Zeitabschnitte)
- "Und wie war das gestern (vorgestern)? Wann haben Sie gestern (vorgestern) zum ersten Mal ferngesehen und wie ging das weiter?"  
viertelstundenweise abgefragt (15 Abschnitte)

Erst dann kamen die Sender wieder ins Spiel:

- "Und welchen Sender hatten Sie eingeschaltet?"

Die Medienkontakteinheit war hier also gestern eine halbe Stunde (in der Werbefernsehen ausgestrahlt wurde).

Der WSK wird durch den 1. Zeitfilter (letzte 14 Tage) und positive (von Null

verschiedene) Frequenzangabe bestimmt, jetzt aber im betreffenden Zeitabschnitt des Senders und nicht mehr für den Sender allgemein.

Wieder gab es Randgruppen, die zum WSK zugerechnet wurden: k.A. zur Frequenz und positive Angabe zu gestern im Zeitabschnitt gesehen.

#### MA 75 bis MA 79

Entsprechend wie beim Radio wurde für diejenigen, die innerhalb der letzten 14 Tage einen Sender - in diesem Fall - gesehen hatten, ohne Senderangabe gefragt:

- "Haben Sie innerhalb der letzten 14 Tage an irgendeinem Werktag ferngesehen?"  
halbstundenweise (pro Zeitabschnitt)

Die Ökonomie der Filterung gilt auch hier beim Fernsehen wie beim Hörfunk. Ansonsten wurde wie bei der MA 74 vorgegangen.

	54/58	60/63	64	65	66	67/68	69	70/73	74	75/79
keine Frage dazu		+								
gestern Werbefunk		+								
Fernsehgerät im Haushalt			+	+	+	+				
2. Programm zu empfangen			+	+	+	+				
gestern ferngesehen			+	+	+					
18-20 Uhr ferngesehen			+	+			+			
18-20 Uhr auch Werbe-sendungen			+	+	+					
1./2. oder beide Programme von wann bis wann?			+	+						
Sender + Zeiten gestern Werbefernsehen						+	+			
Gefallen des Programms wann zuletzt (gestern)								+		
Unterhaltung pro Sender gestern, 18 - 20 Uhr								+		
Häufigkeitsskala Werbefernsehen (3 Kategorien) wann in den letzten 8 Tagen Werbefernsehen gesehen? (6er Skala Frequenz) und für gestern								+		
Einsammelfrage Werbefernsehsender wann zuletzt 1. Zeitfilter senderweise (3 Kat.) für WSK								+	+	+
Frequenzfrage 12er Skala letzte 12 Werktage, senderweise wann zuletzt 2. Zeitfilter senderweise (4 Kat.) für Seher gestern								+		
Tageszeit für letzte Nutzung								+		
Fernsehen i.d. letzten 14 Tagen (Zeitabschnitt) ohne Sender										+
Frequenzfrage für 6 übl. Werktage + pro Zeitabschnitt, o.S.									+	+
Tageszeiten für gestern, o.S.									+	+

	54/58	60/63	64	65	66	67/68	69	70/73	74	75/79
welcher Sender gestern für die Tageszeit (1/2 Std.)									+	+
Sehwahrscheinlichkeit								+	+	+

Wir sind am Ende der Darstellung der Medien-Merkmale angekommen und zugleich am Ende des Abschnitts, der als Überschrift "Informationen zur Medianutzung" trägt.

Bevor wir zum nächsten Abschnitt "Informationen zu Zielgruppen" übergehen, ist eine Abschluß- und Übergangsbemerkung angebracht.

Zum Abschluß: Es gibt Sachverhalte zur Medieninformation, die wir nicht aufgeführt haben, und zwar an dieser Stelle nicht. Dazu gehören beispielsweise:

- Duplikationen / Quantuplikationen,
- Medienkombinationen und damit verbundene Kontaktberechnungen,
- Kontaktmengen, Frequenzsummen oder auch  $\sum f$  bezeichnet.

Ausdrücke dieser Art geben abgeleitete Informationen wieder. Wo aber eine Information anfängt, abgeleitet zu sein, und wie weit sie originär ist - der Übergang ist fließend. Man wird jedoch alles Erforderliche im Kapitel über "Auswertungen" vorfinden.

Ferner gehören zu den "unterdrückten" Informationen solche wie

- Primärleser / aktuelle Reichweite.

Diese und ähnliche international und zum Teil auch national diskutierte Begriffe der Medianutzung haben keinen Eingang in die Untersuchungen der AGLA/AG.MA gefunden und sind - was wichtiger ist - erstlich innerhalb der entscheidenden Gremien auch nicht diskutiert worden. Deswegen gehören sie nicht hierher, obwohl sie existieren.

Zum Übergang: Die beiden Abschnitte - der vorige über die Medieninformationen und der folgende über die Zielgruppeninformationen - liefern den Katalog der Personengruppen, Medieneinheiten und Merkmale, mit denen es die Analysen der letzten 25 Jahre zu tun hatten, genau das und nicht mehr.

Sie liefern insbesondere nicht die Gründe, aus denen heraus der so vielfältige und in der Zeitverkürzung der Darstellung noch viel dramatischere Wechsel stattfand. Allein aus dem Ablauf erkennen wir gewisse Tendenzen.

Erst der übernächste Abschnitt wird sich mit den Experimenten und Überlegungen befassen, aus denen heraus dies alles so geschah. Es ist - des Schwerpunkts Mediaforschung wegen - kein Wunder, wenn dabei die Bemühungen um eine adäquate Darstellung der Mediennutzung im Vordergrund stehen wird. Dennoch - auch die Zielgruppen-Problematik hat die AGLA/AG.MA erheblich beschäftigt.

Davon wird in der bloßen Darlegung der gebotenen Informationen der folgende Abschnitt Zeugnis ablegen.

#### 4.1.2.

##### Informationen zu Zielgruppen

Die Untersuchungen der AG.MA lassen sich verstehen als eine Abbildung der Bevölkerung - mit Hilfe von Stichproben - in einem Modell, das jedem Individuum einen Merkmalsvektor, eine Merkmalsvielfalt in einem ausgewählten n-dimensionalen Merkmalsraum zuordnet. Im Zusammenhang mit den Stichprobenfragen haben wir von einem topologischen Raum gesprochen. Die Zweckverbindung der Media-Analyse und natürlich die Erhebbarkeit der Merkmale bestimmen die Auswahl der Merkmalsvielfalt und der Merkmalsausprägungen. Verkürzen wir die Definition der Zielsetzung der MA auf Insertionswertforschung, werden wir unmittelbar auf zwei Erhebungskomplexe - oder Teilräume von Merkmalen - geführt:

- die Mediennutzung und
- die Zielgruppendefinition.

Bei der Mediennutzung haben wir bis zu einem gewissen Grade eine "natürliche" Begrenzung der Einheiten vorgefunden - die kleinste belegbare Medienkontakteinheit. Bei den Merkmalen fanden wir zwar auch einen zentralen Begriff vor: die Nutzungswahrscheinlichkeit bzw. den Kontakt, das Potential und die Realisierung der Nutzung also; aber wir haben auch kennenlernen müssen, welcher Vielfalt von Auffassungen, Meinungen, Definitionswechseln, Erhebungs- und Verrechnungsmodifikationen der Merkmalsbereich im Laufe der Jahre ausgesetzt war und noch ist.

Das erschwert eine einheitliche, womöglich gar über Jahre gleichbleibende und damit vergleichende Betrachtung und Beurteilung der Medienlandschaft. Die Vergleichbarkeit konkurriert mit vielen anderen Ansprüchen - zumindest aber mit den heranwachsenden neueren Erkenntnissen im Methodenbereich ebenso wie mit den Ansprüchen an die Nutzung der Daten (mehr und mehr durch Computer) und ihre Aussagekraft.

Untrennbar damit verbunden ist die Problematik, wie sich die Nutzer der Medien als Angehörige von Zielgruppen identifizieren lassen.

Daß es ohne Zielgruppenbeschreibungen nicht geht, dürfte selbstverständlich sein. Welche Zielgruppendaten braucht der Nutzer von Mediendaten wirklich?

Zielgruppen sind ihrer Natur nach ad hoc - Gebilde. Sie sind auf den einzelnen Gebrauchsfall zugeschnitten. Die Einheiten sind in erster Linie die Personen, in zweiter Linie die Haushalte. Darauf ist die MA eingerichtet. Welche Merkmale aber beschreiben diese Personen und Haushalte am geeignetsten?

Im Prinzip benötigt jeder Nutzungs-Einzelfall eine eigene Merkmalsvielfalt. Da der Rahmen der in der MA erhebbaren Zielgruppenmerkmale zwingend begrenzt ist (und nur um die in der MA erhebbaren Merkmale geht es zunächst), selbst wenn die weitestgesteckten Verfahren eingesetzt werden (bis zum Wiederholungsinterview, schriftlichem Fragebogen und unter Umständen weiteren endogenen Verfahren), muß man nach einem Kompromiß suchen. Genau das ist die ganzen Jahre hindurch geschehen - in welcher Weise, darüber wird zu berichten sein.

Und wo die MA-eigenen Erhebungsmöglichkeiten erschöpft sind, werden Fusionen die spezielle Verknüpfung mit Merkmalsräumen herstellen, die eine Ausweitung der Zielgruppenbeschreibungen erlauben, wie insbesondere die neuere Geschichte der AG.MA lehrt.

Auch an die Zielgruppen-Merkmale sind Ansprüche zu stellen wie bei den Medien-Merkmalen: Daß sie aus einer optimalen Zusammensetzung von Erhebung und Verrechnung eine eindeutige Feststellung erlauben; daß sie möglichst sichere Aussagen (mit kleinen Fehlerpunkten) zulassen; daß sie möglichst stabile Indikatoren für die Zugehörigkeit zu Zielgruppen sind, so daß diese Merkmale die Basis für Prognosen abgeben können, und schließlich, daß sie überhaupt brauchbar sind.

Wie werden Zielgruppen-Merkmale gebraucht?

- Zunächst einmal intentional. Bei Innovationen kann man zum Beispiel allenfalls aus Analogieschlüssen oder Vortests etwas herleiten. Aber auch bei eingeführten Produkten, die umworben werden sollen, kann man sich "etwas einfallen" lassen.
- Dann durch Analysen, etwa durch typologische Untersuchungen. Aber auch da braucht man einen vorab festzulegenden Vorrat an Merkmalen, aus dem man durch analytische Selektion schöpfen kann.
- In einer Schlußweise, die die Nutzung oder den Besitz der entsprechenden Produkte als Indikator dafür nimmt, daß sich das Zielpublikum für eine intendierte Werbeansprache genau so strukturiert.

Wenn schon die Mediennutzung hypothetisch auf eine relativ stabile personen-gebundene Eigenschaft zurückgeführt wird - in diesem Fall die Nutzungswahrscheinlichkeit -, warum sollten nicht auch Besitz und Konsum anderer Wirtschaftsgüter ebenfalls durch eine Reihe stabiler Eigenschaften bestimmt werden? Existiert so etwas wie eine Konsumneigung, ein Informationsbedürfnis, ein Kommunikationsmuster? Und welches sind dafür geeignete Indikatoren?

Wie man die Dinge auch sieht: Der Bedarf muß unersättlich sein und möglichst alle Details der umworbenen Produkte enthalten. Das geht natürlich nicht. Also sucht man nach dem größten gemeinsamen Teiler.

Ganz pragmatisch fängt man mit dem naheliegendsten Erhebungsbereich an: der Sozio-Demographie, wie etwa Geschlecht, Alter, Haushaltsgröße, Ausbildung, Beruf, Einkommen, geographische Region, Wohnortgröße und dergleichen.

An diesen Merkmalen rüttelt im Prinzip keiner. Lediglich Details sind geändert worden - aus erhebungstechnischen Gründen ebenso wie aus wechselnder Beurteilung der Eignung einzelner Merkmale.

Anders ist bereits das Bemühen zu sehen, zu mehr oder weniger soziologisch fundierten, komplexen Zielgruppenbeschreibungen zu kommen, wie den soge-

nannten sozio-kommunikativen Schichten, Lebensphasen, usw. Hier geht es um Feststellung, Stabilität, Widerfindbarkeit bei der Verwendung und letztlich um eine Begründung der Eignung.

Das Gleiche gilt (zum Teil sogar noch stärker) für die psychologisch orientierten Merkmale zur Beschreibung von Zielgruppen. Haben wir es im soziologischen Bereich mit Umweltfaktoren, gesellschaftlichen Phänomenen, Normen, usw. zu tun, greifen für die psychologischen Merkmale eher Hypothesen darüber, welchen Einfluß individual-psychologische Grundstrukturen auf die Reaktionsweisen der Umworbenen auf die Werbung, auf Mediennutzung haben.

Ferner gehört der Bereich der Einstellungen und Gewohnheiten gegenüber den Wirtschaftsgütern des täglichen Umgangs dazu - in der Erwartung, daß nur habituelle Basis Ableitungen auf den Spezialfall zuläßt - oder wenigstens Bindeglieder zu Spezialuntersuchungen liefert.

Außerdem gehört die verständliche, aber immerhin naive Vorstellung dazu, möglichst viele Produktfelder direkt zu erfassen. Gerade dieser Weg war lange Zeit "en vogue".

Wir werden den einzelnen Merkmalsbereichen nachgehen. Dabei werden wir uns an die erhobenen Merkmale halten. Wenn gegenüber den Ausweisungen in den Tabellen nennenswerte Abweichungen auftreten, etwa wenn keine Ausweisung erfolgt ist oder Kreuzauswertungen oder Zusammenfassungen besonderer Art vorliegen, werden wir darauf verweisen.

#### 4.1.2.1.

Die Demographie

Diese Basisinformationen existieren über die Jahre hin ziemlich gleichmäßig - wenigstens für den Befragten. Daneben wird - schon früh versuchsweise, seit 1974 fortlaufend - ein Basisbestand sozio-demographischer Merkmale auch der übrigen Haushaltsmitglieder erhoben.

#### 4.1.2.1.1.

Das Geschlecht

Das Geschlecht des Befragten ist durchgängig ermittelt worden, also von 1954 bis 1979, dem letzten Jahr der Berichterstattung der ersten 25 Jahre der AGLA/AGMA.

In den Jahren 1954 bis 1973 ist separat und nur danach "gefragt" worden; ab 1974 innerhalb der Haushalts-Aufnahme, ebenso - zuvor, aber zusätzlich - 1958, dem ersten Versuch einer Haushalts-Aufnahme.

Das Geschlecht aller Personen im Haushalt ist ermittelt worden:

1958 für die 1. bis 7. Person - direkt durch Abfrage;  
1969 für die 1. bis 12. Person } indirekt durch Abfrage der  
1970 für das 1. bis 6. Kind } Stellung zum Befragten;  
1974 für die 1. bis 12. Person - direkt durch Abfrage;  
ab  
1975 für den 1. bis 6. Erwachsenen und  
für das 1. bis 6. Kind - direkt durch Abfrage.

Während das Geschlecht des Befragten als Basis für die Tabellen diente (Gesamt, Männer, Frauen), ist das Geschlecht der übrigen Personen ab 1973 zur Grundauszählung der Haushalts-Aufnahme und ab 1977 zur getrennten Berechnung von Demotypen herangezogen worden.

#### 4.1.2.1.2.

Haushaltsvorstand und haushaltführende Person

Bei beiden Geschlechtern schien es frühzeitig geboten, Unterteilungen vorzunehmen, die grundlegende Unterschiede reproduzieren.

Erst nur bei den Frauen war dies die Hausfrauentätigkeit. Sie wurde allerdings im Laufe der Zeit unterschiedlich erfragt:

1954 und 1956 - mit der Frage danach, wer im allgemeinen im Haushalt des Befragten kochte;  
1958 bis 1973 - mit der bloßen Frage (nur an die befragten Frauen), ob sie hier die Hausfrau seien.

1974 im Rahmen der Haushalts-Aufnahme für jeden Befragten im Haushalt bzw. ab 1975 für jeden Erwachsenen (ab 14 Jahren) ohne Rücksicht auf das Geschlecht, ob er den Haushalt hauptsächlich, auch noch mit oder gar nicht besorge. Als haushaltführende Person wurden seither die Nennungen zur ersten Kategorie verstanden. Diese Person kann auch männlich sein.

Für die Ausweisung der Befragten wurde in den Jahren sehr unterschiedlich verfahren, wobei hinzukommt, daß zum Teil auch noch die Berufstätigkeit der Frau als Tabellenbasis herangezogen wurde.

Im einzelnen sieht das so aus:

1956, 1958, 1960 - Frauen insgesamt, Hausfrauen, weibliche Berufstätige;  
1961, 1962 - Frauen  
1963 - Frauen, Hausfrauen  
1964 bis 1967 - Frauen und Hausfrauen, einschließlich berufstätige Hausfrauen;  
1968 bis 1973 - Frauen, Hausfrauen  
1974 - Frauen, Hausfrauen (als Haushaltführende)  
1975 bis 1979 - Frauen, Haushaltführende

Bei den Männern ist der befragte Haushaltsvorstand von 1958, 1960 usw. bis 1973 ermittelt worden; 1974 im Rahmen der Haushalts-Aufnahme für jedes Haushaltsmitglied, ab 1975 für jeden Erwachsenen (ab 14 Jahren), also auch hier ohne Rücksicht auf das Geschlecht.

Als Tabellenbasis wurde der Haushaltsvorstand lediglich von 1968 bis 1974 herangezogen. Wir werden bei den übrigen Merkmalen noch festzustellen haben, daß für den Haushaltsvorstand (im beschränkten Umfange auch für die Hausfrau) bis 1973 partielle Ermittlungen stattgefunden haben.

Für die Zeit ab 1974 ist übrigens festzuhalten, daß in einer Minderheit der befragten Haushalte die Feststellung, wer Haushaltsvorstand bzw. haushaltführende Person sei, nicht eindeutig erfolgen konnte. Manchmal haben sich mehrere oder gar keine Personen als Haushaltsvorstand bzw. haushaltführende Person verstanden. Dies Phänomen wurde intern festgehalten. Auf dem Magnetband wurde seit 1974 jedoch die Eindeutigkeit - aus Gründen der erleichterten statistischen Auswertung - nach gewissen Regeln hergestellt, die zum Beispiel im Codeplan MA 79 auf den Seiten 14 + 18 nachzulesen sind ((50)).

#### 4.1.2.1.3.

Alter

Das Alter der Befragten ist durchgängig ermittelt worden. Hierbei ist zunächst wichtig, welche Altersgrenzen bei der Befragung überhaupt beachtet wurden.

Von 1954 bis 1961 waren die Grenzen 16 bis 70 Jahre; 1961 zur Probe und dann 1962 bis 1968 offiziell 14 bis 70 Jahre, sowie ab 1969 alle 14-jährigen und älteren ohne obere Begrenzung.

Erfragt wurde das Alter 1954 in 7 Kategorien:

16 bis 17 Jahre  
18 bis 24 Jahre  
25 bis 29 Jahre  
30 bis 34 Jahre  
35 bis 44 Jahre  
45 bis 59 Jahre

1956 und 1958 in 5 Kategorien:

16 bis 24 Jahre  
25 bis 34 Jahre  
35 bis 44 Jahre  
45 bis 59 Jahre  
60 + Jahre (bzw. 60 bis 70)

Von da ab - also seit 1960 - wird das Alter offen erfragt. Gelegentlich noch zusätzlich gleich in Kategorien, so 1960 in 11 Kategorien: 16 bis 19 Jahre und dann in Fünfersprüngen; und 1961, 1962, 1963, 1967 und 1968 in 12 Kategorien, d.h. zusätzlich die Kategorie der 14- und 15-jährigen.

Bei der Haushalts-Aufnahme ist das Alter jeweils für alle dort erfaßten Personen im Haushalt festgehalten worden, das heißt:

1958 für 7 Personen im Haushalt;

1969, 1970 und 1974 für 12 Personen im Haushalt;

ab

1975 für 6 Erwachsene und 6 Kinder im Haushalt.

Die Ausweiskategorien des Alters sind sehr verschieden - von Jahr zu Jahr und auch in den einzelnen Tabellen. Im wesentlichen geht es um Zehner- oder Fünfersprünge und um die Anfangs- bzw. Endkategorien.

Hinzu kommt noch, daß die Lieferung der Daten erst über einen Kartensatz, dann über Magnetband (ab 1969) seinen Einfluß hatte, das heißt ab 1969 ist

auch den Mitgliedern der AGLA/AG.MA das Alter als offene zweistellige Zahlenangabe auf ihrem Magnetband zugänglich.

Die Ausweisung umfaßt 1954, 1956, 1958, 1960 und 1961 fünf Kategorien:

16 bis 24 Jahre  
25 bis 34 Jahre  
35 bis 44 Jahre  
45 bis 59 Jahre  
60 bis 70 Jahre

1962 - mit dem Übergang auf die untere Altersgrenze 14 Jahre - bis 1968 gab es 6 Kategorien:

14 bis 19 Jahre  
20 bis 29 Jahre  
30 bis 39 Jahre  
40 bis 49 Jahre  
50 bis 59 Jahre  
60 bis 70 Jahre

und bis 1966 daneben 3 Kategorien:

14 bis 29 Jahre  
30 bis 49 Jahre  
50 bis 70 Jahre

1969 bis 1974 wurden mit der Aufhebung der oberen Altersgrenze den 6 Kategorien die 7. Kategorie 70+ Jahre hinzugefügt und die 3 Kategorien weggelassen.

1969 hatte man im Methodenband noch eine Erweiterung auf 80+ Jahre und ab 1969 ständig in der Fragebogenzählung der Methodenbände eine Fünfterteilung von

14 bis 19 Jahre  
bis zu 80+ Jahre

Ab 1974 - dem Übergang auf eine Byte-Darstellung anstelle des Kartenbildes - wurden zur Erleichterung mehrere kategorielle Aufteilungen im Codeplan und damit auf dem Magnetband angeboten, während die Tabellierung bei den 7 Kategorien - wie ab 1969 - blieb. Lediglich für die Kinder-Darstellung wurden

ab 1977 die Kinder von 14 bis 18 Jahren hinzugefügt und ab 1979 die Jugendlichen von 14 bis 19 Jahren.

Die Rückschau über die Jahre hin läßt den Wechsel der Vorgehensweise beim Alter - und übrigens auch bei den übrigen Merkmalen - verhältnismäßig häufig erscheinen. Dazu muß man jedoch mehrerlei bedenken.

Zunächst einmal wechseln die Verhältnisse objektiv und die Anschauungen subjektiv. Bei einer so großen und zum Teil recht heterogenen Nutzerschaft - wie den Mitgliedern der AG.MA - ist das Ergebnis von sachlichen Auseinandersetzungen ein Kompromiß, der einen optimalen Ausgleich sucht. Und schließlich spielen die technischen Gegebenheiten eine Rolle (Kartensatz, Magnetband, Darstellungsform in Bytes).

4.1.2.1.4.

#### Familienstand

Der Familienstand läßt sich maximal aufgliedern in:

verheiratet  
ledig  
verwitwet  
geschieden  
getrennt lebend

In dieser Form ist der Familienstand nie abgefragt worden.

"Getrennt lebend" taucht überhaupt erst 1969 auf - und dann auch nur in Zusammenfassungen.

1954 und 1956 gab es nur die ersten vier Kategorien - jede für sich abgefragt, aber in der Auswertung erschienen nur drei Kategorien, daß heißt, die beiden letzten waren zusammengefaßt.

1958, 1960 bis 1964 wurden die Kategorien "verwitwet" und "geschieden" zusammengefaßt; 1965 bis 1968 waren sie wieder getrennt. Ab 1961 wurde der Familienstand nur in zwei Kategorien ausgewiesen, das heißt, die Ledigen für sich. 1969 bis 1973 gab es vier Kategorien:

ledig  
verheiratet

221

verwitwet  
geschieden / getrennt lebend

in der Befragung und drei Kategorien im Tabellenausweis.

In der Haushalts-Aufnahme - seit 1974 - werden die letzten beiden Kategorien zusammengefaßt, wie schon in den Tabellen der Vorjahre: 1974 für alle Personen und ab 1975 für die erwachsenen Personen im Haushalt (ab 14 Jahren) erfragt und ausgewiesen.

4.1.2.1.5.

#### Jahr der Eheschließung

Dieses Merkmal wurde 1973 für die verheirateten Befragten und ab 1974 für alle Verheirateten offen abgefragt.

Um eine Übersicht zu gewinnen, wurde in der Fragebogenzählung 1973 die Ehedauer in 11 Kategorien ausgewiesen:

1 bis 4 Jahre  
5 bis 9 Jahre, usf.

in Fünfersprüngen bis

45 bis 49 Jahre und  
50 + Jahre.

Ab 1974 gab es dann in den Berichtsbänden zusammenfassende Ausweisungen:

bis 3 Jahre  
4 bis 6 Jahre  
7 bis 14 Jahre  
15 + Jahre

verheiratet.

4.1.2.1.6.

#### Konfession

Die Konfession wurde 1954 und 1956 abgefragt und ausgewiesen.

1958, 1960 und 1961 wurde sie nicht abgefragt. Von 1962 an wurde sie wieder abgefragt - bis 1973 nur für den Befragten, ab 1974 in der Haushalts-Aufnahme: 1974 für alle Personen im Haushalt, ab 1975 nur für die Erwachsenen ab 14 Jahren.

222



Ausgewiesen wurde die Konfession seit 1962 nicht mehr. Seit 1970 erschien sie allerdings in der Fragebogenzählung. Auf dem jeweiligen Datenträger blieb sie ebenso wie im Bereich der Demotypen (ab MA 77).

Durchgängig wurde dieses Merkmal erhoben und festgehalten in den drei Kategorien:

evangelisch  
katholisch  
andere

für 1954 und 1956 und ab 1962 in der letzten Kategorie als: andere / keine.

#### 4.1.2.1.7. Schulabschluß und Lehre

Hier unterscheiden wir drei Phasen:

- von 1954 bis 1968 wurde lediglich der Schulbesuch des Befragten ermittelt;
- von 1969 bis 1973 dazu der Schulabschluß des Haushaltsvorstands und
- ab 1974 im Rahmen der Haushalts-Aufnahme der Schulabschluß und die Lehre bzw. der Schulbesuch aller Personen im Haushalt.

1954 und 1956 gab es die Kategorien:

Volksschule  
Mittlere Reife  
Abitur  
Universität

1958, 1960 und 1961 waren es nur drei Kategorien:

Volksschule  
Mittelschule oder Höhere Schule ohne Abitur  
Höhere Schule mit Abitur, Universität

Von 1962 bis 1968 waren es fünf Kategorien:

Volksschule und Berufsschule ohne abgeschlossene Lehre/Berufsausbildung  
Volksschule mit abgeschlossener Lehre/Berufsausbildung  
Mittelschule/Oberschule ohne Abitur/mehrjährige Fachschule  
Abitur  
Hochschule/Universität

1966 wurde der 3. Kategorie noch die Handelsschule hinzugefügt.

1969 wurde bei der Fachschule das "mehrjährig" wieder weggelassen.

Ab 1969 waren übrigens die Kategorien für den Befragten und den Haushaltsvorstand, für den nun auch die Schulbildung ermittelt wurde, gleich.

1972/1 wurden die beiden ersten Kategorien vereinfacht in:

Volksschule ohne abgeschlossene Berufsausbildung  
Volksschule mit abgeschlossener Berufsausbildung

1974 - im ersten Jahr der Haushalts-Aufnahme - gab es durchgängig für alle Personen im Haushalt 5 Kategorien des Schulabschlusses:

Kind noch nicht eingeschult  
Volksschule / Grundschule  
weiterführende Schule ohne Abitur  
Abitur / Hochschulreife  
Studium (Hochschule, Universität,  
Akademie, Polytechnikum)

Erfragt wurde die derzeit bzw. zuletzt besuchte Schule.

Ab 1975 - als die Trennung nach Erwachsenen (ab 14 Jahren) und Kindern (bis unter 14 Jahren) erfolgte - wurde die erste Kategorie für den Erwachsenen weggelassen und für die Kinder in drei Kategorien nach dem Schulbesuch gefragt:

Kind noch nicht eingeschult  
Volksschule / Grundschule  
weiterführende Schule

So blieb es auch 1976. 1977 wurde bei den Erwachsenen die Abfrage versuchsweise geändert. Man erfragte erst, ob die Betreffenden noch Schüler oder Studenten seien, dann wurde nach dem Schulbesuch gefragt, derzeitig oder nicht mehr; in diesem Falle nach der "zuletzt besuchten Schule". Da hier offensichtlich Verwirrungen eintraten, wurde das System fallengelassen. Seit 1978 wird wieder ohne Vorfrage nach der derzeitigen oder zuletzt besuchten Schule gefragt.

Bei den Kindern hat man für den Schulbesuch 1977 ebenfalls eine Vorfrage eingeführt und sie bislang beibehalten. Man fragt erst, ob das Kind noch nicht eingeschult oder Schüler sei; und für Schüler wird nach der derzeit besuchten Schule gefragt.

Parallel dazu verlief die Abfrage der Lehre. 1974 gab es - für alle Personen - die Kategorien:

- Kind bzw. noch in der Schule
- noch in der Lehre
- Lehre ohne Abschluß
- Lehre mit Abschluß (Gehilfen-, Gesellen-, Facharbeiter-Brief)
- Gewerbeschule, Fachschule mit Abschluß, Meisterbrief
- keine Lehre

Ab 1975 wurden diese Art Fragen nur noch an die Erwachsenen (ab 14 Jahren) gerichtet.

1975 bis 1977 entfiel daher die Kategorie "Kind bzw. noch in der Schule".

Ab 1978 ist die Kategorisierung geändert worden; aus "keine Lehre" wurde:

- andere Art der Berufsausbildung und
- nichts davon.

Der Schulabschluß des Befragten ist durchgängig austabelliert worden (später als Schulbildung). Der Schulabschluß des Haushaltsvorstands ist von 1969 an - dem ersten Jahr seiner Ermittlung - ebenfalls durchgängig angegeben. Seit 1974 - dem ersten Jahr der Ermittlung der Lehre, auch Berufsbildung genannt - wird auch diese für den Haushaltsvorstand ausgewiesen.

#### 4.1.2.1.8. Berufstätigkeit

Die Berufstätigkeit des Befragten ist durchgängig erhoben worden, die des Haushaltsvorstands ab 1969. Vom Zeitpunkt der Haushalts-Aufnahme an -also probeweise 1958 und sonst ab 1974 - ist die Berufstätigkeit Bestandteil der Haushalts-Ermittlung: 1958 und 1974 für alle Personen, ab 1975 für alle Erwachsenen.

Wenn (ab 1974) die Berufstätigkeit für zwei und mehr Personen im Haushalt erfragt wurde, ist die Abfrage gleich gehandhabt worden. 1958 wurde bei der Haushalts-Aufnahme nur nach:

berufstätig - ja / nein

gefragt.

Relativ häufige Änderungen in der Abfrage sind charakteristisch für das wandelnde Verständnis gegenüber dem Phänomen "Berufstätigkeit".

1954 und 1956 waren es 7 Kategorien:

- berufstätig
- mithelfend im eigenen Betrieb
- in Berufsausbildung
- Rentner / Ruhestand
- arbeitslos
- Hausfrau
- ohne Beruf

1958, 1960 und 1961 waren es 6 Kategorien: Die beiden Kategorien "Hausfrau" und "ohne Beruf" wurden als "nicht berufstätig" zusammengefaßt; "in Berufsausbildung" wurde umbenannt in "in Berufs- oder Schulausbildung". "Rentner/ Ruhestand" wurde zu "Rentner / Pensionär im Ruhestand".

1962 wurden die beiden ersten Kategorien zusammengefaßt, also zu "berufstätig / mithelfend im eigenen Betrieb". Dafür wurde getrennt nach "in Berufsausbildung" und "in Schulausbildung".

1963 ist dann das System eingeführt worden, das im Prinzip bis 1973 beibehalten wurde. Änderungen betreffen die Reihenfolge und die Formulierung. Es handelte sich um 8 Kategorien:

- voll berufstätig
- nur teilweise berufstätig im fremden Betrieb
- nur teilweise berufstätig im eigenen Betrieb (bis 1971 mithelfend im eigenen Betrieb)
- vorübergehend arbeitslos
- nicht berufstätiger Rentner, Pensionär, im Ruhestand (war bis 1968 an vorletzter Stelle)

Lehrlinge in Berufsausbildung, einschließlich  
Fachschulen für gewerbliche Berufe (die  
Bezeichnung "Lehrlinge" erst seit MA 72/1)

Schüler / Studenten (in Schulausbildung,  
einschließlich Universität, Hochschule,  
Akademie) - (die Bezeichnung "Schüler /  
Studenten" erst ab 1972/1)

nicht berufstätig, zum Beispiel  
Hausfrauen ohne Berufsausübung

Von 1969 bis 1973 wurde festgehalten, ob der Befragte einer der vier ersten  
Kategorien zugestimmt hatte, also berufstätig war, um zu erfahren, ob es sich  
bei der nachfolgenden Berufsangabe um den gegenwärtigen oder früheren Beruf  
handelt.

Lediglich 1970 wurde stattdessen genauer ermittelt, auf wen sich die zweite  
Berufsangabe tatsächlich bezog:

Beruf des Haushaltsvorstands  
(wenn Haushaltsvorstand berufstätig ist)

früherer Beruf des Haushaltsvorstands  
(wenn Haushaltsvorstand im Ruhestand,  
arbeitslos oder ledige Hausfrau)

Beruf des früheren Ehemannes (wenn  
Haushaltsvorstand verwitwet, geschieden,  
getrennt lebend)

Beruf des Ernährers (wenn Haushaltsvorstand  
jediger Student oder Lehrling oder in  
Ausbildung ist)

Beruf des Ehepartners bzw. des Ernährers  
(wenn Haushaltsvorstand verheiratet und  
in Ausbildung, Lehre oder Student ist)

Die Haushalts-Aufnahme aller Personen 1974 behielt 8 Kategorien bei, ver-  
änderte aber ihren Inhalt:

voll berufstätig (einschließlich  
vorübergehend arbeitslos)

teilweise berufstätig (einschließlich  
vorübergehend arbeitslos)

Rentner / Pensionär (nicht mehr voll  
berufstätig) - früher berufstätig

Rentner / Pensionär (nicht mehr voll  
berufstätig) - früher nicht berufstätig

in Ausbildung - früher berufstätig

in Ausbildung - früher nicht berufstätig

nicht berufstätig - aber früher berufstätig gewesen

nicht berufstätig - (noch) nie  
berufstätig gewesen

1975 und 1976 blieben die Kategorien gleich, befragt wurden nur Erwachsene  
(ab 14 Jahren).

1977 blieb es bei 8 Kategorien, jedoch wurden die beiden Kategorien "in Aus-  
bildung" geändert in:

Lehrling

Schüler / Student

Ab 1978 wurden die bisherigen Systeme zusammengeführt. Es gibt jetzt 11  
Kategorien:

voll berufstätig - im fremden Betrieb

voll berufstätig - im eigenen Betrieb

teilweise berufstätig - im fremden Betrieb

teilweise berufstätig - im eigenen Betrieb

vorübergehend arbeitslos

Rentner / Pensionär (nicht mehr voll  
berufstätig) - früher berufstätig

Rentner / Pensionär (nicht mehr voll  
berufstätig) - früher nicht berufstätig

in Ausbildung - Lehrling

in Ausbildung - Schüler / Student

nicht berufstätig - aber früher  
berufstätig gewesen

nicht berufstätig - (noch) nie  
berufstätig gewesen

Die Ermittlung der Berufstätigkeit leitet einen Komplex ein, der sich mit den  
ökonomischen Grundlagen der Haushalte und damit der Befragten befaßt, aber  
auch ihren Status betrifft. Insofern ist die Berufstätigkeit jedenfalls eng mit  
den Berufsangaben verbunden, auf gewisse Weise mit der vorher aufgeführten  
Ausbildung (als Schulabschluß) und natürlich mit dem Einkommen, sowie da  
dann wieder mit der Anzahl von Personen mit eigenem Einkommen.

Wie bereits erwähnt, haben Ausweisungen der berufstätigen Frau 1956, 1958, 1960 und der berufstätigen Hausfrau von 1964 bis 1967 stattgefunden.

Für Aufgliederungen hat man die berufstätige Frau 1954 von der nicht berufstätigen Frau abgehoben. 1961 wurde "berufstätig" eine Ausweisungskategorie. Seit 1962 wurden die hauptsächlichsten Kategorien der Berufstätigkeit (zum Teil zusammengefaßt) zur Tabellierung herangezogen. Lediglich 1974 wurde zusätzlich die Zahl der Berufstätigen (1 gegen 2+) - aus der Haushalts-Aufnahme ermittelt - ausgewiesen (anstelle der Anzahl Personen mit eigenem Einkommen - oder kürzer: der Anzahl Verdienner).

#### 4.1.2.1.9.

#### Beruf

Die Ermittlung der Berufe (Berufskreise oder auch Berufsstellung) ist genau so wechselhaft erfolgt wie die der Berufstätigkeit.

1954 bis 1962 ist nach dem Beruf des Befragten, und wenn dieser nicht voll berufstätig war, nach dem des Haushaltsvorstands bzw. bei Rentnern nach dem ehemaligen Beruf in einem gefragt worden. 1958 bis 1962 hat man zusätzlich festgehalten, ob es sich um den Beruf des Befragten oder um den einer anderen Person im Haushalt handelte.

1960 hat man zusätzlich den Beruf des Haushaltsvorstands erfragt.

1963 bis 1968 hat man den Beruf des Befragten und den Beruf des Haushaltsvorstands erfragt; beim Befragten, wenn er berufstätig war (erste vier Kategorien!); beim Haushaltsvorstand auch den früheren Beruf bzw. den Beruf des verstorbenen Ehemannes bei Witwen.

1969 bis 1973 wurde der Beruf des Befragten und des Haushaltsvorstands erfragt, in beiden Fällen der jetzige und der frühere.

Die Haushalts-Aufnahme 1974 erfaßte für alle Personen im Haushalt die Stellung im jetzigen Beruf desjenigen, der voll oder teilweise berufstätig war (inklusive der vorübergehenden Arbeitslosigkeit). 1975 bis 1977 bezog sich diese Ermittlung des jetzigen Berufes auf die Erwachsenen (ab 14 Jahren). Seit 1978 wird wieder der frühere Beruf mit einbezogen, wenn auch so, daß man nach dem jetzigen und früheren Beruf trennen kann.

Die Erfragung erfolgte jedenfalls in Kategorien. Von 1969 bis 1973 wurde der Beruf zusätzlich (vorab) offen festgehalten.

Und nun zu den Kategorien selbst.

1954 waren es 12, 1956 durch Zusammenfassung 7 (die Klammern deuten dies an), und es wurden 1956 die Studenten fortgelassen.

selbständige Geschäftsleute, Inhaber  
größerer Unternehmen }  
mittlere und kleinere Geschäftsleute }  
leitende Angestellte }  
übrige Angestellte }  
leitende Beamte }  
übrige Beamte }  
Inhaber großer land- und forstwirtschaftlicher Betriebe }  
Inhaber mittlerer und kleinerer land-  
und forstwirtschaftlicher Betriebe,  
inklusive Gärtnereien }  
landwirtschaftliche Arbeiter  
Arbeiter und nicht selbständige  
Handwerker  
freie Berufe  
Studenten

1958 wurden 8 Kategorien neu gefaßt:

selbständige Geschäftsleute und  
Handwerker, Unternehmensinhaber  
freie Berufe  
Angestellte  
Beamte  
Facharbeiter, nicht selbständige  
Handwerker  
sonstige Arbeiter  
selbständige Landwirte  
landwirtschaftliche Arbeiter

Die Arbeiter-Aufteilung war daran neu. Zudem ist 1960 für den Haushaltsvorstand nachmals der Beruf erfragt worden, diesmal unter Hinzufügung der

Kategorie:

Rentner / Pensionär im Ruhestand /  
arbeitslos / früherer Beruf,

der dann offen festgehalten wurde.

1963 bis 1968 hat man die Angestellten und Beamten wieder aufgespalten in leitende und sonstige und ferner die erste Kategorie aufgeteilt in:

Inhaber und Geschäftsführer von großen  
Unternehmen, Direktoren  
selbständige Geschäftleute und  
selbständige Handwerker.

Das ergab für diese Jahre 11 Kategorien der Berufs-Ermittlung.

1969 bis 1973 waren es 18 Kategorien für den Befragten, 19 für den Haushaltsvorstand. Für 1970 ist bereits erwähnt worden, daß vor der Berufsfrage festgehalten wurde, um wessen Beruf es sich handelte (im Zusammenhang mit der Berufstätigkeit des Befragten), wenn nicht um den des Befragten.

Die 18 Kategorien waren:

#### Selbständige

kleinere Selbständige  
(z.B. Einzelhändler mit kleineren  
Geschäften, Handwerker)

mittlere Selbständige  
(z.B. Einzelhändler mit großem  
Geschäft, Hauptvertreter)

größere Selbständige  
(z.B. Fabrikbesitzer)

#### Angestellte

ausführende Angestellte  
(z.B. Kontorist, Verkäufer)

qualifizierte Angestellte  
(z.B. Buchhalter, Kassierer)

leitende Angestellte  
(z.B. Abteilungsleiter, Prokurist,  
Ingenieur, Direktor)

#### Beamte

untere Beamte  
(bis Obersekretär einschließlich)

mittlere Beamte  
(bis Amtmann und Assessor einschließlich)

höhere Beamte  
(ab Regierungsrat einschließlich)

Arbeiter (auch landwirtschaftliche Arbeiter)

ungelehrte Arbeiter

angelernte Arbeiter

gewöhnliche Facharbeiter

hochqualifizierte Facharbeiter

selbständige Landwirte

große (20 ha / 80 Morgen und mehr)

mittlere (5 ha / 20 Morgen bis unter  
20 ha / 80 Morgen)

kleine (bis unter 5 ha / 20 Morgen)

Sonstige

Freie Berufe, selbständige Akademiker

Hausfrauen (diese Kategorie nur für HV!)

in Berufsausbildung

Die Haushalts-Ermittlung der letzten Jahre - ab 1974 - kategorisiert wieder neu. Jetzt sind es 16 Kategorien originär und zwei landwirtschaftliche Kategorien, die zwar zusätzlich erhoben werden, sonst aber in anderen Berufen untertauchen (weil es sich um nicht Vollerwerbsbetriebe handelt).

Die Kategorien sind:

#### Selbständige

klein

mittel

groß

#### Freie Berufe

z.B. Ärzte, Anwälte, Architekten,  
Steuerberater, Wissenschaftler,  
Künstler

#### Angestellte

einfache Angestellte, Aufgaben ohne  
Weisungsbefugnis

mittlere Angestellte  
qualifizierte Angestellte  
leitende Angestellte mit Zeichnungsberechtigung, z.B. Handlungsbevollmächtigte, Prokuristen, Geschäftsführer, Abteilungsleiter; entscheiden bei Einstellungen und Entlassungen mit.

#### Beamte

einfacher Dienst  
mittlerer Dienst  
gehobener Dienst  
höherer Dienst

#### Arbeiter

einfache Arbeiten (Hauptsache Körperkraft)  
schwierige Arbeiten (Hauptsache Geschicklichkeit)  
Facharbeiter, Vorarbeiter, Polier, Handwerksgehilfe

#### selbständige Landwirte

Vollerwerbsbetrieb  
(lebt von Landwirtschaft allein)  
Zuerwerbsbetrieb  
(Einkommen aus Landwirtschaft überwiegt)  
Nebenerwerbsbetrieb  
(Einkommen aus anderer Tätigkeit überwiegt)

Ab 1977 wird erst (gesondert) nach dem selbständigen Landwirt gefragt und dann nach den drei Kategorien.

Ab 1978 fallen im Fragebogen die Erläuterungen der Kategorien - außer für die Landwirte - fort.

Die Ausweisung folgte 1954 bis 1962 dem erhobenen Sachverhalt, das heißt, es handelte sich um eine Berufsmischform. 1963 bis 1968 wurde diese Berufsmischform aus den beiden Befragungsbestandteilen (zum Befragten und zum Haushaltsvorstand) für die Tabellierung erzeugt. 1969 bis 1973 wurden nebeneinander der eigene Beruf (oder der des Ernährers) und der Beruf des Haus-

haltsvorstands ausgewiesen (jetziger und früherer). Seit 1974 handelt es sich um den jetzigen Beruf des Befragten und des Haushaltsvorstands, der ausgewiesen wird. Seit 1978 wird auf dem Magnetband daneben aber auch der frühere Beruf festgehalten.

4.1.2.1.10.

#### Einkommen

Unter Einkommen ist immer das Monats-Netto-Einkommen zu verstehen, also nach Abzug der Steuern und der Sozialversicherung.

1954, 1956 und 1958 wurde nach dem Einkommen des Befragten bzw. - wenn er keins hatte - nach dem Einkommen des Haushaltsvorstands gefragt und festgehalten, um wessen Einkommen es sich handelte.

1958 wurde daneben eine etwas umfangreichere Ermittlung des Einkommens vorgenommen - im Rahmen der ersten versuchsweisen Haushalts-Aufnahme für 7 Personen:

Einkommen aus Renten, Pensionen,  
Mieten, Zinsen und dergleichen  
(auch Deputate) ja / nein

daraus informell die Anzahl  
Verdiener im Haushalt

Einkommenshöhe

Anteil des Einkommens der jeweiligen  
Person am Haushalts-Einkommen  
(über / unter 50%)

Haushalts-Einkommen

1960 bis 1964 wurde nach dem Einkommen des Hauptverdieners gefragt - 1963 und 1964 unter Angabe, wie diese Auskunft zustande kam:

spontane Antwort des Befragten

Schätzung des Befragten

Schätzung des Interviewers

in jedem Fall nur unter Hinweis auf Steuern und Sozialversicherung, die abgezogen werden.

Diese Hauptverdiener-Abfrage hört damit auf.

Erst ab 1974 wird wieder ein persönliches Einkommen, und zwar das eigene Einkommen des Befragten - mit den drei Qualifikationsstufen der Aussage - abgefragt.

Parallel dazu wird das Haushalts-Netto-Einkommen erfragt. 1960 bis 1962 mit zwei Qualifikationsangaben der Aussage (spontane Angabe des Befragten und Schätzung des Befragten); ab 1963 mit den gleichen drei Angaben wie bei der persönlichen Einkommens-Ermittlung, das heißt, der Interviewer wurde angehalten, von sich aus das Einkommen zu schätzen, wenn er keine Auskunft vom Befragten erhielt.

Von 1960 bis 1968 wurde vor der Haushalts-Netto-Einkommens-Frage auf die vielfältigen Einkommensquellen verwiesen (Renten, Pension, usw.). Seit 1969 erfolgte nur der Hinweis auf den Steuer- und Sozialversicherungsabzug.

Von 1960 bis 1966 wurde die Anzahl der Verdienere im Haushalt festgehalten, 1967 bis 1973 ebenfalls, aber mit Angabe einer Mindestgrenze von DM 100.--. 1974 entfiel diese Frage. Ab 1975 wurde wieder nach der Zahl der Verdienere gefragt - in allen Fällen seit 1969 nach Aufzählung der verschiedenen möglichen Einkommensquellen.

1962 und 1963 ist noch die Frage gestellt worden, wie viele Personen von dem Haushalts-Netto-Einkommen leben.

Und nun zu den Einkommens-Kategorien. Sie ändern sich natürlich im Laufe der Jahre - mit einem deutlichen Anwachsen der Obergrenzen.

1954 und 1956 (eigenes oder Einkommen des Haushaltsvorstands, wenn kein eigenes Einkommen vorhanden):

bis unter DM 150.--  
bis unter DM 250.--  
bis unter DM 400.--  
bis unter DM 600.--  
DM 600.-- und mehr

1958 (eigenes oder Einkommen des Haushaltsvorstands):

bis unter DM 250.--  
bis unter DM 400.--  
bis unter DM 600.--  
bis unter DM 800.--  
bis unter DM 1.000.--  
DM 1.000.-- und mehr

1958 in der Haushalts-Aufnahme bei der Ermittlung des persönlichen Einkommens aller bis zu 7 Personen - mit dem Zusatz:

kein eigenes Einkommen  
weiß nicht  
Antwort verweigert

1958 für das Familien-Netto-Einkommen:

bis unter DM 250.--  
bis unter DM 400.--  
bis unter DM 600.--  
bis unter DM 800.--  
bis unter DM 1.000.--  
bis unter DM 1.200.--  
bis unter DM 1.500.--  
bis unter DM 2.000.--  
DM 2.000.-- und mehr

weiß nicht  
Angabe verweigert

An die Stelle der beiden letzten Angaben traten dann später die Schätzungs-Feststellungen.

Das Einkommen des Haushaltsvorstands hatte, solange es existierte - also von 1960 bis 1964 -, die Kategorien:

bis unter DM 250.--  
bis unter DM 400.--  
bis unter DM 600.--  
bis unter DM 800.--  
bis unter DM 1.000.--  
DM 1.000.-- und mehr

Das Haushalts-Einkommen hatte von 1960 bis 1966 die Kategorien:

bis unter DM 250.--  
bis unter DM 400.--  
bis unter DM 600.--  
bis unter DM 800.--  
bis unter DM 1.000.--  
bis unter DM 1.500.--  
bis unter DM 2.000.--  
DM 2.000.-- und mehr

1967 bis 1970 wurde die Spanne von DM 1.000.-- bis DM 2.000.-- aufgeteilt in:

bis unter DM 1.250.--  
bis unter DM 1.500.--  
bis unter DM 1.750.--  
bis unter DM 2.000.--,

das heißt, es traten zwei Kategorien hinzu.

1971 und 1972/1 wurden die Haushalts-Einkommens-Kategorien erweitert in:

bis unter DM 2.000.--  
bis unter DM 2.250.--  
bis unter DM 2.500.--  
bis unter DM 3.000.--  
DM 3.000.-- und mehr

1972/II und 1973 wurden sie wiederum erweitert in:

bis unter DM 3.000.--  
bis unter DM 4.000.--  
DM 4.000.-- und mehr

Seit 1974 gibt es für Haushalts- und eigenes Einkommen die Kategorien:

bis unter DM 500.--  
bis unter DM 750.--  
bis unter DM 1.000.--  
bis unter DM 1.250.--

bis unter DM 1.500.--  
bis unter DM 1.750.--  
bis unter DM 2.000.--  
bis unter DM 2.250.--  
bis unter DM 2.500.--  
bis unter DM 3.000.--  
bis unter DM 4.000.--  
DM 4.000.-- und mehr

Das heißt, die oberen Kategorien sind geblieben, lediglich die Kategorien unter DM 1.000.-- wurden anders gefaßt.

1980 wird nochmals eine "Aufstockung" erfolgen.

Ausgewiesen wurde das Einkommen durchgängig, wenn auch - dem Erhebungswechsel folgend - recht unterschiedlich.

1954 und 1956 war es das "gemischte" Einkommen (des Befragten oder des Haushaltsvorstands);

1958 das Familien-Netto-Einkommen und das durchschnittliche Pro-Kopf-Einkommen;

1960 das Familien-Netto-Einkommen;

1961 bis 1964 das Haushalts-Einkommen und das des Haushaltsvorstands.

Ab 1962 wurden Durchschnittsrechnungen für Einkommens-Ausweisungen angestellt (pro Haushalt, pro Kopf, pro Verdiener) und

ab 1966 noch gegliedert nach Haushalts-Größe.

1969 bis 1973 wurde nur das Haushalts-Netto-Einkommen ausgewiesen; seit 1974 das Haushalts-Netto-Einkommen und das Einkommen des Befragten.

Die Anzahl der Verdiener - entsprechend den Durchschnittsrechnungen - wurde von 1962 an bis 1973 ausgewiesen. 1974 war es die Zahl der Berufstätigen im Haushalt (einer oder mehrere). Seit 1975 ist es wieder die Zahl der Verdiener.

4.1.2.1.11.

Haushalts-Größe und Zusammensetzung (einschließlich Kinder und Jugendliche)

Bei der Abhandlung der sozio-demographischen Merkmale, die die Person des



Befragten betreffen, erwies es sich schon früh als zweckmäßig, Ergänzungen zu anderen Personen im Haushalt (Haushaltsvorstand und Hausfrau vor allem) zu bringen und im letzten als notwendig, überhaupt den ganzen Haushalt einzubeziehen.

Das hervorstechendste und einfachste Merkmal war dabei die Haushalts-Größe, die in eine Kinder-Aufnahme und schließlich eine ziemlich komplette Haushalts-Aufnahme einmündete.

1954 und 1956 wurden Ein- und Mehr-Personen-Haushalte unterschieden, es wurde nach der Anzahl Personen im Haushalt insgesamt sowie nach der Anzahl Kinder unter 14 Jahren gefragt.

1958 wurde die

Anzahl Personen im Haushalt insgesamt  
Anzahl Kinder unter 6 Jahren  
Anzahl Kinder von 6 bis unter 14 Jahren

festgehalten.

1958 gab es zudem die erste versuchsweise Haushalts-Aufnahme mit der Feststellung der Stellung der (bis zu 7) Personen im Haushalt zum Haushaltsvorstand.

1960 und 1961 wurde erfragt:

Anzahl Personen im Haushalt insgesamt  
Anzahl Personen im Haushalt ab 16 Jahren  
Anzahl Kinder unter 6 Jahren  
Anzahl Kinder von 6 bis unter 14 Jahren

1962 - mit dem Wechsel der unteren Altersgrenze für die Befragten - wurde statt der Anzahl Personen im Haushalt ab 16 Jahren jetzt die Anzahl Personen ab 14 Jahren ermittelt. Sonst blieb es beim Schema 1960/61.

1963 waren die Kategorien:

Anzahl Personen im Haushalt insgesamt

Anzahl Personen bis unter 71 Jahren  
Anzahl Personen 71+ Jahre  
Anzahl Kinder bis unter 3 Jahren  
Anzahl Kinder von 3 bis unter 6 Jahren  
Anzahl Kinder von 6 bis unter 14 Jahren

1964 bis 1966 wurden die drei Kinder-Kategorien nach männlich und weiblich getrennt; 1967 und 1968 fiel die Geschlechtertrennung der Kinder wieder fort. Es wurde also auf das 1963er Schema rekurriert.

1969 und 1970 gab es einmal die offene Frage nach der Zahl der Personen im Haushalt für die Mehr-Personen-Haushalte (nach der Feststellung und Separierung der Ein-Personen-Haushalte).

Ferner gab es dann aber in beiden Jahren eine kleinere Form der Haushalts-Aufnahme als in 1958. Für bis zu 12 Personen im Haushalt wurden das Alter und die Stellung zum Befragten (und wir der Befragte sei) festgehalten; dazu 1969 für bis zu 6 Personen die Frage nach Familienangehörigen, die nicht mehr oder zurzeit nicht im Haushalt leben, sowie 1970 für bis zu 6 Kindern außer Haus. In beiden Jahren handelte es sich bei den Merkmalen der Personen außer Haus um das Alter und die Stellung zum Befragten.

1971 bis 1973 wurde nach der Anzahl Personen im Haushalt insgesamt gefragt, sowie in fünf Fragen Kinder-Ermittlungen angestellt:

"Haben Sie Kinder?"  
(Für bis zu 10 Kindern):  
Geschlecht  
Alter  
lebt im Haushalt oder nicht  
hat seinerseits bereits Kinder

1972/1 bis 1973 wurde zusätzlich die Anzahl Personen im Haushalt im Alter von 14 Jahren und mehr festgehalten.

Ab 1974 - der vollständigen Haushalts-Aufnahme - wird die Haushalts-Größe durchgängig zunächst offen erfragt. Zu den Kindern werden zusätzlich zwei

Fragen gestellt:

"Haben Sie Kinder außer Haus?"

"Haben Sie Enkelkinder?"

Die Haushalts-Aufnahme wollen wir gesondert behandeln - ungeachtet der Tatsache, daß hier und da bei einzelnen Merkmalen die Haushalts-Aufnahme bereits erwähnt wurde.

Die Haushalts-Größe ist explizit 1954, 1956, als Durchschnitt 1958, nicht in 1960, 1961 und dann durchgängig ab 1962 ausgewiesen worden. Die Kategorien wechselten zwar etwas - bis herunter zu 1, 2 bis 3, 4+ Personen in 1963. Seit 1969 haben wir jedoch durchgängig:

1, 2, 3, 4, 5 und mehr Personen.

Anders sieht es mit der Ausweisung der Kinder aus.

1954: Kinder unter 14 Jahren  
keine Kinder unter 14 Jahren

1956: Haushalt mit Kindern unter 14 Jahren

1961/1962:

Hausfrau mit Kindern unter 6 Jahren  
Hausfrau mit Kindern von 6 bis 16 Jahren

1963/1964:

Kinder im Haushalt bis unter 3 Jahren  
Kinder im Haushalt von 3 bis unter 6 Jahren  
Kinder im Haushalt von 6 bis unter 14 Jahren  
keine Kinder im Haushalt unter 14 Jahren

1965 bis 1968 wie in den beiden vorhergehenden Jahren, aber zusätzlich:

Alter des jüngsten Haushalts-Mitglieds

bis unter 3 Jahren  
3 bis unter 6 Jahren  
6 bis unter 14 Jahren

1969: keine Kinder im Haushalt

Kinder im Haushalt bis unter 3 Jahren  
Kinder im Haushalt von 3 bis unter 6 Jahren  
Kinder im Haushalt von 6 bis unter 14 Jahren  
Kinder im Haushalt von 14 bis unter 21 Jahren

1970 bis 1974:

keine Kinder im Haushalt unter 21 Jahren  
Kinder im Haushalt bis unter 14 Jahren

und im übrigen dieselben vier Jahreskategorien wie 1969.

1975 und 1976:

Kinder im Haushalt bis unter 3 Jahren  
Kinder im Haushalt von 3 bis unter 6 Jahren  
Kinder im Haushalt von 6 bis unter 14 Jahren  
Kinder im Haushalt bis unter 14 Jahren  
keine Kinder im Haushalt bis unter 14 Jahren

1977 jeweils für ein Kind bzw. zwei oder mehr Kinder in jeder Altersklasse vorhanden:

bis unter 2 Jahren  
2 bis unter 4 Jahren  
4 bis unter 6 Jahren  
6 bis unter 10 Jahren  
10 bis unter 14 Jahren  
14 bis unter 18 Jahren  
keine Kinder unter 14 Jahren vorhanden  
keine Kinder unter 18 Jahren vorhanden

1978 und 1979 die gleichen Altersklassen, aber ohne eine Aufgliederung nach der Anzahl eins oder mehr.

1979 ist keine Änderung in der Ausweisung erfolgt, obwohl erstmals in den Haushalten mit 4 und mehr Personen im Alter ab 14 Jahren eine weitere Person, und zwar im Alter von 14 bis 19 Jahren, befragt wurde, wenn diese noch neben dem ersten Befragten vorhanden war. Das hängt damit zusammen, daß vom Zeitpunkt der Byte-Darstellung des Magnetbandes - also ab 1974, dem Jahr zudem, in dem die vollständige Haushalts-Aufnahme erstmals erfolgte - die Darstellung der Kindersituation auf dem Magnetband exzessiv (und

wechselnd) vorgenommen wurde. Das gilt bis zu einem gewissen Grade auch für die Haushalts-Größe. Ab 1978 endlich wird die gesamte Haushalts-Aufnahme im Magnetband und Codeplan für den Benutzer festgehalten.

4.1.2.1.12.

Die Haushalts-Aufnahme

Wir unterscheiden drei Phasen:

1958  
1969/1970  
ab 1974

1958 hatte man nach den beiden ersten Untersuchungen von 1954 und 1956 das Gefühl, man sollte mehr über das Erfragbare an relevanter Information zum Familienumfeld des Befragten wissen, um insbesondere die wirtschaftliche Situation des Haushalts genauer in den Griff zu bekommen - verbunden mit der Suche nach einer gewissen Befragungsökonomie.

Zunächst fragte man daher nach der Einschätzung der wirtschaftlichen Lage.

"Haben wir gute oder schlechte Zeiten in der Bundesrepublik und West-Berlin?"

Hat sich die allgemeine wirtschaftliche Lage in den letzten 12 Monaten verbessert oder verschlechtert?

Hat sich die eigene wirtschaftliche und finanzielle Lage in den letzten 12 Monaten verbessert oder verschlechtert?"

Und nach der Haushalts-Aufnahme:

"Was erwarten Sie in den nächsten 12 Monaten?"

die eigene Lage - verbessert sich  
- bleibt gleich  
- verschlechtert sich

mit der Ausweichmöglichkeit:  
- weiß ich nicht /  
kann ich nicht sagen

Die eigentliche Haushalts-Aufnahme erfaßte dann 7 Personen nach:

Geschlecht  
Alter

Berufstätigkeit ja / nein  
Stellung zum Haushaltsvorstand  
Einkommen aus Renten, usw. ja / nein  
Einkommenshöhe:

bis unter DM 250.--  
bis unter DM 400.--  
bis unter DM 600.--  
bis unter DM 800.--  
bis unter DM 1.000.--  
DM 1.000.-- und mehr  
kein eigenes Einkommen  
weiß nicht  
Antwort verweigert

Anteil des eigenen Einkommens am Haushalts-Einkommen (wenn eigenes Einkommen) mehr oder weniger als die Hälfte.

Summe der Einkommen der Haushalts-Mitglieder:

bis unter DM 250.--  
bis unter DM 400.--  
bis unter DM 600.--  
bis unter DM 800.--  
bis unter DM 1.000.--  
bis unter DM 1.200.--  
bis unter DM 1.500.--  
bis unter DM 2.000.--  
DM 2.000.-- und mehr  
Angabe verweigert

Daraus wurde dann das Befragungsschema der nächsten Jahre - ab 1960 - zum Einkommen entwickelt.

1969 und 1970 war der Zugang zu einer Haushalts-Aufnahme erheblich einfacher. Es wurde für 12 Haushalts-Angehörige gefragt:

Alter  
Befragter ja / nein  
Stellung zum Befragten

Ferner wurde für 6 nicht mehr im Haus befindliche Personen (1970 nur für solche Kinder) gefragt nach:

Alter  
Stellung zur Befragungsperson  
keine weiteren Familienangehörige.

Schließlich wurde danach gefragt, wie viele Personen von dem Haushalts-Einkommen leben.

Die unmittelbare Folge davon waren die Kinder-Fragen der nächsten Jahre. Außerdem wurde 1969 und 1970 erstmals eine Zahl von Generationen ermittelt.

1969: eine und mehr Generationen  
1970: nur noch in der Fragebogenzählung  
1, 2, 3 und mehr Generationen

Die Haushalts-Aufnahme der neueren Zeit - seit 1974 - erfaßt konsequent alle Personen im Haushalt. Nach den Erfahrungen der Vorjahre genügen 12 Personen bzw. noch genauer: 6 Erwachsene (ab 14 Jahren) und 6 Kinder (unter 14 Jahren).

1974 sind noch 12 Personen gleichmäßig befragt worden, was die Merkmale angeht; seit 1975 weichen die Erwachsenen- und Kinder-Merkmale voneinander ab. Änderungen sind relativ wenig erfolgt. Daher stellen wir die Merkmale gleich gesamthaft vor, wobei wir darauf verzichten, die bereits aufgeführten Kategorien zu wiederholen (Schulbesuch, Lehre, Berufstätigkeit, Beruf).

Ständige Haushalts-Mitglieder-Anzahl

Stellung zum Befragten:

Ehegatte  
Vater / Mutter  
Sohn / Tochter  
Bruder / Schwester  
Schwiegersohn / Schwiegertochter  
Schwiegervater / Schwiegermutter  
Schwager / Schwägerin  
Großvater / Großmutter  
Enkel / Enkelin

andere Verwandte  
nicht Verwandte

Bei den Kindern gibt es seit 1975 die Kategorien der Stellung zum Befragten:

Sohn / Tochter  
Bruder / Schwester  
Schwager / Schwägerin  
Enkel / Enkelin  
andere Verwandte  
nicht Verwandte

Geschlecht

Alter

Haushaltsvorstand ja / nein  
(seit 1975 nicht mehr für die Kinder)

hauswirtschaftliche Tätigkeit

besorgt den Haushalt  
hauptsächlich  
auch noch mit  
nicht  
(seit 1975 nicht mehr für die Kinder)

Konfession

evangelisch  
katholisch  
andere / keine  
(seit 1975 nicht mehr für die Kinder)

Familienstand

ledig  
verheiratet  
verheiratet gewesen  
(geschieden / verwitwet)  
(seit 1975 nicht mehr für die Kinder)

Jahr der Eheschließung  
(seit 1975 nicht mehr für die Kinder)

Schulbildung

1974: 5 Kategorien

1975/1976: 4 Kategorien für Erwachsene  
3 Kategorien für Kinder

1977: für Erwachsene mit der Vorfrage:  
derzeit und zuletzt;  
für Kinder: derzeit

1978/1979: wie 1976

Lehre

1974: 6 Kategorien

1975/76/77 5 Kategorien nur für die Erwachsenen

1978/1979: 6 Kategorien nur für die Erwachsenen

Berufstätigkeit

1974: 8 Kategorien

1975/1976: 8 Kategorien nur für die Erwachsenen

1977: Umbenennung zweier Kategorien (Erw.)

1978/1979: 11 Kategorien nur für die Erwachsenen

Stellung im Beruf

1974: 18 Kategorien voll + teilw. berufstätig

1975/1976: 18 Kategorien nur für die Erwachsenen

1977: für die Erwachsenen, aber eine Kategorie dazu

1978/1979: jetziger und früherer Beruf

Führerschein

ab 1977

Staatsangehörigkeit

ab 1978

Die Ausweisung der neuerlichen Haushalts-Aufnahme erfolgt seit 1974 in großer Ausführlichkeit in den Methodenbänden.

Die Verwendung der Informationen aus der Haushalts-Aufnahme in den sogenannten Demotypen werden wir behandeln, nachdem wir die Vorgänger dieser analytisch gewonnenen Gruppierungen vorgeführt haben. Es gibt davon mehrere.

#### 4.1.2.1.13. Soziale Schicht

Dieser Ausdruck steht für eine informelle Ermittlung durch den Interviewer

(auch Fremdeinstufung genannt), der nach Anleitung des Befragungsinstituts den Haushalt in eine bestimmte, vorgegebene Anzahl von Kategorien einteilt.

1954, 1956 und 1958 waren es 4 Kategorien:

A, B, C, D

1960 und 1961 waren es 6 Kategorien:

A, B, C<sub>1</sub>, C<sub>2</sub>, D<sub>1</sub>, D<sub>2</sub>

1962 und 1963 wurden D<sub>1</sub> und D<sub>2</sub> wieder zu D zusammengefaßt.

Länger wurde dieses Instrumentarium nicht verwandt.

Ihrer historischen Bedeutung und Einfachheit wegen seien als Anlage die Auslassungen des DIVO-Instituts zur "Einstufung der Befragten in die sozialen Schichten" wiedergegeben ((51)).

A	Oberschicht
B	auch noch oben
C <sub>1</sub>	Mittelschicht Tendenz nach oben
C <sub>2</sub>	Mittelschicht Tendenz nach unten
D <sub>1</sub>	Unterschicht Tendenz nach oben
D <sub>2</sub>	Unterschicht Tendenz nach unten

Ausgewiesen wurden:

1954, 1956, 1958, 1960: drei Kategorien

A/B C D

1961, 1962: vier Kategorien

A/B C<sub>1</sub> C<sub>2</sub> D

1963 erfolgte keine Ausweisung dieser sozialen Schichten mehr - sie wurde 1964 nachgeholt.

#### 4.1.2.1.14.

S S E - Soziale Selbsteinstufung

Während die sozialen Schichten eine Art der Fremdeinstufung darstellen, nennt sich der S S E "soziale Selbsteinstufung".

Das System geht zurück auf Ideen, die sich in der Empirischen Sozialforschung mit dem Warnerschen Rhombus verbinden. Die deutsche Version ist von Gerhard Kleining und Harriet Moore vorgestellt worden ((52)).

Für uns genügt es, das Fragebogenschema vorzuführen.

Vier Kartenarten, auf denen Berufe in 9 Kategorien vorgezeichnet sind, werden vorgelegt, damit der Befragte sich oder den Ehemann bzw. den Vater mit dem jetzigen oder früheren Beruf einstufen kann. Mit Nachfassen und Ermuntern entsteht schließlich eine Identifikation in 9 Kategorien.

O	=	Oberschicht
OM	=	obere Mittelschicht
MM	=	mittlere Mittelschicht
UMni	=	untere Mittelschicht nicht industriell
UM i	=	untere Mittelschicht industriell
OUni	=	obere Unterschicht nicht industriell
OU i	=	obere Unterschicht industriell
UU	=	untere Unterschicht
SV	=	sozial Verachtete

Dieses Fragenschema wurde 1960 versuchsweise und dann von 1961 bis 1967 von dem Institut für Absatzpsychologie, Hamburg, der AGLA gegen Lizenzgebühr zur Verfügung gestellt und ausgewiesen.

Diese Ausweisung umfaßte jeweils 7 Kategorien - die ersten beiden und die beiden letzten zusammengefaßt. 1965 wurde zusätzlich eine Viereraufteilung veröffentlicht:

OS, OMS, MMS  
UMS  
OUS  
UUS

4.1.2.1.15.

Das Punktgruppenverfahren

Unabhängig voneinander hatten DIVO und INFRATEST 1966/1967 ein Verfahren entwickelt, das die Einseitigkeit des SSE, sich nur auf die Berufsgruppen zu stützen, vermißt.

Sei INFRATEST werden neben der Stellung im Beruf (Berufsmischform) die Schulbildung des Befragten und das Haushalts-Netto-Einkommen - alle drei in

der größtmöglichen (von der Befragung her vorhandenen) Aufteilung - einbezogen. In einem dreidimensionalen Gebilde muß man sich Schichten vorstellen, die aus den Merkmalskombinationen von Schulbildung, Berufsmischform und Einkommen hervorgehen. Die Einzelheiten zum Punktgruppenverfahren sind von INFRATEST niedergelegt worden ((53)).

Es sei zitiert:

"Von entscheidender Bedeutung für die Validität eines Verfahrens zur Bildung von Gruppen ist, ob die verschiedenen Gruppen sich

1. homogen verhalten und
2. sich in ihrem Verhalten eindeutig von anderen Gruppen absetzen.

Für die Mediannutzung sind dabei vor allem folgende Verhaltensmerkmale von Bedeutung:

Intensität der Mediannutzung  
Beachtung von Werbung  
Konsumverhalten."

Das schien durch die 5 Punktgruppen von INFRATEST gewährleistet. Jedoch - obwohl damit ein erheblicher Fortschritt gegenüber dem SSE zu verzeichnen war (der sich wesentlich als Kaufkraftschichtung präsentierte) - wurde nur die LA 68 damit ausgestattet (also auch in den Tabellen) - in der Überlegung, daß man auf diesem Wege doch noch erheblich weitergehen sollte und könnte. Der Appetit kam mit dem Essen. Vgl. dazu im Anhang "Die Bestimmung von sozialen Schichten durch Punktgruppen-System", die Darlegung in der LA 68 ((54)).

4.1.2.1.16.

Die sozio-kommunikativen Schichten

Das Verfahren, das nunmehr geschildert werden soll, ist eine direkte Fortsetzung des Punktgruppenverfahrens. Es ist 1969 erprobt und von 1971 bis 1976 eingesetzt worden.

1970 existierte für die damalige LA kein Instrument dieser Art. 1969 und 1970 wurden keine Tabellen mit derartigen Gliederungen geliefert. 1969 gab es allerdings im Methodenband, 2. Lieferung, auf den Seiten 98 und 102 eine ausführliche Darstellung mit einigen Tabellen auf den Seiten 99 - 113 ((55)).

Die drei Merkmale, aus denen Berechnungen angestellt wurden - Erhebungen besonderer Art waren dazu nicht nötig -, waren jetzt:

- Schulbildung HV - in 6 Kategorien
- Beruf HV - in 18 Kategorien
- Haushalts-Netto-Einkommen - in 13 Kategorien

Anstelle der bloßen Setzung von dreidimensionalen Schichten (wie beim Punktgruppenverfahren) wurde analytisch vorgegangen. Man verwendete das heuristische Verfahren der Segmentation, das seiner Natur nach der Regressionsrechnung nahe kommt (ohne deren strenge statistische Voraussetzungen zu fordern), und zwar mit der sogenannten Belson-Formel, wie sie auch zwei Jahre später für die Berechnung der Nutzungswahrscheinlichkeiten eingesetzt werden sollte.

Als Zielgröße wurde die Kontaktmenge der Zeitschriftentitel (Summe der Lesefrequenzen) herangezogen. Als diskriminierende Merkmale fungierten die drei genannten: Schulbildung des Haushaltsvorstands, Beruf des Haushaltsvorstands und das Haushalts-Netto-Einkommen.

Die 32 Segmente wurden dann in 7 Gruppen zusammengefaßt, so wie sie nach Draufsicht am ehesten gruppiert werden konnten - von 1 bis 7. Dabei steht 1 für hohe durchschnittliche  $\sum f$  - Werte; 7 für die niedrigeren Kontaktmengen.

Die sozio-kommunikativen Schichten sind von 1971 bis 1976 auch ausgewiesen worden. Dieser Zweig der Vorläufer von Demotypen, die seit 1977 in den Media-Analysen gehandhabt werden, ist einen Weg gegangen, der von der bloßen Fremdeinschätzung, über Selbsteinstufung zu einem beschränkten Merkmalsbereich (den Berufen), über eine Zusammenfassung von Merkmalen - also einer Art früher multifaktorieller Betrachtungsweise - erst durch Setzen und schließlich analytisch einen Einblick in die Strukturen der Bevölkerung erlaubt. Das ist aber nur eine Perspektive bei der Erörterung von Zielgruppen-Bestimmungen; die Mehrdimensionalität der Personen im Bereich der Sozio-Demographie.

#### 4.1.2.1.17. Haushaltsbeschreibung

Es hat daneben noch andere Wege der Zusammenfassung von Personen zu

Gruppen gegeben. Historisch der nächste Schritt - nach den sozialen Schichten - bestand darin, den Befragten in seinen Haushalt eingebettet zu sehen. 1958 wurde eine Haushaltsbeschreibung eingeführt, die mit geringfügigen Änderungen bis 1968 verwandt wurde - in der Erhebung und in der Ausweisung.

1958, 1960, 1961 waren es 7 Kategorien:

1. Junge Alleinstehende und Ehepaare (1 - 2 Erwachsene unter 35 Jahren, noch keine Kinder)
2. Kleine Familie mit kleineren Kindern (1 - 2 jüngere Erwachsene und 1 - 2 Kinder unter 6 Jahren im Haus)
3. Kleine Familie mit größeren Kindern (1 - 2 Erwachsene und 1 - 2 Kinder über 6 Jahre, aber in wirtschaftlicher Abhängigkeit, im Haus)
4. Großfamilie (Familie mit mehr als 3 Personen und mindestens 2 Kindern in wirtschaftlicher Abhängigkeit im Haus)
5. Erwachsene Familie (3 und mehr Erwachsene, aber nicht mehr als ein Kind in wirtschaftlicher Abhängigkeit im Haus)
6. Alleinstehende und Ehepaare im mittleren Alter (1 - 2 Personen zwischen 35 und 50 Jahren, keine Kinder)
7. Ältere Leute (1 - 2 Erwachsene über 50 Jahre, keine Kinder mehr im Haus)

1962 und 1963 wurden daraus 6 Kategorien. Die bisherige Kategorie 6: "Alleinstehende und Ehepaare im mittleren Alter" war offenbar zu gering besetzt und wurde daher weggelassen. Die Formulierung wurde gestrafft.

1964 kam als 7. Kategorie - als Ventil - "Sonstige" hinzu und blieb bis 1966; 1967 wurde definiert: "Sonstige, z.B. Junggesellen über 35 Jahre". Im letzten Jahr - also 1968 - hieß es:

1. Junge Leute (1 - 2 Erwachsene unter 35 Jahren, noch keine Kinder)
2. Junge Familie (1 - 2 jüngere Erwachsene und 1 - 2 Kinder unter 6 Jahren im Haus)

3. Normale Familie (1 - 2 Erwachsene und 1 - 2 Kinder über 6 Jahre, aber in wirtschaftlicher Abhängigkeit, im Haus)
4. Großfamilie (Familie mit mehr als 4 Personen)
5. Erwachsene Familie (3 und mehr Erwachsene)
6. Ältere Leute (1 - 2 Erwachsene über 50 Jahre, keine Kinder mehr im Haus)
7. Sonstige (z.B. Junggesellen über 35 Jahre)

Dieses Schema ist von der Konzeption und Denkweise her bereits so dicht an den Demotypen, die analytisch verblüffend ähnliche Klassifikationen erzeugen, daß man sich fast wundern mag, wieso erst noch weitere Umwege gegangen werden mußten. Das ist jedoch ungerecht. Diese Umwege haben neue Perspektiven erschlossen, den ganzen Komplex erst "abgegrast" und das Verständnis für die neueren Strukturierungsversuche geweckt.

Wichtig ist dabei vor allem auch, daß es zumeist Anstöße von draußen waren, die zum Nachdenken und Ausprobieren einluden.

#### 4.1.2.1.18. Lebenszyklen

Die Haushaltsbeschreibung stellt stärker auf die Familie ab. Was sich hinter den Lebenszyklen verbirgt, geht eher vom Individuum aus. Die LA 69 weist im Methodenband diesen (einmaligen) Versuch aus, der zurückgeht auf eine Studie, die 1963 im Auftrage der REVUE durchgeführt wurde "Die sympathische moderne Frau" ((56)). Initiator und begleitender Forscher war dabei Klaus Peter Landgrebe. Wichtig erscheint daran zweierlei: zum einen die Strukturierung nach Altersstufen, eigentlich besser nach Lebensaltern, die zu homogenen Klassen hinführt. Und die immer wieder verifizierte Feststellung, daß die Häufigkeit der Medianutzung mit dem Lebensalter abnimmt, zumindest was die Presseerzeugnisse der Massenmedien anlangt.

Das führte 1969 zu einem Zyklus von 11 Lebensaltern, die sich, was die Kontaktmenge angeht, eindeutig auf einer absteigenden Skala abbilden lassen.

Die Beschreibung der Lebenszyklen findet sich im Methodenband der LA 69, 2. Lieferung, auf den Seiten 114 und 120; die Tabellen auf den Seiten 115-137.

Wir führen hier lediglich die 11 "Lebenszyklen" auf ((57)).

1. Unter 20 Jahre, ledig, in Ausbildung.
2. Unter 30 Jahre alt, ledig, berufstätig. Diese beiden Gruppen könnte man zusammenfassen unter dem Stichwort "Auf der Suche nach dem Lebenspartner".
3. Zwischen 20 und 40 Jahre alt, verheiratet, beide Eheleute sind berufstätig, noch keine Kinder.  
Hierunter müßten eigentlich noch die Verlobten gefaßt werden: man hat seinen Lebenspartner gefunden, die Familie ist aber noch nicht "komplett".
4. Zwischen 20 und 40 Jahre alt, verheiratet, man hat eine Familie gegründet, die Kinder unter 6 Jahren brauchen die Mutter zu Hause, sie ist kaum noch berufstätig.
5. Zwischen 30 und 50 Jahre alt, verheiratet, Kinder - zwischen 6 und 14 Jahre alt - vergrößern die Haushalte (67% "4 und mehr Personen im Haushalt").
6. Diese Gruppe ist sozusagen als Mitte eingeschoben, weil sie ihrer Verhaltensweise nach hierhin paßt, obwohl sie eigentlich keinen Lebenszyklus darstellt: zwischen 40 und 65 Jahre alt, die meisten verheiratet, aber auch Ledige und Geschiedene darunter, keine Kinder, sehr stark berufstätig, auch die Frauen; insgesamt gesehen: das typische kinderlose Ehepaar.



7. Zwischen 40 und 60 Jahre alt, verheiratet, die Kinder sind zwischen 14 und 21 Jahre alt, und damit aus dem "Größten" heraus, die Mütter können sich wieder etwas mehr einem Beruf widmen.
8. Zwischen 50 und 70 Jahre alt, manche schon verwitwet, die Kinder sind über 21 Jahre alt, wohnen aber noch bei den Eltern, bei den Männern wächst der Anteil der Rentner.
9. Über 50 Jahre alt, viele schon verwitwet, die Kinder sind über 21 Jahre alt und haben das Elternhaus zur Hälfte verlassen; weder der Befragte noch der Haushaltsvorstand sind noch berufstätig, die Frauen überwiegen in diesem Lebenszyklus.
10. Über 60 Jahre alt, die Ehegatten sind noch nicht durch den Tod voneinander getrennt, aber sie leben allein miteinander als Rentner.
11. Über 60 Jahre alt, verwitwet, allein auf sich gestellt, leben sie in den bescheidensten Verhältnissen als Rentnerin.

#### 4.1.2.1.19. Psychologische Skalen

Die konsequente Weiterentwicklung von den sozialen Schichten bis zu den Lebenszyklen und darüber hinaus ging in die Richtung, neben den offensichtlich immer wiederkehrenden sozio-demographischen Merkmalen (wenn auch mehrfach verändert und in unterschiedlicher Zusammensetzung) psychographische Merkmale heranzuziehen.

Diese Entwicklung wurde aus mehreren Quellen gespeist. Zum einen war man

auch bei den Produktdaten an das äußerst Machbare gestoßen - wir werden darüber noch zu berichten haben. Dann war im Medienbereich die Verdichtung von Daten ein beliebtes Spiel geworden: Zeitschriften-Familien aus Segmentierung, Distanzen von Medien untereinander, faktorenanalytische Betrachtung der Zeitschriften-Familien - überhaupt eine Neigung zur Verwendung einiger Instrumentarien aus der Sozialpsychologie. Was lag da näher, als sich auch auf dem Gebiet der Merkmale zur Beschreibung der Zielgruppen derartiger Vorgehensweisen zu bedienen und zu versuchen, ob nicht neben der doch etwas spröden Sozio-Demographie flexiblere, thematisch weiterreichende Klassifikationsmöglichkeiten bestünden.

Das Institut ASK, Hamburg, hat 1967 ein Verfahren vorgetragen, das Typen psychologischer Grunddispositionen zu liefern versprach ((58)). Argumentations-Typen wurden sie auch genannt, in der LA 68 mit 24 Statements in 4 Antwortkategorien eingesetzt und zu 4 faktoriellen Gruppen verrechnet:

- Typus "Konservativ"
- Typus "Expansiv"
- Typus "Sich etwas gönnen"
- Typus "Vertrauen aus Bequemlichkeit"

Die Beschreibung dieser vier Gruppen findet sich im "Mitgliederband" der LA 68 ((59)).

Zwei Feststellungen seien zitiert, um zugleich den konzeptuellen Hintergrund wie den gedachten Anwendungsbereich vorzuführen. Es heißt dort, daß mit den in diesen vier Gruppen gegebenen Informationen auf zwei Fragen geantwortet würde:

1. "Wenn ich meinen Anzeigen eine bestimmte Verkaufsargumentik gebe, in welchen Blättern, unter den sonst geeigneten, hört die Leserschaft (oder doch der größere Teil derselben) darauf?"
2. "Wenn ich von meiner Zielgruppe u.a. auch die Disposition für eine bestimmte Grundeinstellung fordere (z.B. konservativ, d.h. markentreu zu sein), wo finde ich dann die so eingestellte Leserschaft?"

Angelegt ist in diesem Anspruch also bereits der ganze Bereich der sehr viel moderneren, weiterentwickelten Betrachtungsweise der qualitativen Media-selektion, die quantitativ zu der Zeit (1967/1968) gerade aufgekommen war, und das Zielgruppen-Denken, das weiterreicht als nur bis zur Reproduktion aktueller Käufer und Nutzer von Gütern zur Beschreibung potentieller Käufer.

Der andere - einzige im Berichtszeitraum noch verbleibende - Versuch einer Einbeziehung psychologischer Merkmale in den Erhebungstamm der AGLA fand ein Jahr später statt - ASK 1968, GfK 1969.

Ein ganzes Team hat sich darum bemüht, sozio-ökonomische Grundlagenforschung zu treiben - mit dem Ziel, für eine über die gesamte Bevölkerung gehende repräsentative Befragung - wie sie die LA darstellte und die MA weiterhin darstellt - brauchbare Deskriptionen zu liefern. Differenzieren sollten diese Merkmale die Leserschaften und die Zielgruppen, und eine Interpretation sollte möglichst auch noch lieferbar sein. Eine Blickrichtung war vorgegeben: Einstellungen sollten gemessen werden, die sich auf das Konsumverhalten beziehen.

Mit allen Mitteln und Erfahrungen der Sozialpsychologen wurde ein Instrument entwickelt, das in 85 Items - zu je 4 Antwortkategorien - das Grundmaterial für eine faktorenanalytische Verarbeitung darbot, an deren Ende folgende 11 Einstellungsbereiche in 5 Ausprägungsgraden im Methodenband ausgestellt vorlagen:

"Aufgeschlossenheit gegenüber dem Marktangebot an neuen Produkten

Qualitätsanspruch im Kaufverhalten

preisbewußtes Einkaufen

Einstellung der Frau zur Hausarbeit

Beachtung der Gesundheit

extravertierte Grundhaltung

Einstellung zur aktiven Freizeitgestaltung

Prestige-Bedürfnis bzw. Streben nach Wirkung im sozialen Umfeld durch Sichtbarmachen äußerer Zeichen und Symbole

Vorsorge und Sicherheitsstreben im Hinblick auf die Zukunft

Informationsbedürfnis und Aufnahmebereitschaft von Neuigkeiten

Bewußte Auseinandersetzung mit der körperlichen Erscheinung nach außen hin"

Ohne daß in diesem Zusammenhang die Hintergründe diskutiert werden könnten und sollten, die allgemeine Überzeugung ging dahin, diese Ermittlung von Einstellungen im Rahmen der Untersuchungen der AGLA nicht weiterzuführen. Auch Versuche in anderen Untersuchungen führten offenbar nicht immer zu ermutigenden Erfahrungen. Erst neuerdings wird wieder auf diesem Gebiet weiter experimentiert. Jedenfalls ist einer der wesentlichen Anstöße zur Weiterentwicklung über die Psychologie hinaus zu einem übergreifenden Klassifikationssystem mehr demographischer Natur von den Erhebungen des Verlagshauses BURDA, Offenburg, mit der ursprünglich sehr stark psychologisch fundierten "Typologie der Wünsche" ausgegangen.

#### 4.1.2.1.20.

#### Demotypen

Den augenblicklichen (möglicherweise auch nur vorläufigen) Abschluß der vielfältigen Entwicklungen, Datenverdichtungen vorzunehmen, bilden die Demotypen. Sie sind durch einige Eigenheiten zu charakterisieren:

- Sie stützen sich auf sozio-demographische Merkmale, also auf den Merkmalsbereich, der sich noch am zuverlässigsten in einer Stichproben-Befragung ermitteln läßt.
- Sie verwenden ein Instrumentarium, das aus dem Baukasten multifaktorieller Ansätze gegenwärtig als am weitesten entwickelt gelten darf, wenn man die Bedingungen der großen Stichprobe, der unterschiedlichen Natur der Variablen und deren relativ große Anzahl in Betracht zieht.
- Hinter dem Konzept der Demotypen stehen die weitläufigen Erfahrungen, über die - beginnend mit den sozialen Schichten - gerade berichtet worden ist. Dabei ist versucht worden, wie in einem "Schmelztiegel!" möglichst viele positive Erkenntnisse der unterschiedlichsten Richtungen zu verwerten.

Die Bemühungen der AG.MA dazu reichen bis in das Jahr 1974 zurück, als Klaus Peter Landgrebe eine erste Sammlung geeigneter Merkmale vornahm ((60)), und Friedrich Wendt ein Exposé über ein Demotypen-Projekt der AG.MA vorlegte ((61)).

Der Name Demotypen wurde übrigens erstmals in einer Veröffentlichung der GfK, Nürnberg, verwandt ((62)).

Was an weiteren internen Papieren und entsprechenden Bemühungen erfolgte, kann hier beiseite gelassen werden, weil es eine Dokumentation gibt, die den unmittelbaren Vorläufer der MA-Demotypen - die BURDA-Demotypen - in einer Patronatsedition der AG.MA beschreibt, in deren Ausarbeitung alles Wesentliche aus dem AG.MA-Bereich stammende Vorwissen eingeflossen ist - und dann bis zur Nutzungsreife weiterentwickelt wurde ((63)).

Es gab mehrere Ziele, die mit den Demotypen angestrebt wurden.

Zum einen sollte die Struktur der Zielgruppe transparenter werden, das heißt, es sollten die relevanten Merkmale und Merkmalsträger deutlicher von den weniger relevanten abgehoben werden.

Daß damit auch eine Bemühung um klarere Abgrenzungen von Teilgruppen verbunden wurde, war selbstverständlich. Das Instrumentarium der Typenbildung schuf dazu die Voraussetzung durch die Homogenisierung der Typen.

Die Typen sollten aber nicht nur in sich homogen sein, sie sollten es auch möglichst über längere Zeiträume bleiben.

Als zielgruppenbeschreibende Merkmale sollten sie natürlich trennscharf in Bezug auf Medien- und Konsumverhalten sein.

Man sollte sie auch leicht auffassen können. Interpretierbar sollten also die gefundenen Typen sein, inhaltlich leicht erfaßbar.

Und schließlich befand man sich zu der Zeit bereits am Beginn von Überlegungen zur Fusion mit anderen Datenbeständen.

Nichts schien geeigneter zu sein, in anderen Untersuchungen wiedergefunden zu werden, als die in Typen zusammengefaßten sozio-demographischen Daten. Insofern bestand die letzte Erwartung gegenüber den Demotypen in der Eignung als Bindeglieder.

Die AG.MA hat dann erstmals 1977 und von da ab Demotypen errechnen lassen:

10 für die Männer,  
10 für die Frauen und  
12 für die Haushalte.

Vorge stellt wurden die Demotypen der MA 77 in zwei Veröffentlichungen ((64)) und zur MA 78 im Rahmen einer Veröffentlichung ((65)), die nur die Männer- und Frauen-Typen enthält, so wie auch in den Tabellenbänden nur die Männer- und Frauen-Typen herangezogen werden, während auf dem Magnetband und im Codeplan auch die Haushalts-Typen aufgeführt sind.

Schließlich ist auch auf der außerordentlichen MITGLIEDERVERSAMMLUNG der AG.MA am 17. März 1977 darüber berichtet worden ((66)).

Die Merkmale, aus denen sich die Dimensionen der Typenbildung rekrutieren, sind zum Teil erst durch synthetische Prozesse aus originären Variablen konstruiert worden. Es handelt sich dabei um eine konsequente Nutzung der Daten der Haushalts-Aufnahme, vor allem zur Bildung von generationsbezogenen Merkmalen. Wir erinnern uns daran, daß bereits 1969 und 1970 ein erster Versuch gemacht worden war, die Anzahl Generationen im Haushalt festzuhalten.

Es kann hier nicht der Platz sein, die Demotypen selbst vorzustellen, wohl aber die Variablen, die sie bilden, zum ein bisher noch nicht genannter Gesichtspunkt der Demotypenbildung war, Kriterien für eine Selektion von sozio-demographischen Merkmalen zu finden (welche differenzieren und welche nicht; welche sind überflüssig), um in der Zielgruppenbeschreibung ökonomischer und relevanter zugleich sein zu können.

Und nun die 46 Merkmale der Demotypen. Die ersten 35 gelten für Haushalts-, Männer- und Frauen-Typen gleichermaßen, die 10 folgenden für Männer und Frauen, das letzte nur für die Frauen.

1. Anzahl Generationen	quantitativ
2. Durchschnittsalter der Haushaltsmitglieder	"
3. Alter des jüngsten Haushaltsmitglieds	"
4. Alter des ältesten Haushaltsmitglieds	"
5. Alter des Haushaltsvorstands	"
6. relative Altersdifferenz zwischen HV und HF	"
7. Ehejahre des Haushaltsvorstands	"
8. Zahl der Kinder (ohne Altersbegrenzung)	"
9. Durchschnittsalter der Kinder	"
10. Altersdifferenz der Kinder	"
11. Zahl der Personen im Haushalt insgesamt	"
12. Zahl der Personen im Haushalt ab 14 Jahren	"
13. Zahl der Personen mit eigenem Einkommen	"
14. Generationen gegenüber HV-Generation: - Enkelkinder-Generation - Kinder-Generation - Eltern-Generation - Großeltern-Generation	
15. Kinder im Haushalt	( 4 Kategorien nach Alter)
16. Geschlecht HV	( 2 Kategorien)
17. Schulbildung HV	( 4 Kategorien)
18. Berufsausbildung HV	( 4 Kategorien)
19. Berufstätigkeit HV	( 4 Kategorien)
20. Beruf HV	( 8 Kategorien)
21. Geschlecht HF	( 2 Kategorien)
22. Alter HF	( 7 Kategorien)
23. Berufstätigkeit HF	( 2 Kategorien)
24. Haushalts-Netto-Einkommen	( 7 Kategorien)
25. Besitz von Gütern im Haushalt	(10 Kategorien)

26. Fernsehgerät im Haushalt	( 2 Kategorien)
27. Tiere im Haushalt	(11 Kategorien)
28. Garten	( 2 Kategorien)
29. Gartenart	( 5 Kategorien)
30. Stockwerke	( 6 Kategorien)
31. Verkehrsmittel	( 9 Kategorien)
32. Personen werktags außer Haus	} Pendler-eigen-schaft ( 6 Kategorien)
33. Person verläßt Wohnort	
34. Bundesländer	(12 Kategorien)
35. Gemeindegrößenklassen (nach Baustadt)	( 7 Kategorien)
36. Alter des Befragten	( 7 Kategorien)
37. Schulbildung des Befragten	( 4 Kategorien)
38. Berufstätigkeit des Befr.	( 6 Kategorien)
39. Beruf des Befragten	( 8 Kategorien)
40. Einkommen des Befragten	(11 Kategorien)
41. Konfession des Befragten	( 3 Kategorien)
42. Familienstand des Befr.	( 3 Kategorien)
43. Anzahl Ehejahre des Befr.	( 6 Kategorien)
44. Befragter ist HV	( 2 Kategorien)
45. Führerschein des Befragten	( 2 Kategorien)
46. Befragter ist HF	( 2 Kategorien)

Zu den Demotypen sollte noch einiges angefügt werden.

Zunächst rein technisch: Die Wahl der Variablen war durch das Befragungsschema vorgegeben. Das schließt nicht aus, daß hier Verbesserungen möglich wären, die dann die Fragebogengestaltung berühren. In den letzten Jahren - seit 1977 - werden hierzu Erfahrungen innerhalb der AG.MA gesammelt. Und es wird darüber diskutiert.

Dann aber geht es um die Frage, warum die Demotypen den gegenwärtigen Entwicklungsstand der Verdichtung von Zielgruppendaten darstellen, und die anderen, über mehr als zwei Jahrzehnte sich hinziehenden Versuche (insbesondere auch die Einführung psychologischer Merkmale) letztlich nicht befriedigt haben. Dazu wird man etwa folgendes überlegen können.

- Die Demotypen beruhen auf Basisdaten (der Sozio-Demographie), die ihre Bedeutung, ihren Nutzen, ihre Brauchbarkeit über lange Zeit immer wieder bewiesen haben, wie wir sehen werden auch und gerade gegenüber den Versuchen, Zielgruppen produktspezifisch zu begründen. Das gilt nicht nur für die Untersuchungen der AGLA/AG.MA.
- Ein großer Schritt vorwärts war es, als nach mehreren Anläufen - 1958, 1969, 1970 - nicht allein Daten für den Befragten eingesammelt wurden, sondern auch für die übrigen Haushaltsmitglieder. Damit ergab sich eine strukturelle Einsicht in die Einbettung des Befragten in die kleinste und vielleicht wichtigste Zelle kommunikativer Prozesse.
- Die sozio-demographischen Merkmale sind ihrer Natur nach stabiler als viele andere und vor allem in der Erhebung mit erheblich geringeren intra-individuellen Schwankungen (Fehlerrisiken) behaftet als andere Merkmalsarten, insbesondere die psychologischen, die zudem nie in ihrer ursprünglichen, erhobenen Form - also naturbelassen - geblieben sind, sondern stets selektiert und (über Faktorenanalysen) verdichtet verwendet wurden. Verrechnungen, die über Korrelationskoeffizienten gehen, müssen wegen deren statistischer Natur als Durchschnittsphänomene selbst über kleine Teilgruppen hinweg die individuellen Eigenheiten verwischen.
- Schließlich ist noch der Fortschritt in der Verwendung analytischer Verfahren zu nennen - Fortschritt in Richtung auf eine optimale Anpassung der Analyse an die sehr gemischte Natur der Daten. Die Demotypen verwenden ein topologisches Konzept, das uns bereits zu Beginn des Stichproben-Kapitels beschäftigt hat. Anders als bei allen anderen und früheren Verfahren wird in diesem Fall deutlich und konsequent nach Gruppen gesucht, die homogen sind, also im wesentlichen gleich geartet. Wir haben endlich eine sauber strukturierte demographische Landschaft vor uns.

#### 4.1.2.1.21. Die Geographie

Man mag sich streiten darüber, an welcher Stelle in diesem Kapitel des Berichts, das von Zielgruppenmerkmalen handelt, die geographische Einordnung der Haushalte und Personen dargestellt werden sollte. Spätestens jetzt - bei der Erörterung der Demotypen - muß es sein, weil die Geographie mit zwei

Merkmale daran beteiligt ist. Systematisch ordnen sie sich in die Demographie ein. Einen Merkmalsbereich, der die Person oder den Haushalt als solchen beschreibt, bildet die Geographie nicht. Dennoch lebt jeder Mensch, existiert jeder Haushalt in einer Gemeinde. Dort wird befragt. Und alle wirtschaftlichen Phänomene sind ortsgebunden - viel weiter noch, als die MA es erfassen kann. Einkaufsplätze, Verkehrswege, Lokale und dergleichen gehören dazu.

Mit der Pendlereigenschaft in der Demotypologie ist ein Anfang gemacht. Wir werden weitere Aspekte dazu in den noch folgenden Punkten erörtern, die sich mit Besitz, Konsum, usw. befassen.

Bevor wir jedoch diesen handfesten ökonomischen Merkmalen nachgehen, scheint es uns angebracht, die Geographie abzuhandeln. Zweierlei ist darunter zu verstehen:

Die Einteilung des Befragungsgebiets in Regionen und die Einteilung der Regionen in Gemeindegrößenklassen.

#### 4.1.2.1.21.1.

Länder, Regierungsbezirke, NIELSEN-Gebiete und andere Regionen

Die erste festgehaltene Region war (offen hingeschrieben) der Regierungsbezirk - von 1954 bis 1963, dann nochmals 1969. Erneut beschäftigen werden uns die Regierungsbezirke erst wieder im Zusammenhang mit dem Redressement der Jahre ab 1974.

Das Bundesland wurde 1954 und 1956, 1962 und 1963 sowie 1969 in Kategorien festgehalten, sonst - also bis 1968 - offen.

Seit 1970 fügt das Befragungsinstitut von sich aus diese Informationen dem Datenbestand hinzu.

Insgesamt geht es auch mehr um die Ausweisung.

1954 und 1956 gab es nur 10 Bundesländer (inklusive Berlin (West)).

1958 und 1960 kam die Saar als Saargebiet und ab 1961 als Saarland dazu.

Mit dem AG.MA/ADM-Stichproben-System - also ab MA 72/1 - wurde Nordrhein-Westfalen geteilt in:

Ruhrkohlenverband und  
Rest-NRW.

Das sogenannte System der NIELSEN-Gebiete wurde erstmals 1961 zur Zusammenfassung von Bundesländern herangezogen:

Nord (Schleswig-Holstein, Hamburg, Bremen, Niedersachsen)  
West (Nordrhein-Westfalen)  
Mitte (Hessen, Rheinland-Pfalz, Saarland)  
Südwest (Baden-Württemberg)  
Süd (Bayern)  
Berlin (West)

Bis 1966 liefen diese Zusammenfassungen ohne Bezifferung; 1967 in der alten Form, also mit Berlin (West) als I, Nord als II, usf. und ab 1974 in der neueren Form.

Von 1968 bis 1973 sind keine Tabellenaufrisse nach NIELSEN-Gebieten erfolgt.

Es gab und gibt noch weitere Zusammenfassungen von Bundesländern:

1954: Norddeutschland - Hamburg, Bremen, Schleswig-Holstein, Niedersachsen  
Westdeutschland - NRW, Hessen  
Süddeutschland - Rheinland-Pfalz, Bayern, Baden-Württemberg  
Berlin (West)

1956: Hessen kam zu Rheinland-Pfalz und Baden-Württemberg; Bayern wurde extra aufgeführt.

1958 und

1960: Hamburg und Bremen wurden zusammengefaßt.

1961 bis

1967: Rheinland-Pfalz und Saarland wurden zusammengefaßt.

1965: Die "Main-Linie" wurde zur Zweiteilung herangezogen: Nord und Nordwest gegenüber Mitte, Südwest und Süd.

1967: Schleswig-Holstein und Hamburg

Bremen und Niedersachsen  
Rheinland-Pfalz und Saarland wurden

zusammengefaßt - zur Erinnerung neben den NIELSEN-Gebieten und der seit 1961 üblichen Zusammenfassung.

Überhaupt war das ein Jahr, in dem mit Zusammenfassungen experimentiert wurde. Es gab nämlich außerdem noch eine kreuzweise Aufgliederung von NIELSEN-Gebieten und Wohnortgrößen (worauf wir noch kommen werden).

Von 1968 bis 1973 blieb es bei der Aufgliederung, die 1967 eingeführt worden war:

Schleswig-Holstein und Hamburg  
Niedersachsen und Bremen  
Nordrhein-Westfalen  
Hessen  
Rheinland-Pfalz und Saarland  
Baden-Württemberg  
Bayern  
Berlin (West)

1974: wurde jenes zweigeteilte System eingeführt, das seither beibehalten worden ist, wenn auch in Details variabel:

Eine gemischte Aufteilung von Ländern und NIELSEN-Gebieten einerseits und eine Aufteilung für Hörfunk und Fernsehen nach den Gebührencinzugsgebieten bzw. geographischen Belegungseinheiten.

Das sah so aus:

Schleswig-Holstein und Hamburg  
Niedersachsen und Bremen  
NIELSEN I  
NRW / NIELSEN II  
Hessen  
Rheinland-Pfalz  
Saarland  
NIELSEN IIIa  
Baden-Württemberg / NIELSEN IIIb

Bayern / NIELSEN IV  
Berlin (West) / NIELSEN V

bzw. für die Funkmedien in den Einzeldarstellungen:

Bundesgebiet und Berlin (West)  
Schleswig-Holstein, Hamburg, Niedersachsen, Bremen  
Nordrhein-Westfalen  
Hessen  
Baden-Württemberg und Rheinland-Pfalz  
Saarland  
Bayern  
Berlin (West)

1975 wurden die Systeme zusammengeführt, so daß 1975, 1976 und 1979  
ausgewiesen wurden:

Schleswig-Holstein  
Hamburg  
Niedersachsen / Bremen  
Nord / NIELSEN I  
NRW / NIELSEN II  
Hessen  
Rheinland-Pfalz  
Saarland  
Mitte / NIELSEN IIIa  
Baden-Württemberg / NIELSEN IIIb  
Bayern / NIELSEN IV  
Berlin (West) / NIELSEN V

1977/1978 wurde vorübergehend nach Mitte NIELSEN IIIa weiter zusammenge-  
faßt bzw. aufgespalten:

West/Mitte NIELSEN II + IIIa  
Südwest  
Nordbaden / Nordwürttemberg  
Baden-Württemberg / NIELSEN IIIb  
Mitte / Baden-Württemberg / NIELSEN III  
Bayern / NIELSEN IV

Berlin (West) / NIELSEN V  
Bundesgebiet ohne Berlin (West)

Sobald Regionen letztlich auf der kleinsten, zur Verfügung stehenden Einheit  
definiert werden können, welche die MA verfügbar hat, der Gemeinde, ist es  
möglich, jede vernünftige und brauchbare Einteilung in die MA einzuführen.

Auf dem Magnetband und damit ersichtlich aus dem jeweiligen Codeplan ist  
seit 1977 mehrfach davon Gebrauch gemacht worden.

MA 77/78:

IVW-Gebietseinheiten der VA 77  
Verkehrsgebiete (der Amtlichen Statistik) sowie  
Verbreitungsgebiete regionaler Zeitungen,  
soweit es sich um Mitglieder handelt.

MA 78:

zusätzlich die schon erwähnten Gebühren-  
einzugsgebiete für Hörfunk und Fernsehen.

Die MA 79 erweitert diesen Katalog um:

10 NIELSEN-Ballungsräume  
IVW-Gebietseinheiten der VA 79 (neben der VA 77)

und um:  
kleinräumliche Gliederung, eine ganz neue  
Gliederungsform der Amtlichen Statistik.

Für alle diese Informationen vgl. die entsprechenden Codepläne ((67)), ((68)),  
((69)).

4.1.2.1.21.2. Gemeindegrößenklassen

Die Geographie wäre unvollständig ohne eine Gliederung der Gemeinden nach der Anzahl ihrer Einwohner.

Selbst für diese relativ klare Variable hat es im Laufe der Zeit sehr unterschiedliche Feststellungs- und Verarbeitungsweisen gegeben.

1954 und 1956 wurde die Ortsgröße - wie man sie damals und populär auch heute noch gelegentlich nennt - im Fragebogen festgehalten. 1954 in weitgehender Aufgliederung:

bis unter 2.000	} Einwohner
2.000 bis unter 5.000	
5.000 bis unter 10.000	"
10.000 bis unter 20.000	"
20.000 bis unter 50.000	} "
50.000 bis unter 100.000	
100.000 bis unter 250.000	"
250.000 bis unter 500.000	"
500.000 und mehr	"

1956 waren es nurmehr Zusammenfassungen davon - wie die Klammern andeuten. Die Ausweisungen in beiden Jahren erfolgten sowieso nur in den Klassen:

bis unter 2.000	Einwohnern
2.000 bis unter 20.000	"
20.000 bis unter 100.000	"
100.000 und mehr	"

1958 bis 1961 wurde die Einwohnerzahl offen notiert und in Kategorien ausgewiesen:

bis unter 2.000	Einwohnern
2.000 bis unter 20.000	"
20.000 bis unter 50.000	} "
50.000 bis unter 100.000	
100.000 bis unter 500.000	"
500.000 und mehr	"

1958 und 1960 in allen 6 Kategorien; 1961 unter Fortfall der 50.000er Grenze (siehe die Klammer).

1962 bis 1967 wurde eine Ausweisung vorgenommen, in der Bundesland-Zusammenfassungen und Gemeindegrößenklassen über Kreuz zugrunde gelegt worden sind:

Schleswig-Holstein,	} gegen	{	insgesamt
Hamburg, Bremen			
Niedersachsen			
NRW			
Hessen, Rheinland-Pfalz, Saarland, Baden-Württemberg			
Bayern			
Bundesgebiet ohne Berlin (West)			unter 3.000 E.
			3.000 - 50.000 E.
			50.000 und mehr E.

1962 und 1963 waren noch Baden-Württemberg, Hessen, Rheinland-Pfalz und Saarland beieinander; 1964 bis 1967 zweigeteilt, und zwar wurde Baden-Württemberg von Hessen, Rheinland-Pfalz und Saarland getrennt.

Die 3.000er und 50.000er Grenzen stammen aus der NIELSEN-Einteilung. Die Vergleichbarkeit zum NIELSEN-Index hat immer wieder eine Rolle gespielt - wie schon an der Einführung der NIELSEN-Gebiete zur Gruppierung der Bundesländer zu erkennen war.

1962 ist übrigens zusätzlich eine Ausweisung in 11 Kategorien erfolgt:

bis unter 500	Einwohnern
500 bis unter 2.000	"
2.000 bis unter 3.000	"
3.000 bis unter 5.000	"
5.000 bis unter 10.000	"
10.000 bis unter 20.000	"
20.000 bis unter 50.000	"
50.000 bis unter 100.000	"
100.000 bis unter 200.000	"
200.000 bis unter 500.000	"
500.000 und mehr	"



Die "normale" 5-Klassen-Einteilung blieb von 1961 bis 1969 gleich, allerdings nur noch bis 1963 als politische Gemeindegrößenklassen; ab 1964 bis 1968 ausdrücklich als Wohnortgröße (Randgemeinden in Verstärkerzonen sind zur Kernstadt gerechnet) benannt und 1969 ohne ausdrückliche Erwähnung. Was es damit auf sich hat, davon werden wir noch berichten.

Zunächst noch zurück zu den politischen Grenzen der Gemeindegrößenklassen, die 1965 neben den bereits erwähnten üblichen fünf Kategorien in drei Kategorien:

bis unter	2.000	Einwohnern
2.000 bis unter	100.000	"
100.000 und mehr		"

ausgewiesen wurden.

1966, 1967 und 1968 waren es zusätzlich wieder die NIELSEN-Grenzen, also

bis unter	3.000	Einwohnern
3.000 bis unter	50.000	"
50.000 bis unter	500.000	"
500.000 und mehr		"

Was hat es nun mit den Agglomerationen auf sich, also den Wohnbereichen, die dadurch entstehen, daß man großen Kerngemeinden Randzonen zuschlägt, die bei kleiner politischer Gemeindegröße doch schon wie ihre Kernstadt "verstädtert" sind - daher Verstärkerzonen?

1964 fand diese Betrachtungsweise Eingang in die AGLA, deren statistische Grundlage auf Olaf Boustedt zurückgeht ((70)), weswegen auch in den letzten Jahren von Gemeindegrößen "nach Boustedt" die Rede ist, die auf diese Weise von den politischen Gemeindegrößen abgehoben werden.

1964 und 1965 wurden die politischen und die Boustedt-Gemeindegrößen miteinander verglichen, um den Unterschied generell zu verdeutlichen. 1967 hat man den Vergleich noch einmal aufgenommen - diesmal, um auch die Konsequenzen für die LpN vorzuführen ((71)).

Da die Begründung und die Vergleichstabelle einen wichtigen Einschnitt in der Historie der AGLA/AG.MA markieren und zugleich erläutern, soll die entsprechende Seite der LA 64 als Anhang dem Berichtstext angefügt werden ((72)).

Lediglich die statistische Daten-Basis wechselte im Laufe der Jahre zweimal. Die in der Boustedt-Veröffentlichung von 1960 verwendete Basis waren Zahlen aus der Volkszählung 1950. Eine aus dem Jahre 1963 stammende Veröffentlichung konnte sich bereits auf die Daten der Volkszählung 1961 stützen ((73)).

Ab 1972/I ist man auf die neue (1961er) Basis der Boustedt-Zonen übergegangen, und zwar nicht allein in der Ausweisung, sondern auch schon bei der Stichprobenbildung. Die MA 72/I war diejenige, für die erstmals das AG.MA/ADM-Stichproben-System eingesetzt wurde. Solange dieses Stichproben-System unverändert beibehalten wurde, ist auch am Ausweisungssystem nichts geändert worden, obwohl zwei Faktoren erheblich die Eignung der Boustedt-Zonen von 1961 einschränkten.

Zum einen waren es die durch die Gemeindereform der letzten rund zehn Jahre entstandenen neuen Abgrenzungen von Gemeinden (verbunden mit zum Teil einschneidenden Veränderungen in der Bezifferung der Gemeinden, was die AG.MA zu speziellen Aktivitäten veranlaßt hat, worüber noch zu reden sein wird); und zum andern durch eine Aktualisierung des Boustedt-Systems anhand der Daten der Volkszählung 1970, die 1975 erschienen ((74)).

Diese neueren Daten fanden - parallel zu den Ausweisungsbasen, die bis 1978, dem letzten Jahr des ersten AG.MA/ADM-Stichproben-Systems, gleich blieben - 1977 und 1978 Eingang in das Datenband und den Codeplan.

Erst ab 1979, dem ersten Jahr des zweiten koordinierten Stichproben-Systems (jetzt in der verbesserten Auflage ein reines AG.MA-System), ist in Ausweisung und Stichprobenanlage die neuere (auf die Volkszählung 1970 zurückgehende) Zahlenbasis für die Gemeindegrößenklassen nach Boustedt zugrunde gelegt worden.

Was wurde nun genau zur Verfügung gestellt? Lassen wir dabei die Nebenausweisungen der NIELSEN-gebundenen Aufgliederungen der Gemeindegrößen-

klassen für sich und in der kreuzweisen Einteilung nach Ländergruppen beiseite und betrachten wir nur die Hauptgliederungen der Ausweisung.

1954 bis 1963 waren es ausschließlich politisch abgegrenzte Gemeindegrößenklassen, seit 1961 in 5 Kategorien. 1964 bis 1971 wurden die Verstärkerzonen mit einbezogen (Basis: 1950), 1964 bis 1969 in den schon bekannten 5 Kategorien, 1970 und 1971 in 6 Kategorien, also die 50.000er Grenze erneut aufgemacht.

1972/1 bis 1978 blieben die 6 Kategorien; zugrunde lagen jedoch die Gemeindegrößen nach Boustedt (1961er Basis). Von 1979 ab bilden die Basis der Veröffentlichung die Volkszählung - Daten von 1970 - für 1979 auf dem Gebietsstand des neuen Stichproben-Systems, d.h. die Gemeinden nach dem Gebietsstand des 1.1.1977.

Von 1973 ab gibt es im Methodenband und ab 1974 auch auf dem Magnetband die politische Gemeindegröße neben der nach Boustedt, allerdings stets in 7 Kategorien. Die erste Kategorie - bis unter 5.000 - wurde aufgespalten in:

bis unter 2.000 E.

2.000 bis unter 5.000 E.

1977 und 1978 wurde im Magnetband die neue 1970er Basis neben der alten 1961er Basis aufgeführt - in der 7er Klassifikation getrennt nach:

kein Boustedt-Gebiet

Kernstadt

Kernstadt oder Ergänzungsgebiet

Kernstadt oder Ergänzungsgebiet oder  
verstädterte Zone

Kernstadt oder Ergänzungsgebiet oder  
verstädterte Zone oder Randzone,

das heißt also in allen geographischen Ringen um die Kernstadt. Für die im Gebrauch befindlichen Boustedt-Zonen ist übrigens die Randzone jeweils außer acht gelassen worden.

#### 4.1.2.2.

#### Konsum und Besitz

Nach der Darlegung der Sozio-Demographie und der Sozio-Psychologie haben wir den Blick frei für den großen Komplex der Merkmale, die sich aus den unterschiedlichsten Gründen mit Konsum und Besitz befassen.

- Ein Grund (aber eher nur teilweise) war, Einleitungsfragen im Fragebogen zur Verfügung zu haben.
- Ein anderer Grund war (und zwar ganz wesentlich), Kaufkraft-Kennzeichen zu gewinnen - KKK genannt.
- Ein dritter Grund war, Hinweise der Kommunikationsbereitschaft zu erhalten.
- Ein vierter Grund war, Indikatoren aus dem allgemeinen, täglichen Verhalten für Gruppierungen der Befragten zu gewinnen, ähnlich den Demotypen, mit dem Zusatzgedanken, unter Umständen auch so etwas wie eine Kaufwahrscheinlichkeit darauf gründen zu können - vergleichbar der Nutzungswahrscheinlichkeit der Medien.

Da die Historie der Absichten wie der tatsächlich erfragten und ausgewiesenen Merkmale sehr vielfältig ist, wird es bei der Darlegung der Merkmale ebenfalls schwer, die Übersicht zu wahren.

Wer die verschiedenen Entwicklungsstufen miterlebt hat, weiß nach den folgenden Phasen zu unterscheiden, selbst wenn sie sich hinterher in der Berichterstattung nicht unbedingt so ausnehmen.

1954 begann man noch zaghaft mit 10 Merkmalen des Besitzstandes, die nicht mal ausgewiesen wurden. 1956 ist darüber nachgedacht worden, was denn als Indikator in Betracht kommen könnte. Wegen der historischen Bedeutung und im Hinblick auf die wieder aufgelebte Debatte soll im Anhang der Abschnitt aus den 1956er Anmerkungen zitiert werden ((75)). Die darin erwähnte Diskussionstagung vom 7.12.1955 in Frankfurt/Main ist mit ihrem Protokoll sowieso schon den Anhängen des 1. Teils zugeführt worden ((48)).

Von 1958 - dem ersten Jahr einer versuchsweisen Haushalts-Aufnahme - wuchs der Bestand an KKK zusehends bis 1968, als sogar eine Fusion notwendig

wurde, um den Umfang an KKK-Daten auffangen zu können (1965 hatte man übrigens aus technischen Gründen überhaupt keine KKK-Informationen geliefert).

Von 1969 an beschränkte man sich auf "Kennzeichen der Kommunikationsbereitschaft", die aber 1974 anfangen, sich auszuweiten - bis zur 1979er Gegenwart, die wieder einen ganz beachtlichen Umfang aufweist.

In diese Phasen hinein gehören noch zwei Zäsuren: einmal die Ausführungen auf der SPEZIALISTENKONFERENZ vom 27.1.1972, die von Rolf Messow vorgebracht wurden ((76)). Sie gehen ihrer Bedeutung wegen in den Anhang dieses Berichts. Zum andern der Anstoß zu einer Arbeit, die Peter Beike am 31.7.1972 abgegeben hat, und in der er sich generell zur "Verbesserung von Personenmerkmalen" äußert ((77)).

Die erste Zäsur ist gekennzeichnet durch eine Abhebung gegenüber der Aufnahme produktspezifischer Merkmale in die Analysen der AG.MA - zugunsten einer Forcierung der Bemühungen um eine Verbesserung der Erfassung allgemeiner Persönlichkeitsdaten.

Die zweite Zäsur ist durch die Erkenntnis geprägt, daß man all diese Überlegungen zusammenfassen müsse, um langfristig zu einem Konzept zu kommen, das den Nutzerwünschen und den Erhebungs- und Auswertungserkenntnissen der neueren Zeit - also den Lieferungsmöglichkeiten - gleichermaßen Rechnung trägt.

Eingeläutet wurde diese Ära durch einen Vortrag von Otmar Ernst auf der MITGLIEDERVERSAMMLUNG der AG.MA vom 16.6.1975 mit seinem Vortrag zu den Zukunftsperspektiven der AG.MA ((78)).

Über Einzelheiten werden wir noch zu berichten haben. In unserem Zusammenhang - den Konsum- und Besitz-Merkmalen - ist das Stichwort "Basisstrukturdaten" angebracht, das als Vortragsthema von Hans-Erdmann Scheler auf der MITGLIEDERVERSAMMLUNG der AG.MA vom 17.3.1977 vorgebracht wurde und seither weiter diskutiert wird ((79)).

Vor diesem Hintergrund soll nun die Fülle zusätzlicher Merkmale zur Zielgrup-

#### 4.1.2.2.1.

#### Besitzmerkmale

1954 war dies die einzige Information, die zusätzlich zu den Medien-Merkmalen und der Sozio-Demographie erhoben wurde. Im Fragebogen ist keine Liste vermerkt, in den veröffentlichten Unterlagen auch nicht - und schon gar nicht in den Tabellen. Man wird vermuten dürfen, daß die 12 Merkmale von 1956 die 10 von 1954 mitenthalten.

Ab 1956 sah die Erhebung von Besitzmerkmalen im einzelnen folgendermaßen aus:

Nähmaschine: allgemein: 1960 bis 1962; 1978, 1979  
elektrisch: 1956, 1958, 1963, 1964  
zum Treten: 1958, 1963

Telefon: 1956 bis 1964, 1966, 1968 bis 1979

Staubsauger: 1956 bis 1964, 1967, 1968

Kühlschrank: allgemein: 1958 bis 1964, 1966 bis 1968, 1978, 1979  
elektrisch: 1956

#### Tiefkühlgeräte:

Tiefkühltruhe:	1966
Tiefkühltruhe/ Tiefkühlschrank:	1968
Gefrierschrank/ Gefriertruhe:	1978, 1979
Gefrierkombi- nation:	1978, 1979

#### Waschmaschine:

allgemein:	1978, 1979
elektrisch:	1956 bis 1964
nicht- elektrisch:	1958 bis 1962

Bügeleisen: elektrisch: 1958

Trockenautomat: 1978, 1979

Bügelautomat:	1978, 1979
Zweiräder:	
Motorrad/ Roller:	1956, 1958
Motorrad/-roller/ Kabinenroller:	1960 bis 1964
Moped:	1962
Moped/Fahrrad:	1963, 1964
Motorrad/ Motorroller:	1978, 1979
Moped/Mofa/ Kleinkraftrad:	1978, 1979
Fahrrad:	1978, 1979
PKW:	1956 bis 1964, 1966 bis 1979
Führerschein:	1960, 1961, 1962 (1962 inkl. Moped) 1961 bis 1964 (die Klasse in einer Extrafrage offen erfragt) 1966 (Klasse II, III) 1969 bis 1979 (1978 + 1979 in der Haushalts-Aufnahme für alle Personen im Haushalt)
Rundfunk- und Musikgeräte:	
Musikschrank:	1956
Rundfunkgerät:	1958
Taschen- oder Kofferradio:	1967
Transistorgerät:	1966
Kofferradio/Transistor:	1969 bis 1971
Kofferradio/Transistor/ Taschenradio:	1972/1 bis 1977
Kofferradio/Transistor/ Radiorecorder:	1978, 1979
stationäres Radio:	1969 bis 1979
Plattenspieler:	1958, 1966, 1969 bis 1979
Tonbandgerät:	1960, 1961
Tonbandgerät für Musik:	1966

	Tonbandgerät/ Kassettenrecorder:	1974 bis 1979
	Autoradio (fest eingebaut):	1978, 1979
	Stereoanlage:	1978, 1979
Fernseher:		
	Fernsehempfang/ Fernsehgerät:	1956 bis 1964 1966 (im Medienteil) 1967 (als "Anwärm-Frage") 1968
	Fernsehgerät schwarz/weiß:	1969 bis 1979
	Farbfernseher:	1969 bis 1979
	Fernsehgerät schwarz/weiß oder farbig:	1978, 1979
Film und Foto:		
	Fotoapparat:	1958 bis 1964, 1978, 1979
	Filmkamera:	1964, 1978, 1979
	Projektionsapparat für Dias oder Film:	1960 bis 1964
	Diaprojektor:	1978, 1979
	Filmprojektor:	1978, 1979
Elektrische Haushaltsgeräte:		
	elektrische Küchen- maschine:	1956
	Elektromixer:	1958
	Toaster	1964, 1966, 1968
	Grillgerät:	1966, 1968
	Tischgrill:	1978, 1979
	Bestrahlungsgerät/ Höhensonne:	1966
	Bestrahlungsgerät:	1968
	Geschirrspülmaschine:	1966 bis 1968, 1978, 1979
	Automatikherd:	1978, 1979

Haus und Garten:

Rasenmäher:	1962, 1963
elektrischer Rasenmäher oder -Motor:	1964
elektrische Heimwerkermaschine:	1978, 1979

private Schreibmaschine: 1960 bis 1964, 1966, 1968, 1978, 1979

Diverses:

Taschenrechner/Rechenmaschine:	1978, 1979
Personenwaage:	1978, 1979

Eine so umfangreiche und lebendige Materie läßt sich nicht einfach in ein Schema pressen. Es bedarf einiger Erläuterungen und Ergänzungen.

- Es ist bereits erwähnt worden, daß 1965 total ausfiel; Experimente mit der Kumulation von Nutzerschaften der Medien waren die Ursache.
- Die erfragten Besitztümer beziehen sich in der Regel auf den Haushalt. Lediglich 1966 ist in vier Fällen nach dem persönlichen Besitz gefragt worden:

Plattenspieler,  
Schreibmaschine,  
Transistorgerät  
Tonbandgerät für Musik.

Der Führerschein ist sowieso personenbezogen (auch in der Haushalts-Aufnahme).

- Neben dem Besitz ist zeitweilig die Neuanschaffung in den letzten 12 Monaten erfragt worden. Das galt für: 1962, 1963, 1964, 1966 (auch für den persönlichen Besitz), 1967 und 1968, und zwar für alle jeweils erfragten Besitztümer.

Ein Vorläufer davon war 1958 die offene Frage nach Anschaffungsabsichten über DM 250.-- zu den erfragten Besitztümern.

- Die Fülle der Daten hat der AGLA zu Zeiten Beschwer bereitet. 1966 ist deswegen die Befragung geteilt worden: in Formblatt A und Formblatt B. Das Formblatt B enthielt im wesentlichen neu aufgenommene Güter.

1967 ist man wieder zu einem Fragebogen übergegangen. 1968 hat man das Hilfsmittel der getrennten Erfragung aller KKK-Merkmale in einer Stichprobe von nur 3.000 Fällen gewählt und diese dann in die Haupterhebung der 12.000 Fälle hineinfusioniert.

1969 ist man in einer Radikalkur zu einem Minimum von derartigen Daten übergegangen, die man ihres engeren Verwendungszweckes wegen "Kennzeichen der Kommunikationsbereitschaft" nannte. Neben dem Führerschein waren es 1969 ganze sieben!

- In den vorhergehenden Aufzählungen ist für die Jahre 1966, 1967 und 1968 der PKW zwar aufgeführt worden, aber nicht vollständig insofern, als in diesen drei Jahren genauer gefragt wurde:

ein oder mehrere PKWs im Haushalt  
Marke, Typ und Hubraum  
Anschaffungsjahr  
neu oder gebraucht gekauft?

- Ähnliches gilt für den Farbfernseher. 1968 wurde noch gefragt:

Ist Farbfernseher eine interessante Neuerung?  
Ist Farbfernseher vorhanden?  
Anschaffungsabsicht:  
in 6 Monaten  
in 12 Monaten ohne zeitliche Festlegung  
noch nicht beabsichtigt

Die Ausweisung der Besitzmerkmale folgt in der Regel den erhobenen Gegenständen.

1954 - das ist bereits erwähnt worden - ist nichts davon veröffentlicht worden, 1956 zusätzlich zu den einzelnen Gegenständen eine Gliederung nach der Zahl der Gegenstände (dort schon "Kaufkraftkennzeichen" genannt), und zwar:

- 1 - 2 Gegenstände
- 3 - 4 Gegenstände
- 5 - 6 Gegenstände
- 7 - 8 Gegenstände
- 9 - 11 Gegenstände

keinen Gegenstand  
nicht ermittelt

1958 die einzelnen "Güter des gehobenen Bedarfs" und Kombinationen davon:

PKW + Telefon  
Staubsauger + Kühlschrank +  
elektrische Waschmaschine  
Nähmaschine zum Treten und  
nichtelektrische Waschmaschine  
keinen der Gegenstände außer  
Bügeleisen

1960, 1961 und 1962 ähnlich, aber:

PKW + Telefon + Führerschein  
PKW + Telefon  
Staubsauger + Kühlschrank +  
elektrische Waschmaschine  
keinen der (seinerzeit) 14  
Gegenstände

1963, 1964 (1965 Wiederholung von 1964, weil 1965 keine eigene Erhebung der Besitztümer erfolgt war): Besitz und Anschaffung in den letzten 12 Monaten.

1966: Besitz und Anschaffung von allen Merkmalen (bei Toast und Grill handelte es sich um häufige Verwendung); beim PKW in zusammenfassenden Kategorien:

- A = Kleinst- und Kleinwagen
- B = Wagen der unteren Mittelklasse
- C = Wagen der mittleren Mittelklasse
- D = größere und Sportwagen

1967 und 1968 ist neben der Einzelausweisung auch der PKW-Besitz wieder wie 1966 aufgeführt worden.

1967 kam dazu noch eine Kombinationsausweisung nach:

Personen aus Haushalten mit mehr als DM 1.500.-- Einkommen  
+ Besitz eines PKW vom Typ C oder D + Wohnung im  
Einfamilienhaus

Hausfrauen aus Haushalten mit 4 und mehr Köpfen mit nur  
DM 1.000.-- Einkommen, die häufig im Reformhaus kaufen

Männer, die einen Bausparvertrag besitzen, viel im Haushalt  
selbst machen + Angestellte oder Beamte sind.

An diesen Beispielen erleben wir eine immer wiederkehrende Perspektive, die Konsum- und Besitz-Merkmale durch multifaktorielle Betrachtungsweise zusammenzufassen - durch "Setzen" -, um zu weiterführenden Einsichten über Zielgruppen zu kommen. Diese Typisierungsversuche erstrecken sich - wie am Beispiel 1967 bereits ersichtlich - nicht nur auf die Besitz-Merkmale, sondern auch auf die anderen ergänzenden Angaben zu den Haushalten und den Personen. Wenn die neueren Bemühungen um die Strukturierung der Mediennutzerschaften nach zielgruppenrelevanten Angaben einen vernünftigen Sinn haben, so dürfte er in die Richtung der Typisierung und der Konsumwahrscheinlichkeiten gehen.

Erst ab 1971 ist dann wieder der Rumpfhbestand derartiger Merkmale ausgewiesen worden. In den letzten Jahren - seit 1974 - stehen alle Informationen detailliert in der Fragebogenzählung, im Codeplan und auf dem Magnetband zur Verfügung.

#### 4.1.2.2.2.

#### Wohnung

An sich gehört der Wohnbereich - zumindest weitgehend - auch zum Besitz, ebenso wie nachher noch die Kapitalbildung und anderes; aber eine deutliche Zäsur von der Natur der Merkmale und ihrer Erhebung läßt sich doch erkennen und rechtfertigt die gesonderte Behandlung.

1954 und 1956 waren es Fragen zur Wohnung, mit denen die Befragung begann; nachher ist der Komplex an den Schluß des Fragebogens gekommen - in den sogenannten Statistik-Teil.

Die Merkmale:

Jahr des Hausbaus: 1954 (offen), 1956 (offen),  
1978, 1979

In den letzten beiden Jahren

in 4 Kategorien:  
bis 1918  
bis 1945  
bis 1965  
nach 1966

Wie lange wohnen Sie dort?  
(offen erfragt): 1978, 1979

Art der Wohnung: 1954 bis 1968 (mit Ausnahme von 1965)  
1974 bis 1979

1954 und 1956:  
Wohnung im Miethaus  
Mehrfamilienhaus  
Einfamilienhaus  
Bauernhaus  
Villa oder Landhaus  
Baracke, Notwohnung, Laube  
anderes, was?

1958: entfielen:  
Villa oder Landhaus  
Baracke, Notwohnung, Laube  
und es wurde die erste Kategorie  
umbenannt in:  
Miethaus (Wohnblock)

1960 hieß es:  
Bauernhaus  
Siedlungshaus  
Einfamilienhaus (Villa)  
kleines Mehrfamilienhaus  
größeres Mehrfamilienhaus oder  
Miethaus (Wohnblock)  
anderes, was?

1961 bis 1968 blieb es dabei - mit zwei  
kleinen Änderungen.

Ab 1961 wurde das Siedlungshaus zu:

Siedlungshaus oder  
einfaches Einfamilienhaus

Ab 1966 wurde das Einfamilienhaus (Villa) zum:  
besseren Einfamilienhaus (Villa)

Ab 1974 wird indirekt nur noch nach den Stock-  
werken gefragt (Erdgeschoß und offen die Zahl  
der Stockwerke).

Seit 1978 tritt hierzu die offene Frage nach der  
Anzahl Familien, die im Haus wohnen.

Art des Wohnens (auch Wohnungsart genannt, was natürlich leicht mit dem  
vorstehenden Merkmal verwechselt werden kann):

1954, 1956:  
im eigenen Haus  
in Eigentums-Etagenwohnung  
zur Miete  
zur Untermiete  
in Dienstwohnung

1958 bis 1966 (außer 1965):  
Eigentümer des Hauses  
Eigentümer der Wohnung  
Mieter  
Untermieter

1967, 1968:  
Eigentümer eines Hauses oder einer  
Eigentumswohnung

1978, 1979:  
im eigenen Haus  
in eigener Eigentumswohnung  
zur Miete  
zur Untermiete

Zufriedenheit mit der Wohnung

1954, 1956:  
zufrieden, will nicht wechseln  
an sich zufrieden, aber wechseln

unzufrieden, aber nicht wechseln  
unzufrieden, lieber heute als morgen  
wechseln

Suche nach einer neuen Mietwohnung oder Eigenheim

1954, 1956:

Mietwohnung  
Zimmer (Wohnung) in Untermiete  
Eigenheim  
Eigentums-Etagenwohnung  
unmöglich zu sagen

Zahl der Zimmer, inklusive Küche (offen erfragt)

1958 bis 1964:

Bad

1954, 1956:

als Badewanne und Heißwassereinrichtung

1958 bis 1962:

mit Bad  
mit Badbenutzung  
ohne Bad

Heizung und Heißwassereinrichtung

1958:

Kohleofen  
Ölofen  
elektrischer Ofen  
Zentralheizung  
Heißwassereinrichtung

Garten

1958 bis 1962

(1958 im Rahmen des Haushalt-Besitzes:  
eigener Garten) und

1974 bis 1979

1963:

ja, kleinerer Garten  
ja, größerer Garten  
nein

1974 bis 1979 zusätzlich:

eher Nutzgarten  
eher Ziergarten  
zu gleichen Teilen Nutz- und Ziergarten

eher ländlicher / eher städtischer Haushalt  
eher moderner / eher nicht moderner Haushalt

1960 bis 1963

Tiere im Haushalt (wobei die Zuordnung dieses Merkmals zum Komplex  
Wohnen etwas willkürlich ist)

1967:

ja, Hunde  
ja, Katzen  
nichts davon

1974 bis 1979:

Hund(e)  
Katze(n)  
Stubenvögel / Ziergeflügel  
Aquarium  
Terrarium  
Nagetiere (Meerschweinchen,  
Goldhamster, Hörnchen, usw.)  
Kaninchen  
Reitpferd, Pony, Esel  
anderes, was?  
keine Tiere

1978 und 1979 reduzierte sich diese Liste auf:

Hund(e)  
Katze(n)  
Vogel (Vögel)  
andere Tiere

Öffentliche Verkehrsmittel in der Nähe der Wohnung

1974 bis 1979:

Bundesbahn-Bahnhof  
Bahnbus-, Postbus-Haltestelle



U-Bahn-, S-Bahn-Bahnhof  
Städtische Straßenbahnhaltestelle  
Städtische Omnibushaltestelle  
private Omnibushaltestelle  
Taxistandplatz  
nichts davon

Die Ausweisung auch dieses Bereiches folgt wieder in der Regel dem Erhebungsbestand. Wieder gibt es auch Zusammenfassungen.

1958:

Mieter / 2-3 Zimmer / Kohlenheizung  
Mieter / 4+ Zimmer / Zentralheizung  
Untermieter / 1 Zimmer / Zentralheizung  
Eigentümer / 4+ Zimmer / Einfamilienhaus

1960 und 1961:

Mieter / 2-3 Zimmer / Bad  
Mieter / 4+ Zimmer / Bad  
Untermieter / 1 Zimmer / Bad  
Eigentümer / 4+ Zimmer / Einfamilienhaus

Die Wohnungsgröße ist ausgewiesen

1958 bis 1961 als:

1 Zimmer  
2 - 3 Zimmer  
4+ Zimmer

1962 bis 1964 als:

1 - 2 Zimmer  
3 - 4 Zimmer  
5+ Zimmer

stets mit Küche.

4.1.2.2.3.

Finanzen

Dieser Begriff steht für einen Komplex, der sich mit Geld, Kapitalbildung, Versicherungen, usw. abgibt.

1956: private Lebensversicherung  
Bausparvertrag (persönlich und andere Personen im Haushalt)

1958: private Lebensversicherung  
Sparbuch  
Bankkonto  
Wertpapiere, wie Aktien, Pfandbriefe  
Hypothekenbriefe, Obligationen  
Bausparvertrag

1960 bis 1962:

Ersparnisse bei der Bank, Sparkasse oder Post  
Besitz von Wertpapieren, wie Aktien, Pfandbriefe,  
Hypothekenbriefe, Obligationen  
Bausparvertrag ist vorhanden

1963 und 1964: (1964 auch für jemand anderen im Haushalt)

Sparbuch bei der Bank, Sparkasse oder Post  
Konto bei der Bank, Sparkasse oder Postscheck  
Besitz von Wertpapieren, wie Aktien, Pfandbriefe,  
Hypothekenbriefe, Obligationen  
Bausparvertrag ist vorhanden  
private Lebensversicherung ist vorhanden

1966: (nur Befragter persönlich)

private Krankenversicherung ist vorhanden  
private Lebensversicherung ist vorhanden  
Bausparvertrag ist vorhanden  
Besitz von Wertpapieren, wie Aktien, Pfandbriefe,  
Hypothekenbriefe, Obligationen

1967: (nur Befragter persönlich)

Wertpapiere, wie Aktien, Pfandbriefe,  
Hypothekenbriefe, Obligationen  
Bausparvertrag  
private Lebensversicherung  
private Sterbeversicherung  
private Krankenversicherung,  
einschließlich Zusatzversicherungen

1968: die gleichen Kategorien, allerdings für den Haushaltsvorstand erfragt.

Ausgewiesen wurden diese "Kennzeichen (auch Indizien genannt) der Kapital- und Eigentumsbildung" in der erhobenen Weise.

#### 4.1.2.2.4.

#### Konsum

Hierbei handelt es sich wieder um ein weites Feld.

#### Kosmetik Frauen (ständiger Gebrauch oder Benutzung)

Nagellack:	1958 bis 1963, 1966 bis 1968
Gesichtscreme:	1958
Tages- oder Nachtcreme:	1960
Make-up:	1961 bis 1964
Lippenstift:	1958 bis 1964, 1966 bis 1968
Desodorierende Mittel:	1960 bis 1964
Badezusätze:	1964
Mundwasser:	1964, 1966 bis 1968
Haarspray:	1966 bis 1968
Augenbrauenstift:	1967, 1968
Wimperntusche:	1967, 1968
Zahnpasta:	1967

#### Kosmetik Männer (ständiger Gebrauch oder Benutzung)

elektrischer Rasierer (bzw. elektrischer Rasierapparat):	1956 bis 1964, 1966 bis 1968
mit Klängen rasieren bzw. Klängenapparat:	1956 1967, 1968
mit Rasiermesser rasieren:	1956 1966 (zus.)
gar nicht rasieren:	1956
Mundwasser:	1958, 1964, 1967, 1968
Haarwasser:	1958 bis 1964, 1966 bis 1968
Rasier- und Gesichtswasser:	1960 bis 1964, 1966 bis 1968
Desodorierende Mittel:	1960 bis 1964
Badezusätze:	1964
Zahnpasta:	1967

#### Alkoholische Getränke

1964: Haushalts-Vorrat an:

Wodka  
Whisky  
Cognac / Weinbrand  
Gin  
Wermut, Apéritif  
Steinhäger  
Likör  
Magenbitter, Magenlikör  
Korn, Aquavit

1958: Gebrauchsfrequenz (persönlich):  
(häufig, gelegentlich, selten, nie)

Bohnenkaffee  
Pulverkaffee  
schwarzer Tee  
Cola Getränke  
Fruchtsaftgetränke mit Kohlensäure  
Fruchtsaftgetränke ohne Kohlensäure  
Mineralwasser  
Cognac / Weinbrand  
klare Schnäpse  
Whisky  
Sekt  
Weißwein  
Rotwein  
Bier

#### Tabakwaren

1963: Frequenz des Zigaretten-Rauchens  
(täglich, gelegentlich, selten, nie)

1964: die gleiche Frequenz, aber neben Zigaretten auch für:

Zigarillos / Stumpen  
Pfeife  
Zigarren

1966: Tabakwaren, die vorwiegend geraucht werden:

Zigaretten  
Pfeife  
Stumpfen  
Zigarillos  
Zigarren  
rauche überhaupt nicht

1967: wie 1966, aber statt "vorwiegend"  
"häufig geraucht"

1968: Zigaretten unterteilt nach mit und ohne Filter geraucht.

Kochen und Essen

1954 und 1956:

Wer kocht im allgemeinen in Ihrem Haushalt?

ich  
andere Person  
niemand (nur außer Haus essen)

Diese Frage war zur Ermittlung der haushaltführenden Person  
gedacht, hat aber darüber hinaus ihre direkte Bedeutung.

1960 bis 1963, 1966 (nur an HF), 1967 und 1968 (nur an HF: schon mal  
und Frequenz)

Kaufen Sie häufiger im Reformhaus ein?

1966: monatliche Ausgaben im Haushalt für Essen und Trinken:

bis unter DM 200.--  
DM 200.-- bis unter DM 300.--  
DM 300.-- bis unter DM 400.--  
DM 400.-- bis unter DM 500.--  
DM 500.-- bis unter DM 700.--  
DM 700.-- und mehr

Für wieviele Personen wird gekocht? (offen erfragt)

nur an HF: Verwendung von Gewürzen:

Cayenne Pfeffer

Majoran  
Kardamom  
Muskatnuß  
Curry  
Nelken  
Tomatenketchup  
Rosenpaprika  
Sojasauce  
Tabasco  
Worcestersauce

1967/1968: nur an HF: Einstellung zum Kochen:

ich koche sehr gern  
ich koche gern  
ich koche nicht so gern

1968: an HF: Führung eines Haushaltsbuches

1978/1979: wird in drei Fragen der Lebensmitteleinkauf bei allen Befrag-  
ten ermittelt:

Kaufen Sie selbst Lebensmittel und  
Getränke für Ihren Haushalt ein?

Kaufen Sie diese in einem oder  
mehreren Geschäften ein? Welche?

Lebensmittelabteilung eines Kaufhauses, Warenhauses  
Verbrauchermarkt, SB-Warenhaus  
Filialgeschäft, Kettengeschäft  
Markt, Markthalle  
Discounter, Großhandel, Cash & Carry  
anderes Geschäft

Frequenz:

mindestens einmal am Tag  
fast täglich  
mindestens einmal in der Woche  
alle 14 Tage  
1 - 2 mal im Monat  
1 - 2 mal im Vierteljahr  
seltener

## Tätigkeiten der Hausfrau im Hause

Hier geht es um Waschen und Schneidern.

1960 bis 1964: werden die Frauen danach gefragt, ob sie die Wäsche selbst waschen oder ob die Wäsche weggegeben wird.

1966 bis 1968: wurde die Frage danach nur an die Hausfrauen gestellt.

1967 / 1968: als Waschen von Grob- oder Kochwäsche:

wasche alles selbst

wasche nur teilweise

gebe alles weg

und mit der Nachfrage, ob dazu eine elektrische Waschmaschine benutzt würde.

1961 bis 1964: ist den Frauen die Frage gestellt worden, ob sie selbst schneiden, z.B. Kinderkleider oder auch eigene Kleider:

ja, nur für den eigenen Bedarf

ja, auch für Fremde

nein (in 1961 bis 1963)

1964: Statt auch für Fremde: gegen Entgelt.

1966: wurde wie 1964 - aber nur die Hausfrau - gefragt.

1967: wurde die Hausfrau nur nach dem Nähen zum eigenen Bedarf gefragt.

1968: wurde die Hausfrau danach gefragt, ob sie

häufiger

selten oder

nicht

selbst näht.

1962 / 1963: sollte der Interviewer zudem festhalten, ob die befragte Frau modisch gekleidet war.

## Textilien

In den Jahren 1966, 1967, 1968 ist hierzu ein gesonderter Fragenkomplex eingeführt worden.

Für die Männer:

1966 / 1967: Wann zuletzt ein Straßenanzug gekauft und wieviel dafür ausgegeben wurde.

1968: Anzahl der in den letzten 12 Monaten hinzugekommenen Krawatten.

Für die Frauen:

1966: Wann zuletzt ein Wintermantel gekauft und wieviel dafür ausgegeben wurde.

1967: Dasselbe für ein Kostüm.

1968: Anzahl der in den letzten 3 Monaten hinzugekommenen Paar Strümpfe.

Diese Textilien schließen den unter Konsum zusammengefaßten Erhebungsbereich ab. Wieder gilt, daß die befragten Informationen durchgängig ausgewiesen wurden (1965 wie für die anderen sonstigen Merkmale auch die Daten von 1964).

Gelegentliche Zusammenfassungen und Klassifikationen bei offen erfragten Merkmalen kamen vor.

1958: Männer:  
Mundwasser oder Haarwasser oder elektrischer Rasierapparat  
Mundwasser und Haarwasser

Frauen:

Nagellack oder Gesichtsereme oder Lippenstift

Nagellack und Lippenstift

1960: Dasselbe unter Einschluß der desodorierenden Mittel für beide Geschlechter.

1961 / 1962: mindestens eins davon und alle erfragten.

1966: Verwendung von Gewürzen:  
nein  
5 von 11 oder weniger  
6 und mehr von 11

1966 / 1967:

Ausgaben für einen Straßenanzug bei Männern:

bis unter DM 200.--  
bis unter DM 400.--  
DM 400.-- und mehr  
kein Kauf

Ausgaben für einen Wintermantel bei Frauen:

bis unter DM 150.--  
bis unter DM 250.--  
DM 250.-- und mehr  
kein Kauf

1968: dazu gekommene Krawatten für Männer:

1, 2, 3, 4 - 5, 6+

dazu gekommene Strümpfe für Frauen:

1 - 2 Paar  
3 - 5 Paar  
6 - 9 Paar  
10+ Paar

4.1.2.2.5.

Freizeit

Wir werden den Bereich Freizeit zu untergliedern haben in Ferienreisen und Freizeit allgemein.

Ferienreisen

1956: ging es lediglich um Urlaubsreisen im letzten Jahr  
ja / nein

Dann war lange Zeit hindurch kein Interesse für Reisen vorhanden.

Erst 1968 wurde dieses Feld unter der Überschrift Touristik wieder aufgenommen.

In den letzten 12 Monaten gemachte Urlaubsreisen:

Inland: einmal / mehrmals  
Ausland: einmal / mehrmals

295

In den letzten 12 Monaten gemachte Flugreisen:

privat: einmal / mehrmals  
geschäftlich: einmal / mehrmals

In den letzten 12 Monaten mit einem Reiseunternehmen gereist  
ja / nein

1969: wurde - noch in der Statistik - gefragt nach:

Ferienreisen in den letzten 12 Monaten  
ja / nein

Wohin:

Inland  
Österreich, Schweiz, Südtirol  
(deutschsprachiges Ausland)  
anderes Ausland

Pauschalreise ja / nein

Von 1970 an bis jetzt nimmt dieser Fragenkomplex die Rolle der Anfangsfragen im Fragebogen der AGLA/AG.MA ein.

1970: entstand die seither gültige Kategorisierung:

Ferienreisen

eine  
mehrere  
keine

Wohin:

BRD, West-Berlin  
DDR, Ost-Berlin  
Österreich, Schweiz, Südtirol  
(deutschsprachiges Ausland)  
anderes Ausland  
(fremdsprachiges Ausland)

Ab 1972/I ist lediglich die 2. Kategorie umbenannt worden, so daß es dort (bis zur MA 80!) heißt:

DDR, Ostzone, Ost-Berlin

Ab 1971 sind zudem hinzugetreten die offenen Fragen:

Welcher Monat?  
Wie viele Wochen weg?

296

## Camping

1966: wurde nach  
Campingausrüstung und  
Wohnwagen oder Zelt  
gefragt.

## Freizeit allgemein

1960 bis 1962: wurde danach gefragt, ob man durch eine 5-Tage-Woche mehr  
Freizeit als andere gewönne.

1960 bis 1962: offen erfragt:  
liebste Beschäftigung in der Freizeit  
Wann zuletzt dazu gekommen:  
gestern  
vorgestern  
vor . . . Tagen  
vor . . . Wochen

1960 bis 1963: mit der Zusatzfrage 1963  
Und wann war das zuletzt?

1960 bis 1962: offen erfragt:  
Wie lange?

Diese allgemeinen Freizeit-Fragen wurden - wie gesagt - im Anfangsteil des  
Fragebogens gestellt.

1964: wurden mögliche Freizeit-Tätigkeiten mit einem Kartenspiel erfragt.  
Die Karten mußten nach der Priorität in eine Rangreihe gelegt  
werden.

1978 / 1979: Freizeit viel / wenig

Seit 1978 Freizeit in der Familie abgefragt nach:

meistens  
am Wochenende  
selten  
überhaupt nicht

## Männer-Hobby

1966: wurden die Männer danach gefragt, ob sie einen Werkzeugkasten  
besitzen.

1967 / 1968: wurde nach kleineren handwerklichen Arbeiten gefragt, und zwar:

1967: ich mache vieles im Haushalt selbst  
ich mache einiges selbst  
ich mache eigentlich sehr wenig selbst

1968: Autopflege  
Fotoarbeiten  
Gartenarbeiten  
tapezieren  
weben, häkeln, Teppich klopfen!  
anderes  
mache nichts selbst

1978/1979: selbst basteln, aber an alle  
öfter  
selten  
nie

welche Arbeiten:

tapezieren  
anstreichen / malen  
schreinern / Tischlerarbeiten  
Elektroinstallation  
andere

Frei verfügbares Geld pro Monat für die Jugendlichen von 14 bis 19 Jahren  
stellt eine ganz andere - aber auch auf Freizeit abgestellte - Information dar.

1961 bis 1963: wurde sie erfragt.

1961: in der vollen Gliederung; 1962 und 1963 in der durch die Klammern  
angezeigten Zusammenfassung:

bis unter DM 10.-- }  
 DM 10.-- bis unter DM 20.-- }  
 DM 20.-- bis unter DM 30.-- }  
 DM 30.-- bis unter DM 40.-- }  
 DM 40.-- bis unter DM 50.-- }  
 DM 50.-- bis unter DM 75.-- }  
 DM 75.-- bis unter DM 100.-- }  
 DM 100.-- bis unter DM 125.-- }  
 DM 125.-- bis unter DM 150.-- }  
 DM 150.-- bis unter DM 200.-- }  
 DM 200.-- und mehr

mir steht kein Geld frei zur Verfügung

#### Diverse Tätigkeiten

1978/1979: traten als Befragungsthemen auf:

Sport ausüben ja / nein  
 Gymnastik ja / nein

Sportveranstaltungen besuchen:

häufig  
 gelegentlich  
 selten  
 nie

politische Parteien-Zuneigung:

SPD  
 CDU  
 CSU  
 FDP  
 NPD  
 DKP  
 andere

Die Urlaubsreisen der LA 56 wurden ausgewiesen; die Touristik in der LA 68 auch.

1969 wurde dieser Komplex nicht ausgewiesen.

Von 1970 bis 1977 stand er wieder in den Berichtsbänden, seit 1978 in den Basisdaten.

#### 4.1.2.2.6.

Die Freizeit allgemein der Jahre 1960 bis 1964 wurde nicht ausgewiesen - mit Ausnahme einer Sonderzählung 1961.

Männer-Hobby wurde 1967 und 1968 ausgewiesen.

Das frei verfügbare Geld der Jugendlichen ist in den Jahren 1961 bis 1963 (wo es erhoben wurde) auch ausgewiesen worden.

Die Tätigkeiten der Freizeitgestaltung der neueren Zeit stehen in den Basisdaten 1978, 1979.

#### Diverses

Eine noch so sorgfältige Gliederung läßt angesichts des immer wiederkehrenden sporadischen Bedürfnisses nach Spezialinformationen einige Informationsbereiche außen vor.

1954 und 1956: wurde gefragt:

Sind Sie Flüchtling? ja / nein  
 mit offener Angabe des Herkunftslandes.

Ebenfalls 1954 und 1956 wurden abgefragt:

Das Vertrauen zum Arzt:

ja, Heilkundiger  
 ja, Arzt  
 ja, Ärztin  
 nein

sowie der Gesundheitszustand:

gut  
 nicht ganz in Ordnung  
 schlecht

und die Schäden aus Kriegs- und Nachkriegszeit:

Kriegs- / Nachkriegszeit  
 nichts damit zu tun  
 weiß nicht

1961 bis 1964: wurde für selbständige Haushaltsvorstände gefragt, wie viele Personen sie in ihrem Betrieb beschäftigten.

1961 bis 1964: wurde außerdem für Haushaltsvorstände, die Bauern waren, gefragt, wie groß der Hof sei.

Seit 1976 werden zwei auf die Pendlersituation abgestellte Fragen gestellt:

Wie viele Personen gehen werktags außer Haus und wie viele Personen verlassen den Wohnort?

Mit Ausnahme der Pendlerfragen wurde keine der restlichen Informationen ausgewiesen.

#### 4.2. Bemühungen um das Erhebungsverfahren

Während im vorigen Abschnitt die Informationen - Merkmale und Einheiten - vom Inhalt her Gegenstand des Berichts waren, gehen wir jetzt dazu über, den Prozeß zu schildern, der zu den betreffenden Erhebungsinhalten geführt hat. Zwei Gliederungsgesichtspunkte stehen bei der Erledigung dieser Aufgabe zur Verfügung: der chronologische und der sachliche.

Die chronologische Gliederung wird dem tatsächlichen Vorgehen gerechter, denn in der Regel sind die Vorhaben komplexer Natur gewesen, wie wir sehen werden.

Insofern werden wir die Chronologie "Experimente und Gutachten" nennen und darunter die einzelnen Vorhaben aufführen, so wie sie Jahr für Jahr neben bzw. zum Teil innerhalb einzelner Wellen der jeweils laufenden Analyse abgewickelt wurden.

Daneben besteht aber das Bedürfnis - und natürlich die Möglichkeit -, dem einen oder anderen Sachgebiet über die Jahre nachzugehen und beinahe schematisch zusammenzufassen, was relativ einfach und übersichtlich zu erledigen sein wird, nachdem die Chronologie vorliegt.

#### 4.2.1. Experimente und Gutachten, eine Chronologie

Eine saubere begriffliche Trennung der Experimente von Sonderzählungen ist so gut wie ausgeschlossen.

Hinzu kommt, daß Experimente im engeren Sinne, also extra festgelegte

Veranstaltungen (wesentlich im Erhebungsbereich) in der Regel dokumentiert sind, Sonderzählungen in der Regel nicht. Ausnahmen gibt es in der einen wie in der anderen Richtung.

Obwohl wir es an sich mit drei Modell-Säulen zu tun haben

- dem Feldmodell,
- dem Erhebungsmodell,
- dem Auswertungsmodell,

ist die Hauptlast der Experimente jedenfalls im Erhebungsbereich zu sehen. Daher wollen wir diesem Komplex auch an dieser Stelle nachgehen. Völlig auseinanderziehen lassen sich diese drei Bereiche sowieso nicht, was experimentelle und gutachterliche Aktivitäten angeht. Zudem gehört den beiden anderen Modell-Komplexen - Feldmodell und Auswertungsmodell - ohnehin je ein gesondertes Kapitel in diesem 2. Teil.

Eine gewisse Parallele zur Vorstellung der Historie der AGLA/AG.MA in einzelnen Phasen im 1. Teil ist zwangsläufig gegeben. Damit treten zum Teil auch Wiederholungen auf - im Text wie in den Zitaten. Der Kontext ist jedoch in der Regel ein anderer.

#### 4.2.1.1.

#### 1954

Noch vor der ersten Leseranlyse hat es Experimente gegeben.

- Drei Institute (IfD, DIVO und INFRATEST) haben Machbarkeitsstudien durchgeführt, Pretests also, wie sie immer wieder einmal vorgenommen wurden, ohne daß besonders darauf verwiesen wurde.

Dabei wurde abgeklärt, ob es besser sei, "offen" zu fragen oder Erinnerungshilfen zu verwenden; und wenn, ob es besser sei, die Titelformen als Erinnerungshilfe in einer einheitlichen Druckschrift oder im Originalschriftzug vorzutragen. Ergebnis: Titelformen-Vorlage und dann im Originalschriftzug ist besser. Übrigens handelte es sich damals noch um Schwarz-Weiß-Vorlagen.



- Die vor der LA 54 erörterten Probleme waren im wesentlichen:
  - . die Einleitungsfragen
  - . die Interviewdauer (15-20 Minuten!)
  - . die statistischen oder sozio-demographischen Ermittlungspunkte;

und im Bereich der Kernfragen zur Zeitschriften-Lektüre:

- . die Anzahl der Titel
- . Herkunft der Titel (Lesezirkel oder nicht)
- . das Begriffspaar LpN und Leser im Erscheinungsintervall (gedehntes und gehäuftes Lesen)
- . Grad der Regelmäßigkeit des Lesens
- . Titelkarten-Vorlage (Original oder einheitlich)
- . Fitterführung (Sortieren der Titelkarten in der Befragung)
- . Reihenfolge der Titel

Kurzum: in der LA 54 war die gesamte 25-jährige Erhebungsproblematik dem Grunde nach bereits angelegt.

- Im Anhang des 1. Teils findet sich ein Abdruck des Fragebogens der LA 54 ((80)).

#### 4.2.1.2.

##### 1955

Als die LA 54 vorlag, ging ein wichtiges Stimulans zur methodischen Weiterentwicklung von der bereits im 1. Teil zitierten DIVO-Untersuchung des Verlagshauses AXEL SPRINGER aus ((81)). - So wurde der Vortrag richtungweisend, den Wolfgang Schaefer auf der ersten SPEZIALISTENKONFERENZ am 7.12.1955 gehalten hat. Wir haben ihn bereits zitiert ((30)). Die Hauptgesichtspunkte waren:

- . äußere Überschneidungen
- . innere Überschneidungen (Anteil regelmäßiger Leser)
- . Laufzeit der Hefte
- . "Kaufkraftklassen"
- . Nutzung der Zeitschrift (qualitatives Merkmal); (dazu gab es zudem Hinweise von INFRATEST und für DAS BESTE vom IFD);
- . Darstellungsform der Ergebnisse (Vergleichstabellen)

- . Vergessen und Konfusion von Titeln (schwarz-weiße Titelkarten gegen farbige)
- . Zeitkonfusion
- . Fehlerberechnung
- . Einfluß der Ausfälle (Erreichbarkeitsgrade und Bereitwilligkeitsstufen)

- Die Titelkarten-Frage ist dabei übrigens im Mai 1955 einem gesonderten Test der DIVO unterworfen worden.

1.009 Befragten wurden die Titelkarten der LA 54 (Schwarz-Weiß-Original) vorgelegt;

1.009 Befragten wurden die Titelkarten der 55er DIVO-Untersuchung (verkleinerte reduzierte Original-Titelseite) vorgelegt.

Die Unterschiede waren nicht groß. Plausibilität sprach für farbige Titelkarten - also wieder eine andere Lösung -, die dann auch für die LA 56 eingesetzt wurden.

- Vornehmlich die Werbeagentur McCANN bemühte sich darum, Überschneidungen aus dem Material der LA 54 ausgewiesen zu bekommen, zumindest aber Duplikationen in der LA 56 zu verankern.

Das Experiment bestand daraus, zwei Titelgruppen daraufhin auszuzählen, wie sich die externen Überschneidungen darstellen, ob man dem Quantupliktionsphänomen rechnerisch (mit konstanten Überschneidungsfaktoren) zu Leibe rücken könnte und ob es eine Möglichkeit zur Feststellung interner (linearer) Leserschaftsüberschneidungen gäbe.

Die Entscheidung für die LA 56 war: externe Duplikation, also Einfachbelegung je zweier Titel - ja; Mehrfachbelegungen intern und extern - nein.

- Die Bemühungen der vier Ausschüsse aus dieser Zeit zwischen der LA 54 und der LA 56 führten zu keinen weiteren Experimenten, trotz des freundlichen Anerbietens von Wolfgang Ernst, INFRATEST, der dem Ausschuß LESERSCHAFTSBEGRIFFE angehörte, notwendig erscheinende Tests im Institut durchzuführen.

Auf bloßer Diskussions- oder man kann auch sagen Erfahrungs-Grundlage ist dann - vornehmlich den Ausführungen des Ausschusses LESERSCHAFTS-BEGRIFFE folgend - die LA 56 mit diesen Änderungen gegenüber der LA 54 ausgestattet worden:

- Titeltkarten: farbiger Originalschriftzug;
- Filterung der Zeitschriften vorab, die letztmals vor längerer Zeit oder noch nie gelesen worden sind (eine statt zwei Stufen);
- Frageformulierung wurde erweitert;
  - . auch die Kategorie "keine Zeitschrift gelesen" wurde zugelassen
  - . "gelesen oder durchgeblättert"
  - . genaue Kennzeichnung des Erscheinungsintervalls
 wurden eingeführt. Die Qualifikation "gelesen oder durchgeblättert" ist seither beibehalten worden.
- Die letzten 7 oder 8 Tage als Abfragezeitraum wurden zur Gabelung der Befragung (Splitting) eingeführt.
- Lesemappen-Abfrage erfolgte nur für das im Erscheinungsintervall gelesene Exemplar.
- Die Lesemappen-Befragung wurde ausführlich durchgeführt. Historisch dürfte interessant sein, daß diese 56er Befragungswiese ziemlich dicht an diejenige herankommt, wie sie seit 1978 nach neuerlichen Experimenten des VERBANDES DEUTSCHER LESEZIRKEL in den Fragebogen der AG.MA aufgenommen worden ist.
- Erstmals wurde die Reihenfolge der Abfrage nach dem Erscheinungsintervall gewechselt. Es wurde "rotiert". In einem Split erfragte man erst die wöchentlich, dann die 14-tägig und darauf die monatlich erscheinenden Titel; im andern Split war die Reihenfolge umgekehrt.  
Ergebnis: Kein Unterschied beider Splitfassungen.
- "Kaufkraft"-Merkmale wurden erweitert.

In das Jahr 1956 gehören noch:

- Der Bericht des KONTROLL-AUSSCHUSSES ((82))

- Das Gutachten von Hans Kellerer (bereits im 1. Teil zitiert) ((38)); von beiden ist bereits im Kapitel "Feldmodell" berichtet worden;
- und die Benennung des 1. MARKTFORSCHUNGSBEIRATS der AGLA.

Zu diesem BEIRAT sind vier Dokumente zu erwähnen und - soweit nicht schon geschehen - im Anhang aufzuführen - zur Aufhellung der damaligen Problematik und ihrer Auswirkungen bis auf den heutigen Tag, als Stellungnahme von Fachleuten!

Zunächst drei Dokumente mit programmatischen Äußerungen und dann (in seltener Komprimiertheit) das Ergebnis aller Beirats- und Ausschuß-Bemühungen - ein sogenannter "Vorläufiger Bericht". Einen endgültigen gab es erst nach der LA 58. Diese Dokumente sind sonst wohl nicht mehr verfügbar und daher umso mehr wert, im Anhang aufgeführt zu werden. Die letzte Unterlage enthält zugleich (in ihrem Anhang D) das Ergebnis des Rotations-Splits der LA 56. ((83)), ((84)), ((85)), ((86))

Die Vorschläge für Untersuchungen zum Problem der Gedächtnishilfen - als "Gedanken und Empfehlungen" titulierte - wanderten in den Plan der Testreihe "Aided Recall", der am 26.4.1957 von Wolfgang Metzger vorgetragen und am 27.4.1957 im Detail unter den Fachleuten festgelegt wurde.

Während sich in der Dokumentation "Erinnerungshilfen in der Leserschaftsforschung" ((87)) nur die Unterlagen abgedruckt finden, die für die Zeit bis 1972 im Archiv der AGLA zur Verfügung standen, haben spätere Nachforschungen in privaten Archiven neben dem bereits erwähnten und im Anhang beigelegten Beiratsbericht vom 1.4.1957 auch den Brief von Ernst Braunschweig zutage gefördert, der das eigentliche Experimental Design beschreibt. Er findet sich im Anhang ((88)).

Dies Experiment ist von der DIVO durchgeführt worden. Die DIVO hat in einem sehr ausführlichen Bericht über Anlage und Ergebnisse referiert ((89)).

In der Landgrebeschen Dokumentation, die bereits erwähnt wurde ((87)), werden daraus die ersten 17 Seiten aufgeführt ((90)), welche die Anlage der

Untersuchung enthalten. Eine "populäre" Fassung der Ergebnisse von Wolfgang Metzger findet sich ebenfalls in der Dokumentation von Klaus Peter Landgrebe ((91)).

Die inhaltliche Seite ist also ausreichend dokumentiert und aus den Anhängen hinlänglich zu verfolgen. Gedacht war daran festzustellen, wie sehr überhaupt und erst recht bei unterschiedlichen Erinnerungshilfen verschiedene Leserkategorien verunsichert werden oder auch nicht; und auch, welchen Einfluß die Zahl der vorgelegten Titeltkarten ausübt.

Das Ergebnis: Die vorgelegten Originaltiteltkarten produzieren zuverlässigere Aussagen der Befragten als Einfach-Titeltkarten. Unterschiede für die Leserkategorien sind minimal. Die Zahl der vorgelegten Titeltkarten hat praktisch keinen Einfluß auf die Zuverlässigkeit der Ergebnisse ausgeübt.

Das alles war nicht sehr zufriedenstellend - und so ist denn auch weitergeforcht worden, eigentlich bis heute.

Noch 1957 gab es - im Zusammenhang mit den ganzen BEIRATS-Hinweisen - zwei Pretests von der DIVO, um das Befragungsschema der LA 58 abzusichern, der ersten Untersuchung, welche die DIVO allein ausführte.

Es ging einmal um die Reihenfolge der Abfrage, insbesondere darum, ob die Regelmäßigkeit des Lesens unabhängig vom LpN oder nur innerhalb des LpN abgefragt werden sollte. Man entschied sich für "innerhalb des LpN-Bereichs". Und es ging zum andern um den Fortfall der Einsammelfrage.

1957 gab es zudem eine Ausarbeitung von Erich Ockelmann zur Darstellung der Fehlergrenzen ((92)): eine ideale (die Vertrauensgrenzen gleich mit anzugeben, wenn irgendein Zahlenergebnis aufgeführt wird) und eine reale, die dann 1958 praktiziert wurde - ein Nomogramm, wie es seither vielfach Verwendung fand, bis die AG.MA ein eigenes Tabellenwerk dazu herstellen ließ, über das bereits im Kapitel zum Feldmodell berichtet wurde ((37)).

4.2.1.5.

1958

Der schon angekündigte, abschließende Bericht des I. BEIRAT: der AGLA

datiert vom 3.10.1958. Er findet sich im Anhang des I. Teil als teils hoffnungsvolles, teils etwas Resignation verbreitendes Dokument ((93)).

Dazu gehört auch in diesem Jahr wieder eine Zusammenstellung der Änderungen von der LA 56 auf die LA 58. Sie findet sich im Berichtsband der LA 58 und im Anhang dieses Teils ((94)). Das Wesentliche ist die weiter gefächerte und mit Identifikationshilfen (zu Lesumständen) versehene Abfrage.

Eine recht positive Darstellung der Bemühungen um die Erinnerungshilfen findet sich noch im Berichtsband der LA 58 selbst, aus der Feder von Manfred Koch ((95)) mit einer Wiedergabe der Titeltkarten (Originalformat 10 x 15 cm).

Ferner wurde 1958 das Thema der "Kaufkraft"-Merkmale weitergeführt, zum Teil im Rahmen des BEIRATS, zum Teil darüber hinaus. Dazu gab es einen Aufsatz von Friedrich Wendt ((96)) und eine Ausarbeitung von H. Wagner ((97)) mit Zählungen aus dem DIVO-Material: einer Befragung von 1.934 Personen in der BRD und Berlin (West) im Alter von 16 bis 79 Jahren. Beides sind eher Anregungen zur Weiterführung der Zielgruppenbeschreibung, wenn auch aus unterschiedlichen Perspektiven und Motiven: der eine - H. Wagner - mehr einschränkend auf konventionelle Merkmale; der andere - Friedrich Wendt - mehr in Richtung auf eine multifaktorielle Betrachtungsweise.

4.2.1.6.

1959

Die DIVO führte ein Befragungsexperiment durch, das in einem Brief von Ernst Braunschweig an die DIVO vom 24.8.1959 in Auftrag gegeben wurde. Der Brief findet sich im Anhang ((98)). Es ging dabei darum, einen von dem IfD behaupteten, möglichen Prestige-Effekt durch die Vorfrage nach dem Lesen in den letzten drei Monaten zu untersuchen. Der Effekt war nicht nachzuweisen.

Das daneben im Brief von Ernst Braunschweig vom 24.8.1959 als "Berliner Umfrage" deklarierte Experiment (an rund 2.000 Befragten) ist am 2.10.1959 von der DIVO vor dem ARBEITSAUSSCHUSS vorgetragen worden. Das Ergebnis lautete:

- Die Reihenfolge der Erhebungsweise beim Abfragen der Titelgruppen ist auf die Leserzahl der einzelnen Titel von unterschiedlichem Einfluß.

- Ob bei der Untersuchung die Frage nach den Leseumständen am Anfang oder am Ende der Erhebung steht, ist auf die Leserzahl von Einfluß.

Die Konsequenz war die dann bis 1964 beibehaltene, exzessive Rotation in 12 Formen. Der Auszug aus der LA 60 im Anhang des 1. Teils ((99)) gibt einen Hinweis auf die zugrunde liegenden Ergebnisse. Die 12 Formen repräsentieren nicht alle Variationsmöglichkeiten, sondern nur solche, die wesentlich verschiedene Ergebnisse liefern.

#### 4.2.1.7.

##### 1960

Aus der LA 60 ist ein Zählexperiment von der DIVO veranstaltet worden, das klären sollte, welche Bedeutung für die Ausweisungen der "Fünfersprung" oder der "Zehnersprung" in den Altersgruppen besitzt.

Gemeint war nicht, ob fünf oder zehn Jahresintervalle verwendet werden, sondern ob man von

16 - 24 Jahren  
25 - 34 Jahren  
usw.

oder von

16 - 19 Jahren  
20 - 29 Jahren  
usw.

aus in Zehnjahresintervallen vorgeht ((100)).

Empfohlen wurde der zweite Weg, also der sogenannte Zehnersprung. Auf der Sitzung des ARBEITSAUSSCHUSSES am 26.10.1960 wurde entschieden, in der LA 61 beide Gruppierungen und ab LA 62 nur noch den Zehnersprung auszuweisen.

#### 4.2.1.8.

##### 1961

In der LA 61 wurde (zusätzlich zu den schon bestehenden 12 Rotationsformen) der Leseumstände wegen eine zusätzliche Aufteilung vorgenommen. Die 1., 2.

und 5. Welle liefen wie die LA 60; in der 3. und 4. Welle wurden die Leseumstände erst nach der übrigen Medienabfrage erfaßt.

Es zeigte sich praktisch kein Unterschied.

An die 3. Welle der LA 61 - vom November 1960 - wurde eine Zusatzbefragung angehängt, die sich mit Frauenzeitschriften befaßte. Sonderhefte standen im Verdacht, Frauenzeitschriften-Leserinnen zu Verwechslungen mit normalen Heften zu führen. Das konnte nicht nachgewiesen werden.

Auf der ersten Sitzung des 2. BEIRATS am 13.3.1961 ((101)) wurden einige Punkte durchgesprachen, die noch auf die LA 60 zurückgingen (wie aus dem Anhang ersichtlich) und die sich mit methodischen Überlegungen befaßten. Überhaupt ist - wie bereits aus der Phasendarstellung des 1. Teils ersichtlich - die Diskussion damals in vollem Gange gewesen.

#### 4.1.2.9.

##### 1962

Das "Lesen gestern" ist in einer Sonderbroschüre nur für Mitglieder (wie dann auch noch 1963, 1964 und 1965) extra ausgezählt in Tabellenform vorgelegt worden. Seiner Bedeutung wegen gehörte dieser Sonderdruck schon in den Anhang des 1. Teils ((102)).

Im gleichen Jahr wurde über eine Methoden-Untersuchung berichtet, die sich mit einem Vergleich der beiden Frageformen für den LpN befaßte: der bisherigen Fragestellung nach dem letzten Lesen im Erscheinungsintervall und der sogenannten IPA-Fragestellung, wie sie in den englischen Untersuchungen des "Institute of Practitioners in Advertising" (IPA) übrigens auch heute noch angewendet wird ((103)).

Die sehr sorgfältig durchgeführten Erhebungen (je 2.400 Fälle LA 62 letzte Welle - Februar 1962 - und Paralleluntersuchung mit IPA-Fragestellung) führten zu den erwarteten Ergebnissen:

Im höheren Maße Ausübung der selteneren Leser bei Verwendung der sogenannten IPA-Fragestellung nach dem letzten Lesen anhand eines Kalenders.

Gleichzeitig konnte eine Reihe von Nebenphänomenen beobachtet werden:

- Die Reichweite nach Wochentagen wird etwas gleichmäßiger, bleibt aber immer noch für das Wochenende erheblich niedriger.
- Die Reichweite und Zusammensetzung nach sozio-demographischen Merkmalen sowie die Bereitwilligkeit zum Interview und Antreffbarkeit bringen allenfalls Hinweise auf Tendenzen.
- Die Zusammensetzung nach Lesehäufigkeit, Exklusivlesern und Überschneidungen mit anderen Medien zeigt bei der IPA-Fragestellung eine erhöhte Lesehäufigkeit und eine Verringerung gelesener Titel.
- LpE-Berechnungen erbringen so gut wie keine Veränderungen.

Die vorsichtige Empfehlung, vorerst nichts zu ändern, führte dazu, daß erst von der LA 66 ab die IPA-Fragestellung, allerdings etwas modifiziert, eingeführt wurde.

Eine weitere Arbeit des Jahres 1962 - auch aus dem Hause der DIVO - befaßte sich mit einer formelmäßigen Erfassung von Zeitschriftenkombinationen (statt sie direkt auszuzählen, was damals in der Lochkarten-Ära noch sehr mühselig war) ((104)), sofern man nicht auf die von einzelnen Verlagshäusern angebotenen Quantuplikationstabellen zurückgreifen konnte.

Urheber dieses Gedankens war Jean-Michel Agostini auf dem ESOMAR-Kongreß im September 1960 in Den Haag.

Der Methode war kein großer Erfolg beschieden, weil für Teilgruppen der Bevölkerung brauchbare Vorhersagen aus der Formel nicht abgeleitet werden konnten. Außerdem setzte sich sehr bald die Kumulations-Perspektive durch, bei der individuelle Häufigkeitsschätzungen die Basis bilden und sich Näherungsformeln erübrigen.

4.2.1.10.

1963

Die AGLA legte eine kleine Broschüre ((105)) vor, die sich mit drei Forschungsbereichen befaßte, von denen zwei auf Ausschüsse zurückgingen, die nach der ursprünglichen Berufung des 2. BEIRATS am 13.3.1961 mit speziellen Aufgaben betraut wurden.

- Der sogenannte LESERKATEGORIEN-Ausschuß hatte sich mit der
  - . Objekt-Identifikation (welcher Titel gelesen?)
  - . Zeit-Identifikation (wann gelesen?) und
  - . Verhaltens-Identifikation (wie genutzt, gelesen, wo gelesen, Leseumstände)

zu befassen. Er ist in zwei Etappen nur bis zum Problem der Objekt-Identifikation vorgestoßen. Der Bericht über die erste Etappe ist von INFRATEST (dem durchführenden Institut) vorgelegt worden. Über die von Theodor Harder niedergeschriebene Konzeption dieser Arbeiten ist bereits im 1. Teil berichtet worden ((106)).

- AIDED RECALL-Ausschuß: Hier ist das Psychologische Institut der Universität Hamburg beauftragt worden. In der vorliegenden Broschüre geht es nur um einen Zwischenbericht.

- Im dritten Beitrag geht es um "die Fehlerursachen bei der Feststellung von Leserschaften der Objekte der Programm-Presse" - eine DIVO-Untersuchung in Berlin (West) im Anschluß an deren 4. und 5. Welle der LA 63, welche die FUNK-UHR zur Verfügung stellte.

Die rund 100 Intensiv-Interviews ergänzten in gewisser Weise die Aussagen des LESERKATEGORIEN-Ausschusses mit den dabei aufgetretenen Korrekturen der Antworten auf die Fragen des "Normal-Interviews" der LA.

4.2.1.11.

1964

Es erschien der Bericht über ein Experiment besonderer Art, eine Umfrage bei Empfängern der LA 63 zur Ermittlung des Umgangs mit LA-Daten. Das Ergebnis war mager: Von 700 Fragebogen sind nur 75 zurückgesandt worden, davon größtenteils von Mitgliedsfirmen.

Die Aided Recall-Probleme wurden wieder aufgegriffen, diesmal im Rahmen des gleichnamigen Ausschusses in einem populären Kurzbericht über den Gang der Arbeiten des Psychologischen Instituts der Universität Hamburg. Beide Berichte wurden in einer gemeinsamen Broschüre herausgegeben ((107)).

Im gleichen Jahr lag aber auch der endgültige Bericht vor, den der AIDED RECALL-Ausschuß beim Psychologischen Institut der Universität Hamburg

bestellt hatte ((108)), Konsequenzen erwachsen daraus nicht. Immerhin war es interessant zu sehen, wie dicht die Titeltkarten an der Collage und am Originalheft als Erinnerungshilfe zu liegen kamen.

Die DIVO hat im Jahre 1964 für die AGLA die Kumulations-Ära eingeläutet. Nach Deutschland war 1963 auf dem I.M.F./V.B.M.-Kongreß in Hamburg durch den Vortrag von Lester Frankel der Gedanke akkumulierter Leserschaften getragen worden ((109)).

Das Institut INFORMARKT übertrug als erstes die Gedankengänge der Kumulation auf die deutschen Verhältnisse, und zwar für den STERN ((110)).

Die DIVO griff diese Vorstellungen ebenfalls auf. Eva-Maria Hess und Herbert Steiner veranstalteten zweierlei: einmal die Ermittlung in einem "Omnibus" an 2.006 Fällen für 9 Titel die in den letzten 10 Wochen gelesenen Exemplare; zum andern in der 4. Welle der LA 64 den Vergleich von 827 Fällen ohne den "Frankel-Ansatz" mit 836 Fällen mit dem "Frankel-Ansatz", also den Fragen nach der Lesefrequenz in 6 Skaleneinheiten ((111)).

Zu diesem Komplex gab es ein "Exposé zum Thema Kumulation" von Friedrich Wendt, das den Mitgliedern des ARBEITSAUSSCHUSSES zuzuging - noch bevor die Ergebnisse der LA 65-Experimente vorlagen, aber nachdem der Beschluß darüber gefaßt worden war ((112)).

Im Jahre 1964 gab es aber noch einen ganz anderen Themenbereich, den der Rotation, der zu bestimmten Überlegungen führte. Man unterzog die Ergebnisse der 12 Rotationsformen der LA 64 einem t-Test, so daß die "stabilsten Formen" herausgefunden werden konnten, also diejenigen, die statistisch signifikant abweichende Reichweiten produzierten. Das ergab 4 statt 12 Rotationsformen, die in der LA 65 - von der 3. Welle ab - dann auch zu finden waren ((113)).

Eine Konsequenz der Reduktion von 12 auf 4 Formen zeigt schon, daß man mit dem bisherigen Vorgehen nicht ganz glücklich war. Aber auch das Vorgehen in den drei darauffolgenden Untersuchungen - der LA 66 bis LA 68 - signalisierte eine gewisse Unsicherheit. So unterblieb denn auch von der LA 69 ab jede Rotation, selbst wenn der Funkmedien wegen später nochmals der alte Gedanke wieder aufgegriffen worden ist.

Formale Gerechtigkeit hat eben nicht unbedingt etwas mit besserer Vergleichbarkeit zu tun.

4.2.1.12.

1965

Der LESERKATEGORIEN-Ausschuß legte seinen Abschlußbericht vor ((114)). Während sich die erste Stufe mit extremen Vielzeitschriftenlesern (LZ-Lesern) befaßt hatte, befaßte sich die zweite Stufe mit den "sicheren" Lesern - den regelmäßigen A+E-Lesern. Die beiden Stufen wurden miteinander verglichen.

Ergebnis: Ein relativ hohes Maß (etwa 10%) an Variabilität gegenüber einer eindeutigen Objektidentifikation. Die 2 x 100 Fälle Experimentierbasis waren zu wenig, um gesicherte Aussagen darauf zu gründen. Besser wären ausführliche Experimente, die jedoch nicht mehr unternommen wurden, weil die IPA-Ära vor der Tür stand.

Wegen der Kumulationsproblematik wurde entschieden, in der LA 65 keine KKK (Kaufkraft-Kennzeichen) aufzunehmen und stattdessen für jeweils 5 Zeitschriften die Lesefrequenz-Frage in 13 Punkten zu stellen. Pro Titel ergab das rund 1.300 Fälle als Basis. Außerdem wurde zur Vergleichsmöglichkeit eine verbale Skala eingesetzt. Auf die Problematik dieser ganzen Versuchsanordnung hatte Friedrich Wendt in dem eben erwähnten Exposé hingewiesen. Das Ergebnis des Kumulationsexperiments ist in einem Sonderdruck enthalten ((115)).

4.2.1.13.

1966

Das Jahr 1966 war zunächst bestimmt durch die Weiterführung der Kumulations-Debatte, über die wir bereits bei der Erörterung der 5. Phase 1964 bis 1968 im 1. Teil ausführlich berichtet haben.

Nachdenkliche Gedanken zu diesem ganzen Komplex hat Ernst Braunschweig geäußert ((116)).

Wir wollen hier nicht noch einmal die ganze Diskussion um diesen Gegenstand nachzeichnen, wie sie sich in Aufsätzen und Broschüren und auch in dem W+V-Forum Anfang 1966 niedergeschlagen hat. Wichtig ist nur: Mit der LA 66 hat die Kumulation definitiv Eingang in die AGLA/AG.MA-Untersuchungen gefunden.

Im Grunde wird man den Übergang vom eigentlichen Experiment der LA 65 zur LA 66 mit der Zehnerskala und dem Einmünden in die LA 67 mit der Zwölferkala sogar noch als Experimentieren bezeichnen können, zumal damit die Verbalskala endgültig als Meßinstrument der Regelmäßigkeit des Lesens beiseite gelegt worden war.

Spezielle Validierungsmaßnahmen zur Kumulation wurden in einem von DIVO und INFRATEST durchgeführten Experiment angestellt. Diese Studie ist bereits im 1. Teil zitiert worden ((117)).

So wie die Bemühungen konzipiert waren, konnten letztlich damit auch gar keine Verifizierungen oder Falsifizierungen zur Frequenzfrage geliefert werden, da hier unterschiedliche Tatbestände behandelt wurden.

Über die Kumulation hinaus gab es 1966 noch weitere Experimentierfelder:

INFRATEST legte im November 1966 eine Untersuchung zur Leser-Blatt-Bindung vor, die bereits zitiert wurde ((118)). Es ging dabei um die Beziehung der Lesehäufigkeits-Angabe zur Frage nach der Leser-Blatt-Bindung, überprüft an den Daten der LA 66 für 8 Zeitschriften.

Ergebnis: hohe Korrelationen - alle Werte über 0.9 - bei beträchtlichen extremen Abweichungen. Die Frage, inwieweit sich die Leser-Blatt-Bindung auf Anzeigennutzung und Anzeigenwirkung auswirkt, blieb naturgemäß offen. Nach der LA 67, die nochmals mit der Frage nach der Leser-Blatt-Bindung ausgestattet war, unterblieb weiteres Bemühen in dieser Richtung.

In der LA 66 - der Leseranalyse mit den vielen Neuerungen:

- IPA-Fragestellung für den LpN (definitiv);
- Zehnerskala (vorübergehend);
- Leser-Blatt-Bindung (experimentell); -

wurde auch noch eine Änderung in der Abfrage-Reihenfolge vorgenommen. In der 1. und 2. Welle ist die LpN-Frage vor der Frequenzfrage gestellt worden; in den Wellen 3 und 4 erfolgten die Fragestellungen umgekehrt.

In jeder der beiden Formen ist die Einsammelfrage zu drei Titelkartenpäckchen gestellt worden, welche die Titel nicht nach dem Erscheinungsintervall

geordnet enthielten. Es wurden vielmehr Titel etwa gleichen Charakters zu einem Päckchen zusammengefaßt und rotiert vorgelegt. Das ergab 6 verschiedene Formen.

Außerdem wurde in die 2. Welle ein Experiment eingebaut, dergestalt, daß die gelesenen Titel nach dem "Erscheinungsintervall vorsortiert und damit unter besonders starker Hervorhebung des Erscheinungsintervalls gestellt wurden" ((119)). Ergebnis: kein Unterschied. 1967 und 1968 ist die Rotation in den 6 Formen beibehalten worden, mit der LpN (IPA)-Frage vor der Frequenzfrage.

Die Informationsmenge einer LA war inzwischen sehr gewachsen. Das hatte bereits dazu geführt, daß man wegen des Frequenzskalen-Experiments in der LA 65 keine Kaufkraft-Merkmale aufnehmen konnte, sondern einfach die der LA 64 mit im Tabellenband aufführte und damit wiederholte.

Die LA 66 und die LA 67 haben Splits der Merkmale aufzuweisen, das heißt, jeder Befragte erhielt nur einen Teil der entsprechenden Fragen vorgelegt. Neben der großen Zahl der Zielgruppen-Merkmale erschien aber auch die Anzahl der Titel bedenklich.

Zur Lösung dieses umfassenden Problems hat die DIVO auf der SPEZIALISTEN-KONFERENZ am 19.10.1966 in Frankfurt/Main ein Verfahren vorgestellt und vorgeschlagen, das dort als Anlage 1 dem Protokoll der Sitzung beigegeben wurde und - weil es einen neuen wichtigen methodischen Bereich der AGLA-Historie einleitet, den der Fusion, - hier im Anhang mit vorgeführt werden soll ((120)).

4.2.1.14

1967

Auch INFRATEST stellte ein Simulationsprogramm zur Fusion vor, das schon 1964 von Friedrich Wendt für das Institut entwickelt worden war ((121)).

Diesem Vorschlag folgte die LA 68 dann in der Weise, daß 3.000 Befragte zum Bereich Kaufkraft-Merkmale in die 12.000 Befragten der Haupterhebung fusioniert wurden.

Obwohl uns dies erst im Kapitel des Auswertungsmodells zu beschäftigen hat, wollen wir immerhin anmerken, daß es die LA 67 war, in der zwei Dinge gleichzeitig das erste Mal geschahen: Die Justierung des  $K_1$  an den LpN, also die Thesaurierung des LpN als Maß aller Dinge, das heißt, zur Korrektur der Frequenzaussagen der Befragten eine Maßnahme, die damals - wenn auch ausdrücklich als überspitzt formuliert - als "Todsünde der empirischen Marktforschung" bezeichnet wurde ((122)). Und die Erstellung eines Simulationskartensatzes, der keine Korrektur darstellte, sondern eine Transformation der Aussage "wieviel von n Exemplaren gelesen" in welche innerhalb von 12 Erscheinungsintervallen - unter der Hypothese der Gleichverteilung, der für die Prognose von Insertionswertmaßstäben plausibelsten und zugleich praktikabelsten Annahme.

Das Thema Kumulation war noch nicht abgeschlossen. Es gab aus der LA 67 eine Sonderauswertung von DIVO und INFRATEST, in der insbesondere der Einfluß der Justierung auf die Struktur kumulierter Leserschaften bei Einzeltiteln dargestellt wurde ((123)).

Daneben gab es ein kleines Methodenexperiment mit 59 Nachbefragungen bei DIVO und 44 Nachbefragungen bei INFRATEST zum Verständnis des Erhebungsprogramms der LA 67 - mit kontroverser Diskussion auf der SPEZIALISTENKONFERENZ am 27.7.1967.

Weiterhin legten DIVO ((124)) und INFRATEST ((53)) Vorschläge für ein Punktgruppenverfahren vor. Das von INFRATEST ist dann einmalig in der LA 68 eingesetzt worden.

Nach konkurrierenden Angeboten von ASK und IVE, beide Hamburg, erhielt ASK zweierlei Aufträge, deren Ergebnisse 1967 vorgelegt wurden. Zum einen handelte es sich wieder einmal um die Titeltkarten, deren Format aufgrund dieser Untersuchung auf das Format A 5 angehoben wurde ((125)).

Bei dem anderen Projekt ging es um die Übernahme qualitativer (psychologischer) Merkmale ((58)). Die Folge davon war die Einführung von 24 Statements in das Erhebungsprogramm der LA 68, die zu 4 Faktoren verrechnet wurden:

- Beharrung und geringe Umstellungsfähigkeit
- Expansion und Dynamik

- Sicherheit durch Vertrauen
- Rezeptive Wünsche und Geborgenheitsbedürfnis

Schließlich ist von Klaus Peter Landgrebe ein Papier zu nennen, das auf der SPEZIALISTENKONFERENZ am 17.10.1967 vorgetragen wurde und sich mit den Auswirkungen der Justierung befaßte. Es findet sich im Anhang ((126)).

#### 4.2.1.15.

#### 1968

1968 ist zunächst die Fusion der 3.000 Fälle mit KKK in die 12.000er Hauptstichprobe zu nennen ((2)), mit dem endgültigen Beschluß, von der LA 69 ab die Kaufkraft-Merkmale völlig aus dem Erhebungsprogramm zu streichen - zugunsten der Fusionsmöglichkeiten.

Da diese erst spärlich, dann wieder gar nicht und erst neuerdings wieder hier und da genutzt werden, gab es ständig Unzufriedenheit gegenüber der mangelnden Ausstattung der MA mit Produktdaten, wie wir aus Teil 1 bereits wissen.

Aus dem Material der LA 68 wurde von der DIVO ein Entfernungsmaß von Zeitschriften auf der Basis der Leserschaftsstrukturen errechnet und in einem gesonderten Band herausgegeben ((127)).

Wir dürfen dies als Vorläufer typologischer Analysen betrachten, die ihrerseits erst außerhalb der AGLA realisiert und schließlich mit den Demotypen (wenn auch damit auf ganz andere Weise) Eingang in die MA gefunden haben.

Das Jahr 1968 war der Höhepunkt einer Entwicklung, die schon früher begonnen hatte und letztlich bis heute fort dauert: die durch die Frequenzskalen eingeführte Information in Modellen zu verrechnen, für die ihrer Bestimmung nach "Media-Selektion" als Oberbegriff auch heute noch gültig ist. Exemplarisch sei hier auf eine Veranstaltung verwiesen, welche die GWA am 8. und 9. April 1968 in Frankfurt/Main als Seminar abhielt. Zur Begrüßung konnte der damalige Vorsitzende der GWA, Rudolf Stilcken, sagen:

"Wir denken dabei natürlich an eine umso intensivere Zusammenarbeit mit unseren Partnern bei der Datenbeschaffung. Wir wollen nicht stehen bleiben und streben, wie Sie wissen, auf eine erste Datenbank zu.



Damit komme ich zu der Rolle, die die AGLA in der Zukunft haben wird. Sie kommt darin personifiziert zum Ausdruck, daß Herr Dr. Landgrebe jetzt die Leitung des Seminars übernimmt." ((128))

Nachdem die ASK-Skalen mit ihren 4 Faktoren zur Darstellung der Zielgruppen auf der Basis psychologischer Merkmale noch nicht voll befriedigten, wurden auf der SPEZIALISTENKONFERENZ am 17.2.1968 auch noch Vorschläge anderer Institute angehört, wie man diesem Problem begegnen könnte. Insgesamt waren damit in Konkurrenz:

ASK  
IVE  
INFRATEST  
GfK  
CONTEST/ATTWOOD  
DIVO

Man entschied sich für die GfK, deren Skalen in der LA 69 - und nur in dieser - zu finden waren. Das Ergebnis befriedigte noch immer nicht. Alle Dokumentationen dazu befinden sich im Methodenband der LA 69 ((129)).

Ungeachtet dessen hat die ASK noch ihre Studie zu den psychologischen Kriterien zu Ende geführt und darüber einen Bericht abgefaßt, der den Weg aufzeigt, wie die ASK zu den vier extra- / introvertierten Grundtypen gekommen ist und die dahinterstehende Philosophie begründet ((130)).

In Berlin fand am 3.10.1968 eine SPEZIALISTENKONFERENZ statt, die wesentlich zur gutachterlichen Klärung eines Komplexes beigetragen hat, nämlich welche Vor- und Nachteile beim Erheben der Medianutzung durch Panel oder Stichtagsbefragung gegenüber den herkömmlichen Verfahren verbunden seien. Leider gibt es dazu kein Protokoll oder sonst eine ausführliche Unterlage. Zur Verfügung steht aber immerhin ein bereits zitierter Aufsatz von Otmar Ernst in DIE WELT vom 8.9.1969 ((131)).

Da wir uns angewöhnt haben, programmatische Erklärungen, besonders wenn sie wirklich ihre Bedeutung erwiesen haben (was wir ja nachträglich wissen!), als gutachterliche Äußerungen zu werten, gehört hierher also die von Klaus Peter Landgrebe abgefaßte "Vorschau auf die LA 69 und 70" ((132)).

Daß es Klaus Peter Landgrebe nicht nur um unmittelbar durchsetzbare Vorschläge ging, sondern auch um zum Teil recht weitgreifende Überlegungen zur Entwicklung der LA, entnehmen wir einem Papier, das nicht veröffentlicht wurde.

Es stellt ein in der Tat völlig neues Modell der Mediaforschung vor. Der große Nachteil - die enormen Kosten - haben das Modell zum Gedankenexperiment gemacht. Wir wollen es im Anhang aufführen ((133)).

Nicht als programmatische Erklärung, wohl aber als Summe gutachterlicher Äußerungen wird man die Festschrift zum Ausscheiden von Ernst Braunschweig rechnen dürfen, deren Beiträge Rückschau und Ausblick in gleicher Weise darstellen. Einzelbeiträge haben uns bereits beschäftigt ((134)).

1968 ist übrigens das Rahmenschema für Werbeträgeranalysen von Massenmedien ((135)) erschienen, das naturgemäß für die AGLA eine besondere Bedeutung gewann, weil die Mehrzahl der Regelungen ihrer Leseranalysen darin als Empfehlung verankert wurden, sich also als normativ erwiesen. Es wurde durch ein Rahmenschema für Fachzeitschriften ergänzt. ((136)).

Als Experiment wurden die später so genannten "sozio-kommunikativen Schichten" aus der Taufe gehoben - ein Verfahren, das in den späteren Jahren (von 1971 bis 1976) offiziell eingesetzt worden ist ((55)).

4.2.1.16

1969

Mit diesem Jahr beginnt - was die Dokumentation des Geschehens und damit auch der Experimente und Gutachten angeht - die Ära der Methodenbände. Das erlaubt uns, jeweils auf die darin publizierten Unterlagen zu verweisen. Das Gleiche galt ja auch schon für die Ausschüsse und die SPEZIALISTENKONFERENZEN. In der Anfangszeit der gärenden Überlegungen und Diskussionen ist der Gang der Ereignisse ein wenig aufzufächern.

Zu nennen sind hier für den Methodenband der LA 69 als Zählexperimente neben den "sozio-kommunikativen Schichten":

- Befragungstage;
- Antreffbarkeit;

- Kontaktklassen;
- Faktorenanalysen zur Gewinnung von Zeitschriftenfamilien und
- Lebenszyklen.

Den Anfang machten die Diskussionen um die Unterschiede zwischen den Ergebnissen der ersten beiden Wellen der LA 69 gegenüber denen der LA 68. Das wurde im Zusammenhang mit der Justierung gesehen, weil diese - wenn auch mit Schwierigkeiten - sich bemüht hatte, in der LA 68 eine Gleichheit von  $LpN$  und  $K_1$  herzustellen. Über diese Schwierigkeiten war am 7.6.1968 auf der SPEZIALISTENKONFERENZ in Frankfurt/Main von der DIVO berichtet worden, wobei es nicht uninteressant sein dürfte, daß ein solches Phänomen  $LpN \neq K_1$  von Anfang an in der AGLA bekannt war, das heißt, schon anhand von Zahlen der LA 65! Vgl. ((115)) Seite 32-38 in den Tabellen 15-20. Auch außerhalb der AGLA zeigte sich in Prüfungen die Ungleichheit der Ergebnisse aus numerischen und Verbal-Skalen.

Am 3.7.1969 wurde dann auf der SPEZIALISTENKONFERENZ in Frankfurt/Main ein Schlußstrich unter diese Diskrepanzen gelegt: Der "Vogdtsche Mittelwert" - einmalig für die LA 69 - war geboren, dessen Bildung im Detail nachzulesen ist im Methodenband der LA 69 1. Teil, Seite 128-129. Der Mittelwert galt übrigens nur für die Zeitschriften. Da diese Methodenbeschreibung die erste in der Reihe von methodischen Darlegungen der Media-Analysen der folgenden Jahre ist, besitzt sie einen besonderen Stellenwert ((137)).

Auf der gleichen SPEZIALISTENKONFERENZ am 3.7.1969 sind zwei Gutachten diskutiert worden, die den zweiten Schritt in eine systematische Behandlung der Erhebungsprobleme der AGLA darstellen: das eine von Wolfgang Schaefer, Hamburg, ((138)); das andere von DELTA-Marketingforschung, Konstanz, ((139)).

Bevor wir auf die Beiträge von Wolfgang Schaefer und DELTA eingehen, müssen wir begründen, wieso es sich hier - in jener Zeitperiode - bereits um den zweiten Schritt in eine Systematik handelt. Der erste Schritt ist dokumentiert in dem Methodenband der LA 69 im 1. Teil auf den Seiten 6 bis 10 unter der Rubrik "Fragebogen" ((140)).

Daraus sei zitiert:

"Das Befragungsmodell der LA 69 ist unter folgenden Zielsetzungen konzipiert worden:

1. Kleinere Zeitschriften sollten gegenüber den größeren besser zur Geltung kommen.
2. Für Monatszeitschriften sollte der Abstand zwischen Leser pro Nummer- und  $K_1$ -Wert geringer werden.
3. Alle in die Untersuchung einbezogenen Medien sollten weitgehend vergleichbar erhoben werden.
4. Das Interview sollte für Befragte wie Interviewer nicht quälend, sondern flüssig und abwechslungsreich ablaufen."

Gerade im Zusammenhang mit der programmatischen Erklärung, die soeben zitiert wurde ((132)), ist der Hinweis beachtlich. Aus diesem erklärten Anfang systematischer Betrachtungsweise ist letztlich - wenn auch über den Umweg heftiger "Wirbel" - eine fruchtbare Entwicklung der LA hervorgegangen.

Und nun zu Wolfgang Schaefer und DELTA.

Wolfgang Schaefer plädierte für den  $LpN$ , ging auf Objekt- und Zeit-Identifikation ein und verwies auf den LESERKATEGORIEN-Ausschuß mit seinen Experimenten im Vergleich von Titelkarten-Vorlage und der Vorlage von Originalheften:

INFRATEST 1963 und

INFRATEST 1964 (1965 publiziert) sowie von der DIVO 1963 für die Programm-Zeitschriften exzerziert; und auf eine Reihe von Problemkreisen, wie: Reihenfolge der Titel, WLK, also Filterung, Zahl der Titel.

Sein Hauptsatz: "Dementsprechend haben wir es eigentlich nicht mit dem 'Problem LA 69', sondern mit dem 'Problem LA generell' zu tun."

Und das war denn auch so.

Die Konstanzer Gutachter, Siegfried Geiger und Wolfgang Heyn, befaßten sich mit der inneren Logik der beiden Leserschaftsbegriffe  $LpN$  und  $K_1$  auf der Grundlage ihrer Erhebungsmethodik. Die bereits bekannte Inkonsistenz beider Werte wurde deutlich. Die Gutachter tendierten eher dazu, den Frequenz-Angaben größere Sicherheit einzuräumen, was die AGLA-Spezialisten jedoch weniger appreciierten.

Erst danach wurden 6 Institute insgesamt zur Erarbeitung eines Konzepts der LA 70 (und damit der LA der 70er Jahre) herangezogen.

Neben

- DELTA Marketingforschung, Konstanz, ((141)) und
- WOLFGANG SCHAEFER MARKTFORSCHUNG, Hamburg, ((142))

waren es:

- INSTITUT FÜR DEMOSKOPIE ALLENSBACH, ((143))
- CONTEST, Frankfurt/Main, ((144))
- INFRATEST, München, ((145))
- MEDIA-MARKT-ANALYSEN, Frankfurt/Main, ((146))

Die Ergebnisse wurden auf einer SPEZIALISTENKONFERENZ am 9.9.1969 vorgestellt (Wolfgang Schaefer bedauerte, daß die Anfangszeit nicht 9 Uhr und 9 Minuten war!).

Eine von Wolfgang Schaefer gefertigte Zusammenfassung ist dem Methodenband der LA 70 zu entnehmen ((147)).

Übrigens hat die Geschäftsstelle der AGLA den Spezialisten für ihre Überlegungen noch eine Unterlage zur Verfügung gestellt, die das INSTITUT FÜR DEMOSKOPIE ALLENSBACH für das Verlagshaus HEINRICH BAUER erarbeitet hatte ((148)). Dabei ging es um:

- das Stichtagsmodell
- Vorlage von Original-Titelseiten
- Vorlage von Original-Heften (ein Vergleich)

Eine ausführliche Erörterung der damaligen Diskussionen würde den Rahmen dieses Berichts sprengen. Die Quellenhinweise und auch der Hinweis auf die Ausführungen im 1. Teil zur 6. Phase sollten ausreichen, dem Interessierten einerseits genügend Einblick in diesen Problembereich zu bieten; zum andern ihm die Möglichkeit zu geben, sich selbst von den detaillierten Überlegungen zu überzeugen, wenn er in die Quellen schaut.

In die Zeit der 1969/70er Diskussionen fiel die Gründung der TECHNISCHEN

KOMMISSION (TK) als dem eigentlichen fachlichen Gremium mit empfehlendem Status, das zu seiner Unterstützung in übrigens wirklich nur generellen Fachbereichen von der weiterhin bestehenden Institution der SPEZIALISTENKONFERENZ Gebrauch gemacht hat. Der ARBEITSAUSSCHUSS hatte seinen Beschluß zur Gründung der TK am 10.9.1969 gefaßt. Die erste TK-Sitzung fand am 17.9.1969 in Hamburg statt.

Das erste Dokument der TECHNISCHEN KOMMISSION betrifft ihre Empfehlungen ((149)) zum Befragungsmodell der LA 70, vorgetragen von Otmar Ernst, die im Methodenband der LA 70 abgedruckt sind. So sehr damals ein Neubeginn in aller Munde war, letztlich blieb man beim Althergebrachten. Die TK-Vorlage basiert im wesentlichen auf Ideen, die Klaus Peter Landgrebe schon im April 1969 zum Befragungsmodell der AGLA geäußert hatte, und die auf einer Linie mit den bislang schon von ihm zitierten Konzeptionen lagen ((150)).

Die Empfehlungen der TECHNISCHEN KOMMISSION und die Modifikationen durch die Spezialisten führten zu dem Beschluß der Durchführung eines Befragungsexperiments (Ex 70) in 8 Splitformen durch das Institut INFRATEST bei 4.187 Befragten, das am kürzesten in einem Brief an alle Mitglieder des ARBEITSAUSSCHUSSES und der SPEZIALISTENKONFERENZ vom 26.11.1969 dargelegt wurde. Er wird auszugsweise dem Anhang beigelegt ((151)).

Die drei Hauptpunkte waren die Prüfung der Auswirkungen von

- Erwähnung der Lesegelegenheiten;
- langem oder kurzem Zeitfilter;
- horizontaler oder vertikaler Abfrage.

Parallel dazu hat CONTEST bei 100 (nicht 70, wie im 1. Teil auf Seite 59 steht) Befragten ein Institutsinterview durchgeführt, um Verständnis und Sicherheit der Aussage zu prüfen.

INFRATEST hatte übrigens mit Pretests vorher auch schon zur Absicherung des Befragungsvorgangs beigetragen.

4.2.1.17.

1970

Der Bericht über den Ausgang des Ex 70 wurde am 4. März 1970 der SPEZIA-

LISTENKONFERENZ vorgetragen. Die endgültige Fassung des Fragebogens der LA 70 wurde am 5.3.1970 vom ARBEITSAUSSCHUSS verabschiedet. Alle Unterlagen dazu bis hin zum definitiven Fragebogen der LA 70 finden sich im Methodenband der LA 70.

Die Entscheidung nach Vorlage und Diskussion der Ergebnisse des Ex 70 war übrigens zugunsten der folgenden Version ausgefallen:

- der Abfrage ohne Lesegelegenheiten,
- für kürzeren Zeitfilter (eigentlich 2 Filter)
- und für vertikale Abfrage.

Dies bildet den Grundstock der LA der 70er Jahre. Aber man war noch nicht am Ende.

Das Problem der Abfrage des Regelmäßigkeitsgrades der Medianutzung mit Hilfe von Skalen beschäftigte die Gemüter weiterhin.

Im AGLA-Bereich waren hintereinander:

- die gemischte Dreizehner-/Zwölferskala,
- die Zehnerskala und
- die Zwölferskala

eingesetzt worden. Weitere Überlegungen - vornehmlich im Hinblick auf Erfahrungen und Diskussionen im Ausland, aber auch im Inland - führten zu dem Auftrag an drei Institute, sich gutachterlich mit dem Problem der Häufigkeitsskala zu befassen:

- IFD sollte die Überprüfung anhand einer bestimmten Nummer,
- WOLFGANG SCHAEFER MARKTFORSCHUNG sollte die Überprüfung anhand verschiedener Nummern und
- MMA sollte die Überprüfung anhand von Panelergebnissen vornehmen.

Die Ergebnisse hierzu finden sich im Methodenband der LA 71 ((152)). Vorge stellt wurden sie auf der SPEZIALISTENKONFERENZ am 26.10.1970 in Berlin. Diskutiert wurden sie auf der SPEZIALISTENKONFERENZ am 26.1.1971 in Frankfurt/Main. In der Arbeit der MMA - zitiert in ((152)) - findet sich übrigens eine vollständige Zusammenfassung der bis dahin verwendeten Skalen zur Ermittlung der Regelmäßigkeit des Lesens.

Zitiert sei hier aus dem Protokoll der SPEZIALISTENKONFERENZ:

"Herr Scheler trug mit Hilfe von Dias das Modell der Abfrage der LA 71 und aus Ergebnissen bzw. Experimenten gewonnene Erkenntnisse vor. Zusammenfassend wurden die vier zur Diskussion stehenden Vorschläge\*) zur Validierung der Skalen bzw. des Leser pro Nummer dargestellt sowie die Probleme methodischer Natur, die sich bei diesen Vorschlägen stellen. Noch einmal wird die Problematik klar, die die derzeitige Eichungstechnik nach Frequenzgruppen darstellt.

....

In einer längeren Diskussion wurde deutlich, daß eigentlich jedes der vorgeschlagenen Validierungsverfahren den Anforderungen der Fachleute gerecht wird und daß es vom forschersischen Standpunkt aus wünschenswert wäre, das eine oder andere, vielleicht sogar mehrere der vorgeschlagenen Verfahren anzuwenden. Es wurde aber ebenso deutlich, daß der Aufwand für derartige Validierungen in keinem Verhältnis zum erwartenden Ertrag steht, zumal die Ergebnisse, per Recognition-Test gewonnen bei INFRA TEST (sog. Validierungs-Untersuchung zur Infratest-Multi-Media-Analyse), zeigen, daß der per Fragestellung in der LA gewonnene Leser pro Nummer dicht bei den Ergebnissen aus dem Recognition-Test liegt.

In der Diskussion setzte sich die Meinung durch, daß die numerische Skala (Zwölferskala) von den Befragten auch nur Schätzungen erbringen könne, die zu scheinbar exakten Werten zu verrechnen ( $K_1$ ) unsinnig sei.

Von der TECHNISCHEN KOMMISSION wurde überdies die Auffassung vertreten, daß man bei Kenntnis der Probleme, die mit Skalenentwicklungen zusammenhängen, sowieso keine Skalen finden könne, deren Ergebnisse ohne Korrektur direkt übertragbar sind. Die Spezialisten gelangten in der Diskussion zu der Meinung, daß es dringlichere Forschungsprobleme zu lösen gäbe als die Validierung der derzeitig verwendeten Instrumente; dennoch sei es angebracht, daß sich die TECHNISCHE KOMMISSION im Rahmen des gesamten anstehenden Forschungspaketes noch einmal mit dem Problemkreis befaßt und der Frage der Skalen-Validierung innerhalb der Forschungsvorhaben den ihr gehörenden Rangplatz zuordnet."

\*)Neben die Vorschläge der drei beauftragten Institute war auch noch das IMMA-Modell von INFRA TEST getreten, auf das wir gleich eingehen werden.

Die eben erwähnte Untersuchung - besser das Konzept dazu - des Instituts INFRATEST ist in einer Veranstaltung am 16.1.1970 in München vorgestellt worden. Die Beschreibung des Modells existiert in Broschürenform ((153)).

Hier wurde eine große Befragung mit einfachen und kurzen Interviews zur Medianutzung gekoppelt mit einer intensiven Erfragung bei relativ wenigen Befragten, deren Aussagen zur Validierung der Auskünfte der Mehrzahl der Befragten herangezogen werden sollten.

In Weiterführung dieses Grundgedankens ist dann noch eine Erweiterung des Informationsbestandes ins Auge gefaßt worden - durch Koppelung mit imd (INFRATEST Marketing-Daten). Dieser Ansatz ist kurz darauf von Gerhard Zacharias vorgestellt worden ((154)). Die AGLA überlegte diesen ihr angebotenen Ansatz sorgfältig und verwarf ihn schließlich. Die beiden Schritte dahin waren ein Gutachten von Ernst Braunschweig((155)), das u.a. einen Vergleich zur LA 70 enthielt, und eine Stellungnahme der TECHNISCHEN KOMMISSION ((156)).

Will man die Überlegungen und Diskussionen zu diesem Komplex zusammenfassen, so geht das nicht ohne einen Vorgriff auf das Kapitel über das Auswertungsmodell.

Die LA 65 enthielt als erste überhaupt - allerdings nur partiell - und die LA 66 dann durchgängig die Frequenzfrage zur Mediennutzung. Schon aus externen Untersuchungen und der LA 65 war bekannt, daß der  $LpN \neq K_1$  sei. Also wurden Maßnahmen getroffen, die zunächst - und zwar in der LA 67 und LA 68 - in einer Justierung bestanden, bei der die Frequenz-Angaben der Befragten verändert wurden: aus 12 von 12 wurde 11 von 12 oder 10 von 12, usf. gemacht, um möglichst dicht an  $LpN = K_1$  zu kommen. Dieses Verfahren bereitet Schwierigkeiten: praktisch beim Verschieben und theoretisch wegen der willkürlichen Manipulation an den Aussagen der Befragten.

1969 hatte man vor, eine andere Art der Behandlung erhobener Daten einzusetzen, die eher eine Transformation, eine Verrechnungsweise der Befragten-Aussagen und nicht mehr ihre Abänderung darstellte, wie bei der bislang geübten Justierung. Sie stützte sich auf französische Vorbilder und bestand darin, pro Frequenzklasse aus der relativen Häufigkeit der  $LpN$  die Lesewahrscheinlichkeit abzuleiten.

Man muß sich klar darüber werden, daß hier eine grundsätzlich andere Perspektive im Umgang mit erhobenen Daten gegenüber der bis dahin geübten Justierung vorliegt.

Wir nähern uns nämlich der Auffassung, daß Erhebung und Auswertung zusammen erst zur prognosefähigen Information über die Mediennutzung führen. Daher wurde sehr bald der Ausdruck Eichung für die angestrebte Transformation gewählt und für die Leserschaft, die daraus hervorgeht, der  $LpA$  (Leser pro Ausgabe).

1969 jedoch war die Diskrepanz zwischen  $LpN$  und  $K_1$  so groß, daß man zu einem Hilfsmittel griff: dem sogenannten "Vogdt'schen Mittelwert" zwischen  $LpA$  und  $K_1$ .

Die LA 70 übernahm das französische Verfahren der frequenzklassenweisen Bestimmung der Lesewahrscheinlichkeiten ohne Mittelung.

Unbefriedigende Strukturvergleiche aus der LA 70 im Vergleich  $LpN$  zu  $LpA$  und die Diskussion um das IMMA-Vorgehen führten zu zweierlei:

- Einmal der Überzeugung, man sollte über Segmentation eichen, aber den Eichungsprozeß auf Informationen stützen, die aus der gleichen Untersuchung stammen wie die übrigen Daten, also auch aus der MA.
- Man sollte vorher in einem Experiment mehr über Ursachen und Auswirkungen der Eichung erfahren.

So wurde die sogenannte "Diskrepanzanalyse" als Experiment vom Bureau Wendt durchgeführt, auf der SPEZIALISTENKONFERENZ am 26.10.1970 vorgetragen, in Berichtsform vorgelegt und auf der SPEZIALISTENKONFERENZ am 26.1.1971 diskutiert ((157)). Das Ergebnis: Weiterführung der Experimente zur Prüfung des speziellen technischen Verfahrens mit dem Ergebnis der Entscheidung zugunsten des Segmentationsverfahrens nach Belson, um die Eichung der erhobenen Werte am  $LpN$  vorzunehmen. Die endgültigen Überlegungen und die abschließenden Tabellierungen zur Überprüfung sind im Methodenband der LA 71 abgedruckt ((158)). Dort stehen gleichzeitig die ersten Ergebnisse der tatsächlich für die LA 71 vorgenommenen Eichungsvorgänge der einzelnen Titel.

Damit war das heutige Wahrscheinlichkeitsmodell im Erhebungs- und Auswertungssystem der AGLA verankert.

Für die Funkmedien wurde übrigens 1969 erstmals eine Nutzungswahrscheinlichkeit berechnet. Ab 1970 änderte sich das Befragungsschema, so daß zunächst experimentell - wie wir aus den Modellerörterungen in Teil I bereits wissen - stärker in Richtung auf bedingte Wahrscheinlichkeiten gehend - und dann nochmals aufgrund eines anderen Konzeptes blockweise Wahrscheinlichkeiten berechnet wurden. Die ersten Überlegungen dazu finden sich im Methodenband der LA 70 ((159)); die zweiten im Berichtsband "Vergleichende Übersichten" ((160)) der LA 70.

Daneben gab es andere Probleme.

Die Thematik der Fusion hatte die AGLA zu jener Zeit mehrfach beschäftigt:

- nicht allein wegen der eigenen Fusion innerhalb der LA 68,
- sondern auch wegen der RTV-Fusion in die LA 68 und LA 69;
- der WELTBILD-Fusion LA 69
- und davorliegender Fusionen LA 64, LA 66 und LA 67 aus dem INFRA TEST-Bereich.

Die AGLA hatte das Bedürfnis, sich intensiver damit auseinanderzusetzen. Aus diesem Grunde wurde eine FUSIONSKOMMISSION eingesetzt.

Aus dem Jahre 1970 sind drei Unterlagen zu nennen:

- ein Gutachten von Karl-Friedrich Flockenhaus ((161));
- die Beschreibung eines Fusionsprogramms von Friedrich Wendt ((162));
- ein Experiment-Bericht von Karl-Friedrich Flockenhaus ((163)).

Alle drei gehören in einen Experimentierbereich, der 1970 begann und über den Friedrich Wendt im Jahre 1971 ((164)) und 1972 ((165)) berichtet hat.

Als Randbemerkung und zur Ergänzung: In diese Zeit fiel auch die intensive Beschäftigung mit Stichproben-Problemen.

Auf der einen Seite ist es die MITGLIEDERVERSAMMLUNG vom 28.1.1970 gewesen, die mit ihrer Budget-Bewilligung von DM 500.000,- den Weg für das

koordinierbare Stichproben-System und damit für das heutige Feldmodell freigegeben hat.

Auf der anderen Seite befaßten sich die Spezialisten auf einem Hearing am 21.10.70 in Berlin mit der Stichproben-Problematik - jener Sitzung, auf der auch die Validierungsgutachten zur Frequenzfrage von den drei Instituten (mit einem Zusatzvortrag von Wolfgang Ernst zur "Bestimmung der optimalen Heftnummer zur Validierung von Verbalskalen") sowie die "Diskrepanzanalyse" von Friedrich Wendt vorgetragen wurden.

Aus dieser Sitzung wurden zur Stichproben-Thematik gehört:

- Friedrich Wendt, Hamburg:  
"Die koordinierte Gesamtstichprobe für die Leseranaysen 1971 ff"
- Drs. Coen de Koning, Rotterdam, und Jelle Bosman, Haarlem:  
"Die integrierte Haushalt- und Personenstichprobe der TON"
- Axel Bremer, Essen:  
"Gewinnung einer Personenstichprobe aufgrund von Haushaltsadressen im Felde"
- Michael Brown und W.D. McClelland, London:  
"Probleme der kontinuierlichen Feldarbeit, des Tagessamples und der Sample Points bei der NRS"

Ein Protokoll dieser Sitzung existiert leider nicht.

Als ein Experiment ganz besonderer Art kann man die Maßnahme bezeichnen, den Fortgang der LA 70 von dem Ergebnis der ersten fünf Befragungswochen abhängig zu machen. Aus 3.000 Fällen von CONTEST und 2.826 Fällen von INFRA TEST wurden die ungewichteten Ergebnisse der Zeitschriften verglichen. Wegen der Übereinstimmung mit dem Ex 70 wurde beschlossen weiterzumachen.

1971 wurde - auch ohne Anlaß einer unmittelbaren Entscheidung - dieses Verfahren wiederholt (Mitgliederrundbrief Juni 1971).

Der Zusammenhang der SPEZIALISTENKONFERENZ vom 26.10.1970 mit der SPEZIALISTENKONFERENZ vom 26.1.1971 ist bereits aufgeführt worden. Neben den Überlegungen zur LA 71 und damit der Fortführung der Gedanken zum Modell der 70er Jahre befaßte man sich mit einem Gutachten, das Klaus Peter Landgrebe vorlegte und das sich mit den fünf wesentlichen Elementen der Erhebung befaßte ((166)).

- "A. Wie gelangt das Erhebungsinstrument zur Auskunftsperson: durch Interviewer oder durch die Post.
- B. Wird die Auskunftsperson nur einmal oder mehrmals in regelmäßigen Abständen angesprochen.
- C. Werden der Auskunftsperson Gedächtnisleistungen, Wissen, Kenntnisse abverlangt (diese Art von Untersuchungen kümmert sich nicht um Meinungen!) oder wird sie zur Selbstbeobachtung aufgefordert.
- D. Werden die Auskünfte mündlich oder schriftlich erbeten und gegeben.
- E. Werden die Auskünfte wieder abgeholt (durch Interviewer) oder wird ihre Rücksendung durch die Post erwartet."

Nach dem Experiment mit den "Sozialen Schichten" in der LA 69 befaßte sich die TECHNISCHE KOMMISSION im Jahre 1971 erneut mit dieser Thematik. Sie gab dem Projekt jetzt den Namen "Sozio-kommunikative Schichten" und empfahl die Übernahme in die normale Auswertung. Infolgedessen wurden diese "Sozio-kommunikativen Schichten" von der LA 71 ab im Berichtsband aufgenommen. Sie blieben Bestandteil der LA bzw. MA bis 1976 ((167)).

Die Kumulation hatte in ihrer Weiterentwicklung die Media-Selektion zur Folge. Deren Anwendung führte zu Unsicherheiten oder zumindest zu dem Bedürfnis, sich über Auswertungskonventionen Gedanken zu machen.

Dazu traf sich die TECHNISCHE KOMMISSION auf Anregung des Verlagshauses BURDA in München mit den Fachleuten auf dem Gebiet der Media-Selektion und brachte das Thema zu einem vorläufigen Abschluß, der jedoch nicht voll befriedigte, weil eben ein Kompromiß zwischen Genauigkeit und Stabilität der Ergebnisse einerseits und den ökonomischen Grenzen andererseits sicher nie die maximale Befriedigung verschaffen kann ((168)).

Fortgeführt wurde das Thema auf der SPEZIALISTENKONFERENZ am 27.1.1972 mit einem Vortrag von Otmar Ernst ((169)).

Die Diskussion um die Problematik der Auswertungskonventionen ist noch immer im Gange.

Doch zurück zur Erhebung:

Die TECHNISCHE KOMMISSION hat im Auftrage des ARBEITSAUSSCHUSSES (vom 27. Januar 1971) eine Prioritätenliste der Forschungsvorhaben für 1971 aufgestellt, in der u.a. auch die hier behandelten Experimente und Gutachten aufgeführt sind. Die gesamte Prioritätenliste ist im Methodenband der LA 71 zu finden ((170)).

Ein zunächst kleiner, aber grundsätzlicher Punkt bezog sich auf die Abgrenzung des Kontaktbegriffs. Zum Thema Doppelseitenkontakt, Hefnutzung hat Klaus Peter Landgrebe eine Ausarbeitung ((171)) vorgelegt, die am 18./19.5.1971 in der TECHNISCHEN KOMMISSION diskutiert wurde.

Im wesentlichen ging es um die Frage, wie weit die Verantwortlichkeit der Werbeträger reicht, das heißt, welches Maß infolgedessen noch zur Insertionswertbestimmung von einer Veranstaltung - wie der AGLA - geliefert werden sollte. Die Diskussion darüber wurde fortgesetzt.

Das Thema Konsumdaten - seit dem Fortfall aller entsprechenden Daten aus dem Befragungsbereich der AGLA 1969 von besonderem Interesse - wurde mit einem Vorschlag von Klaus Peter Landgrebe 1971 innerhalb der TECHNISCHEN KOMMISSION erneut aufgegriffen ((172)).

Auch hier ging bei divergierenden Auffassungen die Diskussion weiter (siehe die Ausführungen der TECHNISCHEN KOMMISSION zu ihrer Prioritätenliste 1971) und führte auf der SPEZIALISTENKONFERENZ am 27.1.1972 nach einem Vortrag von Rolf Messow ((76)) zu einem Vorschlag einer Lösung von Haupterhebung Medien und Omnibusbefragungen zu vier Zielgruppen-Bereichen aus dem Konsumsektor, den der ARBEITSAUSSCHUSS aber verwarf - primär aus rechtlichen Gründen, weil entgegen der Satzung bei einer solchen Vorgehensweise nicht alle Daten allen zur Verfügung stünden.

Schon 1971 ist von einer Gruppe Düsseldorfer Agenturen ein Experiment in Gang gesetzt worden, das die praktische Brauchbarkeit der Konsumdaten zur Zielgruppen-Bestimmung gegenüber den sozio-demographischen Merkmalen prüfen sollte. Das Ergebnis wurde in einem gemeinsamen Kommuniqué niedergelegt ((173)). Es erbrachte keine Präferenz für die Variablen des Verbrauchsverhaltens.

"Aus den dargestellten Ergebnissen des Tests läßt sich die Frage

'Sind personenidentische Media- und Konsumdaten wirklich besser?'

für die Media-Planungspraxis eindeutig beantworten:

Die direkte Erfassung der Zielgruppen über deren Verbrauchsverhalten führte auf der Produktfeld-Ebene in nur 4 bzw. 31 von 549 Fällen zu signifikant abweichenden Ergebnissen (Varianz- bzw. Sigma-Differenz-Verfahren).

Diese Aussage beinhaltet keine Wertung der unterschiedlichen Möglichkeiten zur Zielgruppenbestimmung. Rein ökonomische Überlegungen lassen es jedoch in dieser Situation verständlich erscheinen, daß das konventionelle Planungsverfahren präferiert wird; es wäre nicht sinnvoll, eine Untersuchungsmethode durch eine andere zu ersetzen, wenn dem finanziellen Mehraufwand kein statistisch gesicherter Nutzen gegenübersteht.

Schlußfolgerungen für die Markenebene sind anhand des Testmaterials nicht zu treffen. Für die Mehrzahl der Produktbereiche wäre dieses Problem nur über eine wesentliche Aufstockung der Stichprobe zu lösen, um auch Aussagen für mittlere und kleinere Marken sowie Werbeträger zu ermöglichen.

Auf Grund des verstärkten Massencharakters anderer Mediagattungen darf für sie ein analoges Ergebnis für die untersuchten Produktbereiche unterstellt werden.

Die bisherige Betrachtung ging allein vom mediaplanerischen Problem der Selektion von Zeitschriftentiteln nach Reichweitenauszählungen aus. Beurteilt wird nicht der Stellenwert einer kombinierten Markt-Media-Untersuchung in anderen Bereichen der Marketing-Planung.

Zweifellos bietet ein umfassendes Datensystem selbst als Gemeinschaftsanalyse Vorteile zur Lösung spezieller Probleme im Verbrauchs- und Informationsverhalten (z.B. problemgerechte Marktanalyse, Werbewirkungskontrolle, Intermediavergleich).

Im Bereich der reinen Titel- und Medienselektion werden möglicherweise andere Erklärungs-Variablen eher ein unterschiedliches Kommunikationsverhalten widerspiegeln."

Der nächste Schritt in diesem Zusammenhang wird dann erst wieder die Diskussion im Rahmen des Satelliten-Systems sein.

Angesichts dieser Situation wurde - da 1971 noch keinerlei Einigkeit bestand - über Alternativen diskutiert, die sich darin anzudeuten schienen, daß man sich einer intensiveren Nutzung der vorhandenen konventionellen Zielgruppendaten (aus der Sozio-Demographie) zuwandte. Einem Angebot von Peter Beike ((174)) folgte noch in demselben Jahr 1972 eine sehr ausführliche Ausarbeitung ((175)), die sowohl eine stattliche Sammlung sinnvoller Merkmale als auch eine Faktorenanalyse beinhaltete, um Auswahlkriterien zu liefern. Zudem gab ein Literaturverzeichnis Hinweise auf Initiativen in- und außerhalb des AG.MA-Bereichs sowie Hinweise auf die Verhältnisse im Ausland. In gewisser Weise wurde hier der Versuch unternommen, an frühere Bemühungen außerhalb der AGLA anzuknüpfen, um zu Konventionen zum "Statistik-Teil" des Fragebogens zu gelangen. Das Ergebnis war nach einigen Diskussionen die Aufnahme einer Reihe der Empfehlungen in die MA 74 ((176)).

Im Zusammenhang mit dem Übergang der AGLA zur AG.MA - also zur "All"-Medienuntersuchung - ist 1970 ein Experiment geplant und 1971 in Gang gesetzt worden, das zwei Zwecken dienen sollte. Zum einen ging es um die Auffindung einer zweckentsprechenden Abfrage der Funkmedien (ein Tagesablaufschemata wurde von den Vertretern der Funkmedien präferiert; die Medienkontakteinheit war noch unklar); zum anderen um die immer wieder hochkommende Frage, auf welche optimale Weise es möglich sei, die Informationsflut einzusammeln, die für Mediaplanungszwecke als erforderlich angesehen wurde. Nachdem den Verantwortlichen bewußt war, daß das MA-Interview immer mehr an die obere Grenze der Belastbarkeit bei den Befragten herankam, wurde die Frage ventiliert, die erforderlichen Informationen durch Nachbefragungen einzuholen. Die Bemühungen wurden zusammen mit der TECHN-



SCHEN KOMMISSION im Rahmen der Werbefunkhöreranalyse des ZAW 1971 angestellt. Das ausführende Institut war INFRATEST. Die Diskussion um eine geeignete Fragestellung für die Funkmedien, also der eine Teil des Untersuchungszweckes, ging weiter. Zum anderen Punkt führten die Nachbefragungen zu dem Ergebnis, daß

- eine Individualübereinstimmung nur in recht wenigen Fällen vorlag;
- während im wohlwärtigen Ausgleich des Gesamt die Werte der primären ZAW-Untersuchung weitgehend reproduziert wurden;

Quantitativ lagen folgende Verhältnisse vor:

"1. 2465 Fälle

Haushaltsidentität bei ZAW - LA Befragung (gleiche Listennummer und gleiche lfd. Nummer).

2. 1307 Fälle (aus 2465)

neben Haushaltsidentität wurde gleiches Geschlecht und gleiches Alter festgestellt (Personenidentität)

3. 1868 Fälle (aus 2465)

neben Haushaltsidentität und gleichem Geschlecht wurde eine Altersdifferenz von  $\pm$  1 Jahr festgestellt, wobei Personenidentität unterstellt wird.

4. 1973 Fälle (aus 2465)

Haushaltsidentität und ebenso Geschlechtsidentität; Altersdifferenz zwischen  $\pm$  2 bis 5 Jahre. Mit großer Wahrscheinlichkeit ebenso Personenidentität."

Ein solches Ergebnis mußte erneut die Fusion als Möglichkeit in der Diskussion hochkommen lassen.

4.2.1.19. 1972

Insofern war auch das Fusionsexperiment wieder als Thema aufzugreifen. Bereits im Rahmen der 70er Aktivitäten sind im Vorgriff die beiden Ausar-

beitungen von Friedrich Wendt erwähnt worden, die sehr technisch gehalten waren ((164)) ((165)). Sie berichten von der Machbarkeit der Fusion und ihren Kontrollmöglichkeiten. Eine populäre Darstellung und Fusionsregeln wurden für nötig erachtet. Die populäre Darstellung ließ noch auf sich warten. Eine erste Fassung der Richtlinien erbrachte die ARBEITSAUSSCHUSS-Sitzung am 26.10.1972. Sie lautete:

"Die Mitglieder der AG.MA sind gehalten, unabhängig von den Bestimmungen der Artikel 15 und 16 der Satzung, jedes Vorhaben einer Fusion von MA-Daten mit Datenmaterial aus anderen Quellen vorher der Geschäftsstelle der AG.MA bekanntzugeben und das Fusionsergebnis zur Begutachtung vorzulegen."

Die Fusionspraxis ist übrigens erst wieder später fortgesetzt worden, nachdem auf der vorerwähnten ARBEITSAUSSCHUSS-Sitzung vom 26.10.1972 eine von INFRATEST für ZUHAUSE durchgeführte Fusion mit der MA 72/I nicht akzeptiert wurde.

Die MA 72/I und 72/II sind die ersten Media-Analysen mit dem neuen 70er koordinierten Stichproben-System.

Damit wurde das Thema Regionalisierung stärker als zuvor diskussionsbedürftig, aber auch -fähig: Einmal überhaupt zur Verbesserung der statistischen Repräsentanz, zum anderen im Zusammenhang mit den regionalen Medien und darüber hinaus ganz allgemein für regional gebundene Informationen.

Über das Stichproben-System ist an dieser Stelle nichts weiter zu sagen. Allerdings ist hinzuzufügen, daß 1972 zur Verbesserung der Basis zwei Tranchen mit je über 14.500 Fällen (zusammen 29.446 Fälle) erst gesondert erhoben und ausgewiesen wurden, und daß es dann zwei zusätzliche Berichtsbände gegeben hat ((177)).

Wie bereits im Kapitel "Feldmodell" dargestellt, ist aus diesem Vorhaben letztlich das von der MA 73 an praktizierte Feldmodell hervorgegangen.

Einzeldaten von Zeitungen konnten derzeit nur experimentell ausgewiesen werden. Für die LA 71, MA 72/I und beide zusammen gab es im Methodenband

der MA 72/I erstmals Angaben ((178)). Sie wurden in weiteren Media-Analysen allerdings jeweils im Methodenband fortgeführt.

Diese Ausweisungen und auch die Diskussion in den Gremien mit den Funkmedien sind methodische Beiträge zur Öffnung der AG.MA für andere Medien als Mitglieder. 1972 durchgeführte Besprechungen wegen der Plakatwerbung und wegen des Supplements RTV gehörten dazu ((179)). Die Erörterungen um die Funkmedien finden ihren ersten Niederschlag in einem Papier von Klaus Peter Landgrebe, das wir dem Anhang beifügen ((180)).

Für das Jahr 1972 ist im Rahmen der "Regionalisierung" als Problembereich noch die Veranstaltung der SPEZIALISTENKONFERENZ in Berlin am 11.12.72 zu nennen. Damals haben - angefangen bei dem Vater der modernen deutschen Regionalstatistik Olaf Boustedt - eine ganze Reihe von Experten das Thema Regionalisierung von allen möglichen Seiten beleuchtet. Im Methodenband der MA 73 stehen sämtliche Referate ((181)).

Im Zusammenhang damit ist u.a. von Experimenten im Zeitungsbereich die Rede, auf die wir zu sprechen kommen werden.

In das Jahr 1972 fiel übrigens auch die bereits erwähnte Zusammenstellung von Klaus Peter Landgrebe zu den "Erinnerungshilfen in der Leserschaftsforschung" ((87)) - einer dokumentarischen Zusammenfassung der Untersuchungen zum Problem "Aided Recall" bis zum Ende des Jahres 1971.

4.2.1.20.

#### 1973

Wiederum gibt es einen Forschungsplan der TECHNISCHEN KOMMISSION ((182)). Die Hauptpunkte waren:

##### A. Definition der Informations-Bedürfnisse

1. Enger an den Werbemittelkontakt heran;
2. Für den Intermediavergleich Maßstäbe zur Beurteilung der Medien finden;
3. Verbindung zum Konsumverhalten finden.

##### B. Theoretisches Grundkonzept der MA (jedenfalls bislang)

1. Gewinnung von Konfrontationswahrscheinlichkeiten;

2. Beschränkung auf ein Interview pro befragter Person;
3. Beschränkung auf das Einsammeln von Medieninformationen;

##### C. Praxis der MA

1. Stichprobe / Feldeinsatz
2. Abfragemodell
3. Berichterstattung
4. Auswertungskonvention
5. Anwendungsleitfaden

Aus diesem Gerüst ging ein Papier ((183)) hervor, das nicht in den Methodenbänden abgedruckt ist und das schon im Anhang des 1. Teils aufgeführt wurde. Diese Unterlage stellt eine Art Standortbestimmung der MA dar.

Die neun Hauptpunkte sind:

1. Funktion der MA
2. Methodische Grundprobleme der MA
3. Derzeitiger Stand der AG.MA
4. Problemkreise mittelfristiger und langfristiger Forschung
5. Übergang vom Werbeträger- zum Werbemittelkontakt
6. Einfluß des Werbeträgers auf die Werbewirkung
7. Probleme des Fragebogens - und/oder Interviewkapazität
8. Probleme der Reihenfolge in der Abfrage
9. Problem der Beschreibung von Zielgruppen und der Zusammenführung von Informationen aus dem Produkt- und Medienbereich.

Zwischenzeitlich war - auf der ARBEITSAUSSCHUSS-Sitzung am 5.9.1973 - eine Budgetfestlegung erfolgt mit Entscheidungen auch über mittel- und langfristige Prioritäten. Wir legen dieses Papier zur Ergänzung und Erweiterung der gerade erwähnten und erst später veröffentlichten Unterlage im Anhang dieses Teils vor ((184)).

Zur Verbesserung der Fernseh- und Funkabfrage ist schon 1972 ein Experiment geplant und in Gang gesetzt worden (vgl. das Landgrebe-Papier ((180)) vom 8.12.1972), das vom Institut GETAS, Bremen, im wesentlichen 1973 durchgeführt wurde. Die Übersicht darüber steht im Methodenband der MA 73 ((185)).

Das Experiment hat in einer ersten Phase verschiedene Erhebungsmodelle verglichen, von denen keines in die MA als integrierbar anzusehen war. Erst eine zweite Phase mit vereinfachten Fragestellungen hat ein akzeptables Abfragemodell erbracht, das dann in der MA 74 eingesetzt wurde. Ein Kurzbericht vom April 1973 wird dem Anhang beigelegt ((186)).

Der Originalbericht von GETAS zu dem ganzen Experiment findet sich im Methodenband der MA 73 ((187)). Mit der gefundenen Lösung war man aber noch nicht zufrieden.

Zur Fortführung der Überlegungen zur verbesserten Funk- und Fernsehfrage wurden u.a. nochmals Daten der LA 71 (und der MA 73) mit der ZAW-Werbefunkhöreranalyse 71 verglichen. Bei mehreren Tests ergaben sich keine signifikanten Unterschiede zwischen der Stunden- und der Viertelstunden-Abfrage (Tabellen vom 15.11.1973 zur Vorbereitung der TK-Sitzung am 21./22.11.1973) ((188)).

Dies war der eine offene Punkt: die Frage nach der Medienkontakteinheit. Daneben gab das unterschiedliche Verhalten in der Woche und am Wochenende - überhaupt die Einordnung der Funkmedienabfrage in den Fragenablauf der MA - zu denken. Und schließlich ging es um die Sender-Identifikation.

Hierzu unterbreitete das Institut WOLFGANG SCHAEFER MARKTFORSCHUNG, Hamburg, Vorschläge, die diskutiert und zum Teil auch mit verwertet wurden ((189)).

Im übrigen wurde ein Plan des Expertenausschusses der ARD erörtert, Pretests für die geplante neuerliche Werbefunkhöreranalyse - jetzt Funkmedienanalyse 74 genannt - durchzuführen. Die AG.MA hatte daran keinen Anteil als nur in der Diskussion im Beraterkreise. Im AG.MA-Bereich ging es erst 1974 mit der SPEZIALISTENKONFERENZ zum Funkmedien-Thema weiter und mit einem eigenen Pretest für die Funkmedienabfrage der MA 75.

Über Plakatanschlag und Film- und Diawerbung wurde 1973 nur diskutiert, zum Plakatanschlag z.T. protokolliert ((190)).

Für die Zeitungen hingegen gab es weitere experimentelle Schritte, die sich noch länger hinzogen.

Schon die Globalausweisungen von Regionalzeitungen waren - wie die aller übrigen Titel - von der früher sehr starken Klumpung betroffen. Erst 1973 konnte man überhaupt hoffen, daß das neue Feldmodell auch für Einzeltitel mit nur regionaler Verbreitung vernünftige Ergebnisse bringen würde. Dem wollte man nachgehen.

Man mußte experimentell zu ergründen suchen, ob die seit 1973 vorhandene, breitere Streuung der Sampling Points für die Einzelausweisung von regionalen Zeitungstiteln ausreicht und - das ist die neue, andere Perspektive - ob man etwa bestehende Disproportionalitäten nachträglich beheben könnte.

1973 hat es folgende Aktivitäten gegeben, wobei einzelne Anstrengungen von AG.MA-Mitgliedern naturgemäß hier außer acht bleiben (obgleich es sie gegeben hat):

25 Zeitungstitel, nämlich:

HAMBURGER ABENDBLATT  
HANNOVERSCHE ALLGEMEINE  
NEUE OSNABRÜCKER ZEITUNG  
BRAUNSCHWEIGER ZEITUNG  
NORD-WEST-ZEITUNG  
KÖLNER STADT-ANZEIGER  
WESTDEUTSCHE ALLGEMEINE  
NEUE RUHR-RHEIN ZEITUNG  
EXPRESS  
WESTDEUTSCHE ZEITUNG  
RHEINISCHE POST  
RUHR-NACHRICHTEN  
WESTFÄLISCHE RUNDSCHAU  
ABENDPOST/NACHTAUSGABE  
SAARBRÜCKER ZEITUNG  
DIE RHEINPFALZ  
SÜD-WEST-PRESSE  
SÜDDEUTSCHE ZEITUNG  
ABENDZEITUNG 8 UHR BLATT  
AUGSBURGER ALLGEMEINE  
TZ-MÜNCHEN

sind mit ihren Reichweiten aus der MA 73 der folgenden Prozedur unterworfen worden (wobei übrigens die SÜDDEUTSCHE ZEITUNG der Initiator war):

Die Verbreitungsanalysen der Tageszeitungen, die alle zwei Jahre zur Verfügung stehen, geben für Gemeinden mit mehr als 5.000 Einwohnern und die Kreisreste mit den Gemeinden, die weniger als 5.000 Einwohner aufweisen, die Auflage an. Diese IVW-Verbreitungsgebiete, wie sie seither genannt werden - für die VA 73 2.087 an der Zahl -, stimmten nun ganz sicher nicht mehr mit den nur 116 Schichtungszellen des 70er Stichproben-Systems überein.

Insofern boten sie ein gutes Experimentierfeld. Man konnte prüfen, inwieweit und in welcher Richtung Disproportionalitäten in der Repräsentanz dieser IVW-Gebietseinheiten vorlagen und pro Einheit einen Faktor errechnen, der die Proportionalität der Einheit in der Stichprobe gegenüber den Verhältnissen in der Grundgesamtheit der BRD und Berlin (West) herstellt.

Die Ergebnisse brachten zutage: Die Faktoren schwankten relativ wenig um Eins herum, praktisch von 0,8 bis 1,2. Die Ergebnisse für die einzelnen Zeitungen wichen von den ursprünglichen ab, aber auch die Ergebnisse der regional eigentlich nicht betroffenen Zeitschriften wurden verändert.

Das führte zu der naheliegenden Überlegung, sich wegen der Proportionalisierung künftig nur noch um die Zeitungen zu kümmern und die Zeitschriften nicht mit Disproportionalitätsfaktoren zu belegen. Auf welche Weise dies weiterging, werden wir 1974 sehen.

Es gab aber noch andere Themenbereiche im Jahre 1973.

Im Zusammenhang mit Gesprächen der TECHNISCHEN KOMMISSION, um Kooperationsmöglichkeiten mit der neu gegründeten G + I, Nürnberg, zu erkunden, hat Klaus Peter Landgrebe eine Synopsis der Methoden und Bedingungen abgefaßt, die im G + I-Haushaltspanel, im G + I-Individualpanel, im G + I-Entwicklungspanel und in der MA vorzufinden sind ((191)). Konsequenzen erwachsen daraus nicht.

Zum Thema Fragebogen wurden zwei Expertisen eingeholt, um herauszufinden, ob man diesem technischen Instrument nicht eine leichter handhabbare Gestalt geben könne. Als Experten boten sich zwei Institute an, die sich unabhängig voneinander mit dem Problem von "schuppenförmigen" Fragebogen befaßt hatten. Am 11.12.1973 trugen die beiden Institute ihre Verfahren vor, die zwar positiv beurteilt wurden; letztlich scheiterte ihre Übernahme jedoch an rechtlichen (Gebrauchsmuster-) Problemen ((192)) ((193)).

Zum Diskussionsthema der TECHNISCHEN KOMMISSION über Soziale Schichten und Lebensphasen hat Klaus Peter Landgrebe eine Ausarbeitung vorgelegt, die den Ausgangspunkt für die Arbeiten bilden sollte, die schließlich in den Demotypen ihren Niederschlag fanden ((194)).

In das Jahr 1973 fielen noch drei Veröffentlichungen, die aus ganz unterschiedlichen Bereichen stammen.

- Klaus Peter Landgrebe hat auf der MITGLIEDERVERSAMMLUNG am 28.6.1973 einen Vortrag gehalten, über sich mit den unterschiedlichen Erhebungsmethoden in den wesentlichen europäischen Ländern und in Südafrika befaßte, um Anregungen für die eigene Arbeit daraus zu beziehen ((195)).
- Die Basis-Arbeit dazu von Klaus Peter Landgrebe geht noch weiter. Sie stellt den ersten Fall einer Patronatsedition dar - in diesem Fall von GRUENER + JAHR. Es wird eine Synopsis über 12 Erhebungsinstrumente aus 9 Ländern in 6 Sprachen geboten ((196)).
- Erwähnt wurde bereits das kleine Werk "Tafeln zur Ermittlung der statistischen Signifikanz von Stichproben-Ergebnissen". Es erschien auch 1973 ((37)).

4.2.1.21.

1974

Im Vordergrund des Interesses stand - wie schon in den Vorjahren - wieder der Erhebungsbereich der Funkmedien. Es berichteten verschiedene Sprecher über die Situation auf einer SPEZIALISTENKONFERENZ am 6.3.1974 in Berlin, deren Referate sämtlich im Methodenband der MA 74 abgedruckt sind ((197)).

Die übrigen Referate reichen hinein in den Bereich dieser 25 Jahre-Chronik,

vor allem durch einen Vortrag von Hans-Erdmann Scheler unter dem gleichlautenden Titel "Vom Leser pro Nummer zur Nutzungswahrscheinlichkeit" ((198)), seinerzeit unter dem Aspekt der bis dahin vergangenen 20 Jahre, wie dies dann auch in dem bereits erwähnten Vortrag von Friedrich Wendt auf der MITGLIEDERVERSAMMLUNG am 12.9.1974 der Fall war ((199)).

Zum Thema Funk und Fernsehen gab es den schon erwähnten Pretest zur Funkmedienanalyse 74 (außerhalb der AG.MA) mit einem für die MA etwas zu umfangreichen Abfrage-System. Deswegen wurde innerhalb der AG.MA in einem Fragebogen-Test an 2 x 100 Befragten, den GETAS für die AG.MA durchgeführt hat, ein praktikables Verfahren erprobt und von der MA 75 an eingesetzt. Über diesen Komplex wird im Methodenband der MA 74 berichtet ((200)).

Mit dem bis dahin erreichten Stand konnte die MA 75 im Einvernehmen mit den Funkmedien für deren Abfrage ausgestattet werden. Aber die Diskussion war noch keineswegs am Ende, wie wir 1975 sehen werden.

Im Auswertungsbereich ist noch anzumerken, daß das recht schwierige Befragungsschema der Funkmedien für die MA 74 dazu geführt hatte, daß Angehörige des WNK ohne Frequenzangaben blieben. Für die Berechnung der Nutzungswahrscheinlichkeiten wurde nach einigen Experimenten eine Lösung gefunden, diese Kategorie in der Segmentierung als "vagabundierend" einzuführen.

Die Erörterungen um Funk, Fernsehen und Zeitungen führten übrigens im Bereich der Berichterstattung zu einem Sonderband mit detaillierten Informationen zu diesen drei Medienkomplexen ((201)).

Es ist noch von weiteren Aktivitätsbereichen in 1974 zu berichten.

Zum Thema Werbeträgerkontakte gehörte neuerlich wieder die Diskussion der darüber hinausgehenden Kontaktmöglichkeiten. Aufgrund einer intensiven Beschäftigung mit der Thematik der "Werbemittelkontakte" in den Niederlanden durch die bereits erwähnte PKO aus dem Jahre 1973 schien es geraten, eine sorgsame Dokumentation bei dem Initiator und Durchführer dieser Untersuchung, Jan Noordhoff, in Auftrag zu geben, die 1974 besprochen und vorgenommen wurde, aber erst 1976 als Band 4 der AG.MA-Schriften erschien ((202)).

Außerdem gab es 1974 Beschäftigungen mit dem Thema der zielgruppenbeschreibenden Merkmale. Hier ist mehrerlei zu nennen. Zunächst hat Klaus Peter Landgrebe auf der TK-Sitzung am 15.3.1974 ein Exposé vorgelegt, das sich ganz allgemein mit Frageformulierungen befaßte ((203)). Die TECHNISCHE KOMMISSION beschloß daraufhin am 8.5.1974 ein Expertenrating, dessen weitere Diskussion letztlich Eingang in das spätere Projekt "Basisstrukturdaten" gefunden hat. Die Vorlage wurde von Klaus Peter Landgrebe erarbeitet. Sie trug denselben Titel "Sammlung von Frageformulierungen" wie das eben genannte Exposé. Der Bericht dazu wurde erst im Dezember 1975 vorgelegt ((204)).

Davor aber wurde 1974 die schon 1973 begonnene Diskussion um ein analytisches Bemühen zur Auffindung von zusammenfassenden sozio-demographischen Merkmalen weitergeführt, und zwar in der Konzeption gemeinsam von Klaus Peter Landgrebe und Friedrich Wendt. Dokumentiert ist das Bemühen in zwei Exposés der Jahre 1974 und 1975 ((205)). Mit dem Arbeitstitel "Lebenszyklen" wurde zugleich in im Kapitel Zielgruppen erwähnte Zusammenhang deutlich und die Marschrichtung der Bemühungen - auf die Demotypologie zu, wie im Abschnitt über Zielgruppen-Merkmale erörtert.

Am 8.5.1974 befaßte sich die TECHNISCHE KOMMISSION mit einem Projekt, das dann aber nicht weiter verfolgt wurde: einem Lehrprogramm. Dazu gab es eine Ausarbeitung von Klaus Peter Landgrebe ((206)) und am 8.5.1974 selbst einen Vortrag dazu des Instituts INFAL ((207)).

In gemeinsamer Anstrengung der MMC, der IBM und des Statistischen Bundesamtes wurde versucht, die Redressement-Unterlagen zu aktualisieren. "Aktuell" das heißt: Volkszählung 1970, aber definitive Daten, wie im Kapitel "Feldmodell" abgehandelt.

Klaus Peter Landgrebe legte auf Veranlassung des ARBEITSAUSSCHUSSES ein Exposé ((208)) vor, das einem Auftraggeber von Marktforschungs-Untersuchungen erlauben sollte, bei der Auswahl von Marktforschungsinstituten über objektive Kriterien zu verfügen. Das Exposé in seiner Ausführlichkeit ist sorgsam diskutiert worden. Ein Extrakt davon kam in den Methodenband der MA 75 - als eine vom ARBEITSAUSSCHUSS am 27.11.74 gebilligte Zusammenfassung der Beurteilungskriterien ((209)).

Schließlich gingen 1974 auch noch die Bemühungen um eine zeitungsadäquate Erhebungsform innerhalb der AG.MA aus dem Jahre 1973 weiter, nachdem das Thema "Regionalisierung" auf der SPEZIALISTENKONFERENZ am 11.12.1972 behandelt worden war, die REGIONALPRESSE als Institution finanziell zur MA beitrug und die bis 1969 zurückreichenden Anstrengungen um die Erhebung von Einzelzeitungen (seit der LA 71 auch um ihre Ausweisung - erstmals im Methodenband der MA 72/1) als notwendige, aber keineswegs hinreichende Aktivitäten angesehen wurden.

Der Methodenband der MA 74 berichtet über die experimentellen Bemühungen, den regionalen Zeitungen Ausweisungen zukommen zu lassen, die sich auf deren Verbreitungsgebiete beziehen ((210)).

Der nächste Schritt der Proportionalisierung bezog nunmehr fünf Zeitungen ein:

HAMBURGER ABENDBLATT  
BRAUNSCHWEIGER ZEITUNG  
FRANKFURTER ALLGEMEINE ZEITUNG  
STUTTGARTER ZEITUNG  
SÜDDEUTSCHE ZEITUNG

Diesmal realisierte man eine Idee, die seither weiter im Gespräch ist und die das Pendant zur Aufstockung darstellt, der man sich erst später zuwandte. Man akkumulierte zwei Media-Analysen: die MA 73 und die MA 74. Als Verbreitungsanalyse blieb es weiterhin bei der VA 73 mit ihren 2.087 Einheiten.

Die Disproportionalitätsfaktoren über die IVW-Gebietseinheiten der VA befriedigten aber auch noch nicht. Insofern wurden die Verbreitungsgebiete der fünf Titel gemeindeweise gebildet und danach Disproportionalitätsfaktoren berechnet. Daraufhin stellte sich jedoch heraus, daß für diese großen Zeitungen der Unterschied nicht mehr so groß war, daß sich eine Aufnahme der Disproportionalitätsfaktoren in das Berechnungswesen der MA gelohnt hätte, zumal dabei gewisse störende Berührungspunkte mit den anderen Medien entstanden wären, wie für 1973 schon kurz angedeutet wurde.

Immerhin wurden die Experimente in Richtung Akkumulation fortgesetzt.

Daneben ging es aber auch um die Bereitstellung von planungsgerechten Zeitungsdaten, worüber 1974 erste Versuche unternommen wurden ((211)).

Zusammen mit den Zeitungen ist sehr viel getan und wenig darüber geredet und geschrieben worden. Es handelte sich um viele kleine Schritte. Erst 1976 werden wir wieder von Zeitungs-Experimenten berichten können.

4.2.1.22.

1975

1975 war CONRING, München, beauftragt worden, sich Gedanken über die Ausschöpfungs-Problematik der MA zu machen und dazu experimentelle Zählungen vorzunehmen. Darüber ist bereits im Kapitel zum Feldmodell berichtet worden. Der Bericht lag im Herbst 1975 vor ((27)).

Ein noch vor der Verabschiedung der MA 75 angelegter Vergleich der Ergebnisse der MA 75 gegenüber der MA 74 - das "Erbismühle"-Unternehmen vom 5./6.6.1975 - führte zu einem Protokoll, das im Methodenband der MA 75 abgedruckt ist ((45)), und das sich auch in den AG.MA Themen 1/75 befindet.

Dieses Unternehmen trug insofern experimentellen Charakter, als erst einmal ein wirkungsvolles Vergleichsinstrumentarium zu entwickeln war. Übrigens sollte es sich aus zeitlichen und organisatorischen Gründen als recht schwierig erweisen, gleichartige Vorprüfungen in den folgenden Jahren zustande zu bringen.

Die Sitzung des sogenannten CLUB DUBOIS - einem jährlichen informellen Treffen europäischer Mediaforscher - im Jahre 1975 (vom 22.-24.5.75 in Versailles) betraf in zweierlei Weise bei uns aktuell diskutierte Probleme.

Klaus Peter Landgrebe trug vor, in welcher geringen Weise sich die Änderungen in der Abfrage-Methodik von 1970 bis 1974 bei Hörfunk und Fernsehen auf die Ergebnisse ausgewirkt hätten. Dazu gibt es ein Papier ((212)), das den Grundstein für ein weiteres legte, das zum Gegenstand der innerdeutschen Diskussion wurde, nunmehr unter Einbeziehung der Ergebnisse der MA 75 ((213)). Das Resultat blieb sich gleich: Keine nennenswerten Änderungen selbst bei zum Teil recht beachtlichen Veränderungen der Erhebungstechnik - bis auf die natürliche Einengung des WANK.

Der andere Berührungspunkt nationaler und internationaler Diskussion bezog sich auf die Erhebungstechnik. Klaus Peter Landgrebe berichtete darüber auf der MITGLIEDERVERSAMMLUNG am 16.6.1975 ((214)). Da ging es u.a. um den Tagesablauf, aber auch um Titeltkarten, zum Beispiel zum Selbstauffüllen durch den Befragten ((215)).

Diese Anregungen wurden aufgegriffen und im nächsten Jahr weitergeführt bis zu Experimenten über Titeltkarten und den Interview-Ablauf, über die zu berichten sein wird.

Wenn auch keine direkte AG.MA-Arbeit, so doch als Diskussionsbeitrag für die anstehenden Probleme erwähnenswert erscheint eine Arbeit von Klaus Peter Landgrebe zu "Titeltkarten- und Originalheft-Reichweiten" ((216)), sozusagen eine Fortsetzung der Dokumentation "Aided Recall", die bereits mehrfach erwähnt wurde.

Das Fazit lautete: Wie alle anderen Erhebungsverfahren ist auch die Heftvorlage mit ihr eigentümlichen Problemen behaftet, so daß auch sie Ansprüche an ein "Urmeter" nicht erfüllt - eine deutliche Absage an die bis heute nicht verstummenden Bemühungen, vor allem aus Allensbach -, die Heftvorlage als die einzige und vollgültige Wiedergabeprozedur der "einen" Wirklichkeit hinzustellen. Ein Ergebnis übrigens, das man aus dem Bereich der Seitenkontakt-Untersuchungen in Bezug auf den (allerdings weiterführenden) Copytest zur Genüge weiß.

Hin und wieder ist darüber diskutiert worden, welche Chancen bestehen, die Grenzen der bisherigen Erhebungsmethodik für die AG.MA zu sprengen: Andere Erhebungsmethoden einzuführen, wie Panel, schriftliche Befragung, Zweitbefragungen oder Ergänzung durch Fusion bzw. Anpassung herbeizuführen und dergleichen mehr. Die erste öffentliche programmatische Rede dazu hielt Otmar Ernst auf der MITGLIEDERVERSAMMLUNG am 16.6.1975 ((217)). Diese Rede ist aus einem bislang unveröffentlichten Manuskript hervorgegangen, das ursprünglich anderen Zwecken diene und das nunmehr im Anhang zur Verfügung gestellt werden kann ((218)).

Aus diesem Ideenkreis, der zwar lange vorher in vielen Einzelheiten vorlag, hier aber erstmals gebündelt programmatisch vorgestellt wurde, ist übrigens

der Ausschuß hervorgegangen, der sich mit "Zukunftsaufgaben" zu befassen hatte und dessen Aktivitäten bis heute nachwirken und die methodische Entwicklung der AG.MA wesentlich beeinflussen.

Nachdem 1974 immerhin schon soweit Übereinstimmung zwischen den Experten beider Institutionen AG.MA und Funkmedien erzielt worden war, daß die MA 75 als allgemein akzeptabel angesehen wurde, gab es 1975 dennoch reichlich kontroverse Diskussionen. Die Hauptpunkte waren:

- Tagesablauf
- Rotation der Medien
- disproportionaler Ansatz der Stichprobe für kleine Gebiete (Bremen, Saarland, Berlin (West))
- Veränderung der Medienkontakteinheit
- von den übrigen Medien getrennte und erweiterte Darstellung der Funkmedien
- Layout des Fragebogens, eventuell Kürzung.

Der disproportionale Ansatz der Stichprobe (allerdings nur für Saarland und Bremen) und die von den übrigen Medien getrennte und erweiterte Darstellung der Funkmedien waren letztlich Geldfragen und konnten schließlich realisiert werden. Die Layout-Veränderung war methodisch zu bewältigen, wenn auch der Kompliziertheit wegen mit einigen Bedenken.

Zur Medienkontakteinheit sollte es bei der nun gerade erreichten Lösung bleiben, das heißt im Prinzip: Nutzungswahrscheinlichkeiten geben die gültige Währung ab. Die relativ komplizierte Zusammenstellung von Erhebungs-, Verrechnungs- und Auswertungseinheiten, zu der es kam, ist im Abschnitt "Medienmerkmale" abzulesen.

Zum Tagesablauf ist viel diskutiert worden, u.a. auch, ob es nicht überhaupt sinnvoll wäre, sich völlig neue Gedanken zu machen, also die Zeitabschnitte, die Abfrageart und die Identifikationshilfen in experimentelle Bemühungen einzubeziehen.

Dabei sollte auch mitverwertet werden, was auf dem Gebiet der kleineren Titeltkarten (DIN A 6 und DIN A 7) aus dem Mitgliederkreis für die Presse zur Verfügung stand. Bei einer so komplexen Situation nimmt es nicht wunder,

wenn zunächst das Projekt bis zum Abschluß des Rotationsexperiments zurückgestellt und schließlich - nicht zuletzt auch aus Kostengründen - fallengelassen wurde.

So blieb als einziger, ernsthaft noch zu behandelnder Punkt das Rotationsproblem.

Diese ganze hier sehr verkürzt wiedergegebene Diskussion findet sich im Methodenband der MA 75 dargestellt ((219)).

4.2.1.23.

1976

Parallel zur MA 76 sind für das Rotationsexperiment zwei weitere Stichproben herangezogen worden. Das ergab drei Versionen mit unterschiedlicher Reihenfolge, nicht alle möglichen, aber diejenigen, die für die Problematik wichtig waren:

<u>Version</u>	<u>Fälle</u>	<u>Reihenfolge</u>
1	1.856 (aus MA 76)	Zeitschriften / Zeitungen und Supplements / Funk und Fernsehen
2	1.861	Funk und Fernsehen / Zeitschriften / Zeitungen und Supplements
3	1.897	Funk und Fernsehen / Zeitungen und Supplements / Zeitschriften

Der Befragungszeitraum war gleichbleibend vom 5.10. bis 6.12.1975.

Während das "Experimental Design" sorgsam unter den Experten beider Lager abgestimmt worden war, blieb es ein politisch heikles Thema, wie denn die Ergebnisse zu beurteilen seien. Es entstand eigens dafür ein Unterausschuß des ARBEITSAUSSCHUSSES "Entscheidungskriterien", der vor Abschluß des Experiments seine Kriterien festlegte:

- Reichhaltigkeit der von den Befragten stammenden Informationen.
- Eine Mediengattung sollte künftig in eine andere Position kommen, wenn sie hier insgesamt höhere Werte als bisher erzielt, unter der Nebenbedingung, daß sich andere Mediengattungen nicht gleichzeitig zu ihrem Nachteil verändern. In diesem Falle müßte rotiert werden, sonst nicht.

Das Ergebnis des Experiments wurde am 19.2.1976 durchgesprochen:

- Für die Funkmedien ist über die drei Versionen keine Verbesserung zu erzielen; für den Hörfunk gegenüber der bisherigen Regelung eher eine geringe Verschlechterung.
- Die Zeitungen und Supplements bleiben davon unberührt.
- Die Zeitschriften erfahren unterschiedlich für Untergruppen Verschlechterungen.
- Die Reichhaltigkeit der Informationen konnte nicht gesteigert werden.

Nach den festgelegten Kriterien konnte daher nur beschlossen werden: Es bleibt alles wie es war!

Rotieren war früher schon ein beliebtes Unterfangen. Es hat - außer Schwierigkeiten im Erhebungsbereich - nichts eingebracht.

Übrigens ist nach Erscheinen der FUNKMEDIENANALYSE 76 diese FMA 76 mit der MA 76 recht ausführlich hinsichtlich der Hörfunk- und Fernsehergebnisse verglichen worden. Der Vergleich erbrachte praktisch völlige Übereinstimmungen (keine statistisch signifikanten Abweichungen).

Der ganze Komplex fand für den Hörfunk seinen Abschluß mit dem Beitritt der ARW in die AG.MA zum 1.1.1978. Aus Satzungsgründen war ein früherer Termin nicht möglich. Das Werbefernsehen hingegen ist bis zum Abschluß des 25-jährigen Berichtszeitraums dieser Arbeit noch kein AG.MA-Mitglied, wird es aber vom 1.1.1982 an sein.

1976 gab es den Abschluß eines Zeitungsexperiments, das an die Erfahrungen von 1973 und 1974 anknüpfte. Nach einem längeren Anlauf kam die Akkumulation der MA 74 und MA 75 zustande, und zwar lediglich für den Großraum München. Anders als durch Einführung von Disproportionalitätsfaktoren wurde anhand neuerer Daten des Statistischen Landesamtes Bayern in München der Großraum München aus beiden Media-Analysen neu redressiert (Unterteilung nach: Stadtregion München, Stadt München).



Die fünf in München erscheinenden Zeitungen:

MÜNCHNER MERKUR  
SÜDDEUTSCHE ZEITUNG  
ABENDZEITUNG  
BILD  
tz

und Zusammenfassungen Abo-, Kauf-, alle Zeitungen wurden analysiert.

Die Aufgabenstellung lag darin zu prüfen, ob und unter welchen Umständen die MA-Daten zur Ausweisung regionaler Tatbestände - in diesem Fall regionaler Tageszeitungs-Reichweiten - geeignet seien. Dies ging positiv aus - und sollte fortgesetzt werden. Gleichzeitig ging es darum aufzuzeigen, welche Materialfülle und zu welchen Marketingzwecken den Zeitungen zur Verfügung steht, wenn die MA daraufhin "durchgemustert" wird.

Die Ergebnisse und die dazugehörigen Gedankengänge sind von Hans-Erdmann Scheler am 25.5.1976 in München präsentiert und in einem ausführlichen Berichtsband festgehalten worden ((21)).

Nachdem die REGIONALPRESSE seit 1975 nicht mehr finanziell zur MA beitrug, begannen Verhandlungen mit einzelnen Zeitungen. Das Jahr 1976 brachte den Beginn dieser Bemühungen - mit dem klar erkennbaren Ziel, regionale Repräsentanz mit der Titeltkarten-Abfrage zu verbinden. Der gerade am Münchner Beispiel geschilderte Weg schien dafür geeignet. Der Titeltkarten-Abfrage standen nur die Kosten im Wege, die von den Zeitungen zu tragen waren.

Selbst ein Durchführungstest wurde schließlich nicht mehr für erforderlich gehalten. Immerhin war es trotzdem erst von der MA 79 ab so weit, Zeitungen im größeren Stil mit Titeltkarten zu erheben.

Bevor wir uns dem bereits angekündigten Ausschuß zuwenden, der sich mit den Zukunftsperspektiven der AG.MA befassen sollte, und der im folgenden kurz ZUKUNFTSAUSSCHUSS genannt wird, bleibt für 1976 noch auf einiges vereinzelt Bemühen zu verweisen.

Nachdem aus dem Experiment zur Zeitschriften-Abfrage mit den verkleinerten Titeltkarten (im Zusammenhang auch mit dem Tagesablauf-Experiment) nichts geworden war, ist nach einigen Diskussionen beschlossen worden, sich zunächst einmal einen Überblick darüber zu verschaffen, wie denn in praxi die Interviews ablaufen und wo sich Schwachstellen zeigen. Es wurden drei Institute beauftragt:

BASIS RESEARCH  
COMPAGNON  
GETAS.

Der ARBEITSAUSSCHUSS befaßte sich 1976 mit der Frage, wieweit Reichweiten-Entwicklungen über längere Zeiträume hinweg zu beobachten wären, also jenseits der unmittelbaren Nutzung der jeweils aktuellen MA (und des letztlich illegitimen Vergleichs der Reichweiten zweier aufeinanderfolgender Media-Analysen).

Hans-Erdmann Scheler trug auf der ARBEITSAUSSCHUSS-Sitzung am 4.11.1976 dazu einige Gedankengänge vor, die auf Zählungen über die Jahre beruhten. Natürlich ist dies auch im Zusammenhang mit der LpE-Entwicklung zu sehen und interessant eigentlich erst, wenn man nach den Gründen forscht.

Lesezirkel-Strukturveränderungen, Verschiebungen zugunsten von Spezialmedien, Verringerung der Haushalts-Größe mit entsprechender Verringerung der häuslichen Mitleser und dergleichen kommen dafür infrage. Eine Auszählung nach dem Muster von Theodor Harder, das Jahre hindurch in den Berichtsbänden der LA zu finden war, jetzt neu aufgelegt, konnte als Momentaufnahme auch keinen Aufschluß bieten ((22)). Einen kurzen Hinweis finden wir zu diesem Thema in den AG.MA Themen 3/76 ((221)).

Erst 1979 sind hierzu wieder Überlegungen und Berechnungen angestellt worden.

Der ZUKUNFTSAUSSCHUSS hat 1976 seine Konzeptbildung in einer ersten Phase abgeschlossen, so daß auf der MITGLIEDERVERSAMMLUNG am 14.9. 1976 die wesentlichen Gedankengänge und auch die Wege, durch Gutachten und Experimente weiterzukommen, vorgetragen werden konnten.

Schon 1976 lag einiges vor, das aus Aktualitätsgründen kurzfristig initiiert wurde. Da ist im Zusammenhang mit den immer häufiger erfolgenden Anpassungen anderer Studien, die auch Mediendaten enthalten, an die Mediendaten der MA die im Mai 1976 vorgelegte, gutachterliche Prüfung von Friedrich Wendt zu nennen, die sowohl den Ist-Zustand zum Gegenstand hatte als auch Hinweise und Empfehlungen für die Zukunft aussprach ((222)). Wesentlich war dabei der Hinweis, möglichst von Seiten der AG.MA darauf hinzuwirken, daß anzupassende Studien in ihrer Anlage methodisch so dicht wie möglich an die der MA zu liegen kämen.

Im Mai 1976 wurde für den ZUKUNFTSAUSSCHUSS eine Zusammenstellung aller bisher erfolgten Fusionen und Angleichungen von Ingeborg Wendt-Maeder vorgelegt, welche in Europa bis zum damaligen Zeitpunkt bekannt geworden waren ((223)).

Diese Zusammenstellung und eine gemeinsam mit Otmar Ernst vorweggenommene Darstellung des Satelliten-Systems trug Ingeborg Wendt-Maeder in London auf der 76er Tagung des Club Dubois vor ((224)).

Peter Beike lieferte im Juni 1976 eine Zusammenstellung der möglichen Konsumdaten-Erhebungen in der Media-Analyse - mit dem Untertitel "Überlegungen und Ansätze zur Erweiterung der Zielgruppen-Informationen" ((225)).

Es sollten

- Modellvorstellungen zur Einbeziehung solcher Konsumdaten in das Erhebungsprogramm der MA formuliert werden;
- ein Überblick über Produkte bzw. Produktbereiche gegeben werden;
- nach Möglichkeit Fragestellungen vorgeschlagen werden.

Interessant war in diesem Zusammenhang letztlich zweierlei:

- Nutzungswahrscheinlichkeiten im Konsumbereich gehörten zum Kern der Überlegungen und Vorschläge.
- Es wurde ein Abgrenzungsverfahren vorgeschlagen, das sich an der Etathöhe, Anzahl der Etats und den berührten Bevölkerungsanteilen der auf dem Markt befindlichen Produkte orientierte, um aus der Riesenmenge an Produkten anhand eines greifbaren Kriteriums eine vernünftige Auswahl treffen zu können.

Klaus Peter Landgrebe legte im Juli 1976 eine Arbeit vor, die sich mit den Mediennutzern als Zielpersonen befaßte, "sich stärker den praktisch-methodischen Einzelproblemen zu widmen" ((226)).

Eine weitere Bemühung - von Friedrich Wendt - um die Einbeziehung bereits vorliegender Daten (sogenannter Sekundärstatistiken) mündete bald in aktuelle Aktivitäten ein: die Aktualisierung der Gemeindefürer und -kennziffern im Zusammenhang mit der Gemeindefürerreform, ein Vorhaben beinahe am Rande, das jedoch in allen darauffolgenden Jahren bis jetzt an praktisch allen Stellen der Auswertung oder Weiterführung des MA-Modells seine Bedeutung gewann, vornehmlich

- bei der neuen Stichprobenziehung;
- für regionale Aufgliederungen im Zusammenhang mit Zeitungen, aber auch sonst im Marketing;
- speziell zur sauberen Abgrenzung der VW-Gebietseinheiten;
- zur Lieferung von vergleichbaren Basen für die Zusammenführung der MA mit Daten anderer Untersuchungen;
- für die Einbeziehung von Daten der Amtlichen Statistik.

Die MITGLIEDERVERSAMMLUNG vom 14.9.1976 sollte dann die erste vollständige Präsentation des bis dahin entwickelten Gedankengebäudes erleben. Die Vorträge liegen dem Protokoll als Anlage im vollen Wortlaut bei ((227)).

1. Vortrag - Otmar Ernst: "Bausteine des Satelliten-Systems"
2. Vortrag - Hans-Erdmann Scheler: "Informationsbestand der Bausteine. Erhebung von Zielgruppenbeschreibungen und Einbau in das System". Dieser 2. Vortrag ist schon im 1. Teil des Berichts zitiert worden.

Das Satelliten-System wurde als eine Art potentieller Datenbank vorgestellt, mit der Möglichkeit, der zentralen Media-Analyse Informationen praktisch beliebig hinzufügen zu können, dies jedoch nur im Bedarfsfalle zu tun, mit allerdings allen Vorkehrungen dazu.

Die Merkmale, zu denen Zugang aus dem System möglich gemacht werden sollte, sind im wesentlichen:

- statistische Merkmale (Geschlecht, Alter, Beruf);
- verdichtete statistische Merkmale (Schichten, Lebenszyklen, Demotypen);
- übertragene statistische Merkmale (Verkehrsgebiete, IVW, Daten der Amtlichen Statistik);
- indikatorische Merkmale (Konsum- und Verhaltens-Dispositive Variable);
- Konsum-Merkmale, Besitz und Verbrauch.

Damit werden die folgenden Schwerpunkte deutlich:

- Verdichtung vorhandener Daten;
- Übertragung von Daten aus amtlicher und nichtamtlicher Statistik;
- Entwicklung und Tests von Indikator-Merkmalen;
- Sichtung des Informationsbestandes Besitz und Verbrauch;
- Verfahren der Gewinnung und Integration der Daten.

Dies war das Programm, auf dessen Boden nun weitergeforscht, experimentiert und gearbeitet werden sollte.

### 3. Vortrag - Friedrich Wendt: "Nichts geht ohne Stichproben"

Aktuell war die Erneuerung des AG.MA/ADM-Stichproben-Systems von 1970 angesichts der Unterlagen aus der Bundestagswahl 1976.

Vorgehen und Finanzierung waren von der MITGLIEDERVERSAMMLUNG zu verabschieden, was auch geschah.

### 4. Vortrag - Otmar Ernst: "Rahmenbedingungen für die MA als Kern des Satelliten-Systems"

Dieser Vortrag ist besonders politisch wichtig. Auch er ist schon im 1. Teil des Berichts zitiert worden.

### 5. Vortrag - Hans-Erdmann Scheler: "Erhebungsmodell für die Medien in der MA".

Angesichts der möglichen und angestrebten Entwicklungen der AG.MA und im Hinblick auf die Erneuerung des Stichproben-Systems war erneut das "Feldmodell" zur Disposition zu stellen. Es ging im wesentlichen um die Frage: Aktualität - Stabilität, und natürlich um die Größe der Stichprobe. Es ging aber auch und gerade um die Verbesserung der Repräsentanz in räumlicher und

zeitlicher Hinsicht. Und es ging ums Geld. Stichworte waren: zweijährliches Erscheinen, jährliches Erscheinen, rollierendes System, Trennung der Medien nach Größe, Voll- oder reduziertes System.

Über diesen Punkt wurde schriftlich im Dezember 1976 abgestimmt. Die Entscheidung fiel zugunsten des jährlichen Vollsystems aus.

### 6. Vortrag - Otmar Ernst: "Zusammenfassung"

Sie bemühte ein (modifiziertes) Goethe-Wort:

"Die gegenwärtige MA ist nicht wert, daß wir etwas für sie tun; denn die bestehende kann in dem Augenblick abscheiden. Für die vergangene und künftige müssen wir arbeiten: für jene, daß wir ihr Verdienst anerkennen, für diese, daß wir ihren Wert zu erhöhen suchen."

Etwas prosaischer gehört zum Abschluß des Berichts über das Jahr 1976 die Erwähnung zweier Publikationen, die als AG.MA Schriften Band 3 und 4 erschienen sind, die beide bereits im 1. Teil dieses Berichts erwähnt wurden:

- "Fusion im AG.MA-Bereich", Bedingungen und Möglichkeiten, von Ingeborg Wendt-Maeder ((228)) und
- "Ermittlung von Seitenkontakten", eine Dokumentation, von Jan Noordhoff ((202)).

4.2.1.24.

1977

Aus dem 1. Teil wissen wir bereits, daß das Jahr 1977 mit seiner außerordentlichen MITGLIEDERVERSAMMLUNG im Frühjahr zugleich der Höhepunkt in der Entwicklung des Satelliten-Systems war, daß aber zugleich im Mitgliederkreise der AG.MA deutlich wurde, wie vielschichtig und hinsichtlich der Konsequenzen unübersichtlich dieses System in allen seinen Verästelungen sein mußte. Es mußte also erst einmal eine Phase des großen Zweifels kommen, ehe es weitergehen kann, was übrigens erst nach Abschluß der Berichtsperiode dieser Arbeit, also etwa 1980/81 der Fall sein wird.

Soweit sind wir aber noch nicht. Wir orientieren uns auch diesmal wieder an den Vorträgen, diesmal der a.o. MITGLIEDERVERSAMMLUNG vom 17.3. 1977.

Hans-Erdmann Scheler trug die vom ZUKUNFTSAUSSCHUSS, zum Teil zusammen mit der TECHNISCHEN KOMMISSION, erarbeiteten Gedanken zum "Satelliten-System als technisches Modell" vor ((229)).

Auf die knappste Form gebracht, sind Satelliten von der Sache her gegliedert worden in:

- diejenigen, welche die Medien-Informationen der MA ergänzen,
- diejenigen, welche die MA um Zielgruppen-Informationen ergänzen und
- diejenigen, welche die MA um firmeneigene Daten ergänzen.

Die organisatorische Gliederung sah vor:

- AG.MA-eigene Satelliten,
- Medien-eigene Satelliten und
- Firmen-eigene Satelliten.

Schließlich wurden die folgenden Kriterien zur Unterscheidung angeboten:

- Entstehungsverfahren (Umfrage, Amtliche Statistik, usw.),
- Verbindungsverfahren (Fusion, Anpassung, Nachbefragung usw.),
- Finanzierung,
- Verantwortung,
- Verfügbarkeit.

Die "Verfügbarkeit" insbesondere führte zu heftigen Diskussionen, weil sich die "Kleinen" - was immer das auch sein mag - den "Großen" und "Reichen" gegenüber benachteiligt fühlten, und sei es nur durch die Tatsache, daß Medien, die selbst keine Fusion vorgenommen haben, keinen Zugang zu den Informationen über sich selbst erhalten. Insofern wurde den neun in der Schrift "Fusion im AG.MA-Bereich" ((228)) erwähnten Empfehlungen, die de facto Regeln geworden waren, eine 10. verbindliche Regel hinzugefügt, vgl. Protokoll der MITGLIEDERVERSAMMLUNG vom 17.3.1977 ((230)):

"Zu den Verfahrensregeln soll ab sofort die Forderung gehören, in der Methodenbeschreibung alle MA-Medieneinheiten in Verbindung mit den spezifischen Merkmalen der einfusionierten Untersuchung tabellarisch darzustellen. Die TECHNISCHE KOMMISSION stellt hierfür jeweils vorher die Kriterien fest."

Zugleich wurde beschlossen, die bestehenden Regeln zu überarbeiten und neu zu formulieren.

Darüber hinaus hat sich später die TECHNISCHE KOMMISSION vorgenommen (am 29.9.1977), einen Bindeglieder-Test (Eignung von Merkmalen, als Bindeglieder zu fungieren) einzuleiten. Dazu ist es bis heute nicht gekommen. Dieser Gedankengang beschäftigte dann allerdings nach die BASISSTRUKTURDATEN-Kommission.

Hans-Erdmann Scheler referierte auch über das zweite große Thema des ZUKUNFTSAUSSCHUSSES:

"Basisstrukturdaten für produktspezifische Zielgruppen-Merkmale. Auswahlkriterien für Informationsbreite und -tiefe von Strukturdaten. Darstellung von Alternativen für Entscheidungen der AG.MA" ((79)). Er nahm Bezug auf die vier Schwerpunkte des Satelliten-Systems, die er auf der MITGLIEDERVERSAMMLUNG am 14.9.1976 vorgetragen hatte ((227)).

Dabei wurden die Wege aufgezeichnet, um zu Basisstrukturdaten zu gelangen. Es ging also um:

- die Bedürfnisse, die dafür existieren;
- die Art und den Umfang der Informationen (Markt, Zielgruppen, Güter und Dienstleistungen);
- den Weg, an sie heranzukommen, mit dem wichtigen Nebenziel der Beschränkung auf das Wesentliche (Kriterien für die Auswahl zu erarbeiten);
- die Bearbeitungsweise und
- die Verwendung.

Zur Vorbereitung existierte ein Papier von Carla Landgrebe mit dem Titel "Taxonomie der Angebote" ((231)).

Unter Heranziehung von S + P-Daten und Übersichten der Amtlichen Statistik war darin eine Gliederung, eine Art "Linnésches System" der Güter und Dienstleistungen aufgestellt worden, um für die weitere Arbeit einen konkreten Anhaltspunkt zu haben. Es wurde eine Kommission gebildet, deren Funktion es sein sollte, sich neben der TECHNISCHEN KOMMISSION und dem ZUKUNFTSAUSSCHUSS mit den folgenden Aufgaben zu befassen (vgl. Protokoll der a.o. MITGLIEDERVERSAMMLUNG vom 17.3.1977 ((230)), Blatt 8):

- Selektion der Angebotsarten,
- Festlegen der Informationsebenen,
- Bereitstellen von Frageformulierungen,

- Vorschläge für Erhebungsverfahren,
- Kostenkalkulation."

Die Kommission BASISSTRUKTURDATEN gab einen vorläufigen Bericht auf der Sitzung der TECHNISCHEN KOMMISSION am 22.11.1977. Die Selektionskriterien seien lt. Protokoll zitiert:

- "- bestimmte Etat-Höhe bzw. Zielgruppengröße,
- Zukunftsentwicklung des Marktes,
- Substitution durch Indikatoren und Statistik soweit wie möglich."

Unterlagen dafür waren die S + P-Angaben, die Arbeit von Carla Landgrebe "Taxonomie der Angebote" ((231)) und die Ausarbeitung von Peter Beike, deren Untertitel ja heißt "Überlegungen und Ansätze zur Erweiterung der Zielgruppen-Informationen" ((225)).

Ferner formulierte die Kommission "grundlegende Ziele und Prämissen":

- "- nicht Marktforschungsergebnisse zu produzieren, sondern potentielle Zielgruppen zu beschreiben;
- Aspekte der Mediaplanung zu beachten und nicht Markttransparenz zu schaffen (dies ist Aufgabe der einzelnen Firmen und Werbeträger);
- zusätzliche oder sogar bessere Bindeglieder für das Satelliten-System zu generieren;
- eine generelle Untersuchung durchzuführen und nicht im Detail alle Märkte (bis hinunter zu Marken) zu durchleuchten;
- die potentiellen Verbraucher herauszufinden und die "Nicht-Verbraucher" zu eliminieren." ((232))

Die Arbeiten der Kommission werden uns noch beschäftigen.

Daneben wurde ein Projekt begonnen, das übrigens noch andauert, weil es fast unüberwindbare Schwierigkeiten birgt, zunächst einmal festzustellen, ob sich nicht präzise Beziehungen zwischen den Amtlichen Statistiken (also dem Bereich der Zahlen und Definitionen, die das Statistische Bundesamt und die Statistischen Landesämter anbieten) einerseits und dem Bereich, dem die Taxonomie der Angebote entstammt, herstellen lassen. Daran arbeitet die Firma bik / beratung - information - kommunikation Liselotte Aschpurwis, Hamburg. Ein erstes Ergebnispapier "Taxonomie der Angebote, eine Ver-

gleichsanalyse zu den Systematiken von S + P, Hamburg, Statistisches Bundesamt, Wiesbaden" konnte erst im März 1980 vorgelegt werden ((233)).

Das dritte Thema des ZUKUNFTSAUSSCHUSSES bezog langjährige Überlegungen zur Datenverdichtung im Rahmen der AG.MA und externe Aktivitäten gleichermaßen mit ein. Diese gingen vom Verlagshaus BURDA aus und mündeten wieder ein in die AG.MA durch eine Patronatsedition ((63)), in der am Beispiel der "BURDA-Demotypologie" über Möglichkeiten berichtet wurde, ganz allgemein - also auch und gerade in der MA - derartige Demotypen aufzufinden, sie als stabil zu erkennen, sie über Jahre als sicheren Bestand von Zielgruppen-Merkmalen, Bindegliedern für Fusionen, usw. zur Verfügung zu haben, sie folglich vielfältig nutzen zu können. Manfred Nauwerk und Friedrich Wendt haben darüber auf der MITGLIEDERVERSAMMLUNG am 17.3.1977 berichtet. Der Vortrag von Friedrich Wendt ((66)) regte die Aufnahme von Demotypen in die Media-Analyse an, was dann aufgrund des Beschlusses der vorerwähnten MITGLIEDERVERSAMMLUNG seit der MA 77 fortlaufend geschieht.

Als Nachtrag ist zur besseren Nutzungsmöglichkeit eine Broschüre geliefert worden, die den Zusammenhang zwischen den Demotypen von BURDA und denen der MA erläutert und die MA-Typen beschreibt ((64)).

Erst nach Abschluß des Berichtszeitraums dieser Arbeit wird die Beschreibung fortgeführt, und es werden die Typen im Codeplan nicht nur aufgeführt, sondern auch benannt.

Der nächste Komplex auf der a.o. MITGLIEDERVERSAMMLUNG am 17.3.1977 vereinigte jahrelange Bemühungen der MMC mit den speziellen Überlegungen des ZUKUNFTSAUSSCHUSSES dazu. Michael Göbel referierte über das Thema "Einspielen statistischer Daten" ((234)). Es ging um die Möglichkeiten und Notwendigkeiten, sich mit den Daten der Amtlichen Statistik auseinanderzusetzen.

Daß die Amtliche Statistik viele Daten nicht liefern kann oder jedenfalls nicht so, daß sie unmittelbar genutzt werden können, hat ja gerade zur Erhebung von Informationen geführt, die dann bis zum Verdichtungsprozeß bei den Demotypen verarbeitet werden. Gerade im Zusammenhang mit der Fusionsproblematik sind solche Merkmale als zuverlässige Bindeglieder in den Mittelpunkt der einschlägigen Erörterungen gerückt. Das führte von Jahr zu Jahr zu einer

Erweiterung der abgefragten, zusätzlichen Merkmale, wie im Abschnitt der "Zielgruppen-Merkmale" dargelegt wurde.

Darüber hinaus aber mußte man erkennen, daß es letztlich dennoch notwendig war, sich mit der Amtlichen Statistik zu befassen. Die Boustedt-Zonen haben schon lange der Stichproben wegen und im Zusammenhang mit den Regionalisierungs-Bemühungen ihren festen Platz in der MA. Durch die Gemeindeformen ist dieser Themenkreis zusätzlich problematisch geworden. In gemeinsamen Bemühungen mehrerer Institutionen: MMC, bik, EBERT + BILLMEIER, BUREAU WENDT, Statistisches Bundesamt, Statistische Landesämter und schließlich auch noch IVW ist es gelungen, zu einem Gemeindeband zu kommen, das nicht nur die aktuellen Gemeindeformen und Gemeindekennziffern aufweist, sondern das vor allem die Genesis dieser Informationen enthält (was die Amtliche Statistik erstaunlicherweise für sich nicht kann). Dazu wurden laufend die Daten der sogenannten Gemeindefachverhalte gespeichert, ein Bestand von 16 Merkmalen, die eine Art Basisinformation Amtlicher Statistik darstellen.

Die von Michael Göbel vorgeführten beiden weiteren Datengruppen waren Pendler-Daten (hier gibt es seit 1976 erfragte Sachverhalte) und Fruchtbarkeitsziffern. Während die Fruchtbarkeitsziffern bislang auf keinen "fruchtbaren" Boden gefallen sind, ist im Laufe der weiteren Jahre neben Pendler-Daten auch noch ein Stamm zusätzlicher Daten der Amtlichen Statistik zusammengekommen, deren Nutzungsmöglichkeit allerdings nicht mehr in die Zeit bis 1979 fällt. Es geht dabei um so wichtige Bereiche wie:

- Industriestatistik,
- Beschäftigtenzyklus,
- Fremdenverkehr,
- Geburten- und Sterbefälle, usw.

nach Gemeinden.

Natürlich ist das Beschaffen dieser Daten nicht mehr Erhebung, aber es ist Einsammeln von Informationen zum Zwecke der Nutzung im Zusammenhang mit der Media-Analyse, eine wichtige Ergänzung zur Erhebung, zum Teil unabdingbar, zum Teil wenigstens hilfreich. Den Weg der AG.MA dahin geöffnet zu haben, ist ein echtes Verdienst der MMC, nebenbei u.a. auch unter Mitwirkung einzelner AG.MA-Mitglieder.

Der letzte auf dieser a.o. MITGLIEDERVERSAMMLUNG im März 1977 behandelte Bereich des Satelliten-Systems, wie es der ZUKUNFTSAUSSCHUSS gesehen und vorgeschlagen hatte, ging von bereits früher immer wieder vermuteten Zusammenhängen zwischen Zielgruppen-Merkmalen aus, und von der Vorstellung, daß solche Zusammenhänge einen weiteren Zugang zur Datenverdichtung oder sogar -Reduktion eröffnen könnten. Wenn es Zusammenhänge dieser Art ausreichend erforscht und abgesichert gäbe, bräuchte man nicht länger die schier unübersehbare Datenfülle zur Beschreibung von Zielgruppen heranzuziehen, sondern könnte sich - wenigstens in der Mehrzahl der Fälle - darauf beschränken, mit Indikator-Merkmalen zu operieren.

An diesem Problemkreis hatte sich Heinz Alpers versucht. Zu einer ausführlichen Behandlung ist es jedoch damals und bis heute nicht gekommen. Man könnte zu der Überlegung gelangen, die erst unter dem Gesichtswinkel des topologischen Konzepts möglich erscheint, daß in der angestrebten Allgemeinheit ein derartiges Vorhaben unmöglich, ja sogar ein Widerspruch in sich ist. Indikator-Merkmale sollen geeignet sein, mehr als nur Männer und Frauen, Junge und Alte, usf. voneinander zu unterscheiden. Je weiter man aber in die Vereinzelung geht, je homogener die Teilgruppe wird, umso mehr benötigt man eine Merkmalskombination zu ihrer Beschreibung, umso mehr Merkmale braucht man, und zwar für jede dieser Teilgruppen immer wieder verschiedene. Das heißt, zur detaillierten Zielgruppen-Beschreibung braucht man viele Merkmale. Indikator-Merkmale zielen aber auf "wenige" Merkmale ab. Mit wenigen Merkmalen kommt man aber ganz schnell nur wieder auf die schon bekannten (und in der Tat wirksamen) Merkmale der Sozio-Demographie. Der Rest erschöpft sich dann in der sowieso schon immer angewandten Hypothese, daß beispielsweise die Zielgruppe von Spülmaschinen-Käufern dort zu suchen sei, wo statistisch gesehen die bisherigen Spülmaschinen-Besitzer zu finden sind! Genau das war das Dilemma, vor dem Heinz Alpers stand, und vor dem wir im Grunde immer noch stehen. Es gibt dazu lediglich eine vorläufige Darstellung ((235)).

Die eigentliche Entwicklung des Satelliten-Systems ist jedoch nicht von derart relativ klar umrissenen Themen wie Demotypen oder Indikator-Merkmalen bestimmt gewesen. Die politischen Erwägungen standen im Vordergrund, letztlich um die Rolle der MA im Konzert der konkurrierenden Medien, der Mediaplanung, der Nutzungsmöglichkeiten der MA im Marketing, usf. abzuklä-

ren. Dazu hat es ein Präsentationspapier von Otmar Ernst gegeben, das in den Anhang gehört ((236)). Es handelt vom Stand und den Entwicklungsrichtungen des MA-Satelliten-Systems der AG.MA - nach der MITGLIEDERVERSAMMLUNG vom 17.3.1977.

Neben dem Experimentierfeld "Satelliten" gab es schon in den Vorjahren das Experimentierfeld "Zeitungen", wobei die beiden Bereiche sicher nicht unabhängig voneinander zu sehen sind.

Die 1977 beschlossene, hundertprozentige Aufstockung im Saarland von der MA 78 ab (also im Felde von 1977 an) ist ein Beispiel dafür. Sie gehört in den Katalog der Maßnahmen des Zusammenführens von Daten. Die zu der Zeit noch vordergründige Maßnahme war die Akkumulation. Für alle regionalen Zeitungen und Kaufzeitungen wurden die MA 75, MA 76 und MA 77 in den folgenden Gebieten addiert:

Schleswig-Holstein  
Hamburg und Umgebung  
Stuttgart und Umgebung  
München und Umgebung  
SÜDBLOCK-Verbreitungsgebiet

Das Ergebnis lag einige Wochen nach Erscheinen der MA 77 vor. Es wurde zwiespältig beurteilt, führte aber letztlich zu der Überzeugung, daß zwar noch einiges zu tun sei, um eine leidlich gute, regionale Repräsentanz zu erzielen, daß das aber auch möglich sei. Man fühlte sich auf dem Wege.

- Vor der Tür stand das neue Stichproben-System. Die Erwartungen ihm gegenüber sind ziemlich hoch gewesen.
- Die titelkartenweise Abfrage stand ebenfalls bevor. Sie hat sich in der Tat als stabilisierender Faktor erwiesen.
- Die Akkumulation sollte weiter im Auge behalten werden - ~~oder aber ein~~ Verfahren, das sich "Transplantation" nennt, und bei dem die aus der Akkumulation dreier Jahre stammenden Zeitungsdaten in die neueste MA mit ihrem Mittelwert hineingegeben werden können.

Dieses Verfahren ist experimentell erprobt und wartet auf die politischen Entscheidungsprozeduren. Der Vorschlag dazu stammt von Friedrich Wendt, vorgetragen auf der TK-Sitzung am 22.11.1977.

Zu diesem Komplex muß noch folgendes bemerkt werden:

Die Berechnung von Disproportionalitätsfaktoren, von der das Ganze ausging, hatte etwas an Bedeutung verloren. Während anfangs noch echte Diskussionen über unterschiedliche Verfahren stattfanden, hatte es inzwischen über drei Jahre Vergleichszählungen gegeben, die für die (großen) Zeitungs-Mitgliedertitel der AG.MA in ihren Verbreitungsgebieten insgesamt keine Notwendigkeit ergaben, Korrekturen vorzunehmen. Wie das bei kleineren Titeln sein wird, muß abgewartet werden. Dieses Thema wird erst wieder aufgegriffen, wenn die Titeltkarten-bezogene Zeitungs-Abfrage durchgängig gehandhabt wird - also erstmals zur MA 80.

Die Titeltkarten-bezogene Abfrage war beschlossene Sache. Auf der MITGLIEDERVERSAMMLUNG am 28.10.1977 wurde deutlich, daß man entgegen der ursprünglichen Absicht, bereits für alle regionalen Zeitungen die Titeltkarten-bezogene Abfrage mit der MA 79 beginnen zu lassen, dies vorerst nur für die Mitglieder-Titel tun könne. Insofern ist - was man hier vorwegnehmen kann - die 1977 vorbereitete und eingeleitete Maßnahme mit allen organisatorischen Schwierigkeiten der Bestimmung von Befragungsgebieten (Gebiete mit gleichem Titeltkarten-Paket für die Zeitungen), der Bestimmung von Verbreitungsgebieten (für die Ausweisung in den Einzeldarstellungen der Mitglieds-Zeitungen) und der Bestimmung der vorzulegenden Titeltkarten zuvor ein echtes Experiment gewesen.

Vielleicht sollte man noch darauf verweisen, daß die Forschungs-Aktivitäten seit Ende 1976, und zwar in der Hauptsache 1977, von Besprechungen, Sitzungen und gemeinsamen Bemühungen von Zeitungen und MMC begleitet waren. Die GEMISCHTE KOMMISSION ist hier besonders zu erwähnen und die große Tageszeitungs-Sitzung am 28.11.1977 mit Vertretern aus dem Kreise der AG.MA und interessierter Tageszeitungen. Die vier Hauptkomplexe waren:

- der Nutzen von MA-Einzeldaten für regionale Tageszeitungen;
- die Richtlinien und Beachtungsregeln für den Umgang mit den MA-Zeitungsdaten;

- die Finanzierung des Systems;
- die methodischen und organisatorischen Fragen der Datenerhebung und Ausweisung, wie die bereits erwähnten Titeltkarten, aber auch Akkumulation über die Jahre, Transplantation und Aufstockung.

Aber auch die Zeitschriften-Abfrage gab 1977 wiederum Anlaß zu Überlegungen und Experimenten.

Die Ergebnisse des Abfrage-Experiments der drei Institute wurden vorgelegt, das 1976 in Auftrag gegeben worden war. 1977 lagen schriftliche Berichte (von GETAS) und Videoaufzeichnungen von Original-Interviews vor. Besonders diese Aufzeichnungen geben Anlaß zu bestimmten Feststellungen (Zitat aus dem TK-Protokoll der Sitzung vom 21./22.4.1977, einer Klausurtagung, Seite B):

"Man kann zwar keine generellen Entscheidungen aufgrund dieses kleinen Experimentes treffen, aber deutlich wurde:

- oft langer Leerlauf im Interview,
- zweiter Durchgang sollte - wenn irgend möglich - wegfallen,
- Interviewer gehen von vertikaler Abfrage selbständig zu horizontaler, daher sollte offiziell nach der LpN-Frage auf diese Art gewechselt werden,
- jeder Interviewer hat einen anderen Stil (hierbei ist ein Stil anzustreben, der den Leerlauf minimiert),
- der Generalfilter ist relativ schwierig für die Befragten,
- die Einstiegsfrage (Reise in den letzten 12 Monaten) ist ungünstig, da viele Personen keine Reisen unternommen haben.

Prinzipiell sind inhaltliche und formal-technische Änderungen möglich, wobei die formal-technischen unproblematischer sind (z.B. = kleine Titeltkarten einführen)."

Diese Erkenntnisse, die Diskussion darüber und die Berichte der beiden anderen Institute führten geradewegs auf die Konzeption eines großen Befragungs-Experiments (mit ausreichend großer Stichprobe), das erst nach 1979 ins Feld gehen sollte.

Am 29.9.1977 erörterte zum Beispiel die TECHNISCHE KOMMISSION Probleme der Fragebogen-Verkürzung bis hin zur radikalen Reduktion auf nur ganz

wesentliche Bestandteile der Medien-Abfrage, um Platz zu gewinnen, das Interview zu entlasten, usw.

Möglichkeiten anderer Befragungen waren natürlich auch nur unter dem Gesichtswinkel zu erörtern, ob die Verrechnung der Medien-Informationen optimal sei. Insofern wurde am 22.11.1977 von Friedrich Wendt ein Experiment vorgeschlagen, das sich mit der grundsätzlichen Frage der Verrechnung der Medien-Informationen zur Feststellung der Nutzungswahrscheinlichkeiten befaßte. (Es handelt sich um das sogenannte p-Wert-Experiment, auf das wir im Auswertungs-Abschnitt zurückkommen werden.)

Ferner wurde auf der gleichen TK-Sitzung die schon viel früher einmal diskutierte Problematik des Auseinanderklaffens von Reichweite und Auflage erörtert. Dazu hatte es eine Ausarbeitung von Gerhard Zacharias aus dem Jahre 1960 gegeben, die wir ihrer Bedeutung wegen im Anhang aufführen wollen ((237)); sowie eine noch frühere von Werner Steinberg, die leider nicht mehr aufzufinden war. Sie bezog sich auf die Tabelle 6 im Berichtsband der LA 60, in der die Leser pro Exemplar (LpE) vorgeführt wurden. Schon 1978 ist diese Problematik erneut aufgegriffen worden.

Ein außerhalb der AG.MA durchgeführtes Befragungs-Experiment - zur Lesemappe - ist bereits genannt worden. Das Institut MARPLAN hatte für den VERBAND DEUTSCHER LESEZIRKEL eine Lesemappen-Erhebung mit neun, LZ-spezifischen Fragestellungen durchgeführt, worüber Totila Zapf am 9.2.1977 vor der TECHNISCHEN KOMMISSION referierte ((238)).

4.2.1.25.

1978

Die Diskussion um die Lesemappe, unterstützt durch eine neuerliche Schrift des VERBANDES DEUTSCHER LESEZIRKEL ((239)), ging in den Gremien zu Anfang 1978 weiter, bis durch schriftlichen Beschluß der AG.MA-Mitgliedschaft die im wesentlichen von MARPLAN entwickelte und mit Hilfe der MMC und der AG.MA-Berater modifizierte Fragestellung von der MA 79 an (wesentlicher Erhebungszeitraum 1978) in die MA-Erhebungen Eingang fand.

Überhaupt wird aus diesen Darstellungen immer wieder klar, wie Experimente, Gutachten, Vorträge und Schriften mit vielen Diskussionen und Überlegungen in Gremien einhergehen, ehe eine Veränderung an der MA vorgenommen wird.



Der Zeitungskomplex war ebenfalls weiterhin ein Thema. Jede Aufstockung wird prinzipiell an eine Mindestfallzahl und an regionale Abgrenzungen durch die Schichtungszelle des Stichproben-Systems gebunden. Für die MA 79 wurde eine hundertprozentige Aufstockung nicht nur für das Saarland, sondern jetzt auch für Bremen vorgesehen (insbesondere im Hinblick auf das andere regionale Medium Hörfunk).

Die Akkumulation in den gleichen fünf Zeitungsregionen wie für die MA 75, MA 76 und MA 77 wurde mit der MA 76, MA 77 und MA 78 wiederholt, aber nicht weiter dokumentiert. Da sich insbesondere für die Münchner Zeitungen im Verlauf der drei Jahre zum Teil erstaunliche Schwankungen zeigten, und zwar für einzelne Titel unterschiedlich, wurde eine ganze Reihe von zusätzlichen Zählungen - vornehmlich aus der MA 78 - veranlaßt, die wertvolle Hinweise auf die Regionalproblematik der Stichprobe gaben, zumal im Vergleich des 70er und des 77er Stichproben-Systems, wobei das neuere System bereits erhebliche Verbesserungen regionaler Repräsentanz aufzuweisen hat.

Das Transplantations-Experiment wurde in einer ersten Stufe mit dem Ergebnis abgeschlossen, daß Transplantation geht.

Der Drucker-Streik während der Laufzeit der MA 78 gab Anlaß zur genaueren Überprüfung der zeitlichen Verteilung der Interviews, wie dies schon für die MA 77 anhand einer Wochen-Verteilung geschehen war. Diesmal - für die MA 78 - allerdings zog man Konsequenzen. Die für die Berechnung der Nutzungswahrscheinlichkeiten benötigten Segmentationen wurden ohne die Streikfälle durchgeführt, denen dann die aus den "normalberechneten" Fällen herführenden p-Werte injiziert wurden, so daß die "anormalen" Streikergebnisse damit unwirksam gemacht wurden.

Übrigens wurde für die MA 78 ein Vorgehen ähnlicher Art auch noch für den Hörfunk vorgenommen. Weil die Montags-Interviews in ihrer aktuellen Aussage nicht voll akzeptiert wurden (zum Beispiel auch und gerade von RADIO LUXEMBURG - gegenüber den ARD-Anstalten), hat man die Segmentationen zur Berechnung der Hörwahrscheinlichkeiten nur auf die Interviews der übrigen sechs Tage gestützt und die so zustande gekommenen p-Werte den Montags-Befragten entsprechend ihrer Segmentzugehörigkeit injiziert. Dies ist beibehalten worden, während Zeitungskorrekturen (aus Streikgründen) seither nicht mehr vorgekommen sind.

Den Zeitungen ist noch eine weitere Ausweisungseinheit in der MA zu verdanken: Von der MA 78 an gibt es die 10 NIELSEN-Ballungsräume auf dem Magnetband und im Codeplan.

1978 war das Jahr, in dem die Titeltarten-bezogene Abfrage der Regionalzeitungen für die MA 79 in Gang gesetzt wurde; für die MA 79 mit 211 verschiedenen Titeltarten und 266 unterschiedlichen Kartensätzen, also unterschiedlichen Befragungsgebieten. Über die Zeitungsforschung in der AG.MA hat Ingeborg Wendt-Maeder im Club Dubois berichtet ((240)).

Die Zeitungen boten auch mit ihren Problemen der Abfrage und Ausweisung Anlaß für das Wiederaufleben der AUFNAHME- UND AUSWEISUNGSRICHTLINIEN-Kommission. Infolgedessen wurde auf der MITGLIEDERVERSAMMLUNG am 6.11.1978 eine Neufassung der Aufnahmerichtlinien verabschiedet, die wir ihrer Bedeutung wegen im Anhang aufführen ((241)).

Das Satelliten-System wurde fortgeführt. Von Seiten der AG.MA bestand ein Interesse, wie schon erwähnt, die Fusionsregeln neu zu formulieren, und zwar unter Einbeziehung auch anderer Zusammenführungstechniken. Die bislang neueste Fassung wurde auf der MITGLIEDERVERSAMMLUNG am 6.11.1978 verabschiedet. Sie wurde bereits erwähnt ((26)). Sie gehört jetzt in den Anhang.

Im Grenzgebiet von Feldmodell und Erhebungsmodell gab es 1978 einige Ereignisse, die berichtenswert sind.

Es wurde beschlossen, von der MA 79 an in Vier- und Mehr-Personen-Haushalten neben dem ersten Befragten einen zweiten Jugendlichen von 14 - 19 Jahren zu befragen, wenn es ihn gab. Damit war das Dogma, pro Haushalt nur einen Befragten zu haben, weggefallen, ohne Aufhebens und offensichtlich definitiv.

Ferner wurde beschlossen, statt bislang vier künftig sechs Institute zur Befragung heranzuziehen, und zwar auch von der MA 79 an, also dem ersten Jahr, in dem das revidierte AG.MA-Stichproben-System 77 verwendet wurde. Die Absicht war, einen noch besseren Ausgleich der divergierenden Institutsergebnisse zu erzielen.

In der MA 78 ist die Grundgesamtheit neu berechnet worden, weil neuere

Daten der Amtlichen Statistik zur Verfügung standen. Es blieb aber bei der bisherigen Definition "deutsche Wohnbevölkerung in Privathaushalten", vgl. dazu auch das 1. Kapitel "Feldmodell" dieses 2. Teils.

Nun aber zurück zu der Hauptlinie aller konzeptuellen und experimentellen Bemühungen, dem in Gang gesetzten Satelliten-System. Es war schon die Rede davon, daß das Bewußtmachen bestimmter methodischer Begrenzungen, verbunden mit Erörterungen über künftige Lösungen, nicht nur positive Reaktionen zeigen konnte. Überdies gab es exogene Bereiche, aus denen heraus "Unbehagen" hoch kam, das dann in den allgemeinen Strom einmündete. Die Diskussion wurde weitgehend öffentlich geführt und kulminierte in zwei Vorträgen auf der MITGLIEDERVERSAMMLUNG am 6.11.1978.

Otmar Ernst artikulierte das "Unbehagen", nachdem es auf der Klausurtagung der TECHNISCHEN KOMMISSION am 27./28.9.1978 zusammengetragen und analysiert worden war. Sein Vortrag lautete: "Anmerkungen zu Informationsbestand und Funktion der Media-Analyse" ((242)).

Wir zitieren daraus, um einen Eindruck zu vermitteln, wie umfassend die Probleme gesehen wurden, die sechs resultierenden Diskussionspunkte:

1. Die Erhebungs- und Auswertungstechnik der MA, einschließlich der Stichprobe;
2. Das Auswertungsmodell der MA grundsätzlich;
3. Die Eignung des Befragungs- und Auswertungsmodells, Veränderungen in der Zeit exakt zu erfassen - unter der Voraussetzung methodischer Stabilität;
4. Die Frage nach der Qualität und dem Umfang der Daten, welche zur Beschreibung der Mediennutzer verfügbar sein sollten;
5. Die Prioritäten, welche für Forschungsvorhaben der AG.MA zu setzen sind und
6. Die Bereitschaft, in die methodische Absicherung und/oder in die Ausweitung des Informationsbestandes der MA zu investieren."

Damit war, wie Otmar Ernst sich ausdrückte, der "Kummerbriefkasten" der MA geleert.

Was daraufhin zu geschehen hatte, war im Prinzip klar: Prüfungen, Kontrollen, Forderungen, Empfehlungen. Hans-Erdmann Scheler erläuterte daraufhin vor der MITGLIEDERVERSAMMLUNG die Forschungskonzepte, wie sie in den einzelnen Gremien diskutiert und entwickelt worden waren. Sein Thema lautete: "FORSCHUNGSKONZEPTE

- a) Informationen zur Gewinnung von Medien-Nutzungswahrscheinlichkeiten
- b) Informationen zur Erweiterung der Beschreibung der Mediennutzer" ((243)).

Die allgemeine Diskussion umfaßte im wesentlichen die folgenden Punkte:

- "Härte" des Leserschafts-Begriffs
- Unterschiede zwischen  $K_1$ -Wert und  $LpN$
- Größe der Stichprobe bei Validierungs-Untersuchungen
- Eignung der Informationen aus dem 2. Durchgang zur Qualifizierung der Kontaktchancen bei Zeitschriften
- Rolle des Auswertungsprozesses zur Herstellung von Nutzungswahrscheinlichkeiten
- Eignung der Originalheft-Vorlage als Validierungs-Kriterium
- Abgrenzung der Altersgruppen in der Berichterstattung
- Erreichbarkeit der Jugendlichen in der Erhebung

Drei Wegrichtungen wurden letztlich für die langfristigen Forschungsvorhaben vorgeschlagen und akzeptiert:

- Zählungen aus dem vorhandenen Material und Pilotstudien zum Fragebogen und zu Detailfragen
- Planung und Durchführung eines Großtests zur Überprüfung, Renovierung oder sogar "Umkrempelung" der Medien-Abfrage
- Planung und Durchführung eines Großexperiments zur Verbesserung, vor allem Erweiterung der zielgruppenbeschreibenden Merkmale.

Dazu wurde vorsorglich - vorbehaltlich detaillierter Planungsvorlagen - ein Sonderetat von 1.25 Mio. DM bewilligt (in der Reihenfolge der drei Projektteile: 1/4, 1/2, 1/2 Mio. DM). Allein daran sieht man, wie ernsthaft die Probleme gesehen und gehandhabt wurden. Dennoch - so sensationell dieser Beschluß den

Beteiligten zunächst zu sein schien - es war dies die kontinuierliche, ja sogar folgerichtige Weiterentwicklung des Satelliten-Systems. Dergleichen braucht seine Zeit - und muß vor allem in konkrete Bausteine zerlegt werden. Damit war munter begonnen worden.

Daneben wurde bereits auf der ARBEITSAUSSCHUSS-Sitzung am 10.10.1978 beschlossen, jedoch leider bis heute nicht realisiert, für die MA Public Relations-Aufklärungsarbeit zu leisten, um künftigen Mißverständnissen und Fehleinschätzungen von außen vorzubeugen. Es war sogar von einer Tonbildschau die Rede.

Ein exogener Beitrag zum "Unbehagen" kam von Jerome Greene, der im Zuge einer allgemeinen Rundreise durch europäische (und wohl auch nicht-europäische) Länder die Bundesrepublik besuchte und für READER'S DIGEST nach der Methodik der MA fragte. Die offensichtlich zum Teil unvollständigen, zum Teil mißverständlichen Informationen kamen in einer Stellungnahme zu Papier, die zunächst einiges Aufsehen erregte ((244)), dann aber recht bald zurechtgerückt werden konnte, nachdem sich die TECHNISCHE KOMMISSION und Erich Ockelmann genauer damit befaßt hatten ((245)).

In die gleiche Kerbe schlugen Mitarbeiter des INSTITUTS FÜR DEMOSKOPIE ALLENSBACH und entfachten eine wenig erfreuliche Diskussion in dem Informationsdienst "DER KONTAKTER". In offensichtlicher Unkenntnis über die disproportionale Anlage der AG.MA-Stichprobe vermutete man, daß 60% aller Aussagen der MA auf 20% oder 30% der Befragten beruhten, eine Vermutung, die durch einen einfachen Blick in die Dokumentation der Methodenbände der AG.MA als absurd hätte erkannt werden können. So aber wurde "Unbehagen" geschürt und verbreitet.

Die Auflagen-Reichweiten-Relationen gehörten ebenso zum beliebten Themenkreis. Hiermit hatte sich bereits Erich Ockelmann befaßt. Er legte im April 1978 eine weitere Schrift vor, die hoffen ließ, daß sich die bislang als nebeneinanderlaufenden Maßzahlen doch noch in eine einschbare Relation bringen ließen ((246)). Er war aber noch mitten in seinen Arbeiten und Überlegungen. Mehr als erste, auf Stabilität gewisser Relationen zielende Ergebnisse waren noch nicht vorzuweisen.

"Unbehagen" dokumentierte sich auch in den Schwankungen der Ergebnisse von einem Jahr zum anderen. Das sollte sich auch noch über die Jahre hinziehen. Für die MA 78 jedenfalls führte dieser Punkt dazu, daß in einer Extraschrift "Berichterstattung MA 78" ((247)) Erläuterungen zu einigen Veränderungen nachgeliefert wurden, die immerhin das Bewußtsein für Veränderungsursachen zu wecken imstande waren. Da ging es um:

- das Redressement (die neuen, schon erwähnten Unterlagen der Amtlichen Statistik, zum Beispiel für die Festlegung der Grundgesamtheit);
- die Segmentation (insbesondere um technische Probleme und um die neue Teilung nach Männern und Frauen);
- die Streik-Behandlung;
- die Montags-Interviews Hörfunk usf.

Ferner wurde innerhalb der TECHNISCHEN KOMMISSION (am 27./28.9.1978) erneut überlegt, ob man nicht Stabilität dadurch stärker in den Vordergrund stellen könnte, daß man ausgehend von den früheren Überlegungen zum rollierenden System noch einmal systematisch alles durchmustert, was sich hier als Verbesserung des Feldmodells anbietet. Darüber werden wir in 1979 weiteres hören.

Und es wurde zum Thema LpA-Berechnung über Segmentationen - ebenfalls auf der TK-Tagung vom 27./28.9.1978 - das "Bayern-Experiment" zur p-Wert-Bestimmung aufgegriffen; diesmal weniger aus grundsätzlichen Erwägungen zur Berechnungsweise, als vielmehr unter dem Aspekt, ob der LpN noch das beste aller Richtmaße sei, ob dies insbesondere noch zutrefte, wenn man, wie seit 1966, den LpN aus dem letzten Lesen anhand eines Kalenders erfragt, also mehr Informationen darüber besitzt als in die Rechnungen eingehen. Hierzu wurden Experimente verabredet.

Bevor wir zum Jahre 1979 - dem letzten für diese Arbeit in Betracht kommenden Jahr - übergehen, sind noch zwei Hinweise auf die laufenden Experimentier-Aktivitäten angebracht.

Da sollte zunächst einmal erwähnt werden, daß zum Beschluß über das Fragebogen-Experiment Vorarbeiten beigetragen haben, die zum Teil schon länger zurücklagen. Wir haben darüber berichtet. Auf der bereits erwähnten TK-

Klausurtagung am 27./28.9.1978 war man zudem von der Vorstellung ausgegangen, man sollte es doch einmal mit Extrem-Modellen versuchen, beispielsweise mit einem extrem verkürzten Abfrageschema. Die kleinen Titelkarten waren ebenso im Gespräch wie das Eintragungsmodell aus Südafrika, über das Klaus Peter Landgrebe auf der MITGLIEDERVERSAMMLUNG am 16.6.1975 ((214)) berichtet hatte, und neuerlich ein Papier, das im Club Dubois vorgetragen und diskutiert worden war. Es handelte sich um das sogenannte "Cumberland Lodge Paper", das eine Art Übersicht über parallellaufende Gedankengänge unserer englischen Kollegen zur vollständigen Renovierung des britischen Systems der Presse-Abfrage liefert ((248)).

Während die Metamorphosen des Abfrage-Experiments sich stetig und vor allem ruhig vollzogen, befand sich das Schifflein "Basisstrukturdaten" in stürmischen Gewässern. Nach der Themensammlung noch Ende 1977 sollte 1978 von Klaus Peter Landgrebe ein Rohfragebogen-Entwurf erstellt werden, der von dem Grundgedanken ausging, für Produkte und Dienstleistungen ein Bausteinsystem aufzubauen, gleichzeitig so, daß auch eine Bindeglieder-Eignung erkennbar sei.

Die Gedankengänge der BASISSTRUKTURDATEN-Kommission wurden von Wolfgang Machnik auf der ARBEITSAUSSCHUSS-Sitzung am 1.6.1978 vorgelesen. Eine Zusammenfassung seines Vortrags findet sich im Protokoll dieser Sitzung, ebenso wie die Zusammenfassung der Diskussionspunkte. Wir zitieren:

"Präsentationspunkte waren:

- Sonderkommission "Basisstrukturdaten" (Mitglieder)
- Auswahl-Kriterien (Ermittlung der relevanten Produktbereiche)
- Unterkommission (zur Erarbeitung der Präsentation)
- Einbezogene Bereiche (Ausgewählte Konsumbereiche, Tätigkeiten, Verhalten, Interessen, Indikatoren)
- Ausgangsbasis (Zahl der Produktgruppen, Zahl der Etats, Etathöhe nach Schmidt & Pohlmann)
- Indikatoren-Merkmale (Besitz/Status, Anschaffungswünsche, Einstellungen/Interessen, Aktuelles Verhalten)
- Besitzdaten (Maschinen und Geräte: 31 in der MA 78, nur 8 in der MA 77)
- Anschaffungswünsche (ausgewählte Kleingeräte)
- Einstellungen (Fragen zum Kochen)

- Interessen (Fragen zu Basteln und Reparaturen, Fragen zu Handarbeit und Schneidern)
- Aktuelles Verhalten (an den Beispielen Frühstücksverzehr-/Trinkgewohnheiten, Alkoholfreie Getränke, Waschen, Markenabfrage Zigaretten, Fragen zum Pkw-Besitz)
- Grundüberlegungen zu Fragebogen, Erhebungstechnik, Darstellung
- Kosten für Projekt "Basisstrukturdaten" (Erste Kalkulation: DM 800.000,--)

Es ist geplant, die Basisstrukturdaten per dagelassenen und dann wieder abgeholten Fragebögen (1. personenbezogen: Männer, 2. personenbezogen: Frauen, 3. haushaltsbezogene Daten) auf der Grundlage der rd. 17.000 MA-Fälle zu erheben.

Die Versammlung dankte Herrn Machnik mit Beifall für seinen zügigen und gut verständlichen Vortrag, der erwartungsgemäß eine oftmals mit viel Engagement geführte Diskussion zur Folge hatte. Starke Befürwortung fand das Projekt insbesondere bei den Vertretern der Werbeagenturen und bei einem Teil der Verlage. Zurückhaltender, manchmal skeptisch zeigten sich die Werbungtreibenden.

Einige Gedanken oder Fragen aus der Diskussion:

Haben solche Zielgruppensdaten genügend Wert für die Mediaplanung?

Die Werbungtreibenden haben über reine Mediaplanungs-Aspekte hinaus andere, für sie spezifische Forschungsbedürfnisse und Überlegungen, die nicht durch eine allgemeine Basisstrukturdaten-Untersuchung ersetzt werden können.

Auch eine solche, gemeinsam angestellte Untersuchung würde nicht ergänzende bzw. Folgeuntersuchungen von Verlagen entbehrlich machen, sondern eher noch fördern.

Die Werbeplanung muß näher an die Marketingplanung herangebracht werden.

Erst müßte Beweis erbracht werden, daß das Ergebnis die Ausgabe von DM 800.000,-- wert ist.

Media-Markt-Untersuchungen helfen auf jeden Fall, die Media-Auswahl sicherer zu machen.

Neue Untersuchungen der vorgeschlagenen Art würden gerade auch kleineren und Zielgruppen-Zeitschriften zugute kommen.

Sehr wichtig der single-source-Aspekt und die große Stichprobe.

Seit vielen Jahren wird AGLA bzw. AG.MA von Außenstehenden wie auch von Mitgliedern kritisiert, nur Media-Daten und nicht auch Produkt-, Marketing-, Zielgruppen- oder ähnliche planungsrelevante Informationen zu liefern.

Es müsse auch an Meinungsäußerungen auf der Mitgliederversammlung vom 17. März 1977 erinnert werden, wonach die vielen Verlagsuntersuchungen, die man mangels einer zentralen Untersuchung heranziehe, die Bedeutung der MA, die praktisch nur Media-Daten erhebt, mehr und mehr aushöhlen.

Zwangsläufig muß auf fremde, meist Verlags-Untersuchungen ausgewichen werden mit unterschiedlichen Erhebungsmethoden und Stichproben und nicht vergleichbaren Resultaten - eine unbequeme Situation für die Planer.

Hierzu ein zusammenfassendes Statement aus Agenturkreisen:

Seit 1969 sind rund 20 Analysen erschienen, die Basisstrukturdaten enthalten. Diese Studien haben immer die gleichen Nachteile, und zwar:

- verschiedene Ergebnisse von Studie zu Studie
- unterschiedliche Meßgenauigkeit
- unterschiedliche Definition der Produktbereiche, Verwendungshäufigkeiten usw.
- unterschiedliche Grundgesamtheiten
- unterschiedliche Medienauswahl

- kleine Mediapaletten
- zu kleine Stichproben, die für viele Problemfälle keine ausreichende Basis bieten
- unübersichtliches Gesamtangebot
- hoher Suchaufwand und Zeitaufwand in der Aufbereitung
- fehlende Kontinuität

Entscheidend muß das Bedürfnis des Marktes sein; danach müsse man sich richten.

Frage nach Definition des AG.MA-Projektes: Welche Grenzen setzt man sich?  
- Was wollen wir genau? - Ist es ein Ersatz für Anderes oder etwas echt Zusätzliches?

Hierzu nahm Herr Scheler Stellung: Die Kernfrage sei nicht, ob etwas ersetzt werden sollte. Sondern es handle sich um die Schaffung eines eigenen integrierten Kommunikations- und Informationssystems. Seit den Anfängen der Leseranlyse habe man sich mit der Vervollkommnung von Media-Daten bis hin zu schwierigen Regionalisierungsfragen beschäftigt, also mit Untersuchungsobjekten - aber nicht mit dem Wichtigeren: dem Befragten, dem Menschen. Ein "bißchen Demografie" genüge einfach nicht mehr. Es gelte, einen originären Datenbestand aufzubauen, der an die Seite der Media-Daten der MA trete und diesen zum vollen planerischen Wert verhöffe.

Nach diesen zahlreichen Diskussionsbeiträgen wurde erneut festgestellt, daß die Mitgliederversammlung der AG.MA im Herbst das letzte Wort zu sprechen habe. Das setzte aber eine Empfehlung des Arbeitsausschusses, evtl. mit Alternativlösungen, voraus. Hierfür wiederum müsse aber vor allem der Entwurf der für das Projekt "Basisstrukturdaten" vorgesehenen Fragebögen vorliegen.

Die Sonderkommission "Basisstrukturdaten" wurde ersucht, alles Material einschl. der Fragebogen-Entwürfe rechtzeitig vor der August-Sitzung diskussionsreif vorzubereiten, damit es bis Oktober in die Endfassung gebracht und dann der Mitgliederversammlung vorgetragen werden könne. Vorweg erhalten die Mitglieder des Arbeitsausschusses Kopien der am 1. Juni vorgeführten Schaubilder."

Klaus Peter Landgrebe legte seinen Fragebogen-Entwurf im August 1978 vor ((249)), der von Jürgen Ströbel auf der Sitzung des ARBEITSAUSSCHUSSES am 31.8.1978 präsentiert wurde. Im Protokoll heißt es dazu (wir zitieren wieder):

"Einleitend stellte Herr Ströbel fest, daß nach den Beobachtungen der Werbeagenturen in den letzten Jahren etwa 20 nicht periodische Verlagsuntersuchungen über Besitz- und Konsumdaten der mannigfachsten Art herausgekommen seien. Über die Unterschiede in Anlage, Stichprobe, Erhebungsmethode, Auswertung, Dateninterpretation usw. wie auch über den deshalb sehr begrenzten Nutzen für die Werbeplanung sei eingehend schon am 1. Juni 1978 gesprochen worden.

Durch die Fülle solcher Untersuchungen drohe der MA die Gefahr, zunehmend ihre Bedeutung als "Leitwährung" einzubüßen und nur noch ein Instrument für die Anpassung von Daten aus fremden Quellen oder für reine Mediadata-Auszählungen zu sein. Die Erweiterung ihres Datenbestandes in eigener Regie durch nach dem single-source-Prinzip erhobene Informationen erscheine unumgänglich für die künftige Verwendbarkeit und Nützlichkeit der MA.

Unter Verwendung von Schaubildern berichtete Herr Ströbel sodann über die dem Fragebogen zugrunde liegende Konzeption. Laut den Statistiken von Schmidt + Pohlmann würden etwa 28.000 Marken und Dienstleistungen als beworben registriert, deren totale Aufnahme weder der AG.MA noch einer anderen Organisation möglich wäre. Die erste Aufgabe der Sonderkommission sei es deshalb gewesen, die für die Werbeplanung vor allem relevanten Produktbereiche und ihre Untergliederungen festzustellen; über die Auswahlkriterien sei bereits früher berichtet worden. Diese Arbeit habe ihren Niederschlag in dem heute zu diskutierenden Fragebogen-Entwurf gefunden. Die Kommission sei sich bewußt, daß der vorliegende Vorschlag noch unvollständig, in einzelnen Teilen vielleicht auch zu umfangreich sei, und viele Fragen müßten noch ausformuliert werden. Von den Mitgliedern des Arbeitsausschusses würden jetzt, nach grundsätzlicher Annahme des Erhebungsprojektes, Verbesserungsvorschläge bzw. Anregungen für Erweiterungen oder Kürzungen erwartet. Danach müsse eine Spezialistengruppe den Fragebogen in eine redigierte Fassung mit ausformulierten Fragen bringen. Heute schon könne man aber wohl sagen, daß das vorgetragene Erhebungsvorhaben alle auf dem

Markt befindlichen Untersuchungen in Vollständigkeit und sinnvoller Gliederung weit übertreffe."

So massiv mit den Perspektiven des Projekts konfrontiert (und natürlich präpariert aus dem Vorwissen um die vorhergehenden Überlegungen) entspann sich im ARBEITSAUSSCHUSS eine der heftigsten und intensivsten Diskussionen überhaupt. Bis vor der MITGLIEDERVERSAMMLUNG wurde überlegt, den gesamten Komplex einer aus den Mitgliedergruppen paritätisch besetzten Arbeitsgruppe zu übertragen, die alle Gedankengänge noch einmal ventilieren sollte und die dann Konzepte zu entwickeln hätte. Entsprechend beschloß die MITGLIEDERVERSAMMLUNG, wie bereits ausgeführt, und stellte auch ausreichend Mittel für Forschungszwecke zur Verfügung.

Jedenfalls war das bisherige Basisstrukturdaten-Projekt tot.

#### 4.2.1.26.

#### 1979

Bleiben wir gleich bei dem letzten Thema, das sich immer noch und immer wieder um das Satelliten-System rankte, selbst wenn nicht immer ausdrücklich davon gesprochen wurde. Die angestrebte Bindeglieder-Funktion von Basisstrukturdaten ist ein Indiz dafür. Das Projekt "Basisstrukturdaten" hatte eine völlig andere Zielrichtung bekommen. Künftig sollte es um Interessenbereiche, Freizeitverhalten, personale Kommunikation und allgemeine Besitz-Daten gehen, gleichsam als Bezugsrahmen für generelle Zielgruppenbeschreibung - auch und gerade aus psychologischer Perspektive.

Drei Institute wurden nach Prüfung einiger Angebote unabhängig voneinander beauftragt: BASIS RESEARCH, COMPAGNON und OPPERMANN. Sie legten ihre Berichte noch 1979 vor ((250)), ((251)), ((252)). Auf der MITGLIEDERVERSAMMLUNG am 16.11.1979 trugen Alfred Müller und Gunter Pratz den Werdegang des Projekts und die aus dem letzten Stand der Ergebnisse herrührenden Schlußfolgerungen vor. Die Niederschrift des Werdeganges gehört ihres exemplaren Charakters wegen in den Anhang ((253)).

In der Sache war man zunächst der Meinung, daß die Ansätze der Institute OPPERMANN und COMPAGNON weitergeführt werden sollten, und daß es unter Umständen möglich sein könnte, beide Ansätze miteinander zu verbinden.

Nach dem Verständnis der TECHNISCHEN KOMMISSION lag der Kern beider Designs in folgendem (wir zitieren aus dem TK-Protokoll ((254)) vom 23.11.1979, Seite 3, Gunter Pratz):

- "OPPERMANN: Ermittlung genereller Einstellungs- und Verhaltensweisen; Interessen für 13 Lebens- und Konsumbereiche (nachträglich produktbezogene Validierung)
- COMPAGNON: Ermittlung produktbezogener psychologisch relevanter Dimensionen (nachträglich generelle Zusammenfassung)"

Auf Seite 6 desselben Protokolls heißt es:

"Herr Wiedemann ist der Auffassung, daß sich hinter diesen verschiedenen Methoden Unterschiede im theoretischen Überbau verbergen:

- Bei Compagnon wird eine Persönlichkeitstheorie vertreten, die den Menschen in verschiedene Dimensionen "zerlegt", die unter anderem als Triebe, Bedürfnisse etc. bezeichnet werden (siehe Seite 8 bei Compagnon).
- Dieser Ansatz wird von der Gruppe Oppermann abgelehnt. Oppermann kümmert sich nicht um Persönlichkeitsdimensionen dieser Art, sondern fragt gleich, sozusagen auf einer Ebene davor, was das Verhalten des Menschen gegenüber bestimmten Produkten bzw. Produktbereichen bestimmen könnte und gelangt so z.B. zum Ernährungsverhalten.

Beide Vorschläge führen methodisch zu den gleichen Produktfeldern.

Die grundsätzliche Verschiedenheit der Ansätze verhindert jedoch, daß sich beide Konzepte zu einem verschmelzen lassen."

Der Nutzen für die AG.MA-Mitglieder aus der Verfügbarkeit der Basisstrukturdaten wurde von Gunter Pratz auf der MITGLIEDERVERSAMMLUNG vom 16.11.1979 wie folgt beschrieben ((255)):

1. Der AG.MA-Nutzer sucht seine Produkt/Dienstleistungszielgruppe in der MA. Er findet dort verschiedene Interessengruppen beschrieben und wählt darunter die für ihn optimale aus. Dann analysiert er das für seine Interessen-Zielgruppe typische Media-Verhalten und trifft die Medien-Auswahl.
2. Die bei der Befragung verwendeten Statements und deren "Wertigkeit" (Faktorenladung) können den Mitgliedern für eigene Untersuchungen zur Verfügung gestellt werden. Dadurch würden sowohl für eine mögliche Fusion relevante Bindeglieder angeboten werden können als auch für Verknüpfungen mittels Analogie.
3. Von der AG.MA wird - ausschließlich für ihre Mitglieder - eine Übersicht herausgegeben, aus der zu entnehmen ist, für welche Produkte, Produktarten und -bereiche welche Statements relevant sind."

Die Entwicklung des Projekts sah vor:

- "Materialsammlung zu den Dimensionen
- Formulierung des Roh-Fragebogens
- Überprüfung des Roh-Fragebogens
- Entwicklung des Fragebogens
- Feldexperiment
- Auswertung
- Aufnahme in die MA"

Man ging von der Vorstellung aus, die Daten in die MA 83 aufzunehmen. Diese Termin-Perspektive war unrealistisch.

Die noch 1979 angestellten Überlegungen der TECHNISCHEN KOMMISSION gingen schließlich dahin, künftig nur noch auf das Konzept der Beratungsgruppe OPPERMANN zurückzugreifen, die dann mit der weiteren Entwicklung des Projekts beauftragt wurde. Im Vorgriff auf diesen künftigen Ablauf sei hier im Anhang ein Papier aufgeführt, das die Gedankengänge der TECHNISCHEN KOMMISSION und der BASISSTRUKTURDATEN-Kommission präzisiert ((256)).

Als Kernsatz ist daraus (auf Seite 2) zu zitieren:

"Es wird nicht beabsichtigt, konkretes Verhalten im Sinne von Produkt- und Verwendungsdaten zu erfragen, sondern stattdessen konsumbezogene Verhaltensdispositionen durch die Ermittlung von Einstellungs- und Interessensdimensionen festzustellen."

Damit können wir für diese Arbeit und damit praktisch für die 70er Jahre den Bericht über die Bemühungen der AG.MA um zielgruppenbeschreibende Merkmale abschließen.

Der andere große Komplex, der in 1979 hineinragte, aber gegenwärtig ebenso wenig abgeschlossen ist, befaßt sich mit Veränderungen im Erhebungsmodell.

Den Stand der Dinge 1979 stellte Jürgen Pfifferling auf der MITGLIEDERVERSAMMLUNG am 16.11.1979 vor. Den Protokoll-Auszug fügen wir dem Anhang bei ((257)). Auch er enthält Planungsvorstellungen, die - wenn auch erst nach Abschluß unseres Berichtszeitraumes - so nicht realisiert werden sollten.

In diesem Zusammenhang verfügen wir über eine Zusammenfassung mit Ablaufplan, die ebenfalls im Anhang erscheint ((258)).

Ein Grund, ein wesentlicher allerdings, lag darin, daß die erneut aufgenommenen Diskussionen (nach Erscheinen der MA 80 mit unerwartet niedrigen Reichweiten) über den Fortgang des Satelliten-Systems die Prioritäten verschoben und andere Projektteile daraus wichtiger erscheinen ließen als die Experimente zur Abfrage der Medien.

Immerhin war der Ausgangspunkt für diese Experimente das schon zitierte "Unbehagen", im Erhebungsbereich im wesentlichen konzentriert auf ständige Erweiterungen des Fragebogens seit 1970 (mehr Titel, Ausbau der Abfrage, weitere Medien), verbunden mit einer als störanfällig empfundenen Kompliziertheit in der Handhabung des Interviews und seiner Länge. Dazu kam dann die für viele immer undurchsichtiger werdende Verarbeitungsstufe. Und wenn zu allem Überfluß auch noch die Reichweiten von Jahr zu Jahr schwanken und in der Tendenz eher rückläufig sind, so wird das "Unbehagen" und damit das Bedürfnis nach Überprüfung auch des Erhebungsmodells verständlich.

Die AG.MA zog u.a. auch das Institut WOLFGANG SCHAEFER MARKTFORSCHUNG zu gemeinsamen Überlegungen heran. Es lagen Erfahrungen von zwei Gruppendiskussionen mit Interviewern vor ((259)), welche die Erfahrungen der im Jahre 1978 vorgelegten Ergebnisse von GÉTAS und anderen ergänzten.

Darauf aufbauend entstanden zwei Papiere: ein Vortragsmanuskript und eine Konzeptbildung des gleichen Instituts, die wir zitieren ((260)), ((261)). Sie ergänzen die Überlegungen, die um das Erhebungs-Experiment angestellt wurden, insbesondere um die auch andernorts immer wieder auftauchenden Erwägungen zur "Validierung" der Ergebnisse.

Hier ist zunächst einmal eine Arbeit aus dem Institut WOLFGANG SCHAEFER MARKTFORSCHUNG zu nennen, die sich mit dem Zusammenhang der verschiedenen Maße der Leserschaftserfassung durch die MA in der Relation untereinander und zur Auflage befaßt ((262)).

Diese allerdings kontrovers diskutierte Analyse wurde ergänzt durch eine andere, von Erich Ockelmann vorgenommene Studie über den Zusammenhang zwischen Auflage und LpA-Werten ((263)), welche den Anfang einer Reihe von Rechnungen und Analysen bilden sollte, die gegenwärtig noch weitergeführt werden.

Hierbei geht es insbesondere auch darum, die Gruppierungen von Zeitschriften aufzudecken, ihre Zusammengehörigkeit, eine Aufgabe, der sich schon Jahre vorher Gerhard Zacharias gewidmet hatte: 1967 in dem Versuch einer "Typologisierung deutscher Zeitschriften" ((264)). Die Wiederholung der Typologie 1968 fügen wir dem Anhang bei ((265)).

Von Validierungsbemühungen berichtete auch das INSTITUT FÜR DEMOSKOPIE ALLENSBACH im Zusammenhang mit der AWA 79 ((266)).

Die dadurch ausgelöste Validierungs-Debatte hält noch heute an.

Innerhalb der AG.MA liefen unterdessen die Arbeiten zum Befragungs-Experiment weiter und mündeten für 1979 in einen Bericht des Instituts MEDIA-MARKT-ANALYSEN "Methodenvarianten zur MA-Abfrage", auf den sich im darauffolgenden Jahr die konkrete Untersuchungsplanung der Experimente stützen sollte ((267)).



Abschließend sei hier nur noch eine Unterlage erwähnt, die zusammenfassend die Gedankengänge um die Entwicklung eines neuen Befragungsmodells darstellt. Sie stammt von Klaus Peter Landgrebe und gibt "Anmerkungen zum MA-Fragebogen für die 80er Jahre" ((268)).

Für das Jahr 1979 ist noch eine große Zahl kleinerer Experimente und Überlegungen aufzuführen.

- Aus der MA 79 ist eine Sonderzählung durchgeführt worden, bei der es um die Frage ging, in welcher Weise die Ergebnisse zur Mediannutzung von der Interview-Bereitwilligkeit und den Schwierigkeiten beim Interview beeinflusst werden ((269)). Die aus einer laufenden MA stammenden Zahlen reichten jedoch zur Sicherung irgendwelcher Aussagen nicht aus, so daß man weiteres Auswertungsmaterial bräuchte, um hier weiterzukommen.
- Ein weiteres Zählexperiment ist durchgeführt worden, um zu prüfen, in welchem Ausmaße die Abfrage der Zweit-Jugendlichen in Vier- und Mehr-Personen-Haushalten zu einem Klumpeneffekt geführt hat. Der Klumpeneffekt konnte nicht nachgewiesen werden, wohl aber erwiesen sich die zweitbefragten gegenüber den erstbefragten Jugendlichen als verschieden, was jedoch wegen der unterschiedlichen Auswahlchance zu erwarten war.

Einen schriftlichen Bericht dazu gibt es nicht. Zu vermerken ist jedoch, daß die TECHNISCHE KOMMISSION sogar eine Ausweitung des Systems der Zweitbefragung empfohlen hat, nämlich von der MA 81 an in Vier- und Mehr-Personen-Haushalten stets zwei Personen zu befragen (und nicht nur den zusätzlichen Jugendlichen).

- Das schon 1978 erwähnte Experiment zur p-Wert-Berechnung in Bayern ist fortgeführt worden. Auf der TK-Sitzung am 15./16.1.1979 wurde darüber berichtet. Es ging im wesentlichen um die Prüfung anderer Außenkriterien als den LpN und um die Eignung der Binomialverteilung. Ein schriftlicher Bericht dazu existiert nicht. Die Experimente werden überdies fortgesetzt.
- Im Zusammenhang mit der Titeltkarten-weisen Abfrage der Mitglieder-Zeitungen wurde nach einem ersten Versuch schon anhand der MA 78 das System der Prüfprogramme auf Plausibilitäten hinsichtlich der Zeitungsaus-

sagen erweitert. Das Gleiche gilt für die in der MA 79 erstmals gesondert erfragte Lesemappe und für die zweitbefragten Jugendlichen. In beiden Fällen mußten spezielle Prüfprogramme erstellt, getestet und dann eingesetzt werden. Für die sogenannte Pärchen-Prüfung wurde dazu das in der Geschäftsstelle der AG.MA neu eingerichtete Terminal verwendet, und zwar mit Hilfe von in APL erstellten Prüfroutinen.

- Überhaupt war - worüber im Auswertungsbereich noch zu berichten sein wird - in der AG.MA die Auswertungspraxis der MMC diskutiert worden, die sich stark dem Dialog-Verkehr und speziell der Programmsprache APL zugewandt hatte.
- Die bereits 1978 verabschiedeten "Aufnahme-Richtlinien" sollten ergänzt und erweitert werden um "Ausweisungs-Richtlinien", weil durch die erstmalige gesonderte Ausweisung von regionalen Abonnements-Zeitungen in größerem Umfang als bisher in der MA 79 und für alle regionalen Abonnements-Zeitungen in der MA 80 für diese Medien ein Zeitungs-Planungs-Modell in Betracht zu ziehen war. Zu wirklichen Experimenten sollte es erst später, nämlich anhand der MA 80, kommen.
- Auch noch im Zusammenhang mit den Zeitungen ist die Aufnahme der NIELSEN-Ballungsräume in die MA 79 zu sehen, von der bereits berichtet wurde.
- Stichwortartig ist zur Weiterentwicklung des Satelliten-Systems zu nennen, daß sich wieder und immer noch KONPRESS mit ihren Titeln zur Mitgliedschaft angemeldet hatte; daß auch Anzeigenblätter sich gemeldet haben; daß die Fusionsregeln erneut ins Gespräch kamen (im Zusammenhang mit dem Zuwendungs-Index aus einer verlagseigenen Untersuchung von GRUNER + JAHR und der heftigen Diskussion über eine Anpassung von einer MA an eine andere, was grundsätzlich abgelehnt wurde).
- Ebenso gehört mit mehr als nur einem Stichwort dazu, daß das Feldmodell erneut überprüft und mögliche Modifikationen erörtert wurden. Insbesondere ist das rollierende System im Zusammenhang mit dem Gegensatzpaar "Aktualität - Stabilität" diskutiert, schließlich aber doch wieder beiseite gelegt worden. Hierüber gibt es ein zusammenfassendes Exposé von Friedrich Wendt ((25)).

- Probeweise ist in der MA 79 erfragt worden, ob der Befragte Deutscher oder Ausländer sei, um zu prüfen, ob man die Grundgesamtheit neu definieren könne. Dieses Thema war akut geworden, nachdem schon 1978 eine aktuellere Redressement-Matrix zur Verfügung gestanden hatte, und in der MA 79 die erste Untersuchung vorlag, die mit dem neuen modifizierten Stichproben-System ins Feld gegangen war. Es ergab sich eine so geringe Zahl von Befragten, die sich als Ausländer bezeichneten, daß man von einer Änderung der Grundgesamtheit absah und diese wenigen Interviews, die offensichtlich mit deutschsprechenden Ausländern geführt worden waren, auch in der MA 79 beließ.
- Diskutiert wurde die Möglichkeit, die Informationen aus der MA durch die Aussagen anzureichern, wie sie in der E-HASTRA (Einzelhandelsstruktur-analyse der Verlage) zur Verfügung stehen. Die genauere Prüfung ergab jedoch, daß wegen der grundsätzlichen konzeptuellen Verschiedenheit und der sehr stark eingeschränkten Anbindungsmöglichkeit dieses Vorhaben wieder fallen gelassen werden mußte.
- Die Bezugsfrage wurde in der TECHNISCHEN KOMMISSION daraufhin diskutiert, ob sie überhaupt aussagekräftig sei. Da man sich jedoch nicht entschließen konnte, sie ganz wegzulassen, ist man wenigstens dazu übergegangen, sie insofern zu modifizieren, als man von der MA 80 an zwei Versionen im Fragebogen im Split hat: einmal die LZ-Kategorie vorn, zum andern hinten - mit neuer Reihenfolge der Vorgaben im übrigen Bezugsbereich.
- Für die Funkmedien wurde ebenfalls für die MA 80 beschlossen, zur Komplettierung der Antwort-Möglichkeiten die sonstigen Sender mit aufzunehmen.
- Es gingen die bereits erwähnten Arbeiten an der Erstellung eines Gemeindebandes weiter, die, durch Initiativen aus dem Mitglieder-Kreise der AG.MA hervorgehend, von der MMC aufgegriffen und auf einen Merkmalsbereich von 28 charakteristischen Merkmalen komprimiert wurden. Diese Arbeit ist bis heute noch nicht abgeschlossen. Unter anderem hat das auch zur Aufnahme eines Merkmals "andere Räume" in den Codeplan der MA 79 geführt, wovon schon berichtet wurde.

## 4.2.2.

- Diskutiert wurde ferner - bislang allerdings ohne Konsequenzen für die MA -, inwieweit das frei verfügbare Einkommen ein zusätzliches, brauchbares Merkmal sein könnte. Hierzu gibt es eine Ausarbeitung des HEINRICH BAUER VERLAGES: "Das frei verfügbare eigene Einkommen" ((270)).
- Zum Schluß der chronologischen Aufzählung von Gutachten, Experimenten, Vorträgen und dergleichen soll hier ein Vortrag erwähnt und ein Protokoll als Anhang aufgeführt werden. Bei dem Vortrag handelt es sich um das Jubiläumsreferat von Alfred Boehme zum 25-jährigen Bestehen der AGLA/AG.MA, das er auf der MITGLIEDERVERSAMMLUNG am 16.11.1979 in Frankfurt/Main gehalten hat ((271)).

Die TECHNISCHE KOMMISSION war am 17.9.1979 10 Jahre alt. Anläßlich dieses Jubiläums ist das Protokoll der ersten Sitzung der TK vom 17.9.1969 wieder "ausgegraben" worden. Es enthält eine Zusammenfassung der Problemkreise, um die es schon damals ging, und es erscheint in manchen Strecken noch immer aktuell. Wir fügen es dem Anhang bei ((272)).

## Einzelbereiche in sachlicher Abgrenzung

In diesem letzten Abschnitt des Kapitels über das Erhebungsmodell behandeln wir einige Punkte in einer Abfolge, die bestimmt wird durch die Notwendigkeit einer Nachlese, die ihrerseits zweckmäßig erschien, nachdem die chronologische Darstellung naturgemäß bestimmte Gedankengänge nicht fortlaufend vorzustellen erlaubt hat.

Es handelt sich im einzelnen zunächst um

- Erinnerungshilfen - Titeltkarten und
- Rotation - Abfragefolge,

zwei Themenbereiche, deren Zusammenstellung bereits angekündigt worden ist. Es folgt eine kleine Übersicht über die Einleitungsfragen, die offensichtlich immer ein wenig stiefmütterlich behandelt wurden. Die restlichen Zusammenstellungen bieten zu bereits behandelten Themen neue Perspektiven - aus der komprimierten Darstellung heraus. Zwei davon gehören wegen des Schwergewichts hierher, auf das sich die Anstrengungen der letzten Jahre bezogen:

- methodische Bemühungen um Zeitungen,
- methodische Bemühungen um die Funkmedien.

Der Vollständigkeit halber wird eine kurze Bemerkung zu den anderen Medien angefügt.

Den Abschluß bildet eine Erörterung des Umfeldes, in dem sich die AG.MA in ihren Forschungs-Aktivitäten bewegt.

Was nicht mehr behandelt wird, wie zum Beispiel die Skalenfragen (also der ganze Komplex der Fragen nach dem Grad der Regelmäßigkeit des Lesens) oder die Fragen nach dem aktuellen Medienkonsum mit der vielfältigen Metamorphose der Fragestellungen, hat seinen Platz bereits in den entsprechenden Abschnitten - in diesem Fall der Medien-Merkmale - gefunden.

Das Gleiche gilt für bestimmte Zielgruppen-Merkmale, insbesondere die "synthetischen" - von den Sozialen Schichten bis zur Demotypologie.

Und dies gilt für alle Stichproben-Probleme, die ihren Platz im Anfangskapitel dieses zweiten Teils gefunden haben.

Schließlich gibt es Themen, deren systematische Behandlung noch aussteht, weil sie eher zum Auswertungs- oder Dokumentationsbereich gehören, wie die Relation der Auflage zur Reichweite, die longitudinale Betrachtungsweise über die Jahre hin oder die Berichterstattungshistorie.

#### 4.2.2.1 Erinnerungshilfen - Titeltkarten

Zur LA 54 ist geprüft worden:

- mit oder ohne Erinnerungshilfen. Ergebnis: mit.
- Titeltkarten in einheitlicher Druckschrift oder im Originalschriftzug. Ergebnis: Originalschriftzug.

Die LA 54 verwendete Schwarz-Weiß-Vorlagen.

Zur LA 56 ist geprüft worden:

- farbige gegen schwarz-weiße Titeltkarten. Ergebnis: farbige. Das Format war übrigens: 10 x 15 cm (DIN A 6).

LA 56 bis LA 67 wurden diese Titeltkarten beibehalten.

1957 - Metzger-DIVO-Gutachten - Ergebnis:

- Die vorgelegten Originaltiteltkarten produzieren zuverlässigere Aussagen als Einfach-Titeltkarten.
- Unterschiede in den Auswirkungen verschiedener Titeltkartenarten auf verschiedene Leserkategorien sind minimal.
- Die Zahl der vorgelegten Titeltkarten hat praktisch keinen Einfluß auf die Zuverlässigkeit der Ergebnisse (10 Titel versus 40 Titel).

Konsequenzen: keine, bis auf eine recht positive Ausarbeitung in der LA 58 von Manfred Koch "Psychologische Aspekte zur LA 58 - Titeltkarten als Erinnerungshilfen".

Im übrigen: Die Medienabfrage erfolgt mit gewissen Identifikationshilfen (zu Leseumständen).

1963/1964: Der AIDED RECALL-Ausschuß entwirft ein Konzept und begleitet das Psychologische Institut der Universität Hamburg bei der Durchführung eines Gutachtens (Zwischenbericht, Kurzbericht und endgültiges Gutachten liegen vor).

Ergebnis: Titeltkarten liegen im Erinnerungs-Effekt sehr dicht an der Collage und am Originalheft.

Konsequenzen: keine.

LA 64 bis LA 68 bringen eine zusätzliche Erinnerungshilfe. Als Vorinformation liest der Interviewer Erläuterungen zum Befragungsgegenstand vor (was als Lesen verstanden wird, usw.).

Dieses System bleibt diese fünf Jahre erhalten, wird jedoch ständig modifiziert und von der LA 65 ab durch ein Aufstellungsschild ergänzt. Abgelöst wird diese Art der Erinnerungshilfe durch eine konsequente Ausformulierung von Vorfragen seit der LA 69.

1967: ASK führt ein Titeltkarten-Experiment durch, um eine optimale Erinnerungshilfe zu ermitteln.

Ergebnis: farbige Titeltkarten mit Originalschriftzug, im Format jedoch auf DIN A 5 vergrößert.

Seit der LA 67 werden diese DIN A 5-Titelkarten verwendet; zunächst für die Zeitschriften, später (ab MA 73) auch für Supplements.

LA 69 bis MA 78: Die überregionalen und die Kaufzeitungen werden anhand von Titelkarten abgefragt, die denen der Zeitschriften entsprechen.

Für die regionalen Zeitungen sind lediglich freie Nennungen vorgesehen.

1969 wird die im Auftrage des HEINRICH BAUER VERLAGES vom IfD durchgeführte Studie "Experimente zur Leserschaftsforschung 1968" publiziert (10.2.1969) ((148)), in der Titelseiten als Erinnerungshilfen der Originalheft-Vorlage gegenübergestellt werden. Die auf POLITZ zurückgehenden Vorstellungen, daß die Originalheft-Vorlage die zuverlässigste Erinnerungshilfe darstellt, werden bis heute kontrovers diskutiert. Strittig ist vor allem das Ausmaß, in dem die Erinnerungshilfe am Zustandekommen der Leserschaftszahlen beteiligt ist - angesichts der Tatsache, daß Stichprobe, Filterungen, Fragestellungen, Reihenfolge, Art und Umfang der Fragen und dergleichen weitere Faktoren sind, die das Befragungsergebnis beeinflussen, eine Tatsache, die insbesondere aus der bereits zitierten Zusammenfassung der sechs Institutsvorschläge von Wolfgang Schaefer vom 6.6.1969 ((147)) deutlich geworden ist.

Wenn man jedoch noch weitergeht und die Heftvorlage-Version der Erhebung als Validierungsinstrument versteht, muß man sich mit zweierlei Einwänden auseinandersetzen.

Der eine Einwand zielt auf die Frage, ob denn das, was vor vielen Jahren zu POLITZ Zeiten gegolten haben mag (auch damals schon handelte es sich im Grunde um eine Konvention!), heute auch noch gilt, angesichts der inzwischen sehr verschiedenen, vor allem erheblich erweiterten medialen Angebote (Reizüberflutung) und des veränderten Stellenwertes der Zeitschriften darin.

Der andere Einwand ist grundsätzlicher Art. Die MA liefert Unterlagen für die Mediaplanung, für ein prognostisches Vorgehen also. Prognosen können nicht an den Verhältnissen von gestern überprüft werden. Und die bloße Reproduktion der Medianutzung von gestern ist nicht die Aufgabe der Media-Analyse. Die MA ist auf die Zukunft gerichtet. Prognosen erweisen sich erst dort als richtig oder falsch; das heißt, es geht um die Suche nach geeigneten Prädikatoren; und

das müssen nicht Merkmale sein, welche die Vergangenheit akribisch abbilden. Wirklich durchgreifende Ergebnisse derartiger Verifikationen hat es jedoch bislang nicht gegeben. Gelegentliche Ansätze in Frankreich und rudimentär auch in Deutschland sind aus der Anfangszeit der Media-Selektion bekannt geworden. Es wäre verdienstvoll, in dieser Richtung weiter zu arbeiten.

LA 69: Die Funkmedien erhalten Erinnerungshilfen in Listenform, und zwar für den Hörfunk mit in gleicher Schrift versehenen Bezeichnungen, wie RADIO LUXEMBURG oder BAYERISCHER RUNDFUNK MÜNCHEN, und für das Fernsehen mit den schwarz-weiß wiedergegebenen Erkennungs-Figuren, welche die einzelnen Sender zwischen den Spots zeigen.

Außerdem werden die Leseumstände durch Zeichnungen verdeutlicht, die auf einem zweiseitigen Blatt zusammengefaßt vorgelegt werden.

LA 70 bis MA 73 werden die Funkmedien, geringfügig modifiziert, mit Erinnerungshilfen wie bei der LA 69 abgefragt.

1972 erscheint die bereits erwähnte Schrift von Klaus Peter Landgrebe "Erinnerungshilfen in der Leserschaftsforschung - Material aus dem Archiv der AG.MA" ((87)), welche die bisher verwendeten Identifikationshilfen und die Wege, wie man dazu kam, aufzeigt.

MA 73 beginnt die Abfrage der Supplements (zunächst nur RTV; ab MA 75 auch weitere) anhand farbiger Titelkarten im Format DIN A 5.

MA 74 werden die Erinnerungshilfen für das Werbefernsehen im Zuge des neueren Befragungssystems umgestellt: Anstatt eines Blattes mit kleinen Wiedergaben der Erkennungs-Spot-Figuren werden Titelkarten schwarz-weiß im Format DIN A 5 vorgelegt.

MA 75 bis MA 78 werden auch für den Hörfunk Karten vorgelegt - alle Namen in gleicher Schriftart. Alle Funkmedien-Karten ~~bleiben schwarz-weiß~~, sind aber jetzt im Format DIN A 6.

1975 kam die Diskussion um geeignete Erinnerungshilfen erneut auf, zum Teil durch ausländische Vorbilder angeregt. Klaus Peter Landgrebe hat die relevanten Gedankengänge in drei Beiträgen zusammengefaßt:

"Titelkarten : Tagesablauf. Erstaunliches und Anregendes aus der Mediaforschung in Europa." ((214))

"Entwicklung eines vereinfachten Verfahrens zur Erhebung von Pressemedien in der MA" ((215)) und

"Titelkarten-Reichweiten und Originalheft-Reichweiten" ((216)).

Das Selbstausfüllen von Titelkarten steht im Vordergrund besonders der Methode der Südafrikanischen Leseranalyse.

Der HEINRICH BAUER VERLAG hatte zu der Zeit bereits mit kleineren Titelkarten experimentiert (DIN A 6 und DIN A 7). Im Rahmen des sogenannten ZUKUNFTSAUSSCHUSSES wurde darüber diskutiert. Ein Experiment mußte wegen des gleichzeitig anstehenden Rotationsexperiments zurückgestellt werden.

1976/1977 wurde zunächst einmal geprüft, ob Beobachtungen der Interviews u.a. etwas darüber aussagen konnten, wie Erinnerungshilfen benutzt (oder nicht benutzt) werden, und zwar im Gesamtzusammenhang mit allen übrigen Interview-Komponenten. Änderungen der Titelkarten erschienen dabei am wenigsten problematisch (zum Beispiel die Einführung kleinerer Titelkarten).

1977/1978 wurde in den Kreis der Überlegungen das sogenannte "Cumberland Lodge Paper" der britischen Mediaforscher einbezogen ((248)), das noch einmal andere Befragungsabläufe und Erinnerungshilfen vorstellt.

MA 79: Drei Änderungen werden im Bereich der Erinnerungshilfen eingeführt:

- Beim Hörfunk bleibt es bei der schwarz-weißen Beschriftung von Karten im Format DIN A 6; das Fernsehen erhält jedoch farbige Titelkarten im Format DIN A 5.
- Die regionalen Mitglieds-Zeitungen werden - wie bislang schon die Überregionalen und die Kaufzeitungen - anhand von Titelkarten DIN A 5 mit Faksimiles der Kopfzeile abgefragt (ab MA 80 alle regionalen Zeitungen). Zusätzlich bleibt die offene Nachfrage.
- Die Lesemappe erhält als eigenständiger Werbeträger eine "Titelkarte" als Identifikationshilfe in Form einer Collage, farbig, im Format DIN A 5 auf einem Blatt DIN A 4 quer vorgelegt.

#### 4.2.2.2.

Das letzte Berichtsjahr dieser Arbeit schließt den Komplex der Erinnerungshilfen damit ab, daß im Rahmen des geplanten, erst ab Ende 1980 begonnenen Feldexperiments auch Titelkarten-Probleme behandelt werden. Dabei wurden Erfahrungen des Instituts WOLFGANG SCHAEFER MARKTFORSCHUNG ((260)) und ((261)) bei der Analyse von Interview-Abläufen mitverwertet.

Rotation - Abfragefolge

LA 56/LA 58:

- Splitting nach 7 und 8 Tagen Abfragezeitraum;
- Rotation in zwei Versionen:

wöchentlich - 14-täglich - monatlich  
 monatlich - 14-täglich - wöchentlich

1959 erfolgt die sogenannte Berliner Umfrage, das DIVO-Experiment zur Rotation.

LA 60: 12 Rotationsformen, weil die Leserzahl von der Abfrageposition beeinflußt wurde:

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
wö	wö	mo	mo	14	14	14	14	mo	mo	wö	wö
LZ	NLZ									LZ	NLZ
<hr/>											
wö	wö	14	14	mo	mo	wö	wö	wö	wö	wö	wö
NLZ	LZ					LZ	NLZ	LZ	NLZ	NLZ	LZ
<hr/>											
14	14	wö	wö	wö	wö	wö	wö	wö	wö	mo	mo
		LZ	NLZ	LZ	NLZ	NLZ	LZ	NLZ	LZ		
<hr/>											
mo	mo	wö	wö	wö	wö	mo	mo	14	14	14	14
		NLZ	LZ	NLZ	LZ						
<hr/>											

Weiteres Ergebnis: Ob die Leseumstände am Anfang oder am Ende der Medienabfrage ermittelt werden, übt auf die Angaben zur Medianutzung einen Einfluß aus.

LA 60 bis LA 65 1. und 2. Welle: 12 Rotationsformen werden beibehalten.

LA 61 1., 2. und 5. Welle: Abfrage der Leseumstände vor der übrigen Medienabfrage;

3. und 4. Welle: Abfrage der Leseumstände nach der übrigen Medienabfrage. Kein nennenswerter Unterschied.

1964: Auf der Basis der LA 64 werden die 12 Rotationsformen einem t-Test unterzogen. Als relevante Formen werden nunmehr 4 gefunden, bei denen also der Positionseffekt zu signifikant abweichenden Reichweiten führt.

1	2	3	4
14	14	mo	mo
mo	mo	14	14
wö	wö	wö	wö
NLZ	LZ	NLZ	LZ
wö	wö	wö	wö
LZ	NLZ	LZ	NLZ

LA 65 3. und 4. Welle: Diese 4 Rotationsformen werden praktiziert. Die erstmals als Experiment aufgenommene Frequenzfrage wird nach der Frage zum Leser pro Nummer (Leser im letzten Erscheinungsintervall) gestellt.

LA 66: Bei Einführung der sogenannten IPA-Fragestellung (wann zuletzt gelesen?) für den LpN ist in der 1. und 2. Welle diese Frage vor und in der 3. und 4. Welle nach der Frequenzfrage gestellt worden. Außerdem erfolgte eine Aufteilung der Titel in drei Titeltarten-Päckchen. Jeweils Titel ungefähr gleichen Charakters wurden in einem Päckchen abgefragt. Das ergab 6 Versionen.

Schließlich wurden - nur in der 2. Welle der LA 66 - die gelesenen Titel nach dem Erscheinungsintervall vorsortiert. Ergebnis: kein Unterschied.

LA 67/LA 68: 6 Versionen wie LA 66. Die Frequenzfrage wurde aus Erwägungen, die mit dem geringeren Zutrauen in die Frequenzskalen-Information zusammenhängen, nach der IPA-Frage zum LpN gestellt.

Ab LA 69: Feste Reihenfolge.

1975/1976 wurde bislang letztmalig das Rotations-Problem aufgegriffen. In einem Experiment mit drei Versionen wurde geprüft, ob durch andere Abfragefolgen als der bisherigen Veränderungen in den Reichweiten der Mediengattungen hervorgerufen würden, die als "besser" anzusehen waren. Die Kriterien zur Beurteilung wurden - wie bereits unter 1976 dargelegt - vorab entwickelt. Sie erbrachten keine Änderungs-Empfehlungen. Es blieb alles beim alten.

#### 4.2.2.3.

Einleitungsfragen

Hier genügt die bloße Aufstellung.

LA 54/LA 56: Die ersten Einsammelfragen - verwendet in der LA 54 und LA 56 - sind zuvor auf ihre Verwendbarkeit getestet worden. Es handelte sich um drei Wohnungsfragen und zwei Fragen zum Arzt und zur Gesundheit.

LA 58: Eine Frage zu Tageszeitungen, zwei Fragen zum Rundfunk.

LA 60 bis LA 64: Vier Fragen zur Anzahl Personen im Haushalt, Berufstätigkeit, Hausfrau und Beruf; eine aufgefächerte Frage zur Freizeit, eine aufgefächerte Frage zur Lesemappe.

LA 65/LA 66: Wie zuvor, es entfällt nur die Freizeit-Frage.

LA 67/LA 68 (12.000er Fragebogen): Sechs Fragen zum Werbefernsehen, drei Fragen zum Werbefunk.

LA 68 (3.000er Fragebogen): Vier Fragen zu Tageszeitungen, eine Frage zum Kino, eine allgemeine Frage zu Zeitschriften.

LA 69: Drei Fragen zum Werbefunk, vier Fragen zu Tageszeitungen.

LA 70: Zwei Fragen zum Reisen.

Seit LA 71: Vier Fragen zum Reisen.

Welches auch immer die Gründe für die jeweiligen Einleitungen waren, wirklich

überzeugend wirkt keine. Selbst das Reisen nicht, weil damit nur ein (wenn auch beträchtlicher) Teil der Bevölkerung angesprochen wird. Alternativen wurden hin und wieder erörtert, bislang ohne Konsequenzen; außer im Befragungs-Experiment, das erst nach Ablauf des Berichtszeitraums - das heißt Ende 1980 - angelaufen ist.

#### 4.2.2.4.

##### Methodische Bemühungen um Zeitungen

Nachdem auf der einen Seite das Erhebungsmodell der 70er Jahre, das im wesentlichen zunächst ein Zeitschriften-Erhebungsmodell war, mit der LA 70 so gut wie festgeschrieben worden war, und nachdem auf der anderen Seite die AGLA sich zur AG.MA hin entwickelt hatte, mußte die Diskussion um die übrigen Medien in den Vordergrund rücken.

Die einzelnen Stationen für die Tageszeitungen wie für die Funkmedien sind Jahr für Jahr in den vorausgegangenen Abschnitten geschildert worden. In diesem Abschnitt über Zeitungen soll nur noch einmal zusammenfassend von den methodischen Bemühungen dieser Jahre berichtet werden.

Das erste Mal stellte die TECHNISCHE KOMMISSION am 6.7.1971 Überlegungen darüber an, wie man den Zeitungen im Erhebungsbereich besser gerecht werden könnte. Einen übersichtlichen und im Grunde den gesamten Komplex "Zeitungen in der MA" abhandelnden Artikel schrieb dann 1973 Hans-Erdmann Scheler unter der Überschrift "Leserschaftsdaten für regionale Tageszeitungen" ((273)). Die eigentliche fachliche Diskussion setzte auch erst 1973 ein, nachdem die MA 72 mit ihren beiden zusammengefaßten Erhebungen in den bereits erwähnten "grünen Bänden" ((177)) dargestellt wurde, in denen vergleichende Übersichten unter regionalen Gesichtspunkten stehen.

Die ARBEITSGEMEINSCHAFT REGIONALPRESSE hatte sich an der Finanzierung der MA 72 beteiligt, was sie auch noch bei der MA 73 und MA 74 tun sollte, bis Unstimmigkeiten eine Weiterführung dieser korporativen Mitarbeit verhinderten, was andererseits den Weg für die Einzelmitgliedschaft von Zeitungen freigab.

Schließlich war 1972 das Regionalproblem in einer Sitzung der SPEZIALISTEN-KONFERENZ rundum behandelt worden, und zwar am 11.12.1972 in Berlin. Die Referate sind in ((181)) enthalten.

Nur zur Erinnerung: die MA 72/1 und II waren die beiden ersten Untersuchungen auf der Basis der AG.MA/ADM-Stichproben, des koordinierbaren Systems, das in der MA 73 zum regional und zeitlich weit gestreuten Feldmodell führte, das im Prinzip bis heute beibehalten wurde.

Die methodischen Bemühungen ab 1973 lassen sich wie folgt in mehreren Abschnitten darstellen.

#### 4.2.2.4.1.

##### Titelkarten als Erinnerungshilfe

Die LA 69 enthielt Fragen für die überregionalen und die Kaufzeitungen - mit Titelkarten gestützt - und für die regionalen Tageszeitungen in offener Form. Das blieb so bis zur MA 78. Die MA 79 brachte die Erweiterung der Titelkarten-Abfrage auf die Mitgliedszeitungen; die MA 80 auf alle regionalen Tageszeitungen - unter Beibehaltung einer offenen Frage als Sicherheitsvorkehrung.

Wie kam es dazu? Etwa ab Mitte 1973 wurde von der TECHNISCHE KOMMISSION die Diskussion um die Titelkarten-Erhebung aufgenommen, die in verschiedenen Mitgliederhäusern der AG.MA nach dem Vorliegen eigener Untersuchungen geführt wurde. Das Ergebnis war nämlich, daß die Titelkarten-Vorlage die Reichweiten eher erhöht - wenn auch nicht durchgängig -, daß aber vor allem das Nebeneinander von Titelkarten-Abfrage und offener Frage die offen erfragten Titel benachteiligt. Die Erörterungen zogen sich hin, wurden zeitweilig wegen der sogenannten "Repräsentanzprobleme", auf die wir noch zu sprechen kommen, zurückgestellt. Schließlich sollte parallel zur MA 76 experimentell geprüft werden, wieviele Titelkarten vorzulegen sind, ob in einem oder in zwei Paketen (regional - überregional) und wieviele Sampling Points (in zwei Testräumen) zur Verfügung stünden, um die regionale Repräsentanz abzusichern. Da die inzwischen immer stärker vernehmbar werdenden Stimmen von Zeitungsverlagen in und außerhalb der AG.MA (die letzteren im Hinblick auf eine Beitrittsabsicht) die Titelkarten-Vorlage als *conditio sine qua non* verlangten, setzte sich die Meinung durch, daß man dies ohne vorheriges Experiment tun könne, sofern die Zeitungen die damit verbundenen Mehrkosten bei Erhebung und Auswertung trügen. Die Auswirkungen dieses Vorgehens sollten jedoch nachträglich überprüft werden. In der MA 79 wurden daraufhin alle überregionalen Zeitungen, alle Kaufzeitungen

(wie bisher) und erstmals die Mitglieds-Zeitungen mit Hilfe von Titeltkarten - für jeden Befragten in einem Titeltkarten-Paket - abgefragt. Beachtliche Anstrengungen in Verhandlungen und Einzelgesprächen waren dazu - und zur Regelung auch der anderen zeitungsgelunden Fragen - erforderlich. Zwei Kommissionen haben hierbei einen entscheidenden Anteil gehabt: einmal die sogenannte GEMISCHTE KOMMISSION (gemischt aus Vertretern der AG.MA und aus Zeitungsvertretern); zum andern die KOMMISSION ZUR ERARBEITUNG VON AUFNAHME- UND AUSWEISUNGSRICHTLINIEN.

#### 4.2.2.4.2. Aufnahme- und Ausweisungsrichtlinien

Von der MA 72/I und II bis zur MA 75 sind in den Methodenbänden neben den Ausweisungen von Zeitungslisten auch Einzeltitel mit ihren Reichweiten aufgeführt worden. Die verbesserte Stichprobe erlaubte dies, die zum Teil sehr geringen Fallzahlen ließen jedoch Vorsicht geboten sein. Man mußte nach einem modus vivendi suchen, denn theoretisch, gar mathematisch-statistisch ließ sich dieses Problem nicht lösen. Ein paar Grundsätze wurden diskutiert, erstmals 1973 im ARBEITSAUSSCHUSS und in der TECHNISCHEN KOMMISSION.

- 1% LpN wurde als Mindestmaß angesehen (das waren zu der Zeit etwa 150 Fälle). Andererseits war das eine für Zeitungen recht strenge Bedingung, denn regionale Zeitungen haben ein enges Verbreitungsgebiet und darin sehr viel mehr als 1% Reichweite.
- 75% bis 90% der Auflage sollten zur Definition eines Verbreitungsgebietes genommen werden. Wer entscheidet das, war die Frage. Die Verbreitungsanalysen des ZAW sollten herangezogen werden.
- Eine weitere Frage war, was mit den Angaben zu den Nichtmitglieds-Zeitungen zu geschehen habe.

Diese und zum Teil weitere, komplizierte Detailfragen wurden über Jahre mit wechselndem Eifer diskutiert, bis man schließlich auf der MITGLIEDERVERSAMMLUNG der AG.MA am 6.11.1978 allgemeine Richtlinien verabschiedete ((241)), die sich im Anhang befinden. Darin sind auch für die regionalen Tageszeitungen Regelungen vorgesehen. Daneben sind ab MA 80 gültige Mindestforderungen für die Anzahl Fälle im selbstdefinierten Verbreitungsgebiet festgelegt worden, nämlich 351.

Immerhin sind diese Einzelheiten noch nicht definitiv geregelt, denn die Zeitungsausweisung wird für die Laufzeit der MA 80 und MA 81 lediglich experimentell durchgeführt.

Von diesen mehr formalen Gesichtspunkten abgesehen ist die Mitgliedschaft von Einzelzeitungen in Gang gekommen, seit die ARBEITSGEMEINSCHAFT REGIONALPRESSE sich nicht mehr beteiligt. Das erste neue Mitglied ab 1.1.1975 war die BRAUNSCHWEIGER ZEITUNG, der 1976 die STUTTGARTER ZEITUNG und die SCHLESWIG-HOLSTEIN-PRESSE und weitere seither folgten.

#### 4.2.2.4.3. Repräsentanzprobleme

Was wir im letzten Abschnitt als formales oder auch statistisches Problem kennenlernten, hat natürlich den handfesten Hintergrund der Zuverlässigkeit und Brauchbarkeit der Leserschaftsdaten.

Die ganzen Anstrengungen, wie sie Hans-Erdmann Scheler in seinem bereits erwähnten Aufsatz ((273)) geschildert hat, gehen dahin, auf verschiedenen Wegen die letztlich für regionale Medien vergleichsweise kleine Stichprobe der AG.MA so weit regional aufzubessern bzw. zu verarbeiten, daß die Sicherheit der Reichweiten-Aussagen steigt und die - in jeder Stichprobenerhebung unvermeidlichen - Fehlerspannen auf ein für die Praxis erträgliches Maß herabgesetzt werden können. Dazu hat es im Laufe der Zeit drei Wege gegeben.

#### 4.2.2.4.3.1. Disproportionalitätsfaktoren

Wenn und soweit die Definitionen von Verbreitungsgebieten den damals 116 Schichtungszellen folgen, ergeben sich keine zusätzlichen Regionalprobleme. In der Regel ist das aber nicht der Fall. Schon die IVW-Gebietseinheiten der Verbreitungsanalysen entsprechen diesen Bedingungen nicht - und erst recht nicht manche Zeitungsverbreitungsgebiete. Die BRAUNSCHWEIGER ZEITUNG lieferte damals ein hervorragendes Beispiel, wie man in der Definition des Verbreitungsgebietes bis zur Gemeindeebene heruntergehen muß.

Damit kam die ganze Problematik der Gemeindeform mit den Änderungen der Gemeindefamen und Gemeindekennziffern ins Spiel; ebenso die Frage der Aktualisierung von Einwohnerzahlen, um die richtigen Proportionen zu ermit-



tein. Und es mußten zwei auf unterschiedliche Weise entstandene Datenbestände - die MA und die VA - einander angeglichen werden.

1973 wurde ein Experiment durchgeführt, über das bereits berichtet wurde. Dennoch erscheint es angebracht, aus dem Ergebnis, das im Juni 1974 vorgestellt wurde, den Text im Anhang aufzuführen, der das Experimental Design schildert und die Resultate beschreibt. Sein Titel: "Erläuterungen zu den vorgelegten Tabellen" ((274)).

Wegen der geringen Ergiebigkeit wurde dieser Weg schließlich doch nicht beschritten.

#### 4.2.2.4.3.2. Akkumulation

Es bot sich nämlich eine Alternative an: die der Zusammenlegung von zwei oder drei aufeinanderfolgenden Media-Analysen. Der erste Versuch wurde mit der MA 73 und MA 74 gemacht, und zwar für fünf große Verbreitungsgebiete folgender Zeitungen:

BRAUNSCHWEIGER ZEITUNG,  
FRANKFURTER ALLGEMEINE ZEITUNG,  
HAMBURGER ABENDBLATT,  
STUTTGARTER ZEITUNG,  
SÜDDEUTSCHE ZEITUNG.

Dieser Weg schien erfolgversprechend. Eine Fortsetzung dieser Bemühungen bezog dann für den Münchner Raum die MA 74 und MA 75 ein. Darüber ist von Hans-Erdmann Scheler am 25.5.1976 in München berichtet worden ((21)).

Die MA 75, MA 76 und MA 77 sind in den Gebieten:

Schleswig-Holstein,  
Hamburg und Umgebung,  
Stuttgart und Umgebung,  
München und Umgebung und  
SÜDBLOCK-Verbreitungsgebiet

akkumuliert worden. Diese Prozedur wurde für die MA 76, MA 77 und MA 78 wiederholt.

1978 wurde die Akkumulation als Verfahren experimentell ergänzt durch die sogenannte Transplantation, bei der die Zeitungsdaten (im Prinzip aber auch andere Daten) aus zwei oder drei aufeinanderfolgenden Media-Analysen in die aktuelle MA übertragen werden. Man erhält also unter Beibehaltung der Fallzahlen der aktuellen Media-Analyse für die entsprechenden transplantierten Daten die statistische Sicherheit von zwei oder drei Media-Analysen, für die "transplantierten" Daten jedoch nicht mit derselben Aktualität wie für die übrigen.

#### 4.2.2.4.3.3.

#### Aufstockung

Wenn man die Akkumulation als eine Art horizontaler, zeitlicher Ausweitung der Stichprobenbasis ansehen will, so gibt es dazu ein Pendant, die "vertikale", also räumliche Aufstockung, d.h. die Ausweitung der Stichprobenbasis durch Zusatzerhebungen im gleichen Zeitraum, in dem die laufende MA im Feld ist. Diese Art der Vergrößerung der Erhebungsbasis ist erstmalig im Zeitungsbereich im Zusammenhang mit der BRAUNSCHWEIGER ZEITUNG 1976 erarbeitet (aber nicht durchgeführt) worden, nachdem schon 1975 die Rede davon gewesen war, daß in bestimmten Gebieten - Saarland, Bremen und Berlin (West) - die Fallzahlen eine Aufstockung als zweckmäßig beispielsweise für die Funkmedien, aber auch die Zeitungen erscheinen lassen.

Durchgeführt wurden Aufstockungen seit der MA 78, und zwar:

MA 78 - Saarland 100%

MA 79 - Saarland und Bremen 100%

ab MA 80 - Saarland 150%, Bremen 100%.

Der Vorteil der Aufstockung liegt in der Tatsache, daß die von Jahr zu Jahr auftretenden Schwankungen der Ergebnisse sich nicht fortpflanzen können und daß wirklich nur aktuelle Daten zur Verfügung stehen. Allerdings wird die Stichproben-Größe dadurch erhöht.

Auch zur Aufstockung scheint eine - diesmal vertikale - Transplantation möglich, die die Stichproben-Größe unter Beibehaltung des Repräsentationsgrades wieder auf die der Ursprungsstichprobe reduziert, indem die Informationen aus der Aufstockung in die aktuelle MA "transplantiert" werden.

Wie schon bei den Tageszeitungen, so gab es auch für den Bereich der Funkmedien Probleme der Integration in das allgemeine Medienkonzert von dem Augenblick an, als der Allmediencharakter der Media-Analyse in den Vordergrund trat. Es ging auch hier um Bemühungen, eine dem Medium Funk adäquate, gerechte Methode der Einsammlung und Verrechnung der spezifischen Informationen zu finden. In gewisser Weise war dies für das Nicht-Pressemedium Funk seines völlig anderen Charakters der Nutzungsvorgänge wegen schwieriger als für die Zeitungen.

Auch für die Funkmedien lagen Erfahrungen und Ergebnisse aus Untersuchungen vor, die etwas über die Nutzung aussagen konnten. So können wir gleich auf zwei Veröffentlichungen verweisen, aus denen Umfeld und Historie des Integrationsprozesses der Funkmedien-Nutzungsforschung in die MA ablesbar sind.

Beide Darstellungen stammen von Autoren, die an diesem Integrationsprozeß persönlich beteiligt waren. Zum einen handelt es sich um Jürgen Pfifferlings Übersicht über "Hörfunk und Fernsehen in der Media-Analyse" anlässlich des 25-jährigen Bestehens der AG.MA ((275)); zum anderen um ein von Hansjörg Bessler geschriebenes Buch über "Hörer- und Zuschauerforschung", das von den Anfängen des Rundfunks in Deutschland bis heute alle Forschungsaktivitäten auf diesem Gebiet enthält ((276)).

Einen geeigneten Einstieg in die Integrationsproblematik der Funkmedien-Erhebung und -Verrechnung finden wir durch ein Zitat aus der WERBEFUNK-HÖRER-ANALYSE 1966 des ZAW ((277)), das lautet:

"Das Befragungsinstrument liefert je nach Definition und Auffassung vom Hörer pro Tag, speziell vom Werbefunkhörer pro Tag, unterschiedliche Werte. Eine Untersuchung, die gleichzeitig mit unterschiedlichen Konzepten arbeitet, muß diese Unterschiede in den Ergebnissen vorweisen. Die beiden Konzepte sind, um es noch einmal zusammenzufassen:

- a) Als Hörer pro Tag wird der durch die härteste und nach gängiger Meinung als optimal der Wirklichkeit angepaßt angesehene Methode der Stichtagbefragung - viertelstundenweise gestern - ermittelte Befragte angesehen.

- b) Als kumulierte Reichweite eines Tages bezeichnet wird der durch Rückrechnung ermittelte Wert, der sich aus den Frequenzangaben des weitesten Hörerkreises errechnen läßt. Der weiteste Hörerkreis wird durch Erfragen des Rundfunkhörens nach dem Grad der Regelmäßigkeit und anschließender numerischer Frequenzskala über die Häufigkeit des Werbefunkhörens bei dem jeweiligen Sender ermittelt.

Die Entscheidung, ob die eine oder andere Definition, das eine oder andere Konzept besser sei, kann im gegenwärtigen Zeitpunkt nur in der Weise getroffen werden, daß man von einem Sowohl-als-Auch spricht. Rein theoretisch wäre auch ein Entweder-Oder möglich. Die Kriterien für eine solche Entscheidung sind allerdings nicht so vielfältig, wie sie auf den ersten Blick erscheinen mögen. Im Grunde gibt es hier nur zwei Überlegungen:

- a) Wofür werden die Zahlen benötigt?

Die Zahlen werden für die Werbeplanung benötigt. Härtere Zahlen sind gelegentlich nur niedrigere Zahlen. Was "richtiger" im Sinne der Kontaktchance der Werbung ist, kann niemand entscheiden.

- b) Mehr und mehr setzt sich die Verwendung von Simulationsdaten aus Kumulationsuntersuchungen durch. Simulationskartensätze, die die Konsequenzen von Mehrfachbelegung nachzuvollziehen erlauben, beruhen auf der Verwendung von Frequenzangaben und weisen zwangsläufig Werte für den Hörer pro Tag aus, die unseren Werten aus der Rückrechnung entsprechen, weil für die Kumulationserhebungen als Basis der weiteste Hörerkreis zugrunde gelegt werden muß.

Ein Nebeneinander von härtestem ermitteltem Hörer-pro-Tag-Wert und kumulierter Reichweite eines Tages wird im Bereich der Simulationskartensätze unmöglich. Eine "Angleichung" - das haben verschiedene Versuche gezeigt - führt im Grunde zu nichts. Es kann also sein, daß wir eines Tages vor der Alternative stehen, die eine oder andere Auffassung gut zu heißen, und zwar nicht, weil die eine oder andere Auffassung "richtiger" wäre, sondern weil sie sich als zweckmäßiger erweist. Wir dürfen dabei eines nicht vergessen: Unsere Befragungen erfolgen auf der Basis von Modellvorstellungen. Die Entscheidungen der Werbeplaner erfolgen für die Zukunft auf der Basis von Modellberechnungen aus der Vergangenheit. Diesem Vorgehen liegt das Bemühen um einen optimalen Anpassungsgrad an die Realität und um einen möglichst hohen Zuverlässigkeitsgrad der

Ergebnisse ebenso zugrunde wie das Bedürfnis nach möglichst weitgreifendem, umfassendem Datenmaterial."

Wir wissen inzwischen, daß es eher bei einem "Sowohl-als-Auch" geblieben ist: in der Form der über Segmentation errechneten Nutzungswahrscheinlichkeiten; allerdings so, daß die aktuellen Nutzer einer "Medienkontakteinheit" nicht über den Tagesablauf, sondern sowohl in Viertelstunden (Fernsehen) als auch in längeren Zeitabschnitten (Hörfunk) ermittelt werden.

Welche Probleme gab es im einzelnen?

#### 4.2.2.5.1. Tagesablauf

Bei einer so weit verbreiteten, akzeptierten Abfragemethode wie dem Tagesablaufschemata war es nicht verwunderlich, daß von Beginn der Diskussion an über die Jahre der Experimente hinweg bis zum schließlichen Eintritt der ARW/ARBEITSGEMEINSCHAFT RUNDfunkWERBUNG mit dem Hörfunkbereich in die AG.MA zum 1.1.1978 dieses Instrument im Mittelpunkt der Aufmerksamkeit stand.

Zu nennen ist das sogenannte ZAW-Experiment (FMA 71 und MA 71 parallel). Das war das Experiment, bei dem zugleich die Nachbefragungs-Möglichkeit an demselben Befragten untersucht wurde.

Dann gab es ein vorbereitendes Papier von Klaus Peter Landgrebe ((180)) für ein Experiment, das unter Aufsicht eines GEMISCHTEN ARBEITSKREISES ELEKTRONISCHER MEDIEN von GETAS durchgeführt wurde. Berichte darüber sind zitiert worden ((185)) bis ((187)).

Die Schwierigkeit blieb der relativ hohe Zeitaufwand für einen einigermaßen vollständigen Tagesablauf im Rahmen der MA. Der gesuchte Ausweg bestand darin, ein Verfahren zu finden, das auch ohne Tagesablaufschemata zu den gleichen Ergebnissen wie mit diesem Schema führt. Damit waren sofort auch noch andere Erhebungs-Instrumente mit im Spiel, die es zu untersuchen galt. Davon wird gleich die Rede sein.

Als auch nach der Einigung über das Abfrageschema der MA 74 (ohne Tagesablauf) und der geringfügigen Modifikation in der MA 75 dieses Thema noch immer auf der Tagesordnung der verschiedenen Gremien stand, wurde es bis zum Abschluß des Rotationsexperiments 1976 zurückgestellt.

Als dann endlich der Vergleich der FMA 76 und der MA 76 eine ausreichende Übereinstimmung brachte, wurde die Diskussion über das Tagesablaufschemata auf der TK-Sitzung am 20.10.1976 abgeschlossen.

Für das Fernsehen bleibt allerdings noch die Verschiedenheit der MA-Ergebnisse zu den Teleskopie-Daten zu bemerken.

#### 4.2.2.5.2.

##### Zeitidentifikation

Systematisch gehört das Thema Tagesablaufschemata in den Problembereich der Zeitidentifikation. In den Erörterungen um die Funkmedien-Abfrage und -Verrechnung ergaben sich dazu noch ganz andere Probleme.

Zunächst einmal kollidiert der reine Anspruch einer medienadäquaten Abfrage mit dem Anspruch auf Praktikabilität in einer "All"-Mediauntersuchung, wie wir beim Tagesablauf aus den Experimenten lernen mußten. Dann kollidiert dieser Anspruch aber auch noch mit der Forderung, von Medium zu Medium vergleichbare Einheiten zu produzieren.

Die natürlichste Einheit der Presse war die "kleinste belegbare Einheit". Was war das Pendant dazu bei Funk und Fernsehen? Die Frage nach einer zweckmäßigen Medienkontakteinheit beschäftigte die Experten schon seit dem sogenannten ZAW-Experiment 1971. Dort war dieses Thema zurückgestellt worden. Ein Vergleich - bereits als "Prüfbericht über den Vergleich von Ergebnissen zum Hörfunkverhalten in LA 71 und ZAW-WERBEFUNKHÖRERANALYSE 71" ((188)) zitiert - brachte wegen der guten Übereinstimmungen zwischen viertelstunden- und stundenweiser Ermittlung von Hörfunk ermutigende Perspektiven in die Diskussionen, Pretests und Experimente, die sich noch lange hinziehen sollten, bis es dazu kam, für das Fernsehen eine halbe Stunde und für den Hörfunk die volle Stunde als segmentierbare Einheit, als Medienkontakteinheit, von der MA 74 an zu verabreden. Dies war die der Nutzungswahrscheinlichkeit zugrundeliegende Einheit.

Im Erhebungsbereich war das komplizierter - und Zeitidentifikation ist ja ein Erhebungsproblem. Wegen der Dualität - letzter Hör- oder Sehvorgang (entsprechend LpN) und Grad der Regelmäßigkeit des Medienkonsums (Frequenzfrage) - sind zwei Identifikationen nötig: diejenige, zum WNK zu gehören,

und diejenige, gestern in dem betreffenden Zeitabschnitt gesehen bzw. gehört zu haben. Das Ergebnis der Abfrage-Methodik seit der MA 74 (mit geringfügiger Modifikation von der MA 75 ab) ist geschildert worden und braucht hier nicht wiederholt zu werden.

Allenfalls ist noch die Wochenend-Problematik mit dem Fragen nach gestern / vorgestern zu erwähnen, die von der MA 78 an für den Hörfunk dadurch abgefangen wird, daß für seine Segmentation die Montagsinterviews nicht mit verwendet werden. Diese erhalten natürlich eine Nutzungswahrscheinlichkeit, nur daß sie lediglich aus sechs Tagen errechnet wird.

#### 4.2.2.5.3. Objektidentifikation

Die Objektidentifikation heißt im Funkbereich die Identifikation von Sendern, Programmen und/oder Zeitabschnitten.

Die Erörterungen zu diesem Punkt erbrachten nur relativ geringfügige Änderungen, wie im Abschnitt über Erinnerungshilfen vorgetragen wurde.

#### 4.2.2.5.4. Rotation

Das große Experiment 1975/76 zur Prüfung einer optimalen Reihenfolge der Medien-Abfrage erbrachte keine Veränderungen.

#### 4.2.2.6. Andere Medien

Bei der Darlegung der methodischen Bemühungen um Tageszeitungen und Funkmedien ist gelegentlich angedeutet worden, daß mitunter übergeordnete - sogenannte politische - Gesichtspunkte in Verhandlungen die Entscheidungen über das Vorgehen in Bezug auf Erhebung und Auswertung in der MA stärker bestimmen als methodische Perspektiven. Die Titeltkarten-Abfrage der regionalen Tageszeitungen und die Festlegung der Medienkontakteinheit bei den Funkmedien gehen in diese Richtung. Manchmal sind es aber auch experimentelle Ergebnisse, die außerhalb der AG.MA zustande gekommen sind.

Ein Beispiel dafür ist die Lesemappe, deren Abfrageart von der MA 79 an auf Untersuchungsergebnisse zurückzuführen ist, die der VERBAND DEUTSCHER LESEZIRKEL von sich aus veranlaßt und dann eingebracht hat.

Oder die WERBEFUNKHÖRER- bzw. FUNKMEDIEN-ANALYSE, welche die Diskussion um die Funkmedien in der MA wesentlich beeinflußt haben.

Die Kino-Werbung (Film und Dia) ist aus Vollständigkeitsgründen über die Jahre erhoben worden, ohne daß entsprechende Institutionen Mitglied der AG.MA sind. Das wird sich künftig ändern. Der FACHVERBAND FILM- UND DIAPOSITIV-WERBUNG wird Mitglied werden, und damit wird auch die Diskussion um eine verbesserte Erfassung des Kinobesuchs aufkommen.

Eine Spezialgruppe von Zeitschriften - KONPRESS - bemüht sich etwa seit 1976 um die Mitgliedschaft in der AG.MA. Bis vor kurzem konnte jedoch noch keine befriedigende Lösung des Problems der Erhebung von relativ vielen, zusätzlichen Titeln aus diesem Bereich gefunden werden, bis nunmehr über eine Separaterhebung mit anschließender Fusion die konkrete Möglichkeit gesehen wird, wenn auch erst von der MA 82 ab.

Diskussionen mit dem faw-FACHVERBAND AUSSENWERBUNG haben bislang keinen befriedigenden Weg der Verknüpfung der MA-Daten mit den so ganz anders gelagerten Informationen zur Nutzung des Plakatanschlags erkennen lassen.

Supplements sind ursprünglich über Fusionen in die damaligen LAs gelangt, dann über die Trägerzeitungen erschlossen und seit dem Beitritt von RTV 1973 direkt erhoben worden.

#### 4.2.2.7. Das Umfeld der Forschungsaktivitäten der AGLA/AG.MA

Es ist nicht Aufgabe dieses Berichts, andere Aktivitäten im Medienbereich und im Werbebereich aufzuführen, die - außerhalb der AG.MA - in den vielen Jahren stattgefunden haben. Nötig erscheint es jedoch, auf die Tatsache hinzuweisen, daß es derartige Aktivitäten gab und gibt. Die Bemühungen der AGLA/AG.MA sind daher als ein Teil eines übergeordneten Ganzen zu sehen.

Wir wollen hier gegen Ende des Erhebungskapitels auf einige Randzonen verweisen, welche die Arbeiten der AG.MA beeinflußt haben. Manchmal sind auch und gerade von der AG.MA Impulse ausgegangen. Insgesamt liegt also eine Einbettung der Media-Analyse in weiterführende Forschungsbereiche vor.

#### 4.2.2.7.1. Externe Überschneidungen

Wir erinnern an die 1955er DIVO-Untersuchung, die mit ihren Quantuplikationen, farbigen Titeltkarten und anderem stimulierend auf die damalige Leseranalyse einwirkte.

#### 4.2.2.7.2. Interne Überschneidungen

Die Ära der Kumulation kam 1963 durch den I.M.F.-Kongreß in Hamburg nach Deutschland und auf dem Umwege über erst eine STERN-Untersuchung und einige weitere Studien auch probeweise in die LA 65 bzw. von der LA 66 an definitiv mit Frequenzskalen in die Erhebungen der AGLA.

#### 4.2.2.7.3. Nutzungswahrscheinlichkeiten

Internationale Entwicklungen wurden in Deutschland 1969 von der AGLA aufgegriffen und seither derart ausgebaut, daß aus den Kontakten mit den Mediaforschern in anderen Ländern eine allgemeine Akzeptanz und zum Teil Übernahme der deutschen Methodik entstand - bis zur Segmentation als Verfahren zur Berechnung der Nutzungswahrscheinlichkeiten (in den Niederlanden als Konfrontationswahrscheinlichkeiten).

#### 4.2.2.7.4. Media-Selektion

In der zweiten Hälfte der sechziger Jahre wurde dieser Komplex international diskutiert, bis als erstes das Verlagshaus AXEL SPRINGER einige Programmsysteme entwickelte und anbot, denen viele andere Systeme folgten. Das Programm MOSES von der Firma ISBA - ursprünglich von DIVO - hielt sich noch am längsten. Übrig geblieben sind im wesentlichen Rangreihen- und Evaluierungsprogramme.

Die AG.MA berührte dieser Komplex einmal wegen des Grundmodells, über das ausführlich im 1. Teil berichtet wurde; zum anderen aus praktischer Sicht, weil für Auswertungen der MA-Daten nach Regeln zu suchen war.

#### 4.2.2.7.5. Kontaktqualitäten

Die Frage nach dem geeigneten Maßstab zur Feststellung des "Insertionswertes" bildet das Kernstück der Insertionswertforschung. Es war von Anfang an klar, daß die bloßen "quantitativen" Feststellungen, wie sie die großen vergleichenden Mediauntersuchungen treffen, nur als erste Näherung zu gelten haben. Mit anderen Worten: daß es der Ergänzung durch "qualitative" Merkmale bedürfe. Solche Ergänzungen hat es früh gegeben: Image- und Funktions-Untersuchungen, Bindungsfragen, Profile, Lebensstile und dergleichen. Auch die AGLA hatte beispielsweise die Bindungsfragen in der LA 66 und LA 67 geprüft und dann doch wieder fallen gelassen. Die Bezugsarten-Frage gehört in denselben Bereich, obwohl sie in ihrer Interpretierbarkeit bis heute umstritten ist.

Mit der Media-Selektion ist die Behandlung, zumindest die modelltheoretische Behandlung, in ein neues Stadium getreten. Die Möglichkeit war jedenfalls gegeben, die Kontakte - durch die Nutzungswahrscheinlichkeiten prognostisch verwertbar - mit Gewichten zu versehen, um auf diese Weise den unterschiedlichen Einflußfaktoren Rechnung zu tragen. Das ging in Richtung auf Werbewirkung weiter als zuvor.

Der erste Schritt war die Seitenkontaktmessung, die - von POLITZ ausgehend - in Deutschland mehrfach und auch in anderen europäischen Ländern (England, Niederlande vor allem) praktiziert wurde. Die AG.MA hat sich darüber ausführlich Informationen verschafft ((202)). Auch bringt das Grundmodell in Teil I eine Analyse der Ausweitung des Kontaktmodells - nicht nur für die Presse, sondern auch für die Funkmedien.

Unmittelbare Konsequenzen hatte das alles nicht. Man wird sogar sagen können, daß die Media-Selektion in der Form gegen Ende der sechziger Jahre "auf der Strecke blieb", lag daran, daß keine oder wenigstens keine ausreichenden, allgemein anerkannten Gewichtungsmarkmale empirisch in Erhebungen ermittelt worden, abgesehen von dem Nichtvertrautsein mit der Materie gegenüber den wenigen vorhandenen Merkmalen.

Erst neuerdings entstanden Untersuchungen - aus Verlagskreisen -, die sich mit der Qualifizierung der Kontakte befassen. Eine Übersicht aus der letzten Zeit

fügen wir dem Anhang bei ((278)). Man gewinnt jedoch den Eindruck, daß die Erwartungen noch immer in eine Richtung gehen, die unerfüllbar bleiben muß, nämlich nur ein einziges Maß zur Verfügung zu haben. Der Sinn der Gewichtung, der Zweck der Kontaktqualifizierung ist jedoch Differenzierung, ist ein Eingehen auf spezifische Markt-, Marken-, Zielgruppen-Gegebenheiten usw. Also wird es wahrscheinlich immer viele Maße dafür geben müssen, und diese werden stets nur für eine bestimmte Situation gültig sein. Mit dieser Vielfalt wird man leben müssen. Der Versuch, ein einheitliches Maß - etwa in Form eines Mediengewichts - zu finden, ist demgegenüber ziemlich sicher von vornherein zum Scheitern verurteilt.

Dazu gab es vor vielen Jahren eine Kontroverse zwischen zwei bedeutenden Mediaforschern in Paris: Jean-Michel Agostini, der für eine praktikable Vereinheitlichung eintrat, und Marcel Marc, der warnend dagegen argumentierte. Die Auffassung von Marcel Marc hat sich durchgesetzt.

#### 4.2.2.7.6. Wachsender Informationsbedarf

In diesem Zusammenhang sind zweierlei Bereiche aufzuführen.

#### 4.2.2.7.6.1. Erweiterte Medien-Informationen

Gemeint ist jetzt nicht mehr der Bedarf nach ergänzenden, qualitativen Aussagen zu den erhobenen Medien, sondern der Bedarf nach einem vergrößerten Media-Mix, nach mehr Medien. Die Ausweitung auf andere Medien, wie regionale Tageszeitungen, Funk, Supplements, KONPRESS, usf. haben wir bereits erwähnt. Jugend- und Kinder-MA, LAE und noch weitere Spezialbereichsuntersuchungen werden unabhängig von der MA erstellt. Von der MA - vom MA-Erhebungsmodell - gehen gleichsam normierende Impulse aus. Man profitiert anderwärts von dem Zwang zur Gründlichkeit und Genauigkeit, dem die AG.MA ihrer Mitglieder-Interessen wegen ausgesetzt ist. Soweit andere Medienuntersuchungen dem AG.MA-Modell folgen, haben sie es mit der Akzeptanz leichter.

Zudem wird die Möglichkeit gefördert, übergreifende Datenbanken durch Anpassung und Fusion und ähnliche Zusammenführungsverfahren zu konzipieren.

#### 4.2.2.7.6.2.

#### Erweiterte Zielgruppen-Informationen

Aus dem Abschnitt über Zielgruppen-Merkmale kennen wir die wechselvolle Geschichte der Produkt-Merkmale bis zur LA 68. Wir kennen aus den nachfolgenden Jahren das Hin und Her um die Aufnahme produktbezogener Zielgruppen-Merkmale bis zum vorläufigen negativen Ende 1972, bis dann das Satelliten-System erneut Möglichkeiten eröffnete, die sich noch nicht voll realisiert haben. Dies gilt ebenso für die Daten der Amtlichen Statistik, die so ungemein schwierig zu integrieren sind - angefangen bei dem jahrelang währenden Prozeß der Gemeindereform bis zur Redressement-Basis aus Volkszählung und Mikrozensus. Das gilt aber erst recht für die sogenannten "Basisstrukturdaten".

Andererseits kennen wir die Anpassungen und Fusionen im Zusammenhang mit verlagseigenen Untersuchungen, und wir kennen die Demotypen. Alles in allem ein weites Feld.

#### 4.2.2.7.7.

#### AG.MA/ADM-Stichproben-System

Einen recht glücklichen Verlauf nahmen die Bemühungen um ein Stichproben-System, das gleichermaßen den Instituten wie auch der AG.MA bei ihren Erhebungen zugute kommen sollte.

#### 4.2.2.7.8.

#### Methoden der Leserschaftsforschung

Das Erhebungskapitel des 2. Teils unseres Berichts möchten wir mit der Erwähnung einer Arbeit abschließen, die unter dem Titel "Methoden der Leserschaftsforschung" 1962 ((279)) als Dissertation erschien. Verfasserin ist Eva-Maria Hess, die im Laufe der vielen Jahre Erhebliches zur Entwicklung der AGLA/AG.MA beigetragen hat. Eine Neubearbeitung ist inzwischen erschienen ((280)).

In gewisser Weise ist die Dissertation ein Vorläufer zu diesem Bericht, und zwar aus der Sicht von 1962 und, was für diesen Abschnitt wichtig ist, unter Berücksichtigung des "Umfeldes" der damaligen Leseranalyse der AGI A.

## Auswertungsmodell

Im 1. Teil des Berichts über 25 Jahre AGLA/AG.MA wurde das Grundmodell vorgestellt, gleichsam der Sockel für die drei Säulen

- Feldmodell
- Erhebungsmodell
- Auswertungsmodell.

Zwei dieser Säulen gaben in den beiden ersten Kapiteln dieses 2. Teils den Gegenstand der Darlegungen ab. Was bleibt jetzt noch, zumal das Grundmodell im 1. Teil die wesentlichen Formeln und den eigentlichen theoretischen Unterbau bereits gebracht haben, für das Auswertungsmodell übrig?

Nun, schon im ersten Kapitel dieses Teils - Feldmodell und Stichproben speziell betreffend - haben wir einen weiteren Baustein kennengelernt, eine topologische Betrachtungsweise der Stichprobenbasis, die den Leitfaden für die Darstellung des Feldmodells abgab, mit gelegentlichen Hinweisen auf die Auswertung - zum Redressement etwa.

Im Erhebungsbereich - dem zweiten Kapitel - sind wir eigentlich eher deskriptiv als theoretisch, analytisch vorgegangen. Das mag daran liegen, daß eine einfache, grifflige Formulierung des Erhebungsmodells bislang nicht möglich war. Auch schien es an Kriterien zu mangeln. Der prognostische Charakter der Veranstaltung MA wurde zwar deklariert, aber so recht zum Zuge ist er bei den vielfältigen Diskussionen, Experimenten, Analysen nicht gekommen. Man erhält den Eindruck, noch ziemlich weit weg von einer umfassenden, befriedigenden Lösung zu sein. Zumindest aber ist deutlich geworden, nur mit Erhebungstechniken kommen wir nicht aus. Wir brauchen zusätzliche Auswertungsschritte - und dazu ein Modell. Wie sieht es nun mit dem Auswertungsmodell aus?

Die theoretische Grundlage des Gesamtmodells steht nicht mehr zur Debatte. Vielmehr geht es um die Umsetzung aus der Erhebung, aus den im konkreten Stichprobenraum gewonnenen Ergebnissen in Aussagen, die dem Gesamtmodell entsprechen. Auswertung in diesem Sinne ist also Umsetzung, Verrechnung der erhobenen Merkmale, der gemessenen Werte zu Größen, die - vor allem - den Insertionswert, aber auch andere Sachverhalte angehen, deretwegen die MA gemacht wird.

Die Vorstellungen darüber, wie dieser Umsetzungsprozeß der Auswertung auszusehen habe, haben sich im Laufe der Jahre erheblich verändert. Gerade hier gilt zu allererst der Titel "Vom Leser pro Nummer zur Nutzungswahrscheinlichkeit". Man begann mit einer schlichten, fast naiven Unterstellung, daß der Erhebungsgegenstand - wörtlich: der Gegenstand der Erhebung - und der Ausweisungsgegenstand, also die aus der Untersuchung abzuleitende Information, identisch seien. Etwa von der Art: Wenn man nur ausreichende Anstrengungen unternimmt, die Erhebung sachgerecht durchzuführen, dann bekommt man bereits das brauchbare Ergebnis - vom Interviewer - ins Haus geliefert. Ablochen, Auszählen, Tabellieren - und schon ist man fertig. Daß man beispielsweise diesen Gegenstand direkt, unmittelbar erfragen könne, daß es so etwas wie eine objektive, eindeutige und damit statistisch erfaßbare Wirklichkeit des Medienkonsums gäbe, stand als feste Überzeugung dahinter.

Und heute? Wir stecken voller Skrupel, wir sind, je länger die Beschäftigung mit dem Feld- und Erhebungsmodell andauert, umso weniger von so schlichten Mechanismen überzeugt. Wir haben immer mehr Verrechnungswege beschritten, sie für nötig erachtet und darauf gesehen, uns Klarheit über die Grundtatsachen des Modells zu verschaffen, mit dem wir es zu tun haben. Wir haben das Modell im wesentlichen bereits gehandhabt, ehe wir uns im Detail und bewußt darüber Rechenschaft gegeben haben.

Gerade das läßt noch heute so manchen "Praktiker" argwöhnisch auf die Auswertungsprozeduren schauen - je undurchsichtiger, "mathematischer" sie sich zeigen, umso mehr. Dabei ist das Auswertungsmodell unserer Tage keine "Hexerei". Es ist in den letzten Jahren immer wieder beschrieben und erläutert worden. Und es ist vor allen Dingen in den Grundzügen seit ungefähr 15 Jahren - genau seit 1967 -, in der jetzigen Form seit etwa 10 Jahren - auch hier genau seit 1971 - gleich geblieben.

Im Grunde ist es durch und durch transparent und letztlich leicht nachzuvollziehen, sofern man ihm nicht die Wechselfälle von Stichprobe, Fragebogen und Erhebung ansetzt. Im Auswertungsbereich wird nichts hinzugefügt, was nicht schon aus der Erhebung herauskommt. Es wird nur verarbeitet.

Transparenz und Verständlichkeit zu vermitteln, soll auch das Anliegen dieser Darlegungen zum Auswertungsmodell sein.

Wir haben uns vorgenommen, das Auswertungsmodell in seinen verschiedenen Entwicklungsstadien vorzuführen. Dabei sind wir auf fünf Stufen gestoßen, die sich deutlich voneinander unterscheiden lassen, und die jeweils einen Einschnitt in der Auswertung der Untersuchungen der AGLA/AG.MA markieren.

Wichtig sind in diesem Zusammenhang nicht mehr die Einschnitte im Erhebungsbereich, bei der Stichprobe oder im rechtlich-organisatorischen Aufbau der AGLA/AG.MA. So hat es keinen Einschnitt gegeben, als die Frequenzfrage 1965 probiert und 1966 endgültig eingeführt wurde. Es hat ferner keinen neuen Abschnitt der Auswertung markiert, als statt der Frage nach dem Lesen im letzten Erscheinungsintervall die Frage nach dem letzten Lesen für die Ermittlung des LpN eingesetzt wurde. Wohl aber ist die Einführung der Segmentation zur Berechnung der Nutzungswahrscheinlichkeit oder vorher deren Einführung überhaupt für die Abtrennung der Auswertungsstufen als wichtig zu erachten.

Damit ergeben sich die folgenden fünf Stufen, die jeweils Schwerpunkte markieren.

- Die Auswertung der Lesevorgänge ohne jede weitere Umsetzung - bis zur LA 66 inklusive.
- Die Verbindung des aktuellen Lesens und der Frequenzangaben durch Justierung und Simulation in der LA 67 und LA 68.
- Die Einführung der Nutzungswahrscheinlichkeit und ihre vorläufige Berechnung in der LA 69 und LA 70.
- Die Konsolidierung des Auswertungsmodells, speziell die Berechnung der Nutzungswahrscheinlichkeit unter Heranziehung vieler erhobener Merkmale von der LA 71 ab durch Segmentation.
- Dokumentation (der Auswertungsschritte), Diversifikation (der Auswertungsaufgaben auf ein Auswerter-Team) und Dialogverkehr (im Umgang mit Computernetzen) ab 1977.

5.1. Das Lesen - verwertet wie erhoben und abgeleitet

Über die Auswertung der LA 54 und LA 56 gibt es im Vorwort der LA 54 eine Aussage, welche die Sorgfalt und Mühe bei der Tabellierung hervorhebt. In den darauffolgenden Jahren bleiben Äußerungen dazu spärlich.

Um einen Eindruck von der Kargheit und dem geringen Informationsgehalt dieser Jahre zu vermitteln, zitieren wir an dieser Stelle aus dem Mitgliederband der LA 66 - also der letzten dieser Stufe - den betreffenden Abschnitt, der sich auf Seite - 4 - unten befindet:

#### "Auswertung"

Der Inhalt eines Fragebogens läßt sich nach ausführlicher Verschlüsselung auf 4 Lochkarten unterbringen. DIVO und INFRATEST haben bei ständiger kontrollierter Abstimmung des Verfahrens in eigener Regie verschlüsselt und gelocht. Zur Alters- und Geschlechtsgewichtung und zur weiteren maschinellen Auswertung wurden die Lochkarten der beiden Institute zusammengeführt. Rücksichten auf Kosten und Termine machten die Wahl einer der größten für diesen Zweck geeigneten EDV-Anlagen notwendig. Auf einer IBM 7070 sind die Lochkarten auf Band gespeichert, die Zahlenwerke der Tabellen errechnet und tabelliert worden. Die Texte außer den Zeitschriftentiteln wurden von einem der beteiligten Institute niedergeschrieben. Es gibt bestimmte systembedingte Eigenarten der Zahlenschreibung. So bedeutet z.B. bei den Reichweiten 0, das Fehlen von Lochkarten in der entsprechenden Gruppe, während aus der Zahl 0,0 zu erkennen ist, daß sie kleiner als 0,05 ist. Bei den Tabellen der Zusammensetzung ist eine Abstimmung auf 100% technisch nicht möglich gewesen. Daher wird gelegentlich die waagerechte Addition der Prozentsätze Rundungsdifferenzen von 1% ergeben."

Mehr Informationen waren damals offensichtlich nicht gefragt, jedenfalls nicht für den Benutzer. Immerhin lassen sich einige Details angeben.

5.1.1.

#### Erhebungsinstitute

Für diese erste Stufe - LA 54, LA 56, LA 58, LA 60 bis LA 66 - haben wir drei verschiedene Instituts-Konstellationen in der Erhebung:

LA 54 und LA 56:	DIVO und IfD
LA 56, LA 60 bis LA 62:	DIVO
LA 63 bis LA 66:	DIVO und INFRATEST (diese Paarung blieb allerdings noch bis zur LA 69 erhalten)



Die Auswertung der LA 54 und LA 56 erfolgte bei der DIVO. Eine einzige Lochkarte pro Befragten war auszuzählen, wie dem Fragebogen der LA 54 zu entnehmen ist ((80)).

Die LA 58 und LA 60 ließ die DIVO bei BATTELLE in Frankfurt / Main auf einer UNIVAC auszählen; die LA 61 auf BULL-Maschinen in Paris (DIVO war inzwischen Tochterfirma der französischen Firma S.E.M.A.) und die LA 62 auf der IBM 101 und der IBM 1620.

In den vier Jahren der DIVO-INFRATEST-Gemeinsamkeit in dieser Auswertungsstufe - LA 63 bis LA 66 - hat jeder Partner seinen eigenen Auswertungsanteil gehabt - bis zur LA 65 auf einer IBM 1620, für die LA 66 auf einer IBM 7070.

Der Umfang der zu verarbeitenden Informationen stieg an. War es in der LA 54 und LA 56 noch jeweils nur eine Karte, so waren es von der LA 58 bis zur LA 64 schon zwei Karten; und für die LA 65 und LA 66 wegen der Frequenzaussagen, die hinzukamen, bereits vier Karten.

Ein einziges Beispiel gab es in diesen Jahren, aus dem die Vorgänge der Auswertung bis zum Datensatz abgelesen werden konnten. Im Berichtsband der LA 63 findet sich ein Schema, das wir aus historischen Gründen im Anhang auführen wollen ((281)).

Aus diesem Schema ist abzulesen, daß für die Auswertung von der LA 58 an (von da ab bestand der "Mutterband-Datensatz" - wie wir heute sagen würden - aus zwei Lochkarten pro Befragten) jeweils erst ein sogenannter S-Kartensatz hergestellt wurde, der die für die Tabellierung in den Berichtsbinden und die weiterführenden Zählungen der Mitglieder erforderlichen Merkmale komprimiert enthielt. Die Kartensätze der LA 54 und LA 56 und ab LA 58 der S-Kartensatz - bis zur LA 66 aus einer Lochkarte bestehend - wurde den Mitgliedern zusammen mit einem "Schlüsselplan" zur Verfügung gestellt.

Die Hauptsache waren und blieben eigentlich trotz allen Fortschritts in der elektronischen Datenverarbeitung die gedruckten Bände mit ihren Tabellen. Das liegt auch heute noch an der Tatsache, daß eigene Tabellierungen oder allgemeiner eigene Zählungen Maschinen fordern, die man entweder - wie das Personal dazu - verfügbar haben muß. Oder es werden Geldausgaben nötig, um die Zählungen woanders zu erhalten, wenn nicht - wie weitgehend üblich - die Agenturen zum Beispiel zu den Medien gehen, um sich die gewünschten Zählungen im Rahmen der Service-Einrichtungen zu beschaffen.

Die LA 54 bestand aus insgesamt drei Berichtsbinden:

- einem sehr umfangreichen Gesamtbericht,
- einer Broschüre mit dem LpN und dem regelmäßigen Leser
- und einer Folgebroschüre mit den LZ-Lesern.

Die LA 56 beschränkte sich auf einen, allerdings sehr ausführlichen Berichtsband. Dabei blieb es bis zur LA 64 inklusive. Die LA 65 begann mit der im Grundsatz viele Jahre beibehaltenen Zweiteilung. Die LA 65 brachte neben dem Expertenband (blau) mit der ausführlichen Wiedergabe von Leserschaften einen grünen Berichtsband heraus, der nach Gesamt, Männern, Frauen und Hausfrauen gegliedert war. Der blaue Hauptband hieß "Mitgliederband". Der grüne Berichtsband der LA 66 enthielt Einzeldarstellungen der Titel, abgesehen von der LA 54 (erstmalig in dieser Form), Besitz- und Verbrauchstabellen und Übersichten über Lesergruppen.

Wir dürfen im übrigen nicht vergessen, daß zu der damaligen Zeit die Mediaplaner noch nicht so recht mit dem Material vertraut waren, das ihnen von der AGLA angeboten wurde. Sie mußten den Umgang damit erst lernen. Im 1. Teil dieses Berichts haben wir gerade aus dieser Anfangszeit berichtet, welche "publizistischen Bemühungen" nach innen und außen angestellt wurden (Abschnitt 3.3., Seite 95).

Inhaltlich ist aus dieser ersten Auswertungsstufe nur wenig zu berichten. Bei den Instituten gab es - wie das bereits zitierte Schema ((281)) ausweist - Prüfungsvorgänge, Grundzählungen und Gewichtungprozesse, die der Herstellung des S-Kartensatzes für die Tabellierung vorhergingen. Prüfungsvorgänge und

Grundauszählungen bedürfen keines Kommentars. Über die Gewichtung ist im ersten Kapitel dieses Teils zu jeder Leseranalyse berichtet worden. Von der LA 56 an wurden für diese Auswertungsstufen bis zur LA 66 (insgesamt bis zur LA 68) Karten gedoppelt und herausgenommen.

Die Einführung der Berechnung von Lesetagen ist ein Ereignis, das in diese erste Auswertungsstufe fällt. Darüber ist im 1. Teil berichtet worden und ein Beispiel, nämlich als Sonderdruck zur LA 62, LA 63, LA 64 und LA 65, im Anhang aufgeführt worden (I/33) Anhang 14). Und dieses Thema wurde nochmals in diesem Teil im Zusammenhang mit den Bemühungen um das Erhebungsverfahren aufgegriffen (Abschnitt 4.1.2.9. - 1962 - ((102))).

Aus dem Mitgliederkreis waren es vornehmlich die großen Verlage, die Quantuplikationstabellen zur allgemeinen Benutzung vorlegten. Dieses Verfahren der Ermittlung von (externen) Überschneidungen mehrerer Zeitschriften war mühsam. Deswegen legte W. Kuhn - in Anlehnung an Überlegungen von J.M. Agostini - 1962 eine Arbeit vor, in der er eine Formel zur näherungsweise Berechnung von Zeitschriftenkombinationen anbot. Diese Arbeit ist bereits zitiert worden ((104)). Berechnungen dieser Art sollten übrigens später auch noch bei der Bestimmung der Kumulationskurven eine Rolle spielen, also bei den internen Überschneidungen.

Wir wissen, daß die LA 65 experimentell und die LA 66 definitiv Kumulationsdaten erhoben hat. Während die "offizielle" Auswertung in ihrem Modell bis zur LA 66 nicht von der Kumulationswege erfaßt wurde, gab es im Experimentierbereich bis 1966 - also zur Zeit der ersten Auswertungsstufe - einschlägige Aktivitäten, die bereits zitiert wurden. Zu wiederholen sind hier: Lester R. Frankel ((109)), INFORMARKT ((110)), Hess - Steiner ((111)), Friedrich Wendt ((112)), AGLA Sonderdruck zur LA 65 ((115)), Ernst Braunschweig ((116)), Methodenexperimente DIVO - INFRATEST ((117)), Übersicht Friedrich Wendt ((122)).

## 5.2. Justierte und simulierte Frequenzangaben

Mit der Aufzählung von Arbeiten zum Kumulations-Thema am Ende des letzten Abschnitts sind wir bereits mitten in der Diskussion um die Modellvorstellungen zur zweiten Auswertungsstufe.

Erst aber sollen für die beiden LAs 67 und 68 die wenigen noch erforderlichen historischen Informationen vorgetragen werden.

### 5.2.1. Erhebungsinstitute

Die Daten der LA 67 und LA 68 sind von den Instituten DIVO und INFRATEST erhoben worden.

### 5.2.2. Auswerter

Die beiden Institute haben die Grundauswertung jedes für sich vorgenommen. Über Computer wird erst wieder im Zusammenhang mit der LA 70 berichtet. Dort ist es dann die IBM 1130.

### 5.2.3. Umfang der Auswertung - Datensatz

Die LA 67 war noch auf vier Lochkarten unterzubringen. Ob das ebenso für die LA 68 möglich war, kann wegen der beiden Ausgangsdatenbestände für die Fusion bezweifelt werden. Angaben dazu existieren nicht. Der bisherige aus einer Karte pro Befragten bestehende 5-Kartensatz wurde im wesentlichen beibehalten, jedoch ergänzt um einen sogenannten Frequenzsimulationskartensatz, über den noch zu berichten sein wird.

Beide Institute boten - getrennt - Sonderauswertungen an und lieferten dafür einen Codeplan: DIVO ((282)) und INFRATEST ((283)). Es ging um Nettoreichweiten, (Streuplan-) Zählungen und Quantuplikationen aus dem LpN-Satz und um Kumulations-(Streuplan-) Zählungen aus dem Kumulationskartensatz.

### 5.2.4. Gedruckte Berichterstattung

Zur LA 67 und LA 68 existieren jeweils ein blauer Mitgliederband und ein grüner Berichtsband. Darüber hinaus gab es einen Sonderband "LA 67 - Ergänzungen zur Kumulation der Reichweiten und Kontakte" ((123)); einen Sonderband "LA 68 - Entfernungsmaße, Ähnlichkeitsmaße, sukzessive Schwerpunktsbestimmungen" (mit Berichtigungen) ((127)) und einen Sonderband zur LA 68 "AGLA-Methodenexperiment zur Fusion von Kaufkraftmerkmalen mit Media-Daten" ((2)).

Die Einbettung der LA in andere Untersuchungsvorhaben und Strömungen der Forschung dokumentierte sich - wie soeben durch die Zitate hervorgehoben - innerhalb der AGLA in Experimenten und dies natürlich zunächst im Erhebungsbereich. In die Auswertung gerieten die neuen Entwicklungen mit der LA 67. Daß diese nicht nur positiv gesehen wurden, weist das Vorwort zur LA 67 aus. Zumindest konnte man noch erwarten, daß es sich bei den "neumodischen" Dingen um eine Übergangslösung handele. Man beachte vor allem den Schlußabsatz des Vorworts!

"Diese LA 67 ist die konsequente Fortsetzung der schon im Vorjahr eingeschlagenen Linie: sie stellt den Leser pro Nummer mit der Frage nach dem Zeitpunkt des letzten Lesevorgangs fest und gibt Informationen über Lesewahrscheinlichkeiten, die man über Fragen nach Lesehäufigkeiten erhob.

Beide Aspekte des Leseverhaltens sind auf denselben Tatbestand gerichtet. Beim LpN mißt man am tatsächlichen Verhalten im Stichzeitraum, und bei der Kumulation an der Selbsteinschätzung der Befragten deren Erreichbarkeit durch bestimmte Zeitschriften. Beide Betrachtungsweisen, vergleichbar in der Leserschaft einer Ausgabe, führen zu voneinander etwas abweichenden Werten - weil eben immer Vorstellung und Wirklichkeit ein wenig differieren. Da aber das Datenmaterial sowohl für Streuplanungen auf der Basis des LpN wie auch mit Hilfe der kumulierten Leserschaft verwertbar sein muß und man den Benutzern die Arbeit mit voneinander abweichenden Werten nicht zumuten kann, entschloß man sich nach sorgfältiger Prüfung, die normativen Auskünfte der Befragten an ihrem Verhalten im Stichzeitraum zu justieren.

Für diese Entscheidung war u.a. maßgebend, daß der LpN durch viele Erfahrungen und Experimente mindestens so weit abgesichert erschien, als daß man Fehler- und Irrtumsmöglichkeiten der Befragten hier kannte; was vom Leser einer Ausgabe, ermittelt über die Lesehäufigkeit, noch nicht gesagt werden konnte. Es kam hinzu, daß man durch die offene Frage nach dem Zeitpunkt des letzten Lesens über viele Informationen über Leseverhalten verfügte, so daß bei der Berichtigung der Selbsteinschätzung über die eigene Lesehäufigkeit von einer ziemlich guten Kenntnis des Befragten auch innerhalb des weiteren Leserkreises ausgegangen werden konnte.

Der durch die Justierung eingetretene Zustand der Einheitlichkeit der Aussage innerhalb der LA sowie die durch Leserschaftspanel abgesicherten Aufbereitungsverfahren erlauben es nun, in der LA 67 den Interessierten ein Material zu übergeben, welches - vielleicht als eine Übergangslösung - die Anwendung von Planungstechniken über LpN und über "Kum." erlaubt. Diese Phase wird aber dringend benötigt, um Erfahrungen mit der neuen leseranalytischen Information zu sammeln!

Wir glauben, daß die LA 67 einen bemerkenswerten Punkt in der Geschichte der bundesdeutschen Leseranalyse kennzeichnet: mit der fortschreitenden Einsicht in leseranalytische Zusammenhänge, mit der zwangsläufig eine Vermehrung der Informationen verbunden ist, geht eine Verkomplizierung der Auswertungstechnik Hand in Hand. Wer über eine summativ-emotionale Bewertung der Leserschaften durch den Streuplaner hinausgehen will, muß sich jetzt den Computer zu Hilfe rufen. Hierbei gilt, daß vor der unerläßlichen technischen Absicherung der Streuplanung eine Phase liegen muß, in der der Mensch, der Fachmann, dafür sorgt, daß Technik nicht zur Gleichmacherei führt. Die im Material und in den Auswertungstechniken liegenden Möglichkeiten sollen den Streuplaner durch Aufzeigen neuer Wege in dessen kreativer Tätigkeit fördern, nicht ihn ersetzen.

Die Hoffnung, daß das Pendel dann - vielleicht erst nach einer Spanne der Überschätzung der technischen Perfektion - wieder zurückschwingen wird, schöpfen wir daraus, daß in der Werbung das erkannte Optimum es nicht länger sein kann, wenn es alle anerkennen."

## Justierung

Die prägnanteste Beschreibung des Justierungsvorganges findet sich in der "Beschreibung der Erhebungs- und Auswertungsmethoden der LA 68" bzw. LA 67, textgleich bis auf die letzte Fußnote. Wir führen deswegen den Text der LA 68 an dieser Stelle ein:

"Bereits aus der LA 66, deutlicher aber noch aus den Befragungsexperimenten (Panel) desselben Jahres, war erkennbar geworden, daß die Aufzeichnung des Leseverhaltens über die Ermittlung des Zeitpunktes des letzten Lesevorganges (LpN) und die Aussage der Befragten über Lesehäufigkeiten ( $K_1^*$ ) nicht miteinander übereinstimmen. Die Differenzen zeigten, daß bei Objektbewertungen via  $K_1$  wöchentlich erscheinende Blätter - Folge des häufigeren Lesevorganges - günstiger abschnitten als via LpN. Davon ausgehend, daß das leseranalytische Material der LA 68 sowohl den einen wie den anderen Auswertungsweg zulassen mußte, entschloß man sich, per Definition den LpN (Verhalten im Stichzeitraum) als "richtiger" als die Auskunft über Lesehäufigkeiten (Normative Aussage) anzusehen. Vor Beginn der Auswertung wurde der Kartensatz mit den gewichteten Ergebnissen der Befragung "justiert", worunter die Anwendung eines Verfahrens verstanden wird, welches die folgenden Bedingungen erfüllt:

1. Strikte Anpassung des  $K_1$ -Wertes an den erhobenen LpN-Wert
2. Beibehaltung des weitesten Leserkreises "Mindestens 1 von 12 Nummern gelesen"
3. Verschiebung der P-Werte (Aussagen über bestimmte Lesehäufigkeiten) über die geringstmögliche Anzahl von Merkmalspunkten, d.h. die Angabe der Befragten über ihr Leseverhalten wird möglichst geringfügig berichtet.
4. Auch bei Innehaltung dieser Bedingungen verbleibt ein gewisser Spielraum, innerhalb dessen die Justierung stattfinden kann. Aus diesem Grunde - wesentlich zur Erleichterung der späteren Simulation - wird festgelegt: Die Anzahl der Fälle in der Häufigkeitsklasse läßt sich ausdrücken durch:  $P_i = na_i + mb_i$  im Vergleich zur LA 67 bei sehr kleinem  $b_i$

\* ) Als  $K_1$ -Wert wird die Leserschaft verstanden, die nach den Angaben über Lesehäufigkeiten einer Nummer der betr. Zeitschrift zukommt. Theoretisch müßte dieser Wert dem Leser pro Nummer entsprechen.

$a_i$  ist die Anzahl der nach der Wahrscheinlichkeitstheorie möglichen Anzahl der Kontakte von i-Lesern von 12 Ausgaben,  $b_i$  ist die Anzahl der Fälle der Stufe, für die Richtigkeit der Simulation garantiert wird, n und m sind ganze Zahlen oder 0.

Unter Beachtung der o. a. Bedingungen wurde manuell für jeden Titel die korrigierte Reihe der  $P_i$  berechnet und die entsprechenden Verschiebungen innerhalb der Frequenzklassen numerisch festgelegt. Für jeden Titel und für jede Frequenzklasse hat die Rechenanlage per Zufall die Verschiebung der Fälle vorgenommen.

Die Justierung hat keinen Einfluß auf das Lesen an sich, sondern auf die Lesehäufigkeit. Sie korrigiert die Aussagen der Befragten dort, wo deren Angaben zur Lesehäufigkeit widersprüchlich sind. Sie berichtigt Lesehäufigkeit im Sinne der Definition.\*\*) )

	Anzahl der gelesenen Ausgaben von 12							
	12-10 Ausgaben		9-6 Ausgaben		5-3 Ausgaben		2-1 Ausgaben	
	ohne	mit	ohne	mit	ohne	mit	ohne	mit
	Justierung		Justierung		Justierung		Justierung	
wöchentlich	41%	33%	14%	17%	24%	21%	21%	30%
14-täglich	28%	31%	16%	25%	28%	21%	28%	22%
monatlich	28%	40%	12%	27%	26%	15%	34%	17%

Die Werte beziehen sich auf die Verteilung der Lesefrequenzen auf alle Leser des weitesten Leserkreises aller Objekte mit gleicher Erscheinungshäufigkeit."

\*\* ) Zu der Frage, ob der LpN "besser" ist als die Antwort auf die Frequenzfrage, sollten noch Experimente angestellt werden, doch ist z. Z. noch nicht klar, auf welche Weise man herausbekommen kann, ob nicht u. U. doch für Planungen (mit Zukunftscharakter) normative Auskünfte den demnächstigen Sachverhalt besser treffen als Ermittlungen des effektiven Verhaltens von Personen, deren normative Auskunft jetzt ermittelt wurde, das Problem kaum löst, weil individuelles Verhalten niemals Gegenstand der Befragung sein kann. Immerhin bietet ein Vergleich der hochgerechneten normativen Aussage aus LA 67 mit dem effektiven Verhalten aus LA 68 einen vielleicht anregenden Denkanstoß."

Zu diesem Text sind nur noch wenige Bemerkungen als Ergänzung nötig.

- Zunächst einmal stimmt die Aussage der ersten Fußnote "Theoretisch müßte dieser Wert dem LpN entsprechen" nur dann, wenn man "theoretisch" sehr weit faßt, also bereits von allen Erhebungsgegebenheiten absieht. Wir erinnern uns, daß im 1. Teil des Berichts mehrfach die Rede davon war, daß wir nicht Fakten, sondern Meinungen messen. Wenn wir die Frage nach dem aktuellen Lesen (LpN-Frage welcher Fassung auch immer) und die Frage nach der Lesefrequenz (mit welcher Formulierung und mit welchen Skalen auch immer) nebeneinander stellen, so wird beim einzelnen Befragten bereits ein völlig anderes Segment seiner Vorstellungen über sein Leseverhalten aktiviert, werden definitorisch andere Bereiche erfaßt. Also muß die Antwort schon theoretisch (jetzt im Sinne unseres Grundmodells) im allgemeinen verschieden sein. Wenn wir dann gar noch die Aussagen der Leser rechnerisch auf verschiedene Weise zusammenfügen und vergleichen, wäre Übereinstimmung ein Zufall.
- Interessanter ist die Aussage der zweiten Fußnote, die gegenüber der entsprechenden Fußnote der LA 67 weitergehend formuliert worden ist. Der wichtige Satzteil lautet: "ob nicht unter Umständen doch für Planungen (mit Zukunftscharakter) normative Auskünfte den demnächstigen Sachverhalt besser treffen als Ermittlungen des effektiven Verhaltens von Personen ...". Hier ist der prognostische Charakter der ganzen Untersuchung Leseranalyse bereits angelegt und als Aufgabe klar erkannt. Es wird aber noch nicht der Schritt getan, der von der Lesehäufigkeit zur Lesewahrscheinlichkeit führt. Zwar wird - wie wir gesehen haben - im Vorwort zur LA 67 der Ausdruck Lesewahrscheinlichkeit bereits verwendet, doch gleich wieder als Lesehäufigkeit erläutert. Lesewahrscheinlichkeit wurde als Terminus in Frankreich und Großbritannien verwandt. Bei uns war man korrekter, denn in der Tat handelte es sich noch keineswegs um eine Wahrscheinlichkeit. Es war zu der Zeit noch nicht klar, ob die Umrechnung in Wahrscheinlichkeiten, wie sie bald darauf erfolgen sollte, eine Rechnung auf der Individualebene sein könnte oder vielmehr eine in Gruppen.
- Die Individualberechnung war der Ansatz der Justierung. Es wurde ganz eindeutig die Aussage des einzelnen - und das zum Teil auch noch per Zufall! - verändert. Extrem wurde dabei - wie schon erwähnt - von der "Todsünde der empirischen Sozialforschung" gesprochen ((122)). Was hinter dieser pointierten Benennung steckt, ist der Einwand, die Justierung manipulierte

die Angaben der Befragten, sie lasse das Befragungsergebnis nicht gelten. Schließlich wurden tatsächlich Leser in den Lochkarten gelöscht und in anderen Positionen neue gestanzt!

Der Ausdruck "Justierung" war damit für spätere, andere Verfahren, die diese Manipulation nicht tätigten, besetzt. Man mußte, was auch sonst unter Justierung ganz allgemein und völlig unverdächtig verstanden wird, einen anderen Ausdruck dafür suchen. "Eichung" war das Wort, das 1971 gefunden wurde, um andere Vorgehensweisen (die der Segmentation) zu benennen. Um es vorwegzunehmen: Die Segmentation verändert keine Befragten-Aussage. Hier wird vielmehr ein multifaktorieller Ansatz praktiziert, der besagt: Für das künftige Leseverhalten ist eine Vielzahl von Faktoren verantwortlich, die wir messen, soweit man sie für relevant halten darf (ungefähr 16 Merkmale). Sie wirken in unterschiedlicher Weise zusammen, um jedenfalls erst einmal das aktuelle Lesen zu reproduzieren und vor allem darüber hinaus stabil zu bleiben.

Die Art und Weise des Zusammenwirkens berechnet die AG.MA mit Hilfe der Segmentation als Analyseverfahren. Das Ergebnis ist eine Wahrscheinlichkeit für das Auftreten eines Kontaktes mit der "Medienkontakteinheit" (bei der Presse einer Nummer, usw.). Was dabei herauskommt, sind Erwartungswerte, also prognostische Aussagen.

- Der letzte Satz der zweiten Fußnote bringt noch einen weiteren wichtigen Hinweis: "Immerhin bietet ein Vergleich der hochgerechneten normativen Aussage aus LA 67 mit dem effektiven Verhalten aus LA 68 einen vielleicht anregenden Denkansatz!"

Da haben wir erstmals den Gedanken, daß Validierung nicht Rückbezug zum gestrigen Verhalten bedeutet, sondern Bestätigung in der Zukunft. Dieser Gedanke ist lange verschüttet geblieben. Erst neuerlich taucht er wieder auf.

Vielleicht sollte man - nur der Ordnung halber - den Ausdruck "normaliv" erläutern. Er bezieht sich auf die Frequenzfrage, die damals in der Form gestellt wurde, wieviele von 12 Nummern "im allgemeinen" gelesen oder durchgeblättert würden, während später diese Frage auf die letzten 12 Erscheinungsintervalle bezogen wurde.

- Schließlich ist noch interessant, welche Auswirkungen die Justierung effektiv hatte. Dazu hat Klaus Peter Landgrebe eine Notiz verfaßt, die

schon zitiert wurde und die im Anhang aufgeführt ist ((126)). Betrachtet werden die "Duplikationen", also die Überschneidungen des WLK, gemessen an der Frequenzskalen-Angabe zwischen jeweils zwei Zeitschriften.

#### 5.2.5.2. Frequenz-Simulation

Die Aussage des Befragten, wieviele von 12 Nummern er im allgemeinen lese, ist auch nach der Justierung formal gleich:  $x/12$ . Damit kann man aber so unmittelbar nichts anfangen, wenn man die Kumulation nachvollziehen will. Man kann natürlich rechnen. Komplizierte und weniger komplizierte Modelle sind dafür entwickelt worden. Ein hypergeometrisches Modell, bei dem der WLK nach 12 Belegungen erreicht ist, darüberhinausgehende Belegungszahlen sind aber nicht mehr eindeutig zuordnen lassen, weil eine Steigerung über den WLK hinaus nicht möglich ist. Oder das Binomialmodell, bei dem der WLK erst (theoretisch) nach unendlich vielen Belegungen erreicht wird, so daß  $K_{12} \neq$  WLK ist. Dafür lassen sich auch 13, 14, usw. Belegungen einrechnen.

Dieser letzten Modellvorstellung entspricht ein Vorgehen, das allerdings nicht rechnet, sondern die Mehrfachbelegung simuliert. In der weiter oben zitierten "Beschreibung der Erhebungs- und Auswertungsmethode der LA 68", die wiederum fast gleich ist mit der 67er Beschreibung, wird dieser Vorgang wie folgt erläutert:

"Während die Justierung einen bewußten Eingriff in das Befragungsergebnis mindestens in dem Sinne darstellt, daß die eine Auskunft aufgrund einer anderen, für zutreffender erachteten, verändert wird, ist die unter dem Begriff "Simulation" bekannte Veränderung des justierten Kartensatzes lediglich eine "Umformulierung". Hierbei wird die als Lesehäufigkeit ("Ich lese von dieser Zeitschrift 4 von 12 Nummern") angefallene Auskunft der Befragten durch eine Zufallsverteilung so umformuliert, daß der ausgesagten Lesewahrscheinlichkeit gemäß bestimmte Zeitschriftennummern als gelesen angenommen werden ("Ich lese die Nummern 4, 5, 6 und 12").

Für die Simulation galten folgende Bedingungen:

1. Gewährleistung der theoretischen Kontaktverteilung
2. Gewährleistung des  $K_1$ -Wertes für jede Ausgabe
3. Gewährleistung, daß jede Kombination nicht häufiger benutzt wurde als theoretisch erforderlich.

Die Problematik lag in der Gewährleistung der ersten beiden Bedingungen für den Fall, daß bei einem Titel in einer Häufigkeitsklasse die Zahl der Nennungen kleiner war als die Zahl der theoretisch möglichen Kombinationen betrug. Dieses Problem wurde gelöst, indem bei der Justierung die zusätzliche Bedingung  $p_i = na_i + mb_i$  eingeführt wurde. Unter dieser Voraussetzung ist gewährleistet, daß  $K_1$  für jede Ausgabe strikt eingehalten wurde und daß im Vergleich zur LA 67 keine Abweichungen im Hinblick auf die theoretische Kontaktverteilung auftreten, auch nicht als Rundungsdifferenzen.

Die Rechenanlage arbeitete mit vollständigen und gespeicherten Listen von Kombinationen der als gelesen angenommenen Nummern.

Das Zufallsprinzip wurde durch einen Zufallseingang für jeden Titel zu jeder Klasse sichergestellt. Beim Abgreifen der Anzahl der "gelesenen" Nummern kann also jede mögliche Kombination genommen werden. Der Simulationssatz ist im Rahmen der LA-Broschüren überall dort der Auszählung zugrunde gelegt worden, wo Auszählungen über den LpN hinaus erforderlich waren. Seine ganz besondere Bedeutung erhält der Kartensatz aber erst, weil damit Streupläne (Zeitschriften + Anzahl der Anzeigen darin) nachvollzogen werden können."

Der Frequenzsimulationskartensatz hat in der Tat große Dienste geleistet. Mit seiner Hilfe wurde - neben den verschiedenen Rechenmodellen - Media-Selektion möglich. Während wir es bislang mit den externen Überschneidungen nur auf der Ebene des LpN zu tun hatten, bekamen die Mediaplaner nun ein Instrumentarium in die Hand, mit dem sie ganze Streupläne, also mehrfach belegte Titelkombinationen auf Reichweite und Kontakte besehen konnten.

An dieser Entwicklung ist die AGLA keineswegs vorbeigegangen. Die grünen Berichtsbände der LA 67 und LA 68 enthalten eine relativ kurze Gebrauchsanweisung, deren 68er Fassung wir dem Anhang zufügen möchten ((284)). Eine ausführliche Fassung enthält der Zusatzband zur LA 67, den wir bereits zitiert haben: "LA 67 - Ergänzungen zur Kumulation der Reichweiten und Kontakte" ((123)). Diese überaus lesenswerte Broschüre behandelt - mit vielen Zahlenbeispielen - die Justierung und den Frequenzsimulationskartensatz, führt Möglichkeiten der Kumulationsauswertungen (Kontaktverteilung, Streuungsmaß, Evaluation, Optimierungsprogramme) vor und verweist zurecht darauf, daß - schon damals! - das "qualitative Element in kumulativen Aussagen" vernachlässigt

würde. Wir haben gegen Ende des Erhebungsmodell-Kapitels davon berichtet, so als gäbe es vielleicht einen neuen Anfang. Denn Media-Selektion nur mit Rangreihen- und Evaluierungsprogrammen ist weniger als die vorhandenen Daten zulassen. Von einer Ausweitung in Richtung Seitenkontakte und darüber hinaus ganz zu schweigen. Das Zitat aus dieser Broschüre dazu lautet:

"Eine hohe Lesefrequenz impliziert - generell - eine Bindung an das Blatt, eine Wertschätzung aufgrund bestimmter, dieser Zeitschrift eigenen Qualitäten. Es bietet sich damit die Möglichkeit, über die kumulative Aussage, neue, weniger durch formale Aspekte als durch - zumindest in der Wertschätzung des Blattes - homogene Leserschaften gekennzeichnete Zeitschriftengattungen zu bilden, zu denen die Titel zusammengefaßt werden, deren Leserschaft in den oberen Frequenzstufen hoch positiv korreliert. Wenn man unterstellt, daß die Basis auch der Wertschätzung einer Publikumszeitschrift bestimmte Denk- und Verhaltensmodelle sind, wird es möglich, über die Lesefrequenz neue, die Charakteristik der Leserschaften verwandter Zeitschriftentypen besser herausarbeitende, unterschiedlicher Zeitschriftentypen stärker differenzierende Kriterien zur Leserschaftsbeschreibung zu entwickeln."

Wir brauchen nur noch zu bemerken, daß an die Stelle des Frequenzsimulationskartensatzes längst Rechenmodelle getreten sind, die den theoretisch hochentwickelten Ansatz der Convolution approximieren. Dazu gibt es Ausführungen im 1. Teil zum Grundmodell. Dazu gibt es den Bericht über die Präsentation der damals verfügbaren Modelle, der aufgrund des GWA-Seminars am 8. und 9. April 1968 in Frankfurt / Main erstellt wurde ((128)). Und es gibt sehr viel später Überlegungen zu Auswertungskonventionen auf einer TK-Sitzung in München am 17.3.1971 ((168)). Das ist die Auseinandersetzung mit den in der Praxis gebräuchlichen Verfahren - mit dem Wunsch, möglichst zu einer einheitlichen Währung zu gelangen, zumindest aber zu einer tolerierenden Konvention.

#### 5.2.5.3.

##### Fusion

Diesen Komplex können wir für diese zweite Auswertungsstufe relativ kurz behandeln. Die erste Fusion einer LA erfaßte Marken und Medien 66/67 von INFRA TEST, eine BILD-LA 66/67 und die LA 67. Durchführendes Institut war INFRA TEST. Der Bericht signalisiert das Programm: Kaufgewohnheiten und

Mediannutzung ((285)). Nach dem bereits zitierten "Vorschlag zur Durchführung eines Fusionsprogramms" ((121)) des Instituts INFRA TEST, das sich die Erfahrungen der 67er Fusion zunutze machte, wurde die LA 68 als "AGLA - Methodenexperiment zur Fusion von Kaufkraftmerkmalen mit Media-Daten" ((2)) durchgeführt.

Diese Fusion von Seiten der AGLA/AG.MA blieb lange Zeit die einzige; erst 1982 wird es eine weitere (MA 82-KONPRESS) geben. Die Fusion der LA 68 wurde als Experiment deklariert. Darüber hinaus hat es in den darauffolgenden Jahren Methodenexperimente, ausführliche und weitreichende, gegeben, die sich mit den Grundlagen zur Fusion befaßt haben; daneben Einzelfusionen von Mitgliedern in die LA und seit 1976 erneut, wenn auch mit anderen Verfahren, in die MA. Alles das berührt jedoch spätere Zeiten und ist noch kein Thema für 1967/68.

Zu erwähnen ist allerdings die Tatsache, daß es neben dem INFRA TEST-Vorschlag auch noch einen DIVO-Vorschlag gegeben hat, der im Anhang aufgeführt ist ((120)). Sein Titel: "Technisches Vorgehen bei der Simulation der Ergebnisse von zwei Befragtengruppen". Stärker als später war damals - übrigens auch bei INFRA TEST - das Fusionsverfahren bereits als Simulationsvorgang verstanden worden.

Zwischenzeitlich ging das Bewußtsein darüber etwas verloren, bis in den neueren Überlegungen ab 1976 der Simulationscharakter wieder in den Vordergrund trat.

#### 5.2.5.4.

##### Entfernungsmaße

Es ist schon erstaunlich, wie die Entwicklung - speziell der Auswertungsmodelle - in langen Wellen vor sich geht, vielleicht eher in Spiralen. Wer heute von Topologie spricht, versucht damit zur Beschreibung unseres Erhebungs- und Auswertungsgegenstandes weiterentwickelte Strukturvorstellungen aus der Mathematik bereits zur Verdeutlichung, mehr aber noch zur analytischen Bewältigung der technischen Prozedur heranzuziehen. Das tat man damals noch nicht. Aber man dachte bereits in diese Richtung. Das beste Beispiel dafür sind die Berechnungen, niedergelegt in der Broschüre "LA 68 - Entfernungsmaße, Ähnlichkeitsmaße, sukzessive Schwerpunktbestimmungen" ((127)), einer Ordnung der Zeitschriften in einem - wir würden heute sagen - topolo-

gischen Raum. Der im Grunde schon typologische Ansatz ist nicht weiter verfolgt worden. Abwandlungen werden uns später begegnen.

#### 5.2.5.5. Gewichtung

An dieser Stelle ist nur aus Vollständigkeitsgründen zu berichten, daß für die LA 67 und LA 68 weiterhin Karten gedoppelt und entfernt wurden, wie im ersten Kapitel dieses Teils nachzulesen ist, und zwar für die beiden Institute DIVO und INFRATEST ihrer eigenen Stichprobenanlage entsprechend verschieden.

#### 5.2.5.6. Rundung

Es fällt auf, daß die Berichtsbände unter dem Rubrum "Auswertung" immer wieder Hinweise auf die Tatsache bringen, daß die theoretischen 100% in den Tabellen aufgrund der systembedingten Eigenheiten der Computer mal etwas mehr, mal etwas weniger ergeben. Das war Sorgfalt ebenso wie pädagogisches Bemühen gegenüber den im Umgang mit den Zahlen weniger vertrauten Benutzern der LA.

#### 5.3. Von der Lesehäufigkeit zur Nutzungswahrscheinlichkeit: Übergang und Anfang

Der Beginn der neuen Auswertungsära fällt mit einigen Forschungsergebnissen zusammen, die sicher irgendwie miteinander zu tun haben, obwohl der Zusammenhang dazu nicht schon von vornherein erkennbar war. Zum einen sind diese zwei Jahre - der LA 69 und LA 70 - durch die Überleitung der marktforscherischen Verantwortung bestimmt: von 1968 auf 1969 von Ernst Braunschweig auf Klaus Peter Landgrebe und 1971 von Klaus Peter Landgrebe auf Hans-Erdmann Scheler, verbunden mit der Gründung der TECHNISCHEN KOMMISSION im Herbst 1969.

Das Erhebungsmodell wurde von der LA 68 zur LA 69 so erheblich geändert, daß für die LA 70 - und in Folge davon praktisch für die ganzen 70er Jahre - erst ein großangelegtes Experiment die weitere Vorgehensweise festlegte.

Die Berichterstattung wurde durch die Erstellung der Methodenbände ergänzt.

Und endlich: die Auswertung wurde auf methodisch neue Füße gestellt, ein Prozeß, der eben diese Auswertungsstufe charakterisiert: Anfang und Übergang und/oder Übergang und Anfang. Woher, wohin? - Vom LpN zur Nutzungswahrscheinlichkeit.

Für diesmal fällt die Auswertungsstufe mit der (sechsten) Phase der Gesamthistorie der AGLA zusammen. Bevor wir uns mit dem Auswertungsinhalt (damals noch) Lese- bzw. Kontaktwahrscheinlichkeit befassen, sollen zunächst die äußeren Bedingungen angegeben werden.

#### 5.3.1. Erhebungsinstitute

Die LA 69 wurde gemeinsam von DIVO und INFRATEST durchgeführt; erstmals für die Bevölkerung in Privathaushalten in der Bundesrepublik Deutschland und Berlin (West) im Alter von 14 und mehr Jahren, wobei es bis heute blieb.

Die Stichproben wurden von beiden Instituten getrennt eingebracht, also getrennt nach dem System der beiden Institute. Die LA 70 wurde gemeinsam von CONTEST und INFRATEST durchgeführt. Das Stichproben-System war diesmal (bei getrennter Aktualisierung) das gleiche, nämlich begründet auf den später auch für das AG.MA/ADM-Stichproben-System verwendeten Wahlbezirken als Flächeneinheiten mit einer disproportionalen Anlage in Bezug auf die Haushalts-Größe.

#### 5.3.2. Auswerter

Die beiden Institute teilten sich die Auswertung, wenngleich sich die interne Aufgabenteilung durch den Institutswechsel zwischen 1969 und 1970 verschob.

Im Berichtsband der LA 69 läuft die Auswertung noch unter der Bezeichnung "Zählungen" mit der Angabe: "vergleichende Übersichten auf der CDC 6600 (DIVO); Einzeldarstellungen auf IBM 1130 (INFRATEST)".

Die LA 70 weist dann aus:

"Auswertung: Bevölkerungsgruppen und Zeitschriften-Leserschaften:  
ALGORITHM Gesellschaft für angewandte Mathematik und  
Logistik mbH, Frankfurt / Main  
Verantwortlich: Gerd Gruhn; Maschine: IBM 360/65



Medien-Nutzerschaften und Methodenband:  
INFRA TEST Marktforschung - Sozialforschung  
GmbH. & Co. KG., München  
Verantwortlich: Jakob Ackstaller und Klaus Kemme;  
Maschine: IBM 1130

Mathematische Beratung: Dipl.-Math. Friedrich Wendt, Hamburg"

Die Nennung der Beteiligten und Verantwortlichen hat mit der LA 69 begonnen, wie wir gleich noch sehen werden. Sie erfolgt bis heute.

### 5.3.3.

#### Umfang der Auswertung - Datensatz

Das "Mutterband" - es waren in der Tat bereits Magnetbänder - umfaßte in beiden LAs fünf Lochkarten (bei INFRA TEST in der LA 70 sogar 7 wegen einer weniger kompakten Gliederung), das "Tochterband" hingegen nur noch vier, jedoch in beiden Jahren unterschiedlich belegt. Die LA 69 wies in der Karte 4 die Informationen des Frequenzsimulationskartensatzes aus, was die LA 70 nicht mehr tat. Dafür waren die Angaben zu den Funkmedien in der LA 70 ausgedehnter.

Die LA 69 hatte als erste einen Codeplan nach neuem Muster aufzuweisen. Dieses neue Muster bestand darin, zunächst das Lochkarten-Bild zur Kennzeichnung der Merkmale zu verwenden und dann - soweit erforderlich (jedenfalls Karte 1 mit der Sozio-Demographie) die Kategorien im Detail Merkmal für Merkmal aufzuführen. Um einen Eindruck davon zu vermitteln, fügen wir vom Codeplan der LA 69 die erste Seite mit dem Kartenbild Eins und die Spalte 10 der Karte Eins in der Detaildarbietung dem Anhang bei ((286)).

### 5.3.4.

#### Gedruckte Berichterstattung

Dem Codeplan der LA 69 wurde eine Grundauszählung der ersten drei Karten (also ohne die Informationen des Frequenzsimulationskartensatzes) in Form einer 80-Spaltenzählung beigeheftet. Schon für die Nutzungswahrscheinlichkeit war diese Information von geringem Wert; für die Frequenzsimulation wäre sie völlig ohne Informationsinhalt gewesen, es sei denn im Hinblick auf den Nachweis der Reproduktion der Gleichverteilung über die 12 Möglichkeiten. Insofern wurde die Frequenzsimulation (Karte 4) nicht in die Grundauszählung aufgenommen.

Die seit 1969 existierenden Methodenbände liefern jedenfalls eine Fragebogenzählung, so daß man sich ein Bild über den Erhebungsgegenstand im "Urzustand" machen kann.

Methodenband, Vergleichende Übersichten und Einzeldarstellungen sind die drei Veröffentlichungsteile dieser Auswertungsstufe - für die LA 69 Vergleichende Übersichten und Einzeldarstellungen noch in einem, für die LA 70 in zwei roten Bänden. Die Methodenbände sind in schwarz gehalten. Für die beiden Jahre dieser Auswertungsstufe sind es je zwei.

Wir hatten bereits auf die für die LA 69 und LA 70 unterschiedliche Art, die Auswertung zu bezeichnen, verwiesen. Im Grunde gilt dies nicht allein dafür, sondern für die gesamte Darlegung der Verantwortlichkeiten. Wir fügen die beiden, diesen Verantwortungsbereich referierenden Seiten für die LA 69 und LA 70 im Anhang auf ((287)). Zwei wesentliche Veränderungen fallen vor allem ins Auge.

- Die methodische Gesamtverantwortung liegt noch bei der LA 69 in einer Hand. Für die LA 70 jedoch zeichnet die TECHNISCHE KOMMISSION - namentlich aufgeführt - als Institution verantwortlich.
- Die LA 70 wird in ihrer neuen, die 70er Jahre durchhaltenden Gestalt zurückgeführt auf die Mitwirkung einer Reihe von Spezialisten und Institutionen.

Die Methodenbände enthalten Beiträge zur Analyse und Weiterentwicklung der LA. Wir nennen für die LA 69:

- Die GfK-Skalen (Entwicklung und Ergebnisse) ((129));
- Sonderzählungen zu Befragten, Antreffbarkeit, Kontaktklassen;
- Entwicklung von Sozialen Schichten neuerer Art, die wir als Sozio-kommunikative Schichten bereits kennengelernt haben, mit ihrem Zustandekommen aus einer Segmentation;
- Entwicklung von Lebenszyklen, die wir ebenfalls bereits kennen; beide im Zusammenhang mit den zielgruppen-beschreibenden Merkmalen, sowie
- eine Faktorenanalyse zur Gewinnung von Zeitschriften-Familien auf der Basis der Angaben zur Lesehäufigkeit, für die es einen Vorgänger auf der Grundlage der LA 67 gibt, auf den im Text und in den Tabellen zurückgegriffen wird.

Für die LA 70 ist vor allem der Komplex der Unterlagen zu erwähnen, der in das Experiment 70 einmündete: Das sind alle Anstrengungen, die mit der Ausbildung der LA 70 endeten, inklusive der Fragebogenzählung zum "Ex 70".

Ferner sind die Fragebögen und das Begleitmaterial für die beiden Untersuchungen LA 69 und LA 70 als Methodenband-Inhalt aufzuführen.

5.3.5.

#### Interne Dokumentation

Über diesen Inhalt der Berichterstattung hinaus werden wir im nächsten Abschnitt noch Unterlagen zitieren und zum Teil im Anhang aufzuführen haben, die ebenfalls ihren Platz im Methodenband gefunden haben. Sie gehören nämlich zur Erörterung der Auswertungsinhalte.

Darüber hinaus ist mit der LA 70 eine Gewohnheit aufgenommen worden, über die Auswertungsschritte und die dazu gehörenden Überlegungen eine Art Protokoll zu führen, vor allem aber über die die Auswertung begleitenden Besprechungen.

Das hing bei der LA 70 damit zusammen, daß INFRATEST einen anderen Erhebungspartner bekam, nämlich CONTEST, und daß sich die Auswertung damit ebenfalls neu partnerschaftlich zu orientieren hatte. Ferner umfaßt die 70er Akte im wesentlichen die Entwicklung des Formelapparates, wie er durch die Ausbildung des Grundmodells zu der Zeit erforderlich wurde, das heißt, als mit der LA 70 auch das neue Erhebungsmodell zum Überdenken des Konzepts der Nutzungswahrscheinlichkeit Anlaß bot.

5.3.6.

#### Auswertungs-Inhalte

Der entscheidende Schritt in der Ausbildung der neuen Auswertungskonzeption und ihrer Realisierung ist mit der LA 69 getan worden. Wir stellen fest, daß selbst das mißliche Vorkommnis des außerordentlich weiten Auseinanderklaffens vom  $L_pN$  und  $K_1$  - durch den "Vogdt'schen Mittelwert" aufgefangen - die Entwicklung nicht aufhalten konnte. Das erste grundlegende Papier dazu ist im Methodenband der LA 69 veröffentlicht worden. Es stammt von Friedrich Wendt und trägt den Titel "Darstellung der Auswertungsprinzipien und -techniken der LA 69". Wir werden dieses bereits zitierte Papier jetzt dem Anhang

beifügen ((137)). Ergänzt und erweitert wurde dieses Papier - noch in der gleichen Auswertungsstufe - durch ein gleichlautendes Schriftstück zur LA 70 ((159)), das im Methodenband der LA 70 erschien, und einen Nachtrag mit dem Titel "Weitere Techniken und Prinzipien der Auswertung", im Band Vergleichende Übersichten der LA 70 veröffentlicht ((160)), die nunmehr beide noch im Anhang aufgeführt werden. Aus diesen drei Papieren ist letztlich "Anfang und Übergang" zur Nutzungswahrscheinlichkeit abzulesen.

Die konzeptuelle Basis dieses Begriffes führt auf den Verwendungszweck der Daten der AGLA/AG.MA zurück. Sie sollen der Prognose dienen. Das ist erstmals - wie schon erwähnt - zur LA 68 in einer Fußnote vorgebracht worden. Zur LA 69 wird nunmehr in aller Breite davon berichtet. Die Konsequenz aus dieser prognostischen Aufgabenstellung heraus ist gewesen, nach einem Verfahren zu suchen, das es erlaubt, die Aussagen der Befragten so zu verrechnen, daß ein für die Zukunft gültiges Indikatorsystem (des Insertionswertes) entsteht. Da es experimentell abgesicherte Gründe dafür gibt anzunehmen, daß der Medienkonsum zu einem guten Teil von Faktoren gesteuert wird, die im einzelnen Individuum (jedenfalls für eine gewisse Zeit) stabil vorhanden sind, und sich diese Stabilität im effektiven Medienkonsum wiederfinden lassen, wurde aus den einschlägigen Begriffen, wie Funktion, Gerichtetheit, Erwartungshaltung, usw., ein einziger herausgebildet: die sogenannte Nutzungswahrscheinlichkeit.

Zunächst war es die Lesewahrscheinlichkeit, und zwar schon in der außerhalb der AGLA geführten Diskussion. Dann gesellte sich dazu die Seh- und Hörwahrscheinlichkeit. In der niederländischen Mediaforschung nannte (und nennt) man diese stabile Eigenschaft "Konfrontationswahrscheinlichkeit" - neutraler und wohl auch ein wenig dichter am Verständnis des Medienkonsums als Kontakt, als Realisierung der "Konfrontation", der Begegnung.

5.3.6.1.

#### Die Berechnung der Nutzungswahrscheinlichkeit

Die Nutzungswahrscheinlichkeiten - oder wie vielfach abgekürzt gesagt wird die p-Werte (von  $p$  = Probabilität = Wahrscheinlichkeit) - einfach aus den Frequenzwerten abzuleiten, also von 6 von 12 als  $p = 0.5$ , 12 von 12 als  $p = 1.0$  aufzufassen, verbot die Modelltreue, also die Feststellung, daß wir nicht Fakten sondern Meinungen messen. Die Befragten geben ihre Schätzung zu

ihrem generellen Medienkonsum ab, die wegen der Meinungsmessung im allgemeinen nicht mit dem ebenfalls gemessenen aktuellen Leseverhalten (allerdings auch vom Befragten "geschätzt") übereinstimmt. Im Erhebungsbereich führte das zu der schon berichteten Ausbildung des Modells der 70er Jahre. Im Auswertungsbereich hatte man sich an der Justierung versucht, einer Vorgehensweise, die bald als unzweckmäßig und im Extrem sogar als unzulässig angesehen wurde.

Also ist man dazu übergegangen, die beiden Nutzungsinformationen - übrigens nach französischem Vorbild - miteinander zu verrechnen, und zwar gruppenweise. Die Annahme war ein weitgehend homogenes Mediannutzungs-Verhalten für all diejenigen, die die gleiche Frequenzangabe gemacht hatten (in der LA 69 "wieviel von 12 im allgemeinen" und in der LA 70 "wieviel der letzten 12"). Der Anteil derjenigen, die sich daraufhin pro Frequenzklasse zur Mediannutzung im letzten Erscheinungsintervall bekannten, bestimmt die Nutzungswahrscheinlichkeit. Aus der relativen Häufigkeit der Nutzung im letzten Erscheinungsintervall wird auf diese Weise die Wahrscheinlichkeit der Nutzung einer durchschnittlichen Medienkontakteinheit. Man nannte das neue Berechnungsverfahren zunächst immer noch Justierung. Wir haben uns inzwischen - lediglich um Mißverständnisse zu vermeiden - angewöhnt, diesen Ausdruck nicht mehr zu verwenden.

Die Justierung der alten Art war jedenfalls "tot". Die TECHNISCHE KOMMISSION hat dazu ein bemerkenswertes Papier geliefert, das wir dem Anhang beifügen ((288)). Otmar Ernst hat am 20.5.1970 diese Stellungnahme der TK zum Justierungsproblem vor dem ARBEITSAUSSCHUSS vorgetragen.

In der Praxis gab es zur neuen p-Wert-Berechnung Ergänzungen und Modifikationen.

#### 5.3.6.1.1. Die Medienkontakteinheit

Für die Zeitschriften und Zeitungen war die Medienkontakteinheit durch die Kontakte - gleichgültig mit welcher Ausgabe - im Erscheinungsintervall bestimmt. Praktisch ist also die Definitionsbasis eine Zeiteinheit. Für das Kino war es die Woche. Für die Funkmedien war in der LA 69 als vorläufige Zeiteinheit der Tag genommen worden. In der LA 70 gab es zwei Berechnungs-

weisen: eine ursprüngliche, "Blockwahrscheinlichkeit" genannt, die das im Teil I entwickelte Grundmodell der bedingten Wahrscheinlichkeiten wie für Seitenkontakte verwandte, und eine nur dieses eine Mal berechnete "Spot"-Wahrscheinlichkeit.

#### 5.3.6.1.2.

#### Der "Vogdtsche Mittelwert"

Für die Zeitschriften ergab sich in der LA 69 eine für unzumutbar gehaltene Diskrepanz zwischen dem  $K_1$  und der frequenzklassenweise berechneten Leserschaft, die rechnerisch gleich dem LpN ist und deswegen in der entsprechenden Formel Nr. 5 in ((137)) auch noch so bezeichnet wurde. Den durch Mittelwertbildung gewonnenen Wert nannte man in der LA 69 Leserschaft pro Ausgabe (LpA). Dieser Ausdruck wurde von der LA 70 an für die aus der jeweiligen Berechnungsart gewonnene Leserschaft verwendet, also für die aus der Frequenzklassenberechnung oder aus der Segmentation stammende Leserschaft. Insofern ist der "Vogdtsche Mittelwert" als

$$\frac{K_1 + LpA}{2}$$

aufzufassen. Er reproduziert also nicht (das einzige Mal in der Geschichte der AGLA/AG.MA) den LpN!

#### 5.3.6.1.3.

#### Der LpN ohne Frequenzangabe

In der LA 69 gab es aus dem Erhebungsvorgang - es wurde ja nach der Nutzungsfrequenz im allgemeinen gefragt - die Möglichkeit, daß sich jemand als LpN bekannte, auf die Frequenzfrage gleichwohl 0 von 12 sagte oder gar keine Antwort abgab. Das Problem wurde in der LA 70 dadurch gelöst, daß die Definition des Weitesten Nutzerkreises, die Filterfragen und der gesamte Befragungsablauf überhaupt nur noch die Möglichkeit zuließen, daß jemand die Frequenzfrage nicht beantwortete und zum letzten Lesen (im Erscheinungsintervall) dennoch ja sagte.

Für alle Fälle, in denen jemand sich als LpN zu erkennen gab, wurde er zum WNK gezählt und zur Berechnung der Nutzungswahrscheinlichkeit herangezogen.

Für die LA 70 entfielen damit diejenigen Befragten als Mediennutzer, die -

ohne LpN zu sein - im WNK keine Frequenzangabe gemacht hatten. Das wurde von der LA 71 an geändert. Jedem dieser Fälle wurde eine Frequenz zugeordnet, die kleinste zwar, nämlich 1 von 12, aber immerhin.

Erst von der MA 74 an werden wir für die Funkmedien Abweichungen von dieser Generalregel festzustellen haben.

Und noch eine Bemerkung: In der LA 69 wurde der "Vogdtsche Mittelwert" nur für die Zeitschriften errechnet. Die anderen Medien blieben davon unberührt. In der LA 70 hat es zwischen den Medien keine Unterschiede mehr gegeben.

### 5.3.6.2

#### Faktorengewichtung

Die Abkehr von der schlichten "Nasenzählung" (ein Befragter ist ein Mediennutzer - oder er ist es nicht) wurde mit der LA 69 vollzogen - und das gleich in doppelter Hinsicht. Zum einen war niemand mehr einfach nur Mediennutzer (Leser, Seher, Hörer, etc.) oder nicht, sondern er besaß eine Nutzungswahrscheinlichkeit, mit der er zur Berechnung des Erwartungswertes einer Nutzerschaft beitrug. Wie das geht, werden wir berichten, wenn wir statt der Berechnung der Nutzungswahrscheinlichkeiten deren Verrechnung vorführen. Aber auch als Individuum war der Befragte nicht mehr "integer", er war keine unteilbare Persönlichkeit mehr.

Die Ursache dafür lag darin, daß die bisherige Methodik der Gewichtung durch Kartendoppeln und -entfernen von der sogenannten Faktorengewichtung abgelöst wurde. Beim Entfernen von Karten war das unangenehme Gefühl entstanden, daß teuer genug eingesammelte Informationen ungenutzt weggeworfen würden - dort, wo relativ viele Befragte der Bruttostichprobe einer recht mageren Ausschöpfung anderer Befragtengruppen gegenüberstanden. Die verhältnismäßig geringe Ausschöpfung hatte die Doppelung verursacht - und zum "Aufblähen" der unterrepräsentierten Befragenteile geführt. Das bleibt im Prinzip bei der Faktorengewichtung genau so: Es gibt Personen mit geringeren Gewichten als Eins - dem Durchschnitt - und es gibt Personen mit größerem Gewicht. Diese mit dem größeren Gewicht versehenen Personen bestimmen letztlich, wie weit die Informationen der relativ überrepräsentierten Befragten heruntergewichtet werden.

Das Gewicht des einzelnen errechnet sich aus zwei Tatbeständen heraus: einmal aus der Disproportionalität nach der Haushaltsgröße und zum anderen aus dem unterschiedlichen Ausschöpfungsgrad. Damit haben wir bereits von der LA 69 ab Verhältnisse, wie sie von der MA 74 an als Redressement vorliegen werden - lediglich das Verfahren ist "vorläufiger". Wir haben zwar Iterationen, aber weniger Zellen und weniger zusätzliche Randverteilungen, die den Gewichtungsprozeß bestimmen.

Die Disproportionalität ist mit der Multiplikation aufgehoben, die z.B. dem Befragten aus einem Vier-Personen-Haushalt gegenüber dem Befragten aus einem Ein-Personen-Haushalt ein vierfaches Gewicht gibt.

Was wir hingegen für den eigentlichen Gewichtungsprozeß brauchen, also den Ausgleich mangelnder Ausschöpfung, ist eine Norm. Die Amtliche Statistik liefert uns für die Merkmale Geschlecht, Alter und Länder diese Norm. Die Absicht ist, in diesen Merkmalen die Verhältnisse der Amtlichen Statistik zu reproduzieren. Das heißt konkret: In zwei Geschlechtskategorien x 6 Altersgruppen x 11 Bundesländern, insgesamt also in 132 Zellen soll die LA mit den Prozentsätzen der Amtlichen Statistik übereinstimmen. Aus dieser Multiplikation - jedes Merkmal liefert einen Faktor - stammt übrigens der Ausdruck Faktorengewichtung.

Trotz des größeren Aufwandes, der (nebenbei) mit dazu beigetragen hat, daß nicht mehr gezählt, sondern gerechnet werden muß, bleibt die ganze Prozedur eine kosmetische Operation. Das "face lifting" erzeugt für die Merkmale Geschlecht, Alter und Bundesländer in der LA Relationen, wie sie amtlicherseits geliefert werden, wobei wir deren Zuverlässigkeit mit gutem Recht oft genug anzweifeln dürfen. Jedoch: durch diese Anpassung werden aus der Befragung herrührende Relationen zwischen angepaßten und nicht angepaßten Daten verändert.

Außerdem ist anzumerken, daß bei dem Verfahren, die entstandenen Lücken in bestimmten Zellen durch Faktorengewichtung aufzufüllen, unterstellt wird, daß die Erreichten einer Zelle eine ausreichend gute Schätzung über das Verhalten der Nicht-Erreichten erlauben. Diese Hypothese ist zwar einfach, weil nur eine lineare Extrapolation nötig ist, aber stimmen wird sie mit Sicherheit nicht, wie gelegentliche Kontrollzählungen (Merkmalsverteilungen nach dem

ersten, zweiten, dritten, usf. Besuch) oder Totalausschöpfung von Markt-Daten ausweisen. Und man kann nicht einmal davon ausgehen, daß man bei dieser Art Extrapolation für alle Merkmale - etwa für die Reichweiten der Medien - einen Fehler in der gleichen Richtung macht. Im Gegenteil, die Medien unterscheiden sich geradezu danach, ob die Nutzerschaften anwachsen oder abnehmen, je mehr Besuche für das Erbringen eines Interviews nötig werden.

Glücklicherweise spielt sich dieser Prozeß in Größenordnungen ab, die aufs Ganze gesehen wenig ausmachen. In Teilgruppen hingegen kann man durchaus Überraschungen erleben. Auch das spätere verfeinerte Verfahren des Redressement ändert am Grundsätzlichen dieses Faktums leider gar nichts.

Eine technische Bemerkung zum Schluß: Die errechneten Personengewichte wurden in der LA 69 und LA 70 normiert: die Summe der Personengewichte wurde der Anzahl der Befragten gleich gesetzt und, um einen größeren Genauigkeitsgrad zu erreichen, mit 10 multipliziert.

#### 5.3.6.3. Die Verrechnung der Nutzungswahrscheinlichkeiten

Wir werden hier die Bezeichnung "Übergang" am ehesten realisieren können. Noch gab es die Frequenzsimulation, schon gab es aber die rechnerische Verarbeitung der Nutzungswahrscheinlichkeiten.

#### 5.3.6.3.1. Frequenz-Simulation

Einen Frequenzsimulationskartensatz aus dem Datenbestand der LA 69 herzustellen, war entweder nur möglich, indem man den Kartensatz ungewogen beließ, also den Vorgang der Faktorengewichtung ignorierte, oder indem man in Annäherung an das frühere Vorgehen einige Karten entfernte (wenn man nicht vollständig zur alten Methode des Doppelns und Entfernens zurückkehren wollte). Die Lösung war einfach: Aus der Faktorengewichtssumme von 140.538 wurden diejenigen Befragten verwendet, auf die die Schrittlänge 10 bei zufälligem Anfang entfiel. Das gab 14.054 aus den ursprünglich 10.092 der LA 69. Danach wurde dem Monte Carlo-Verfahren entsprechend vorgegangen, das schon im Teil I dieses Berichts im Zusammenhang mit dem Grundmodell beschrieben worden ist. Im Anhang finden wir zudem Details ((137)).

#### 5.3.6.3.2.

Für die LA 70 ist ein Frequenzsimulationskartensatz noch einmal hergestellt, aber nicht mehr automatisch ausgeliefert worden. Es hat ihn auch niemand mehr angefordert, was aber unter Umständen auch daran liegen konnte, daß das eine oder andere ACLA-Mitglied sich seinen eigenen Frequenzsimulationskartensatz hat erstellen lassen. Insbesondere im Bereich der Media-Selektion war die Frequenzsimulation sehr beliebt.

#### Das Binomialmodell

Schon die Frequenzsimulation verwendet die Modellvorstellungen, die den Rechenprozeduren zugrunde liegen. In der Zeit vor der LA 69 ist für die Frequenzsimulation gelegentlich die hypergeometrische Verteilung herangezogen worden; für die LA 69 und LA 70 die Binomialverteilung.

Sie entstammt einer übergeordneten Verteilung, der sogenannten Polya-Verteilung, die sich mit Ereignissen befaßt, die - wie die Kontakte - ganzzahlig sind. Bei der hypergeometrischen Verteilung landet man - die 12er Skala vorausgesetzt - nach 12 Belegungen beim WNK; bei der Binomial-Verteilung etwas darunter. Den WNK erreicht man theoretisch erst nach unendlich vielen Belegungen, praktisch jedoch sehr viel früher.

Die Frequenzsimulationskartensätze hörten in jedem Fall bei 12 Belegungen auf. Sie konnten - auch im Binomialfall - danach keine Mediennutzer mehr hinzugewinnen. Das Rechenverfahren hingegen erlaubt eine über 12 hinausgehende Belegungszahl.

Von daher schien es den Praktikern geraten, sich des Binomialmodells zu bedienen. Hinzu kam, daß in den Kombinationsbildungen längst Approximationsverfahren zur Binomialverteilung vorlagen, die den Umgang damit erheblich erleichterten, was für jede andere Verteilungsform, also auch für die hypergeometrische, erst mühsam nachgeholt werden mußte.

Von der Theorie her gibt es natürlich neben den beiden genannten Modellen noch eine ganze Reihe von Möglichkeiten, zum Beispiel die (kontinuierliche) Beta-Binomialverteilung oder eine aus dem Erhebungsmaterial abgeleitete Mischform, die wir hier nach ihrem Initiator Sichel-Verteilung nennen wollen; oder das Verfahren von J. Steven Stock, Agostinis Lösung, Frankels Vorschlag

oder die von Theodor Harder vorgebrachten Lösungen, etc.

Bei der Erörterung einer theoretisch besseren Verteilung gibt es ein natürliches Kriterium, das der besseren Anpassung an empirische Verteilungen. Um derartige Vergleiche vornehmen zu können, muß man entsprechende Daten erheben. Und das ist recht selten geschehen, nämlich nur dann, wenn empirische Kumulationskurven ermittelt wurden. Die AGLA hat sich daran nicht beteiligt. Insofern ist eine eindeutige Stellungnahme erschwert. Die Frage nach einer optimalen Verteilung scheint für die Praxis erheblich an Bedeutung verloren zu haben, wahrscheinlich weil die Auswirkungen bei der Anwendung unterschiedlicher Verteilungen relativ gering sind. Die AGLA/AG.MA verwendet jedenfalls das Binomialmodell.

Zum Grundsätzlichen möchten wir nur wenige Beiträge zitieren:

Friedrich Wendt: "Einige Bemerkungen zur Leserschaftsforschung" ((289)) wegen des grundsätzlichen Charakters dieses Aufsatzes.

Theodor Harder: "Berechnungen von Kumulationswerten" ((290)) wegen des darin enthaltenen Vergleichs der hypergeometrischen mit der Binomialverteilung als Modellbasis.

Fritz-Reinhard Stroschein: "Gedanken zur kumulativen Mediaplanung in der Werbemittelforschung" ((291)) als kritische Stimme zum Kumulations-Komplex - ein Spiegel mancher Meinungen der damaligen Zeit - 1965 -, also zum Zeitpunkt der experimentellen Aufnahme der Frequenzfrage in die LA.

Friedrich Wendt: "Weitere Bemerkungen zur Leserschaftsforschung" ((292)) als Replik dazu - mit einigen wichtigen Passagen zur Rolle der Mathematik in unseren Modellen.

Rob J. Mokken: "Enkele methoden ter berekening van cumulatief- en contactfrequentie bereik" ((293)) als (zwar niederländisch geschrieben, aber lesbare) Darstellung der Polya-Verteilung mit praktischem Bezug.

Sidney Sacks: "Discrete U-shaped readership distributions" ((294)) als Darstellung der sogenannten Sichel-Verteilung.

Die Realisierung des Binomialmodells finden wir recht ausführlich in ((137)), ((159)) und ((160)), die in den Anhängen aufgeführt sind. Im Text werden wir lediglich dem hauptsächlichen Gedankengang folgen, so wie er für die Berech-

nungen der Tabellen benötigt wird, wobei wir darauf verweisen können, daß dazu auch noch in den roten Berichtsbänden Ausführungen zu finden sind.

Für eine Person  $i$  ( $i = 1 \dots N$ , Anzahl der Befragten)

und einen Titel  $j$  ( $j = 1 \dots T$ , Anzahl der Titel)

steht uns  $p_{ij}$  als Nutzungswahrscheinlichkeit zur Verfügung. Das faktorielle Personengewicht nennen wir  $g_i$ . Dann ist die Leserschaft pro Ausgabe ( $L_pA$ ) des Mediums  $j$  in Prozent aller Befragten:

$$\frac{\sum_{i=1}^N g_i \cdot p_{ij}}{\sum_{i=1}^N g_i} \cdot 100$$

Der WNK desselben Mediums - wieder in Prozent aller Befragten - ist:

$$\frac{\sum_{i=1}^N g_i}{\sum_{i=1}^N g_i} \cdot 100$$

Die Nutzerschaft des Mediums  $j$  nach  $n$  Belegungen - in Prozent aller Befragten - ist:

$$\frac{\sum_{i=1}^N g_i - \sum_{i=1}^N (1 - p_{ij})^n g_i}{\sum_{i=1}^N g_i} \cdot 100$$

das heißt, die Nicht-Nutzer  $1 - p_{ij}$  werden bei jeder Belegung abgezogen. Das ist das Problem der internen Überschneidung.

Die externe Überschneidung sieht ganz ähnlich aus, nur daß anstelle von immer demselben Medium verschiedene stehen. Da geht es also um die Leserschaft von  $m$  Titeln ( $j = 1 \dots m$ ) - wieder in Prozent der Befragten:

$$\frac{\sum_{i=1}^N g_i - \sum_{i=1}^N (1-p_{i1})(1-p_{i2}) \dots (1-p_{im}) g_i}{\sum_{i=1}^N g_i} \cdot 100$$

wobei wir diese Berechnung der Einfachheit halber hier nur für jeweils eine Belegung angeben.

Die Überschneidung zweier Medien ist ein Spezialfall davon:

$$\frac{\sum_{i=1}^N g_i - \sum_{i=1}^N (1-p_{i1})(1-p_{i2}) g_i}{\sum_{i=1}^N g_i} \cdot 100 =$$

$$\frac{\sum_{i=1}^N (p_{i1} + p_{i2} - p_{i1} p_{i2}) g_i}{\sum_{i=1}^N g_i} \cdot 100$$

Solche Kombinationen sind zum Beispiel bestimmte Zeitschriftengattungen, mehrere Programme, aber auch die Lesemappe (als Kombination der LZ-Zeitschriften). Die durchschnittliche LZ-Zeitschrift hingegen wurde anders berechnet, wie wir gleich sehen werden.

Für die Media-Selektion, also die Bestimmung ganzer Mediapläne, wird in der Regel (abgesehen von Simulationen) mit Approximationen gearbeitet, die entweder so einfach aussehen, wie in ((137)) beschrieben, oder die den in der neueren Zeit weiterentwickelten Verfahren folgen. Über die Formeln Beale I und II ist in diesem Zusammenhang bereits berichtet worden.

Für die durchschnittlichen Kontakte der von einem Medium nach  $n$  Belegungen Erreichten lautet die Formel:

$$\frac{\sum_{i=1}^N g_i p_{ij}}{\sum_{i=1}^N \left\{ 1 - (1-p_{ij})^n \right\} g_i}$$

Für die Übersicht reichen diese Angaben aus, zumal zusätzliche Details in den bereits mehrfach erwähnten Anhängen stehen und auch noch im weiteren Verlauf des Berichts erscheinen werden.

Wichtig bleibt allerdings noch die Behandlung der Funkmedien und der durchschnittlichen LZ-Zeitschrift in der LA 70, insbesondere weil von der LA 71 an wegen der neuen Berechnungsmethoden der p-Werte - andere Wege beschriften werden konnten.

Zunächst wurde eine bedingte Blockwahrscheinlichkeit, danach eine bedingte Spot-Wahrscheinlichkeit für die Funkmedien berechnet; bzw. für die durchschnittliche Lesezirkel-Zeitschrift eine bedingte Lesewahrscheinlichkeit innerhalb der Mappe. Die Ausgangseinheit beim Funk ist Sehen bzw. Hören pro Tag gewesen.

Die Maximalzahl der Blöcke  $v$  betrug 4, 5 oder 6; beim Spot 1 (unter der Hypothese, daß ein Spot nur in einem einzigen der möglichen Blöcke pro Tag erscheint); bei den Lesezirkel-Zeitschriften wurde 10 festgesetzt. Daraus wurde später 9.

Die Wahrscheinlichkeit für Block und Spot sind gleich, das heißt

$$k_{ij} = \frac{j}{v_{\text{Block}}}$$

mit  $j = 0, 1, 2, \dots, v_{\text{Block}}$

bzw. für LZ-Zeitschriften

$$k_{ij} = \frac{j}{10}$$

mit  $j = 0, 1, 2, \dots, 10$

Für die Blockwahrscheinlichkeit und die durchschnittliche LZ-Wahrscheinlichkeit fand eine Verknüpfung mit der ursprünglichen Sendetag- bzw. Mappen-Wahrscheinlichkeit  $p_{ij}$  durch die folgende Formel statt:

$$p_{ij} \left\{ 1 - (1 - k_{ij})^v \right\}$$

Für die Spot-Wahrscheinlichkeit reduziert sich diese Formel wegen  $v = 1$  auf

$$p_{ij} \cdot k_{ij}$$

Von der LA 71 ab wurden übrigens die Bezeichnungen und nicht nur die Berechnungen und Verrechnungen vereinheitlicht.

Eine Bemerkung noch: Aus Gründen der leichteren Handhabung in der Datenverarbeitung wurde der mögliche Höchstwert der  $p$ -Werte zunächst auf 0,99 festgelegt.

#### 5.3.6.4. Zusammenfassung von Be- und Verrechnungsmethoden

Wir haben den Komplex des Übergangs und des Anfangs der Auswertungsmethodik in seinen Einzelheiten vorgetragen, meinen jedoch, wir sollten jetzt stichwortartig versuchen, aus den Details zum Wesentlichen zurückzukehren.

In ((137)) findet sich bereits eine derartige Zusammenstellung:

- "Wir brauchen stabile Planungsdaten - gestern erhoben, heute für morgen verwendet.
- Die Lesewahrscheinlichkeit liefert uns diese Stabilität.
- Wie wir auch immer die Eigenschaft "Lesen oder Durchblättern" erheben - wie wir das Hören, Sehen, etc. erheben -, wir haben für alle Medien eine übereinstimmende Ausgangsbasis.
- Das Befragungsmodell stellt den Kontakt (mit der Zeitschrift, der Zeitung etc.) in den Mittelpunkt. Aus der Ganzzähligkeit dieser Kontakte rührt die Verwendung des Binomialmodells als einem besonders geeigneten ganzzahligen Modell her.
- Wir können andere, weiterführende Kontaktbegriffe einführen; aber auch Mediengewichte in ihrer allgemeinsten Fassung.
- Wir benutzen nicht länger Karten - und führen die Angleichung der Stichprobe an die Bezugswerte der Amtlichen Statistik durch Faktorengewichtung aus.
- Wir haben ein geschlossenes System von Reichweiten- und Kontaktbegriffen,

bei der Reichweite vom LpN bis zum Weitesten Leserkreis. Nur - daß wir jetzt rechnen, statt wie bisher zu zählen.

- Wir verstehen schließlich die begrenzte Aussagekraft einer Stichprobenerhebung, indem wir nur noch Gruppensausagen als repräsentativ zulassen."

Im letzten Punkt klingt schon die moderne topologische Perspektive an.

#### 5.3.6.5. Fusion

Der Ordnung halber muß - als Bestandteil der Auswertung - nochmals auf die Bemühungen der AGLA um die Fusionsvorhaben verwiesen werden: drei Arbeiten im Experimentierbereich in der Zeit von 1969/70 ((161)), ((162)), ((163)).

#### 5.4. Die Konsolidierung der Nutzungswahrscheinlichkeit

In einem ständigen Entwicklungsprozeß, wie ihn die AGLA/AG.MA vorzuweisen hat, lassen sich zwar gewisse Zäsuren feststellen. Völlig getrennt voneinander, also gänzlich ohne Überlappungen, bleibt die Einteilung in Auswertungsstufen dennoch nicht.

So markieren wir die vierte und bislang vorletzte Auswertungsstufe durch die Zeit von der LA 71 bis zur MA 76, wobei wir insbesondere gegen Ende dieser Zeitspanne bereits die Zeichen der letzten, fünften Auswertungsstufe erkennen können. Gegen Anfang wirkte sich die Erfahrung aus, die nach dem Übergang von der Justierung zur frequenzklassenweisen Berechnung der Nutzungswahrscheinlichkeit mit dem neuen System gemacht wurde. Analysen und Experimente entschieden jetzt zugunsten der Segmentation als Berechnungsverfahren der Nutzungswahrscheinlichkeiten von der LA 71 an. Das ist bis heute so geblieben, wenn auch neuerlich wiederum darüber nachgedacht wird, in welcher Weise die Berechnungsweise noch weiter vervollkommen werden könnte. An dem Konzept der Nutzungswahrscheinlichkeit jedoch hält man seither fest, in der Überzeugung, mit diesem Maß ein brauchbares, ein "gültiges" Instrument zur prognostischen Feststellung des Insertionswertes in der Hand zu haben.



#### 5.4.1. Erhebungsinstitute

Die LA 71 wurde von INFRATEST und MARPLAN durchgeführt, was also bedeutet, daß von der LA 63 an bis zur LA 71 zwei Institute beteiligt waren (wie schon anfangs bei der LA 54 und LA 56); von der LA 70 an aber im Wechsel der INFRATEST-Partner.

Die MA 72/I (erstmal MA genannt) wurde von INFRATEST, MARPLAN und SCHAEFER MARKTFORSCHUNG durchgeführt; die MA 72/II von INFRATEST, MARPLAN und MEDIA MARKT ANALYSEN. Für die Zusammenfassung beider MA 72-Tranchen waren es mithin vier Erhebungsinstitute. Zudem erinnern wir uns der Tatsache, daß die MA 72/I die erste Untersuchung auf der Basis des ersten AG.MA/ADM-Stichproben-Systems gewesen ist (bis zur MA 78), während die LA 71 die letzte Erhebung mit institutseigenen Stichproben blieb.

Die MA 73 wurde von vier Instituten durchgeführt, wie die folgenden (bis zur MA 78 übrigens, der letzten Untersuchung nach dem ersten AG.MA/ADM-Stichproben-System), und zwar:

von: INFRATEST, MDI, MMA, SCHAEFER,  
die MA 74 von: GETAS, MDI, MMA, MARPLAN,  
die MA 75 von: GETAS, SAMPLE, MMA, MARPLAN  
die MA 76 von: GETAS, INFRATEST, CONTEST-CENSUS, MARPLAN.

#### 5.4.2. Auswerter

Die LA 71 wurde von INFRATEST, also einem der beiden erhebenden Institute, ausgewertet. Genannt wird als Maschine die IBM 1130.

Für die MA 72/I und die MA 72/II wurde die Auswertung geteilt: Einmal war wieder INFRATEST beteiligt, zum andern INTERLOGIC, Gütersloh, mit einer IBM 360/50.

Nach der Einschaltung von BATTELLE während der LA 58 und LA 60 und - wenn man so will - der SEMA als Mutterfirma der DIVO für die LA 61 war die wenigstens partielle Einschaltung von INTERLOGIC der erste Auswertungsvorgang bei einem Nicht-Erhebungsinstitut, einem ausgesprochenen "Auswerter", einer Institution, die sich voll und ganz der EDV widmete.

Das sollte von da ab so bleiben, und zwar wurde für die MA 73 und MA 74 ausschließlich die Firma ISBA, Falkenstein, beauftragt, die dafür zwei Maschinen einsetzte: eine CDC 6600 und eine IBM 370/155.

Die beiden folgenden Untersuchungen, die MA 75 und MA 76, wurden von zwei Firmen, diesmal aber zwei Auswertern, verarbeitet, und zwar von ISBA und dem Servicezentrum der IBM, Frankfurt/Main. Beide arbeiteten auf einer IBM 370/158. Ihre Aufgabenteilung war in beiden Untersuchungen etwas unterschiedlich.

Die Einzelheiten entnehmen wir ((295)) - im Anhang aufgeführt -, den Seiten in den Berichts- bzw. Methodenbänden, die auch in dieser Auswertungsstufe wieder Institute, Auswerter und die Verantwortlichen für die Konzeption, die Durchführung und den Druck angeben.

#### 5.4.3.

#### Umfang der Auswertung - Datensatz

Während dieser Auswertungsstufe stieg der Umfang der Auswertung an. Außerdem wurde der Datensatz für die Nutzung durch die Mitglieder - das Tochterband also - technisch und in seiner Struktur umgestellt, vom Umfang ganz abgesehen.

Der Übergang von der zum Teil separaten Auswertung durch die beiden Erhebungsinstitute noch in der LA 70 zur alleinigen Auswertung durch INFRATEST in der LA 71 hatte zur Folge, daß von da an (erst recht in den darauffolgenden Jahren) die Codierung einheitlich gehandhabt wurde.

Die Anzahl der Lochkarten aus der direkten Übernahme vom Fragebogen betrug in der:

LA 71	8	(gegenüber 7 bei INFRATEST in der LA 70; die Kinder-Informationen waren erheblich erweitert worden);
MA 72/I und		
MA 72/II	je 8;	
MA 73	9	(die Angaben zum Hörfunk hatten zugenommen);
MA 74	10	(die Haushalts-Aufnahme kam hinzu);
MA 75 und		
MA 76	12	(wegen der Veränderungen in der Abfrage beider Funkmedien).

Die Mutterbänder umfaßten jeweils noch eine Lochkarte mehr, mit verschiedenen Informationen, wie sie für die Auswertung benötigt wurden. Da waren es für die MA 73 ausdrücklich die regionalen Tageszeitungs-Informationen, dann die zusammengefaßten Medien (also Kombinationen), die nur für die Tabellierung erforderlich waren, etc. Die Unterlagen zur MA 75 und MA 76 erwähnen infolgedessen ausdrücklich 13 Lochkarten als Kalkulationsbasis für die Auswertung. Überdies gab und gibt es natürlich interne Arbeitsbänder im Instituts- und Auswertungsbereich.

Für diese interne Auswertung ist übrigens noch anzumerken, daß ursprünglich die Zusammenführung zweier Analysen für die LA 71 geplant war, so daß die LA 71 ursprünglich LA 71 1. Tranche und die spätere MA 72/I die LA 71 2. Tranche hieß. Wegen des Übergangs von einem zum anderen Stichproben-System von der 1. zur 2. Tranche wurde dann beschlossen, die Zusammenfassung erst für die MA 72/I und MA 72/II vorzunehmen und die Analysen entsprechend umzubenennen.

Für die Tochterbänder gab es diesen Umbenennungsvorgang erst gar nicht. Hier ist ein anderer Übergang zu vermerken, der die Darstellungsweise betrifft. Daß wir es physisch bereits mit Magnetbändern zu tun hatten, ist schon erwähnt worden. Im Codeplan des Tochterbandes der LA 71 fehlt infolgedessen bereits - trotz Beibehaltung des "Kartenformats" - die Angabe der Kartenart.

Zählt man die Karten, so waren es für die:

LA 71, MA 72/I und MA 72/II	je	6
MA 73		7
MA 74		8
MA 75		9 Karten pro Tochterband.

Allerdings gab es bereits für die MA 74 einen Vorschlag, der auf Veranlassung der MMC von der Firma ISBA ausgearbeitet wurde. Die Informationen der 8 Lochkarten des Tochterbandes der MA 74 wären danach in 420 Bytes und für die binären Informationen zusätzlich in 452 bits unterzubringen gewesen.

Die MA 75 lief doppelgleisig: einmal über 9 Lochkarten und zum anderen über 452 Doppel-Bytes und die binären Informationen zusätzlich über 537 bits.

Zur Motivation zitieren wir hier das Vorwort zum Codeplan der MA 75:

"Platzersparnis auf dem Datenträger, Zeitersparnis bei den Auswertungsläufen, die Beseitigung von Fehlinterpretationsmöglichkeiten (Mehrfachlochungen) und der Umstand, daß in der Praxis kein MA-Kartensatz mehr für Auswertungszwecke benutzt wird, bedingen diesen neuen MA-Codeplan.

Da die MA 75 in dieser Hinsicht einen Übergang darstellt, wurde der Datensatz ein letztes Mal in althergebrachter Form "abgestanzt". Dieser Codeplan gilt sowohl für die neue (linke Spalten) als auch für die alte (rechte Spalten) Form der Datendarstellung.

Für die neue Darstellung wurde der aus der EDV übernommene Begriff "Byte" bzw. "Doppelbyte" benutzt. Bei 9-Spur Datensätzen (für Byte-Maschinen) wurden 8 Bits (1 Bit entspricht einer Lochposition auf der Lochkarte), bei 7-Spur Datensätzen (für Wort-Maschinen) 12 Bits als Grundeinheit festgelegt. Pro Byte ist die Darstellung eines Wertes ("Ausprägung") zwischen 0 und 255 möglich. Beim 7-Spur Doppelbyte sind es Werte zwischen 0 und 4095, die darstellbar sind. Da das 7-Spur Byte nur 6 Bits beinhaltet und damit der größte Wert 63 ist, wurde das Doppelbyte als Einheit gewählt. Der Einfachheit und Einheitlichkeit halber wurde auf zusätzlich mögliche Platzersparnisse bei der 12-Bit-Darstellung verzichtet.

Diese neue Darstellungsform gilt für Merkmale und Nutzungswahrscheinlichkeiten. Für die sonstige Media-Information (Bekanntheit, etc.) wurde die binäre Darstellungsart im Prinzip aus der Lochkarte übernommen. Es besteht aber jetzt keine künstliche Beschränkung mehr durch Spalten- und Kartenende. Zugunsten einer größtmöglichen Auswertungsfreundlichkeit wurden auch hier einzelne Plätze nicht berücksichtigt.

Beschränkungen aus der Vergangenheit, die lediglich auf dem Kartenschema basierten, wurden natürlich aufgehoben: zum Beispiel gehen Nutzungswahrscheinlichkeiten über 0,995 als Ausprägung 100 ein (und nicht 99 wie im "Kartensatz")."

Diese - natürliche - Obergrenze der p-Werte "Eins" ist selbstverständlich bis heute beibehalten worden.

Der Datensatz der MA 76 stieg gegenüber seinen Vorgängern erheblich im Umfang an. Deswegen fand eine Teilung in Teil A und Teil B statt: Teil A enthält in 440 Doppel-Bytes die allgemeinen Angaben zur Sozio-Demographie und die Nutzungswahrscheinlichkeiten; Teil B in 1.207 Halbbytes die Ursprungsinformationen zu den Medien. Beide Teile enthalten eine ungewichtete Merkmalszählung, eine Grundauszählung, die beibehalten wurde. Die Trennung in Teil A und B ist übrigens von der MA 78 an aufgehoben worden zugunsten einer getrennten Broschüre für den Codeplan und die Grundauszählung. Im Sprachgebrauch hat sich jedoch die griffige Aufteilung nach A und B erhalten.

Der Informationsgehalt auf dem Datenband hat sich im Laufe dieser vierten Auswertungsstufe nur einmal nennenswert geändert. Mit der LA 71 begann die Zeit der Ausweisung von Nutzungswahrscheinlichkeiten, für die Funkmedien übrigens von Zeitabschnitten und Durchschnittswerten und auch für andere Pressemedien (Zeitungslisten vor allem). Ferner gab es die Einsammelfragen und die Bezugsart neben der Sozio-Demographie.

Erst der Teil B des Datensatzes der MA 76 bringt die Ursprungsinformationen in voller Breite, für die Frequenzen allerdings immer noch in zusammengefaßten Klassen (4 für die 12er und 2 für die 6er Skala), was sich - wegen der Fusionsnotwendigkeiten - erst mit der MA 77 zugunsten aller Frequenzangaben geändert hat.

Im Zuge der langsamen Diversifikation der Erhebungsinstitute und - wie sich schon abzeichnete - auch der Auswerter sind gewisse Vereinheitlichungen nötig geworden. Dazu gehört die schon erwähnte Vereinheitlichung des Fragenablaufs (Fragebogen) und der Codierung des Mutterbandes. Und es gehört dazu eine Vereinheitlichung in der Anordnung der Bandsätze. Seit der MA 73 gilt die heute noch angewendete Regel für die Reihenfolge der Befragten auf dem Tochterband:

"Ordnung der Personen (Bandsätze im Datenbestand)

Die Personen sind in der Reihenfolge erst Frauen, dann Männer nach aufsteigendem Personengewicht und aufsteigender Paginiernummer angeordnet, um Unterstichproben zu normieren und ihre Herstellung zu erleichtern: Es kann nunmehr jede "n-te" Person - ohne Rücksicht auf ihren durch das Gewicht definierten Anteil - gezogen werden."

Die Codierung der Zeitungen in freier Nennung durch die Institute von der LA 69 an hat zu einer Liste geführt, deren erstes internes Exemplar zur MA 72/I verteilt wurde, damit die Zeitungszusammenstellungen einheitlich erfolgen konnten. Ein erstes gedrucktes Exemplar existiert dazu seit der MA 76 ((296)).

Wir erinnern uns im übrigen, daß die MA 72/I als erste Einzelzeitungen (wenn auch im Methodenband) auswies.

Die Elektronische Datenverarbeitung hatte sich gerade während dieser vierten Auswertungsstufe in die verschiedensten Richtungen hin entwickelt. Die Mitglieder brauchten Bänder in unterschiedlicher Formatierung, so daß die Lieferung darauf Rücksicht zu nehmen hatte: 7-Kanal-, 9-Kanal-Bänder, 800 oder 1600 BPI (bits per inch), Standardlabel oder nicht, Blockungsfaktor, usw. usf. beschäftigte die Auswerter, von Sonderwünschen ganz abgesehen, die das eine oder andere Mitglied hatte.

#### 5.4.4.

#### Gedruckte Berichterstattung

Vorweg sei hier ein Papier erwähnt, das Karl-Friedrich Flockenhaus für den Methodenband der MA 72/II angefertigt hat. Wir fügen es dem Anhang bei ((297)). Es enthält "Anmerkungen zur Tabellierung der Media-Analyse" und schließt unmittelbar an die letzten Bemerkungen zum Codeplan und zu den auszuliefernden Datensätzen an.

Die Beschränkung der Wahrscheinlichkeiten auf Werte zwischen 0.00 und 0.99 schien zu der Zeit noch erforderlich.

Bei unterschiedlicher Programmierung der Berechnung, bei unterschiedlicher Genauigkeit der Berechnung und bei unterschiedlicher Abrundungstechnik haben wir - auch heute noch - Abweichungen zu erwarten, die zwar nicht ins Gewicht fallen, aber unschön sind. Um wenigstens von Seiten der MMC auszusagen, was wie gerechnet wurde, ist dieser Beitrag von Karl-Friedrich Flockenhaus geschrieben worden. Eine Konvention, um gewisse Vereinheitlichungen unter den Mitgliedern in der Auswertung der Datensätze zu erreichen, ist allerdings - wenngleich angestrebt - nicht zustande gekommen.

Die Berichterstattung ist in der vierten Auswertungsstufe - LA 71 bis MA 76 - praktisch gleich geblieben. Pro Analyse (MA 72/I und MA 72/II ließen es in diesen 6 Jahren zu 7 Analysen werden) gab es:

- einen roten Band - Vergleichende Übersichten,
- einen gelben Band - Einzeldarstellungen,
- einen schwarzen Methodenband.

Bevor wir auf den Inhalt eingehen, wollen wir noch zur Technik ihrer Erstellung und zur Technik der Berichterstattung überhaupt einige Bemerkungen anbringen.

Da ist zunächst die Tatsache zu nennen, daß von der LA 71 an die Tabellenplanung auf ein übersichtliches Niveau gehoben wurde. Erstmals wurde ein vollständiges Dummy erstellt. Alle Elemente der Tabellen gehen daraus hervor: Überschriften, Eckfelder, Köpfe, Vospalten, Tabelleninhalte, Filter, usw. Mit anderen Worten: Die Tabellierungsplanung wurde systematisiert, ein Vorgang, der schließlich zu dem erstmals für die MA 76 praktizierten computer-gesteuerten Lichtsatz hinführte, das heißt unter Umgehung der Tabellierung als Druckvorlage, die gelegentlich ihrer ungleichmäßigen Qualität wegen Ärger erzeugt hatte (wenn beispielsweise eine Zahl wie 7.8 "nur" als 7.3 zu lesen war!).

Die TECHNISCHE KOMMISSION befaßte sich darüber hinaus auf ihrer Sitzung am 3.12.1975 mit der Überlegung, die gedruckten Berichtsbände entweder ganz abzuschaffen oder wenigstens zum größten Teil, um dafür moderne Verfahren der Datenverarbeitung (über Terminals mit Bildschirm) einzusetzen - dafür war die Zeit noch nicht reif - oder zumindest die Tabellenfülle durch andere Speicherformen zu bewältigen. Stichworte dazu sind: Micro-Film bzw. Micro-fiche mit Lesegerät oder unabhängige Magnetdatenträger, wie eine Disquette, die allerdings auch spezielle Zugriffsgeräte erfordern. Organisatorische, wirtschaftliche und wohl auch politische Gesichtspunkte führten dazu, dieses Projekt zunächst nicht weiter zu verfolgen. Das letzte Wort dazu ist jedoch noch nicht gesprochen.

Es ist noch von einem anderen Versuch zu berichten, die Darbietung der Ergebnisse verständlicher zu machen. Die aus der p-Wert-Berechnung über Segmentation herrührenden Verteilungen der Nutzungswahrscheinlichkeiten haben

in Klasseneinteilungen ihre komprimierte Darstellung gefunden. Abgesehen von der Starrheit der Grenzen, die dabei obwaltet, wird an keiner Stelle deutlich, wie sich die einzelnen Medien über die ganze Verteilung gesehen voneinander unterscheiden. Deswegen wurde der Versuch unternommen, einmal anstelle der festen Grenzen Tertile, Quartile oder auch ganz andere Quantile als Klasseneinteilung zu benutzen, also von der Eigenart jeder einzelnen Verteilung auszugehen. Zum anderen wurden die Verteilungen zunächst von 10 ausgewählten Zeitschriften per Plotter graphisch dargestellt.

Die Quantilen-Darstellung befriedigte ebenso wenig wie die feste Einteilung. Die Plotter-Darstellung scheiterte sowohl am ökonomischen Rahmen als auch an der Tatsache, daß die Vergleichbarkeit wegen der sehr unterschiedlich großen Maßstäbe erheblich litt. Daher wurde der Versuch einstweilen eingestellt. Die Versuche wurden 1977 von INTERLOGIC anhand von Daten der 1. Welle MA 76 durchgeführt.

Der Inhalt der gelben und roten Bände ist während der vierten Auswertungsstufe im Prinzip durchgängig der gleiche. Der Inhalt der Vergleichenden Übersichten MA 76 besteht zum Beispiel aus:

#### Generalübersichten für

- Bevölkerungsdaten
- Zeitschriften
- Zeitungen und Supplements
- Fernsehen
- Hörfunk

#### Internen Überschneidungen:

- Zeitschriften und Zeitungen
- Fernsehen
- Hörfunk

#### Externen Überschneidungen:

- Zeitungen / Zeitschriften

#### Nettoreichweiten:

- Presse / Kinobesuch

Zusatzinformationen:

Zeitschriften-Leserschaften  
(WLK, Bezugsart, Lesetage, Leseintensität)

Sonstigen Informationen:

Reisen, Geräte im Haushalt, und einem  
Anhang mit methodischen Hinweisen.

Der Inhalt der "Einzeldarstellungen MA 76" besteht aus Einzeldarstellungen für:

Zeitschriften alphabetisch angeordnet  
Rabattkombinationen Zeitschriften  
Einzeltitel Supplements und Zeitungen national  
Einzeltitel Zeitungen (regional)  
Titellisten (Lesezirkel, Kaufzeitungen, Liste regionaler Zeitungen)  
Fernsehen und Hörfunk (ZDF, RTL und SR 1) und einem  
Anhang mit methodischen Hinweisen.

Daneben erschien für die zusammengefaßte MA 72 der "Berichtsband Regional" in zwei grünen Bänden:

Vergleichende Übersichten Gesamt  
Vergleichende Übersichten Männer und Frauen.

Außerdem gab es den schwarzen "Sonderbericht Fernsehen, Hörfunk, Tageszeitungen", der als Zusatzveröffentlichung im Rahmen des Methodenbandes der MA 74 deklariert und insbesondere für den Vergleich mit der Funkmedienanalyse 74 gedacht war. Von der MA 74 ab sind auch die Funkmedien-Mitglieder der AG.MA mit ihren Programmen in den Einzeldarstellungen enthalten, nachdem vorher IPA/RADIO LUXEMBURG schon eigene Sonderveröffentlichungen dazu vorgenommen hatte, um dazu beizutragen, daß eine vernünftige Medienkontakteinheit für den Werbefunk gefunden werden könnte (MA 72/I).

Und nun zu den Methodenbänden. Von der LA 71 bis zur MA 76 gibt es nur einen schwarzen Methodenband, sofern wir von dem soeben angeführten schwarzen Zusatzband zu Funk, Fernsehen und Zeitungen absehen, der jedoch eigentlich ein Ergebnisband ist. Der Methodenband MA 76 sollte danach eigentlich wieder - wie der zur LA 69 und LA 70 - aus zwei Teilen bestehen.

Aus einer Reihe von Gründen blieb es bei Teil I, der lediglich:

- Die Methodenbeschreibung,
  - die Fragebogenzählung,
  - die Ergebnisse der Segmentation (zur Herstellung der Nutzungswahrscheinlichkeiten)
  - und die Befragungsunterlagen (Fragebogen, Listen, Titelkarten)
- enthält. Das umfassen die anderen Methodenbände auch.

Durchgängig sind ferner zu nennen:

- Eine Stichprobenbeschreibung - in der LA 71 als Bericht über die Bemühungen, zum koordinierten AG.MA/ADM-Stichproben-System zu gelangen, bis hin zu den Tabellen über Ausschöpfung und Ausfallgründen, die von der MA 72/I an eingefügt wurden. Ab MA 74 wurden weiterführende Tabellen zur Transformation und zum Redressement-Prozeß sowie zur Haushalts-Aufnahme eingefügt. Das Stichproben-Kapitel der MA 75 findet sich im Abschnitt "Methodenbeschreibung".
- Die sozio-kommunikativen Schichten, die durchgängig in der vierten Auswertungsstufe per Segmentation ermittelt wurden (sie sind nicht im Teil I des Methodenbandes MA 76 enthalten).
- Vor allem aber die Berichterstattung über die Aktivitäten der TECHNISCHEN KOMMISSION (außer im Methodenband MA 76).

Einzeldaten für Zeitungen stehen in den Methodenbänden MA 72/I, MA 72/II, MA 73, MA 74 und MA 75.

Für die LA 71 ist zusätzlich das Kapitel "Validierung der Frequenzskala" zu nennen, auf das wir noch zu sprechen kommen werden.

Für die MA 73 sind anzugeben:

- Die Darstellung des Methodenexperiments zur MA 74 für Hörfunk und Fernsehen ((187)).
- Der Bericht mit den Vortragstexten des "Hearings" vom 11.12.1972 in Berlin zum Thema "Regionalisierung der MA-Daten" - Neueingliederung eines Informationssystems - ((181)).

Für die MA 74 sind noch aufzuführen:

- Ein Vergleich der Ergebnisse MA 74 zu MA 73 ((44)).
- Peter Beikes Analyse und Empfehlungen zur Verbesserung der Personenmerkmale ((175)).
- Die Referate der SPEZIALISTENKONFERENZ am 6.3.1974 in Berlin zum Thema "Die Ermittlung von Werbeträgerkontakten in der MA" ((197)).
- Pretest zur Fassung der Fragebogenteile Fernsehen und Hörfunk in MA 75 ((200)).

Für die MA 75 wird schließlich noch berichtet über:

- Die Änderungen in der Abfrage von Fernsehen und Hörfunk und ihre Auswirkungen auf die Ergebnisse, dargestellt für den Zeitraum von 1970 bis 1975 ((213)).
- Bericht über die Prüfung der Ergebnisse der MA 75 (Klausurtagung der TK am 5./6. Juni 1975 in Weilrod/Taunus - Erbsmühle) ((45)).

Nach dem Torso des Methodenbandes der MA 76 werden die Methodenbände der darauffolgenden Jahre einen völlig anderen Charakter tragen.

5.4.5.

Interne Dokumentation

Schon für die vorherige, dritte Auswertungsstufe ist festzustellen, daß es notwendig wurde, in dem Maße, in dem die Auswertung überhaupt ein Thema in der Geschichte der AGLA/AG.MA und zudem ein Diversifikationsproblem wurde, die Schritte festzuhalten, die zu geschehen hatten und dann auch erfolgten.

Der Grund, warum Diversifikation erforderlich wurde, war vielfältig. Und er war nicht aufeinmal klar und deutlich einsichtig; das Bewußtsein dafür wuchs allmählich im Laufe gerade dieser Auswertungsstufe; die wesentlichen Konsequenzen wurden erst in der folgenden Auswertungsstufe gezogen.

Da war zum einen das Anwachsen des Arbeitsumfanges, bedingt durch die Vermehrung des Erhebungsgegenstandes, vermehrt durch die Wünsche der Nutzer der Daten und vermehrt durch das Anwachsen von EDV-Möglichkeiten bei den Mitgliedern.

Dann war da die Tatsache, daß mit der erhöhten Anzahl der Institute wegen der Aufsichtspflicht die Notwendigkeit zur Transparenz und Kontrolle wuchs.

Die Transparenz spielte darüber hinaus noch eine andere Rolle. Die MMC mußte bei den verstärkten Anforderungen an Stichprobe, Fragebogen, Ausschöpfung und dergleichen auch die Möglichkeit haben, früh und wirksam eingreifen zu können, wenn etwas schief ging. Und das passierte natürlich. Die Verantwortung gegenüber den Mitgliedern wuchs mit dem Umfang der zu liefernden Informationen. Auf diese Art und Weise war das methodische Gewissen der AG.MA - die TECHNISCHE KOMMISSION - entstanden! Und das pflanzte sich fort bis in den Bereich der Auswertung.

Nicht zu vergessen war der Zeitfaktor. Daten von gestern mußten so schnell wie möglich als Prädiktoren für die Planung von morgen eingesetzt werden. Und das konnte nur in einem straff geführten Auswertungssystem geschehen. Jede Panne mußte zu Verzögerungen führen, solange nur ein Auswerter mit seiner (gegebenen) Kapazität dahinter stand. Mehrere Auswerter zu beauftragen, war das Gebot der MMC. Bei partiellen Ausfällen ist einer von mehreren Auswertern zudem leichter ersetzbar.

Und schließlich ist ein Faktor zu nennen, der nicht zu gering veranschlagt werden darf: Datenverarbeiter neigen dazu - zumindest um der Amortisation getätigter Investitionen willen - bei einem Maschinensystem, bei einem Betriebssystem, bei einem Auswertungsschema zu verharren, solange es geht. Das ist legitim, muß aber für einen Auftraggeber wie die AG.MA nicht unbedingt vorteilhaft sein, im Gegenteil. Für die AG.MA mußte immer das eigentliche Ziel ausschlaggebend sein: prognostisch verwertbare Informationen zu liefern, so schnell wie möglich, so vollständig wie möglich, so ökonomisch wie möglich, so brauchbar wie möglich. Die Verfahren, um dahin zu kommen, dürfen nicht von exogenen Einflüssen bestimmt werden.

Dies alles fordert ein Kontroll-Instrumentarium in Form schriftlicher Fixierung des Gewollten und Geschehenen. Wie ist dieses Instrumentarium nun gewachsen und geworden?

Den Anfang hatte die interne Auswertungsakte zur LA 70 schon in der vorherigen, dritten Auswertungsstufe gemacht. Ihr Schwerpunkt waren allerdings die

Formeln für das Grund- und das Auswertungsmodell zugleich. Es war bereits dort deutlich geworden, daß Auswertung in Auftrag zu geben, zu überwachen und zu kontrollieren nur möglich war, wenn vom Auftragsschreiben über Korrespondenz, Gespräche und Aktennotizen (insbesondere der Eilbedürftigkeit wegen über Telefonate) möglichst bis ins Detail der Ablauf und die Einzelentscheidungen festgehalten würden, welche die Interpretationen des sich ausbildenden Auswertungsmodells darstellten.

Die Auswertungsakten der LA 71, MA 72/I und MA 72/II sind einander sehr ähnlich gewesen. Durch die Kontinuität der INFRATEST-Beteiligung ging der Prozeß der Verständigung leichter vor sich. Zudem halfen die Methodenbeschreibungen, an denen wir uns im nächsten Abschnitt, der sich mit den Auswertungs-Inhalten befaßt, orientieren werden. Als "Instrument" gehört hierher und wird deswegen auch im Anhang aufgeführt: Die Methodenbeschreibung der LA 71, die noch einmal die Grundgedanken der LA 70er Beschreibung aufnimmt und auf den seinerzeitigen Stand bringt ((298)).

Für die LA 71 gab es eine generelle Besprechung am 8.4.1971 in München ((299)). Für die MA 72/I waren es zwei Besprechungen: am 19.1.1972 sowie am 26.-28.1.1972 (beide in Frankfurt / Main) - mit einem Protokoll ((300)). Für die MA 72/II gab es ein Auswertungsprotokoll über die Besprechung am 18.7.1972 in Frankfurt/ Main ((301)) mit einem "Vorschlag für die Ausweisungen im Methodenteil des Studienbandes MA 72" ((302)); das sind Gedanken zu den grünen Bänden der Regionalauswertung, für die sonst nur noch der Tabellen-Aufriß erforderlich war.

Die MA 73 mit ihren erstmals vier durchführenden Instituten, mit dem neuen Feldmodell, das dem neuen Stichproben-System seit den beiden Untersuchungen MA 72/I und MA 72/II folgte, und der detaillierten Ausschreibung für die Institute (mit einer Reihe von Anlagen) ((42)) brachte ganz konsequent aus der bisherigen Entwicklung abgeleitet erstmals eine "zentrale Auswertung". Auch dazu wurde eine Ausschreibung in Gang gesetzt ((303)), deren Ausarbeitung erst möglich gewesen ist, seit die bislang erwähnten internen Auswertungspapiere und die aus der Auswertungs-Kooperation gewonnenen Erfahrungen existierten. Auf den Inhalt werden wir im nächsten Abschnitt eingehen, jedenfalls in seiner letzten 77er Form. Was die Anhänge zu dieser Angebotsaufforderung für die Auswerter angeht, so sei neben der Angebotsaufforderung

an die Institute ((42)) folgendes aufgeführt:

- Feldeinsatzplan (entspricht ((6)) der Darstellung des neuen Feldmodells in der MA 73)
  - Berichtsschema Feldeinsatz
  - Ausschöpfungsprotokoll
- } daraus wurde ((43)) und seine Nachfolger, zum Beispiel ((28)) in der MA 76
- Katalog der Ausfälle bei Adressen-Random ((42))

Zur Angebotsabgabe wurden aufgefordert:

- ALGORITHM, Frankfurt / Main,
- IBM-Datenverarbeitung, Frankfurt / Main,
- INFRATEST, München,
- INTERLOGIC, Gütersloh,
- ISBA, Falkenstein,
- MEDIAMATIK, Frankfurt / Main.

Den Zuschlag erhielt - für die MA 73 und MA 74 - ISBA.

Die Auswertung der MA 74 wurde - neben der obligaten Methodenbeschreibung - begleitet von einer "internen Notiz für Herrn Scheler zum Auswertungsangebot MA 74" ((304)) und einer Darstellung, die dazu gehörte und "Auswertungsablaufschema" hieß ((305)). Damit war der Anfang für ein Projekt gemacht, das in den folgenden Jahren immer weiter an Gestalt gewann, ohne indes schon realisiert zu sein: ein Auswertungshandbuch.

Die Auswertung der MA 75 wurde wiederum ausgeschrieben. Adressaten waren - bis auf MEDIAMATIK - dieselben Auswerter wie bei der MA 73. Die Ausschreibung ((306)) enthielt die folgenden Anlagen:

- Angebotsaufforderung an die Institute zur Durchführung der MA 75 ((307));
- mit Feldeinsatzplan (schon bekannt);
- Ausschöpfungsprotokoll (schon bekannt);
- Muster für Zwischenauswertungen, eine Mini-form der Ergebnistabellierung;
- Tabellierungsgrundlagen ((297));
- Darstellungsmuster für die Segmentations-Ergebnisse, die wir dem Anhang beifügen ((308));
- eine Bemerkung zur Segmentation der Funkmedien, die wir ebenfalls im Anhang aufführen ((309)).

Den Zuschlag erhielten IBM-Datenservice, Frankfurt / Main, und ISBA, Falkenstein.

Nach den Erfahrungen mit der MA 74, auf die wir noch eingehen werden, hat die Firma ISBA ihrerseits konstruktive Vorschläge zur Abwicklung der Auswertung gemacht: Einmal durch einen "Vorschlag zur Terminierung der MA 75 - Auswertungsarbeiten" ((310)), zum anderen mit "Vorschlägen zur Absicherung der MA 75 Auswertungsarbeiten" ((311)). Damit begann eine neue Phase der Zusammenarbeit zwischen der MMC und den Auswertern, eine aktive Mitarbeit, die sich in den folgenden Jahren immer weiter ausdehnen und als fruchtbar erweisen sollte.

Für die MA 76 gab es wieder eine Ausschreibung ((312)), die gegenüber derjenigen zur MA 75 etwas modifiziert war. Es wurden wieder die gleichen Auswerter angeschrieben. Den Zuschlag erhielten wiederum IBM-Servicezentrum, Frankfurt / Main, und ISBA, Falkenstein. Neu war lediglich die allerdings wichtige Vorabauswertung der 1. Welle.

Die Auswertungsakte hatte mit der MA 76 erheblich an Volumen zugenommen. In Ihrer grünen Einbandfarbe begleitete sie die Beteiligten auch die ganze MA 76. Es war diese Akte inzwischen eine vollständige zeitliche, organisatorische, finanzielle, interne Dokumentation der Auswertungsvorgänge geworden. Damit wurde der Weg weiterhin bereitet für eine konzeptuelle Verarbeitung der Auswertung. Aus dieser Zeit existiert der erste, leider nicht weitergeführte Entwurf des schon erwähnten Auswertungshandbuchs: "Auswertungsprotokoll MA 76", eine Art Skizzenbuch der Operationen und der Gedanken dazu. (Diese Unterlage ist übrigens nur handschriftlich vorhanden und wird deswegen ebenso wenig mit eigener Nummer zitiert wie die übrigen erwähnten Auswertungsakten).

Wir bemerken schließlich noch, daß diese Tendenz der Bemühungen um eine bessere Erklärung dessen wächst, was die AG.MA ihren Mitgliedern zur Verfügung stellt: Wie die Zahlen zustande kamen, was die einzelnen Informationen bedeuten und wie sie sich von Jahr zu Jahr verändern. Wir finden ein erstes praktisches Ergebnis in den Berichtsbänden der MA 75 und MA 76 unter dem Titel "Einführung in den Berichtsband ..." ((313)) bzw. ((314)). Ein unveröffentlichter Entwurf von Klaus Peter Landgrebe unter dem gleichen Titel für die

MA 75 ging noch ein Stück in der Darstellung und Interpretation der Berichterstattung weiter ((315)). Daraus wurde die Idee der "Textausgabe" geboren, die wir heute in aller Ausführlichkeit kennen. Das erste konkrete "Gerippe" lag im September 1976 vor ((316)).

#### 5.4.6.

#### Auswertungs-Inhalte

Im Mittelpunkt dieses Abschnitts steht das Thema der ganzen vierten Auswertungsstufe: die Konsolidierung der Nutzungswahrscheinlichkeit. Dazu gibt es neben einer Reihe einzelner Unterlagen zwei grundsätzliche Dokumente:

- Zum einen die Modellgrundlage, dargestellt in der bereits zitierten Methodenbeschreibung der MA 76 ((31)), der letzten übrigens dieser Art. In der fünften Auswertungsstufe werden wir eine andere Gliederung der methodischen Berichterstattung vorfinden.
- Zum andern als Basis für die Praxis der Auswertung die Ausschreibung zur MA 77, die wir als bislang internes Papier dem Anhang beifügen werden ((317)). Sie gehört aus zwei Gründen hierher. Die Entwicklung von Ausschreibungen fällt voll und ganz in diese vierte Auswertungsstufe, und sie schließt ab mit der Ausschreibung zur MA 77. Dies ist einer der Überlappungsfälle, von denen eingangs zu dieser Auswertungsstufe gesprochen wurde. In den folgenden Jahren gab es Konferenzen, Protokolle, Notizen, Briefe und natürlich die Auswertungsprotokolle, wie wir noch sehen werden.

Neben dem Thema "Nutzungswahrscheinlichkeit" werden wir - eigentlich auch immer noch den beiden grundsätzlichen Papieren folgend - Einzelbereiche zur Auswertung behandeln, vor allem das Redressement und die Prüfungsvorgänge der von den Instituten gelieferten Datenbestände.

#### 5.4.6.1.

#### Die Berechnung der Nutzungswahrscheinlichkeit

Die frequenzklassenweise Berechnung der p-Werte in der LA 69 und LA 70 weist Nachteile auf. Es kam vor, daß einzelne Frequenzklassen gar nicht oder nur wenig besetzt waren, was wegen der schwankenden absoluten Häufigkeit der LpA dann zu einem Auf und Ab der relativen Häufigkeiten führte. Die Zusammenfassung von Klassen in unterschiedlicher Weise für die einzelnen Medien befriedigte auch nicht. Vor allem aber veränderten sich beim Übergang von der (gewichteten) LpN-Zählung zur (gewichteten) WNK-Zählung die



Strukturen der Nutzerschaften der Medien. Diesem Phänomen ging Friedrich Wendt noch 1970 nach. Anfang 1971 wurde das Ergebnis der sogenannten Diskrepanzanalyse ((157)) veröffentlicht, die zwar in erster Linie den Unterschied zwischen  $LpN$  und  $K_1$  betraf, durch die dahinterliegenden Beziehungen zur Problematik der  $p$ -Wert-Berechnung aber unmittelbar zur Entscheidung beitrug, statt der frequenzweisen Berechnung eine andere Methode einzusetzen. Es gab noch zwei weitere Entscheidungsgrundlagen, die ebenfalls bereits zitiert worden sind. Im Methodenband der LA 71 findet sich die Zusammenstellung aller Beiträge zur "Überprüfung der Erhebungsinstrumente für die Ermittlung der Lesehäufigkeit" ((152)). Die Erörterungen darüber fanden auf zwei SPEZIALISTENKONFERENZEN statt: am 26.10.1970 und am 26.1.1971.

Daneben hatte INFRATEST bei der Vorstellung des IMMA-imd-Modells ((153)) direkt und durch einen Aufsatz von Gerhard Zacharias ((154)) - in der Diskussion ((156)) nach einem Gutachten von Ernst Braunschweig ((155)) - eine aus England und Frankreich übernommene Vorgehensweise ins Spiel gebracht, die nach sorgfältiger experimenteller Prüfung ((158)) in einer - allerdings wesentlich modifizierten - Form bereits für die LA 71 zur  $p$ -Wert-Berechnung verwendet wurde. Validierung war das Stichwort. Das sollte heißen: Der Befragte gibt Antworten aus seinem Verständnis auf knappe Fragen zu vielen Medien. In gesonderten Untersuchungen wird dann die Beziehung zwischen diesen Antworten und einer Reihe verifizierender Aussagen so hergestellt, daß sich daraus die  $p$ -Werte mathematisch ableiten lassen. Der Gedanke, den die AGLA hinzufügte, der das Risiko einer Validierung überhaupt minimierte, der alle Nachteile einer Fremd-Validierung vermied (Validierung an einer anderen Studie) und der überhaupt erst eine echte Berechnung der Nutzungswahrscheinlichkeit aus einer Reihe von demselben Befragten stammenden Aussagen - als Funktion davon - erlaubte, war, die LA selbst als Validierungsstudie zu verwenden.

Aber nicht nur die Eigen-Validierung (oder Eichung, wie man damals zur Unterscheidung von der "Justierung" sagte) war als neuer Baustein von Bedeutung. Als weiterer Gesichtspunkt, ja als Kriterium für die Güte des Berechnungsverfahrens konnte die Homogenität von Befragtengruppen eingeführt werden, nachdem das Konzept formuliert worden war, daß die Nutzungswahrscheinlichkeit eine stabile personengebundene Eigenschaft sei, und daß diese Eigen-

schaft erlaube, die Nutzer so in Gruppen zu sortieren, daß innerhalb der Gruppen homogene Verhältnisse der Medienkonsum-Neigung bestünden, während die Gruppen untereinander mehr oder weniger als heterogen anzusehen wären.

Die früheren Wege - in England beispielsweise das willkürliche Setzen von sozio-demographischen Zellen, in Frankreich die Frequenzklassen einzusetzen - erfüllten die Erwartung der Homogenität nur bedingt. Zwei Verfahren boten sich aus dem damals noch nicht weit verbreiteten Arsenal multifaktorieller Ansätze an: die Segmentation und die Typologie. Die Typologie schied sofort aus ökonomischen Gründen aus. Bei der Prüfung der Segmentationsverfahren standen verschiedene Techniken zur Verfügung, über die im Zusammenhang mit den LA 71-Experimenten berichtet wird ((158)). Als Optimum erwies sich das BELSON-Verfahren. Damit wurden dann und werden noch heute  $p$ -Werte berechnet.

Die grundlegenden Gedankengänge zur konsolidierten Berechnungsweise der Nutzungswahrscheinlichkeit finden sich in der Methodenbeschreibung der MA 76 ((31)), aus der wir im Anhang einen sich darauf beziehenden Auszug einfügen.

Die technischen Angaben über das Vorgehen erschöpfen sich nicht schon mit der Bemerkung, die BELSON-Formel würde angewandt. Vielmehr geht es noch um die Angabe der diskriminierenden, aktiven Variablen, der Anzahl Ebenen, also der Anzahl angestrebter Segmente, der Behandlung der Segmente mit sehr geringem  $p$ -Wert oder  $p$ -Wert gleich Null. Es geht um die Definition der WNK, um Kontrollen und um die Darstellung der Ergebnisse. Dies alles findet sich in der praktisch noch heute gültigen Form in ((317)), der Ausschreibung zur Auswertung der MA 77.

Die Ergebnisdarstellung wird in ((308)) vorgeführt, ansonsten kann sie den Methodenbänden der LA 71 bis MA 77 entnommen werden, wo auch die diskriminierenden Variablen aufgeführt sind. Danach stehen sie jedem Mitglied zur Einsicht in der Geschäftsstelle der AG.MA zur Verfügung.

Die Segmentationseinheiten, die nicht immer gleich den Medienkontakteinheiten sind, finden sich in den Methodenbeschreibungen der Methodenbände LA 71 bis MA 76. Wir vermerken, daß es für die Funkmedien von der LA 71 an

Zeitabschnitte sind. Die durchschnittlichen Zeitabschnitte und die durchschnittliche LZ-Zeitschrift werden als Mittelwerte berechnet.

Die Definition des WNK für die Funkmedien wechselte von der MA 73 auf die MA 74. Vorher war es der Sender in den letzten 14 Tagen (12 Werktagen), danach waren es Zeitabschnitte für den Sender. Die Behandlung der k.A.-Fälle ist auf einer Seite bei der Ausschreibung zur MA 74 beschrieben worden ((309)), die dem Anhang beigelegt wurde. Dazu hat es mit den MA 75-Daten erst noch Versuchszählungen gegeben, bis endgültig die "vagabundierende Kategorie k.A." (keine Antwort) eingeführt wurde.

Aufmerksamkeit erregte natürlich auch die über 7 Wochentage gehende Abfrage von Medien, die täglich "erscheinen" (Hörfunk, Fernsehen, Tageszeitungen), in ihrer Auswirkung auf die Berechnung der p-Werte. Wir kennen die Regelungen, die getroffen wurden: Für Montags-Interviews, Feiertage und für Tageszeitungen, die in Berlin und Lübeck erscheinen, wurden Vorkehrungen getroffen. Vgl. die Ausschreibung zur Auswertung der MA 77 ((317)).

Wir haben hingegen bislang noch nicht die seit der MA 76 veränderte Segmentationsregel für die regionalen Tageszeitungen vorgeführt. Vorher sind die erste, zweite und dritte Nennung jeweils getrennt segmentiert und dann als Kombination entsprechend ihrer Zugehörigkeit zu bestimmten Listen zusammengeführt worden. Die Berechnungsweise erfolgte nunmehr in folgender Weise: Alle Nennungen zu regionalen Tageszeitungen wurden nebeneinander zu einem künstlichen WLK addiert. Diese wurden nunmehr in einer Segmentierung mit bis zu 64 Segmenten gruppiert. (Für die Zeitschriften sind es bis zur MA 76 pro Titel 16 maximale Zellen).

Die sich daraus ergebenden Zeitungs-Nutzungswahrscheinlichkeiten wurden - bei den einzelnen Befragten - zu Kombinationen aus maximal bis zu drei Zeitungen verbunden, darüber hinaus bis hin zu den Zeitungslisten, wie sie die Ausweisung in den Tabellen fordert.

Drei Segmentationsprogramme sind im Laufe der Jahre eingesetzt worden. Zunächst war es ein Programm, das INFRATEST für IMMA - imd aus Frankreich übernommen hatte; dann ein ebenfalls aus Frankreich entlehntes Programm von ISBA und schließlich ein Programm, das die IBM, Frankfurt /

Main, für das Bureau Wendt, Hamburg, unter Verwendung der bisherigen deutsch-französischen Erfahrungen geschrieben hat. Dieses Programm wird heute noch benutzt.

Ein wesentlicher Unterschied in der Programmnutzung bestand in der Behandlung der Eingangs- und Ausgangszellengrößen. Während INFRATEST eine einstufige Regelung verwandte: Die eine resultierende (Ausgangs-) Zelle mußte mindestens 30 Befragte umfassen, prüfte das ISBA-Verfahren zunächst einmal, ob das zu segmentierende (Eingangs-) Segment mindestens 60 Fälle aufwies. Wenn das nicht der Fall war, wurde kein weiterer Teilungsversuch unternommen.

Ergab sich vor einem weiteren Teilungsversuch kein Ausgangssegment von mindestens 30 Fällen innerhalb der 10 ersten Möglichkeiten (10 verschiedene diskriminierende Variable) oder von mindestens 27 Fällen in den restlichen Teilungsvorschlägen, unterblieb die Teilung. Das heute verwendete Segmentationsprogramm sieht eine zweistufige Regelung vor: Bei einem Eingangssegment bis zu 50 Fällen wird nicht weiter geteilt. Weist das Eingangssegment zwischen 50 und 100 Fälle auf, muß das eine Ausgangssegment mindestens 20 Fälle vorweisen, andernfalls, also bei Eingangssegmenten über 100, mindestens 40.

Übereinstimmend für alle über die Jahre verwendeten Verfahren galt die Regel, daß kein Mitglied des WNK verloren gehen sollte. Das bedeutete, daß bei einem Eingangssegment mit weniger als 1% LpN und/oder einem Ausgangssegment mit weniger als 0,5% LpN die Teilung unterblieb. In der LA 71, MA 72/I und MA 72/II wurde die daraufhin nötige Zellenzusammenfassung per Hand (durch Hans-Erdmann Scheler und Friedrich Wendt unabhängig voneinander und dann gegeneinander abgecheckt), ab MA 73 per Computer durchgeführt.

Kontrollen gab es generell, um zu prüfen, ob die Strukturen der ursprünglichen LpN in den LpA-Strukturen des WNK wiederzufinden seien, überhaupt und dann gleich per Computer ab MA 73.

Darüber hinaus wurde geprüft, in welchem Ausmaß die diskriminierenden Merkmale zum Zustandekommen der Segmente beitragen, was natürlich bedeutet, festzustellen, welchen Einfluß sie auf die p-Wert-Berechnung ausüben.

Eine erste derartige Prüfung fand für die MA 72/II statt, die letzte für die MA 77. Diese letzte, sehr instruktive Tabelle fügen wir dem Anhang bei ((318)). Das Ergebnis: Jede Veränderung der Randbedingungen - der Variablen, der Größe der Ein- und Ausgangssegmente, usf. - beeinflusst das Ergebnis. Da hierfür aber ernstlich keine Kriterien vorgebracht werden können, ist die Entscheidung von der MA 75 an gewesen, an dem seinerzeit gewählten Verfahren festzuhalten, um nicht unkontrollierte, exogene Einflüsse in die Berechnung der p-Werte willkürlich hineinzutragen.

Die letzte nennenswerte Änderung fand am 27.5.1975 für die MA 75 dadurch statt, daß für die diskriminierende Variable "Frequenzsumme" anstelle der bisherigen starren Frequenzklasseneinteilungen eine organische eingeführt wurde: 0, 1-11, 12, 13-23, 24, etc. Diese Einteilung entspricht Erkenntnissen, die bei typologischen Untersuchungen gewonnen wurden. Die Nutzer von Medien mit einer Frequenzsumme von 12, 24, 36, etc. sind einander näher als die Nutzer mit dazwischenliegenden Frequenzsummen.

5.4.6.2.

#### Redressement

In der vorherigen, dritten Auswertungsstufe ist das Vorgehen der Stichprobenziehung von der LA 70 an gleich geworden; seit der MA 72/I haben wir sogar ein einheitliches System. Wir kennen bereits die Ausdrücke Transformation und Faktorengewichtung. Die Transformation hebt den disproportionalen Stichprobenansatz auf (der in der vierten Auswertungsstufe nur hinsichtlich der Haushaltsgröße disproportional war). Sie stellt also eigentlich erst das Stichprobenergebnis her, so als sei es bei gleicher Auswahlchance der Befragten zustande gekommen. Alternative Ausdrücke für Transformation waren Entzerrung oder Proportionalisierung. Inzwischen ist jedermann im MA-Bereich mit dem Ausdruck Transformation so sehr vertraut, daß es unzweckmäßig wäre, davon wieder abzugehen, obwohl Transformation dem mathematisch-statistischen Sprachgebrauch nach etwas ganz anderes meint und Proportionalisierung sachgerechter wäre.

Festzuhalten bleibt jedenfalls, daß die Rohdaten ungewichtet - wie man auch sagt - noch kein repräsentatives Stichprobenergebnis darstellen. Das tut erst der transformierte Datenbestand, der also demgegenüber bereits repräsentativ ist, wenn auch nicht mehr für die angestrebte Grundgesamtheit, sondern nur für die erreichte Population.

Hier könnte man am ehesten von einer Verzerrung sprechen, denn eines ist sicher: Die Ausfälle verteilen sich ungleichmäßig (und was das Befragungsergebnis angeht - unkontrolliert) über die Stichprobe.

Die Entzerrung, die seit der LA 71 Redressement genannt wird (um die offensichtlich mit negativen Assoziationen besetzte Vorgehensweise des Hin- und Herzerrens zu vermeiden), ist lediglich noch eine kosmetische Operation. Sie hat nur den Vorteil, für ein paar Eckwerte eine Gleichheit mit den Daten der Amtlichen Statistik herzustellen - oder im übrigen auch mit anderen exogenen Eckdaten, wie etwa der Gleichverteilung der Wochentage, die ja immer wieder angestrebt, aber nie voll gefordert wird.

Die amtlichen Daten weisen zwei Eigenschaften auf: Einmal sind sie in der Regel alt. Sie liegen ihrer Herkunft nach länger zurück. Und/oder sie sind überdies wenig zuverlässig. Wir brauchen da nur an die oft genug bekannt gewordenen Fortschreibungsspannen zu denken.

Nachdem sich das Redressement als zweite Gewichtungsstufe neben der Transformation offensichtlich fest eingebürgert hatte, mußte man nach einem verbesserten Verfahren suchen. Es boten sich simultane, iterative Prozesse an. Simultan in der Weise, daß die Norm-Merkmale ineinander verschränkt werden zu mehrdimensionalen Zellen. Iterativ im Sinne von stufenweiser Angleichung - in schließlich bis zu 50 Schritten. Mit der MA 75 begann die Ära dieses Vorgehens.

Ebenso konsequent war es, sich um eine verbesserte Basis zu kümmern, die erst mit der MA 74 vorlag, als nämlich endlich die amtlichen Daten der Volkszählung von 1970 zur Verfügung standen.

Die Gedankengänge zum Redressement, zu den angewandten Techniken und den zugrundeliegenden Daten sind in dem letzten, alle Details enthaltenden Bericht dargelegt. Im Rahmen der Methodenbeschreibung der MA 76 ((31)) ist dies der Abschnitt "B. Das Redressement", der seiner Bedeutung wegen ebenfalls noch dem Anhang beigelegt wird.

Zwei Bemerkungen dazu: Die Gemeindekennziffer-Aktualisierung gewinnt in der Tat eine weitere über die enge, mit dem Redressement zusammenhängende Bedeutung. Dies gilt vor allem für alle regionalen Probleme in der MA.

Die Disproportionalitätsfaktoren sind zur MA 76 - und auch später - nicht mehr errechnet worden, weil die Experimente zeigten, daß wenigstens für die Einzeldarstellungen der regionalen Zeitungen nennenswerte Verbesserungen durch den relativ komplizierten Proportionalisierungsvorgang nicht zu erwarten waren. Überdies wurden die Zeitschriftendaten durch die Proportionalisierung verzerrt.

Zur angewandten Technik des Redressements wird auf die Ausschreibung ((317)) zur Auswertung der MA 77 verwiesen.

Die Redressementvorgänge sind im übrigen in internen Tabellen Jahr für Jahr vollständig dokumentiert worden. Für die MA 73 - beim Übergang auf das iterative Verfahren - gab es darüber hinaus Tabellen im Methodenband MA 73 (auf den Seiten 24-27) - im Soll-Ist-Vergleich nach der (damals letzten) 16. Iteration und eine Aufgliederung der Personengewichte nach der Haushaltsgröße.

Damit sollte zugleich der Einfluß der Transformation deutlich werden und der Einfluß der Normierung (Fallzahl x 10 = Summe der Personengewichte).

In den darauffolgenden Jahren - von der MA 74 an - gibt es in den Methodenbänden Auskünfte über die Ergebnisse der jeweiligen Media-Analyse im Rohzustand, transformiert und schließlich redressiert, und zwar zuerst nur zu den sozio-demographischen Angaben. Im Laufe der Zeit wuchs der Umfang dieser Informationen.

#### 5.4.6.3.

##### Prüfvorgänge

Natürlich hatten die Institute seit eh und je bereinigte, also für die Verarbeitung einwandfreie Daten zu liefern. Und ebenso natürlich gab es dazu Prüfvorgänge bei jedem Institut. Der Umfang wuchs mit der erhöhten Informationsmenge und dem steigenden Verarbeitungsumfang. Daneben entstand ein Koordinierungsproblem - spätestens in dieser vierten Auswertungsstufe - mit dem Hinzutreten anderer Institute und erst recht durch die Tatsache, daß institutsfremde Auswerter das Material der Institute zu verarbeiten hatten. Auch Zeitgründe zwangen zu einer Konvention. Die Ergebnisse einer MA sollten in kürzester Frist den Mitgliedern zur Verfügung

stehen, ein legitimes Bedürfnis angesichts des prognostischen Charakters der MA-Daten. Korrekturen erfordern sehr viel Zeit. So wurde der Prüfungskomplex zu einem Dauerthema, dessen befriedigende Lösung auch heute noch nicht konstatiert werden kann.

Ursache für die Einführung eines Prüf- und Korrekturschemas ist mehrerlei. Schon der Befragte antwortet keineswegs konsistent über alle Fragen hinweg. Manchmal gibt er sogar gar keine Antwort, oder sie paßt nicht in den kodifizierten Rahmen des Fragebogens. Der Interviewer unterliegt Hörfehlern, er macht Eintragungsfehler, er interpretiert unter Umständen sybillinische (manchmal auch ganz vernünftige) Antworten. Er schreibt unleserlich. Der Coder kann Fehler machen; selbst ein Belegleser übrigens (wenn auch weit weniger). Locher bzw. Locherinnen können sich irren, trotz der Kontrollen bei doppeltem Ablochen. Und was es sonst noch an Fehler-Möglichkeiten geben mag.

Die Bezeichnung "Fehler" ist mindestens ungenau, bleibt jedoch bis heute üblich. Unverträglichkeiten sind es eigentlich, denen in Kontrollen nachgespürt wird, soweit dies überhaupt möglich ist. Als zwingender Mindeststrahmen für diese Arbeiten ist zu erreichen, daß die EDV reibungslos abläuft und dann, daß keine erkennbaren Illogismen im Informationsbestand enthalten sind. Das kennzeichnet bereits die Philosophie, die dahinter steht. Am Ende der Korrekturen, nach dem Aufdecken der "Fehler", soll ein Mutterband-Datensatz stehen, so als hätten die Befragten alle Fragen richtig und sauber, gleichsam "ideal" beantwortet, ohne alle Mißverständnisse, Übertragungsfehler, etc.

Es fängt immer ganz einfach mit der Prüfung an: Stehen überall Informationen dort, wo welche stehen sollen? Und umgekehrt: Stehen dort, wo keine Informationen stehen sollen, auch wirklich keine? Stimmen also Informationen ihrer Dimension nach mit dem erfragten Tatbestand überein? Das alles bleibt formal. Darüber hinaus gibt es inhaltliche Prüfungen: Ist die Auskunft in sich plausibel? Gibt es zu anderen Informationen keine Widersprüche? Fehlen Angaben? Wie kann man diese erschließen?

Zu diesem Thema gab es zunächst ein Papier von INFRATEST, das für die MA 73 die bis dahin gesammelten Erfahrungen festhielt "Prüfvorgänge für MA 73 - Mediateil und Statistik" ((319)).

Danach erschien ein Fehlerkatalog der Firma ISBA für die MA 74 ((320)), der notwendige Ergänzungen enthielt, weil von der MA 74 ab eine Aufnahme von Angaben auch der übrigen Haushalts-Mitglieder erfolgte, die sogenannte Haushalts-Aufnahme. Eine Fortführung davon ist - ebenfalls von ISBA - die Zusammenstellung "Prüfungen zur MA 75" ((321)) vom 30.10.1974.

Die Diskussion zum Thema Datenprüfung wuchs an. Sie erstreckte sich auch auf die Frage, ob es möglich sei, das System zu vereinheitlichen (also die Logik), ein einheitliches Programmsystem aufzubauen, flexibel genug, um die zeitlich notwendigen Veränderungen mit einem Minimum an Aufwand einbauen zu können.

Ende 1974 (am 3.12.1974) wurde ein "Exposé zur Datenprüfung der MA" ((322)) als Vorschlag von INTERLOGIC vorgelegt, diesen Komplex einmal gründlich zu analysieren und Empfehlungen abzugeben. Das Ergebnis war - mit Datum vom 28.7.75 - ein "Exposé zur Datenprüfung der Media-Analyse" ((323)). In der "Aufgabenstellung" und der Vorbemerkung heißt es:

"Wir befassen uns hier mit Maßnahmen, die während der Datenaufbereitung der Media-Analyse dazu dienen, Fehler zu vermeiden, zu erkennen und zu korrigieren.

Umfang und Art der Maßnahmen sind Fragen des Ermessens. Die Entscheidungen sind delegiert. Die beteiligten Institute sind verpflichtet, "fehlerfreies" Datenmaterial zu liefern. Es liegt im Ermessen des Instituts, welche Prüfungen und Korrekturen dieses Ziel sicherstellen. Der Auswerter ist gehalten, sich von der Fehlerfreiheit des empfangenen Materials zu überzeugen. Welche Maßnahmen zur "Bereinigung" der Daten erforderlich sind, steht in seinem Ermessen. Ebenso obliegt es dem Auswerter, die für erforderlich gehaltenen Prüfungen im weiteren Auswertungsablauf zu bestimmen.

Trotz Delegation an viele Beteiligte ergab sich eine weitgehende Übereinstimmung der Entscheidungen durch gemeinsame Gewohnheiten und Erfahrungen. Erst mit wechselnder Gruppierung der beteiligten Institute und Auswerter erwies sich die informelle Regelung als problematisch. Als Reaktion auf überraschend spät entdeckte Fehler wurden während der letzten Jahre zunehmend frühzeitige Kontrollzählungen vorgeschrieben. Die Erfahrung läßt jedoch eine weitergehende personenunabhängige Regelung erforderlich erscheinen.

Als Ergänzung zu den bestehenden Vereinbarungen über Datenerfassung, Auswertungsmodell und Berichterstattung entsteht so die Notwendigkeit entsprechender Konventionen für eine einheitliche gleichbleibende Fehlerbehandlung. Das vorliegende Exposé hat die Aufgabe, die Formulierung vorzubereiten.

In einem ersten Teil wird die Problematik der Fehlerbereinigung zur grundsätzlichen Stellungnahme und zur Vorbereitung einer konventionell abgesicherten Fehlerbehandlung dargestellt.

Ein zweiter Teil bietet für die kritische Behandlung von Fehlern im Datenmaterial konkrete Lösungen als Empfehlung an. Auf Alternativen wird hingewiesen. Soweit zur eindeutigen Mitteilung erforderlich, werden die Vorschläge mit allen einzelnen Schritten der aufeinanderfolgenden Prüfungen, Verzweigungen und Korrekturen, also als vollständiger logischer Ablauf, dargestellt. In dieser Form können sie direkt in die Logik eines Prüf- und Bereinigungs-Programms übernommen werden.

Ein dritter Teil beschreibt Prüfmaßnahmen für die einzelnen Schritte des Auswertungsganges, soweit Hinweise dazu erforderlich sind.

Der vierte Teil gibt einen Überblick über den Ablauf der Auswertungsarbeiten, wobei die empfohlenen Prüfungen und Korrekturmaßnahmen in den zeitlichen Ablauf eingeordnet sind.

Dieses Exposé erfüllt seinen beabsichtigten Zweck, wenn es den Leser anregt, alle Behauptungen mit einem Fragezeichen zu versehen und entgegenstehende Meinungen zu äußern, alle Empfehlungen als verbindliche Regelung anzuerkennen oder bessere Alternativen vorzutragen und allgemein auf Mängel und Unvollständigkeiten hinzuweisen."

Das Exposé wurde den an der MA-Durchführung beteiligten Instituten und Auswertern zugestellt. Die Diskussion - so lebhaft sie war - hat sich in weiteren Papieren jedoch so gut wie nicht niedergeschlagen.

Es gab lediglich eine, die Anregung zur Stellungnahme aufgreifende Derlegung von ISBA: "Allgemeine und MA-spezifische Bereinigungs-Probleme" ((324)) und erstmals eine außerordentlich interessante Übersicht über "die Fehlerstatistik

MA 76" ((325)). Derartige Übersichten erleichtern den Gedankenaustausch über die Regelungen im jeweils nächsten Jahr. Dennoch täuscht die geringe schriftliche Behandlungsweise des Prüfproblems, denn das Wesentliche war und ist immer die praktische Arbeit. Und in diesem Zusammenhang ist viel geschehen. Praktisch verfahren bis heute alle Institute - und natürlich der zentrale Auswerter - in der Weise, wie es das Exposé von INTERLOGIC ((323)) vorgeschlagen hat. Die Bemühungen um eine Vereinheitlichung dauern freilich noch an, was vor allem an zweierlei Entwicklungen liegt: Einmal an den Veränderungen im EDV-Bereich in technischer Hinsicht wie in der Maschinen-ausrüstung; zum anderen an der Ausdehnung des Befragungsgegenstandes der AG.MA im Laufe der letzten, der fünften Auswertungsstufe.

Unterstützt werden die Vereinheitlichungs-Aktivitäten natürlich durch die jeweiligen Ausschreibungen. Wir nennen aus der Ausschreibung für die Auswertung der MA 77 ((317)) die Mitlieferung der hier angeführten Unterlagen ((321)), ((323)) und ((324)), den "Medien-Entscheidungsbaum" mit der Regel: Wenn irgendeine Information vorliegt, die auf die Zugehörigkeit zur Leserschaft schließen läßt und es gibt woanders Lücken, so sind diese zu füllen". Ferner werden Regeln angegeben für Fälle, in denen die "reine Logik" versagt und in denen keine Antworten vorliegen.

Zwischen den Instituts-Prüfungen und der zentralen AG.MA-Prüfung gibt es übrigens einen entscheidenden Unterschied. Die Institute sind gehalten, bei Unstimmigkeiten auf den Fragebogen zurückzugehen. Die zentrale Prüfung unterliegt demgegenüber in erster Linie logischen Regeln, zumal wenn Instituts-Auskünfte nicht mehr weiterhelfen.

#### 5.4.6.4. Verlässlichkeit der Ergebnisse

Prüfvorgänge liegen am Anfang der Auswertung. Am Ende steht man dann vor den Ergebnissen und muß als Praktiker damit umgehen. Was bedeuten diese Zahlen - und vorher noch: Sind sie überhaupt richtig?

In diesem Bereich der Zuverlässigkeit der Ergebnisse hat es in der vierten Auswertungsstufe folgende auswertungsbezogene Themen gegeben.

Zu allererst nennen wir die statistischen Beurteilungskriterien der Streuungen,

Standardabweichungen, Schwankungsbreiten, Vertrauensgrenzen oder wie im einzelnen der Fachmann sie auch immer nennt. Sie laufen alle auf dasselbe hinaus: Wer eine Aussage aus der Stichprobenerhebung ableitet, die für die Grundgesamtheit gelten soll, und wer dabei die Regeln der Repräsentativstatistik eingehalten hat, kann seine Aussage nur innerhalb gewisser Grenzen als gültig ansehen. Diese Grenzen lassen sich berechnen bzw. sind aus Tabellen ablesbar, die andere vorab berechnet haben. Dafür hat die AG.MA 1973 gesorgt. Die "Fehlertabellen" ((37)) kennen wir bereits.

Danach sind die Folgen zu nennen, die entstehen, wenn die Mitglieder mit dem vollständigen oder Teildatenbeständen und eigenen Auswertungsprogrammen (zum Beispiel: Media-Selektionsprogrammen) Analysen der jeweiligen MA vornehmen. Insbesondere gilt dies, wenn Approximationsverfahren oder Simulationen vorgenommen werden. Eine befriedigende Lösung hat es dazu lediglich für die Anordnung der Befragten auf dem Tochterband gegeben, wovon bereits berichtet wurde. Die AGLA hat sich mit diesem Problem näher 1971/72 befaßt. Erwähnt wurde bereits die Münchner Sitzung vom 17.3.1971 ((168)) und die SPEZIALISTENKONFERENZ vom 27.1.1972 ((169)).

Erst in der fünften Auswertungsstufe sind weitere Ergebnisse zu verzeichnen.

Während der Auswertung kann natürlich auch noch so einiges passieren. Noch so weitreichende Kontrollen lassen Zahlfehler, meist kleine Programmierfehler, durchschlüpfen. Das führt dann zu Nachlieferungen von korrigierten Tabellen und/oder gar Korrekturlieferungen zum bereits ausgelieferten Magnetband, je nachdem wann der Fehler - hier ist es tatsächlich immer ein Fehler - entdeckt wird.

Eine Anhäufung von Fehlern, die den Fortgang der Auswertung erheblich beeinflussen, verzögerte die Auslieferung der MA 74. Es ist sicher einmal interessant, davon im Detail Kenntnis zu erhalten.

Die Altersangaben der Befragten waren um einen Befragten verschoben worden. Bei der weiteren Verarbeitung wurde dann aber doch wieder das fehlerhafte Band benutzt.

In der Eile der Nacharbeitung wurden Kombinationstabellen vertauscht. Bei den Regionalzeitungen traten Zahlfehler auf.

Die Umstellung der Redressement-Basis von 600 auf 720 Zellen - verbunden mit der Einführung neuer amtlicher Globalzahlen zur Bevölkerung - brachte die Zellenbesetzung durcheinander.

Immerhin, die positive Folge dieser Ereignisse war die Einführung eines enger gesteckten Kontrollsystems.

Es begann mit der Prüfung der Ergebnisse der MA 75 durch eine kleine Kommission in der "Erbismühle" ((45)) und endete vorerst bei der Vorprüfung der 1. Welle von der MA 76 an.

Im Methodenband der MA 74 ist ein Vergleich der MA 74 zur MA 73 veröffentlicht worden ((44)). Dazu gab es einen Brief an alle Empfänger der Berichterstattung MA 74 mit "Anmerkungen zur MA 74" ((326)). In dem "Erbismühle-Papier" der AG.MA Themen 1/75, die wir insoweit gesondert anführen, steht ein Vergleich der MA 75 zur MA 74 in Form eines Interviews mit Hans-Erdmann Scheler ((327)). Vergleiche von der MA 75 zur MA 74 und von der MA 76 zur MA 75 stehen übrigens auch in den roten Berichtsbänden in den Einführungen ((313)) und ((314)).

#### 5.4.6.5.

#### Fusion

Zum Teil gehört der Komplex "Fusion" auch in die Erörterungen der Verlässlichkeit, denn immerhin trägt die Fusionsprozedur noch etwas zur reinen Datenerhebung hinzu. Der spezifischen Bedeutung wegen sollen die Fusionen jedoch wieder - wie schon in der dritten Auswertungsstufe und in Fortsetzung davon - getrennt behandelt werden.

Gegen Anfang dieser vierten Auswertungsstufe gab es zum Abschluß der Experimentierreihe, die am Ende der dritten Auswertungsstufe stattfand und im Abschnitt darüber angesprochen worden ist, zwei Berichte von Friedrich Wendt ((164)) und ((165)), so daß damit für den Fachmann ausreichend dokumentiert vorlag, daß Fusionen möglich wären und wie die Handhabung sei.

Erst im Januar 1976 erschien dazu eine "populäre Fassung" ((228)) und im Mai 1976 eine Zusammenstellung über Fusionen und Angleichungen in Europa ((223)). Anpassungen waren übrigens in Mode gekommen. Die AG.MA befaßte sich mit den Bedingungen dazu ((222)). Das Ganze mündete in die Erörterungen um das Satelliten-System ((224)), ((229)) ein.

Den ersten praktischen Schritt der neuen Fusionsära - auf der Basis nunmehr des topologischen Konzepts - machte GRUNER + JAHR, Hamburg, durch die Fusionierung der FRAUEN-TYOLOGIE 3 in die MA 76 (Frauen im Alter von 14 - 64 Jahren). Darüber berichten in Kurzform die Ausführungen des Berichtsbandes zur FRAUEN-TYOLOGIE 3 vom Februar 1977 ((328)) auf den Seiten 21-23 und ausführlich der "Methodenbericht" in der Schriftenreihe Band 21 von GRUNER + JAHR ((329)). Der Auflage der AG.MA entsprechend (MITGLIEDERVERSAMMLUNG vom 17.3.1977) wurde zudem eine Broschüre geliefert, in der zusätzliche Medientabellen enthalten waren, um Verknüpfungen für alle Medien mit den in die MA 76 fusionierten Merkmalen herstellen zu können ((330)).

Die Fusionen gingen danach - also ab 1977 - weiter.

Wir haben uns hier noch etwas damit zu befassen. Technisch handelte es sich um Neuland - Befragungen wurden simuliert. Aus den Ergebnissen zweier Befragungen entsteht ein Datenbestand in der Weise, als hätte jedes Individuum auf die Fragen beider Erhebungen geantwortet. Für die AG.MA entstanden daraus Probleme organisatorisch-politischer Art, zumal das Satelliten-System auf Zusammenführung von Daten hin entwickelt wurde.

Methodisch hatte man kaum Bedenken, dazu war das System zu transparent und in seiner Transparenz zu sorgsam entwickelt worden. Aber: wer trug die Verantwortung für die Datenbestände, die in die MA - als den Rezipienten-Bestand - hineinfusioniert werden sollten, wer die für den fusionierten Bestand? Welche Voraussetzungen mußten für den Donor-Bestand mit den spezifischen Merkmalen erfüllt sein, nach Art und Umfang der Variablen, von der Stichprobe und dem Zeitpunkt der Erhebung her? Wer konnte nach der Fusion über welche Informationen verfügen? Wie kann man das Einzel-Interesse der Mitglieder von dem Gesamt-Interesse der AG.MA abgrenzen? Gibt es - etwa aus Gründen der größeren Finanzkraft - Bevorzugungen? Dem Argument, die "Größeren" würden die "Kleineren" dominieren, weil diese sich die Fusion nicht leisten könnten, wurde mit dem Argument entgegengetreten, das teure an der ganzen Geschichte sei schließlich nicht die Fusion, sondern die Erhebung der Daten des Donor-Bestandes und die Vermarktung der fusionierten Daten. Dieses und noch einiges mehr wurde überlegt und diskutiert.

#### 5.4.6.6. Sozio-kommunikative Schichten

Über die Berechnung der sozio-kommunikativen Schichten ist schon berichtet worden. Von der LA 71 an ((167)) bis zur MA 76 blieben sie Bestandteil der Auswertung. Abgelöst wurden sie dann durch die Demotypen. Hergestellt wurden sie durch Segmentation in fünf Ebenen, also bis zu 32 Zellen, die danach in sieben Klassen "per Hand" zusammengefaßt wurden.

#### 5.4.6.7. Dokumentations-Tabellen

Zum Abschluß des vierten Auswertungsabschnitts bleibt uns nur noch die Auflistung einiger Tabellen, mit denen von der MA 74 an in stets weiter ausgedehnter Form Rechenschaft über die Grundinhalte der gelieferten Informationen abgegeben wird. Die genaue Auflistung der 76er Fassung (mit den Tabellen) finden sich in der Methodenbeschreibung der MA 76 ((31)). Hier folgen nur die Überschriften:

1. Zeitliches Zustandekommen des Interviews sowie Dokumentation des Einsatzes und Ausschöpfung in den Befragungswochen.
2. Ausschöpfung der Stichproben und Ausfallgründe.
3. Darstellung der Ergebnisse in allen demographischen Gruppen institutsweise in den Stufen des Transformations- und Redressementprozesses für den Befragten.
4. Darstellung der Ergebnisse in allen demographischen Gruppen aller Institute transformiert und redressiert und nach Einfluß des Transformationsgewichts für den Befragten.
5. Darstellung der Ergebnisse in ausgewählten demographischen Gruppen für alle in den Befragtenhaushalten vorhandenen Personen im Vergleich mit den Befragten."

Der fünfte Teil noch untergliedert in:

- Grundzählung
- Kinder im Haushalt
- Erwachsene im Haushalt
- Gegenüberstellung Rohdaten / transformierte Daten / redressierte Daten.

#### 5.5.

#### 3 D - Diversifikation, Dokumentation, Dialog

Dies ist die letzte, fünfte Auswertungsstufe im Rahmen dieses Berichts über die ersten 25 Jahre AGLA/AG.MA. Wir werden - wie auch in den anderen Modellkapiteln - bei der MA 79 (mit geringen Grenzüberschreitungen in die weitere Entwicklung) aufhören.

Was mit dem Beginn der fünften Auswertungsstufe hinter uns liegt, ist die Konsolidierung des Begriffs der Nutzungswahrscheinlichkeit als zentrales, gültiges Maß für den "Insertionswert".

Auf der TK-Sitzung am 27./28.9.1978, die sich übrigens ansonsten mit dem "Unbehagen gegenüber der MA" befaßte und dabei die einzelnen Modellbausteine sorgfältig abklopfte, inwieweit sie noch tragfähig seien, gab es immerhin als selbstverständlichen Fixpunkt die Feststellung aus dem Protokoll ((331)) abzulesen: "Jedenfalls sollte an einem nichts geändert werden, daß das Endergebnis Wahrscheinlichkeiten für Mediennutzung darstellt".

Wir werden hier nicht so weit gehen, die - verständliche - Frage zu erörtern, ob und wie weit tatsächlich die Theorie der Nutzungswahrscheinlichkeit als gültig anzusehen sei, oder wohin wir uns bewegen, wenn sie weiterentwickelt wird, beispielsweise in Richtung auf Nutzungswahrscheinlichkeiten für Konsumgüter. Das sind letztlich Zukunftsfragen.

In der letzten Auswertungsstufe standen - neben Fragen der Ausgestaltung der Be- und Verrechnungsweisen von Nutzungswahrscheinlichkeiten - in der Hauptsache ganz andere Probleme im Vordergrund: Organisatorische, administrative und technische Aufgaben waren zu bewältigen.

#### 5.5.1.

#### Erhebungsinstitute

Die MA 77 und MA 78 wurden von den Instituten GETAS, IFAK, MARPLAN und MEDIA MARKT ANALYSEN durchgeführt. Das waren die beiden letzten Media-Analysen auf der Basis der ersten koordinierten AG.MA/ADM-Stichproben (Bundestagswahl 1969). Die erste Untersuchung mit Stichproben aus dem 77er Stichproben-System (Wahlbezirke = Sampling Points aus der Bundestagswahl 1976) ist die MA 79 gewesen. Die letzte daraus wird die MA 82 sein (die



1981 im Feld ist). Es sind jeweils sechs Institute beteiligt. Für die MA 79 waren es: GETAS, IFAK, INFAS, INFRATEST, MEDIA MARKT ANALYSEN und in Kooperation SAMPLE und SCHAEFER MARKTFORSCHUNG.

Wir erinnern uns: Die MA 78 war die erste mit einer hundertprozentigen Aufstockung im Saarland; in der MA 79 wurden das Saarland und Bremen hundertprozentig aufgestockt, und zwar jeweils gegen Ende der Befragungsperiode. Von der MA 80 ab erstrecken sich Aufstockungen über den ganzen Befragungszeitraum, der von der MA 81 an das Kalenderjahr ist.

Für die MA 79 wurde in Vier- und Mehr-Personen-Haushalten ein zweiter Jugendlicher befragt, wenn nach der Auswahl der ersten Person eine oder mehrere Personen im Alter von 14 - 19 Jahren vorhanden waren. Ferner wurden für die MA 79 die Mitglieds-Zeitungen mit Titeltkarten abgefragt.

#### 5.5.2.

##### Die Auswerter - Diversifikation

Die Vor- und Nachteile der Verknüpfung verschiedener Auswerter lassen sich nicht allein theoretisch abwägen. Da muß man die Stellen besehen, an denen sich die Aufgabenbereiche berühren, die Menschen, die beteiligt sind, die Flexibilität und Größe der beteiligten Organisationen, die Eilbedürftigkeit gewisser Teilarbeiten, die Effizienz der Supervision und auch die Eindeutigkeit der Aufgabenstellung, die gelegentlich spät erfolgt und mit Veränderungen oder Zusätzen versehen wird. All das war wohlbekannter Auswertungs-Alltag bei der AG.MA und ist es noch. Netzwerkpläne wurden aufgestellt und verworfen. Jahr für Jahr hat sich irgendetwas geändert.

Eindeutig überwog bei alledem die Überzeugung, daß es unter gewissen Voraussetzungen besser sei, mehrere Personen und Institutionen zu beteiligen, als nur einen Auswerter zu haben, nämlich dann, wenn die Funktionsträger einzelner Auswertungsabschnitte auch mit den übrigen Auswertungsschritten ausreichend vertraut sind, um Ausfälle bei Krankheit, Urlaub oder aus anderen Gründen leichter auffangen zu können. Es sollte von der Supervision bis zum letzten Titeltkartensortiervorgang niemand unersetzlich sein.

Wir werden noch sehen, daß die Dokumentation zu dieser Art der Absicherung in den Auswertungsschritten einer MA eine beträchtliche Rolle gespielt hat.

Fürs erste ist darauf zu verweisen, daß das auslösende Moment zur Diversifikation der Auswerter die MA 77 gewesen ist.

Wir fügen wieder - diesmal in vier Seiten - die Übersichten über die Verantwortlichen und Beteiligten aus den betreffenden Berichts- oder Methodenbänden (der MA 77 bis MA 79 und - um einer gewissen Vollständigkeit willen - der MA 80) dem Anhang bei ((332)).

Die MA 77 hatte im Verlauf der Auswertung noch einmal und für den gegenwärtigen Stand der Auswertungskonzeption definitiv gezeigt, daß es notwendig, nicht nur vorteilhafter sei, mehrere Beteiligte einzuschalten, und daß die Koordinierung bei der MMC und ihrem mathematischen Berater liegen sollte, damit das Netz von Kommunikation und Kooperation immer enger geknüpft werden könnte.

Wir erkennen aus ((332)) - im Anhang - nicht die Aufteilung der Arbeiten. Daher soll diese hier vorgetragen werden. Außerdem ist die Liste nie ganz vollständig gewesen.

INTERLOGIC bildete zeitweise, und zwar projektbezogen auf die jeweilige MA, mit dvo Datenverarbeitungsservice Oberhausen GmbH, Oberhausen, und mit LOEFFLER & DERIKARTZ oHG, Bielefeld, die mehrfach ihren Namen geändert haben, eine "Auswertereinheit".

##### INTERLOGIC

- prüft die Daten mit verschiedenen Prüfprogrammen auf Individualbasis - Netz für Netz - und korrigiert, zum Teil unter Heranziehung der Institute;
- stellt synthetische Variable her (Haushaltsvorstand- und haushaltführende Person-Eindeutigkeit, Merkmale für die Demotypologie);
- erstellt die sogenannten Genesisstabellen (Ausfallgründe, Ausschöpfungsgrad und dergleichen) einmal für die 1. Welle und zum anderen für Gesamt;
- nimmt die Gewichtung am Gesamt und vorher an der 1. Welle vor (Transformation und Redressement);
- stellt Vergleichstabellen "Bevölkerung und Bevölkerung" sowie "Bevölkerung und Medien" auf der ungewichteten Basis der 1. Welle auf;
- fertigt die Dokumentationstabellen an.

EBERT + BILLMEIER haben generell die Administration der Datenbestände. Dazu gehören:

- die Lieferung der Stichproben an die Institute, die Lieferung des Gemeindebandes an INTERLOGIC, die Gemeindeaktualisierung (Definition und Gemeindekennziffern), die Definition der Verbreitungsgebiete der Regionalzeitungen, die Definition der Befragungsgebiete der Zeitungen mit Lieferung der Klebe-Etiketten für die Fragebogen-Seite zum Abfragen der Zeitungen anhand von Titelkarten, die Zeitungsprüfung (Lieferung von Listen und Einarbeiten von Korrekturen), die Übernahme der geprüften und korrigierten Netze, ihre Umsetzung in bits (sogenanntes Kippen der Daten) und die Übernahme der Demotypologie.

Einige dieser Arbeiten werden in Zusammenarbeit mit der Firma bik / beratung . information . kommunikation, Hamburg, durchgeführt sowie mit VERLAGS-MEDIA-SERVICE Karl Ludwig Werum, Frankfurt/Main, und dem Bureau Wendt, Hamburg.

Darüber hinaus liegen bei EBERT + BILLMEIER

- die Vorbereitung und seit der MA 80 auch die Durchführung der p-Wert-Berechnungen durch Segmentation sowie die Einordnung der Nutzungswahrscheinlichkeiten.
- Definition des Codeplanes Tochterband und die Erstellung des Tochterbandes selbst sowie die Vornahme der Grundauszählungen. Es werden in diesem Zusammenhang Daten, wie die Boustedtzonen, Stadtbezirke, Gemeindekoordinaten, Abgrenzungen der IVW-Gebietseinheiten, NIELSEN-Ballungsräume usw. hinzugefügt.
- Als ein Austauschbeispiel sind die Tabellierungen der Berichtsbände zu nennen, die während der ganzen fünften Auswertungsstufe von der IBM, Frankfurt/Main, erstellt wurden, und neuerlich nahtlos von EBERT + BILLMEIER übernommen werden konnten. Für die MA 77 und MA 78 waren jedoch auch schon Teile der Tabellen aus dem Band Vergleichende Übersichten von EBERT + BILLMEIER hergestellt worden.

Ein weiteres Austauschbeispiel ist das Projekt MA-Text (vgl. Michael Hebert und Waltraud Dehning weiter unten).

Auch die Vergleichstabellen-Herstellung Gesamt wechselte - von INTERLOGIC zur IBM - und dann zu EBERT + BILLMEIER.

Die Firma bik / beratung . information . kommunikation, Hamburg, ist Datenlieferant im wesentlichen aus dem Bereich der Amtlichen Statistik und zu Zeitungen. Sie arbeitet insofern EBERT + BILLMEIER zu. An Aktivitäten sind zu nennen:

- Die Information über die Gemeindereformen (Namensänderungen, Definition der neuen Gemeinden aus Trennung und Zusammenlegung, Gemeindekennziffer-Angabe);
- die Information über die Stadtbezirke im Zusammenhang mit den Wahlbezirken - erst für 49 Großstädte, dann für insgesamt 80 Städte;
- die Gemeindekoordinaten, ein System aus dem Fernverkehrsbereich der Amtlichen Statistik entwickelt;
- die Definition der Zeitungsverbreitungsgebiete und im Zusammenhang damit die Zeitungsprüfung (Plausibilität der Befragten-Angaben zu Regionalzeitungen);
- Lieferung von Gemeindedaten, die über die sogenannten Gemeindetabellen hinausgehen, aus dem Fundus der Statistischen Landesämter;
- Vorbereitungsarbeiten zur Erstellung neuer Redressement-Normen auf der Basis von Mikrozensus-Daten;
- Lieferung der Unterlagen für neue Gebiets-Definitionen, wie Boustedtzonen, kleinräumliche Gliederung, IVW-Gebietseinheiten.

VERLAGS-MEDIA-SERVICE Karl-Ludwig Werum, Frankfurt/Main, hat im Zeitungssektor wesentliche Vorarbeiten geleistet für die zeitungsgerechte Abfrage und Codierung. Im einzelnen:

- Lieferung der Titelkarten-Vorlagen und Prüfung auf Aktualisierung;
- Vorarbeiten zu einer gemeindeweisen Abgrenzung der Befragungsgebiete; die dann IVW-gebietsweise erfolgte.
- Erstellung einer Hierarchie-Liste zur Definition der belegbaren Zeitungseinheiten.

MICHAEL HEBERT und WALTRAUD DEHNING:

In diesem Fall haben wir es gleich mit mehreren Austauschphänomenen zu tun. Ursprünglich hat Michael Hebert mit Tabellierungen für den roten Berichtsband

der Vergleichenden Übersichten MA 77 begonnen. Dann übernahm er die Dokumentation, über die wir gesondert im Zusammenhang berichten werden. Schließlich wurden ihm die Projekte MA-Text und MA-Korr übertragen. Bei MA-Text handelt es sich um die Verknüpfung von Texten mit der eigentlichen Zählung, beim Codeplan und der Grundauszählung angefangen bis zu den Berichtsbänden, deren Tabellen-Definition und -Erstellung.

Dieses Projekt MA-Text wird inzwischen von EBERT + BILLMEIER weitergeführt.

Bei MA-Korr handelt es sich um ein System, das inzwischen populärer "Pärchen-Prüfung" genannt wird: Eine über APL gesteuerte Kontrolle, ob die Antworten der beiden Befragten aus demselben Haushalt (die es ja seit der MA 79 gibt) übereinstimmen - und zunächst versuchsweise bei Abweichungen deren Korrektur; ein Verfahren, das später wieder aufgegeben wird. Die MA macht keine haushalts-individuellen, sondern nur statistische Aussagen.

IBM SERVICEZENTRUM, Frankfurt/Main:

Zur MA 77 trug die IBM dadurch bei, daß sie die Segmentation zur p-Wert-Berechnung durchführte. Das hat sie jedoch nur bis zur MA 79 getan. Außerdem übernahm die IBM die Erstellung des in APL geführten Programms MA-ZAEHL, mit dem die Berichtsbände der MA 78 und MA 79 gezählt wurden. Ferner ist der IBM eine Erleichterung in der Berechnung von p-Wert-Potenzen zu verdanken, über die Michael Hebert geschrieben hat ((333)).

Für die MA 80 ist zwar noch die IBM für die MMC als Lieferant von Maschinenzeit tätig gewesen, die aktive Auswertung von Segmentationen und Tabellierungen, inklusive Vergleichstabellen, erfolgte jedoch über EBERT + BILLMEIER.

ADV-SERVICE WILFRIED MEYER GMBH., Hanau:

bildete in diesen Jahren - wie schon für die MA 76 - die Nahtstelle von den durch den Computer gelieferten Tabellen auf Magnetband bis hin zum Druck der verschiedenen Publikationen.

Besonders an dieser Stelle waren immer wieder zeitliche Engpässe zu verzeichnen ("den letzten beißen die Hunde"), die zu überwinden alle Beteiligten (mit Erfolg) bemüht waren und sind!

DAS BUREAU WENDT, Hamburg,  
hat von der MA 77 an in Paris bei IBL/Informatique Boucharenc-Lamy die Demotypen erstellt und dokumentiert.

Diese Aufzählung macht deutlich, welchen Umfang die Auswertungsorganisation angenommen hat, und daß praktisch keiner der Auswerter mehr allein die Fülle der Aufgaben bewältigen kann. Die Austauschbarkeit ist weitgehend gewährleistet. Jedenfalls sind bislang alle Fälle, in denen Aufgaben von einem Auswerter auf einen anderen im Laufe der fünften Auswertungsstufe übertragen wurden, reibungslos verlaufen.

### 5.5.3.

Umfang der Auswertung - Datensatz

Nicht allein die Berichtsbände tragen kräftige Farben: gelb, rot, schwarz, grün, blau; auch die Mutterband-Codepläne sind damit ausgestattet. Für die MA 76 war der Codeplan grün, MA 77 weiß, MA 78 rot, MA 79 wieder weiß, MA 80 blau, MA 81 orange.

Die Mutterbänder der MA 77 und MA 78 umfaßten je 12 Karten (eng "gepackt" und interne Informationen auf leeren Plätzen untergebracht).

Das MA 79-Mutterband umfaßte 13 Karten; es waren Informationen zur Person hinzugekommen.

Nur zur Information: Der Mutterband-Codeplan der MA 80 umfaßte 16, der der MA 81 17 Karten. Von der MA 80 auf MA 81 sind Informationen zum Lesezirkel sowie zu Rundfunk- und Fernsehgeräten hinzugekommen. Der Sprung von 79 auf 80 hingegen betrifft nur eine großzügigere Anordnung. Das "Kartendenken" ist jetzt wirklich nur noch formaler Bestandteil der Codierung.

Das Tochterband der MA 77 trennt noch die Teile A und B, führt sie auch im Codeplan in einem Band auf, allerdings mit unterschiedlichen Feldnummern. Das Feld umfaßt durchgängig 2 Bytes. Gelegentlich gibt es zwei Felder für eine Information (Gewichte und Paginier-Nummer). Teil A umfaßt 492, Teil B 1.312 Felder. Dazu gibt es wieder eine Grundzählung aller gespeicherten Informationen - ebenso in den folgenden Jahren.

Für die MA 77 existierte noch eine abrufbare Grundzählung für Männer und Frauen getrennt. Sie wurde jedoch nicht abgerufen.

Der Codeplan MA 78 trennt die Feld-Nummern nicht mehr. Sie gehen bis Feld-Nummer 2.096. Die MA 79 weist 2.332 Feld-Nummern auf, die MA 80 3.000, allerdings mit einigen aus Gründen der Systematik eingeführten Lücken.

Der Grund für die Ausweitung des Informationsbestandes im Tochterband liegt neben echten, aus der Befragung stammenden Erweiterungen und Hinzufügungen von Merkmalen, wie Boustedtzonen, NIELSEN-Ballungsräumen, IVW-Gebietseinheiten, usw. in der Überzeugung, daß auch Arbeitsmaterial der internen Auswertung für Mitglieder der AG.MA eine nützliche Information sein könnte. Beispiele sind: die Segmentations-Variablen, die Variablen zur Berechnung der Demotypen und die originären Informationen zur Haushalts-Aufnahme, also die Angaben zu den anderen Personen in den befragten Haushalten. Das ist bereits Ausdruck des Bestrebens nach weitgehender Dokumentation.

Es mag noch erwähnt werden, daß neben diesen "offiziellen" Tochterbändern und den Mutterbändern in der internen Verarbeitung eine weiterführende Speicherungsform der Daten eingesetzt wurde, und zwar dort, wo bereits mit APL gearbeitet worden ist. Wir werden darauf im Abschnitt Dialog zurückkommen.

5.5.4.

Dokumentation

Zwei Auswertungsstufen hindurch wurden Tabellierung, gedruckte Berichte und interne Dokumentation getrennt aufgeführt. Bereits in der letzten Auswertungsstufe und im vorigen Abschnitt ergaben sich Hinweise darauf, daß das Bedürfnis nach Darstellung des Gebotenen zunahm. Eine im Grunde sogar neue Konzeption, eine neue Denkweise begann wirksam zu werden. Der Vorwurf mangelnder oder wenigstens unzureichender Information der Mitglieder der AG.MA hat ebenso dazu beigetragen wie das Gefühl, angesichts der Materialfülle Klarheit und Übersicht auch für die Beteiligten nötig zu haben. Letzten Endes ist auch dieser Bericht ja nichts anderes als ein Stück Dokumentation, ein Schritt auf dem Wege zur vollständigen Transparenz und mehr noch sachlich-inhaltliche Durchdringung des "Unternehmens AG.MA" in seiner ganzen Vielfalt.

485

5.5.4.1.

Wir nennen die beiden "zusammengewachsenen" Bestandteile der Dokumentation am besten externe und interne Dokumentation - extern und intern aus der Sicht der Datenlieferanten, der MMC etwa. Der Berichtsgegenstand läßt eine solche Trennung eigentlich nur noch insofern zu, als daß die "interne Dokumentation" reduziert gesehen werden kann als MMC-Werkstatt-Papiere, als "Handzettel der Facharbeiter".

Externe Dokumentation

Das Konzept der Berichtsbände wandelte sich in dieser letzten, der fünften Auswertungsstufe. Es gab für die

MA 77:

- einen roten Berichtsband mit den Vergleichenden Übersichten,
- einen gelben Berichtsband mit den Einzeldarstellungen,
- einen gelben Berichtsband mit Einzeldarstellungen ARW (über alle 11 Sender);

MA 78:

- einen roten Berichtsband mit den Vergleichenden Übersichten,
- einen gelben Berichtsband mit den Einzeldarstellungen Presse,
- einen blauen Berichtsband mit den Einzeldarstellungen Funkmedien.

Die MA 79 und MA 80 wiesen die Besonderheit auf, daß die Auslieferung der Tochterbänder und der Berichtsteile in Etappen erfolgte.

Am ersten Ablieferungstag wurden für die MA 79 ausgeliefert:

- Das Tochterband mit Codeplan und Grundzählung
- und ein weißer Band Kurzfassung Vergleichende Übersichten.

Der rote Berichtsband, der gelbe und der blaue Band Einzeldarstellungen (einmal Presse, zum anderen Funkmedien) folgten später.

Die MA 80 lieferte zum Tochterband mit Codeplan und Grundzählung den roten Einbanddeckel mit den ersten wichtigsten Tabellen, die danach ergänzt wurden. Außerdem wurden später geliefert:

- Regionale Darstellungen Hörfunk, regionale Zeitungen, regionale Supplements in gelbem Einband und

486

- weiterführende Informationen zum Hörfunk in der ARW in blauem Einband.

Die bislang auch in Berichtsbänden gelieferten Einzeldarstellungen Zeitschriften wurden nunmehr nur noch auf Anfrage austabelliert.

Dies sind alles Schritte in Richtung auf eine (vorerst zwar noch nicht recht durchschlagende) "Ausdünnung". Vor allem aber fehlt die Ergänzung durch andere Informationswege.

Die Methodenbände gewinnen von der MA 77 ab eine andere Gestalt. Durchgängig finden wir die Fragebogen, die Listen und die Titelformen sowie nunmehr einzuheftende Codepläne und Grundzählungen.

Neu ist bei der MA 77 eine weiße Einlage "Dokumentation", die im Prinzip bleibt. Darin sind für die MA 77 enthalten:

- Fragebogenzählungen;
- methodische Tabellen (Genesis-tabelle-Ausschöpfung, Rohdaten, transformierte, redressierte Daten, Statistik der Zahl der Personen im Haushalt und Haushalts-Aufnahme);
- Vergleich der Verfahrensweisen bei der Befragung MA 76 und MA 77;
- MA 77 Demotypentabellen.

Im Methodenband der MA 77 finden sich außer der neuen Dokumentation noch:

- Segmentationsergebnisse (letztmalig);
- Verdichtung sozio-demographischer Merkmale (eine Ausarbeitung zu den Demotypen MA 77) ((64));
- Textausgabe - Erläuterungen.

Diese bereits angekündigte Textausgabe faßt nochmals alles zusammen, was sonst verstreut an Beschreibungen existierte. Das konnte bei dem neuen Konzept und der geringen Zeit nicht gleich auf Anhieb gelingen. Insofern blieb diese erste Ausgabe ein Torso.

Die Einlage "Dokumentation" der MA 78 enthält neben den Fragebogenzählungen und den methodischen Tabellen nur noch eine Beschreibung des Redressements, bestehend aus einem Beitrag von Erich Ockelmann ((32)). Zum Methodenband MA 78 ist auszuführen:

- Die Segmentationsergebnisse werden nicht mehr publiziert; sie können bei der MMC eingesehen werden.
- Zu einer Neuauflage der Demotypen-Beschreibung ist kein Anlaß gegeben, die Beschreibung von 77 gilt weiter.
- Die Textausgabe ist jetzt erstmals vollständig.
- Neu ist eine künftig bleibende Einlage "Basisdaten" ((65)), eine umfassende Tabellierung der hauptsächlich erfragten Informationen.

Die MA 79 hat in ihrem Methodenband nur noch:

- Codeplan und Grundzählung;
- Basisdaten;
- Dokumentation in der Form von 78.

Im Anhang zur Ausarbeitung von Erich Ockelmann über das Redressement ist durch das Bureau Wendt ein Zusatz hinzugekommen, der die "Diskrepanzen in der Altersklassifikation zwischen Amtlicher Statistik und MA 79" behandelt ((33)).

Der Einlage Grundzählung MA 79 ist eine bereits erwähnte Ausarbeitung aus der Feder von Michael Hebert beigelegt, die sich mit der Berechnung von p-Wertpotenzen aus vorgefertigten Matrizen befaßt und dabei prinzipielle Erörterungen anstellt. Der Titel lautet: "Voraussetzungen für Kompatibilität zwischen zentralen und dezentralen MA-Auswertungen" ((333)).

Der Methodenband der MA 80 erweitert sich wieder. Schon der Codeplan sieht in seinem Aufbau anders aus: Er ist logischer gegliedert, enthält detailliertere Informationen in Anhängen, von denen Anhang 5: Beschreibung der Demotypen als Extraeinlage geliefert wurde.

Hinzugekommen sind ein Tageszeitungs-Datensatz-Codeplan und eine Grundzählung für einzelne regionale Tageszeitungen, die bislang nur in Listen zusammengefaßt ausgewertet werden konnten.

Die Textausgabe für die MA 79 existierte nur als Manuskript. Für die MA 80 ist sie um ein Register angereichert mitgeliefert worden.

Grundzählung und Dokumentation sind natürlich ebenfalls wieder zur Verfü-

gung gestellt worden; auch die Basisdaten - sie hießen jetzt allerdings "Zusatzinformationen Zielgruppe".

Zum Abschluß des Berichts über "externe Dokumentation" soll noch ein Aufsatz erwähnt werden, den Hans-Erdmann Scheler anlässlich der Auslieferung der MA 79 in ZV + ZV veröffentlicht hat. Sein Titel lautet: "Modalitäten der MA-Berichterstattung - Umfang, Termine, Möglichkeiten". Dieser Aufsatz - im Prinzip einer aus der langen Reihe begleitender Aufsätze zu jedem Erscheinen einer MA aus der Feder von Hans-Erdmann Scheler - ist deswegen von besonderer Bedeutung für unsere Darstellung, weil er vor allem einmal die "verschiedenen Möglichkeiten der Berichterstattung" Revue passieren läßt, also auch die nicht gedruckten Möglichkeiten aufführt; ferner weil sich dort der Terminplan der MA 79-Auswertung abgedruckt findet, weiterführende Literaturhinweise gegeben werden und schließlich, weil dort bereits das Stichwort "Dialog" verwendet wird. Alles in allem erscheint es angebracht, den Aufsatz im Anhang aufzuführen ((334)).

In der Sache ist übrigens zu bemerken, daß dem von Hans-Erdmann Scheler formulierten Vorschlag gefolgt wurde: Ab MA 81 das Kalenderjahr (davor) als Erhebungszeitraum zu nehmen und wieder alles auf einmal auszuliefern; Magnetband, Codeplan und schriftliche Berichte, soweit sie für erforderlich gehalten werden.

#### 5.5.4.2.

##### Interne Dokumentation

Nachdem die Dokumentation in gedruckter Form für alle Mitglieder zugänglich und recht umfassend vorlag, reduzierte sich die interne Dokumentation allmählich. Es gab nurmehr zwei Schwerpunkte: Die Auswertungsakte mit ihren Handnotizen und Sonderzählungen zur Kontrolle der Auswertungsarbeiten und der Ergebnisse.

Die Auswertungsprotokolle hatten ihren eigentlichen Anfang bereits zur MA 76 gefunden, und zwar in der noch heute vorliegenden Gestalt. Ihre "Feuerprobe" bestanden sie anlässlich der MA 77. Hier war ein Auswertungsengpaß eingetreten, der mehrere Ursachen hatte. Parallel mit der eigentlichen Auswertung lief die Akkumulation dreier MA-Jahre in fünf Regionen mit allen Schwierigkeiten der Abgleichung von Gemeindeabgrenzungen und der Vergabe

von neuen Gemeindekennziffern. Ferner war bei der Festlegung der Redressement-Normen beim Übergang von 600 auf 720 Zeilen trotz Kontrolle ein Fehler unterlaufen, der mit allen Terminfolgen eine Wiederholung weiter Teile der Auswertung forderte.

Wir waren dabei, die für die MA 76 eingeführte neue Technik der Satzherstellung direkt vom Magnetband zu systematisieren, was fast zwangsläufig zu Friktionen führte (inzwischen hat sich das längst eingespielt). Die Institute hatten schon Schwierigkeiten, die Ablieferungstermine einzuhalten. Tabellierungs-Festlegungen erfolgten zum Teil erst im Nachtrag und trugen damit mindestens zur zeitlichen Pression bei. Der Zeitungsstreik forderte wegen des partiellen Ausfalls von Interviews Überlegungen und Prüfungen, um eventuelle Vorbereitungen für die Auswertung treffen zu können, und dergleichen mehr.

Nun war INTERLOGIC neben der zentralen Führung von Auswertungsprotokollen dazu aufgefordert worden, auch aus der Durchführungsperspektive eine Art Tagebuch zu führen. Dieses einzigartige Dokument enthält alle wesentlichen Notizen vom 15.11.1976 bis zum 31.8.1977 ((335)).

Noch ein Dokument ganz eigener Art entstand aus diesem Erfahrungsbereich: "Dokumentation MA 77", erstellt von Michael Hebert ((336)). Das gesamte Tabellenwerk ist dort in all seinen Bestandteilen festgehalten. Ein Vorgänger davon ist die verkürzte Wiedergabe der Berechnungsformeln der Werte der Einzeldarstellungen von dvo Datenverarbeitungsservice Oberhausen ((337)). Eine Folge ist die bereits erwähnte Ausarbeitung zur Berechnung der p-Wert-Potenzen über Matrizen ((333)). Im Zusammenhang mit dem Abschnitt "Dialog" werden uns diese Unterlagen nochmals begegnen.

Die Summe aller festgehaltenen (und auch der nicht festgehaltenen), mehr oder weniger leidvollen Erfahrungen bei der Auswertung der MA 77 bildeten den Ausgangspunkt für die Ausbildung des zurzeit noch angewandten Auswertungssystems.

Dafür kann man sogar eine Art Geburtsstunde und ein Protokoll darüber angeben. Das war die "erste Auswertungssitzung zur MA 78 am 19.10.1977 in Hamburg" im Bureau Wendt ((338)).

An diese gründliche Revision schließt sich eine Fülle kleiner Schritte an. Was hauptsächlich in dieser Berichterstattung noch aussteht, ist das Thema "Dialog". Darauf werden wir im letzten Abschnitt zum Auswertungsinhalt eingehen. Vorerst bleibt uns noch, einige Zählungen aufzuführen:

- Die Befragten geben keineswegs pro Haushalt nur einen Haushaltsvorstand oder eine haushaltführende Person an; manchmal sogar keines von beidem. Es war daher sinnvoll, das Ausmaß derartiger Mehrdeutigkeiten und fehlender Informationen festzustellen. Das geschieht seit der MA 77. Die Größenordnung liegt bei 500 - 700 Haushalten. Die Konsequenzen: Trotz aller Einsicht in die sicher soziologisch gesehen vernünftige Vieldeutigkeit wird aus auswertungstechnischen Gründen pro Haushalt ein Haushaltsvorstand und eine haushaltführende Person bestimmt.
- Die Streiks während der Erhebungszeit wurden in ihrer Auswirkung durch Tabellen kontrolliert, die wochenweise die Reichweite (LpA und WLK) zu verfolgen erlaubten. Diese Tabellen erwiesen sich für mehrere Zwecke als nützlich und werden seither intern beibehalten. Die Streiks selbst hatten übrigens glücklicherweise praktisch keine Auswirkungen auf die Ergebnisse.
- Seit der MA 79 existieren jugendliche Zweitbefragte, seit der MA 81 überhaupt Zweitbefragte. Dem möglichen Klumpeneffekt wurde durch Vergleichszählungen nachgegangen. Es konnten keine so eindeutigen Effekte nachgewiesen werden, daß Bedenken laut wurden.

Soweit im übrigen Sonderzählungen im Zusammenhang mit schon genannten oder noch zu nennenden Problembereichen erfolgten, werden sie hier nicht noch extra aufgeführt. Einzige Ausnahme: Als Prototyp bereits genannter, interner Zählungen sind die Vergleichstabellen zu erwähnen, jene Art von Tabellen, wie sie in der "Erbismühle" ((45)) zur Verfügung standen.

#### 5.5.5. Auswertungs-Inhalte

Dieser letzte Abschnitt zur fünften und letzten Auswertungsstufe wird bestimmt durch Entwicklungen in der Datenverarbeitung. Daneben haben wir es lediglich noch mit "Nachträgen" zu einzelnen, schon bekannten Auswertungsinhalten zu tun. Das Auswertungsmodell selbst wird davon nicht mehr berührt. Allerdings werden wir bei der Schlußbetrachtung, die eher ein Ausblick sein wird, sehen, daß schon wieder Fragezeichen am Horizont stehen.

Das hängt damit zusammen, daß die Entwicklung in der Datenverarbeitung zwar Impulse gegeben hat, daß sich die Konsequenzen jedoch dort zeigen, wo mit den MA-Daten gearbeitet wird. Die Nutzer-Perspektive ist es letztlich, die den Ausschlag gibt.

#### 5.5.5.1.

#### Dialog

Die elektronische Datenverarbeitung hat einen Weg genommen, der dem Benutzer immer mehr entgegenkommt. Die Maschine wird dazu hergerichtet, immer mehr Daten, immer schneller und immer leichter zu verarbeiten. Die Maschine braucht nicht mehr im eigenen Haus zu stehen. In einem unter Umständen weitgespannten Netz von "Terminals" (mit Bildschirm, mit Druckern, mit Platten) ist der Verkehr mit dem Computer erleichtert. Sind die Terminals größer ausgelegt, lassen sich kleinere Arbeiten gleichsam zwischen durch "zu Hause" - ohne Anschluß an den großen Computer - erledigen. In dem großen Computer bewegt man sich neben anderen Anwendern und kann seinen Platzbedarf kurzfristig selbst realisieren. "Virtuelle Speicher" heben praktisch auch für große Datenmengen, Arbeitsbereiche und Programme Begrenzungen auf, die früher eine große Rolle gespielt haben. Nächtelanges Arbeiten war oft die Folge.

Alles das kommt allerdings nicht von allein. Betriebssysteme, Programmiersprachen und vielfach vorgefertigte "software" sind notwendig. Je höher entwickelt derartige Systeme sind, umso mehr fordern sie auf dem Produktionsweg bis zur Benutzerreife hochspezialisierte Experten mit viel Erfahrung und auch einem recht weit entwickelten logischen, mathematischen Denkvermögen.

Je mehr präfabriziert worden ist, umso leichter lassen sich Datenbestände verarbeiten, Probleme behandeln, Analysen durchführen. Es entsteht der Eindruck einer Kommunikation, eines Dialogs. Je weiter ein Programm dialogisiert worden ist, umso weniger Vorkenntnisse braucht derjenige, der an einem Terminal arbeitet.

Dialog steht allerdings nicht nur für diese enge Form des Umgangs mit dem Maschinensystem der EDV. Dialog bezieht gleichzeitig - und von daher ist die Entwicklung wohl auch beeinflusst, initiiert worden - das wachsende Bedürfnis,

Bewußtsein und Verständnis für Kommunikation der Menschen untereinander ein. Der ganze Komplex der Neuen Medien ist übrigens ein Zweig der hier angesprochenen Entwicklung. Deshalb werden wir diese generelle Entwicklung im Umgang mit Massenmedien - die direkt den Untersuchungsgegenstand der AG.MA berührt - zu trennen haben von dem Gegenstand der Auswertung, einem Bereich, in dem "professionelle" Datenverarbeitung stattfindet.

Durch eine Reihe voneinander unabhängiger Prozesse ist die MMC auf eine Realisierungsmöglichkeit von Dialog aufmerksam geworden, die mit dem interpretativen Programmsystem APL (A Program Language) verbunden ist. Jahrelange Erfahrungen mit APL in Frankreich und erste Erfahrungen bei der IBM in Frankfurt/Main durch das Bureau Wendt, die Entwicklung des sogenannten "Hamburger APL-Systems" mit seinen 16 Konzentratoren in der Bundesrepublik Deutschland durch die IBM, die Errichtung der Düsseldorfer Filiale von APL-PLUS, die Übernahme von APL-Systemen für die kleineren Anbieter im Computermarkt, wie Hewlett & Packard, und nicht zuletzt die in einzelnen Mitgliedsfirmen der AG.MA gesammelten Erfahrungen, die zum Teil ebenfalls viele Jahre zurückreichen, haben zur Inangriffnahme eines Auswertungs- und Berichterstattungssystems geführt, das naturgemäß noch immer nicht komplettiert ist.

Begonnen hatte es am 13.7.1977, als die erste Besprechung mit der IBM in Frankfurt/Main stattfand, um abzuklären, welche Möglichkeiten für die MMC bestünden, sich in den Bereichen, in denen es sinnvoll erschien, der APL-Fazilitäten von IBM zu bedienen.

5.5.1.1.

Die MMC-Werkstatt

Für die interne Verarbeitung der jeweiligen MA bis zur Auslieferung hatte das zwei konkrete Folgen:

- Die IBM übernahm für die MA 78 (neben den Segmentationsläufen zur p-Wert-Berechnung) die Tabellierung der Vergleichenden Übersichten und Einzeldarstellungen durch rechtzeitiges Anlegen APL-geführter Moduln. Diese sollten gleich so aufgebaut sein, daß auch über die Berichterstattung hinaus weitere Tabellierungen ad hoc möglich wären - und natürlich auch andere Auswertungen.

- Um dies zu erleichtern, also auch von der Geschäftsstelle der MMC aus in direktem Zugriff bei der IBM arbeiten zu können, wurde ein Terminal (ohne Bildschirm) geordert, das im November 1978 in Betrieb genommen wurde. Dort sollten überdies zwei Projekte direkt in Angriff genommen werden.

Das eine Projekt bot sich für APL geradezu an, weil es in APL besonders leicht ist, von einem Bandsatz (Individuum) auf einen anderen zu wechseln und beider Informationen gleichzeitig vor Augen zu haben. Durch die Befragung einer zweiten Person in Vier- und Mehr-Personen-Haushalten (falls im Alter von 14 - 19 Jahren vorhanden) ergaben sich Informationen von zwei Befragten über denselben Haushalt, die zum Teil theoretisch übereinstimmen sollten. Dies war zu prüfen und zu korrigieren. Die Entwicklung dieses MA-Korr genannten Programms zur "Pärchenprüfung" dauerte bis hinein in die MA 80 (in Details bis zur MA 81). Eine Reihe von Diskrepanzen wurde über "Mosesregeln" - wie die Entscheidungsgrundsätze genannt wurden - aufgelöst, die entweder einen der beiden Befragten als den kompetenteren ansehen oder (zum Beispiel bei Haushaltsgütern) eine Vereinigungsmenge der Angaben bilden. Soweit solche Regeln weitere Diskrepanzen belassen, wird mit dem Institut durch Nachsehen im Fragebogen oder Entscheidung (Plausibilität als Grundlage) eine Übereinstimmung hergestellt. Dies gilt auch für die Vorabprüfung der Identität der Haushalte.

Diese Pärchenprüfung berührt natürlich keine Individualaussagen, wie beispielsweise über das Medienverhalten. An dem Programm MA-Korr haben Michael Hebert und Waltraud Dehning gearbeitet, die das zurzeit weiterhin allein tut. Die programmtechnische Dokumentation dafür existiert ebenso wie eine verbalisierte Darstellung. Erwähnt wurde bereits, daß die Korrektur inzwischen wieder eingestellt worden ist.

Der andere Arbeitsbereich - MA-Text benannt - hatte eine Vorgeschichte, die in ihren Anfängen bis 1976 zurück reicht. Text und Inhalt der Berichterstattung - von den Codeplänen und Grundzählungen bis zu den roten, gelben, etc. Bänden - ändern sich von Jahr zu Jahr so wenig, daß die Vorbereitungsarbeiten im wesentlichen aus Maintenance bestehen, aus relativ wenigen Modifikationen, Weglassungen und Hinzufügungen, und zwar sowohl hinsichtlich des Textes als auch in Bezug auf den Tabellenaufbau und die Tabelleninhalte. Das legt Rationalisierungen nahe. Die Regelung mit den Tabellen-Dummies hatte



bereits gewisse Systematiken erbracht. Wollte man darüber hinaus weitergehen, mußte man den Computer einschalten. Die Versuche an der 1. Welle der MA 77 führten über eine Analyse des Problems und Versuchstabellen nicht hinaus. Lösungen wurden ernsthaft erst wieder angestrebt, als 1978/79 Texte für Codepläne und Tabellen für die direkte Kopplung mit den Daten erstellt wurden, ohne daß man sie allerdings schon integrieren konnte. Von der MA 82 an wird man die Tabellen-Definitionen über APL unter Verwendung von MA-Text vornehmen können - und damit im Prinzip jede beliebige Tabellierung. Die Vorteile liegen auf der Hand: Auf diese Weise kann man schneller, weniger fehleranfällig und flexibler vorgehen.

Die ersten Versuche hatten Klaus Peter Landgrebe und INTERLOGIC unternommen. Die Anfänge von MA-Text hatten Michael Hebert und Waltraud Dehning erarbeitet. Eine völlige Renovierung und Fertigstellung erfolgt durch Günther Billmeier. Eine Dokumentation wird sich anschließen.

Im übrigen enthält die Dokumentation zur MA 77 ((336)) nur die Tabellenübersicht und das Formelwerk; im Hinblick auf APL aber ausdrücklich keine Programm-Dokumentation mehr.

Es ist nun keineswegs so, daß alle Arbeiten der MMC-Werkstatt zur Auswertung künftig über APL gehen werden. Es handelt sich vielmehr um das Bemühen, eine optimale Kombination von Verarbeitungstechniken zu finden.

Für Teile der Verarbeitung (Tabellen und Demotypen in erster Linie) wird der Datenbestand erst noch hergerichtet, so daß das direkt interpretierende APL besonders leicht mit den Informationen umgehen kann. Dieses intern als "Kippen" bezeichnete Verfahren der Inversion von Daten besteht darin, daß anstelle der sequentiellen Aufreihung der vollständigen Bandsätze die einzelnen Merkmalsausprägungen als vollständige bit-Ketten über alle Befragten gespeichert sind und einzeln abgerufen werden können, sobald man sie braucht. Die MMC hat das Verfahren aus Frankreich übernommen. Es ist auch bei der IBM in Gebrauch. Auf diese Art dargestellt liegen inzwischen die MA 79 und MA 80 vor; die MA 81 wird vorbereitet.

Eine andere Art der Herrichtung der Daten zur leichteren Verarbeitung ist bereits angeführt worden: Die Vorbereitung von p-Wert-Potenzen in Matrizen ((333)).

#### 5.5.5.1.2.

Bei der Aufzählung der Auswerter ist bereits deutlich geworden, daß sich die Aktivitäten im Laufe dieser fünften Auswertungsstufe verschoben haben. Das Prinzip der Auswertung in der MMC-Werkstatt ist jedoch gleich geblieben. Den Abschluß in der Kette der Arbeiten bildet weiterhin der ADV-Service, der das Magnetband mit den Informationen übernimmt und bis zur Herstellung des Lichtsatzes den Übergang von der Elektronik zum Papier einleitet.

#### Dialog nach außen

Der Gedanke lag nahe, nicht nur in der MMC-Werkstatt zu "dialogisieren", nicht nur "Selbstgespräche zu führen", sondern in die Konversation mit den Mitgliedern der AG.MA einzutreten. Dies umso mehr, als die IBM im "Hamburger APL-System" ein vollständig über die Bundesrepublik reichendes Netzwerk von Computern zur Nutzung von APL anbot, das überall unmittelbaren Zugriff bot. Technisch war trotz der großen Auslegung dieser Verbund nicht weit genug entwickelt, so daß die Nutzung - auch nur für die MMC-Werkstatt - nicht über ein Versuchsstadium hinauskam.

Das Konzept reichte sehr weit: Zentrale Speicherung der MA und individuelle Speicherung der Mitglieder-eigenen Untersuchungen - im Zugriff nur für das jeweilige Mitglied - sollten den Datenfundus darstellen. Auf der Programmseite sollten zentral MA-Text, Tabellierungsprogramme und möglichst ein Tarifsystem installiert werden sowie - falls erwünscht - weitere gemeinsame Auswertungsprogramme (wie Rangreihen- und Evaluierungsprogramme), daneben wieder Individualprogramme.

Um eine relativ einfache Nutzung zu ermöglichen, sollten Vorkehrungen getroffen werden, die dahin gingen, die Bausteine kompatibel zu halten. Nach Möglichkeit sollte natürlich auch der Verbund mit anderen Computersystemen hergestellt werden. Kurzum: es ging um ein recht anspruchsvolles Gedankengebäude.

Dabei blieb es denn auch, und zwar weniger, weil die erste Präsentation durch die IBM am 24.4.1979 mißglückte, sondern weil soviel "Zentralismus" die Mitglieder der AG.MA verschreckte. Die Sache selbst lebte weiter. Denn kurz darauf begannen einzelne Mitglieder, in ihrem eigenen Bereich einen damit vergleichbaren Mini-Verbund aufzubauen. Externe Datenstationen im Verlags-

service sind ein Beispiel dafür. Deutlich wurde dies bereits auf einer lebhaft geführten Diskussion am 21.5.1979 in Frankfurt/Main unter den Fachleuten, als im Detail das Für und Wider abgewogen wurde.

Damit ist dieser Dialog-Abschnitt jedenfalls vorerst beendet. Da die technische Entwicklung jedoch nicht stehen bleibt, und auch die Benutzer-Bedürfnisse eher zunehmen werden, ist eigentlich abzusehen, daß - unter welcher Konzeption auch immer - der Außen-Dialog wieder in Gang kommen wird.

5.5.5.2.

#### Datenprüfung

Die Datenprüfung ist jetzt das erste Thema, bei dem es sich um Abrundung, um eine Art Nachtrag zum bestehenden Auswertungssystem handelt.

Wir erinnern uns, daß "Mediateil" und "Statistikteil" seinerzeit bei INFRATEST ((319)) den Anfang der Dokumentation der Prüfungsvorgänge bildeten. Eine echte Ausweitung brachten die Haushalts-Informationen von der MA 74 an. Weitere Ausweitungen kamen durch die in der MA 79 gleichzeitig erfolgenden

- Änderungen in der LZ-Abfrage;
- die Hereinnahme der zweitbefragten Jugendlichen und
- die Abfrage der Mitglieder-Zeitungen über Titelformen (ab MA 80 für alle regionalen Zeitungen)

hinzu.

Die neue LZ-Abfrage wurde durch eine einfache Ergänzung der bisherigen Prüflogik einbezogen.

Die zweitbefragten Jugendlichen erforderten die Pärchen-Prüfung über APL (MA-Korr).

Die Abfrage der Mitglieds-Zeitungen per Titelformen hat die ursprünglich nur für die Ausweisung in den Einzeldarstellungen benötigten Verbreitungsgebiete der Zeitungen noch einmal aktiviert. Mit ihrer Hilfe konnten die Plausibilitätsprüfungen für Zeitungen durchgeführt werden: Von der Datenverarbeitung her konventionell und im übrigen durch "Draufschaun und Vergleichen".

Die Diversifikation der Auswertung von der MA 77 ab war - wie erinnerlich - nicht nur aus vorgeplanter Absicht, sondern mit unter dem Druck der Verhältnisse entstanden. Dazu beigetragen hatten auch Erfahrungen mit den Instituten - hinsichtlich Ablieferungstermin und Güte ihrer Datenbänder.

INTERLOGIC hat dafür ein Memorandum angefertigt, um die Erfahrungen von der MA 77 für die MA 78 nutzen zu können ((339)). Danach war sowieso die Kommunikation, der Dialog zwischen den Auswertern verstärkt zu spüren. Das prägte sich in weiteren Erfahrungs-Papieren aus, die zugleich Festlegungen für die Zukunft darstellen. Wir nennen noch fünf:

- Das Protokoll der Besprechung am 19.10.1979 zum Thema "Individualkorrektur MA 80" zwischen den Herren Flockenhaus, Hebert und Wendt mit einem Nachtrag von Karl-Friedrich Flockenhaus ((340)).
- Das Protokoll der an der MA beteiligten Institute und Auswerter am 2.5.1980 ((341)). Hier wurde der Dialog sogar auf die Diskussion zwischen Instituten und Auswertern ausgedehnt.
- Ein dreigeteiltes Protokoll über eine Besprechung am 7.5.1980 und am 27.6.1980 zum Thema Paarkorrekturen ((342)).
- Eine Zusammenstellung der Prüflogik, die INTERLOGIC Ende 1980 angefertigt hat ((343)). Es handelt sich um die Verbalisierung der Prüfungsvorgänge - in der Fassung der MA 81.
- Eine Zusammenstellung der Pärchen-Prüflogik, von Waltraud Dehning 1980 angefertigt ((334)).
- Vier Zusammenstellungen über die Vorfälle, die bei der Prüfung je der Individuen der Haushaltsvorstände- / haushaltführende Personen-Mehrdeutigkeiten, der Pärchen und der Zeitungs-Aussagen in der MA 79 aufgetreten sind, ebenso falsch wie unausrottbar als "Fehlerstatistiken" bezeichnet ((345)). Diese Zusammenstellungen über Unverträglichkeiten in den Datenbeständen werden weiter fortgeführt.

5.5.5.3.

#### Redressement

Es war bereits die Rede von der Panne beim Übergang der 600 auf 720 Zellen für die Redressement-Norm der MA 77. Ferner ist von den Bemühungen um aktualisierte Normen, die dem Mikrozensus entstammen, berichtet worden.

Gegenwärtig - also 1981 - ist es nach vielen Mühen endlich so weit, daß die Arbeiten dafür konkret in Angriff genommen werden.

Im Kapitel über das Feldmodell ist auch schon erwähnt worden, daß die Haushalts-Gewichte von der MA 78 an nicht mehr einfach durch Zurücknahme der Transformation aus den Personen-Gewichten errechnet werden, sondern durch einen gesonderten Redressement-Prozeß.

Und es ist auch die Darstellung dieser Prozedur für die MA 78 und MA 79 aus der Feder von Erich Ockelmann aufgeführt worden ((32)) und ((33)).

Eine Diskrepanz in der Ockelmann-Wendtschen Terminologie und den Tabellenbezeichnungen mit der Landgrebeschen Terminologie in der Textdarstellung muß aufgeklärt werden, weil die aus "didaktischen Gründen" verwendete Ausdrucksvielfalt nicht nur bei den Auswertern, sondern auch bei den externen Lesern Mißverständnisse und (ungerechtfertigte) Vorwürfe über die ständig zunehmende Komplexität der Auswertung hervorgerufen hat. Angeprangert wird von verschiedenen Seiten, selbst aus dem Mitgliederkreis der AG.MA, die Unübersichtlichkeit von Redressieren, Proportionalisieren, Egalisieren, Transformieren. Ganz zu schweigen von so fundamentalen Mißverständnissen, wie sie aus der Ende 1978 in dem Informationsdienst KONTAKTER ausgetragenen Kontroverse zwischen Vertretern des INSTITUTS FÜR DEMOSKOPIE ALLENSBACH und der MMC abzulesen sind.

Was tatsächlich geschieht, sind nur zwei Prozesse, und das seit Jahren.

- Es wird transformiert. Damit ist die Aufhebung der zwar berechenbaren, aber unterschiedlichen Auswahlchancen durch die aus der Stichprobenanlage herrührenden Disproportionalitäten gemeint. Erst wenn das geschehen ist, kann man von einer repräsentativen Stichproben-Aussage mit Chancengleichheit sprechen. Disproportional ist die MA hinsichtlich der Haushaltsgröße: Ein-, Zwei-, Drei-, Vier-, Fünf-, Sechs- und Mehr-Personen-Haushalte, hinsichtlich der Bundesländer Saarland (erst 100%, dann 150% Aufstockung seit MA 80) und Bremen (100% Aufstockung) und in der MA 79 und MA 80 in Bezug auf die 14- bis 19-jährigen Zweitbefragten sowie von der MA 81 ab für die Zweitbefragten jeden Alters. Das alles ist "Transformation" und wird für jeden Befragten durch Anbringung eines einzigen Gewichtungsfaktors individuell vollzogen.

Klaus Peter Landgrebe trennt diese Prozedur begrifflich. Er nennt die Aufhebung der unterschiedlichen Haushaltsgrößen Transformation, den Gebietsausgleich Proportionalisierung und den speziellen Anteil des Jugendlichen-Ausgleichs nochmals eine "gesonderte Transformation". Das stimmt nicht mit dem tatsächlichen Vorgehen überein. Zudem entsteht durch die zu enge Verwendung des Ausdrucks Proportionalisierung eine Verwechslung mit den (längst nicht mehr gehandhabten) Disproportionalitätsfaktoren aus dem Bereich der Verbreitungsgebiete der regionalen Zeitungen.

- Es wird redressiert. Auch hier handelt es sich um einen faktoriellen Gewichtungsprozeß, allerdings gruppen- oder zellenweise. Während die Transformation zwingend ist, ist es das Redressement nicht. Äußere Randbedingungen bestimmen diese kosmetische Operation, woher diese Randbedingungen auch immer kommen. Gegenwärtig werden Regierungsbezirke, Haushaltsgröße, Gemeindegrößenklassen nach Boustedt, Alter, Geschlecht sowie Wochentage jeweils paarweise zu Normzellen zusammengeführt.

Klaus Peter Landgrebe trennt begrifflich die Norm der Wochentage von der Norm der Daten der Amtlichen Statistik und nennt das eine Egalisierung, das andere Redressement, obwohl eine solche Trennung weder begrifflich noch faktisch erfolgt. Gleichermaßen handelt es sich um Anpassungen an externe Eckdaten.

Daß diese ganze Vorgehensweise sowieso noch zweifelhaft bleibt, ist schon mehrfach in diesem Bericht erwähnt und seit Jahren in den AG.MA-Dokumenten über Redressement ausgeführt worden. Erfolgversprechende Experimente zur Weiterführung des Anpassungsprozesses durch Gewichtung in anderer Weise oder durch andere Verfahren als durch Gewichtung - bis hin zum Belassen des transformierten Datenbestandes - sind nach Abschluß dieser Berichts-Periode in Gang gesetzt worden. Sie laufen noch. Die - zwingend notwendige - Transformation bleibt davon unberührt. Versucht wird zumindest, die komplizierte Redressement-Prozedur anhand von an sich schon nicht ganz zuverlässigen Daten durch bloßes Auffüllen der nicht voll ausgeschöpften Sampling Points zu ersetzen. Das hätte neben der Vereinfachung auch noch den Vorteil, die Aussagen der Befragten durch Faktorengewichtung sehr viel weniger zu verzerren, weil weniger Befragte überhaupt einen Korrekturfaktor erhalten. Die amtlichen Daten sind relativ unzuverlässig, weil sie alt sind und gerade hinsichtlich der MA-Grundgesamtheit keine völlig übereinstimmenden

Detailangaben zulassen. Selbst die Wochentags-Angleichung bleibt dubios, weil die MA-Stichprobe den Interviewern keine eindeutige Tagesverteilung zuweist.

#### 5.5.5.4.

Die Berechnung der Nutzungswahrscheinlichkeit

Seit der MA 78 wird für Männer und Frauen getrennt segmentiert - statt gesamt mit bis zu 32 Zellen - wie in der MA 77 - nunmehr für jedes Geschlecht mit bis zu 32 Segmenten.

Seit der Neuabfrage der Lesemappen-Nutzung in der MA 79 wird natürlich auch eine neue Berechnung der Mappen-Nutzungswahrscheinlichkeit geübt: In der MA 79 noch etwas außerhalb des übrigen Berechnungssystems, von der MA 80 ab im Rahmen der übrigen Medien als Kombinationswahrscheinlichkeit der verschiedenen Mappen-Nutzungsmöglichkeiten. In der MA 81 kommt zusätzlich eine neue Berechnungsweise für die durchschnittliche Lesezirkel-Zeitschrift hinzu.

Schließlich ist die Bemerkung über ein p-Wert-Berechnungsexperiment zu wiederholen, das Ende 1977 begann und sich damit befaßt, unterschiedliche Berechnungsverfahren zu vergleichen: ob Segmentation oder Typologie oder was sonst; im Bereich der Segmentation, welche Kriterien für den LpN am besten geeignet seien, die Homogenität in den Zellen zu erhöhen; und auch die Prüfung, ob der LpN wirklich das Maß aller Dinge weiterhin zu sein habe. Kurzum: allein dieses Experiment geht schon an den Nerv dessen, was bislang Modellgrundlage war, was sozusagen zu denken erlaubt war.

Die AG.MA versuchte ja zu jener Zeit zu reglementieren, was nur zu kanalisieren möglich war. Wir erinnern uns der "Richtlinien für die Aufnahme von Werbeträgern in die Untersuchungen der AG.MA" vom November 1978 ((241)), die im Anhang nachzulesen sind. Und wir erinnern uns - im Vorgriff auf den nächsten Abschnitt - der gleichzeitig verabschiedeten "Regeln für die Handhabung von Zusammenführungen von MA-Daten mit Daten anderer Herkunft" ((26)).

#### 5.5.5.5.

Zusammenführung von Daten

Das Satelliten-System zu realisieren, war offensichtlich recht schwierig. Jedermann sah und betonte die Notwendigkeit der Zusammenführung von

Daten unterschiedlicher Herkunft. Bevorzugt wurde die Anpassung. Wer anpaßte, mußte lediglich mitteilen, was er getan hatte. Die AG.MA hat dazu kein Einspruchsrecht.

Fusionen mit dem schwerfälligen Apparat der Genehmigung - teuer obendrein - waren mit dem Argwohn behaftet, daß die beteiligten Mitglieder ihre Interessen der AG.MA gegenüber abwogen und zu vereinigen suchten; ein legitimes Unterfangen, denn genau so hatte die AG.MA ihre Entwicklung von Anfang an genommen: im Ausgleich der Partikularinteressen.

Zu verzeichnen waren nach der 76er Fusion von GRUNER + JAHR ((328)) als Dokumente die Vorlagen für die TECHNISCHE KOMMISSION jeweils nach erfolgter Fusion:

- "Darlegung der Fusion einer Welle der 'Typologie der Wünsche' (TDW) des Hauses BURDA mit einer Hälfte der MA 77" ((346)) und
- "Darlegung I. der Fusion der 'Typologie der Wünsche' (TDW) des Hauses BURDA mit den beiden Wellen der Jahre 1977 und 1978 in die MA 78 und II. einer Komplettierung des schriftlichen Fragebogen-Teils der TDW" ((347)).

Da diese beiden Unterlagen nur der TECHNISCHEN KOMMISSION (und daher nicht allgemein) zugänglich sind, ist noch auf eine allgemein publizierte Version der Darlegung der Methode der vorgenommenen Fusion und Injektion zu verweisen, die im Band 20 der "Typologie der Wünsche 1978 fusioniert mit MA '78": Methode und Basiszahlen steht ((36)).

Dies alles - Fusion, Injektion und Transplantation - lag methodisch im Vorfeld des Satelliten-Systems und seiner Weiterentwicklung.

Ein nicht-deutsches Beispiel ist noch zu nennen, weil es in Deutschland diskutiert, vor dem Club Dubois 1978 in Amsterdam vorgetragen und als ein Weg zur Dynamisierung offizieller Media-Analysen angesehen werden kann. In den Niederlanden wurden während der Laufzeit der beiden ersten (von vier) Wellen von NOP 77 zwei Titel auf den Markt gebracht, die ihre volle Reichweite schon während der 3. und 4. Welle erreicht hatten. Infolgedessen wurden diese neuen

Medien-Informationen von der 3. und 4. in die 1. und 2. Welle fusioniert, so daß das gesamte Informationswerk NOP 77 auch über diese beiden Titel - prognostisch - verfügen konnte ((348)).

Über weitere Fusionen außerhalb dieses relativ engen Rahmens braucht hier nicht berichtet zu werden (es gab sie jedenfalls) und insbesondere auch nicht über die Komplettierung von Befragungen durch Injektionen, wenn nicht alle Befragten alle Fragebogenteile (mündlich und schriftlich) beantwortet haben.

Die Fusion als Methode wurde übrigens einem weiteren Experiment unterzogen - nach den 70er Experimenten, über die schon berichtet wurde -: Diesmal nach Einführung des topologischen Verfahrens und nicht in Deutschland, sondern in den Niederlanden. Da die Verfasser - das Bureau Wendt - diese Arbeit in Deutsch abgefaßt haben, konnte sie in ihrer Urfassung in einem kleinen Kreis von Interessenten auch in der Bundesrepublik bekannt gemacht werden ((349)).

#### 5.5.5.6. Verdichtung von Daten

So wie während der vierten Auswertungsstufe durchgängig die sogenannten sozio-kommunikativen Schichten errechnet und ausgewiesen wurden, gehören während der fünften Auswertungsstufe die Demotypen zum Auswertungsbestand. Wir nennen nur noch einmal die wesentlichen Publikationen dazu:

- die Patronatsedition 2 "Verdichtung sozio-demographischer Merkmale" ((63));
- die Dokumentation 77 "Verdichtung sozio-demographischer Merkmale" ((64));
- den Anhang 5 zum Codeplan der MA 80 "Beschreibung der Demotypen" ((350)).

sowie eine bislang unveröffentlichte Arbeit von Erich Ockelmann "Die Demotypen in der MA" ((351)), die im Rahmen einer noch in Arbeit befindlichen Broschüre erscheinen soll und die sich - zum besseren Verständnis der Mediaplaner im Umgang mit diesen Typen - mit den beiden Fragen befaßt:

- "Kann man sicherstellen, daß die Demotypen ein in sich konsistentes System darstellen, daß sie also nicht von Jahr zu Jahr ein rein zufälliges Ergebnis produzieren?"
- Bieten die Demotypen - speziell für die Mediaplanung - Vorteile über die Verwendung der bisherigen demographischen Merkmale hinaus und dies speziell in Bezug auf die Trennschärfe zwischen den Titeln?"

#### 5.5.5.7.

#### Außenkriterien?

Wir nennen diesen Abschnitt ausdrücklich nicht Validierung, einmal weil dieser Ausdruck in der letzten Zeit mißverständlich für den Vergleich zwischen der Heftvorlage und den üblichen Abfrage-Methoden der Medianutzung verwendet wird, statt die Validierung in der Verifikation der Prognose zu suchen; zum anderen aber, weil es in der nun folgenden, noch zu erwähnenden Diskussion um die Relation zwischen Auflage und Reichweite keineswegs um Validierung, sondern eher um Relativierung geht. Sicher handelt es sich bei beiden Maßen um verschiedene Dinge. Ebenso sicher sind beide Maße nicht völlig unabhängig voneinander zu sehen. Und ebenso sicher neigt man - jedenfalls auf den ersten Blick - dazu, die Auflage als das zuverlässigere, "objektivere" Maß zu halten. Auf irgendeine Weise sollten denn auch, so wird argumentiert, die Leserschaften zahlenmäßig "in etwa" die Auflagen widerspiegeln - und sei es nur in den Relationen der Titel untereinander und/oder in der zeitlichen Entwicklung - dem Trend - für die einzelnen Titel oder Kombinationen. Die gelegentlich verwendete Bezeichnung "Außenkriterium" geht aber wohl zu weit.

Wir haben vermeintlich zu niedrige Reichweiten-Ergebnisse immer wieder zu verzeichnen gehabt, die auf den ersten Blick unverstänlich erscheinen. Reklamationen über die lange Zeit der AGLA/AG-MA-Geschichte hin zeugen davon. Angefangen 1960 bei der NEUEN ILLUSTRierten bis hin etwa zu FRAU IM SPIEGEL oder FRAU IM LEBEN 1979. Aber auch ganz systematisch hat es - früher - Bemühungen darum gegeben: Von Werner Steinberg, Gerhard Zacharias 1960 ((237)) und in der Vorstudie zur Umstellung der LpN-Frage 1962 ((103)); dann von Erich Ockelmann 1979 ((263)) und von Wolfgang Schaefer 1978/79 ((260)) und ((262)). Ferner sind zu erwähnen: Die erste Medientypologie aus dem Jahre 1967 von Gerhard Zacharias ((264)) sowie eine noch unveröffentlichte Medientypologie der MMC und andere, von der MMC im Zusammenhang damit angestellte Überlegungen und Rechnungen der letzten Zeit, die sämtlich ihren Platz in der Reichweiten-Auflagen-Problematik finden. Schließlich ist nochmals die Trendberechnung von Erich Ockelmann aus dem Jahre 1978 als Beispiel zu nennen ((246)).

Der gegenwärtige Befund kann etwa wie folgt beschrieben werden: Jeder Zeitschriftentitel (um die es bislang nur ging) besitzt eine charakteristische Relation von Auflage und Reichweite, abhängig von Merkmalen, die noch nicht

alle bekannt sind, zu denen aber der Anteil Abonnenten und der Preis gehören sowie der Grad des regelmäßigen Lesens. Diese Relation ist kurzfristig relativ stabil, langfristig zeichnen sich Trends ab, die bei vielen Titeln dahin gehen, daß die Zahl der Leser pro Exemplar abnimmt, zum Teil sogar drastisch.

Für die Relation des LpE gibt es überdies Zusammenhänge zwischen den Titeln, so daß sich Familien von Titeln, Typen mit ähnlicher Merkmalsstruktur, finden lassen, die sehr robust und charakteristisch zu sein scheinen, weil sie auch gegenüber Merkmals-Veränderungen (Austausch, Synthetisierungen) recht unempfindlich sind. Dies begründet den Zusammenhang von Medientypen und Auflage - Reichweiten-Relationen.

Übrigens wird hier noch einmal deutlich, wie wenig die Auflage geeignet ist, als "Außenkriterium" für Reichweite dienen zu können.

Dies schließt die "Nachlese" zur fünften und letzten und damit noch laufenden Auswertungsperiode ab.

Der Bericht "Vom Leser pro Nummer zur Nutzungswahrscheinlichkeit" besteht aus drei Teilen.

Der erste Teil bringt den großen Überblick, zeitlich in den neun Phasen der Entwicklung der AGLA/AG.MA seit 1954 und inhaltlich durch die Erörterung des Grundmodells, auf das sich die Media-Analyse in diesen neun Phasen hin entwickelt hat.

Der nunmehr abgeschlossene zweite Teil enthält drei Kapitel, die den drei Säulen des Grundmodells entsprechen:

- das Feld- und Stichprobenmodell
- das Erhebungsmodell
- das Auswertungsmodell

Der dritte und letzte Teil wird Dokumentation sein. "Historische" Tatsachen - wie handelnde Personen, Ausschüsse, Satzungen, usw. - werden den Inhalt bestimmen.

Dieser zweite Teil nimmt nicht nur äußerlich eine Mittelstellung ein. Er steht zwischen dem Überblick und den Dokumenten. Seinerseits geht er ins fachliche Detail. Natürlich nicht in aller Ausführlichkeit, so daß alles, was angesprochen wird, vollständig bis in alle Verästelungen von Überlegungen und Entscheidungsgrundlagen wiedergegeben werden könnte. Das wäre in jeder Hinsicht eine Überforderung gewesen. Als hilfreich erweisen sich hoffentlich die bibliographischen Angaben und die Anhänge. Sie vervollständigen die Darlegungen im Text durch authentischen Nachweis. Immerhin sollte das Wesentliche der Gedankengänge und des Forschungsablaufs zum Feldmodell, zum Erhebungsmodell und zum Auswertungsmodell deutlich geworden sein.

Insofern ist der Abschluß des 2. Teils zugleich eine Gelegenheit, einige Gedanken darüber vorzutragen, welche Entwicklung die AG.MA-Geschichte nehmen könnte.

Gegenwärtig befindet sich die AG.MA in ihrer neunten Phase (wenn man die Einteilung im 1. Teil akzeptiert) bzw. in der fünften Auswertungsstufe (sofern

man dem Auswertungs-Kapitel dieses 2. Teils folgt). Sie werden durch weitere Phasen und Stufen abgelöst werden.

Die Entwicklung der MA wird von allgemeinen Trends der Wirtschaft, der Werbung, der Kommunikation, der neuen Medien und dergleichen ebenso abhängen wie von den Entscheidungen der verantwortlichen Gremien, letztlich der Mitglieder.

Niemand kann das allenthalben verstärkte Informationsbedürfnis im Hinblick auf das Ausmaß (also Menge) und Ausgestaltung (also Qualität) übersehen. Welche Informationen es sind, darüber ist allerdings Einmütigkeit noch nicht zu erkennen.

Mehr Medien - diese Forderung ist am allerwenigsten umstritten. Das hängt mit dem Anspruch auf eine "All"-Media-Untersuchung zusammen, der sich wiederum aus dem Bedürfnis nach Vergleichbarkeit und Vollständigkeit ableitet. Jedenfalls muß ein neues Medium in die Modellvorstellungen passen, was beispielsweise bei Plakaten immer noch ein ungelöstes Problem darstellt - und nicht nur dort.

Wenn es um mehr Medien geht, wird das Problem noch stärker in den Vordergrund treten, ob und inwieweit die einzelnen Medien wegen der Medien-Vielfalt "optimal" abgefragt werden können.

Welche Merkmale die Medien beschreiben sollen, darüber herrschen zum Teil divergierende Vorstellungen. Der jetzt gültige Maßstab der Nutzungswahrscheinlichkeit kann unter Umständen auf eine modifizierte, vielleicht auf eine einfachere Weise erhoben werden. Aber es bleibt immer noch dieselbe Information, dasselbe Maß.

Es sieht nicht so aus, als wollte irgendjemand dieses Maß in absehbarer Zeit ersetzen, wohl aber gibt es Stimmen, die für Ergänzungen plädieren. Da sind mancherlei qualitative Maße und Werbemittel-Kontakte zum Teil in Gebrauch, zum Teil im Gespräch. Und noch eine andere Richtung der Merkmals-Ausweitung kommt in Betracht. Bislang werden die Nutzungswahrscheinlichkeiten in dem zurzeit gültigen Modell als unabhängig voneinander angesehen und verarbeitet. Es könnte sich jedoch als zweckmäßig herausstellen, anstelle der

vereinfachenden Unabhängigkeit mit abhängigen Wahrscheinlichkeiten zu rechnen. Das heißt, es würde die Nutzung eines Mediums in Abhängigkeit von der Nutzungsgewohnheit gegenüber anderen Medien erfaßt werden.

Die Adaptation solcher Maße für die AG-MA fordert Experimente und Überlegungen, und dies nicht nur technischer Art, sondern vor allem in politischer Hinsicht, weil jede nennenswerte Erweiterung der Maße die Medienlandschaft als Ganzes berührt. Insofern ist hier wohl eher eine länger währende Entwicklung zu erwarten.

Die Zielgruppen-Merkmale sind bereits seit langem Gegenstand kontroverser Diskussionen, und sie werden es angesichts der deutlich auseinandergehenden Interessenlage weiterhin bleiben. Relativ unproblematisch ist folgendes: Soweit für Zusammenführungen Bindeglieder benötigt werden, können dies auch Merkmale aus dem Gebiet der Zielgruppen-beschreibenden Variablen sein, die über die Sozio-Demographie hinausgehen, etwa in Richtung auf Basisstrukturdaten.

Angesichts dieser Informationsbedürfnis-Lage ist es sehr unwahrscheinlich, daß die bisherige "single-source"-Philosophie noch längere Zeit gültig bleiben kann. Daran werden auch die Versuche nichts ändern, die darauf hinauslaufen, - wie im Befragungs-Experiment - die bisherigen Medien-Informationen knapper einzusammeln oder Gedankengängen nachzugehen, die - wie von den Verlagen bereits praktiziert - auf eine Kombination mündlicher und schriftlicher Befragungen abzielen.

Schon die eben erwähnte Medien-Vielfalt schafft im Erhebungsprogramm Schwierigkeiten (wie nicht zuletzt die KONPRESS-Problematik lehrt). Die einzelnen Mediengruppen werden auf die Dauer nach einer mehr adäquaten Erhebungsform Umschau halten. Ein solches Bemühen führt zwangsläufig ebenso zu einer Aufspaltung der gesamten Erhebungsmenge wie die Ausweitung auf übrige Informationen, etwa Medienqualitäten und Strukturdaten.

Aus mehreren Gründen scheint daher die Entwicklung der AG-MA auf die Einrichtung einer Datenbank zuzusteuern. Diese würde die genannte adäquate Erhebungsform für einzelne Medienbereiche sichern und könnte zur Anreicherung mit Zusatzinformationen führen. Das würde in weitgehender Liberali-

sierung ein föderatives System von Erhebung und Auswertung für einzelne Mitglieder-Gruppen herbeiführen.

Die MA wäre eine Ansammlung von Bausteinen, die grundsätzlich als ein Ganzes allen zur Verfügung stehen, für praktische Zwecke aber in handlichen Portionen genutzt werden. Damit würde die Entwicklung auf eine Anreicherung von Informationen aus verschiedenen Untersuchungen zusteuern, die getrennt erhoben und dann zusammengeführt werden. Insofern wird eine solche Datenbank eher ein Potential darstellen - mit genügend vorbereiteten Datenteilen und technischen Vorkehrungen, um Zusammenführungen jederzeit zu erlauben.

Die Zusammenführungs-Verfahren, soweit sie jetzt schon existieren, werden sich diesen Erfordernissen anpassen müssen. Das gilt insbesondere für den Komplex der Bindeglieder. Das gilt aber vor allem auch für die Planung von Auswertungs-Bausteinen, von denen einige präformiert, sozusagen auf Vorrat erzeugt werden müßten.

Ein zuverlässiges Bevölkerungsmodell könnte Gegenstand von Forschung und Entwicklung werden, um dem Datenbank-System als Sockel eine weitgefächerte Datenbasis statistischer Art zur Verfügung zu stellen, damit darauf die Medien- und Zielgruppen-Informationen aufgesteckt werden können.

Und es gibt natürlich das Problem einer einheitlichen Währung, die aus so vielfältigen Prozeduren - trotz allem - hervorgehen soll.

Läßt sich das alles aus eigener Kraft bewältigen? Gibt es Hilfe von "draußen"?

Man mag sich fragen, wie die Mediaforschung anderwärts aussieht; ob es in anderen Ländern Wege der Insertionswertforschung gibt, die weiterführen und von denen zu lernen wäre. Die Antwort lautet: Wohin man sieht - in Europa und darüber hinaus - gibt es keine Alternative, die für sich ein größeres Maß an Gültigkeit in Anspruch nehmen könnte. Dazu liegen offensichtlich die Probleme zu dicht beieinander - und der ständige internationale Erfahrungsaustausch sorgt dafür, daß Erkenntnisse und Erfahrungen frühzeitig bekannt und weitergegeben werden, was zu einer schrittweisen, allmählichen Anpassung geführt hat. Die bestimmenden Impulse kommen - auch in anderen Ländern - immer wieder aus dem eigenen Problembereich, den Bedürfnissen der Praktiker im eigenen Lande.

Dabei sind die Forderungen an die AG.MA, ein praktisches Instrumentarium zur Verfügung zu stellen, eingebunden in finanzielle, organisatorische und rechtliche Bezüge, also selbstverständliche forschungsökonomische Zwänge.

Veränderungen werden nicht leichten Herzens durchzusetzen sein. Welche Motivationen politischer oder anderer Art die künftige Entwicklung der AG.MA auch immer bestimmen werden, gegenwärtig funktioniert das gute, alte, dampfgetriebene Modell, über das wir verfügen, noch.

Gerade das könnte die Skepsis erneut wachrufen. Und es bleibt - wenn schon der Blick in Nachbars Garten nicht viel bringt - die Frage, ob es nicht doch noch "andere Welten" gäbe, diesmal im Ausblick auf bislang nicht oder wenig beachtete Forschungsbereiche.

Wenn nämlich die Entwicklung der AG.MA in etwa in der gerade geschilderten Weise vorangeht, verbleibt man dennoch weiterhin in demselben System.

Das ist jedoch nicht zwingend notwendig. Die Medien-Landschaft kann sich (und wird sich wahrscheinlich) in den nächsten Jahren zumindest an einigen Stellen erheblich verändern. Es werden sich aber auch die Kenntnisse und Bedingungen ändern, Marktforschung zu betreiben, Daten zu erheben und auszuwerten.

Also sollte man zumindest überlegen, ob man sich dem angestrebten Ziel der "Insertionswert-Forschung" nicht - alternativ - auf total andere Weise nähern könnte, beispielsweise auf analytischem Wege.

Vielleicht ist es an der Zeit, auf einer höheren Stufe die Anfänge der Media-Selektion in den U.S.A. über Linear Programming, die damals so kläglich scheiterten, erneut aufzugreifen - vielleicht als nicht-lineare oder als dynamische Programmsysteme?

Oder man denkt einmal darüber nach, wie ein echtes Simulationsmodell aussehen würde (nicht nur als Fusion angelegt), was es leistet, wie es funktioniert, was es kostet.

Oder man denkt an eine völlige Vernetzung der AG.MA-Mitglieder mit dialoggesteuerten Auskunftsmöglichkeiten am Bildschirm bis hin zur Media-Selektion, eventuell doch noch bis zu einer tatsächlichen Optimierung.



Oder man denkt an Telefon-Umfragen, an Befragungen über Bildschirm oder an ähnliches.

Da gibt es sicher noch vieles andere, was bereits heute von den Verfahren, der Technik her machbar ist und nicht gleich als Utopie abgestempelt werden kann.

Also könnte es durchaus die AG.MA-Realität von morgen sein!

#### Quellen- und Anhangs-Verzeichnis

Die Quellen sind in der Reihenfolge ihres Zitats von ((6)) bis ((334)) aufgeführt.

Die 60 Anhänge sind durch A 1 bis A 60 gekennzeichnet.

	<u>Seite</u>
((6)) Anhang 1	543
((9)) Anhang 2	547
((10)) Anhang 3	550
((17)) Anhang 4	560
((23)) Anhang 5	561
((28)) Anhang 6	563
((40)) Anhang 7	564
((42)) Anhang 8	565
((43)) Anhang 9	569
((51)) Anhang 10	571
((54)) Anhang 11	572
((72)) Anhang 12	573
((75)) Anhang 13	574
((76)) Anhang 14	576
((84)) Anhang 15	578
((85)) Anhang 16	580
((86)) Anhang 17	584
((88)) Anhang 18	629
((94)) Anhang 19	632
((98)) Anhang 20	634
((101)) Anhang 21	635
((120)) Anhang 22	640
((126)) Anhang 23	645
((133)) Anhang 24	650
((151)) Anhang 25	652
((180)) Anhang 26	653
((184)) Anhang 27	660
((186)) Anhang 28	664
((218)) Anhang 29	668

((236))	Anhang 30	704
((237))	Anhang 31	709
((241))	Anhang 32	712
((26))	Anhang 33	719
((253))	Anhang 34	726
((256))	Anhang 35	732
((257))	Anhang 36	734
((258))	Anhang 37	737
((265))	Anhang 38	743
((272))	Anhang 39	745
((274))	Anhang 40	748
((278))	Anhang 41	758
((281))	Anhang 42	760
((284))	Anhang 43	761
((286))	Anhang 44	763
((287))	Anhang 45	766
((137))	Anhang 46	768
((159))	Anhang 47	776
((160))	Anhang 48	782
((280))	Anhang 49	784
((295))	Anhang 50	787
((297))	Anhang 51	794
((298))	Anhang 52	797
((308))	Anhang 53	809
((309))	Anhang 54	810
((317))	Anhang 55	811
((31))	Anhang 56	840
((318))	Anhang 57	844
((31))	Anhang 58	849
((332))	Anhang 59	856
((334))	Anhang 60	860

- ((1)) Klaus Jänich:  
"Topologie"  
Springer Verlag Berlin, Heidelberg, New York 1980
- ((2)) ARBEITSGEMEINSCHAFT LESERANALYSE E.V.:  
"AGLA-Methodenexperiment zur Fusion von Kaufkraftmerkmalen mit Media-Daten"  
durchgeführt von: INFRATEST, München, September 1968
- ((3)) Friedrich Wendt:  
"Die Stichprobe"  
aus: Berichtsband Vergleichende Übersichten der MA 72/1, Seite 322 - 327
- ((4)) Friedrich Wendt:  
"Darstellung eines Stichprobensystems und seiner Realisierung in der ADM-Stichprobe 1971"  
Hamburg 1971
- ((5)) Friedrich Wendt:  
"Bericht über die Bemühungen der ACLA zur Errichtung eines integrierten Stichprobensystems"  
aus: Methodenband der LA 71, Seite 20 - 22
- A 1 ((6)) "Das Modell des Feldeinsatzes für die MA 73"  
aus: Methodenband der MA 73, Seite 34 - 36
- 1/(67) ((7)) Hans-Erdmann Scheler / Friedrich Wendt:  
"Das Feldeinsatz-Modell der MA"  
Entwicklung, Experimente und Ausfall-Probleme  
ZV + ZV, Nr. 5/1977, Seite 203 - 211
- ((8)) "Das Redressement" im Artikel "Die Stichprobe", Punkt 6.  
in: Methodenband der MA 74, Seite 31 - 40
- A 2 ((9)) "DIVO-Grundstichprobe"  
Eine Ausarbeitung ohne Datum, die einer Besprechung am 29.5.1967 in  
Frankfurt/Main zugrunde lag.
- A 3 ((10)) "Statistische Anlage des von INFRATEST durchgeführten Teils der Leserana-  
lyse 1966/67"  
INFRATEST, München, 19.5.1967
- ((11)) Felix Schaefer:  
"Muster - Stichproben - Pläne"  
Hrsg.: Arbeitskreis Deutscher Marktforschungsinstitute ADM 1979
- ((12)) Friedrich Wendt:  
"Die verbesserte Neuauflage des AG-MA-Stichprobensystems"  
1979
- 1/(65)((13)) Friedrich Wendt:  
"Die Stichprobe" Nichts geht ohne Stichprobe  
Referat auf der MITGLIEDERVERSAMMLUNG der AG-MA am 14.9.1976

- ((14)) Friedrich Wendt:  
"Stichprobenvergleich der Leseranalyse 1966 der Arbeitsgemeinschaft Leseranalyse e.V., Essen"  
Hamburg, 26.4.1967
- ((15)) Elmo C. Wilson:  
"Adapting Probability Sampling to Western Europe"  
P.O.G., Sommer 1950, S. 215-223
- ((16)) "Die M + P Repräsentativ-Stichprobe für Haushalte und Personen in der BRD"  
Mummert & Partner GmbH. & Co., Essen, Okt. 1970
- 1 A 4 ((17)) Die Verteilung der Wahlbezirke der Bundestagswahl 1969 nach Anzahl Wahlberechtigten und Gemeindegrößenklassen nach Boustedt aus: Friedrich Wendt:  
"Darstellung des Stichprobensystems und seine Realisierung in der ADM-Stichprobe 1971", Anlage 8, 1971
- ((18)) INFRA TEST Medienforschung:  
"Experiment zur Entwicklung einer Methode für die Beschreibung der 'Infrastruktur' eines Sample-Points"  
Juni 1978
- ((19)) "Möglichkeiten und Probleme der Regionalisierung von Markt- und Mediendaten"  
SPEZIALISTENKONFERENZ in Berlin am 11.12.1972  
in: Methodenband MA 73, Seite 207 - 233
- ((20)) Dr. Eva-Maria Hess:  
"Regionalisierung von Markt- und Mediendaten"  
in: ZV + ZV, Nr. 52/53-1972, S. 2568 - 2569
- 1/(48)((21)) Hans-Erdmann Scheler:  
"Leserschaften von Tageszeitungen"  
Experiment für den Großraum München aus MA 74 und MA 75  
Präsentation eines AG-MA-Experimentes im Süddeutschen Verlag, München, am 25. Mai 1976
- 1/(33)((22)) AGLA:  
"Die Ermittlung der Lesetage pro Zeitschrift über den 'Leser gestern'  
Auswertungen aus der LA 62  
Nur für Mitglieder der AGLA, Juli 1962
- A 5 ((23)) Dr. Klaus Peter Landgrebe:  
"Zeitstichprobe, Antreffbarkeit, Ausfälle"  
in: Methodenband der LA 69, 2. Teil, S. 69/70
- 1/(66)((24)) Hans-Erdmann Scheler:  
"Erhebungsmodelle für die Medien in der MA"  
Anhang zum Protokoll der MITGLIEDERVERSAMMLUNG der AG-MA vom 14.9.1976 in Frankfurt/Main.
- ((25)) Friedrich Wendt:  
"Überlegungen zum Feldmodell der AG-MA für die TK-Sitzung am 10./11. Mai 1979"

- 1/(74)((26)) AG-MA:  
"Regeln für die Handhabung von Zusammenführungen von MA-Daten mit Daten anderer Herkunft"  
Fassung vom 6.11.1978
- ((27)) CONRING Team für Marktforschung, München:  
"Thema Ausfälle" - anhand der MA 73 -  
Niederschrift des Vortrages vom 5.3.1975  
vor der TECHNISCHEN KOMMISSION der AG-MA
- A 6 ((28)) "MA 76 - Genesis-tabelle"  
Alle Institute  
in: Methodenband MA 76, Seite 30
- ((29)) Günther Baltzer:  
"Über Schwierigkeiten bei der Darstellung von Untersuchungs-Ausschöpfungen"  
in: ZV + ZV, Nr. 35/36-1973, S. 1340-1342
- 1/(22)((30)) Wolfgang Schaefer:  
"Einige Bemerkungen zu Inhalt und Methoden der Zeitschriften-Leserschafts-Analysen von 1954 und 1955"  
Niederschrift des Vortrags, gehalten auf der  
"1. SPEZIALISTENKONFERENZ" am 7.12.1955 in Frankfurt/Main
- ((31)) Methodenband der MA 76 - Methodenbeschreibung  
V. Vorbereitung für die Berichterstattung  
B. Das Redressement, S. 9-18 (Friedrich Wendt)
- ((32)) Erich Ockelmann:  
"Das Redressement der Media-Analyse als analytische Korrektur der Feld-ergebnisse"  
Darstellung der Idee, der Methode, der Durchführung und der Kontrollen  
in: "Dokumentation 78" der MA 78
- ((33)) Erich Ockelmann:  
"Das Redressement der Media-Analyse als analytische Korrektur der Feld-ergebnisse"  
Darstellung der Idee, der Methode, der Durchführung und der Kontrollen  
+ Anhang zum Redressement: Diskrepanzen in der Altersklassifikation zwischen Amtlicher Statistik und MA 79 (Bureau Wendt)  
in: "Dokumentation 79" der MA 79
- ((34)) MDI / MARKT-DATEN-INSTITUT:  
"Methoden-Experiment 'Nicht erreichte Personen' "  
Mai 1973
- 1/(40)((35)) Friedrich Wendt:  
"Ausfälle - ein Stichprobenproblem der Marktforschung"  
in: "Mediaforschung in Deutschland"  
Festschrift für Ernst Braunschweig, S. 106 - 110
- ((36)) "BURDA-Typologie der Wünsche 1978 fusioniert mit MA 78"  
Band 20: Methode und Basiszahlen.  
Abschnitt "Zur Methode" (von Ingeborg Wendt-Maeder)

- ((37)) Tafeln zur Ermittlung der statistischen Signifikanz von Stichproben-Ergebnissen  
MMC, Frankfurt/Main, 1973  
(aus der Feder von Friedrich Wendt)
- I/(23)((38)) Dr. Hans Kellerer, ordentlicher Professor an der Universität München:  
"Gutachten zur Leseranalyse 1956"  
erstattet im Auftrage der Arbeitsgemeinschaft Leseranalyse, 31.10.1956
- ((39)) Unterschiede der Ergebnisse zwischen den Instituten bei der LA 71  
Methodenband der MA 72/I,  
Die Aktivitäten der TECHNISCHEN KOMMISSION, Seite 9-13
- A 7 ((40)) "Auszug aus den Auftragsbedingungen für die Durchführung der  
Leseranalyse 1958"  
veröffentlicht im Berichtsband der LA 58, S. 109
- ((41)) Dr. Klaus Peter Landgrebe:  
"Entwurf für allgemeine Interviewer-Hinweise zur MA 73"
- A 8 ((42)) "Ausschreibung MA 73"  
"Katalog der Ausfälle bei Adressen-Random"  
in: Methodenband MA 72/II, Seite 9 - 12,  
vom 15.6.1972
- A 9 ((43)) "Adressen-Protokoll zur MA 73"
- ((44)) "Bericht der TECHNISCHEN KOMMISSION zu den Ergebnisverschiebungen  
zwischen MA 74 und MA 73"  
Referat auf der MITGLIEDERVERSAMMLUNG der AG.MA am 12.9.1974  
in Berlin  
in: Methodenband MA 74, Seite 103 - 112
- ((45)) "Bericht über die Prüfung der Ergebnisse der MA 75" (Erbismühle)  
in: Methodenband MA 75, Seite 235 - 238
- ((46)) BDZV:  
"Die Zeitungsleser 1966 - Leseranalyse der deutschen Tageszeitungen"  
DIVO und INFRA TEST,  
Bad Godesberg 1966
- ((47)) "Überschneidungen mit anderen Werbeträgern, Anteile am Leser pro Nummer"  
- zur LA 61 -  
Sonderdruck - Nur für Mitglieder der ARBEITSGEMEINSCHAFT
- I/A 9(21) ((48)) Ergebnisse der Diskussion über die Leser-Analyse 1956  
Protokoll der "Besprechung unter Fachleuten"  
am 7.12.1955 in Frankfurt/Main (vom 14.12.55)  
mit "Empfehlungen zu einer neuen Leseranalyse 1956"
- I/(34)((49)) "Die Ermittlung des Lesers pro Nummer durch Fragen nach dem Zeitpunkt  
des letzten Lesevorgangs und durch Fragen nach dem Lesen im Erscheinungs-  
intervall"  
Eine vergleichende Methodenuntersuchung im Zusammenhang mit der LA 62  
DIVO im Auftrage der AGLA, Essen, Juli 1962

- ((50)) Codeplan MA 79
- A 10 ((51)) "Die Einstufung der Befragten in die sozialen Schichten",  
aus: LA 58, Seite 122
- ((52)) Gerhard Kleining und Harriet Moore:  
"Soziale Selbsteinstufung (SSE)"  
Ein Instrument zur Messung sozialer Schichten.  
In: Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie, 20. Jahrgang 1968,  
Heft 3, S. 502 - 552
- ((53)) INFRA TEST:  
Das INFRA TEST-Punktgruppenverfahren "Soziale Schichten"  
Methodenbeschreibung, München,  
Januar 1967
- A 11 ((54)) "Die Bestimmung von sozialen Schichten durch Punktgruppen-System"  
in: LA 68, Seite 38
- ((55)) "Soziale Schichten"  
in: Methodenband - 2. Lieferung -  
LA 69, Seite 98 - 113
- ((56)) "Die sympathische moderne Frau"  
- Eine Grundlagenstudie -  
Arbeitsgruppe für psychologische Marktanalysen, Nürnberg, und  
MAFO, Frankfurt/Main, 1963
- ((57)) "Lebenszyklen"  
in: Methodenband - 2. Lieferung -  
LA 69, Seite 114 und 120
- ((58)) ASK, Hamburg:  
"Die Möglichkeit, Leserschaften von Zeitschriften nach psychologischen  
Kriterien zu differenzieren"  
AGLA, Essen, September 1967
- ((59)) Sondertabelle: "Typisierung der Leserschaften nach einigen psychologischen  
Grunddispositionen (Argumentations-Typen)"  
LA 68, Mitgliederband, Seite 170
- ((60)) Dr. Klaus Peter Landgrebe:  
"Sammlung von Frageformulierungen als Vorstufe einer Grundlagenstudie  
zur Prüfung der Aussagefähigkeit personenbeschreibender Merkmale in der  
empirischen Sozialforschung"  
München, 11.3.74
- ((61)) Friedrich Wendt:  
"Exposé über ein Projekt der AG.MA zur Festlegung bestimmter Personen-  
und Haushaltsmerkmale"  
Hamburg, 2.11.1974
- ((62)) Andreas Winkler:  
"GfK-Demotypen" Vom geographischen Merkmal zum soziographischen Typ.  
Neue Wege der Nutzung demographischer Merkmale.  
Nürnberg, 1975

- ((63)) Bureau Wendt:  
"Verdichtung sozio-demographischer Merkmale"  
Dargestellt am Beispiel der BURDA-Demotypologie.  
AG.MA Patronatsedition 2.  
Hamburg-Puidoux, April 1977
- ((64)) "Dokumentation MA 77" und  
"Verdichtung sozio-demographischer Merkmale" -  
ein Nachtrag zum Übergang von den BURDA-Demotypen zu den MA-Demotypen 77;  
beides herausgegeben von der AG.MA/MMC als Einlagen zur MA 77
- ((65)) "Basisdaten 78"  
herausgegeben von der AG.MA/MMC als Einlage zur MA 78
- 1/(71)((66)) Friedrich Wendt:  
"Verdichtung vorhandener Daten. Gruppierung von personenbeschreibenden  
Merkmalen zu Demotypen."  
Referat No. 3, Protokoll der 90. MITGLIEDERVERSAMMLUNG der AG.MA  
vom 17.3.1977
- ((67)) Codeplan MA 77, Seite 8
- ((68)) Codeplan MA 78, Seite 4 - 5
- ((69)) Codeplan MA 79, Seite 6 - 7
- ((70)) Olaf Boustedt:  
"Die Stadtregionen in der BRD"  
Forschungsbericht der Akademie für Raumforschung und Landesplanung.  
Walter Dorn-Verlag, Bremen, 1960
- ((71)) "Einfluß der Verstädterungszonen auf den LpN"  
Mitgliederband der LA 67  
Seite 186, Tabelle 79
- A 12 ((72)) "Die Berichtigung der politischen Wohnortgrößen bei 'Verstädterungszonen' "  
Die Zeitschriftenleser 64  
AGLA, Essen-Heidhausen 1964/65, Seite 169
- ((73)) Forschungs- und Sitzungsberichte der Akademie für Raumforschung und  
Landesplanung:  
"Die Entwicklung der Bevölkerung in den Stadtregionen"  
Gebrüder Jänicke Verlag, Hannover, 1963
- ((74)) Veröffentlichungen der Akademie für Raumforschung und Landesplanung:  
"Stadtregionen in der BRD 1970"  
Hermann Schroedel Verlag, Hannover, 1975  
(mit "Gemeindetabellen")
- A 13 ((75)) "Anmerkungen zur Methode und Durchführung der Zeitschriftenleser-Analyse  
1956"  
aus: LA 56, Punkt 8, Seite 5 - 6

- A 14 1/(50)((76)) Rolf Messow:  
"Die Erhebung von Konsumdaten in der MA"  
Referat auf der SPEZIALISTENKONFERENZ der AG.MA/MMC am 27.1.1972  
in: Methodenband der MA 72/1, Seite 13 - 14
- 1/(51)((77)) Peter Beike:  
"Verbesserung der Personenmerkmale"  
Methodenband der MA 74, Seite 233 - 271
- 1/A 19(64) ((78)) Dr. Otmar Ernst:  
"Perspektiven der AG.MA in ihrem 3. Jahrzehnt"  
Referat als Anlage zum Protokoll  
der ordentlichen MITGLIEDERVERSAMMLUNG vom 16.6.1975
- 1/(83)((79)) Hans-Erdmann Scheler:  
"Basisstrukturdaten für produktspezifische Zielgruppenmerkmale"  
Referat als Anlage zum Protokoll der 90. MITGLIEDERVERSAMMLUNG  
der AG.MA vom 17.3.77
- 1/A 7(15) ((80)) Fragebogen der ersten Leseranalyse AGLA  
von März - Mai 1954
- 1/20 ((81)) AXEL SPRINGER:  
"Eine Leserschaftsuntersuchung"  
DIVO, Frankfurt/Main, 1955
- ((82)) Bericht des Kontroll-Ausschusses der AGLA zur Marktuntersuchung 1956  
- mit Anlagen - ohne Datum.  
Im ARBEITSAUSSCHUSS ziemlich kontrovers besprochen  
am 13.6.1956 und 27.7.1956.
- 1/A 10(24) ((83)) Dr. Ernst Braunschweig:  
"Methodische und organisatorische Erfahrungen aus der LA 56"  
Anlage zum Protokoll der MITGLIEDERVERSAMMLUNG  
vom 3.12.1956
- A 15 ((84)) Auszug aus dem Sitzungsprotokoll des ARBEITSAUSSCHUSSES  
vom 9.1.57 zu Punkt 1, 2, 3 und 5 der Agenda
- A 16 ((85)) Brief von Wolfgang Schaefer an die Beirats-Mitglieder  
vom 11.1.1957
- A 17 ((86)) AGLA - Marktforschungsbeitrag:  
"Vorläufiger Bericht" (Stand 1.4.1957)  
vom 21.3.1957
- 1/(27)((87)) Dr. Klaus Peter Landgrebe:  
"Erinnerungshilfen in der Leserschaftsforschung"  
Material aus dem Archiv der ARBEITSGEMEINSCHAFT LESERANALYSE e.V.  
Baierbrunn, im Frühjahr 1972
- A 18 ((88)) AGLA GESCHÄFTSFÜHRENDER AUSSCHUSS:  
den Herren des BEIRATS als Einladung,  
den Herren des ARBEITSAUSSCHUSSES zur Kenntnis.  
Essen, 29.4.1957

- ((89)) DIVO:  
Ergebnisse zur Testreihe "Aided Recall"  
August 1957
- ((90)) DIVO:  
Ergebnisse zur Testreihe "Aided Recall" I. Teil  
in: AG.MA Schriften Band 2, Seite 29 - 35
- ((91)) Wolfgang Metzger:  
"Ein Versuch über Titelformen als Mittel der Gedächtnishilfe bei Leseranlysen"  
vorgelegt am: 2.11.1957  
in: AG.MA Schriften Band 2, Seite 36 - 47
- ((92)) Carl Gabler Werbe GmbH, Abteilung Marktforschung:  
"Ausarbeitung über die Darstellungsmöglichkeiten der Fehlergrenzen für  
die LA 58"  
München, 2.9.1957 (aus der Feder von Erich Ockelmann)
- I/A 11(25) ((93)) ARBEITSGEMEINSCHAFT LESERANALYSE e.V.  
Marktforschungsbeirat  
Abschließender Bericht ohne Datum  
(es handelt sich um den 3.10.1958)
- A 19 ((94)) "Die Erhebungsmethode LA 58"  
Die Zeitschriftenleser 1958  
AGLA, Essen, Seite 112 - 113
- ((95)) Dr. Manfred Koch:  
Psychologische Aspekte zur LA 58:  
"Titelformen als Erinnerungshilfen"  
in: Die Zeitschriftenleser 1958,  
AGLA, Essen, Seite 118 - 119
- I/(28) ((96)) Friedrich Wendt:  
"Die Kaufkraft der Zeitschriftenleser"  
in: DIE ANZEIGE, März 1957, Seite 145 - 152
- I/(29) ((97)) H. Wagner:  
"Die Bildung sozialökonomischer Kaufkraftgruppen"  
Sonderauswertung von Umfrage-Material der DIVO,  
Frankfurt/Main, durchgeführt im Auftrag der  
AGLA, Essen, 15.3.1959
- A 20 ((98)) Dr. Ernst Braunschweig:  
Brief an die DIVO zur Auftragserteilung vom 24.8.1959
- I/A 12(30) ((99)) "Die Erhebungsmethode LA 60"  
aus: Die Zeitschriftenleser 1960  
AGLA, Essen, Seite 102
- ((100)) DIVO:  
"Bemerkungen zur Altersgruppierung in der LA für Zeitschriften"  
Frankfurt/Main, 21.10.1960
- A 21 ((101)) Ergebnisse der ersten gemeinsamen Sitzung des BEIRATS  
am 13.3.1961 in Frankfurt/Main

- I/A 14(33)((102)) AGLA, Essen:  
"Die Ermittlung der Lesetage pro Zeitschrift über den "Leser gestern" "  
Auswertungen aus der LA 62  
Nur für Mitglieder der ARBEITSGEMEINSCHAFT, Juli 1962
- I/(34)((103)) "Die Ermittlung des Lesers pro Nummer durch Fragen nach dem Zeitpunkt  
des letzten Lesevorgangs und durch Fragen nach dem Lesen im Erscheinungs-  
intervall"  
Eine vergleichende Methodenuntersuchung im Zusammenhang mit der LA 62  
DIVO im Auftrage der AGLA, Essen, Juli 1962
- ((104)) "Die Bestimmung von Netto-Reichweiten für Zeitschriften-Kombinationen  
ohne Auszählungen aus Lochkarten"  
Beschreibung einer Näherungslösung von  
W. Kuhn, DIVO, Frankfurt/Main  
AGLA, Essen, Mai 1962
- ((105)) "Quantitative und qualitative Untersuchungen zur Überprüfung der in der  
LA benutzten Fragestellung zur Leserermittlung und der Gedächtnishilfen"  
AGLA, Essen, September 1963
- I/A 13(32)((106)) Dr. Theodor Harder:  
"Überlegungen zur Leserschaftsforschung der LA"  
Arbeitspapier des LESERKATEGORIEN-Ausschusses,  
München, 30.11.1961
- ((107)) Untersuchungen zur Fortentwicklung der LA  
1. Ergebnisse einer Umfrage bei Empfängern der LA 63  
2. Ergebnisse einer Voruntersuchung zum Problem der Erinnerungshilfen bei  
Leseranlysen  
AGLA, Essen, Juli 1964
- I/(31)((108)) Psychologisches Institut der Universität Hamburg/  
Professor Dr. Peter R. Hofstätter:  
"Projekt Aided Recall"  
Bericht über eine Voruntersuchung zum Problem der Erinnerungshilfen bei  
Leseranlysen  
Gutachten - erstattet für die AGLA, Essen  
Hamburg, im Januar 1964
- I/(35)((109)) Lester R. Frankel:  
"Mass Media - The Process of Communication"  
I.M.F.-Kongreß Hamburg, 22.10.1963
- ((110)) INFORMARKT:  
"Bericht über eine Untersuchung, wie sich die Reichweite einer Reihe ausge-  
wählter Zeitschriften vergrößert, wenn man berücksichtigt, daß der Leser-  
kreis von Nummer zu Nummer anwächst"  
2.7.1964
- I/(36)((111)) Dr. Hess - Dr. Steiner / DIVO, Frankfurt/Main:  
"Zur Bestimmung von kumulativen Leserschaften" 1964
- ((112)) Friedrich Wendt:  
"Exposé zum Thema Kumulation"  
Hamburg, 17.11.1964

- ((113)) Probleme der Rotation  
Eine Ausarbeitung von Dr. E. Braunschweig,  
Essen, vom 5.12.1964
- 1/(92)((114)) Abschlußbericht LESERKATEGORIEN-Ausschuß (22.12.64)  
Anlage zum Februar-Rundbrief der AGLA 1965
- ((115)) AGLA Sonderdruck nur für Mitglieder  
Zusätzliche Tabellen zur LA 65:  
Lesetage . Beurteilung anderer Medien . Lesehäufigkeiten  
Essen, 1965
- ((116)) Dr. Ernst Braunschweig:  
"Über die Anwendung der Akkumulation"  
in: DIE ANZEIGE, Heft 1/66, Seite 40 - 41
- 1/(38)((117)) "Methodenexperimente zur Kumulation und zum Leser pro Nummer"  
durchgeführt von den Instituten DIVO und INFRA TEST,  
AGLA, November 1966
- 1/(39)((118)) INFRA TEST:  
"Untersuchung zur LA-Frage nach der Leser-Blatt-Bindung"  
November 1966
- ((119)) LA 66, Berichtsband, Seite 6
- A 22 ((120)) DIVO:  
"Technisches Vorgehen bei der Simulation der Ergebnisse von zwei  
Befragten Gruppen"  
Anlage 1 zum Protokoll der SPEZIALISTENKONFERENZ vom 19.10.1966
- ((121)) INFRA TEST: Vorschlag zur Durchführung eines Fusionsprogramms.  
Protokoll zu einem Referat von Wolfgang Ernst auf der SPEZIALISTENKON-  
FERENZ der AGLA in  
Frankfurt/Main am 27.7.1967
- ((122)) Friedrich Wendt:  
"Kumulation 1965"  
Eine Übersicht über die bis dahin in der BRD durchgeführten 5 Kumulations-  
Untersuchungen - in Vorbereitung für das W+V-Forum am  
28.1.1966 in München
- ((123)) LA 67 - Ergänzungen zur Kumulation der Reichweiten und Kontakte,  
AGLA, Essen, 1967/68
- ((124)) DIVO:  
"DIVO Punktgruppenverfahren", Februar 1967
- ((125)) ASK, Hamburg:  
"Der Einfluß unterschiedlicher Aided Recall-Versionen bei den Erhebungen  
der Leseranalyse"  
1966/67
- A 23 ((126)) Dr. Klaus Peter Landgrebe:  
"Auswirkungen der Justierung an den Angaben zur Lesehäufigkeit auf die  
Überschneidungen zwischen jeweils zwei Leserschaften"  
SPEZIALISTENKONFERENZ der AGLA, 17.10.1967

- ((127)) AGLA:  
"LA 68 - Entfernungsmaße, Ähnlichkeitsmaße, sukzessive Schwerpunktsbe-  
stimmungen"  
Oktober 1968
- ((128)) "Mediaselktionsprogramme"  
Referate gehalten anlässlich des GWA-Seminars am  
8. und 9. April 1968 in Frankfurt/Main
- ((129)) Die GfK-Skalen  
Methodenband LA 69, 1. Teil, Seite 135 - 189 und  
die GfK-Skalen in der LA 69  
Methodenband LA 69, 2. Teil, Seite 5 - 68
- ((130)) "Die Bestimmung von Zielgruppen - speziell Leserschaften nach psycholo-  
gischen Kriterien (Mit Beispielen aus dem Konsumbereich)"  
Eine Grundlagenuntersuchung der ASK, Hamburg-Altona  
AGLA, Essen, Oktober 1968
- 1/A 17(42)((131)) Dr. Otmar Ernst:  
"Leseranalyse - Sicher in die 70er Jahre?"  
Zukunftsaspekte der Mediaplanung  
in: DIE WELT vom 8.9.1969
- 1/A 16(41)((132)) Dr. Klaus Peter Landgrebe:  
"Vorschau auf die LA 69 und LA 70"  
Anlage zum Protokoll der MITGLIEDERVERSAMMLUNG  
der AGLA am 30.10.1968
- A 24 ((133)) Dr. Klaus Peter Landgrebe:  
"Ein neues Modell für die Media-Forschung"  
15.1.1968
- 1/(40)((134)) "Media-Forschung in Deutschland"  
Festschrift für Ernst Braunschweig  
ARBEITSGEMEINSCHAFT LESERANALYSE e.V.  
Schriften Band 1, MMC GmbH.  
Baierbrunn 1968
- ((135)) ZAW-Rahmenschema für Werbeträgeranalysen von Massenmedien  
Bad Godesberg, Februar 1968
- ((136)) ZAW-Rahmenschema für Werbeträgeranalysen von Fachzeitschriften  
Bonn-Bad Godesberg, 1970
- ((137)) Friedrich Wendt:  
Darstellung der Auswertungsprinzipien und -Techniken der LA 69,  
in: Methodenband LA 69, 1. Teil, S. 126 - 133
- 1/(43)((138)) WOLFGANG SCHAEFER MARKTFORSCHUNG:  
Gutachten für die AGLA  
Teil I LA 69
- 1/(44)((139)) DELTA Marketingforschung:  
Leseranalyse 1969  
Gutachten 1. Teil, 27.5.1969

- ((140)) Methodenband LA 69, 1. Teil  
Seite 6 - 10
- ((141)) DELTA Marketingforschung, Konstanz:  
LA 70 Gutachten II. Teil  
vom 4.8.1969  
Befragungsinstrument LA 70 - Vorschläge  
vorgelegt von der DELTA Marketingforschung, Konstanz,  
vom 28.8.1969  
(das erste noch im Nachgang zum 1. Gutachten; das zweite in Erfüllung der  
Bitte um Vorschläge für die LA 70)
- ((142)) Wolfgang Schaefer, Hamburg:  
Gutachten für die AGLA Teil II Empfehlungen zur LA 70  
vom 20.8.1969 mit Brief von Wolfgang Schaefer an die  
AGLA vom 3.9.1969
- ((143)) INSTITUT FÜR DEMOSKOPIE, Allensbach:  
Vorschlag zur LA 1970, 4.9.1969
- ((144)) CONTEST:  
Das Befragungsmodell der Leseranalyse  
Überlegungen und Vorschläge, Frankfurt/Main ohne Datum
- ((145)) INFRA TEST:  
Vorschlag zur Leseranalyse der 70er Jahre  
1. Teil: Modellvorstellung, August 1969  
2. Teil: Methodenvorschläge, September 1969
- ((146)) MEDIA-MARKT-ANALYSEN:  
LA 70 Befragungsmodell, Frankfurt/Main 30.8.1969
- 1/((45))((147)) Zusammenfassung der 6 Institutsvorschläge zur LA 70  
vorgetragen am 9.9.69 auf der SPEZIALISTENKONFERENZ, Berlin,  
in: Methodenband der LA 70, Teil 1, Seite 12-17
- ((148)) IfD:  
"Experimente zur Leserschaftsforschung 1968"  
Dokumentation, 10.2.1969
- ((149)) Dr. Otmar Ernst:  
Bericht der TK über ihre Arbeit am Befragungsmodell der LA 70  
vom 17.9. - 14.10.1969  
erstattet am 15.10.1969 auf der SPEZIALISTENKONFERENZ  
in Stuttgart  
in: Methodenband der LA 70, Teil 1, Seite 18 - 22
- ((150)) Dr. Klaus Peter Landgrebe:  
"Fragen nach der Lesehäufigkeit und nach dem letzten Lesen - oder  
Vom Januskopf der Leserschaftsforschung"  
in: Methodenband der LA 70, Teil 1, S. 6 - 10
- A 25 ((151)) AGLA - An alle Mitglieder der SPEZIALISTENKONFERENZ und des  
ARBEITSAUSSCHUSSES vom 26.11.1969 betr. "Ex 70"  
in: Methodenband der LA 70, Teil 1, Seite 23
- ((152)) Überprüfung der Erhebungsinstrumente für die Ermittlung der Lesehäufigkeit  
Untersuchungsvorschlag der MMA vom 24.7.1970  
in: Methodenband LA 71, Seite 116 - 136  
Vorschlag für die Überprüfung und Weiterentwicklung der Lesefrequenz-  
Skalen  
Teil 1: Grundsätzliche Ausführungen, Juli 1970  
Teil 2: Vorschläge zum Heft-"Ausdünnen", 25.8.70  
Teil 3: Weitere Überlegungen zur Heftvorlage als Gedächtnisstütze,  
Oktober 1970  
von Wolfgang Schaefer  
in: Methodenband LA 71, Seite 137 - 146  
Methodenproblem der Zeitschriftenleserforschung  
Die Ermittlung der Lesehäufigkeit (I) 31.7.1970  
Die Ermittlung der Lesehäufigkeit (II) 21.10.1970  
INSTITUT FÜR DEMOSKOPIE ALLENSBACH  
in: Methodenband LA 71, Seite 146 - 164
- ((153)) IMMA - INFRA TEST-Multi-Media-Analyse  
Januar 1970
- ((154)) Gerhard Zacharias, München:  
"Basisfutter für Marketingmodelle"  
in: ZV + ZV, Heft 23 - 24/1971, Seite 1078 - 1081
- ((155)) Dr. Ernst Braunschweig:  
"Die Bewertung der Ergebnisse IMMA/LA 70"  
Gutachten für die AGLA  
Velbert, Oktober 1970
- ((156)) Stellungnahme der TECHNISCHEN KOMMISSION zum Gutachten für die  
AGLA von Dr. E. Braunschweig  
(Die Bewertung der Ergebnisse IMMA/LA 70)  
vom 15.1.1971 (TK-Sitzung)  
in: Methodenband LA 71, Seite 7 - 9
- ((157)) Friedrich Wendt:  
"Analyse der Diskrepanz zwischen LpN und K<sub>1</sub>"  
Hamburg, 8.1.1971  
mit Kurzfassung vom 2.2.1971
- ((158)) Friedrich Wendt:  
"Überlegungen und Experimente zur Begründung des Eichungsverfahrens der  
LA 71"  
Methodenband LA 71, Seite 59 - 67 und 110 - 114,  
mit Tabellen für die 150 Segmentationen der LA 71, Seite 68 - 109
- ((159)) Friedrich Wendt:  
"Prinzipien und Techniken der Auswertung"  
Erweiterungen des Konzepts  
in: Methodenband der LA 70, 2. Teil, Seite 137 - 139
- ((160)) Friedrich Wendt:  
"Weitere Techniken und Prinzipien der Auswertung"  
in: Berichtsband "Vergleichende Übersichten" der  
LA 70, Seite 215 - 216



- I/(54)((161)) Karl-Friedrich Flockenhaus:  
"Exposé zur Fusion von Repräsentativ-Befragungen"  
Erstellt im Auftrag des ARBEITSAUSSCHUSSES der AGLA und in  
Zusammenarbeit mit der FUSIONSKOMMISSION  
Februar 1970
- ((162)) Friedrich Wendt:  
"Kurzbeschreibung eines Fusionsprogramms, das auf den bisherigen Erfahrun-  
gen der Fusionierung aufbaut"  
Januar 1970
- ((163)) INTERLOGIC / Karl-Friedrich Flockenhaus:  
"Experiment zur Bewertung von Distanzmaßen und Techniken der Daten-Vor-  
sortierung für die Fusion von Befragungen"  
Erstellt im Auftrage der AGLA, November 1970
- ((164)) Friedrich Wendt:  
"Bericht über das Fusionsexperiment"  
Januar 1971
- ((165)) Friedrich Wendt:  
"Darstellung der letzten Phase des Fusionsexperiments der AG.MA"  
Januar 1972
- ((166)) Dr. Klaus P. Landgrebe:  
"Verfahrenstechniken bei vergleichenden Untersuchungen der Markt- und  
Media-Forschung"  
Vortrag auf der SPEZIALISTENKONFERENZ der AGLA  
vom 26.1.1971
- ((167)) "Sozio-kommunikative Schichten"  
in: Methodenband LA 71, Seite 165 - 169
- I/(62)((168)) "Auswertungskonventionen"  
Protokoll der Sitzung der TECHNISCHEN KOMMISSION  
am 17.3.1971 in München  
in: Methodenband LA 71, Seite 10 - 12
- I/(63)((169)) Dr. Otmar Ernst:  
"Auswertungskonventionen AG.MA"  
Referat auf der SPEZIALISTENKONFERENZ am 27.1.1972  
in: Methodenband MA 72/I, Seite 15 - 19
- I/(64)((170)) TECHNISCHE KOMMISSION:  
"Prioritätenliste der Forschungsvorhaben"  
Frankfurt/Main, 30.9.1971  
in: Methodenband der LA 71, Seite 12 - 14
- ((171)) Dr. Klaus Peter Landgrebe:  
"Verfahren zur Erhebung der Heftnutzung", 1.4.1971
- ((172)) Dr. Klaus Peter Landgrebe:  
"Vorschlag für eine neuartige Untersuchung zum Thema KKK"  
(hier nicht als Kauf-Kraft-Kennzeichen verstanden, sondern als  
Kommunikations-Kanal-Kapazität), 27.4.1971
- I/(53)((173)) Gemeinsames Kommuniqué:  
"Sind personenidentische Media- und Konsumdaten wirklich besser für die  
Mediaplanung?"  
Düsseldorf, den 23.8.1972
- ((174)) Peter Beike:  
"Erhebung von weiteren statistischen Daten über die Befragten"  
in: Methodenband MA 72/I, Seite 19 - 20
- I/(51)((175)) Peter Beike:  
"Personenmerkmale in der MA"  
Analyse und Empfehlungen, Heusenstamm, 31.7.1972  
in: Methodenband der MA 74, Seite 233 - 271
- I/(52)((176)) "Die Verbesserung der Statistik in der MA 74"  
in: Methodenband der MA 73, Seite 9
- ((177)) Media-Analyse AG.MA - MMC 1972  
Berichtsband Regional  
- Vergleichende Übersichten - Gesamt  
- Vergleichende Übersichten - Männer, Frauen
- ((178)) "Die Erhebung von Einzeldaten für Zeitungen"  
in: Methodenband MA 72/I, Seite 113 - 120
- ((179)) "Eichungsmöglichkeiten des Plakatanschlags"  
"Eichungsmöglichkeiten für RTV"  
in: Methodenband MA 72/II, Seite 8
- A 26 ((180)) Dr. Klaus Peter Landgrebe:  
"Die Erhebung von Hörfunk und Fernsehen in der Media-Analyse"  
8.12.1972
- ((181)) "Regionalisierung der MA-Daten"  
Neueingliederung eines Informationssystems  
in: Methodenband der MA 73, Seite 207 - 233
- ((182)) TECHNISCHE KOMMISSION:  
"Forschungsplan 1973/74"  
in: Methodenband der MA 73, Seite 10 - 13
- I/A 18(60)((183)) "Mittel- und langfristige Forschungsprobleme der AG.MA"  
Ergebnisse von Diskussionen in der TECHNISCHEN KOMMISSION  
15.1.1974
- A 27 ((184)) "Forschungsprogramm der AG.MA"  
Auszug aus dem Protokoll der Sitzung des  
ARBEITSAUSSCHUSSES vom 5.9.1973
- ((185)) "Verbesserung der Fernseh- und Funkabfrage"  
in: Methodenband der MA 73, Seite 7 - 9
- A 28 ((186)) "Kurzbericht Fernseh- und Funkexperimente sowie Überlegungen für ein  
mögliches weiteres Vorgehen"  
(ohne Verfasser-Angabe)  
April 1973

- ((187)) "Methodenexperiment zur MA 74 für Hörfunk und Fernsehen"  
in: Methodenband der MA 73, Seite 179 - 205
- ((188)) AG.MA:  
"Prüfbericht über den Vergleich von Ergebnissen zum Hörfunk-Verhalten  
in LA 71 und ZAW-Werbefunkhöreranalyse 71"  
(aus der Feder von Hans-Erdmann Scheler)  
15.11.1973
- ((189)) WOLFGANG SCHAEFER MARKTFORSCHUNG:  
"Vorschläge für Grundlagen-Untersuchungen für eine Hörfunk- und  
Fernseh-Analyse"  
1974
- ((190)) "Erhebungsmöglichkeiten des Plakatanschlags"  
in: Methodenband MA 72/II, Seite 8
- ((191)) Dr. Klaus P. Landgrebe:  
"Die Erhebung des Zeitschriftenlesens durch einmalige Interviewerbefragung  
(AG.MA) und durch mehrmalige schriftliche Befragung im Panel (G + I)"  
Versuch einer methodischen Synopsis aus den 1973 benutzten Erhebungs-  
instrumenten
- ((192)) IfJ/Institut für Jugendforschung und CONRING, München:  
"Ergebnisse der Entwicklungsarbeiten zur Neugestaltung des MA-Fragebogens"  
- ohne Datum
- ((193)) CONTEST, Frankfurt/Main:  
"Neugestaltung des MA-Fragebogens"  
Bericht über Entwicklungsarbeiten  
28. Februar 1974 (nachgeliefert)
- ((194)) Dr. Klaus P. Landgrebe:  
"Soziale Schichten und Lebensphasen"  
Vorschläge zur Verbesserung der Aussagekraft demographischer Merkmale  
10.8.1973
- ((195)) Dr. Klaus P. Landgrebe:  
"Media-Forschung in Europa"  
Niederschrift des Vortrages vom 28.6.1973
- 1/(88)((196)) Dr. Klaus P. Landgrebe:  
"Media-Forschung in Europa"  
AG.MA Patronats-Editionen I  
MMC, 1973
- ((197)) "Die Ermittlung von Werbeträgerkontakten in der MA"  
Die gehaltenen Referate auf der SPEZIALISTENKONFERENZ  
am 6.3.1974 in Berlin  
in: Methodenband der MA 74, Seite 273 - 306
- 1/(96)((198)) Hans-Erdmann Scheler:  
"Vom Leser pro Nummer zur Nutzungswahrscheinlichkeit"  
Referat auf der SPEZIALISTENKONFERENZ der  
AG.MA am 6.3.1974 in Berlin

- 1/(14)((199)) Friedrich Wendt:  
"20 Jahre ARBEITSGEMEINSCHAFT"  
Eine Chronik von Planungsfortschritt und Methodenentwicklung  
Vortrag gehalten auf der MITGLIEDERVERSAMMLUNG DER  
AG.MA am 12.9.1974 in Berlin
- ((200)) "Pre-Test zur Fassung der Fragebogenteile  
Fernsehen und Hörfunk in MA 75"  
in: Methodenband der MA 74, Seite 307 - 311
- ((201)) Sonderbericht Fernsehen, Hörfunk, Tageszeitungen  
Methodenband MA 74
- 1/(61)((202)) Drs. Jan Noordhoff:  
"Ermittlung von Seitenkontakten",  
eine Dokumentation, Januar 1975  
AG.MA Schriften Band 4, MMC, Frankfurt/Main 1976
- ((203)) Dr. Klaus Peter Landgrebe:  
"Sammlung von Frageformulierungen"  
(2. überarbeitete Fassung von (59) ohne Datum)
- 1/(79)((204)) "Bericht über die Ergebnisse eines Experten-Ratings zu einer Sammlung von  
Frageformulierungen als Vorstufe einer Grundlagenstudie zur Prüfung der  
Aussagefähigkeit personenbeschreibender Merkmale in der empirischen Sozial-  
forschung"  
Frankfurt/Main, Dezember 1975
- ((205)) Friedrich Wendt:  
"Exposé über ein Projekt der AG.MA zur Festlegung bestimmter Personen-  
und Haushaltsmerkmale", 2.11.1974  
und  
"Erster Entwurf einer Kalkulation der ersten Stufe eines Projekts mit dem  
Arbeitstitel "Lebenszyklus"  
10.2.1975
- ((206)) Dr. Klaus P. Landgrebe:  
"Mediaforschung und Mediaplanung. Handbuch für den praktischen Umgang  
mit der Media-Analyse."  
1.5.1974
- ((207)) INFAL, Kronberg:  
"Theorie und Praxis der Programmierten Unterweisung und der Tonbildschau  
als Vorstufe einer Schulkonzeption im Auftrage der AG.MA"  
ohne Datum
- ((208)) Dr. Klaus P. Landgrebe:  
"Möglichkeiten des Leistungsvergleichs zwischen Instituten, die mit der Durch-  
führung der MA betraut waren"
- ((209)) "Kriterien zur Beurteilung der Institute"  
in: Methodenband der MA 75, Seite 14
- ((210)) "Zeitungen: Abfragemodell und Auswertungsmodalitäten"  
in: Methodenband der MA 74, Seite 8 - 9

- (211) "Die Erhebung von Einzeldaten für Zeitungen"  
in: Methodenband der MA 74, Seite 113 - 116
- (212) Dr. Klaus Peter Landgrebe:  
"Hörfunk - Fernsehen: Veränderungen im Fragebogen"  
12.5.1975
- (213) Dr. Klaus Peter Landgrebe:  
"Die Änderungen in der Abfrage von Fernsehen und Hörfunk und ihre Auswirkungen auf die Ergebnisse, dargestellt für den Zeitraum von 1970 bis 1975"  
27.10.1975  
in: Methodenband der MA 75, Seite 211 - 233
- I/(57)((214) Dr. Klaus Peter Landgrebe:  
"Titelkarten : Tagesablauf. Erstaunliches und Anregendes aus der Mediaforschung in Europa", 3.6.1975  
vorgetragen auf der MITGLIEDERVERSAMMLUNG der AG.MA  
am 16.6.1975
- (215) Dr. Klaus Peter Landgrebe:  
"Entwicklung eines vereinfachten Verfahrens zur Erhebung von Pressemedien in der MA"  
24.11.1975
- (216) Dr. Klaus Peter Landgrebe:  
"Titelkarten-Reichweiten und Originalheft-Reichweiten"  
Ein Vergleich der Probleme bei der Erhebung der Leserschaften im Erscheinungsintervall mit abstrakten Identifikationshilfen (Titelkarten) und der Leserschaften einer durchschnittlichen Ausgabe mit konkreten Erinnerungshilfen (Originalhefte)  
10.8.1975
- I/A 19(64)((217) Dr. Otmar Ernst:  
"Perspektiven der AG.MA in ihrem 3. Jahrzehnt"  
Vortrag gehalten auf der MITGLIEDERVERSAMMLUNG  
der AG.MA am 16.6.1975
- A 29 ((218) Dr. Otmar Ernst:  
"Die AG.MA im Jahre 1975  
Bestandsaufnahme - Analyse - Hypothesen"  
2.2.1975
- (219) "Probleme der Erhebung und Ausweisung von Fernseh- und Hörfunkdaten"  
in: AG.MA Methodenband der MA 75, Seite 7 - 12
- (220) VIP 4 : Zählungen im Auftrage der MMC zur MA 76  
Belegungen, Reichweiten und Kontakte  
19.8.1976
- (221) "Reichweiten-Veränderungen in der MA"  
AG.MA Themen 3/76, Seite 2  
Dezember 1976
- I/(72)((222) Friedrich Wendt:  
"Gutachten zur Anpassung von Mediendaten anderer Untersuchungen an die MA-Werte"  
Hamburg, Juli 1976
- ((223)) Ingeborg Wendt-Maeder:  
"Fusionen und Angleichungen in Europa"  
Eine Zusammenstellung für den  
ZUKUNFTSAUSSCHUSS der AG.MA, Mai 1976
- ((224)) Dr. Otmar Ernst / Ingeborg Wendt-Maeder:  
"The AG.MA Satellite System"  
Combination of data from several sources  
Club Dubois, London, 1976
- I/(80)((225) Peter Beike:  
"Konsumdaten in der Media-Analyse"  
Überlegungen und Ansätze zur Erweiterung der Zielgruppen-Informationen  
Heusenstamm, Juni 1976
- I/(81)((226) Dr. Klaus Peter Landgrebe:  
"Mediennutzer als Zielpersonen"  
Möglichkeiten der Erhebung von Zielgruppenmerkmalen aus den Bereichen  
"Konsumgüter", "Gebrauchsgüter" und "Dienstleistungen" bei Lesern, Sehern,  
Hörern  
Gröbenzell, 12.7.1976
- ((227) Protokoll der ordentlichen MITGLIEDERVERSAMMLUNG  
der AG.MA vom 14.9.1976  
mit den Texten der dort gehaltenen Vorträge
- I/(55)((228) Ingeborg Wendt-Maeder:  
"Fusion im AG.MA-Bereich"  
Bedingungen und Möglichkeiten  
AG.MA Schriften Band 3  
Januar 1976
- I/(77)((229) Hans-Erdmann Scheler:  
"Das Satelliten-System als technisches Modell / Kategorisierung der Satelliten"  
Referat auf der 20. MITGLIEDERVERSAMMLUNG  
der AG.MA vom 17.3.1977
- ((230) Protokoll der außerordentlichen MITGLIEDERVERSAMMLUNG  
der AG.MA vom 17.3.1977
- ((231) Dr. Carla Landgrebe:  
"Taxonomie der Angebote"  
(ohne Datum) - Anfang 1977
- ((232) Protokoll der Sitzung der TECHNISCHEN KOMMISSION  
am 22.11.1977
- ((233) bik Liselotte Aschpurwis:  
"Taxonomie der Angebote"  
Eine Vergleichs-Analyse zu den Systematiken von  
MMC, Frankfurt/Main  
S + P, Hamburg  
Statistisches Bundesamt, Wiesbaden  
März 1980

- ((234)) Michael Göbel:  
"Einspielen statistischer Daten"  
Referat auf der 90. MITGLIEDERVERSAMMLUNG  
der AG-MA vom 17.3.1977
- ((235)) Heinz Alpers:  
"Ein Indikatoren-Modell"  
Expertise durchgeführt für die MMC  
Februar 1977
- A 30 ((236)) Dr. Otmar Ernst:  
"Stand und Entwicklungsrichtungen des MA-Satelliten-Systems der AG-MA"  
23.5.1977
- A 31 ((237)) Gerhard Zacharias"  
"Gegenüberstellung der Verkaufsaufgaben und der Käufer-Haushaltungen  
der LA 60"  
1960
- ((238)) VERBAND DEUTSCHER LESEZIRKEL E.V.:  
"Modell zur Reichweitenmessung von Lesemappen"  
Januar 1977
- ((239)) VERBAND DEUTSCHER LESEZIRKEL E.V.:  
"Der Lesezirkel - Planungsdaten 78"  
1978
- ((240)) Ingeborg Wendt-Maeder:  
"Methodological Problems in the Regional Field"  
Club Dubois, Amsterdam, Mai 1978
- A 32 I/(69)((241)) "Richtlinien für die Aufnahme von Werbeträgern in die Untersuchungen der  
ARBEITSGEMEINSCHAFT MEDIA-ANALYSE e.V. (AG-MA)"  
Von der MITGLIEDERVERSAMMLUNG am 6.11.1978  
verabschiedete Fassung
- I/(85)((242)) Dr. Otmar Ernst:  
"Anmerkungen zu Informationsbestand und Funktion der Media-Analyse"  
Referat auf der MITGLIEDERVERSAMMLUNG  
der AG-MA vom 6.11.1978
- I/(86)((243)) Hans-Erdmann Scheler:  
"FORSCHUNGSKONZEPTE  
a) Informationen zur Gewinnung von Medien-Nutzungswahrscheinlichkeiten  
b) Informationen zur Erweiterung der Beschreibung der Mediennutzer"  
Referat auf der MITGLIEDERVERSAMMLUNG  
der AG-MA vom 6.11.1978
- ((244)) DAS BESTE aus Reader's Digest:  
Stellungnahme Mr. Jerome Greene's, Marketmath Inc., New York,  
zum Erhebungs- / Auswertungsmodell sowie zur Stichprobenanlage  
der AG-MA, Februar 1978
- ((245)) Stellungnahme zur "Expertise von Mr. Jerome Greene zum Erhebungs- / Aus-  
wertungsmodell sowie zur Stichprobenanlage der AG-MA, Februar 1978"  
durch die TECHNISCHE KOMMISSION der AG-MA unter Mitarbeit  
von Erich Ockelmann, 7.8.1978
- ((246)) Erich Ockelmann:  
"Die Media-Analyse der AG-MA als Zeitreihe für die Jahre 1973 - 1977"  
Ergebnisse und Folgerungen  
April 1978
- ((247)) AG-MA:  
"Berichterstattung MA 78"  
(ohne Datum)
- ((248)) "The Cumberland Lodge Paper"  
A Review of the NRS Techniques and Recommendation for Action  
Press Communications Research Committee  
October 1977
- I/(84)((249)) Dr. Klaus Peter Landgrebe:  
"Basisstrukturdaten für produktspezifische Zielgruppenmerkmale"  
Einteilung des Stoffes und erster Fragebogenentwurf  
Gröbenzell, 15.8.1978
- ((250)) BASIS RESEARCH:  
"Theoretisches Untersuchungsmodell für die Erhebung von Interessensbereichen"  
20.8.1979
- ((251)) COMPAGNON Markt forschung:  
"Entwicklung eines Forschungsinstrumentariums zur Klassifikation und  
Deskription von Interessen-Zielgruppen der Mediaforschung"  
28.8.1979
- ((252)) MARKTPSYCHOLOGISCHE BERATUNGSGRUPPE OPPERMANN:  
"Untersuchungsvorschlag zur Erarbeitung von Meßinstrumenten zur Erfassung  
von Interessenstrukturen im Hinblick auf bestimmte Lebensbereiche und die  
dort relevanten Produkt- und Angebotsfelder"  
August 1979
- A 34 ((253)) Alfred Müller / Gunter Pratz:  
"Chronologie Basis-Struktur-Daten"  
Referat auf der MITGLIEDERVERSAMMLUNG  
der AG-MA vom 16.11.1979
- ((254)) Protokoll der Sitzung der TECHNISCHEN KOMMISSION  
am 23.11.1979
- ((255)) Protokoll der ordentlichen MITGLIEDERVERSAMMLUNG  
der AG-MA in Frankfurt/Main  
am 16.11.1979
- A 35 ((256)) Bericht an den ARBEITSAUSSCHUSS  
"Basisstrukturdaten"  
Ergebnisse der Beratungen der TECHNISCHEN KOMMISSION und der  
BASISSTRUKTURDATEN-Kommission  
5.2.1980
- A 36 ((257)) Jürgen Pfifferling:  
"Experimente zur Abfrage der Medien"  
Referat auf der MITGLIEDERVERSAMMLUNG  
der AG-MA vom 16.11.1979

- A 37 ((258)) "Veränderungen im Erhebungsmodell"  
Bericht der TECHNISCHEN KOMMISSION an  
den ARBEITSAUSSCHUSS vom 4.2.80
- ((259)) WOLFGANG SCHAEFER MARKTFORSCHUNG:  
"Die Interviewer und das MA-Interview"  
Ergebnisse von zwei Gruppendiskussionen im Auftrage des  
HEINRICH BAUER VERLAGES  
Februar 1979
- ((260)) W. Schaefer und G. Helmcke:  
"Daten und Erkenntnisse aus mehreren Analysen und Untersuchungen, welche  
evtl. Hinweise für zukünftige Methoden-Entwicklungen in der MA liefern  
können"  
Stichworte für Referat auf der Sitzung der  
TECHNISCHEN KOMMISSION der AG.MA am 27.3.1979
- ((261)) WOLFGANG SCHAEFER MARKTFORSCHUNG:  
"Überlegungen zur Vereinfachung des MA-Interviews für Interviewer und  
Befragte"  
Hamburg, April 1979
- ((262)) WOLFGANG SCHAEFER MARKTFORSCHUNG:  
"Beziehungen zwischen den KpX und anderen Leserschaftsdaten in der MA"  
Eine sekundärstatistische Analyse  
Februar 78 - März 79
- ((263)) Erich Ockelmann:  
"Bericht über eine Studie des Zusammenhangs zwischen Auflage und LpA-  
Werten"  
Wiesbaden, 24.7.1979
- ((264)) Gerhard Zacharias:  
"Programme auf dem Programm"  
Referat gehalten anlässlich der Gründung des GIW am 23.5.1967 in Berlin  
mit Anhang:  
Typologisierung deutscher Zeitschriften (Graphik)
- A 38 ((265)) GWA-INSTITUT FÜR WIRTSCHAFTLICHKEIT IN DER WERBUNG E.V. (GIW):  
"Media Typologie"  
Ergebnis einer Analyse in graphischer Darstellung - Basis: LA 68
- ((266)) Professor Dr. Elisabeth Noelle-Neumann und Friedrich Tennstädt:  
"Allensbacher Werbeträger Analyse 1979"  
in: ZV + ZV, Nr. 40/79, Seite 1573 - 1578
- ((267)) MEDIA-MARKT-ANALYSEN:  
"Methodenvarianten zur MA-Abfrage"  
Ergebnisse einer experimentellen Untersuchung  
Frankfurt/Main, 28.11.1979
- ((268)) Dr. Klaus Peter Landgrebe:  
"Anmerkungen zum MA-Fragebogen für die 80er Jahre"  
21.7.1979
- ((269)) "Kommentar zu einer Sonderzählung aus MA 79 nach Bereitwilligkeit und  
Schwierigkeit beim Interview", Mai 1979  
Anlage 5 zum Protokoll der TK-Sitzung vom 13.6.79
- ((270)) HEINRICH BAUER VERLAG:  
"Das frei verfügbare eigene Einkommen"  
Ein Kaufkraftindikator  
1979
- ((271)) Alfred Boehme:  
"25 Jahre AG.MA"  
Jubiläumsreferat auf der MITGLIEDERVERSAMMLUNG der  
AG.MA vom 16.11.1979
- A 39 ((272)) "Zusammenfassung der Problemkreise, die in der ersten Sitzung der  
TECHNISCHEN KOMMISSION am 17. September 1969 angesprochen wurden"  
Hamburg, Januar 1970
- ((273)) Hans-Erdmann Scheler:  
"Leserschaftsdaten für regionale Tageszeitungen"  
in: ZV + ZV, Nr. 19/1973, Seite 783 - 789
- A 40 ((274)) "Repräsentanz-Analyse für ausgewählte Zeitungen,  
ein Experiment aus dem Material der MA 73"  
Erläuterungen zu den vorgelegten Tabellen  
AG.MA, Juli 1974
- ((275)) Jürgen Pfifferling:  
"Hörfunk und Fernsehen in der Media-Analyse"  
- Untersuchungsmodell und Ergebnisse -  
in: Media Perspektiven, Nr. 10/1978, Seite 717 - 730
- ((276)) Hansjörg Bessler:  
"Hörer- und Zuschauerforschung" Band 5  
Rundfunk in Deutschland  
Herausgegeben von Hans Bausch / dtv
- ((277)) WERBEFUNKHÖRER-ANALYSE 1965/66  
Schlußbericht einer quantitativen Höreranalyse unter Federführung des ZAW  
durchgeführt von INFRA TEST, Seite 84e und 84f
- A 41 ((278)) "Untersuchungen zum Thema Zielgruppen, Kontaktqualität, Intermedia,  
Kontaktlosierung und Konkurrenzdruck"  
aus: Wie geht's weiter in der Mediaforschung?  
Tabelle I  
Der Kontaktler, Vol. XX/4, 21.1.1980
- ((279)) Eva-Maria Hess:  
"Methoden der Leserschaftsforschung"  
Dissertation 1962
- ((280)) Dr. Eva-Maria Hess:  
"Leserschaftsforschung in Deutschland"  
Ziele, Methoden, Techniken,  
Eine Dokumentation aus dem Haus BURDA, 1981

- A 42 ((281)) "Arbeitsablauf der Auswertung LA 62 mit konventionellen und elektronischen Lochkarten-Maschinen"  
aus: Berichtsband LA 63, Seite 169
- ((282)) DIVO:  
"LA 67 - Preise und Termine für Sonderauswertungen und Kartensätze"
- ((283)) INFRA TEST:  
"LA 67 - Angebot für Sonderauswertungen aus der Leseranalyse 1967"  
- Nur für Mitglieder der AGLA -
- A 43 ((284)) AGLA:  
"Gebrauchsanweisung für diese LA 68"  
aus: Berichtsband LA 68, Seite 6 - 8
- ((285)) VERLAGSHAUS AXEL SPRINGER:  
"Kaufgewohnheiten und Medianutzung"  
Daten zur Media-Selektion aus  
- Leseranalyse 67  
- BILD-Leseranalyse 66/67  
- INFRA TEST Marken und Medien 66/67  
1967
- A 44 ((286)) AGLA:  
Auszug aus dem Codeplan des Tochterbandes der LA 69  
- Karteneinteilung;  
- Spalte 10, Karte 1
- A 45 ((287)) Beteiligte und Verantwortliche an der  
a) LA 69 (Methodenband)  
b) LA 70 (Methodenband)
- A 46 ((137)) Friedrich Wendt:  
"Darstellung der Auswertungsprinzipien und -techniken der LA 69"  
aus: Methodenband LA 69, 1. Teil, Seite 126 - 133
- A 47 ((159)) Friedrich Wendt:  
"Prinzipien und Techniken der Auswertung"  
Erweiterungen des Konzepts  
aus: Methodenband LA 70, 2. Teil, Seite 135 - 139
- A 48 ((160)) Friedrich Wendt:  
"Weitere Techniken und Prinzipien der Auswertung"  
aus: Berichtsband "Vergleichende Übersichten"  
der LA 70, Seite 215 - 216
- A 49 ((288)) "Stellungnahme der TECHNISCHEN KOMMISSION zum Problem der Justierung der Lesewahrscheinlichkeiten ( $L_pN$  vs.  $K_1$ ) abgegeben am 20. Mai 1970 vor dem ARBEITSAUSSCHUSS in Frankfurt/M."  
Berichtersteller: Dr. Otmar Ernst  
in: Methodenband LA 70, 2. Teil, Seite 127-129

- ((289)) Friedrich Wendt:  
"Einige Bemerkungen zur Leserschaftsforschung"  
in: forschen planen entscheiden  
Heft 1/1965
- ((290)) Dr. Theodor Harder:  
"Berechnungen von Kumulationswerten"  
in: forschen planen entscheiden  
Heft 2/1965, Seite 84 - 92
- ((291)) Dr. Fritz-Reinhard Stroschein:  
"Gedanken zur kumulativen Mediaplanung in der Werbemittelforschung"  
in: forschen planen entscheiden  
Heft 3/1965, Seite 107 - 115
- ((292)) Friedrich Wendt:  
"Weitere Bemerkungen zur Leserschaftsforschung"  
in: forschen planen entscheiden  
Heft 3/1965, Seite 115 - 122
- ((293)) Drs. Rob J. Mokken:  
"Enkele methoden ter berekening van cumulatief- en contact-frequentie bereik"  
Badhoevedorf, 15.5.1968
- ((294)) Sidney Sacks:  
"Discrete U-shaped readership distributions"
- A 50 ((295)) Beteiligte und Verantwortliche an der  
a) LA 71 (Methodenband)  
b) MA 72/I (Methodenband)  
c) MA 72/II (Methodenband)  
d) MA 73 (Methodenband)  
e) MA 74 (Methodenband)  
f) MA 75 (Methodenband)  
g) MA 76 (Vergleichende Übersichten)
- ((296)) MEDIA-MICRO-CENSUS GmbH.:  
"Zeitungs-Codeplan MA 76"  
(regionale Tageszeitungen)
- A 51 ((297)) Karl-Friedrich Flockenhaus:  
"Anmerkungen zur Tabellierung der Media-Analyse"  
in: Methodenband der MA 72/II, Seite 37 - 39
- A 52 ((298)) Friedrich Wendt:  
"Prinzipien und Techniken der Auswertung LA 71"  
in: Methodenband LA 71, Seite 23 - 34
- ((299)) Notiz über die Besprechung am 8.4.1971 in München im Hause INFRA TEST zwischen Herrn Scheler von der AGLA, Fräulein Schannée, Herrn Möhring, Herrn Kemme, Herrn Bruniecki von INFRA TEST und Friedrich Wendt über die Auswertungsrichtlinien der LA 71 und zugleich als Vorbereitung der Besprechung der TECHNISCHEN KOMMISSION am 20.4.1971 (vom 10.4.1971)

- ((300)) Auswertungsprotokoll MA 72/I aufgrund der Besprechungen am 19.1.1972 sowie vom 26.-28.1.1972 in Frankfurt/Main (vom 4.2.1972)
- ((301)) Auswertungsprotokoll MA 72/II aufgrund der Besprechung am 18.7.1972 in Frankfurt/Main (vom 15.8.1972)
- ((302)) Vorschlag für die Ausweisungen im Methodenteil des Studienbandes MA 72 (vom 9.2.1972)
- ((303)) MEDIA-MICRO-CENSUS GMBH.:  
Angebotsaufforderung zur Auswertung MA 73 (vom 21.3.1973)
- ((304)) Interne Notiz für Herrn Scheler zum Auswertungsangebot MA 74 (vom 14.9.1973)
- ((305)) Auswertungsablaufschema MA 74 (vom 13.9.1973)
- ((306)) MEDIA-MICRO-CENSUS GMBH.:  
Angebotsaufforderung zur Auswertung MA 75 (vom 7.1.1975)
- ((307)) Angebotsaufforderung an die Institute zur Durchführung der MA 75 (vom 18.2.1974)
- A 53 ((308)) Darstellungsmuster für die Segmentations-Ergebnisse - MA 75 (Ausschreibung)
- A 54 ((309)) MEDIA-MICRO-CENSUS GMBH.:  
Bemerkung zur Segmentation der Funkmedien - MA 75
- ((310)) ISBA:  
"Vorschlag zur Terminierung der MA 75 - Auswertungsarbeiten"
- ((311)) ISBA:  
"Vorschläge zur Absicherung der MA 75 - Auswertungsarbeiten"
- ((312)) MEDIA-MICRO-CENSUS GMBH.:  
Angebotsaufforderung zur Auswertung MA 76 (vom 13.10.1975)
- ((313)) AG.MA:  
"Einführung in den Berichtsband Vergleichende Übersichten"  
in: Berichtsband MA 75, Seite 9
- ((314)) AG.MA:  
"Einführung in den Berichtsband Vergleichende Übersichten"  
in: Berichtsband MA 76, Seite 9
- ((315)) Dr. Klaus Peter Landgrebe:  
"MA 75 Berichtsband Vergleichende Übersichten - Einführung"  
vom 14.5.1975
- ((316)) Erster Entwurf zur Textausgabe  
September 1976

- A 55 ((317)) MEDIA-MICRO-CENSUS GMBH.:  
Angebotsaufforderung zur Auswertung der MA 77 (vom 14.10.1976)
- A 56 ((31)) Auszug aus der Methodenbeschreibung der MA 76  
"Modellvorstellung"  
in: Methodenband MA 76, Seite 5 - 8
- A 57 ((318)) Einfluß der diskriminierenden Merkmale auf die p-Wert-Berechnung  
November 1977
- A 58 ((31)) "Das Redressement"  
in: Methodenbeschreibung MA 76  
Methodenband MA 76, Seite 9 - 16
- ((319)) INFRATEST:  
"Prüfvorgänge für MA 73  
Mediateil und Statistik"
- ((320)) ISBA:  
"Fehlerkatalog MA 74"
- ((321)) ISBA:  
"Prüfungen zur MA 75"  
30.10.1974
- ((322)) INTERLOGIC:  
"Exposé zur Datenprüfung der Media-Analyse"  
Vorschlag vom 3.12.1974
- ((323)) INTERLOGIC:  
"Exposé zur Datenprüfung der Media-Analyse"  
28.7.1975
- ((324)) ISBA:  
"Allgemeine und MA-spezifische Bereinigungs-Probleme"  
9.9.1976
- ((325)) ISBA:  
"Die Fehlerstatistik MA 76"  
9.9.1976
- ((326)) AG.MA:  
"Anmerkungen zur Media-Analyse 1974"  
An alle Empfänger der Berichterstattung MA 74  
7.8.1974
- ((327)) "Fragen und Antworten zum Inhalt der neuen MA"  
Interview mit Hans-Erdmann Scheler  
AG.MA Themen 1/75, Seite 2 - 6
- ((328)) GRUNER + JAHR - BRIGITTE:  
"FRAUEN-TYPOLOGIE 3 fusioniert in MA 76"  
Hamburg, Februar 1977

- ((329)) Friedrich Wendt:  
"Beschreibung einer Fusion"  
Methodenbericht der FRAUEN-TYPOLOGIE 3  
fusioniert in MA 76  
GRUNER + JAHR Schriftenreihe Band 21
- ((330)) GRUNER + JAHR:  
"FRAUEN-TYPOLOGIE 3 fusioniert in MA 76 - Mediazählungen"  
April 1977
- ((331)) Protokoll der Klausurtagung der TECHNISCHE KOMMISSION  
vom 27. und 28.9.1978 in Höhr-Grenzhausen, Hotel Zugbrücke
- A 59 ((332)) Beteiligte und Verantwortliche an der  
a) MA 77 (Vergleichende Übersichten)  
b) MA 78 (Vergleichende Übersichten)  
c) MA 79 (Kurzfassung Vergleichende Übersichten)  
d) MA 80 (gelber Berichtsband)
- ((333)) Michael Hebert:  
"Voraussetzungen für Kompatibilität zwischen zentralen und dezentralen  
MA-Auswertungen"  
Leverkusen, Mai 1978
- A 60 ((334)) Hans-Erdmann Scheler:  
"Modalitäten der MA-Berichterstattung -  
Umfang, Termine, Möglichkeiten"  
in: ZV + ZV Nr. 36/1979, Seite 1369 - 1373
- ((335)) INTERLOGIC:  
"Arbeitsablauf Media-Analyse 1977"  
15.11.1976 - 31.8.1977
- ((336)) Michael Hebert:  
"Dokumentation MA 77"  
3. Fassung  
Leverkusen, Februar / März 1978
- ((337)) dvo Datenverarbeitungsservice Oberhausen:  
"Berechnungsformeln der Werte der Einzeldarstellungen"  
August 1977
- ((338)) Protokoll der ersten Besprechung zur Auswertung der MA 78  
am 19.10.1977 in Hamburg
- ((339)) INTERLOGIC:  
"Memo zur Datenprüfung der MA 78"  
23.6.1978
- ((340)) Protokoll der Besprechung am 19.10.1979 zum Thema  
"Individualkorrektur MA 80"
- ((341)) Protokoll der Sitzung der an der MA beteiligten Institute und Auswerter am  
2.5.1980 in der Geschäftsstelle der AG.MA in Frankfurt/Main
- ((342)) Protokoll über eine Besprechung am 7.5.1980  
und am 27.6.1980 zum Thema Paarkorrekturen.
- ((343)) INTERLOGIC:  
"Prüfung der Daten zur MA '81"  
20.11.1980
- ((344)) Waltraud Dehning:  
"Paarkorrekturen"  
Oberursel, 24.9.1980
- ((345)) Fehlerstatistik MA 79  
Teil 1: Individual-Korrekturen  
Teil 2: HV- und HF-Existenz und -Eindeutigkeit  
Teil 3: Paarvergleich  
Teil 4: Zeitungsprüfung
- ((346)) Friedrich Wendt:  
"Darlegung der Fusion einer Welle der 'Typologie der Wünsche' (TDW)  
des Hauses BURDA mit einer Hälfte der MA 77"  
19.11.1977
- ((347)) Bureau Wendt:  
"Darlegung I. der Fusion der 'Typologie der Wünsche' (TDW) des Hauses BURDA  
mit den beiden Wellen der Jahre 1977 und 1978 in die MA 78 und  
II. einer Komplettierung des schriftlichen Fragebogen-Teils der TDW"  
18.8.1978
- ((348)) Drs. Benno Stoppelman:  
"The treatment of new media, introduced during the fieldwork period of the  
N.O.P."  
Vortrag gehalten auf der Club Dubois-Sitzung  
am 19.5.1978 in Amsterdam
- ((349)) Bureau Wendt:  
"Bericht über ein Fusionsexperiment mit Daten der Niederländischen Media-  
untersuchung NOP 77"  
Juni 1979
- ((350)) MA 80 Datennetz Codeplan  
Anhang 5: "Beschreibung der Demotypen"
- ((351)) Erich Ockelmann:  
"Die Demotypen in der MA"  
(ohne Datum) Ende 1979



2. Das Modell des Feldeinsatzes für die MA 73

Die MA 73 wurde erstmals nach einem neuen Feldeinsatz-Modell durchgeführt, das von den bisherigen Modellen abweicht. Gegenüber der bisher geübten Einsatzpraxis hat das neue Modell folgende Vorteile:

- 1. Eine kontinuierliche Erhebung über den Zeitraum von mindestens 36 Wochen ist gewährleistet. Die Ergebnisse werden damit von Saisoninflüssen und anderen zeitlich begrenzten Zufällen unabhängig. Dadurch erhöht sich der Prognosewert der Ergebnisse.
- 2. Durch den Einsatz von vier Adressen pro Sample-Point und entsprechenden Nacheinsatz bei nicht zum Interview geführten Adressen wird eine gleichmäßigere Ausschöpfung der Sample-Points erreicht.
- 3. Durch dieses Verfahren können 18 Netze des ADM-Systems mit insgesamt 5.040 Points eingesetzt werden, so daß die für die Untersuchung regionaler Teilbestände notwendige Netzdichte erreicht wird.
- 4. Durch dieses Modell bleibt die Fallzahl mit um 16 000 in einer wirtschaftlichen Größenordnung besonders für Folgeauswertungen aus den Datensätzen.
- 5. Schließlich kann die Ausschöpfungsquote der Stichprobe durch den Wiedereinsatz nicht zum Interview geführter Adressen erhöht werden.

Um die Tragweite dieser Veränderung des Feldeinsatzmodells deutlich zu machen, ist es notwendig, die Überlegungen, die zu diesem Modell führten, kurz darzustellen. Für diese Überlegungen sind drei Vorbemerkungen von Belang:

- 1. Jede Umfrage geschieht in regionalen Klumpen, aus Kostengründen und unabhängig von den verwendeten Stichprobensystemen

Vierereckebeten hatten. Im übrigen erfolgte sie jedoch ohne weitere Beeinflussung (in einer durch die genannten Nebenbedingungen gestörten alphabetischen Reihenfolge).

Die Viererecks waren übrigens schon vom Programm gebildet worden, wobei auch hier praktisch beliebige Festsetzungen möglich gewesen wären (von einer bis neun Stichproben zu einem Block).

b) Wie entstand nun der Datenbestand, der den Ziehungen zugrunde lag?

- Als Einheit der ersten Stufe der Stichprobenziehung ist der Wahlbezirk genommen worden. Das ist schon längst gewohnte Übung, seit die Zweifel an der Zuverlässigkeit der Einwohnermeldekarteien zugenommen und ihre Zugänglichkeit abgenommen hat. Die Flächenstichprobe erweist sich als handlicher, als flexibler - auch und gerade, weil sie ihren Wert auch dann noch behält, wenn es sich nicht um Bevölkerungstichproben handelt. Das ändert jedoch nichts an der Tatsache, daß für kleine Gemeinden - 2000 Einwohner und weniger - die Begehungsunterlagen viel schwerer zu erlangen sind, und daß glücklicherweise Karteien dort noch recht zuverlässig sind, so daß sie in kleinen Gemeinden weiterhin verwendet werden

Dennoch - auch die Flächenstichprobe auf der Wahlbezirkbasis ist nicht ohne Probleme. Zwar ist die Information über die Flächenbildung recht neu und von der Größe her gut zu handhaben, aber die Größe ist eben doch unterschiedlich - so unterschiedlich, daß es nötig wurde, durch Zusammenfassen von passenden Wahlbezirken die kleineren Wahlbezirke nicht isoliert als Einheit bestehen zu lassen. Sonst wäre es doch wieder - wie bislang - in zu vielen Fällen erforderlich gewesen, bereits total ausgeschöpfte Wahlbezirke zu „ersetzen“ und dafür nicht immer statistisch einwandfreie Verfahren einzusetzen. Die Ursache ist klar: wir brauchen pro Wahlbezirk und Befragung die gleiche Anzahl von Adressen - und der Adressenvorrat eines kleinen Wahlbezirks ist - über mehrere Untersuchungen gesehen - eher erschöpft als bei großen Wahlbezirken.

Deswegen ist für das ADM-Stichprobensystem erstmals ein durchgängig vertretbares System der sogenannten Synthetisierung eingeführt worden. Dabei wurde systematisch jeder Wahlbezirk mit weniger als 300 Wahlberechtigten einem anderen Wahlbezirk zugeordnet, und zwar möglichst einem, der mehr als 300 Wahlberechtigte aufweist. Nach eindeutig definierten Regeln wurden so aus ursprünglich 57 381 Wahlbezirken in der BRD und West-Berlin 47 974 Wahlbezirke - bevor die Ziehung begann. Mit andern Worten: wir haben zuvor die Auswahlheiten der ersten Stufe neu festgelegt und dann damit weitergearbeitet

Wollte man im Prinzip frei sein in der Festlegung der Maßeinheit für die Flächen und in der Festlegung der Kontrollvariablen und wollte man damit das System

einem erweiterten Gebrauch zuführen - wie die Institute des ADM im Hinblick auf andere Aufgaben gefordert hatten - so mußten auf dem Datenband, aus dem die Stichproben gezogen wurden, eine ganze Anzahl von Informationen enthalten sein, die sich nicht in der reinen Wahlbezirkskartei fanden. Insbesondere galt dies für die Haushaltszahlen. Deswegen waren Daten aus sehr verschiedenen Quellen der Amtlichen Statistik und von anderer Herkunft zusammenzuführen.

Am Ende dieses langwierigen Prozesses existiert jetzt ein Datenbestand auf Magnetband, der als Grundlage einer Art Datenbank für Regionalinformationen angesehen werden kann. Die genaue Beschreibung des Bandinhalts und seiner Verwendbarkeit bleibt einer gesonderten Veröffentlichung überlassen.

Künftig dürfte an eine Ausweitung des jetzigen Datenbestandes zu denken sein, um den Erfordernissen der AG MA-Mitglieder im Laufe der Zeit immer besser gerecht werden zu können

Die verwendeten Haushaltszahlen sind zudem noch einer Prüfung zu unterziehen, wenn die neuen Haushaltszahlen aus dem letzten Zensus vorliegen.

C Die Realisierung des Systems

Es bleibt noch zu erwähnen, wer über das Stichprobensystem verfügt und wer es erstellt hat.

Es wurden 90 der 100 gezogenen Stichproben an insgesamt 19 Institute verteilt, und zwar:

- vom ADM an Attwood
- Contest
- Divo
- Ennid
- Getas
- GfK
- GfM
- Ifak
- IFD
- Infratest
- Ires
- Intermarket
- Ivc
- Markt-Daten
- Mafo
- Sample
- Schaefer und außerdem
- an Marplan
- und Media-Markt-Analysen

Die AG MA hat die Arbeiten bis zur Übergabe der Stichproben, des Ziehungsprogramms, des Datenbandes, der Begehungsunterlagen und der Begehungsanweisungen an den ADM bzw. die Institute finanziert

2. Für die Richtigkeit der Ergebnisse kommt es mindestens ebensosehr wie auf die Höhe der Fallzahlen auf die Zahl der Klumpen, d. h. Sample-Points, und deren gleichmäßige Ausschöpfung an.

3. Die Größe einer Stichprobe ist abhängig von der Aufgabenstellung einer Untersuchung. Je mehr Antwort-Möglichkeiten man auf eine Frage haben will, desto mehr Fälle braucht man. Je mehr regional differente Tatbestände man untersucht, desto mehr Sample-Points benötigt man. Um wirtschaftlich arbeiten zu können, ist die Zahl der Fälle und die Zahl der Points zu optimieren.

A) Das bisher übliche Modell beim Feldeinsatz

Bis zum Einsatz der ADM-Stichprobe verwendeten die Institute, die sich auf Adressen-Random stützten, repräsentative Stichproben, die in einem Netz 275-300 Points enthielten. Da Feldbefragungen sehr häufig mit 2.000 Netto-Interviews durchgeführt werden, oder einem Vielfachen oder Teilbaren davon, wurden üblicherweise pro Point 9-10 Adressen eingesetzt, um 6-7 Interviews pro Point zu erhalten; d. h. ein regionaler Klumpen wurde durch 6-7 Interviews repräsentiert. Diesem Feldeinsatz-Modell entsprach z. B. die LA 70.

B) Das verwendete Modell bei der LA 71 und MA 72

Die zunehmenden Anforderungen an die AG.LA/AG.MA bezüglich regional zuverlässiger Daten, besonders im Hinblick auf die Aufnahme regionaler Medien oder den Ausweis regionaler Angebote von nationalen Medien, ließ es generell geraten erscheinen, die Klumpengröße zu verringern und dafür mehr Sample-Points einzusetzen. Auf diesem Konzept basierten LA 71 und MA 72.

Ausgehend von der Tatsache, daß es im Bundesgebiet ca. 56.000 Stimmbezirke gibt, aus denen die verwendeten Stichproben gezogen wurden, wollte man ein enges Netz - 10% aller vorhandenen Points - über das Befragungsgebiet ziehen. Daraus resultierte die Anlage der Stichproben, wie sie bei der LA 71 und MA 72 Verwendung fanden, in einer Gesamtzahl von 5.600 Points. Nach der bis dahin üblichen Klumpengröße von 6-7 Interviews pro Point hätte das ca. 36.000 Fälle bedeutet. Um einigermaßen ökonomisch arbeiten zu können, wurde die Größe der Klumpen in einem ersten Schritt auf 5 Netto-Interviews verringert. Auf diese Weise entstand die Fallzahl von 28.000.

Für die meisten untersuchten Tatbestände sind jedoch 28.000 Fälle nicht nötig, für eine ganze Anzahl von Untersuchungsgegenständen jedoch die hohe Netzdichte von über 5.000 Points. Der ökonomische Kompromiß wurde in zweimaliger Berichterstattung pro Jahr über je 14.000 Fälle in 2.800 Points gefunden. Damit konnten für Probleme, die eine hohe Netzdichte erforderlich machten, zwei Tranchen à 2.800 Points zusammengefaßt werden.

Die Verhaken in zwei Tranchen bei der Berichterstattung sind allerdings, wenn auch nur geringfügig, ein anderes Anliegen,

das im Modell 71/72 eingeführt wurde: Um eine gerechte Behandlung der Medien zu gewährleisten, ist eine kontinuierliche Erhebung über das Jahr hinweg notwendig. 1971/72 wurde daher in 40 Wochen, unter Aussparung einer Sommer- und einer Winterpause - in denen aus Gründen der Auftretbarkeit nur schwer interviewt werden kann -, kontinuierlich erhoben. Bei zweimaliger Berichterstattung ist es dabei nur möglich, das durchschnittliche Kommunikations-Verhalten in einem Halbjahr, nicht aber über das ganze Jahr hinweg, darzustellen. Wenn dies auch für die praktische Planung nur geringe Bedeutung hat, war dieser Gesichtspunkt bei den Überlegungen zu einem neuen Modell zu berücksichtigen.

Die genauere Analyse der aus dem Feld zurückgekommenen Interviews machte ein Problem sichtbar, das bei der Untersuchung ausschließlich nationaler Phänomene eine untergeordnete Rolle spielt, aber bei der Analyse regionalen Verhaltens, z. B. beim Lesen von Tageszeitungen, bedeutsam wird: Die Sample-Points sind bei dem Einsatz von 8 Brutto-Adressen, mit dem Ziel, durchschnittlich 5 Netto-Interviews zu erhalten, immer noch sehr unterschiedlich ausgeschöpft. In der Praxis bedeutet das, daß bei einer Bandbreite von 0-8 eine sehr hohe Streuung um den Durchschnitt von 5 vorhanden ist und systematische Verzerrungen von Ergebnissen nicht auszuschließen sind. Es gilt also, zu einer homogeneren Zusammensetzung der Klumpen, also einer gleichmäßigeren Ausschöpfung der Points zu kommen.

Im Zusammenhang mit dem ZAW-Experiment wurde deutlich, daß der Wiedereinsatz nicht erreichter Adressen die Ausschöpfung einer Stichprobe erheblich steigern kann. Auf der Basis dieser Überlegungen entstand das Modell, das bei der MA 73 erstmals eingesetzt wurde.

C) Das bei der MA 73 verwendete Modell

Dieses Modell geht davon aus, daß stets zwei Stichproben gleichzeitig im Feld eingesetzt werden mit je 10 Points, das sind 40 Adressen täglich, und zwar 28 Tage oder vier Wochen lang alle Adressen, die in dieser Zeit nicht zum Interview geführt haben, werden nach mindestens vier, höchstens zehn Wochen, nochmals eingesetzt. Für jede Stichprobe zu 280 Points ergibt sich so ein Ersteinsatz und ein Wiedereinsatz. Abgewichen wird von diesem Vorgehen lediglich bei den zuletzt eingesetzten Stichproben. Bei diesen wird der Ersteinsatz in 14 Tagen mit je 20 Points bzw. 80 Adressen täglich durchgeführt und der Wiedereinsatz unmittelbar anschließend vorgenommen. Bei einem Gesamteinsatz von 18 Stichproben (Netzen) ergeben sich auf diese Weise 238 Ersteinsatztage.

Die MA 73 weicht von diesem Grundmodell ab, da sie erst im September 1972 begonnen wurde. Das hatteaktuelle Grundmodell: Die Mitgliederversammlung der AG.MA beschloß erst im Mai 1972 über Art und Durchführung der MA 73. Ein Beginn vor dem 17. September verbot sich wegen der Olympischen Spiele in München. Deshalb wurden in dem Zeitraum vom 17.9.1972 bis zur Weihnachtspause drei mal drei Stichproben eingesetzt und ab 7.1.1973 nochmals drei mal drei Stichproben bis Feldende am 7.4.1973. Die 18 Stichproben (Netze) verteilten sich

auf vier Institute, von denen zwei je fünf (Infratest, Schaefer-Marktforschung) und zweije vier (MDI und MMA) bearbeiteten

Der Einsatzplan und das Zustandekommen der Interviews sind unten auf dieser Seite dargestellt. Auf den folgenden Seiten wird die Ausschöpfung aller 18 Stichproben gezeigt sowie die

Ausschöpfungprotokolle der vier Institute. Im weiteren werden Informationen zum Zustandekommen der Interviews in der Zeit und die Kontrollberichte der Institute abgedruckt. Weitere Detailinformationen werden z. Z. gutachterlich bearbeitet. Dieses Gutachten wird nach seiner Fertigstellung gesondert veröffentlicht.

(Ersteinsatz)

Einsatzplan und Zustandekommen der Interviews

Kalender- woche	Datum	Infratest	MDI	MMA	Schaefer	durchgeführte Interviews (ungewichtet)
39	17. 9.-23. 9. 72	280	280		280	390
40	24. 9.-30. 9. 72	280	280		280	480
41	1. 10.- 7. 10. 72	280	280		280	498
42	8. 10.-14. 10. 72	280	289		280	517
43	15. 10.-21. 10. 72	280 W	NW	280	280	600
44	22. 10.-28. 10. 72	280 W	W	280	280 W	629
45	29. 10.- 4. 11. 72	280 W	W	280	280 W	551
46	5. 11.-11. 11. 72	280 W	W	280	280 W	617
47	12. 11.-18. 11. 72	280 W	280 W	280	NW W	617
48	19. 11.-25. 11. 72	280 W	280 W	280 W	W	627
49	26. 11.- 2. 12. 72	280 W	280 W	280 W	W	1.044
50	3. 12.- 9. 12. 72	280 W	280 W	280 W	W	616
51	10. 12.-16. 12. 72	NW W	NW W	NW W	W	725
52	17. 12.-23. 12. 72					
53	24. 12.-30. 12. 72					1
1	31. 12.- 6. 1. 73					
2	7. 1.-13. 1. 73	280 W	280 W	W	280 W	669
3	14. 1.-20. 1. 73	280 W	280 W	W	280 W	708
4	21. 1.-27. 1. 73	280 W	280 W	W	280	596
5	28. 1.- 3. 2. 73	280 W	280 W	W	280	499
6	4. 2.-10. 2. 73	NW W	280 W	280 W	280	672
7	11. 2.-17. 2. 73	W	280 W	280 W	280 W	785
8	18. 2.-24. 2. 73	W	280 W	280 W	280 W	741
9	25. 2.- 3. 3. 73	W	280 W	280 W	280 W	600
10	4. 3.-10. 3. 73	560 W	NW W	560 W	560 W	1.239
11	11. 3.-17. 3. 73	560 W	W	560 W	560 W	1.055
12	18. 3.-24. 3. 73	NW W	W	NW W	NW W	541
13	25. 3.-31. 3. 73	W	W	W	W	568
14	1. 4.- 7. 4. 73	W	W	W	W	442
15	8. 4.-14. 4. 73	W	W	W	W	115
NW						
W						

NW = Nachwoche  
W = Wiedereinsatz von Adressen, die nicht zum Interview geführt haben

### DIVO-Grundstichprobe

Bei der DIVO-Grundstichprobe handelt es sich um eine Personenstichprobe, durch die die Bevölkerung der Bundesrepublik Deutschland in der Altersabgrenzung von 14 - 79 Jahren repräsentiert wird.

Die Auswahl der Befragungspersonen erfolgt nach einem durch Schichtung und Klumpung modifizierten zufallsgesteuerten Auswahlverfahren, das in 3 Stufen durchgeführt wird.

Stufe 1 (innerhalb der Bundesrepublik):  
Auswahl der Befragungsbezirke

Stufe 2 (innerhalb der Befragungsbezirke):  
Auswahl der Zielhaushalte

Stufe 3 (innerhalb der Zielhaushalte):  
Auswahl der Befragungspersonen.

Eine Zufallsauswahl nach Zufallsziffern findet auf den Stufen 1 und 3 statt, auf Stufe 2 eine systematische Auswahl anhand von Karteien.

Die Schichtung erfolgt in der Stufe 1, die Klumpenbildung bei der systematischen Auswahl in Stufe 2.

Stufe 1 - Auswahl der Befragungsbezirke (Sample points = S.P.)

Der erste Schritt des Auswahlverfahrens besteht in einer Schichtung der Gemeinden der BRD in zwei Schichten:

Schicht I: Gemeinden unter 10.000 Einwohnern

Schicht II: Gemeinden mit 10.000 und mehr Einwohnern.

Entsprechend den Bevölkerungsanteilen dieser beiden Schichten und unter Berücksichtigung der Forderung, daß in Schicht II pro Befragungsbezirk doppelt so viele Personen befragt werden sollen wie in Schicht I, entfallen bei 250 vorgegebenen Sample points 150 S.P. auf Schicht I und 100 P. S. auf Schicht II.

Eine weitere Schichtung erfolgt dadurch, daß die S. P. beider Schichten auf die Bundesländer und innerhalb der Länder in Schicht II auf maximal 6 Ortsgrößenklassen gemäß den Einwohnerzahlen dieser Teilgesamtheiten verteilt werden.

### Auswahl der Befragungsbezirke in Schicht I

Die Gesamtheit der Gemeinden mit weniger als 10.000 Einwohnern wird von einem Netz mit 150 Zellen überdeckt. Die Konstruktion dieser Zellen erfolgt derart, daß innerhalb der Länder die Einwohnerzahlen der in Rede stehenden Gemeinden solange aufaddiert werden, bis eine Zellengröße von

ca. 160 - 180.000 Einwohnern erreicht ist, wobei die Landkreise nicht unterteilt werden.

Ein erster Auswahlsschritt dieser Stufe besteht darin, daß in jeder Zelle ein Befragungsgebiet von 40 - 45.000 Einwohnern (ein Viertel der Zelle) ausgewählt wird. Die Auswahl geschieht in der Weise, daß die Einwohnerzahlen der Landkreise jeder Zelle in Nord-Süd-Richtung kumuliert werden, die Lage der Kreisstädte ist hierbei maßgebend, und mittels Zufallszahlen ein Landkreis zum Kern des Befragungsgebiets bestimmt wird. Hat er mehr Einwohner als einem Viertel der Zelle entspricht, so werden die überschüssigen Einwohner in regionaler Ordnung entfernt (und zwar vom bei der Nord-Süd-Kumulierung unmittelbar vorangegangenen Landkreis aus beginnend), hat der ausgewählte Landkreis zu wenig Einwohner, so werden aus dem folgenden Landkreis so viele Orte hinzugenommen, bis das Soll erreicht ist.

Innerhalb des Befragungsgebiets werden alle Gemeinden alphabetisch geordnet und ihre Einwohnerzahlen kumuliert. Aus der kumulierten Zahlenreihe wird dann mittels Zufallszahlen der auf die Zelle fallende S. P. bestimmt.

### Auswahl der Befragungsbezirke in Schicht II

Die 100 Sample points der Schicht II werden auf 40 Ortsgrößen-Länder-Schichten gemäß den Bevölkerungsanteilen dieser Unterschichten verteilt.

Die Zuteilung der S. P. innerhalb jeder dieser Schichten geschieht ebenfalls mittels Zufallsziffern unter Verwendung der kumulierten Einwohnerzahlen der alphabetisch geordneten Gemeinden.

### Stufe 2 - Auswahl der Zielhaushalte

Die Adressen der Zielhaushalte werden aus den Karteien der Einwohnermeldeämter, der städtischen ADREMA oder aus Verzeichnissen der Bürgermeistereien in systematischer Auswahl gezogen.

In Gemeinden mit weniger als 2.000 Einwohnern wird die Anzahl der in der Kartei enthaltenen Namen durch die gewünschte Zahl der Adressen dividiert. Dieser Quotient gibt das Ziehungsintervall an.

Es werden nur Personen im Alter von 14 - 79 Jahren erfaßt. Ist die ausgewählte Person nicht in dieser Altersgruppe, so wird der Name der nächstfolgenden Person aufgeschrieben, die in die Altersgruppe paßt. In diesem Fall ist beim Auszählen des nächsten Namens wieder bei der ursprünglich ausgewählten Person zu beginnen.

Diese Auszählmethode gilt sowohl für eine Einzel- als auch für eine Familienkartei, d.h. bei einer Familienkartei werden sämtliche Karteikarten herausgezogen und die darauf eingetragenen Namen durchgezählt, während bei einer Einzelkartei nur die Karteikarten abgezählt werden.

In Gemeinden mit mehr als 2.000 Einwohnern wird die Methode leicht abgewandelt. (Aus Gründen der Rationalisierung ist es zweckmäßig, gleich einen Adressenvorrat für mehrere Untersuchungen anzulegen und bei der Auswahl nicht die gesamte Kartei zu bewegen). Die Kartei wird gemessen und durch

den zehnten Teil der erforderlichen Adressenzahl dividiert. Dadurch ergibt sich eine gewisse Zahl von Ausgangspunkten, von denen im Abstand von jeweils 10 Namen (20 Namen in Orten über 10.000 Einwohnern) eine Person ausgewählt wird. Zu jedem Ausgangspunkt werden auf diese Weise 10 Personen ermittelt. Die ausgewählten Namen werden zusammen mit dem Geburtsjahr oder Alter und der genauen Anschrift vermerkt und dem Institut zugeleitet, wo sie "geschüttelt", also in zufällige Reihenfolge gelistet werden.

### Stufe 3 - Auswahl der Befragungspersonen

Diese flexible dritte Auswahlstufe gestattet, die Stichprobe auf relativ enge Altersbegrenzungen und gegebenenfalls auch auf männliche bzw. weibliche Personen in Kombination mit Altersbegrenzungen festzulegen, ohne daß die Repräsentanz der Stichprobe eingeschränkt würde.

Jedem Zielhaushalt wird auf der Adressenliste eine Zufallsziffernreihe zugeordnet, die die Ziffern 1 - 9 enthält. Mit Hilfe dieser Zufallsziffernreihe bestimmt der einzelne Interviewer im Zielhaushalt die Befragungspersonen, indem er alle Haushaltsmitglieder innerhalb der vorgegebenen Altersbegrenzung nach abnehmendem Alter auflistet und dann die Zufallsziffernreihe von links nach rechts so lange durchgeht, bis er auf eine Zahl trifft, die gleich oder kleiner ist als die Gesamtzahl der aufgelisteten Haushaltsmitglieder. Diese Zahl gibt an, die wievielte Person in der Haushaltsaufstellung zu befragen ist.

Die Grundkonzeption des Stichprobenplans gestattet ohne Schwierigkeiten die Umwandlung der Personenstichprobe in eine Haushaltsstichprobe oder, noch spezieller, in eine Stichprobe der haushaltsführenden Personen. Hierfür können, je nach den speziellen Untersuchungserfordernissen, zwei Wege eingeschlagen werden: Einmal die Selbstgewichtung der Stichprobe, indem nur dann eine sich auf den Haushalt beziehende Befragung vorgenommen wird, wenn der aus den Einwohnerkarteien gezogene x-te Name den Haushaltsvorstand, die haushaltsführende Person oder die Hausfrau bezeichnet. Durch diese einfache Maßnahme wird das in der Personenstichprobe naturgemäß bestehende Übergewicht der größeren Haushalte automatisch reduziert und es entsteht eine repräsentative Haushaltsstichprobe.

Der andere Weg besteht darin, daß bei jeder aus den Einwohnermelderegistern gezogenen Adresse die sich auf den Haushalt beziehende Erhebung durchgeführt wird und über einen nachträglichen Gewichtungsprozeß der einzelnen Haushaltsgrößen das ihnen nach der Bundesstatistik zukommende Gewicht zuerteilt wird.

((10) Anhang 3

STATISTISCHE ANLAGE  
DES VON INFRATEST DURCHFÜHRTEN TEILS  
DER LESERANALYSE 1966/67

- i n f r a t e s t -

München

19.5.1967

## INHALT

=====

- I. Auswahlverfahren
- II. Ausschöpfung der Stichprobe
  - a) Nachweis über das Zustandekommen des Kartensatzes
  - b) Verteilung der Interviews über Wochentage
- III. Entzerrung der Stichprobe und Gewichtung der Ergebnisse
  1. Entzerrung der Stichprobe
  2. Gewichtung der Ergebnisse
- IV. Anhang

## I. AUSWAHLVERFAHREN

Grundgesamtheit der Studie war die Bevölkerung von 14 bis einschließlich 70 Jahren in der Bundesrepublik und in West-Berlin.

Die Auswahl der Befragungspersonen erfolgte durch eine mehrstufige geschichtete Zufallsstichprobe, deren Anlage im folgenden beschrieben wird.

Zunächst wurden die 24.468 Gemeinden (Stand vom 30.6.1964) der Bundesrepublik und West-Berlins nach Ländern, Regierungsbezirken und folgenden 11 Gemeindegrößenklassen<sup>1)</sup> geschichtet:

LA 1967	( Gemeinden von	1 bis	499	Einwohnern
	( Gemeinden von	500 bis	1.999	Einwohnern
	( Gemeinden von	2.000 bis	2.999	Einwohnern
LA 1967	( Gemeinden von	3.000 bis	4.999	Einwohnern
	( Gemeinden von	5.000 bis	9.999	Einwohnern
LA 1967	( Gemeinden von	10.000 bis	19.999	Einwohnern
LA 1967	Gemeinden von	20.000 bis	49.999	Einwohnern
LA 1967	Gemeinden von	50.000 bis	99.999	Einwohnern
LA 1967	Gemeinden von	100.000 bis	199.999	Einwohnern
LA 1967	Gemeinden von	200.000 bis	499.999	Einwohnern
LA 1967	Gemeinden von	500.000 und mehr		Einwohnern

Eine Schicht besteht aus sämtlichen Gemeinden einer Gemeindegrößenklasse innerhalb eines Regierungsbezirkes. Der Bevölkerungsanteil der Schicht (das Schichtgewicht) ist bestimmt durch die Summe der Einwohnerzahlen<sup>2)</sup> dieser Gemeinden. Als Grundlage für die Errechnung der Anteile dienten die fortgeschriebenen Ergebnisse der letzten Volkszählung mit Stand vom 30.6.1963.<sup>3)</sup>

---

1) LA 1967: 8 Gemeindegrößenklassen

2) LA 1967: Summe der Privathaushalte

3) LA 1967: Die Ergebnisse der Volkszählung vom 6.6.1961 (Haushalte)

In der ersten Auswahlstufe wurden nun proportional zum Bevölkerungsanteil<sup>4)</sup> der einzelnen Schichten 1.100 Primäreinheiten in systematischer Zufallsauswahl gezogen. Auswahlinheit war die Gemeinde, in Städten mit mehr als 500.000 Einwohnern der Stadtteil. Abgesehen von Auf- und Abrundungen traf im Durchschnitt eine Primäreinheit auf je 52.000 Einwohner<sup>5)</sup>, so daß in der gesamten Stichprobe alle Gemeinden mit 52.000 und mehr Einwohnern<sup>5)</sup>, mit einer oder mehreren Primäreinheiten vertreten sein können.

Die 1.100 ausgewählten Primäreinheiten wurden in vier gleichermaßen repräsentative Teile zu je 275 gegliedert und in vier Befragungswellen eingesetzt.

In der zweiten Auswahlstufe wurden mit Hilfe der Stimmbezirkeinteilung der Bundestagswahl vom 17.9.1961 Flächen annähernd gleichen Gewichts (d.h. etwa gleichgroßer Wahlbevölkerung) gebildet und über Zufallszahlen proportional zur Wahlbevölkerung ein Stimmbezirk je Primäreinheit in die Auswahl genommen. In Gemeinden mit weniger als 2.000 Einwohnern galt dabei das gesamte Gemeindegebiet als ausgewählte Fläche. Innerhalb der ausgewählten Flächen (Stimmbezirk oder Teil eines Stimmbezirks) wurden dann nach dem Flächenstichprobenverfahren alle Privathaushalte erhoben. In Übereinstimmung mit der Amtlichen Statistik wurde der Begriff "Privathaushalt" wie folgt definiert:

"Als Privathaushalt zählt jede zusammen wohnende und gemeinsam wirtschaftende Personengruppe, die sowohl verwandte als auch fremde Personen umfassen kann. Auch Personen, die für sich allein wohnen und wirtschaften, wie z.B. Einzeluntermieter, zählen als Haushalt. Haushalte des Personals in Anstalten (wie Haushalt des Anstaltsleiters, Arztes oder Pförtners) wurden ebenfalls zu den Privathaushalten gerechnet."

4) LA 1967: zum Anteil der Privathaushalte

5) LA 1967: 17.700 Privathaushalte

In der dritten Auswahlstufe wurden aus den erhobenen Adressen in systematischer Zufallsauswahl 7 - 8 Haushaltsadressen je Primäreinheit ausgewählt und dem Interviewer zur Befragung vorgegeben.

Für die Auswahl der Zielperson war jedem Fragebogen ein Adressenprotokoll beigeheftet, in das der Interviewer alle dem vorgegebenen Haushalt angehörenden Personen, von 14 bis 70 Jahren, nach Alter geordnet, eintrug. Diese Eintragung war im Adressenprotokoll mit einem vorgedruckten systematischen Auswahlsschlüssel kombiniert, der allen zur Grundgesamtheit gehörenden Personen im Haushalt eine gleiche Auswahlchance gewährleistet. Die zu befragende Zielperson war damit bestimmt. Jeder subjektive Einfluß des Interviewers auf die Auswahl der Befragungsperson war also ausgeschaltet.

## II. AUSSCHÖPFUNG DER STICHPROBE

Bei der Anwendung einer Zufallsstichprobe, die dem Interviewer keine Freiheit bei der Auswahl der Befragten läßt, sondern ihm genau vorschreibt, welche Person er im Einzelfall aufzusuchen und zu befragen hat, werden alle durch Ausfälle oder Verweigerungen hervorgerufenen Störungen der Stichprobe ausgewiesen. Um diese Ausfälle möglichst niedrig zu halten, wurden dem Interviewer bis zu drei Wiederholungsbeurteilungen zusätzlich honoriert.

Im Ansatz umfaßte die gesamte Stichprobe 1.100 zu je sieben bzw. acht Befragungsadressen, insgesamt 8.100 Befragungsadressen. Davon entfallen auf jede der vier Befragungswellen 1.980 Befragungsadressen. Ein Aufriß der aufgetretenen Ausfälle wird in der folgenden Übersicht gegeben:

	absolut	Prozent
a) <u>Nachweis über das Zustandekommen des Kartensatzes</u>		
Ausgangs-Adressenzahl 8.100 Stück = 100 %		
1. Karteifehler	354	4,4
2. Keine Person 14 bis 70 Jahre	434	5,4
3. Kein Nachfolge-Mieter	156	1,9
4. Sonstige Ausfälle	42	0,5
Bereinigte Stichprobe 7.114 Stück = 100 %		
5. Niemand im Haushalt angetroffen	248	3,5
6. Auskunft über Haushalt verweigert	254	3,6
7. Zielperson nicht angetroffen	244	3,4
8. Zielperson verweigert das Interview	314	4,4
9. Zielperson außerstande	139	2,0
10. Eingang verspätet oder fehlerhaft durchgeführte Interviews	64	0,9
b) <u>Verteilung der Interviews über die Wochentage</u>		
1. Montag	878	
2. Dienstag	819	
3. Mittwoch	859	
4. Donnerstag	814	
5. Freitag	786	
6. Samstag	863	
7. Sonntag	<u>832</u>	
	5.851	82,2

### III. ENTZERRUNG DER STICHPROBE UND GEWICHTUNG DER ERGEBNISSE<sup>6)</sup>

#### 1. Entzerrung der Stichprobe

Zur Befragung von Personen aus der oben definierten Grundgesamtheit beschreitet infratest den Umweg über eine Auswahl von Haushalten, hauptsächlich wegen der unmittelbaren und einheitlicheren Erhebungsmöglichkeit von Haushalten gegenüber der Auswahl von Personen aus den nicht einheitlich aufgebauten Einwohnermeldekarteien.

Da nun in jedem der ausgewählten Haushalte unabhängig von seiner Größe eine Person befragt wurde, sind die Auswahlchancen der Personen in der Stichprobe abhängig von der Haushaltsgröße, die durch die Summe der Personen von 14 bis 70 Jahren im Haushalt bestimmt ist, nicht etwa durch die Summe aller Personen im Haushalt, da die nicht zur Grundgesamtheit gehörenden Personen bei der Auswahl der Zielperson keine Chance erhalten, ausgewählt zu werden. Die Rohstichprobe liefert also zunächst eine Verteilung "Haushalte nach Haushaltsgröße"<sup>\*)</sup>. Bei der Korrektur der Stichprobe wird die Abhängigkeit der Auswahlchance von der Haushaltsgröße durch Multiplikation mit der Zahl der Personen im Haushalt eliminiert. Die dabei entstehende Verteilung ergibt damit exakt die der Rohstichprobe entsprechende Verteilung "Personen nach Haushaltsgröße". Anhand dieser Verteilung wird die ungewichtete Rohstichprobe korrigiert.

\*) Mit "Haushaltsgröße" und "Zahl der Personen im Haushalt" ist hier immer die Zahl der Personen von 14 - 70 Jahren im Haushalt gemeint.

6) Das geschilderte Verfahren wurde bei der LA 1967 in Übereinkunft mit der ACLA nicht in der gleichen Weise durchgeführt (siehe Anhang!)

I. Ungewichtete Haushaltsstichprobe LA 1966	Haushalte mit ... Personen von 14 - 70 Jahren							
	1	2	3	4	5	6	7	
	1.043	2.927	1.155	542	148	29	7	
	17,8%	50,0%	19,8%	9,3%	2,5%	0,5%	0,1%	
	Gesamt						5.851	100,0

Personen von 14 - 70 Jahren, in Haushalten mit ... Personen

II. Multiplikation von I mit Zahl der Personen im Haushalt	1	2	3	4	5	6	7	
	1.043	5.854	3.465	2.168	740	174	49	
	7,7%	43,4%	25,6%	16,1%	5,5%	1,3%	0,4%	
	Gesamt						13.493	100,0

Personen von 14 - 70 Jahren, in Haushalten mit ... Personen

III. Korrigierte Stichprobe nach Verteilung II	1	2	3	4	5	6	7	
	475	2.647	1.568	981	333	79	18	
	7,8%	43,4%	25,6%	16,1%	5,5%	1,3%	0,3%	
	Gesamt						6.101	100,0

Anteile aller Personen im Haushalt nach Gesamt-Haushaltsgröße

IV. Anteile in II ... Amtl. Statistik ... (Stand: 6.6.1961)	1	2	3	4	5	6	7	8 und mehr	
	5,7%	22,3%	23,6%	22,9%	12,4%	6,7%	3,6%	2,8%	
	7,5%	19,4%	23,9%	22,0%	13,4%	7,5%	3,2%	3,1%	
	Gesamt								100

Die Tabellen I - III geben die Werte der ungewichteten Haushaltsstichprobe (Rohstichprobe), der Multiplikation mit der Haushaltsgröße und die Werte der korrigierten Stichprobe (ungewichtete Personenstichprobe) an.

Tabelle IV ermöglicht einen ungefähren Vergleich mit der Amtlichen Statistik. Es muß berücksichtigt werden, daß bei der Stichprobe LA 66 alle Haushalte, in denen nur Personen von mehr als 70 Jahren leben, nicht enthalten sind, während die Amtliche Statistik diese Zahlen mit einschließt. Durch diese Tatsache erklärt sich die Abweichung bei den Ein-Personen-Haushalten (in ca. 800.000 Ein-Personen-Haushalten leben Personen, die älter sind als 70 Jahre).

## 2. Gewichtung der Ergebnisse

Bei jeder Zufallsstichprobe können zwei Arten von Fehlern auftreten, die zu Abweichungen der Ergebnisse von den Werten in der Grundgesamtheit führen.

### a) Zufallsfehler

Bei gegebenem Stichprobenumfang können die Zufallsfehler für einen Merkmalsanteil berechnet (siehe II. Fehlerberechnung) werden. Die durch Zufallsfehler verursachten Abweichungen können also immer innerhalb genau definierter Grenzen angegeben werden.

### b) Systematische Fehler

Nicht berechenbar, oft auch nicht erkennbar sind die systematischen Fehler. Sie führen in vielen Fällen zu Abweichungen, die größer sind als die für die Zufallsfehler berechneten Fehlertoleranzen. Vor allem diese Tatsache macht meist eine nachträgliche Gewichtung der in einer Stichprobe gewonnenen Ergebnisse erforderlich.

Auch bei hoher Ausschöpfung einer Bevölkerungstichprobe treten Abweichungen gegenüber den Zahlen der Amtlichen



Statistik auf. Durch eine nachträgliche Gewichtung der Ergebnisse erhalten die korrigierten Merkmale genau das Gewicht, welches sie lt. Amtlicher Statistik (Stand vom 1.1.1964) haben. Die Gewichtung erfolgte anhand eines Zellenplanes durch Doppeln und Ziehen von Lochkarten. Das Stichprobenmaterial wurde in 132 Teilgruppen (11 Länder, 2 Geschlechter, 6 Altersgruppen) aufgeteilt und entsprechend den Sollzahlen der Amtlichen Statistik gewichtet.

#### IV. ANHANG

##### Entzerrung der Stichprobe bei der LA 1967

Das oben beschriebene Stichprobenverfahren führt zu einer "Haushaltsstichprobe", d.h. daß sich die Chancen *g l e i c h e i t* der Elemente in der Stichprobe auf die ausgewählten Haushalte bezieht. Die Auswahlchance der durch Zufallsauswahl aus allen 14- bis 70jährigen in den Haushalten der Stichprobe ausgewählten Personen steht also in umgekehrtem Verhältnis zur Zahl der in den einzelnen Haushalten lebenden Personen (Auswahlsatz:  $\frac{1}{n}$ , wenn  $n$  gleich der Zahl aller Personen von 14 - 70 Jahren im Haushalt ist).

Um die Chancengleichheit aller Elemente der oben definierten Grundgesamtheit herzustellen, hat infratest bisher den Weg über die Multiplikation mit dem reziproken Auswahlsatz ( $n$ ) beschritten. Mit der sich dann ergebenden Verteilung wurde die Entzerrung der Erhebungsmasse direkt durchgeführt, da entsprechendes sekundär-statistisches Material nicht verfügbar ist.

Bei der Leser-Analyse 1967 wurde ein anderer Weg beschritten. Die Verteilung der 14- bis 70jährigen Personen nach Zahl aller Personen im Haushalt wurde durch Mittlung der Ergebnisse beider an der Studie beteiligten Institute gebildet und galt als Soll-Verteilung für die Gewichtung nach Haushaltsgröße. Darüber hinaus wurde keine weitere Entzerrung der infratest-Stichprobe durchgeführt.

Die Verteilung der Wahlbezirke in der Bundesrepublik Deutschland und Berlin (West) aus der Bundestagswahl vom 28.9.1969 und der Wahl zum Berliner Abgeordnetenhaus vom 12.3.1967 nach Anzahl Wahlberechtigter und Gemeindegrößenklassen, und zwar getrennt für Gemeinden, die nicht zu einer Boustedt-Region gehören, und für Gemeinden in Boustedt-Regionen

Wahlberechtigte	bis 1999	2000 bis 19999	20T bis 99999	100T bis 499999	Boustedt				GGK	Total
					500T und mehr	20T bis 49999	50T bis 99999	100T bis 499999		
1 - 50	371	56	21	1	1	0	0	2	5	457
51 - 100	1765	115	15	7	2	1	1	6	7	1919
101 - 150	2354	228	40	6	8	1	0	9	7	2653
151 - 200	2231	276	43	16	14	0	1	14	18	2613
201 - 250	1965	312	36	12	20	1	1	12	17	2376
251 - 300	1675	319	68	19	29	1	7	11	31	2160
301 - 350	1394	305	69	14	28	1	5	20	29	1865
351 - 400	1228	368	85	28	33	0	12	33	38	1817
401 - 450	967	419	133	40	49	4	15	41	50	1718
451 - 500	850	426	156	54	69	1	17	58	64	1695
501 - 550	714	515	212	84	107	0	22	56	88	1798
551 - 600	658	568	245	128	162	4	16	93	104	1978
601 - 650	553	604	345	207	216	4	19	89	121	2158
651 - 700	496	663	391	287	282	5	14	79	150	2367
701 - 750	421	712	454	382	382	7	18	72	179	2627
751 - 800	311	648	499	461	453	5	23	73	190	2663
801 - 850	322	588	477	488	530	5	32	64	196	2702
851 - 900	273	542	483	484	553	9	21	77	186	2628
901 - 950	237	488	368	537	567	4	17	68	159	2445
951 - 1000	197	450	375	551	500	8	19	65	165	2330
1001 - 1050	172	431	260	529	460	12	15	85	110	2074
1051 - 1100	165	361	261	423	351	7	12	67	105	1753
1101 - 1150	133	348	195	377	290	6	9	52	116	1526
1151 - 1200	114	317	178	301	236	4	11	46	104	1311
1201 - 1250	83	267	154	261	183	2	15	34	96	1095
1251 - 1300	48	240	128	192	161	1	7	29	81	887
1301 - 1350	34	230	110	161	123	2	5	23	88	776
1351 - 1400	19	198	83	135	120	2	6	29	70	662
1401 - 1450	3	171	78	89	103	2	3	15	63	527
1451 - 1500	1	168	66	55	72	4	2	12	47	427
1501 - 1550	1	112	71	59	56	1	1	10	41	352
1551 - 1600	1	105	52	32	46	3	4	7	39	289
1601 - 1650	0	80	47	18	24	2	1	12	31	215
1651 - 1700	0	73	27	17	9	1	1	5	27	160
1701 - 1750	0	52	25	10	7	3	2	5	18	122
1751 - 1800	1	29	23	10	3	0	1	2	16	85
1801 - 1850	1	24	16	7	10	0	1	1	10	70
1851 - 1900	0	18	10	6	0	0	1	1	8	44
1901 - 1950	0	17	6	3	0	1	1	1	6	35
1951 - 2000	0	13	10	3	0	1	0	2	2	31
2001 und mehr	0	62	63	7	0	0	2	3	17	154
	19751	11918	6378	6501	6259	115	360	1383	2899	55564

## Zeitstichprobe, Antreffbarkeit, Ausfälle

Dr. Klaus Peter Landgrebe

Summe der Reichweiten im Erscheinungsintervall

LA 69 <sup>1)</sup> Monats- anteil	100 <sup>2)</sup>	100 <sup>2)</sup>	LA 61 <sup>3)</sup> Befragungs- woche	100 <sup>2)</sup>	100 <sup>2)</sup>
1	102,0	100,9	1	28,4	31,4
2	95,2	102,3	2	34,7	32,9
3	109,7	102,7	3	35,6	33,8
4	103,1	106,1	4	31,1	31,7
5	105,6	103,6			
1	102,0	100,9	1	28,4	31,4
2	95,2	102,3	2	34,7	32,9
3	109,7	102,7	3	35,6	33,8
4	103,1	106,1	4	31,1	31,7
5	105,6	103,6			

1) 2) Monatszeitschriften

3) 4) Monatszeitschriften

5) geschätzte Durchschnitt über 10 Wochen

In den Beschreibungen zur Stichprobe im Berichtsband (Seite 5) und im Methodenband I, Teil (Seite 6) ist schon auf die Bedeutung der Zeitstichprobe aufmerksam gemacht worden. Die einzigen Hinweise auf Abhängigkeiten zwischen der Größe der Reichweite einerseits und dem Abstand zwischen Erscheinungstag einer Zeitschrift und dem Befragungstag andererseits stammen aus Spezialauswertungen der LA 61, die lediglich in der Dissertation von Eva-Maria Hess und ohne Nennung von Zeitschriftentiteln veröffentlicht worden sind (Methoden der Leserschaftsforschung, Metra, Spezialserie Nr. 2, Frankfurt/AM 1964, Seiten 116 und 117). Da die genaue Einhaltung der Zeitstichprobe nicht unbeträchtliche Konsequenzen auf die Gesamtdurchführung der Untersuchung hat — Wiederholungsbesuche nur am selben Wochentag eine, zwei, drei Wochen später, dadurch Erhöhung der Interviewer-Kosten und Verringerung der Ausschöpfung — sollten nach acht Jahren die vermuteten Abhängigkeiten noch einmal überprüft werden.

Zunächst werden die Stichprobenstrukturen gezeigt, damit man sich vergewissern kann, ob feststellbare Unterschiede in den Reichweiten an verschiedenen Tagen möglicherweise auf abweichende demographische Zusammensetzung zurückzuführen sind. Dann sind die weitesten Leserkreise und die mit dem Kalender erhobenen Leserschaften im Erscheinungsintervall ausgezählt worden, denn es ist anzunehmen, daß sich systematische Einflüsse hieran besser erkennen lassen als an dem „Kunstwert“ Leserschaft pro Ausgabe.

Die stärksten Erinnerungsverluste werden bei Monatszeitschriften erwartet. Prüfen wir also, wie groß die Reichweiten in den Monatsausgaben sind (zum Vergleich die Ergebnisse von 1961 aus vier Befragungswochen).

In beiden Ergebnissen zeigen sich dieselben Phänomene: Um den Monatswechsel werden die geringsten, nach der Monatsmitte die höchsten Reichweiten erzielt. Das widerspricht der Hypothese, daß gleich nach Erscheinen der Monatszeitschriften die Leselust am größten, bei Befragung in diesem Zeitraum die Reichweiten am höchsten sein müßten, weil kein Erinnerungsverlust sie schmälert. Die Beobachtungen sind also nicht ohne weiteres plausibel zu erklären, man müßte erst mehr über das Leseverhalten im Monatsablauf wissen. Rein zufällig scheinen die Ergebnisse jedenfalls nicht zustande zu kommen, sonst zeigte sich nicht ein so ausgeprägter Kurvenverlauf in zwei mit ganz unterschiedlichen Fragestellungen durchgeführten Untersuchungen. Man wird dieses Phänomen weiter verfolgen müssen, zumal die Reichweite der weitesten Leserkreise fast parallelen Schwankungen unterliegt.

Bei den wöchentlich erscheinenden Zeitschriften sind nur sehr schwer verallgemeinerungsfähige Befunde zu entdecken. Man wird hier noch sorgfältiger Erscheinungstag und Befragungstag in Beziehung setzen müssen, als bei den monatlichen, was im Rahmen dieses Methodenbandes leider nicht mehr geschehen kann. Lediglich an drei Ergebnissen für einige Zeitungen und Zeitschriften, die einen relativ kurzen Aktualitätszeitraum haben, sollen ein paar Überlegungen angeknüpft werden.

Wir sehen bei Bild am Sonntag die niedrigste Reichweite, wenn Befragungstag und Erscheinungstag zusammenfallen: am Sonntag. Beim Spiegel und bei Kicker Sportmagazin am Montag. Vielleicht deutet sich hier ein ähnliches Phänomen an wie bei den Monatszeitschriften: Nicht um den Erscheinungstag herum ist die Reichweite am größten, sondern in der Mitte des Erscheinungsintervalls. Hangt das vielleicht mit den Lesephasen zusammen: Durchsicht zur Orientierung, Hauptlesephase und Nachlese?

Ein anderer Aspekt: Macht man mit der Forderung danach, daß auch an Sonn- und Feiertagen interviewt wird, nicht vielleicht einen großen Fehler, weil man nur die antrifft, die unbeweglicher, nicht so unternehmungslustig sind und damit — wie zu sehen — auch weniger Zeitschriften lesen. Man muß Interviews am Sonntag höher bezahlen und meint mit diesem Mehraufwand etwas Gutes zu tun. Ist das wirklich so? Und man wird Sonntagsausflüger auch an den auf den ersten Besuchtag folgenden Sonntagen kaum leichter antreffen und schraubt sich damit selbst die Ausfallquote hoch, weil Nachbesuche am Montag oder an anderen Wochentagen nicht gestattet sind. Für die täglich erscheinenden Medien ist eine stublere Tagesstichprobe sicher notwendig, aber man müßte überprüfen, ob die Ergebnisse aus Montags-Interviews für Samstag anders aussehen als aus Sonntag-Interviews. Wenn man für die drei letzten Tage fragt, lassen sich auch Verschiebungen in den Tages-Samples ausgleichen, in dem Ergebnisse für gestern und vorgestern etwa zusammengeläut werden.

Diese Überlegungen gewinnen besondere Bedeutung, wenn man einerseits sieht, daß die Ausschöpfung der Stichprobe immer schwerer wird — langsam sinken die Quoten unter 80% — andererseits aber, wie groß die Abhängigkeit zwischen Antreffbarkeit und Reichweite ist. Die schwerer Erreichbaren lesen mehr Zeitschriften. Anders ausgedrückt: Mit jedem unterlassenen Wiederholungsbesuch verschenkt man Reichweite, jeder nicht Angetretene mindert die Größen der Leserschaften.

Der Trend (siehe Seite 87—89, die rechten drei Spalten) ist so eindeutig, daß schleunigst etwas für bessere Ausschöpfungsquoten getan werden muß.

Denn der Versuch, ein Extrapolationsmerkmal für die nicht Angetretene zu gewinnen, scheint in der LA 69 noch nicht geglückt. Wir sehen zwar eine deutliche Zunahme der Reichweiten von der Gruppe „An 7 Tagen zu Hause gewesen“ bis zu der Gruppe „An 4-3 Tagen zu Hause gewesen“, doch dann bröckelt der Trend ab. Verbleibt ist bei der Beantwortung dieser Frage dasselbe passiert, wie bei dem Hören, Lesen und Sehen in den letzten acht Tagen: Manche Interviewer haben über gestern nicht hinaus getragt und in „An keinem Tage zu Hause gewesen“ ist raxel „keine Angabe“ enthalten. Man wird sehen, ob dieses Instrument in der LA 70 besser arbeitet.

Ganz ohne Anhaltspunkte ist man hinsichtlich des Verhaltens der Verweigerer. Es müßte ein vollkommeneres Instrument entwickelt werden als die bisher üblichen Notierungen des Interviewers zur Kontaktaufnahme und zur Durchführung des Interviews. Denn hier stellt sich eher der Interviewer selbst ein Zeugnis aus als daß wirklich die Aufgeschlossenheit des Befragten gemessen wurde. Auch die Verweigerungen nehmen zu — vielleicht auch ein Problem des hohen Ausschöpfens der Sample-Points = Wahlbezirke? — so daß man sich auch um diese Problematik intensiver wird kümmern müssen.

	0 Interviews pro Punkt	1 Interview pro Punkt	2 Interviews pro Punkt	3 Interviews pro Punkt	4 Interviews pro Punkt	Alle Adressen
Brutto-Einsatz-Adressen	176 100,0	768 100,0	1944 100,0	5696 100,0	11576 100,0	20160 100,0
Angegebene Straße/Haus-Nr. nicht auffindbar	4 2,2	11 1,4	24 1,2	20 0,3		59 0,2
Wohnung/Untermieter-Wohnung unbewohnt	2 1,1	22 2,8	38 1,9	71 1,2		133 0,6
Haushalt gehört nicht zur Stichprobe z.B. Ausländer-/Anstaltsgehälter	12 6,8	23 2,9	35 1,8	48 0,8		118 0,5
Bereinigete Stichprobe	158 89,7 100,0	712 92,7 100,0	1847 95,0 100,0	5557 97,5 100,0	11576 100,0 100,0	19850 98,4 100,0
im Haushalt trotz mehrfacher Besuche niemand angetroffen	24 13,6 15,1	138 17,9 19,3	254 13,0 13,7	159 4,5 4,6		675 3,3 3,4
Haushalt verweigert jede Auskunft	70 39,7 44,3	199 25,9 27,9	326 16,7 17,6	516 9,0 9,2		1111 5,5 5,5
Zielperson nicht angetroffen (z.B. verreist, trotz mehrfacher Besuche im Krankhaus oder sonstiges)	3 1,7 1,8	39 5,0 5,4	54 2,7 2,9	112 1,9 2,0		208 1,0 1,0
Zielperson verweigert Auskunft	11 6,2 6,9	28 3,6 3,9	61 3,1 3,3	90 1,5 1,6		190 0,9 0,9
Zielperson krank, kann Interview genauig oder körperlich nicht folgen	19 10,7 12,0	82 10,6 11,5	138 7,0 7,4	212 3,7 3,8		451 2,2 2,2
Sonstiges	31 17,5 19,5	34 4,3 4,7	42 2,1 2,2	96 1,6 1,7		203 0,9 0,9
Eingelagerte Interviews		192 25,0 26,9	972 50,0 52,6	4272 75,0 76,8	11576 100,0 100,0	17012 84,3 85,7

## Auszug aus den

## Auftragsbedingungen für die Durchführung der Leseranalyse 1958

- Die 3 „at random“-Stichproben nach gezogenen Adressen sollen nach dem DEMING-Plan unter anteilmäßigem Einfluß aller Ortsgrößenklassen so bemessen sein, daß etwa jeweils netto 5.000 Befragungen in den Monaten November 1957, Januar 1958 und März 1958 stattfinden.
- Die Befragten stellen eine Stichprobe der Gesamtbevölkerung des Bundesgebietes einschließlich West-Berlin und des Saargebietes in der altersmäßigen Begrenzung von 16—70 Jahren dar.
- Die 3 Monat-Samples sind so zu verteilen, daß eine gleichmäßige Überdeckung des jeweiligen Monats gewährleistet ist.
- Die bei den 3 Erhebungen zum Einsatz kommenden Interviewer und Kontrollpersonen sollen neben der ausführlichen schriftlichen Einweisung in Schulungsveranstaltungen regional zusammengefaßt werden. Das Institut sagt zu, daß für solche Interviewer mit der Durchführung der Befragung beauftragt werden, die sich bei Probeinterviews etc. qualifizieren konnten.
- Die Arbeit der Interviewer ist regional zu überwachen. Diese Überwachung bezieht sich auf die Einhaltung des Auswahlverfahrens, die anweisungsgemäße Abhaltung der Interviews und deren Niederschrift sowie auf die sorgfältige Protokollierung der Verweigerungen und Ausfälle. Die Arbeitsgemeinschaft erwartet, daß das Institut eine ausreichende Zahl von Kontrollpersonen einsetzt.
- Diese Kontrollpersonen sind der Arbeitsgemeinschaft zu benennen. Der geschäftsführende Ausschuß der Arbeitsgemeinschaft behält sich vor, selbst oder durch in der praktischen Institutsarbeit erfahrene Sachverständige mit den Kontrollpersonen Fühlung aufzunehmen, um sich so ein Bild vom Ablauf der Befragung machen zu können.
- Die regionalen Kontrollleute sollen die Arbeit der ihnen unterstellten Befragter ständig im Auge haben, deren Fragabogen usw. durchsehen und bei Schwierigkeiten oder Zweifelsfällen durch Interviewer-Wechsel oder eigene Ermittlung eingreifen.
- Eine persönliche Kontrolle, die von 5% der monatlichen Brutto-Adressenliste ausgeht, ist so vorzunehmen, daß zwischen Interview und Nachfrage im Einzelfall nicht mehr als 14 Tage liegen. Für diese Kontrollen ist ein besonderes Protokoll zu entwickeln, das später auch auszuwerten ist.
- Die Arbeitsgemeinschaft empfiehlt, bei der Honorierung der Interviewer eine Staffelung nach der Ausschöpfung der übernommenen Adressen vorzunehmen. Es gilt aber als verabredet, daß in Orten über 100.000 Einwohner mindestens bis zu 4, sonst bis zu 3 Besuche außer dem Kontakt-Interview gemacht werden. Das letzte Interview sollte gesondert angekündigt und zunächst von einem anderen Interviewer übernommen werden.
- Die im Rahmen der Leseranalyse neu gezogenen Anschriften dienen lediglich der Ermittlung der für die Leseranalyse zu befragenden Personen. Ebenso sind die Anläßlich dieser Erhebung zu tätigen Interviews ausschließliches Eigentum der Arbeitsgemeinschaft.
- Die Befragung geschieht an Hand eines Fragebogens, der von der Arbeitsgemeinschaft in Zusammenarbeit mit dem beauftragten Institut entwickelt wird. Der zur Benutzung kommende Fragebogen einschl. der Hilfsmittel ist Eigentum der Arbeitsgemeinschaft.
- Der auftragnehmende Institut verpflichtet sich, in erforderlich werdenden Umstände zur Fortentwicklung der Erhebungs- und Auswertungsmethode beizutragen.

Arbeitsgemeinschaft Leseranalyse e. V.

Ausschreibung MA 73

Das neue Feldensatzmodell machte es notwendig, daß die Ausschreibung für die Erhebung MA 73 besonders ausführlich gehalten wurde. Der Ausschreibung war ein „Katalog der Ausfälle bei Adressen-Random“ beigefügt. Das Anschreiben an die Institute und die Anlage, Katalog der Ausfälle, sind hier im Wortlaut abgedruckt

15. Juni 1972 Sch/Sb

Sehr geehrte Damen und Herren,

von der Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse e. V. wurden wir beauftragt, die organisatorische und finanzielle Abwicklung der MA 73 durchzuführen. Die Kenntnis der Tatsache, daß Sie über die koordinierbare Gesamtstichprobe des ADM verfügen, veranlaßt uns, Sie zu einem Angebot aufzufordern.

Die Erhebung erfolgt in 18 Netzen der ADM-Stichprobe. Es sollen zwei Institute mit je 5 und zwei Institute mit je 4 Netzen zusammenarbeiten.

A. Stichprobe und Ausschöpfung

Es kommt ausschließlich die koordinierte Gesamtstichprobe des ADM zum Einsatz. Es dürfen keine Netze eingesetzt werden, in denen bereits Interviews für die MA 72/11 erhoben wurden. Außerdem erbitten wir Informationen darüber, inwieweit Netze, die bei MA 72/11 verwendet wurden, zum Einsatz kämen. Zum Einsatz kommt das neue Feldensatzmodell der Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse e. V. Dieses Modell basiert auf den Erkenntnissen und Erfahrungen der Jahre 1971 und 1972 und bezieht Forderungen mit ein, die in der Arbeitsgruppe „Stichprobe“ auf dem BVM-Kongreß im Mai 1972 in Düsseldorf aufgestellt wurden.

Ersteinsatz

Der Einsatz der 18 zum Einsatz kommenden Netze erfolgt in 24 Wochen zuzüglich einer Nachwoche vor der Weihnachtspause und einer Nachwoche am Ende. Drei Netze von drei verschiedenen Instituten sind immer gleichzeitig im Feld (Näheres siehe Einsatzplan in der Anlage.) Der Ersteinsatz der Adressen eines Netzes erfolgt so, daß pro Tag 10 Points eingesetzt werden, in der Woche 70 und im Vier-Wochen-Zeitraum alle 280 Points eines Netzes. Es ist darauf zu achten, daß beim Einsatz die regionale Verteilung (Bundesländer, Regierungsbezirke, Gemeindegrößen) pro Woche und Wochentag optimal ist. Pro Point sind vier Adressen vorzugeben, d. h. pro Tag 40, pro Woche 280 und pro Netz 1120. Den Interviewern ist ein

spezieller Wochentag vorzuschreiben, der darauffolgende Wochentag steht als Ausweichtag für Zweitbesuche ebenso wie dieselben Wochentage der Folgewoche zur Verfügung. Verhinderte Interviewer sind anzuhalten, dem Institut sofort Nachricht zu geben, damit der entsprechende Point noch während der Zeit des Ersteinsatzes schnellstmöglich wieder eingesetzt werden kann.

Wiederholungseinsatz

Alle Ausfälle aus dem Ersteinsatz sind beim Wiederholungseinsatz wieder einzusetzen. Es wird dem Institut überlassen, den gleichen oder andere Interviewer als beim Ersteinsatz zu beauftragen. Der Wiederholungseinsatz erfolgt frühestens vier, spätestens 12 Wochen nach dem Ersteinsatz der Adressen. Für die Wochen 10-14 sind für den Wiedereinsatz Sonderregelungen abzustimmen. Die Verteilung auf die Wochen ist dem Institut freigestellt. Vorgeschrieben wird der Wochentag. Der beim Wiederholungseinsatz vorgeschriebene Wochentag hat zwei Tage nach dem Ersteinsatz zu liegen (z. B. Ersteinsatztag: Dienstag, Ausweichtag: Mittwoch; Tag beim Wiederholungseinsatz: Donnerstag, Ausweichtag: Freitag).

Von diesem Modell wird nicht nur eine maximale Ausschöpfung der Stichprobe, sondern auch eine gleichmäßige Ausschöpfung der Points erwartet. Daher ist dieses Modell auch der Kalkulation zugrunde zu legen. Nach den vorliegenden Erfahrungen ist damit zu rechnen, daß beim Ersteinsatz ca. 1/3 der Adressen und beim Wiederholungseinsatz ebenfalls 1/3 der wieder eingesetzten Adressen nicht zum Interview führen. Wir erwarten demnach eine Ausschöpfung zwischen 85 und 90 Prozent.

Dieses Modell erfordert eine genaue Protokollierung des Ausfalls und Wiedereinsatzes. Die geforderten Informationen finden Sie auf der beigefügten Unterlage „Berichtsschema Feldeinsatz“. Das Institut hat Sorge zu tragen, diese Informationen vollständig liefern zu können.

B. Fragebogen

Das Befragungsinstrumentarium entspricht dem bei der MA 72 eingesetzten. Modifizierungen und mögliche Erweiterungen liegen bis Mitte August 1972 vor. Die beteiligten Institute führen untereinander eine Abstimmung der Fragebögen durch. Fragenformulierung, Layout und Code sind gleich zu halten. Befragungsunterlagen wie Titelkarten und Vorlagenhefte werden von uns in ausreichender Zahl zur Verfügung gestellt. Ebenso wie die Verwendung dieser Unterlagen für die Befragung ist die von uns zur Verfügung gestellte Interviewer-Anweisung zu verwenden. Die Dauer des Interviews betrug bei der MA 72/1

	%
bis 19 Minuten	1
20 bis 29 Minuten	11
30 bis 39 Minuten	26
40 bis 49 Minuten	27
50 bis 59 Minuten	14
60 bis 69 Minuten	10
70 bis 79 Minuten	2
80 Minuten und mehr	1
Keine Angabe	8

C. Aufbereitung

Die Verschlüsselung und Übernahme auf Datenträger wird nach einem einheitlichen Code-Plan vorgenommen, um Transformationen und damit zusätzliche Fehler zu vermeiden. Es werden voraussichtlich pro Interview neun bis zehn Lochkarten benötigt. Die Tageszeitungen werden vom Interviewer offen in Druckbuchstaben festgehalten und nach einem von uns bereitgestellten Schlüssel vercodet.

Für die Bereinigung des Materials (Filterprüfungen, Plausibilitätskontrollen usw.) werden einheitliche Festlegungen getroffen. Jedes beauftragte Institut ist für den einwandfreien Zustand der abzuliefernden Karten selbst verantwortlich. Es ist daran gedacht, ein Prüfprogramm, das Fehlerprotokolle ausschreibt, einheitlich - spätestens vor der Auswertung - einzusetzen. Die Auswertung wird gesondert ausgeschrieben. Alle an der MA 73 mitwirkenden Institute erhalten Zugang zum Datensatz und die Möglichkeit, sich eine Kopie anfertigen zu lassen.

D. Zwischenauswertungen

Pro Netz sind zwei Zwischenauswertungen vorzunehmen. Die erste nach dem Ersteinsatz, die zweite nach dem Wiedereinsatz. Die erste Zwischenauswertung umfaßt:

- Statistik nach -
- Geschlecht
- Alter
- Bundesland
- Gemeindegrößenklassen nach Boustid

Ausschöpfungsprotokoll

- Aufgliederung nach Ausschöpfungsgrad der Points
- Verteilung der Interviews auf Wochen und Wochentage

Die zweite Zwischenauswertung zusätzlich:

- Mediendaten in den Kategorien (gesamt) -
- bekannt
- letzte 12 Erscheinungsintervalle gelesen, gehört, gesehen
- letztes Erscheinungsintervall gelesen, gehört, gesehen

Muster werden bei Auftragserteilung geliefert.

Nach Abschluß der Arbeiten wird eine Gesamtzählung geliefert, die alle durchgeführten Interviews umfaßt. Sie entspricht der zweiten Zwischenauswertung; die Statistik wird erweitert auf:

- Familienstand
- Schulbildung
- Beruf des Befragten
- Berufstätigkeit des Befragten
- Haushaltseinkommen
- Zahl der Personen im Haushalt

Zusätzlich wird ein ausführliches Ausschöpfungsprotokoll und ein Protokoll der Interviewer-Kontrollen geliefert.

E. Termine

Abgabe des Angebots:	bis 10. Juli 1972
Auftragserteilung:	bis 10. August 1972
Vorliegen des Befragungsmodells (Frageb., Titelkart., Befragungsheft):	bis 10. August 1972
Abstimmung der Fragebogen:	bis 24. August 1972
Anlieferung der Titelkarten, Befragungshefte und Interviewer-Anweisungen:	bis 6. September 1972
Beginn Feldversand:	11. September 1972
Erster Befragungstag:	17. September 1972
Vorliegen des Schlüsselplans:	bis 30. September 1972
Feldarbeit:	entsprechend Einsatzmodell
Ende der Feldarbeit:	7. April 1973 (letzter Nachwochentag)
Weihnachtspause:	17. Dezember 1972 - 6. Januar 1973
Nachwochen:	10.-16. Dezember 1972 1 - 7. April 1973
Ablieferung des bereinigten Kartensatzes:	bis 5. Mai 1973

F. Leistungsverzeichnis

Wir möchten Sie bitten, in Ihrem Angebot folgende Leistungen gesondert aufzuführen.

1. Stichprobenplan und Adressenauswahl
2. Fragebogendruck
3. Interviewer-Einsatz und Rücklaufkontrolle
4. Interviewer-Honorar und Spesen
5. Verschlüsselung und Übernahme auf Datenträger
6. Bereinigung des Materials/ Zwischenauswertungen
7. Interviewer-Kontrolle
8. Studienleitung, Beratung etc.

Angebote erbitten wir für 4 und ggf. 5 Netze.

Wir erwarten Ihr Angebot bis 10. Juli 1972 enttreffend an die angegebene Adresse der Media-Micro-Census GmbH. Haben wir bis zum 10. Juli 1972 nichts von Ihnen gehört, nehmen wir an, daß Sie uns kein Angebot unterbreiten wollen.

Mit freundlichen Grüßen

ME: DIA-MICRO-CENSUS GmbH

H. F. Scheler

A. Hansa

## Katalog der Ausfälle bei Adressen-Random

### A Adressenfehler

Aus Begehungen stammende Adressen, die eine „Türschild“-Stichprobe darstellen, müssen folgende Angaben enthalten: Familienname kann fehlerhaft sein oder ganz fehlen, da ohnehin Wechsel erwartet wird. Statt seiner ist dringend notwendig, Bezeichnung des Stockwerks und der Lage der Wohnung (links, Mitte, rechts).

Ort und/oder Ortsteil kann fehlerhaft sein oder ganz fehlen, wenn dem Interviewer noch auf andere Weise sein Einsatzort mitgeteilt wird. Schlußfolgerung aus anderen vollständigen Adressen möglich.

Straße kann fehlerhaft sein, darf aber nicht fehlen, Schlußfolgerung aus den anderen Adressen nicht möglich.

Hausnummer darf weder fehlerhaft sein noch ganz fehlen. Schlußfolgerungen aus den anderen Adressen nicht möglich. Stockwerk und Bezeichnung der Wohnung kann fehlerhaft sein, wenn der Familienname im Haus noch zu finden ist; wenn nicht, können Nachfragen helfen, wo die Auswahl-Familie gewohnt hat

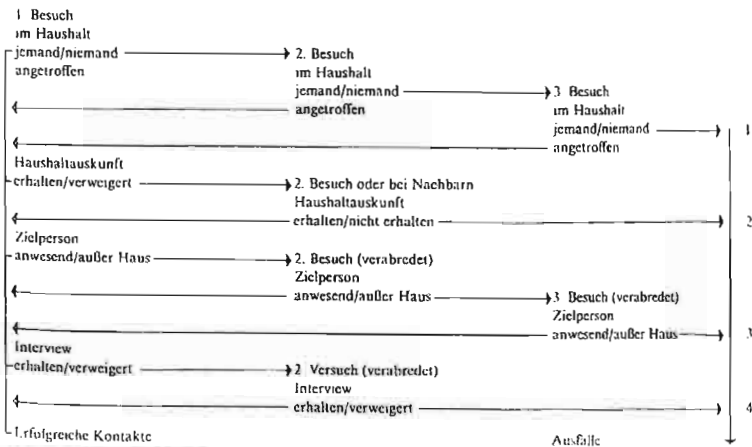
Ausfälle sind in drei Gruppen teilbar:

1 Straße, Hausnummer, Stockwerksbezeichnung und Hinweise auf die Lage der Wohnung führen zu einem Namensschild, dessen Inhalt mit dem auf der Adressenliste vorgegebenen Namen nicht übereinstimmt

a) Lebt hinter der angesteuerten Tür ein Privathaushalt, und erkundigt sich der Interviewer nicht danach, ob früher

### B Antreffbarkeit und Verweigerungen

Schematisch ergibt sich folgender Ablauf der Kontaktaufnahme:



Für den schlimmsten Fall sind also sechs Besuche vorgesehen

Drei Besuche, um die Haushaltsaukunft zu erhalten und die Zielperson bestimmen zu können und noch einmal drei Besuche, um zu einem Interview mit der Zielperson zu kommen

eine Familie des vorgegebenen Namens dort gewohnt hat, ist alles in Ordnung. Fragt er nach, und erhält er die Antwort „nein“ oder „weiß nicht“, muß er daran zweifeln, ob die Adresse richtig war, ob er also korrekt einen Nachfolgehaushalt oder einen auf irgendeine Weise falsch bezeichneten Haushalt befragt. Ein durchgeführtes Interview ist in diesem Fall der geringere Fehler

b) Lebt hinter der angesteuerten Tür kein Privathaushalt Ausfall.

2. Straße und Hausnummer führen in ein Haus mit mehreren Parteien, in dem keine Wohnung mit einem Namensschild zu finden ist, dessen Inhalt mit dem auf der Adressenliste vorgegebenen Namen übereinstimmt. Stockwerksbezeichnung und/oder Hinweise auf die Lage der Wohnung fehlen

a) Nachfragen ergeben, daß früher eine Familie mit dem vorgegebenen Namen in einer der Wohnungen lebte, die damit als die bei der Begehung notierte identifiziert ist. Es ergibt sich Ausfallmöglichkeit 1 b).

b) Die Erkundigungen führen zu keinem Ergebnis: Ausfall (Sehr wahrscheinlich häufig auftretend, wenn Untermieterzimmer nicht mehr vermietet werden.)

3. Straße und/oder Hausnummer wie in der Adressenliste vorgegeben, sind nicht auffindbar, weil es in dem Ort keine Straße dieses Namens oder kein Gebäude mit dieser Hausnummer gibt: Ausfall.

Wenn Ausfälle wieder eingesetzt werden sollen, müßte man die Adressen zu 2. und 3. überprüfen und noch einmal anlaufen lassen. Das sollte schon allein deshalb geschehen, weil man sonst nie lernt, wie diese Fehler zu vermeiden sind

Vier Ausfallgründe sind zugelassen

- 1 Auch beim dritten Besuch niemand im Haushalt angetroffen
- 2 Jemand im Haushalt angetroffen, aber auch beim zweiten (verabredeten) Besuch wurde die Haushaltsaukunft verweigert.
- 3 Jemand im Haushalt ungetroffen, aber auch beim zweiten (verabredeten) Besuch die Zielperson nicht angetroffen
- 4 Jemand im Haushalt angetroffen, aber auch beim zweiten (verabredeten) Versuch wurde das Interview von der Zielperson verweigert

Definition von „Besuch“ bzw. „nicht angetroffen“

Ziel der Wiederholungsbesuche ist eine möglichst hohe Ausschöpfung. Deshalb ist nicht die Zahl der Besuche entscheidend, sondern die Effektivität: Wenn man alle Viertelstunde an derselben Wohnungstür läutet, kommt schnell eine Vielzahl von Besuchen zustande

Nach dem gegenwärtig gültigen System der MA sind vier Befragungstage vorgesehen: zwei aufeinanderfolgende Wochentage der einen Woche und dieselben Wochentage der nachfolgenden Woche. Wenn das einen Sinn haben soll, darf man nur zwei Besuche pro Tag zulassen, von denen mindestens einer zwischen 18 und 20 Uhr stattfinden sollte, also dann, wenn die meisten Leute zu Hause sind. Ein guter Interviewer wird nach diesen zwei Fehlanläufen (der erste wird in der Regel vor 18 Uhr, häufig auch vor 16 Uhr liegen), schon bei Nachbarn Erkundigungen einziehen. Wann im Ziellaushalt jemand zu erreichen ist, oder ob mit längerer über die Befragungszeit hinaus dauernder Abwesenheit gerechnet werden muß.

Um in einem Haushalt jemand anzutreffen, können drei Besuche nur dann sinnvoll sein, wenn mindestens zwei davon an zwei verschiedenen Wochentagen zwischen 18 und 20 Uhr gemacht werden. Werden Besuche verabredet, muß man auch einen Fehlkontakt konzedieren: Der im Haushalt Angetroffene muß nicht genau über die Zeitdispositionen der Zielperson Bescheid wissen, und ohne weiteres kann er auch nicht über deren Zeit verfügen.

Definition von „Verweigerung“

Es gibt situative und definierte Verweigerungen: Wenn jemand „im Augenblick“ keine Zeit hat, bedeutet das nicht, daß er zu einer passenderen Gelegenheit nicht zur Haushaltsaukunft oder zum Interview bereit wäre. Deshalb sollte zumindest der Versuch gemacht werden, sich auf einen anderen Termin zu verabreden. Auch ein überraschender zweiter Besuch kann durchaus erfolgreich sein, vor allem dann, wenn bei Mehrpersonenhaushalten zufällig jemand anderer aufmacht als beim ersten Mal

Unter diese Definition fallen auch alle Interviews, die unvollständig blieben, weil abgebrochen wurde, und die deshalb nicht in die Auswertung gelangen.

C Ausfälle durch Eigenschaften der Zielperson

- 1 Krankheit (bettlägerig in der Wohnung)
- 2 Seh- oder Hörschwäche, Alterserscheinungen
- 3 Sprachschwierigkeiten (Zielperson versteht und/oder spricht nicht ausreichend deutsch.)

Ffm, 15. 6. 1972

ZEICHEN SIE BITTE DEN HAUSHALT DER FOLGENDEN ADRESSE AUF

BEFRAGUNGSTAG IST:

Empty box for drawing the household.

Empty box for drawing the household.

ALS ERSATZTAGE STEHEN ENNEN IN VERFÜGUNG DER FOLGENDEN TAG UND DIE BEIDEN GLEICHEN TAGE DER FOLGENDEN WOCHEN.

Table with columns for postal codes (2/ to 28/) and administrative regions (Landkreise, Städte, etc.).

Wird vom Institut ausgefüllt

Bitte selbst eintragen (Rückseite Int. Ausw.1)

Form with questions: 'Wieviele Personen leben ständig in Ihrem Haushalt...' and 'Wieviele Personen sind 14 Jahre und älter?'.

Table for recording names and ages of household members, with columns for 'VORNAME', 'Alter', and 'GESCHLECHT'.

Form titled 'WICHTIG INTERVIEWER!' with instructions on how to handle different household sizes.

Form for recording the name of the interviewee: 'NACHNAME DER ZIELPERSON'.

BESUCHE

Table for recording visits: 1. Besuch am, 2. Besuch am, 3. Besuch am, 4. Besuch am.

INTERVIEW ERLEDIGT:

Form for recording interview duration and telephone number: 'Dauer des Interviews', 'Telefon-Nr. des Haushalts mit Vorwahl'.

INTERVIEW NICHT ERLEDIGT:

AUFLAGENBÜCHE

Table with 14 rows listing reasons for not completing an interview, such as '1.) Straße/Hausnummer existiert nicht'.

INTERVIEWER: Bitte zutreffende Position eingekreisen, wenn das Interview nicht durchgeführt werden konnte!

BEI UNTERSCHIEDLICHEN GRÜNDEN FÜR DIE NICHTERLEDIGUNG DES INTERVIEWS / ICH BESTÄTIGE DIE RICHTIGKEIT DER MITTE GEWÄHLTEN ANGABEN

### Die Einstufung der Befragten in die sozialen Schichten

Zur Charakterisierung der Befragten dienen die in den Kopfspalten der Tabellen stehenden Gruppen der Statistik. Diese werden auf dreierlei Art erhoben: einmal als Auskunft vom Befragten (z. B. bei Beruf, Schulbildung, Einkommen), zweitens als durch die Umstände der Befragung gegeben (z. B. Geschlecht, Wohnortgröße) und drittens vom Interviewer nach den ihm im Verlauf des Befragungsgesprächs bekannt gewordenen Lebensumständen und sich bildendem Gesamteindruck von der Persönlichkeit des Befragten. Die wichtigste dieser letzten Auskünfte ist die Eingruppierung der Befragten in eine der drei sozialen Schichten\*)

Es handelt sich also hierbei um kategorisierte Beschreibungen des Eindrucks, den die befragte Person auf den Befrager macht, wobei der Interviewer zur Abrundung seines Urteils auch das soziale Milieu, die Art des Befragten im Umgang mit dem Interviewer, seine Stellung zur Umwelt, seinen Bildungsstand — kurzum alles dem Befrager Bekannte zusammenfaßt. Aus diesem „gesamtheitlichen“ Eindruck — der vielleicht auch theoretisch durch Korrelation einer ganzen Reihe von Auskünften vom Befragten über sich selbst zu gewinnen wäre — lernt nun der Interviewer einfacher und klarer sein Bild von der Persönlichkeit seines Gesprächspartners, vergleicht dieses mit gesetzten Leitbildern und drückt die gefundene Übereinstimmung mit einer der drei Typen in der bekannten abstrakten Art durch einen Kennbuchstaben aus.

Es liegt hier also ein ziemlich komplizierter Vorgang der Einstufung zugrunde, der es nicht zufällig, daß man nachträglich Vereinfachungen etwa so versucht, daß man die Zugehörigkeit zu gewissen Berufen als Voraussetzung zur Zugehörigkeit zu einer bestimmten Schicht annehmen möchte. Es ist nicht zu bestreiten, daß die verschiedenen Interviewer, selbst unterschiedlichen sozialen Schichten entstammend, möglicherweise verschiedene Skalen anwenden, um die sozialen Schichten untereinander abzugrenzen — trotzdem haben wir aber seit Jahren bei DIVO-Untersuchungen ein sehr konstantes Ergebnis bei der Aufgliederung der Gesamtbevölkerung nach diesen sozialen Schichten, was sicherlich darauf zurückzuführen ist, daß im Durchschnitt sich die möglicherweise etwas unterschiedlichen Meinungen der Befrager immer wieder um einen breiteren, einheitlich aufgefaßten Kern bewegen.

Im Grunde ist die Ausdeutung der drei sozialen Schichten von der Definition her ziemlich einfach: Man stellt sich eine breite Gruppe der sozialen Mittelschicht (C-Schicht) vor, von der aus die extremen Typen nach oben (A/B Schicht) und unten (D-Schicht) gesondert benannt werden. Dabei ist für die LA 58 besonders zu beachten, daß — um methodisch einer zu beobachtenden wachsenden Nivellierung der Schichten zu begegnen — die Interviewer angewiesen waren, in Zweifelsfällen lieber zum Extrem hin als zur Mitte einzustufen.

Es mag sein, daß dies zu einer kleinen „Umschichtung“ sowohl in der Statistik wie auch möglicherweise bei einzelnen Leserschaften geführt hat, doch war das klarere Herausheben der Grenzen zwischen den sozialen Schichten im Interesse der Aussagefähigkeit nötig

\*) Ursprünglich waren es 4 soziale Schichten. Da aber die A-Schicht nicht nur zahlenmäßig klein, sondern auch schwierig von der B-Schicht abzuheben war, hat die Arbeitsgemeinschaft ihre Analysen immer nur mit 3 Schichten lauten lassen, wobei dann A und B zusammengefaßt wurden

### Die Bestimmung von sozialen Schichten durch Punktgruppen-System

Soziale Schichten sind von Prinzip her Bevölkerungsgruppen, die sich voneinander dadurch unterscheiden, daß sie objektiv sich in verschiedenen Lebensumständen befinden und subjektiv unterschiedliche gruppenspezifische Reaktionen aufweisen. Die Messung der Zugehörigkeit zu bestimmten sozialen Schichten kann, wie bisher in der LA, mit Hilfe der gruppenspezifischen Reaktionen (Sozialprestige) oder, wie von jetzt an in der LA, mittels Beschreibung der Lebensumstände erfolgen

Unter den verschiedenen Kriterien, die diese Lebensumstände beschreiben, sind im Rahmen der LA Fragebogenmäßig erfaßt:

- 1 die finanzielle Situation, repräsentiert durch das Netto-Haushaltseinkommen,
- 2 die berufliche Situation, repräsentiert durch den Beruf der befragten Person bzw. — falls nicht berufstätig — durch den Beruf des Haushaltsvorstandes,
- 3 die bildungsmäßige Situation, repräsentiert durch die Erfassung des Schulabschlusses der befragten Person.

Es liegt nahe, daß durch ein System eine zusammenfassende Aussage gewonnen wird, in der jedes Kriterium ein definitorisch festgesetztes Gewicht erhält. Prof. Scheuch gab 1961 einen solchen „sozialen Index“ an, bei dem

die wirtschaftliche Lage 48%  
 die Berufszugehörigkeit 32%  
 das kulturelle Niveau 20%

zum sozialen Placement einer Person beitragen soll. INFRATEST hat in Anlehnung an diese Verteilung nun ein Punktsystem entwickelt, welches den einzelnen Angaben der befragten Person die folgende Punktzahl zuteilt:

Netto-Haushalts-Einkommen von DM bis unter DM	Schulbildung des Befragten (Stufe des Schul-Abganges)	Berufstätigkeit d. Berufstätigen sowie d. Haushaltsvorst
2.000 und darüber 8 Punkte	Abitur, Universität 4 Punkte	Inhaber u. Geschäftsführer, freie Berufe, leitende Angestellte, leitende Beamte 3 Punkte
1.500 2.000 7	Mittelschule, höhere Schule ohne Abitur 3	Sonstige Angestellte und Beamte, selbst. Landwirte, Facharb. 2
1.000 1.500 6	800 1.000 5	Sonstige Arbeiter, auch landwirtschaftl. 1
800 1.000 5	600 800 4	
600 800 4	400 600 3	
400 600 3	200 400 2	
200 400 2	250 und darunter 1	
250 und darunter 1		

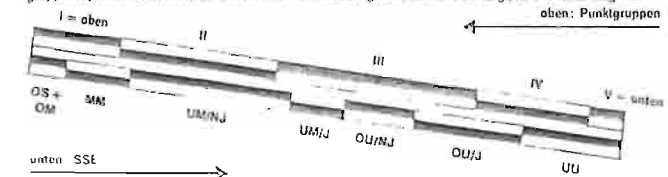
Insgesamt können bei diesem Bewertungssystem die Befragten zwischen 3 und 15 Punkte erreichen, die man dann zu 5 Punktgruppen = Schichten zusammenfaßt:

Schicht	Punkte	Prozent
Schicht I (oben)	12—15 Punkte	15%
Schicht II	10—11	26%
Schicht III	8—9	34%
Schicht IV	6—7	19%
Schicht V (unten)	3—5	6%
		100%

Da das Punktgruppenverfahren keine klar abgrenzbaren „sozialen“ Schichten liefert, wie z. B. das SSE, hat es auch wenig Sinn, die definitorisch festgelegten Gruppen zu benennen, um so weniger, da sie kaum Gruppen mit einheitlichem Selbstverständnis sind. Andererseits kann aber zur Berechtigung einer solchen Gruppenbildung angeführt werden, daß es mehr als das SSE Kaufkraft-Schichten sind, die durch die — wenn auch vergleichsweise geringer bewertete — Berücksichtigung von Bildung und Beruf über das „Anspruchsniveau“ gewichtet wurden. Soweit durch Korrelationen mit Medianutzung oder Konsumdaten eine Bestätigung beigebracht werden kann, weist diese auf eine gute Differenzierung hin. Theoretisch wäre das damit zu begründen, daß in der modernen Industriegesellschaft das Einkommen tatsächlich zu einem recht beträchtlichen Teil auch das soziale Placement definiert — mindestens unter den für Insertionsplanung geltenden Aspekten.

Durch die Art der Erhebung, d. h. durch die Definition der beim Punktsystem einbezogenen demographischen Gruppen, die z. Z. noch nicht das bildungs- und berufliche Gefälle zwischen den Geschlechtern ausgleicht, fällt im Rahmen der LA 68 ein Vergleich zwischen der sozialen Schichtung von männlichen und weiblichen Befragten instrumentenbedingt zugunsten der Frauen aus.

Man muß sich davon lösen, eine Art „Umrechnung“ der bisherigen SSE-Schichten auf die Schichten des Punktgruppen-Systems vornehmen zu wollen. Wie der hierunter gebrachte Maßstab zeigt, ist das nicht möglich.



Die Berichtigung der politischen Wohnortgrößen bei „Verstädterungszonen“

Im Rahmen der Auswertungsarbeiten zur LA werden die hereinkommenden Fragebogen nachträglich im Institut durch Einsetzen der amtlichen Einwohnerzahl vervollständigt. Die tatsächliche Einwohnerzahl ist zuweilen als Hinweis auf charakteristische Eigenarten der Bevölkerung und ihrer Lebensumstände irreführend, daan nämlich, wenn es sich um kleinere Gemeinden handelt, die z. B. als Wohnorte einer großstädtischen Bevölkerung sich längst von ländlichen Leben entfernt haben. Die Berichtigung der Angaben über die Wohnortgröße im Sinne einer klareren Trennung von Stadt und Land ist für jede Art von Verhaltensforschung wichtig. In der LA 64 ist erstmalig nach den Definitionen der Akademie für Raumforschung und Landesplanung der Versuch unternommen worden, wenn auch nicht in allen Fällen, so doch für zusammenhängende und deutlich erkennbare „Verstädterungszonen“, kleinere Gemeinden der „Kernstadt“ zuzuordnen. Dabei gilt die Einschränkung, daß nur solche Verstädterungszonen berücksichtigt wurden, bei denen die Kernstadt mindestens 100.000 Einwohner aufwies.

Auf der nachstehenden Tabelle ist erkennbar, wie sich unsere Interviews einmal nach der bisher angewandten Gruppierung nach den politischen Einwohnerzahlen rangieren und, was großräumig geschieht, wenn man die Interviews in kleineren Pflätzen innerhalb der festliegenden Verstädterungszonen zu den Interviews aus der kernstädtischen Großstadt schlägt.

Tabelle 9f

Verstädterungszonen und politische Gemeinde-Größenklasse	Unterschiede bei Gruppierung der Befragten nach Ortsgrößenklassen									
	Bis 1.999 Einwohner		2.000—19.999 Einwohner		20.000—99.999 Einwohner		100.000—499.999 Einwohner		500.000 Einwohner und mehr	
	Zählung nach polit. Gemeindegröße %	Anteil der Verstädterungszone %	Zählung nach polit. Gemeindegröße %	Anteil der Verstädterungszone %	Zählung nach polit. Gemeindegröße %	Anteil der Verstädterungszone %	Zählung nach polit. Gemeindegröße %	Anteil der Verstädterungszone %	Zählung nach polit. Gemeindegröße %	Anteil der Verstädterungszone %
1. Schlesw.-H. + Hamburg	4,6	4,8	5,8	4,7	4,5	4,1	4,7	5,8	18,1	19,2
2. Niedersachsen + Bremen	17,4	17,3	15,0	14,1	9,8	9,4	7,8	8,4	10,1	11,4
3. Nordrhein-Westfalen	10,1	9,9	23,3	19,8	43,3	29,0	51,8	66,1	30,0	37,3
4. Hessen	11,5	10,3	10,3	8,4	5,0	4,5	8,6	13,2	5,7	7,3
5. Rheinland-Pfalz + Saar*)	11,6	11,3	9,8	9,6	9,6	9,6	5,3	6,3		
6. Baden-Württemberg	17,0	17,0	18,6	16,1	14,4	13,2	9,7	11,5	5,2	8,7
7. Bayern	27,7	27,7	17,2	15,2	13,4	13,4	12,0	15,2	9,4	10,0
8. West-Berlin									21,4	21,4
BRD insgesamt	100,0	98,2	100,0	87,8	100,0	83,2	100,0	126,6	100,0	115,5
Nord (1+2)	22,0	21,9	20,8	18,8	14,2	13,5	12,5	14,3	28,2	30,7
West (3)	10,1	9,9	23,3	19,6	43,3	29,0	51,8	66,1	30,0	37,3
Südwest (4+5+6)	40,2	38,6	38,7	34,1	28,0	27,4	23,6	31,0	11,0	16,0
Süd (7)	27,7	27,7	17,2	15,2	13,4	13,4	12,0	15,2	9,4	10,0
BRD ohne West-Berlin	100,0	98,2	100,0	87,8	100,0	83,2	100,0	126,6	78,6	94,1

\*) Für Saarbrücken liegen keine Angaben über die Verstädterungszonen vor

Wenn die Umgruppierung im Rahmen der LA-Stichprobe auch nur 6,5% der 13 503 Lochkarten ausmachte, so zeigt sich doch an vielen Stellen der Untersuchung, daß das vorher oft ambivalente Verhalten der Einwohner der Klein- und mehr noch der Mittelstädte besser erkennbar wird, wenn man die sich doch vorwiegend großstädtisch verhaltenden Befragten aus den Verstädterungszonen der Großstadt zuordnet.

Technisch ließ sich die Umgruppierung so vornehmen, daß die in dem Buch von Boustédy) gebrachten Tabellen für alle Befragungspunkte innerhalb der kartennäßig festgelegten Verstädterungszonen die Prüfung erlaubten, ob hier „umzudeuten“ war oder nicht.

Die Arbeitsgemeinschaft wäre allen Benutzern der LA 64 dankbar, wenn sie sich dazu bereitfinden, sich gelegentlich darüber zu äußern, ob diese neue Sache sich in der Praxis bewährte bzw. zunächst einmal mindestens nicht stört.

) Diei Boustédy: „Die Stadtgrößen in der BRD“, Band XIV der Forschungsreihe der Akademie für Raumforschung und Landesplanung. Walter DeGruyter-Verlag, Bremen 1962.

Die Durchführung der Erhebung

Entsprechend den Beschlüssen und Anregungen der Diskussions-Tagung der „Arbeitsgemeinschaft Leseranlyse“ vom 7. 12. 1955 in Frankfurt am Main\*) wurde der statistische Teil bei der diesjährigen Erhebung weiter ausgebaut, und zwar durch Fragen über die wirtschaftlichen Verhältnisse der Auskunftspersonen, um Unterlagen über die Kaufkraft der Leserkreise zu gewinnen.

Theoretisch ist es denkbar, die Kaufkraft einer Person oder eines Haushalts vollständig zu erfassen und eine Bevölkerung oder ihren Querschnitt nach unterschiedlicher Kaufkraft einzustufen. Jedoch würde eine solche Untersuchung so umfangreich sein, daß sie den Rahmen der Leseranlyse gesprengt hätte. Abgesehen davon fehlen auf diesem Gebiet auch die Vorarbeiten, und es ist nicht zu erwarten, daß sie von der Arbeitsgemeinschaft Leseranlyse, die primär andere Untersuchungsziele verfolgt, getragen werden können. Deshalb wurde nach Möglichkeiten gesucht, die Kaufkraft an Hand einfacher Beispiele darzustellen. Im idealen Fall steht das Beispiel, der „Indikator“, für das Ganze, das durch diesen exakt bestimmt wird. Von diesem Ideal sind die verwendeten Indikatoren jedoch um einiges entfernt. Praktisch liefern sie nur gewisse Anhaltspunkte für die Kaufkraft. Zwar ist es nicht ausgeschlossen, daß dabei sehr gute Indikatoren benutzt wurden, aber nachweisen ließe sich das nur durch umfangreiche experimentelle Untersuchungen, denn zur Bildung von Indikatoren gehört nicht nur der gute Einfall, sondern ebenso notwendig der systematische Test.

Ermittelt wurde erstens, mit welchen von elf Einrichtungen oder langfristigen Konsumgütern die Haushalte ausgestattet sind. Gefragt wurde zum Beispiel nach dem Vorhandensein eines Staubsaugers, eines elektrischen Kühlschranks, eines Telefonanschlusses. Die vollständige Liste der Gegenstände ist den entsprechenden Tabellenblättern zu entnehmen. Weiter erkundigten sich die Interviewer, ob im letzten Jahr eine Urlaubsreise gemacht worden sei, ob man eine private Lebensversicherung oder einen Bausparvertrag abgeschlossen habe. Männer wurden schließlich noch gefragt, ob sie sich elektrisch rasieren. Einzelnen können diese Daten indessen noch nicht zureichende Auskunft über die Kaufkraft bestimmter Lesergruppen geben. Beispielsweise ist der Abschluß einer privaten Lebensversicherung und eines Bausparvertrages in der Regel ein Zeichen für fundiertes Einkommen, aber nicht notwendig auch ein Index für gute Kaufkraft; denn beides sind ja Bindungen, die einer Person oder dem Haushalt Kaufkraft für aktuellen Konsum anziehen. Erst ein Blick auf die Urlaubsreisen oder den Haushaltsbesitz wird darüber belehren, ob das Einkommen bestimmter Lesergruppen trotz dieser Formen des Sparens noch Spielraum für aktuellen Konsum bietet. Es ist deshalb ratsam, alle diese Daten nebeneinander zu betrachten, wenn man sich ein Bild von der Kaufkraft bestimmter Leserkreise machen will.

Die bei der diesjährigen Untersuchung erstmals geplante Darstellung der Überschneidungen der Leserkreise erforderte keine Veränderung der Fragebogen-Anlage von 1954, sondern verlangte lediglich die entsprechenden Auszählungen des Materials.



sowie die durch Werbung hervorgerufenen Veränderungen dieser Einstellungen. Dazu sei es aber auch erforderlich, die Lebens-Einstellungen und das soziale und kommunikative Umfeld im weitesten Sinne zu messen.

Alle damit zusammenhängenden Probleme seien jedoch nachgewiesenermaßen für jedes Produkt und jede Marke unterschiedlich. Einstellungen zu Zigaretten sind anders als zu Seife, Einstellungen zu Kühlschränken anders als zu Bausparverträgen

Darum sollte die Erhebung von speziellen Markt-Daten in Verbindung mit den generellen Media-Daten den jeweils interessierten einzelnen Mitgliedern überlassen bleiben, die diese speziellen Untersuchungen selbst finanzieren und dafür dann auch das exklusive Verwendungsrecht über diese Markt-Daten haben.

Soweit diese drei verschiedenen Meinungs-Pakete, Meinungsgruppen hier noch einmal in schematischer Darstellung:

1. Gruppe	a) Konsumverhalten (Besitz + Verwendung)	a	IMMA- und AWA, Attwood, GfK-Panel
2. Gruppe	b) Einstellungen zu Produkten/Produktgruppen	a + b	Nachbefragung, Ergebnisse „seicht“, aber für alle
3. Gruppe	c) Marken-Image Marken-Bindung d) Lebens-Einstellungen	a + b + c + d	Nachbefragung (Omnibus) Ergebnisse tiefgehend, jedoch nur für Einzelne

Nun zu den Überlegungen der Technischen Kommission Sie ging bei der Diskussion der Problematik und der Erhebungsmöglichkeiten von Konsumdaten davon aus, daß eine Erhebungsform und eine Erhebungsmethode gefunden werden müsse, die

im Rahmen der Medien-Erhebung der AG MA erhebungstechnisch möglich ist,

dem derzeitigen methodischen und erhebungstechnischen Stand der der MA adäquat ist,

den Mitgliedern der AG MA neben den optimalen Media-Daten auch optimale Markt-Daten für eine optimale Media-Planung liefert.

Das allgemeine Konsumverhalten, mit dem sich Gruppe 1 begnügt, wird bereits von einigen Verbrauchs-Analysen gemessen, wie z. B. die (schriftlichen) Panels von Attwood und GfK oder in Verbindung von Media-Untersuchungen nach der single-source-Methode, wie z. B. die AWA oder IMMA- und

Die Erhebung von Konsumdaten in der MA

Die Technische Kommission hat sich mit diesem Problemkreis mehrfach im Jahre 1970/71 befaßt. Vorerst abschließend wurde der Komplex im methodisch-technischen Bereich am 25. 11. 71 zusammen mit dem Arbeitsausschuß behandelt

Über diesen Komplex hat Herr Rolf Messow auf der Spezialistenkonferenz AG.MA/MMC am 27. Januar 1972 ausführlich berichtet. Sein Referat wird hier im Wortlaut abgedruckt.

„Probleme und Möglichkeiten von Konsumdaten-Erhebung in der MA

Die Wünsche, innerhalb der LA bzw. MA Konsumdaten zu erheben, sind eigentlich schon so alt, wie die LA selbst. Nur ließen sich diese Wünsche bislang nicht zufriedenstellend erfüllen. In der ersten Hälfte des vergangenen Jahres wurden erneut aus Mitgliederkreisen mehr oder minder laute, aber auch mehr oder minder undifferenzierte Wünsche geäußert, im Rahmen der Medien-Erhebungen der AG MA auch Konsumdaten zu erheben.

Über Art und Umfang dieser Konsumdaten bestanden allgemein keine recht klaren Vorstellungen. Die Vielzahl verschiedener Meinungen ließ sich in drei unterschiedlichen Gruppen oder Bündeln von Meinungen zusammenfassen

Die 1. Gruppe meinte, daß schon das Vorhandensein relativ einfacher Daten über Besitz und Verwendung von Produkten bei der Media-Planung das Bilden exakter Zielgruppen erleichtern würde

Die 2. Gruppe meinte, daß solche einfachen Daten, wie Produktverwendung und Verbrauchsintensität, für exakte Medien-Planungen nicht ausreichend seien. Von wenigen Produktbereichen abgesehen, genügen die bislang erhobenen soziographischen Merkmale durchaus für Zielgruppen-Beschreibungen. Werbung sei aber auch eine Frage von Einstellungs-Änderungen und darum seien „Konsumdaten“ nur dann sinnvoll, wenn gleichzeitig die Einstellungen zu Produkten und Produktgruppen sowie Verhaltensänderungen gemessen würden

Die 3. Gruppe hält auch dieses nicht für ausreichend. Sie will mehr. Sie hält Konsumdaten zusammen mit Medien-Daten nur dann für die Planung für sinnvoll, wenn neben Besitz und Verwendung und Verbrauchs-Intensität auch Einstellungen, nicht nur zu Produktgruppen oder einzelnen Produkten, sondern auch zu den einzelnen Marken gemessen würden

## Auszug

Protokoll über die Sitzung des Arbeitsausschusses  
am 9.1.1957 in Frankfurt/M. im Volksbildungsheim

Zu Punkt 1, 2, 3 und 5 der Agenda

1. Zielsetzung und Geschäftsordnung des wissenschaftlichen Beirats.
2. Die einzurichtenden Ausschüsse und deren Aufgaben.
3. Regelung der aus der Tätigkeit des Beirats und aus den geplanten Vortests her anfallenden Kosten. Anfrage des Jahreszeiten-Verlags.
5. Der Termin der nächsten Leseranlyse und der vorbereitenden Maßnahmen.

Zu Punkt 1, 2, 3 und 5 der Agenda

Herr Krüger-Nordquist berichtet, daß Herr Stützer nicht als Mitglied des wissenschaftlichen Beirates mitarbeiten könne. Herr Wendt habe darum gebeten, ihn nicht als Vertreter einer Verlagsgruppe auftreten zu lassen. Er könne bei seiner gegenwärtigen Stellung nur dann mitarbeiten, wenn die Arbeitsgemeinschaft ihn offiziell beauftrage. Die Arbeitsgemeinschaft wird darauf zurückgreifen, wenn fachliche Notwendigkeit besteht.

Herr Krüger-Nordquist führt dann in groben Zügen die Gedanken des geschäftsführenden Ausschusses zur Zielgebung, Organisation und Arbeitsweise des wissenschaftlichen Beirates aus. In einer sich entwickelnden Diskussion hierüber, in der sich vor allem die Herren Klosterfelde, Zimmermann und Steinberg äußerten, kommt der Arbeitsausschuß zu nachfolgendem Ergebnis.

Ziel der Arbeit des wissenschaftlichen Beirates:

Auseinandersetzung mit dem Gutachten von Herrn Prof. Kellerer.

Untersuchung der Wege, die möglicherweise zur Verbesserung der Leseranlyse führen können.

Behandlung weiterer, von den Mitgliedern gewünschter Punkte.

Dazu sollte sich der wissenschaftliche Beirat in mehrere Unterausschüsse gliedern, denen jeweils ein federführendes Mitglied vorsteht. Für den gesamten Beirat sollte dieser sich einen Vorsitzenden wählen, der zweckmäßigerweise aus den Kreisen der Verlage kommt. Es wird empfohlen, daß die entscheidenden Sitzungen des gesamten Beirates und auch dessen Unterausschüssen im Beisein des geschäftsführenden Ausschusses, vertreten durch Herrn Dr. Braunschweig, stattfinden.

Hauptbefragung (Medien)	14.000 Fälle			
Nachbefragung (Marken)	3.500	3.500	3.500	3.500

Bei gleichen Stichproben von jeweils  $4 \times 3.500$  Fällen würden Nachbefragungen durchgeführt über  
Konsumverhalten  
plus Einstellungen zu Produkten  
plus Marken-Bindung  
plus Lebens-Einstellungen

Die Nachbefragungen können in Form von Omnibussen durchgeführt werden, in denen einzelne Mitglieder mit ihren speziellen Produkt- und Marken-Fragen mitfahren.

Pro Omnibus sind 7 verschiedene Fragenkomplexe möglich, d. h. 7 verschiedene Auftraggeber können zu je 35.000 bis 40.000 DM mitfahren (Summe: rund  $250.000 \times 4 = 1$  Mio. DM). Über die Form dieser Nachfolgebefragungen wäre noch zu diskutieren (evtl. Experimente). Die Media-Micro-Census GmbH könnte als quasi „Clearingstelle“ fungieren für Erhebungsmethode und organisatorische Abwicklung.

Diesen zuletzt dargestellten methodischen und organisatorischen Weg zur Erhebung von „Konsumdaten“ im Rahmen der MA hat die Technische Kommission dem Arbeitsausschuß vorgeschlagen

Der Arbeitsausschuß hat diesem Vorschlag nicht zugestimmt und zwar im wesentlichen aus zwei Gründen:  
- aus methodischen Gründen  
- und primär aus rechtlichen Gründen

Zu den methodischen Gründen: Im Zeitraum zwischen der Beratung der Technischen Kommission und der Beratung über deren Vorschlag im Arbeitsausschuß wurden Zählergebnisse der ZAW-Nachfolge-Interviews vorgelegt über die Haushalts-Identität der 1. Hauptbefragung und der 2. Nachbefragung; danach besteht zwar eine rd. 90%ige Ausschöpfung der Stichprobe insgesamt, jedoch nur eine rd. 60%ige Haushalts-Identität. Herr Scheler hat das vorhin schon näher erläutert. Auch sind wegen zeitlicher Differenzen Verhaltens-Identitäten nicht gegeben

Die Ablehnung durch den Arbeitsausschuß erfolgte jedoch primär aus rechtlichen Gründen

Nach den Satzungen müssen alle erhobenen Daten allen Mitgliedern zur Verfügung stehen. Um im Rahmen der AG MA Exklusiv-Daten zu erheben, bedarf es einer Änderung der Satzung. Hierfür ist eine 2/3 Mehrheit erforderlich. Und die ist in diesem Falle nicht zu erwarten "

Zum Problem der praktischen Brauchbarkeit von Konsumdaten hat ein Kreis Düsseldorfer Agenturen einen großangelegten Versuch gestartet. Die Ergebnisse dieses Versuchs waren bis zum Abschluß dieses Manuskriptes noch nicht bekannt. Die Technische Kommission wird von den Düsseldorfer Agenturen über die Ergebnisse unterrichtet werden.

wobei AWA lediglich Auskunft gibt über Besitz bzw. Verwendung und Anschaffungspläne innerhalb der nächsten 3 Jahre, während IMMA- und Besitz von Gebrauchsgütern und Verwendung von Verbrauchsgütern nach 4 verschiedenen Intensitätsgraden mißt.

Bei allen diesen Untersuchungen geht es zwangsläufig um eine - wenn auch breite, so doch immer begrenzte - Auswahl von Produkten oder Produktgruppen, jedoch nie um spezielle Marken. Letzteres ginge auch gar nicht, denn diese kombinierten Media-Markt-Untersuchungen sind für einen sehr breiten Abnehmerkreis gedacht.

Für allgemeine Vorplanungen reichen sie auch durchaus; die speziellen Probleme eines werbungstreibenden Markenartiklers werden damit aber nicht gelöst, zumindest nicht soweit, daß er für seine eigenen Marken exakte Markt-Daten erhält, die er mit gutem Gewissen in Media-Selektions-Programme eingeben kann.

Die Technische Kommission war sich darin einig, daß die AG MA diesen vorhandenen Untersuchungen nicht noch eine weitere danebenstellen sollte.

Nun zur 2. Meinungsgruppe, also zu denjenigen, die Konsumverhalten plus Einstellungen plus deren Veränderungen im Rahmen der MA erhoben wissen wollen

Von der Kapazität des derzeitigen Fragebogens für die Erhebung der Media-Daten her ist es nicht möglich, für sehr viele Produkte planungsrelevante Daten zu erheben. Es werden aber Daten über sehr viele Produkte bzw. Produktbereiche gebraucht. Diese Daten könnten nur in Form einer Nachbefragung erhoben werden, entweder durch Dalassen von besonderen Fragebogen (schriftliche Befragung) oder durch Nach-Besuche (mündliche Befragung)

Die zusätzlichen Kosten schätzt die Technische Kommission auf rund 1 Mio. DM, die die Mitglieder nach dem geltenden Verteiler-Schlüssel aufbringen müßten

Die Ergebnisse würden allen Mitgliedern zur Verfügung stehen, würden jedoch keine sehr tiefeschürfenden Erkenntnisse bringen, anders ausgedrückt: der Wert der so gewonnenen nicht markenspezifischen Konsumdaten stünde in keinem Verhältnis zu den zusätzlichen Kosten

Die Technische Kommission verwarf diese Möglichkeit, im Rahmen der MA Konsumdaten zu erheben.

Vielmehr kam sie im Zuge der eingehenden Diskussion zu der Überzeugung, die am ehesten den Vorstellungen der 3 Meinungs-Gruppe entspricht, nämlich daß eine Erhebung aller marktrelevanten und markenspezifischen Daten in Verbindung mit den erhobenen Media-Daten erst sinnvoll sein kann für eine exakte markenspezifische Media-Planung, die über die bereits vorhandenen Möglichkeiten hinausgeht

Dafür entwickelte die Technische Kommission folgendes Erhebungs-Modell

Es obliegt Herrn Dr. Braunschweig dabei, in beratender Funktion sich überschneidende Probleme zwischen den einzelnen Ausschüssen gleichzuschalten und gleichzeitig die Berichterstattung an die Mitglieder des Arbeitsausschusses über den Stand der Arbeiten im Beirat vorzunehmen. Herr Steinberg soll nicht innerhalb des Beirates tätig sein, sondern weiterhin dem Arbeitsausschuß objektiv beratend zur Verfügung stehen.

Eine weitere Präzisierung von Aufgaben und Arbeitsweise des Beirates wird nicht für erforderlich erachtet, da einmal der Beirat selbst darüber entscheiden sollte, und andererseits die in dem Gutachten von Herrn Prof. Kellerer aufgezeigten Punkte sowie die von den Mitgliedern aufgegebenen Wünsche das Arbeitsprogramm des Ausschusses in genügender Weise umreißen.

Herr Krüger-Nordquist teilt dann mit, daß ihm bekanntgeworden sei, daß die werbungtreibende Wirtschaft und die sie betreuenden Werbeagenturen im späten Sommer 1958 eine neue Leseranlyse brauchen und gegebenenfalls eine solche selbst erstellen würden, wenn die Arbeitsgemeinschaft Leseranlyse zu diesem Zeitpunkt keine herausgebracht haben würde.

Herr Klosterfelde weist darauf hin, daß man ja auch die deutsche Gründlichkeit nicht zu weit treiben sollte, so daß der wissenschaftliche Beirat sich auf die wesentlichen Punkte konzentrieren könne, keineswegs aber an eine Reformation von Marktforschungsmethoden heranzugehen brauche.

Herr Dr. Braunschweig betont in diesem Zusammenhang, daß er wirklich keinerlei Gründe sieht, warum die anliegenden Punkte, wenn sie überhaupt lösbare Probleme darstellen, nicht in der zur Verfügung stehenden Zeit, also etwa bis Ende 1957, gelöst werden könnten. Für die im April geplante Mitgliederversammlung genüge es ja durchaus, wenn der Beirat sich über unsere Zuständigkeit und die Lösbarkeit der von uns in Frage kommenden Probleme äußere, damit die Mitgliederversammlung die weiterführenden Beschlüsse fassen könne.

Nachfolgende Termine wurden dann festgelegt:

- 31.3. Bericht des Beirates an geschäftsführenden Ausschuß über den Stand der Arbeiten.
- 10.4. Arbeitsausschuß tritt zusammen, um über Bericht des Beirates zu beschließen. (Bericht des Beirates geht den Mitgliedern des Arbeitsausschusses zwischen dem 1. und 10.4. zu).
- 26.4. Mitgliederversammlung zur Entgegennahme der vom Arbeitsausschuß kommentierten Empfehlungen des Beirates und zur Fassung von Beschlüssen über Fortführung der Arbeit.

Eine Anfrage von Herrn Henze, ob man nicht besser die Institute bereits jetzt zu den Sitzungen des Beirates hinzuziehen sollte, findet im Fortgang des Gespräches ihre Lösung. Die Institute werden erst hinzugezogen, wenn der Beirat sich bis zu einer konkreten Aufgaben- und Fragenstellung für die Institute herangearbeitet habe.

Damit erscheinen die Punkte 1, 2, 3 und 5 der Agenda zum Zwecke einer Empfehlung an den Beirat ausreichend behandelt.

Arbeitsgemeinschaft Leseranlyse e.V.  
Marktforschungsbeirat

Hamburg, 11.1.1957

An die Herren

Dohse	Ockelmann
Ehrmann	Dr. Pröbstling
Feddersen	Sachs
Dr. Fischer	Dr. Scheuermann
Hiller	Seiler
Dr. Jetter	Dr. Sittenfeld
Dr. M. Koch	Dr. Stern

Liebe Kollegen,

darf ich kurz zusammenfassen, was im Beirat bisher geschehen ist:

- (1) Die oben aufgeführten Adressaten dieses Rundschreibens und der Unterzeichnende wurden in den Marktforschungsbeirat delegiert.
- (2) Die allgemeine Aufgabenstellung des Beirates ist den Protokollen der AGLA zu entnehmen.
- (3) Zur Verfahrensweise des Beirates:
  - a - Es ist Aufgabe des Beirates, Empfehlungen an die Arbeitsgemeinschaft auszuarbeiten.
  - b - Über alle Empfehlungen hat der gesamte Beirat zu entscheiden, um so die Erfahrungen und Kenntnisse aller seiner Mitglieder zum Tragen zu bringen.
  - c - Er muß seine Empfehlungen nicht einstimmig - wenngleich es wünschenswert ist - fassen; falls verschiedenartige Fassungen bestehen, sind sie alle der AGLA zu übermitteln.
  - d - Aufträge zur Durchführung von Tests können nur von der AGLA erteilt werden.
- (4) Der Unterzeichnende wurde zum Vorsitzenden des Beirates bestimmt, und es wurden für die folgenden Problemkreise Ausschüsse eingesetzt:

I. Auswahlverfahren

II. Fragebogen und Inhalt der nächsten Analyse mit den Unterausschüssen

- (a) - Gedächtnishilfen
- (b) - Inhalt der Analyse

III. Feldarbeit

Zwei weitere Themen wurden zur späteren Behandlung durch den Beirat bzw. einzusetzende Ausschüsse aufgehoben:

IV. Probleme der Auftragsvergabe

V. Gestaltung des Berichtes

(5) In den einzelnen Ausschüssen arbeiten:

- |         |   |                                   |
|---------|---|-----------------------------------|
| ad I.   | Herr Ockelmann<br>Herr Dr. Jetter<br>Herr Dr. Pröbsting   | (federführend)                    |
| ad II.  | Herr Schaefer<br>Herr Dr. Fischer<br>Herr Dr. Stern<br>Herr Ehrmann   | (federführend für Gesamtausschuß) |
| IIa     | Herr Dr. Koch<br>Herr Sachs   | (federführend)                    |
| IIb     | Herr Dohse<br>Herr Feddersen<br>Herr Hiller   | (federführend)                    |
| ad III. | Herr Feddersen<br>Herr Hiller<br>Herr Ehrmann<br>Herr Dr. Sittenfeld<br>Herr Dr. Scheuermann<br>Herr Schaefer | (federführend)                    |

(6) Weitere Fachleute, die nicht in der AGLA angehörenden Firmen tätig sind, können nach Bedarf herangezogen werden. Allerdings dürfen keine Kosten entstehen, es sei denn, sie werden von der AGLA genehmigt.

Als solche Fachleute wurden genannt: Prof. Kellerer, Dr. Zindler, Herr Wendt und ein Lesezirkel-Fachmann.

(7) In den ersten Besprechungen der Ausschüsse am 9. und 10.1. wurde beschlossen, folgende Detailfragen zu behandeln:

I. Auswahlverfahren:

- a - Wirtschaftlichkeit verschiedener Stichproben. Herr Dr. Jetter wird über eine von anderer Seite durchgeführte Untersuchung zu diesem Thema berichten.
- b - Effekt des Wegfalls der Orte unter 500 Einwohnern: hier soll zuerst durch Umfrage festgestellt werden, ob relevante Unterlagen dazu bei Instituten o.ä. liegen.
- c - Zahl der Besuche
- d - Problem der Nichterreichbaren
- e - Kontrolle der Stichprobe
- f - Zeitliche Dimension der Stichprobe
- g - Geograph. Ausdehnung der Stichprobe (Saar?)
- h - Altersmäßige " " " (bis 70 od. 79?)
- i - Probleme bei wiederholter Befragung (etwa à la LIFE)
- j - Berechnung der Toleranzen für Leser pro Nummer und Leser pro Exemplar (evtl. auch für 3 sigma)

II. Fragebogen und Inhalt der Analyse:

(1) Technische Probleme

- a - Probleme der "aided recall" Methode
  - 1 - Art der Hilfe
  - 2 - Zahl der Titel (dem Untersuchungsausschuß wurde zur Bedingung gemacht, bei seinen Tests unter allen Umständen auch mit ca. 50 Titeln zu arbeiten)
- b - Zweck der Einleitungsfragen:
  - 1 - Erleichterung des Interviews (Kontakt)
  - 2 - Schaffung eines Bezugsrahmens für die folgenden Fragen (Zeit und Umstände)
  - 3 - zusätzliche Informationen
- d - Erleichterung des "Kartenspiels" (Vor-Auswahl Griffigkeit und Größe der Karten)
- e - Für den Befragten interessantere Gestaltung der Befragung
- f - Umbruch des Fragebogens (bes. Statistik)

(2) Inhaltliche Probleme

- g - Klare Erfassung der Bezugsart (insbes. Trennung der Lesemappen)
- h - Erweiterung der Liste der Kaufkraftmerkmale (Konsumgewohnheiten)
- i - Lesegewohnheiten (evtl. Teilstudie)
- j - Kumulation der Leserschaft
- k - Frequenz des Lesens

III. Feldarbeit:

- a - Qualifikation der Interviewer
- b - Allgem. und spezielle Instruktion der Interviewer (mündlich, schriftlich)
- c - Honorare (Bonus?)
- d - Kontrolle
- e - Erleichterung der Kontaktnahme (Institute weitgehend unbekannt)
- f - Evtl. Interviewer-Teilgruppe besonders schulen und bezahlen

(8) Termine:

- a - Soweit möglich, sollen die Ausschüsse bis Ende Januar jene Probleme behandelt haben, zu deren Klärung Tests erforderlich sind. Detaillierte Vorschläge dazu (einschl. von Kostenvorschlägen der in Frage kommenden Institute) sind bitte bis zum 28. Januar allen Mitgliedern des Beirates zum Studium zu übersenden, so daß sie auf unserer allgemeinen Zusammenkunft am 1. Februar diskutiert und verabschiedet werden können.
- b - Am 31. März tritt der Beirat zusammen, um den Bericht über den Stand seiner Arbeit für den Arbeitsausschuß bzw. die Mitgliederversammlung zu verabschieden.

Sollten Sie Änderungs- oder Erweiterungs-Vorschläge zu Bereichen haben, die in Ihrem jeweiligen Ausschuß zu behandeln sind, so sind diese im Bericht des betr. Ausschusses zu erwähnen; liegen sie außerhalb, so ist bitte der zuständige Schriftführer möglichst umgehend ausreichend detailliert davon in Kenntnis zu setzen.

Mit freundlichen Grüßen

gez. Wolfgang Schaefer

Arbeitsgemeinschaft Leseranlyse  
- Marktforschungsbeirat -

Hamburg, 21.3.1957

Vorläufiger Bericht  
(Stand 1. April 1957)

Gemäß seiner Aufgabe hat sich der Marktforschungsbeirat mit der Kritik der bisherigen Leseranlysen und insbesondere mit dem Gutachten von Herrn Prof. Kellner intensiv auseinandergesetzt, sowie die aus den Reihen seiner Mitglieder stammenden Gedanken gründlich diskutiert.

Infolge der wohl nunmehr branchenüblichen beruflichen Überlastung der Marktforscher ist die Arbeit im Beirat leider nicht so schnell vorwärts gekommen, wie es vielleicht erwartet worden war. Daneben sind jedoch die großen Schwierigkeiten zu berücksichtigen, die einer befriedigenden Lösung von Problemen wie z.B. das der Gedächtnishilfe entgegenstanden.

Dementsprechend sind die Überlegungen des Beirates in einer Reihe von Punkten noch nicht soweit gediehen, daß mit der praktischen Arbeit begonnen werden kann. Der Beirat wird jedoch seine Tätigkeit mit Ablieferung dieses Berichtes nicht unterbrechen, sondern die offenen Fragen laufend weiter behandeln und in Etappen darüber berichten. Er hofft, die zum Anlaufen der nächsten Leseranlyse notwendigen Unterlagen rechtzeitig vorlegen zu können.

## Inhaltsverzeichnis

=====

- A.) Zum Fragebogen
  - I.) Gedanken und Empfehlungen zum Problem der Gedächtnishilfe
  - II) Gedanken und Empfehlungen zum Inhalt der Analyse
  - III.) Zum Fragebogen allgemein
  - IV.) Anhang
    - A.) Vorschläge für Untersuchungen zum Problem der Gedächtnishilfen
      - a) Vorschlag des Unterausschusses
      - b) Vorschlag von Knuth/Schaefer
      - c) Vorschlag Ockelmann
    - B.) Mitteilung von Dohse über ein Experiment bei LZ-Lesern
    - C.) Ausarbeitung von Dipl.Psych. Trapp, Bonn, über Interviewer-Qualifikation und Auswahl
    - D.) Zum Teil "Fragebogen": Vergleich von Ergebnissen der LA 56 bei unterschiedlicher Reihenfolge der Titelgruppen mit verschiedener Erscheinungshäufigkeit

## A. Fragebogen

### I. Gedanken und Empfehlungen zum Problem der Gedächtnishilfe.

Der Beirat hat sich auf seiner letzten Sitzung - am 26.3. - mit diesem Thema ausgiebig beschäftigt; nachdem drei verschiedene Vorschläge unterbreitet worden waren. Es wurde beschlossen, den Urhebern dieser Vorschläge aufzutragen, deren brauchbare Teile zu einem einzigen zu verschmelzen. Dies war bis zum Redaktionsschluß natürlich nicht möglich, wird aber so schnell wie möglich getan werden.

So sind die drei Entwürfe diesem Bericht angehängt worden, um einen Eindruck davon zu vermitteln, auf welchen Gedankenbahnen man sich bewegt.

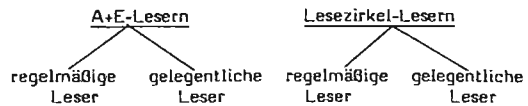
In diesem Zusammenhang ist auch interessant, daß ein verschiedenartiger Ablauf des Interviews zu verschiedenartigen Ergebnissen führt: bekanntlich liefen 1956 zwei Versionen, bei denen die wöchentlichen und monatlichen Zeitschriften ausgetauscht wurden. Die Tabelle mit den Unterschieden ist im Anhang zu finden.

## II. Gedanken und Empfehlungen zum "Inhalt der Analyse"

Der Beirat ist zum Thema "Inhalt der Analyse" zu folgendem Ergebnis gekommen:

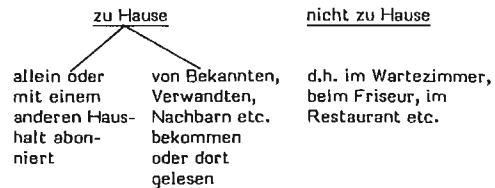
- a) 1956 erhobene Daten, die wiederum Gegenstand der Untersuchung sein sollten.

- 1.) Der wichtigste Erhebungskomplex ist der "Leser pro Nummer je Titel", der, wie auch in der Analyse 1956, in Zukunft wiederum untergliedert werden sollte nach:



1956 gestellte Fragen:  
7, 8, 9.

- 2.) Lesezirkel-Leser als Gattung (keine Titel), untergliedert nach:



1956 gestellte Fragen:  
15, 17

- 3.) Folgende Punkte sollten im Rahmen der Statistik wiederum erhoben werden:

1.) Alter	(Frage 6)
2.) Schulabschluß	" 7
3.) Berufstätigkeit	" 8
4.) Berufstellung	" 9
5.) Haushaltsgröße und Anzahl der Kinder im Haushalt	" 12
6.) Einkommen *) siehe unten	" 10
7.) Familienstand	" 13
8.) Konfession	" 4
9.) Regierungsbezirk - Land	" 1
10.) Wohnortgröße	" 2
11.) Geschlecht	" 5
12.) Soziale Schicht *) siehe unten	

- \*) zu Punkt 6.)

Dieses Thema soll besser und ausführlicher behandelt werden:

- 1.) Für die Befragten leichter verständliche Formulierung ("netto")
- 2.) Mehr Fragen, um weitere Einkommensquellen zu erfassen
- 3.) Einkommen nicht geldlicher Art
- 4.) Möglichkeit per Erfassung des per capita-Einkommens.

- \*) zu Punkt 12.)

Vorgeschlagen, jedoch noch nicht entschieden, wurde eine andere Untergliederung, die eine bessere Differenzierung ermöglicht, d.h. die die übergroße Mittelgruppe teilt und die unter dem Existenz-Minimum lebenden Personen abtrennt.

b) 1956 erhobene Daten, die in Zukunft entfallen können.

1.) Die Ermittlung der "Leser der letzten Monate" sollte fortfallen, da einmal die Ergebnisse sehr vage sind und daher für die Werbepfänger keinen Informationswert haben. Zum anderen vermuten wir, daß durch die Ermittlung des "weiteren Kreises" die Erinnerung der Befragten zwar stark stimuliert wird (von Zeitschrift zu Zeitschrift unter Umständen unterschiedlich stark), aber die zeitliche Abgrenzung - d.h. wann gelesen wird - seitens der Befragten nicht mit genügender Genauigkeit erfolgt. Hierdurch werden, wenn die Hypothese richtig ist, die Werte für die "Leser pro Nummer" verfälscht, und zwar von Zeitschrift zu Zeitschrift unterschiedlich.

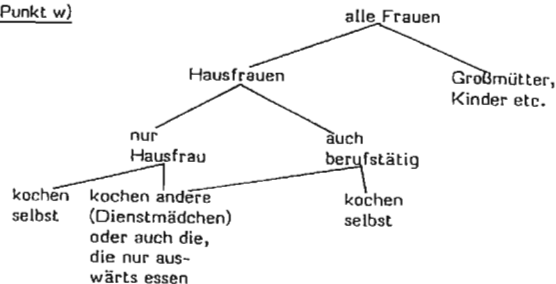
2.) Eine ganze Reihe von Fragen im Rahmen der Statistik sollten entfallen:

- |  |                         |
|--|-------------------------|
| v) Flüchtling                                  | (Frage 3)               |
| w) Wer kocht im Haushalt?                      | " 11                    |
| x) Wo wird Lesemappe außer Haus gelesen?       | " 16                    |
| y) Alter der Lesemappe                         | " 18                    |
| z) sog. "Kaufkraftmerkmale" der bisherigen Art | ( " 19, 20, 21, 22, 23) |

zu Punkt v)

Den Werbungtreibenden dürfte diese Frage heute nicht mehr interessieren.

zu Punkt w)



Man sollte als Untergliederung der Frauen nicht sich nur auf Hausfrauen beschränken, die selbst kochen, oder vielleicht auf Hausfrauen, die nicht berufstätig sind, sondern den Gesamtkreis der Hausfrauen auswerten. Die Definition würde in etwa lauten:

"Frauen, die einen Haushalt führen, gleichgültig, ob sie auch noch berufstätig sind oder nicht, und ob sie selbst kochen oder andere Personen (Dienstmädchen, Großmutter etc.) dieses tun".

zu Punkt x)

Eine weitere Untergliederung der Lesezirkel Leser "nicht zu Haus" (d.h. im Wartezimmer, beim Friseur etc.) könnte entfallen, da sie für die Werbung ohne Aussagekraft ist.

zu Punkt y)

Das Alter der Lesemappe kann durch bloße Befragung nicht ermittelt werden (siehe Ergebnisse der Analyse 1956).

zu Punkt z)

Die sogen. Kaufkraftmerkmale sind in der vorliegenden Form keine Kriterien, um die vielleicht unterschiedliche Kaufkraft der Leser der einzelnen Blätter erkennen zu lassen. Der Wert echter KK-Merkmale wird anerkannt, nur läßt die Ausarbeitung von Wendt ("Anzeige", März 57) deutlich werden, daß deren Aufstellung nicht von heute auf morgen möglich ist.

Dementsprechend wurde beschlossen, einmal die Komplexe Soziale Schicht und Einkommen (s.o.) zu erweitern; und zum anderen soll nach Angaben von Wendt von der DIVO eine Auszählung der Überschneidung der bisher verwandten KK-Merkmale durchgeführt werden, deren Ziel es ist, die überflüssigen zu eliminieren und Platz für nützlichere Fragen zu schaffen.

c) 1956 nicht erhobene Daten, die in Zukunft erhoben werden sollten:

Weniger als Empfehlung sondern als Anregung: Es wurde vorgeschlagen, daß in die Untersuchung Erhebungen über Kinobesuch, Funk- und Fernseheteilnahme und Tageszeitungslektüre aufgenommen werden. Schließlich wird erst der Vergleich mit den anderen Medien



die illustrierten Publikumszeitschriften ins rechte Licht setzen können. Der Streuplaner betrachtet ja sowieso keines der Medien isoliert von den anderen. Außerdem wird dadurch die Ausschaltung jener ca. 10 - 15 % der Bevölkerung ermöglicht, die von überhaupt keinem Werbeträger erreicht werden können.

### III. Zum Fragebogen allgemein

Die einleitenden Fragen sollten mindestens eine, wenn nicht 2 oder alle 3 der folgenden Funktionen erfüllen:

1. den Kontakt zwischen Interviewer und Befragtem zu fördern;
2. den Bezugsrahmen für die folgenden Fragen zu liefern, d.h. deren korrekte Beantwortung zu erleichtern;
3. nützliche Informationen zu liefern.

Natürlich haben die beiden ersten Funktionen den Vorrang; während aber Nr. 1 leicht zu lösen ist, bedarf Nr. 2 gründlicher Überlegungen und Tests. Denn es kommt bei der LA darauf an, daß die für den Zeitschriftenleser wichtigen zeitlichen und örtlichen Bezüge hergestellt werden.

#### b) Hauptfragen

Die scharfe Abgrenzung der Lesemappenleser von den A+E-Lesern ist in diesem Zusammenhang das allerwichtigste Problem. Es ist dringend erforderlich, eine Fragebogentechnik zu entwickeln, die eine exakte Abgrenzung bewirkt. Bereits der 1956 tagende Marktforschungsbeirat behandelte diese Fragen sehr eingehend und schlug seinerzeit eine Lösung vor, die auch heute wiederum von allen Mitgliedern des Beirates als gut bezeichnet und daher erneut vorgetragen wird. Der Grundgedanke ist, die zu Hause lesenden Lesemappenleser nach einem anderen Schema als die Leser von A+E-Exemplaren zu befragen (bessere Abgrenzung).

Zuerst ist also festzustellen, ob der Befragte eine Lesemappe regelmäßig zu Hause liest, die er oder ein Haushaltsmitglied abonniert hat, bzw. ob er Mitleser einer Mappe ist, die ausgeliehen wurde. (Die Begriffe Lesemappe oder Lesezirkel müssen erklärt werden, da sogar vielen Lesezirkelabonnenten nicht klar ist, was darunter zu verstehen ist.)

Nach dieser Frage wird das Befragungsschema geteilt:

## Gruppe A

### Regelm. Lesemappenleser

I) Karten der Zeitschriften, die auch in der Lesemappe sind, vorlegen (unterteilt nach Erscheinungsintervallen).

a) Welche Titel in der Lesemappe gelesen?

b) Welche Titel außerhalb der Lesemappe gelesen?

c) Welche Titel in der Lesemappe gelesen, aber nicht in der eigenen, sondern bei Verwandten, Bekannten, Friseur, Wartezimmer, Restaurant etc. - Der Systematik halber mit aufgeführt, aber vielleicht nicht erfragen. -

II) Karten der Zeitschriften, die nicht in der Lesemappe sind, vorlegen (unterteilt nach Erscheinungsintervallen).

### c) Statistik

Die Fragen müssen so gewählt werden, daß der Befragte nicht den Eindruck gewinnt, er werde verhört. Mit anderen Worten: Die Fragen zur Statistik sollten umformuliert werden.

d) Die Fragen und der Ablauf der Befragung müssen für den Befragten interessant gestaltet werden. Der Umbruch des Fragebogens (insbesondere der Teil der Statistik) sollte verbessert werden, damit dem Interviewer keine Fehleintragungen unterlaufen, und der Befragungsablauf flüssiger wird.

### B. Feldarbeit

Die Feldarbeit anlässlich der 56-er Analyse war besonders heftiger Kritik ausgesetzt gewesen. Deren Nachprüfung lag nicht im Bereich der Möglichkeiten des Beirates. Es sei jedoch vermerkt, daß auch Mitglieder des Beirates in ihrer sonstigen Zusammenarbeit mit Instituten in

## Gruppe B

### Alle anderen Personen

I) Karten der Zeitschriften, die auch in der Lesemappe sind, vorlegen (unterteilt nach Erscheinungsintervallen).

a) Welche Titel gelesen?

Je

b) Welche Titel in einer Lesemappe, bei Verwandten, Bekannten, Friseur, Restaurant etc. gelesen?

Erwerbs-

art

bzw.

wo

gelesen

ermitteln

teilen

II) Karten der Zeitschriften, die nicht in der Lesemappe sind, vorlegen (unterteilt nach Erscheinungsintervallen).

Hier ist es besonders wichtig, das Zeitbewußtsein der Befragten zu stimulieren.

gewissem Rahmen diesen und jenen Punkt zu kritisieren hatten. Doch anstelle eines Aufwärmens bekannter Dinge hat der Beirat seine knapp bemessene Zeit lieber der Frage gewidmet, was vielleicht besser gemacht werden könnte.

Es kann nun nicht unsere Absicht sein, den Instituten vorzuschreiben, wie sie ihre Arbeit durchzuführen haben. Aber wir müssen einerseits gemeinsam mit dem oder den durchführenden Institut(en) Sorge dafür tragen, daß nicht auf Grund der Feldarbeit die Glaubwürdigkeit der nächsten Analyse in Zweifel gezogen werden kann; andererseits glauben wir, uns mit einsichtigen Institutsleitern darin einig zu sein, daß auch auf diesem Gebiet noch Raum für Verbesserungen ist.

Der Beirat hielt sich deshalb aufgrund seiner Zusammensetzung nicht nur für qualifiziert, sondern auch für berechtigt, die folgenden Themen zu erörtern:

- 1.) Auswahl (= Qualifikation) der Interviewer
- 2.) Allgemeine und spezielle Schulung
- 3.) Bezahlung
4. Kontrolle

Der Beirat empfiehlt der Arbeitsgemeinschaft Lesermananalyse, auf diesen Gebieten ggf. notwendige Maßnahmen des (der) durchführenden Institute finanziell und auf andere Weise zu unterstützen, wenn damit die Qualität der Arbeit gefördert wird.

Die Gedanken zur Bezahlung der Interviewer sind als Grundlage für eine Diskussion mit Institutsvertretern gedacht; alle übrigen sind Empfehlungen.

### Feldarbeit

#### a) Bezahlung der Befragter

- 1.) An einer Bezahlung pro Interview sollte wohl festgehalten werden. Die Bezahlung je abgeliefertes und als ordnungsmäßig befundenes Interview muß allerdings eine angemessene Honorarie-

rung der aufgewendeten Zeit darstellen (Zeitaufwand für An- und Abmarsch, das eigentliche Interview und Berichterstattung). Als Basis für die Berechnung des Stück-Honorars wird ein Stunden-Honorar von DM 2.-- als Minimum angesehen.

- 2.) Es besteht ferner die Ansicht, daß eine gesonderte Bezahlung der für die Vorarbeiten aufgewendeten Zeit (Honorar oder Pauschale) sich empfiehlt, sonst werden diese vernachlässigt. Als Vorarbeiten im Sinne des Vorschlages gelten: Allgemeine, mündliche Einweisung, Probeinterviews und Schulung, Lesen der schriftlichen Instruktionen.
  - 3.) Ferner besteht die Meinung, daß eine Staffelung der Honorare nach der Zahl der abgelieferten und als ordnungsgemäß befundenen Interviews vorteilhaft sei. Hierdurch könnte eine gesonderte Honorierung von call-backs entfallen. Für die letzten einem Mitarbeiter in Auftrag gegebenen Interviews wird ein besonderer Anreiz empfohlen, der die Befrager zu zusätzlichen call-backs ermutigen könnte.
- b) Auswahl und Schulung der Interviewer:

Für die Auswahl und Schulung der Interviewer empfiehlt der Beirat folgendes Procedere:

- 1.) Für alle zur Mitarbeit vorgesehenen Befrager\*) wird durch die Außenstellenleiter des (der) Institute(s) bei einem persönlichen Kontakt mit den Befragern ein Personalbogen angelegt. Anhand des Personalbogens erfolgt zellenweise die Vorauswahl.
- 2.) Und zur weiteren Auswahl, Schulung und Einweisung müßten dann die Befrager regional zusammengefaßt werden. Durch Tests und Probeinterviews mit einem speziell zu entwickelnden Test-Fragebogen mit offenen und Filter-Fragen, durch Rollenspiel und Mitschreiben von Tonband-Interviews werden die Befrager auf ihre Eignung geprüft und geschult. Für die Befra-

\*) Etwa 200 müßten für die Durchführung r. Untersuchung übrigbleiben.

ger wird ein Beurteilungs-Index aufgestellt, anhand dessen die endgültige Auswahl durch einen Vertreter des Instituts bzw. der Institute erfolgt. (s.a. Anlage: Ausarbeitung von Trapp; gedacht als Diskussionsgrundlage).

Ferner wird empfohlen, daß man genau wie in Amerika bei der großen ARF-Untersuchung die Interviewer in drei Qualitätsstufen einteilt, um später die Ergebnisse, die von den drei Interviewergruppen jeweils ermittelt wurden, vergleichend betrachten zu können.

3.) Die für die regionale Schulung vorgesehenen Personen müssen zentral zusammengefaßt und eingewiesen werden.

c) Erleichterung des Kontaktes der Befrager mit den Befragten

Zur Erleichterung des Kontaktes mit den Befragten empfiehlt der Beirat:

- a) vorherige Anmeldung der Befrager durch ein Einführungsschreiben. Die bisherige Form der Einführungsschreiben wird als nicht ausreichend empfunden. Der Beirat empfiehlt, einen erfahrenen Werbetexter mit der Entwicklung eines derartigen Anschreibens zu beauftragen, welches natürlich der Zensur der AGLA unterworfen sein muß.

d) Erleichterung der Interviews:

Der Beirat empfiehlt folgende Maßnahmen zur Erleichterung der Durchführung der Interviews:

- a) Verbesserung der typographischen Gestaltung des Fragebogens
- b) freundlichere Gestaltung des Interviews.

e) Kontrollen:

Der Beirat empfiehlt, die Kontrollen wie folgt durchzuführen:

- 1.) Regionale Instituts-Kontrolleure sehen die Interviews und Adressenlisten durch und kontrollieren alle fraglichen Fälle.
- 2.) Bei den übrigen Interviews werden Stichproben durchgeführt.

Die - mündlichen - Kontrollen müßten wohl spätestens eine Woche nach Durchführung der Interviews erfolgen.

- 3.) Zu kontrollieren wären nicht nur die erfolgreichen Interviews, sondern auch Verweigerungen und nicht angetroffene Fälle.

### C.) Auswahlverfahren

#### a) Wirtschaftlichkeit verschiedener Stichproben

Die Frage, ob durch eine andere Form des Querschnittes finanzielle Einsparungen möglich sind, kann im Moment nicht entschieden werden, da noch keine Unterlagen vorliegen. Jedoch wird Dr. Jetter Daten in absehbarer Zeit vorlegen können, und der Beirat wird diese Frage dann wieder aufgreifen. Die Durchführung einer neuen Leseranalyse hängt nicht an diesem Problem.

#### a) Schichtungsmerkmal

Es konnte keine Einigkeit in der Frage erzielt werden, ob das Schichtungsmerkmal "Religionszugehörigkeit" durch "gewählte Partei" zu ersetzen sei oder nicht.

Es wird empfohlen, die DIVO zu beauftragen, die Korrelation zwischen diesen Merkmalen und dem Zeitschriftenlesen zu untersuchen. Nach Vorliegen dieser Daten wird sich der Beirat mit der Frage erneut beschäftigen.

#### c) Wegfall der Orte unter 500 Einwohnern:

Es wird empfohlen, die ca. 25.000 DM kostende Untersuchung des Effektes des Wegfalls dieser Orte nicht durchzuführen, und stattdessen diese Orte bei der nächsten LA einzuschließen. Die dann entstehenden zusätzlichen Kosten dürften kaum den für eine extra Untersuchung notwendigen Betrag erreichen; ein Kostenvoranschlag sollte eingeholt werden. Zur nachträglichen Analyse sollten aber diese Orte getrennt verschlüsselt werden.

Daß diese Ortsgrößenklasse nicht einfach übersehen werden darf, geht aus folgenden Tatsachen hervor:

Die Auswahl der Orte bezieht sich auf politische Gemeinden. Die Struktur dieser Gemeinden ist in Nord- und Süddeutschland sehr unterschiedlich, so findet man im Nordwesten des Bundesgebietes (Regierungsbezirk Ammerland) Regierungsbezirke, die aus 6 oder 7 "Gemeinden" mit 12 - 16.000 Einwohnern bestehen. In Wahrheit handelt es sich um politische Gemeindeverbände, die aus unter Umständen bis zu 20 Dörfern bestehen, deren jedes 5 - 800 Einwohner hat. Diese sehr kleinen Dörfer werden, da die Auswahl über die politischen Gemeinden geht, en ipso mit herangezogen. In Süddeutschland treten diese politischen Gemeindeverbände nur relativ selten auf, so daß hier die überwiegende Mehrzahl der Dörfer unter 500 Einwohnern ausscheidet. Damit ergibt sich der Effekt, daß zwar die Einwohnerzahl pro Regierungsbezirk und Land der echten Verteilung entspricht, daß aber eine Aufspaltung nach Ortsgrößenklassen regional verschiedene Gewichte produzieren muß. Das dürfte kaum dem Sinn einer echten Stichprobe entsprechen.

#### d) Zahl der Besuche

Gemäß der Tabelle auf Seite 23 des Gutachtens von Prof. Kellerer wird empfohlen, für eine gleichmäßige Ausschöpfung der Stichprobe zu sorgen, da der Verdacht bestehen muß, daß die ungenaue Darstellung der Alters- wie auch der Geschlechtsgruppen in der bisherigen Stichprobe zu einem Teil auf die sehr niedrige Ausschöpfung der höchsten Gemeinde-Größenklassen zurückzuführen ist.

Empfohlen wird darüber hinaus in Zusammenhang mit dem Problem der Nichterreichbaren die letzten Wiederholungsbesuche:

- besonders anzukündigen,
- da dieses Vorgehen erfolgreich zu sein scheint - diese Wiederholungsbesuche einem anderen Interviewer zu geben.

Der Übergang zu einem anderen Interviewer dürfte besonders bei den Nichterreichbaren oder Schwererreichbaren doch zu einer Erhöhung der Erfolgsquote führen. Ein systematisches Vorgehen müßte jedoch gewährleistet sein.

Als "Besuch" (call-back) soll nicht das Aufsuchen des Haushaltes,

sondern nur die darüber hinaus gehenden Besuche, die der zu befragenden Person gelten, gezählt werden.

e) Problem der Nichterreichbaren

Über die Maßnahmen, die unter c) beschrieben wurden, nämlich einmal in der Ortsgrößenklasse über 100.000 Einwohnern die Zahl der Wiederholungsbesuche um 1 zu erhöhen und zum anderen bei den letzten Wiederholungsbesuchen einen Wechsel des Interviewers unter gleichzeitiger Vorankündigung des Besuches vorzunehmen, sollte das Problem der Nichterreichbaren nicht überschätzt werden. Alle weiteren Versuche, die Zahl der Nichterreichbaren herabzudrücken, dürften aufgrund der sehr hohen entstehenden Kosten nicht vertretbar erscheinen.

Es wird empfohlen, für die Analyse 1956 die Aufspaltung des Querschnittes nach der Zahl der Besuche und der Bereitwilligkeit zur Befragung durchzuführen, wie es für die 55-er Analyse geschehen ist.

f) Kontrolle der Stichprobe

Die DIVO hat, soweit bekannt, zugesagt, Untersuchungen darüber anzustellen, woher der abweichende Repräsentationsgrad der Jugendlichen und der Geschlechtergruppen herrühren kann. Die Ergebnisse dieser Untersuchung sind bisher nicht bekannt geworden. Es wird deshalb vorgeschlagen:

- 1.) die DIVO noch einmal darauf hinzuweisen, daß diese Untersuchungen so schnell wie möglich abzuschließen und darüber dem Marktforschungsbeirat zu berichten ist;
- 2.) die DIVO zu beauftragen, die Anzahl der Familienangehörigen mit Gemeindegrößenklassen über Kreuz zu tabellieren. Dieser Vorschlag geht von folgender Voraussetzung aus:

Die Einwohnermelde-Karteien in den verschiedenen Orten der Bundesrepublik sind sehr unterschiedlich aufgebaut. Es bestehen über Haushaltskarteien hinaus vielfach auch Personalkarteien. Diese Personalkarteien unterscheiden sich wieder insofern, als

zum Teil die Einwohner ab Geburt geführt werden, zum Teil erst ab Lohnsteuerpflicht. Es besteht die Vermutung, daß beim Ziehen der Leitadressen ein verschiedener Wahrscheinlichkeitsfaktor gemäß der Anzahl der Karten auftritt. Wenn dies der Fall sein sollte, so würde sich das darin äußern, daß die größeren Familien eine höhere Frequenz aufweisen als diese nach der Bundesstatistik gegeben ist. Größere Familien liegen jedoch auch im Alter höher. Damit wäre also die Altersabweichung unter Umständen zu erklären. Da die Karteien auf der anderen Seite der Vermutung nach gestuft gemäß den Gemeindegrößen verwendet werden, (Personalkarteien ab 0-tem Lebensjahr bevorzugt in kleinen Gemeindegrößenklassen) würde sich damit ein Anhaltspunkt zur Lösung dieser Frage ergeben.

- 3.) Es ist weiter vorzuschlagen, das (die) durchführende(n) Institut(e) bei Vertragsbelegung dahingehend zu binden, daß ein gewisser Mindestprozentsatz des Adressenziehens von seiten des Instituts genauestens zu kontrollieren ist. Vorzuschlagen wären dabei mindestens 5 %, besser 10 % der gezogenen Adressen.

g) Zeitliche Dimension der Stichprobe

Es wird empfohlen, die Erhebung auf die 3 Monate zu verteilen. Damit ist ein gewisser Ausgleich der Auflagenschwankungen gegeben. Unter der Voraussetzung, daß bis dahin die strittigen Fragen soweit geklärt sind, daß eine neue LA verantwortet werden kann, sollte die Erhebung zu je einem Drittel im November 1957 und im Januar und März 58 durchgeführt werden. (Dann könnten die Ergebnisse im Sommer 58 vorliegen.)

Um ein gleiches Gewicht der einzelnen Nummern, die während des Erhebungszeitraumes gelesen werden, zu erzielen, wird empfohlen, pro Woche 1 Stichprobe zu befragen; wegen der notwendigen Nachbesuche können sich die Stichproben um einige Tage überschneiden (d.h. Gesamtlaufzeit einer Stichprobe vielleicht 10 Tage).

- h) Die Einbeziehung des Saargebietes in die Umfrage wird empfohlen. (Die Auflagenzahlen beziehen das Saargebiet auch ein.)

i) Altersmäßige Ausdehnung der Stichprobe

Es wird vorgeschlagen, die Stichprobe nur bis in die Altersgruppen bis einschließlich 70 Jahre auszudehnen. Eine Ausdehnung bis 79 Jahre wird vom Zweck der Untersuchung her für überflüssig erachtet. Denn die Gruppe von 70-79 Jahren ist für die werbung-treibende Wirtschaft, für die diese Untersuchung geplant und angelegt wird, u.E. nach uninteressant, weil:

- 1.) die Einkaufsfrequenz dieser Gruppe sehr gering sein dürfte;
- 2.) die wirklich durchgeführten Einkäufe zu einem sehr beachtlichen Teil von anderen Altersgruppen her vorgenommen oder doch sehr stark beeinflusst werden;
- 3.) diese Jahrgänge last not least für Beeinflussungsver-suche schon zu starr sind.

j) Es wird vorgeschlagen, daß die Schwankungsbreiten für die "Leser pro Nummer" und "Leser pro Exemplar" der 1956er Analyse be-rechnet werden.

Dies könnte in zweifacher Hinsicht nützlich sein: nichts macht so deutlich klar, daß man es mit Stichprobenwerten zu tun hat; und außerdem besteht die Möglichkeit, daß eine solche Tabelle politische Vorteile mit sich bringt, falls eine Verringerung der zu untersuchenden Titel sich als unumgänglich erweist. (Auftrag ggf. an das Batelle-Institut.)

k) Der Beirat nahm eine Berichtigung, die durch die liebenswürdige Auskunft von Herrn Suthoff von der Deutschen Philips ermöglicht wurde, mit Befriedigung zur Kenntnis.

Die auf Seite 46 des von Herrn Prof. Kellerer erstellten Gutachtens festgestellten Diskrepanzen sind weitgehend nicht auf Fehler der Erhebung zurückzuführen, sondern auf falsche Daten in der 2. Spalte: "Tatsächlicher bzw. geschätzter Bestand 1956".

Diese Korrekturen wurden angegeben:

	2. Spalte		3. Spalte	
	<u>nicht</u>	<u>sondern</u>	<u>nicht</u>	<u>sondern</u>
Fernsehempfänger	500.000	800.000	2,7	1,7
Elektr. Rasterapparat	1.300.000	2.900.000	2,0	0,9
Staubsauger	5.300.000	6.100.000*	3,0	2,6
Elektr. Waschmaschine	1.700.000	2.000.000	3,0	2,6
Kühlschrank	1.100.000	1.900.000	3,8	2,2

\* 1956er Daten, also wohl bereits übertroffen.

Vorschläge für Untersuchungen zum Problem der Gedächtnishilfe

a) Vorschlag des Unterausschusses

Die Herren des Unterausschusses und Herr Dr. Braunschweig hatten Gelegenheit, mit der DIVO GmbH. eingehend über das Material des Instituts zur Frage des aided recall zu sprechen. Es interessierte besonders ein Test, der nach der Leseranlyse 1955 gelaufen war, und dessen Ergebnis diesem Bericht beiliegt.

Am 24. Januar 1957 fand mit Herrn Prof. Metzger in Münster eine erste Arbeitsbesprechung statt, die sich besonders der Auswertung der erwähnten Vorstudie beschäftigte. Herr Dr. Braunschweig nahm an dieser Sitzung teil.

Das Gespräch kreiste um 3 Probleme:

- a) Beeinflussung der Ergebnisse durch die Kartengestaltung
- b) Beeinflussung der Ergebnisse durch die Zahl der Titel
- c) Verifizierung der Aussage der Befragten.

I.

Bis jetzt sind in der Leseranlyse 4 Formen von Befragungshilfen aufgetaucht:

- 1.) Karten mit Titelworten für alle Titel in gleicher einfacher (deutlich lesbarer) Schrift (Mindestform)
  - 2.) Mit schwarz-weißem Original des Titelwortes
  - 3.) Mit verkleinerter Original-Titelseite, wobei das Titelbild weggelassen und durch einen Raster ersetzt worden ist.
  - 4.) Mit farbigem Original des Titelwortes.
- 
- 1.) Wurde in Vorversuchen der Leseranlyse 1954 verwendet, bei der Hauptuntersuchung aber weggelassen, weil die Befragten die lebendigere Form des schwarz-weißen Originaltitelwortes vorzogen.
  - 2.) Wurde bei der Leseranlyse 1954 verwendet.

3.) Wurde bei der DIVO-Untersuchung 1955 verwendet.

4.) Bei der Leseranlyse 1956.

Es liegt nun ein systematischer Vergleich zweier Formen vor, der von der DIVO im Mai 1955 durchgeführt worden ist. Es wurde in einem gegabelten Test Form (2) mit Form (3) verglichen. Ergebnisse siehe Beilage.

Die Diskussion der Ergebnisse zeigte, daß sich ein signifikanter Unterschied nur bei einem groben Fehler in der Kartengestaltung ergab. (Verstümmelung von Wörtern, schwierige Lesbarkeit.)

Nach dem Ergebnis dieser Untersuchung kann gefolgert werden, daß wenn schon zwischen den sehr unterschiedlichen Titelkarten von 1954 (Form 2) und denen von 1955 (Form 3) kein signifikanter Unterschied besteht, zwischen den ähnlicheren Karten von 1954 und 1956 (Form 2 und 4) erst recht nicht ein solcher anzunehmen ist.

Der Unterausschuß ist der Meinung, daß diese Folgerung auch ohne erneute Nachprüfung durch einen weiteren - wegen der Notwendigkeit, die angetroffenen Leser pro Titel in genügender Zahl zu erhalten, recht kostspieligen - Test als sicher angenommen werden kann.

Aus ökonomischen Gründen, und um Diskussionen über werbliche Nebenwirkungen der Titelgestaltungen auszuschließen, empfiehlt sich die einfachere Form der Titelkarte. Es wird deshalb vorgeschlagen, einen gegabelten Test in der Größenordnung der Vorstudie anzulegen, in welchem die Form (1) gegen die Form (2) zu testen ist.

II.

Da zu diesem Problem von keiner Seite her Material zu erhalten war, wird vorgeschlagen, daß im Rahmen des vorstehend beschriebenen Tests alle 52 Titel gegen 10, gesondert ausgesuchte Titel laufen

Constanze	Brigitte
Quick	Bunte Illustrierte
Hör zu	Grüne Blatt

Frankfurter	Neue Blatt
Das Beste	Neue Post

Besonderes Augenmerk sollte dabei der Frage entgegengebracht werden, ob - falls die Zahl der Titel tatsächlich auf das Ergebnis Einfluß nimmt - diese Erhöhung oder Verminderung der Reichweite generell oder bei einzelnen Titeln verstärkt auftritt.

III.

Der Unterausschuß empfiehlt, einen Test durchzuführen, in dem die zunächst nach dem üblichen Verfahren gegebene Antwort der Befragten am Schluß des Interviews überprüft wird. Über das vorzuschlagende Verfahren - wahrscheinlich Durchblättern des vom Interviewer mitgeführten Heftes und globale Feststellung, ob tatsächlich gelesen - wird der Beirat noch Vorschläge machen.

Im Test selbst sollen die Aussagen über:

Grüne Blatt	Das Beste
Neue Blatt	Hör zu
Neue Post	

nachgeprüft werden. Der Lesezirkel ist dabei möglichst vermieden worden. Über diesen Punkt sollte man im Beirat noch einmal diskutieren.

Der Ausschuß hat Schwierigkeiten gehabt, solche Titel zu finden, bei denen ein Prestige-Effekt gehäuft auftreten könnte. Er glaubt, daß die vorgeschlagene Verifikation der 5 Titel - bei denen DAS BESTE im Hinblick auf die mögliche Auswirkung des Prestige-Effekt ausgewählt wurde - aber Unterlagen auch für Gewicht und Streuung dieses Phänomens geben kann.

Nach Auffassung des Beirates sollte die vorgeschlagene Mehrzweck-Befragung so aussehen:

	Einfache Titelkarte (Form 1)	Titelkarte aus 1954 (Form 2)	
	500	500	500
Alle Titel	10 Titel	Alle	Titel
5 Titel	5 Titel	5 Titel	5 Titel
prüfen	prüfen	prüfen	prüfen

Vergleichsstudie über zwei Formen von Titelkarten

durchgeführt von der DIVO im Mai 1955

Form I: Titelkarten, wie sie bei der LA 1955 verwendet wurden (Verkleinerte Abbildung der Titelseite mit Raster statt Farbfoto)

Form II: Titelkarten, wie sie bei der LA 1954 verwendet wurden (Vergrößerte Abbildung schwarz-weiß des Titelwortes)

Reichweiten des Lesers pro Nr.

Zeitschriften:	Form I (1009 Fälle)	Form II (1031 Fälle)	Diff.
	%	%	%
abz	2,3	2,4	- 0,1
Deutsche Illu.	11,1	9,5	+ 1,6
Frankfurter Illu.	18,7	17,3	+ 1,4
IBZ	2,5	1,6	+ 0,9
Illustrierte Woche	5,9	7,3	- 1,4
Quick	20,4	18,9	+ 1,5
Münchner Illu.	12,8	11,2	+ 1,6
Neue Illustrierte	14,3	16,1	- 1,8
Revue	15,5	14,2	+ 1,3
Stern	23,6	22,4	+ 1,2
Bunte Illustrierte	4,5	5,9	- 1,4
Feuerreiter	4,4	4,7	- 0,3
Kristall	14,6	14,4	+ 0,2
Weltbild	7,3	7,6	- 0,3
Constanze	22,4	23,2	- 0,8
Film und Frau	11,7	15,0	- 3,3
Ihre Freundin	6,2	7,2	- 1,0
Bild und Funk	2,2	5,4	- 3,2
Funkstunde	0,3	0,2	+ 0,1
Funk-Uhr	1,0	0,5	+ 0,5
Funk und Familie	1,9	2,9	- 1,0
Funk- u. Fernseh-Illu.	1,7	2,1	- 0,4
Gong	3,8	2,8	+ 1,0
Hören und Sehen	7,1	5,6	+ 1,5
Radio-Revue	2,0	2,2	- 0,2
Hör zu	26,3	25,4	+ 0,9



b) Vorschlag von Knuth\* und Schaefer

Grundsätzliches:

Die Aufgabe der Leseranlyse ist es, vergleichbare Daten für die untersuchten Zeitschriften zu ermitteln. Es ist nicht notwendig, daß eine 1 : 1 Darstellung der Wirklichkeit gegeben wird, aber das Zahlenmaterial muß in den Proportionen der Wirklichkeit entsprechen.

Es erscheint keineswegs als sicher, daß irgendeine Version der "aided recall"-Methode mit Titelfkarten die Aufgabe löst.

Nach dem Ergebnis des von der DIVO durchgeführten Tests ergeben die Titelfkarten (Nr. 2 der Ausf. von Dr. Koch) "schwarz-weißer Namenszug" (LA 54) und (Nr. 3) "verkleinerte farbige Titelseite ohne Bild" (LA 55) praktisch die gleichen Ergebnisse für 26 Zeitschriften; nach Auskunft des Instituts für Demoskopie ergibt auch die (Nr. 1) einfache Schreibmaschinenschrift das gleiche Resultat (da uns keine Unterlagen darüber vorliegen, ist nicht bekannt, auf welche Zeitschriften sich das bezieht).

Dazu ist folgendes zu sagen:

Die Methode (1) gibt nur eine akustische Hilfe, d.h. den Namen der jeweiligen Zeitschriften, sonst nichts von Aufmachung oder Inhalt. Es muß die Hypothese aufgestellt und überprüft werden, daß eine solche Hilfe für die einzelnen Zeitschriften von sehr unterschiedlicher Bedeutung ist, was also vermutlich für die weniger bekannten ungerechtfertigte Nachteile mit sich bringt. (Wir müssen uns vor Augen halten, daß das Lesen von Zeitschriften wohl für die meisten Menschen meistens eine periphere Angelegenheit ist, die also nicht sehr stark ins Bewußtsein tritt.)

Wenn nun die anderen Methoden (2 u. 3) die gleichen Ergebnisse erbringen, so ist u.E. daraus nur eine Schlußfolgerung zu ziehen; die anders gestalteten Titelfkarten sind im wesentlichen auch nur "akustische" Gedächtnishilfen und weisen demnach die gleichen Schwächen wie Methode Nr. 1 auf.

\* Der Dipl.-Psych. wurde als ständiger Berater der Marktforschung des Verlagshauses Springer zur Erörterung dieser Frage hinzugezogen.

Folgende Fehler können bei der Befragung auftreten:

- 1.) Es wird völlig vergessen, daß eine bestimmte Zeitschrift durchgeblättert oder gelesen wurde.
- 2.) Es werden die Inhalte und/oder Titel von Zeitschriften, die gelesen wurden, verwechselt.
- 3.) Der Zeitpunkt, an dem eine bestimmte Zeitschrift gelesen wurde, wird nicht korrekt erinnert.
- 4.) Aus Prestigegründen werden Zeitschriften genannt oder verschwiegen.
- 5.) Um den Interviewer loszuwerden, werden falsche Auskünfte gegeben.

Es wird die Hypothese aufgestellt, daß diese Fehler für die einzelnen Zeitschriften in verschieden großem Maße auftreten. (Wird diese Hypothese bestätigt, sind die Resultate für die einzelnen Zeitschriften untereinander natürlich nicht vergleichbar.)

Ziel der zu unternehmenden Versuche muß also sein festzustellen,

- ob diese Fehler auftreten und in welchem Umfang;
- ob sie für alle Zeitschriften oder bestimmte Gruppen gleich groß sind.

Konsequenzen:

Es kann sich dabei herausstellen, daß die bisherige Methode einfach verwandt werden kann.

Oder man kann sie für verschiedene Gruppen von Zeitschriften anwenden.

Vielleicht muß neben dem Titel auch noch ein typischer Teil einer Zeitschrift vorgelegt werden.

Im schlimmsten Fall muß mit Zeitschriftenexemplaren gearbeitet werden (evtl. nicht für alle Zeitschriften nötig).

Es kann aber auch sein, daß die eine oder die andere Methode nur bei einer bestimmten Leserkategorie funktioniert (A+E-, regelm. Leser o.ä.).

Vorzuschlagende Tests:

Den obigen Überlegungen entsprechend müßten Tests mit folgendem Inhalt durchgeführt werden:

- 1.) Feststellung wie bestimmte Zeitschriften (s.u.) gelesen werden -
  - getrennt nach A+E- und LM-Lesern
  - getrennt nach regelm. und gelegentl. Lesern
  - getrennt nach Käufern (Abonnenten) und Mitlesernd.h. also: (a) wird die Titelseite (der Titel) beachtet?  
(b) was wird vom Inhalt beachtet? (Finden Hinweise auf den Titel Beachtung?)

Neben Copy-Test-Verfahren käme evtl. auch Beobachtung in einem Raum mit einseitig durchsichtigen Wänden in Frage.

- 2.) Nach Durchführung des "Kartenspiels" Tests mit maskierten Titeln mit folgender Fragestellung:
  - a) werden Zeitschriften am Inhalt wiedererkannt?
  - b) ggf. welche werden verwechselt?
  - c) nach welchen Merkmalen erfolgt Unterscheidung!

Hierbei könnte man im Interesse größerer Deutlichkeit der Ergebnisse sowohl schon erschienene als auch noch nicht erschienene Nummern heranziehen.

- 3.) Einfache Fragen, Assoziation - oder Satzergänzungstests zur Feststellung des positiven oder negativen Prestiges von Zeitschriften,
- 4.) Untersuchung zu den Zeitbegriffen 1 Woche, 14 Tage, 4 Wochen, wobei Zeitschriften zu bestimmten Zeitpunkten zum Lesen gegeben werden, dann in verschiedenen Abständen darüber befragt wird.

Es erscheint notwendig, die folgenden Zeitschriften in die Tests einzubeziehen:

Stern	Neue Post
Quick	Das grüne Blatt
Neue Illustrierte	Das neue Blatt
Revue	Deutscher Hausfreund
Frankfurter Illu.	Der Hausfreund f. Stadt u. Land
Münchener Illu.	7 Tage
Kristall	Wochenend
Bunte Illu.	

Hör zu  
Hören und Sehen

Das Beste  
Spiegel  
Rhein. Merkur

Sämtliche (?) Frauenzeitschriften  
mit Schnittmusterbogen

Dabei erscheint es nicht notwendig, alle auf einmal zu testen, sondern mit den vermutlich kritischsten Fällen zu beginnen.

c) Vorschlag von Ockelmann

1) Grundlage der Untersuchung

Es erscheint notwendig, die Aufgabe, die mit dem Untersuchungsproblem verknüpft ist, von Grund auf zu definieren und für eine gewisse Begriffsklärung zu sorgen, da sonst mit dem doch recht komplizierten Problem zu häufig Mißverständnisse verbunden sein dürften.

1) Aufgabenstellung

Es handelt sich um die Prüfung der aided recall-Karten, die entweder bei den bisher durchgeführten Leserschaftsanalysen bereits verwendet worden sind oder aber verwendet werden könnten. Diese Karten sollen zu einer optimalen Wirkung gebracht werden. Dabei ist die Aufgabe, die die Karten zu erfüllen haben, wie folgt zu definieren:

Die aided recall-Karten sollen die Erinnerungsfähigkeit der zu Befragenden optimal unterstützen, d.h. sie sollen jeden Leser des betreffenden Blattes daran erinnern, daß er es gelesen hat, aber nicht mehr.

Diese Unterstützung der Erinnerung soll in der Form optimal werden (falls das überhaupt erreichbar ist), daß jeder Leser des betroffenen Blattes sich wirklich erinnert. Die Aufgabe, die in diesem Zusammenhang gestellt werden muß, ist also festzulegen, wie solche optimal gestalteten Karten beschaffen sein müssen oder aber etwa, und auch das wäre ein Ergebnis, die genaue Ausgestaltung der Hilfskarten völlig unwesentliche Einflüsse auf die hervorzurufende Erinnerung hat.

## 2) Beriffsdefinitionen

Die gestellte Aufgabe gehört in den Kreis der Versuchsplanung. Es dürfte in diesem Zusammenhang nicht wesentlich sein, bei allen durchzuführenden und gegenseitig zu prüfenden Einflüssen auf einen repräsentativen Querschnitt der Gesamtbevölkerung zurückzugreifen. Wenn gleich verschiedene soziale Struktur-Elemente wohl von Einfluß auf die Erinnerungsfähigkeit bzw. die Erinnerungsunterstützung durch aided recall-Karten sein könnten, ist eine Vereinfachung in dem oben genannten Sinne notwendig, wenn überhaupt zu ersten Ergebnissen gelangt werden soll. - Selbstverständlich kann das gesamte, komplexe Problem nicht mit einem ersten Untersuchungsschritt gelöst werden. Wichtig ist, daß die gesamte Versuchsplanung mit den Methoden der modernen Statistik ausgewertet wird, um auch bei relativ kleiner Befragtenzahl die gesamte, vorhandene Erkenntnis, die darin enthalten ist, zu bekommen.

- a) In bezug auf die Wirksamkeit der aided recall-Karten muß zunächst zwischen zwei verschiedenen Fehlertypen, die dabei auftreten können, unterschieden werden.

Unter einem 'Fehler erster Art' ist in diesem Zusammenhang das folgende zu verstehen:

Wenn ein Leser einer Zeitschrift trotz Vorlegen der Karte sich nicht erinnert und daher eine objektiv falsche Angabe macht, so ist das Untersuchungsergebnis gegenüber dem Tatbestand mit einem Fehler erster Art belastet. Diese erniedrigen also das Untersuchungsergebnis gegenüber dem vorhandenen echten Leservolumen.

Ein 'Fehler zweiter Art' kommt in der Form zustande, daß, obgleich der Befragte den zu untersuchenden Titel nicht gelesen hat, er, angeregt durch die Hilfskarten, in dem Augenblick glaubt oder wünscht, die Zeitung gelesen zu haben und also eine bejahende aber objektiv wiederum falsche Antwort gibt. Diese Fehler erhöhen also das Untersuchungsergebnis gegenüber dem Tatbestand.

Die Fragestellung lautet also: Treten bei den verschiedenen Zeitschriften-Titeln die Fehler erster und die Fehler zweiter Art gleichermaßen im gleichen Prozentsatz der Leserschaft auf und sind

diese auftretenden Fehler für die verschiedenen aided recall-Karten gleich hoch. Im Falle, daß bei allen Kartentypen gleich hohe Fehler und bei allen Zeitschriften-Titeln gleich hohe Fehler auftreten, könnte das gesamte Problem für die Durchführung der Leserschaftsanalyse zumindest zu den Akten gelegt werden.

- b) Die Prüfung der bisher verwandten oder besser der zu verwendenden Hilfskarten muß in Stufen vor sich gehen. Zum ersten muß festgestellt werden, ob und wenn ja, welche Unterschiede zwischen dem mit Hilfe der Karten erreichten Ergebnis einerseits und dem objektiven Tatbestand andererseits vorhanden sind. Diese Prüfung muß für alle möglichen verschiedenen Kartensätze durchgeführt werden, und es muß darüber hinaus auch der Einfluß der verschiedenen Vorlageformen auf diese Frage untersucht werden.

Zum zweiten muß dann, wenn diese Ergebnisse vorliegen und sich echte Unterschiede ergeben sollten (entweder in bezug auf Fehler erster Art oder in bezug auf Fehler zweiter Art, oder in bezug auf beide), untersucht werden, worauf sich diese verschiedene Wirksamkeit zurückführen läßt. Mit anderen Worten kann erst nach Vorliegen der objektiven Erkenntnisse daran gegangen werden, psychologische Untersuchungen über die Gründe hierfür anzustellen.

- c) Für die Anlage der Untersuchung muß die Leserschaft in zunächst zwei grundsätzlich verschiedene Gruppen aufgespalten werden. Einmal handelt es sich um die Leser von Zeitschriften im Einzelabonnement. Da die Lesemappenleser eine sehr große Auswahl von Zeitschriften-Titeln zu Gesicht bekommen, dürfte bei ihnen die Erinnerungsfähigkeit gegenüber den Einzellesern erheblich schwächer sein. Um die Versuchsplanung gut durchführen zu können, muß vorgeschlagen werden, aus diesen beiden Typen die regelmäßigen Leser herauszunehmen.

Die Beschränkung der Untersuchung auf regelmäßige Leser ist zweifelsohne von Nachteil. Da eine objektive Nachprüfung bei gelegentlichen Lesern aber sehr schwer oder gar nicht möglich ist, wird hier diese Beschränkung in Kauf genommen. Die Voraussetzung, die damit getroffen wird, ist wie folgt zu definieren:

Wenn zwei verschiedene aided recall-Karten bei den regelmäßigen Lesern zu verschiedenen Erinnerungsprozentsätzen führen sollten, so wird unterstellt, daß das Verhältnis dieser beiden gefundenen Werte für die zwei verschiedenen Kartentypen, auch bei gelegentlichen Lesern gleich ist. Nicht behauptet werden kann natürlich, daß die absolute Höhe der Erinnerungsfähigkeit gleich bleibt. Sie wird im Gegenteil gegenüber den regelmäßigen Lesern zurückgehen.

Damit wird also die Untersuchung auf die beiden Gruppen:

Regelmäßige Lesemappen-Leser und  
Regelmäßige Einzel-Exemplars-Leser

beschränkt bleiben. Sicherlich wäre eine Ausweitung auf gelegentliche Leser sehr wichtig, jedoch ist im Augenblick nicht abzusehen, wie eine objektive Kontrolle durchgeführt werden könnte, ohne mit den Finanzaufwendungen, die dafür erforderlich sind, in Größenordnungen zu geraten, die nicht mehr zu vertreten sind.

## II) Versuchsplanung

Die Versuchsplanung geht insgesamt gesehen von vier verschiedenen Zeitschriften-Gruppen aus, von vier verschiedenen Kartentypen zur Vorlage und von zwei verschiedenen Befragentypen.

### I) Zeitschriftentypen

Im Bereich der Zeitschriften-Titel werden vier Gattungen in die Untersuchung eingezogen.

Als erstes die Illustrierten,  
als zweites die Rundfunkzeitschriften,  
als drittes die Frauenblätter mit und ohne Schnittmusterbeilage und  
als viertes die Wochenblätter.

Für die Illustrierten wird vorgeschlagen, die Zeitschriften QUICK, KRISTALL, NEUE ILLUSTRIERTE und BUNTE ILLUSTRIERTE, d.h. vier Titel zu untersuchen. Die Auswahl erfolgte bewußt und zwar einmal zwei Illustrierte der großen Zeitschriftengruppe und einmal zwei

Illustrierte der kleineren Illustrierten-Gruppe. Zum anderen zwei Illustrierte (QUICK und KRISTALL) mit sehr typischem Namen und zwei Illustrierte (NEUE ILLUSTRIERTE und BUNTE ILLUSTRIERTE) mit relativ weniger charakteristischem Namen. Jedes der zu untersuchenden Organe wird mit 60 Befragungspunkten belegt und zwar je 15 der unter 2) zu besprechenden vier Kartentypen.

Im Rahmen der Rundfunk-Zeitschriften werden nur zwei Titel vorgeschlagen und zwar HÖR ZU und HÖREN UND SEHEN. Das sollte deswegen geschehen, um in einer Gruppe zu einem relativ sehr harten Ergebnis kommen zu können und auch besonders die Verwechslungen untersuchen zu können. Da die Rundfunk-Zeitschriften nicht im Lesezirkel gehalten werden, ergibt sich hier die Möglichkeit, bei gleichem Schlüssel, d.h. bei 240 Befragungen insgesamt pro Lesertyp auf jede Zeitschrift, ohne aus der Gesamtanlage auszubrechen, je 480 Untersuchungen durchzuführen. Diese recht große Zahl kann dazu dienen, eine besonders harte Beobachtungsgruppe zu schaffen, ohne auf der anderen Seite die Stichhaltigkeit für Lesemappe und Abonnement einerseits und die vier Zeitschriftentypen andererseits zu vernachlässigen. Es ist aber ohne weiteres möglich, auch hier auf vier Titel überzugehen. Die Entscheidung müßte einer Absprache und Diskussion dieses Vorschlages vorbehalten bleiben.

Als dritte Gruppe sind im Rahmen der Frauenwelt die Blätter CONSTANCE, FILM UND FRAU, BEYERS FÜR ALLE und IHRE FREUNDIN vorgesehen. Besser wäre es, wenn statt IHRE FREUNDIN noch ein Blatt mit Schnittmusterbeilage hinzugenommen werden könnte. Jedoch findet sich unter den angeführten Titeln nach dem Ergebnis der Leserschaftsanalyse 1956 keine Zeitschrift, die außer BEYERS FÜR ALLE im Lesezirkel geführt wird. Jede dieser vier Zeitschriften wird wiederum mit 60 Befragungspunkten zu belegen sein, so daß insgesamt 240 Befragungen pro Lesertyp durchzuführen sind.

Vierte Gruppe. Endlich wird im Rahmen der Wochenzeitungen DAS GRÜNE BLATT, DAS NEUE BLATT, DIE NEUE POST und DER DEUTSCHE HAUSFREUND zu untersuchen sein. Diese vier Blätter besitzen alle eine Lesemappen-Auflage und haben darüber hinaus noch das für die Anlage der Untersuchung Positive, daß sie im Titel sehr verwechs-

lungsfähig sind. Wichtig erscheint auch, genauestens zu prüfen, wie weit der "Deutsche Hausfreund" mit seinem konkurrierenden Titel "Deutscher Hausfreund für Stadt und Land" verwechselt wird. Auch hier ist vorgesehen, pro Blatt mit 60 Befragungspunkten in jeder Lesertypen zu arbeiten.

## 2) Kartentypen

Für die Untersuchung sollten vier verschiedene aided recall-Karten verwandt werden. Diese vier zu untersuchenden Kartentypen können wie folgt charakterisiert werden:

### a) Schreibmaschinenschrift

Eine Karte auf der der reine Titel in Schreibmaschinenschrift verzeichnet ist.

### b) Schwarz-Weiß-Titelkarten

Entsprechend der Vorlage bei der Leseranalyse 1954.

### c) Farbige Titelkarten

Farbige Wiedergabe wie bei der letzten Leseranalyse, aber im echten Verhältnis von Titel zu Blattgröße. Es soll sich also nicht, wie bei den 1956 verwandten Karten, um eine lineare Verkleinerung handeln, sondern das Verhältnis von Titel zum Blatt soll dem Original-Schriftzug angepaßt bleiben. Auch ist dafür zu sorgen, daß die farbigen Verhältnisse den benutzten Werten bei den Zeitschriften tatsächlich entsprechen.

### d) Farbige Titelkarten mit Größenproportion

Endlich ist eine Titelkarte zu schaffen, wie bei der Vorlage 1955, die von der DIVO durchgeführt wurde, wobei die Titelkarte der Ansicht des Blattes entspricht, der Bildraum jedoch mit einem gleichmäßigen neutralen aber gefärbten Raster zu unterlegen ist. Die Karten sollen dabei nicht alle gleich groß sein, sondern untereinander - im Gegensatz zu a) - c) - dasselbe Größenverhältnis haben, wie die Zeitschriften im Original.

Dann ergibt sich, wenn jede dieser vier Typen mit je 240 Befragungs-

punkten in jeder Leserreihe (regelmäßiger Abonnent und regelmäßige Lesemappe) belegt wird, die Möglichkeit, die folgenden Prüfungen vorzunehmen:

- a) Einfluß der Schriftart, d.h. Gegenüberstellung von a) mit b), Basis 480 Fälle.
- b) Einfluß der Farbe, Gegenüberstellung b) mit c), wiederum 480 Fälle.
- c) Einfluß der Gesamtaufmachung gegenüber dem Titel für farbige Karten, d.h. Gegenüberstellung c) mit d) auch 480 Fälle.

Damit läßt sich bei Anwendung der Varianzanalyse sowie bei Berechnung der Korrelationen festlegen, ob und wenn ja, bis zu welchen Größenordnungen der Einfluß objektiv meßbar wird. Eventuell könnte die Gruppe a) wegfallen, wenn die Schriftart ausgelassen wird. Dadurch würde sich jede "Gruppe" auf 20 Punkte erhöhen lassen.

## 3) Lesertypen

Für die beiden oben bereits zitierten Lesertypen, nämlich regelmäßiger Leser eines Einzelexemplares (Abonnent) und regelmäßiger Lesemappen-Bezieher, sind je 960 Fälle (viermal 240) vorgesehen, so daß sich diese beiden Typen gegeneinander sehr genau beurteilen lassen. Mit den vorhandenen Ergebnissen wird sich eine Beurteilung der verschiedenen aided recall-Karten in bezug auf die Zeitschriften-Titel und Lesertypen ermöglichen lassen.

Die Auswahl der zu Befragenden sollte an Hand der Abonnementslisten der Zeitschriften erfolgen (bzw. über die entsprechenden Listen der Lesemappen). Hierin liegt einer der Kernpunkte der Versuchsplanung. Es sollte nämlich über die "Wirksamkeit" hinaus unbedingt geprüft werden, wie der objektive Tatbestand ist. Es darf von einem Abonnenten einer Einzel-Zeitschrift bzw. einer Lesemappe zunächst unterstellt werden, daß er sie auch lesen wird. Innerhalb des zu verwendenden Fragebogens muß dann danach getrachtet werden, diejenigen Fälle säuberlich herauszutrennen, in denen festgelegt werden kann, daß der Befragte, obwohl die Zeitschrift im Haus ist, sie wirklich nicht liest.

Die gesamte Befragung sollte mit den kompletten Vorlagesätzen der 52 bisher verwandten Titel durchgeführt werden. Die Auswahl der auszuwertenden Titel ergibt sich aus der im Hause vorhandenen Lesemappe bzw. der vorhandenen Zeitschrift.

Die oben skizzierte Versuchsanordnung dürfte nach unserer Meinung einen wesentlichen Schritt auf dem Wege zur Beurteilung der aided recall-Karten bedeuten. Selbstverständlich müßte für den Fall, daß echte Unterschiede herauskommen, den psychologischen Ursachen dafür weiterhin nachgegangen werden. Auf der anderen Seite könnten die Ergebnisse, die hieraus anfallen, ohne weiteres bereits zur Fixierung der zu benutzenden Karten für die nächste Leserschaftsanalyse genügen. Ohne eine Unterlegung in quantitativer Hinsicht dürfte aber jede psychologische Untersuchung der Karten von vornherein vergeblich sein.

8.) Mitteilung von Dohse über ein Experiment bei LZ-Lesern

Die Untersuchungen der Arbeitsgemeinschaft Leseranalyse haben gezeigt, daß einige Zeitschriften in Relation zur Auflage geringere Lesewerte (Mitlesewerte) erzielten als andere. Es erhebt sich die Frage, ob die Ursachen hierfür bei der angewandten Methode etc. zu suchen sind, oder ob die Ergebnisse objektiv richtig oder ob sie von anderen Faktoren beeinflusst sind.

Als ein Beitrag zu diesem Problem wurde im Rahmen einer Leseranalyse, die vom Institut für Verbraucherbefragung im Auftrage der Lintas durchgeführt worden ist, folgendes Experiment gemacht:

- 1.) Die Interviewten wurden gebeten, alle Zeitschriften, die in ihrer Lesemappe enthalten sind, aufzuzählen. (Würden Sie mir wohl einmal aufzählen, welche Zeitschriften in Ihrer Lesemappe enthalten sind - unaided -).
- 2.) Danach ließ man sich die Mappe zeigen und notierte alle Zeitschriften, die in der Lesemappe enthalten waren (ausgewertet wurden nur die Fälle, in denen die Lesemappe vollständig vorgezeigt wurde).
- 3.) In der nächsten Phase der Untersuchung wurde nach der Beliebtheit

der Zeitschriften gefragt. (Gibt es von allen diesen Zeitschriften nun welche, die Sie vielleicht besonders gern lesen und andere, die Sie nur ziemlich schnell durchblättern oder vielleicht gar nicht in die Hand nehmen?).

Nachfolgend die Ergebnisse (nur Illustrierte):

	Häufigkeit, mit der die einzelnen Illustrierten als in der Lesemappe enthalten bezeichnet wurden. - Vorgezeigte Titel jeweils gleich 100% -		Die betreffende Zeitschrift wird besonders gern gelesen . . . - Vorgezeigte Titel jeweils gleich 100%	
	<u>Frauen</u>	<u>Männer</u>	<u>Frauen</u>	<u>Männer</u>
Kristall	54 %	(47) %	20 %	(31) %
Frankf. Illustr.	69	(85)	17	(36)
Stern	69	(82)	30	(40)
Bunte Illustr.	43	(34)	12	( 5)
Neue Illustr.	50	(60)	13	(13)
Revue	71	(82)	28	(??)
Deutsche Illustr.	40	(54)	10	( 8)
Münchener Illustr.	68	(78)	11	(30)
Quick	70	(83)	33	(50)

C. Ausarbeitung von Dipl.-Psych. Trapp, Bonn,  
zum Problem der Interviewer-Qualifikation und -Auswahl.

Die größte Schwierigkeit, das Eignungsproblem der Interviewer psychologisch in den Griff zu bekommen, liegt m. E. in der unterschiedlichen Bewertung der Aufgaben dieser Klasse von Menschen. Solange keine Einigung über deren vordringlichste und wichtigste Arbeitsaufgaben erzielt wurde, wird man jede Eignungsbegutachtung angreifen können. Ich bin der Meinung, daß zunächst einmal von Seiten der Institute oder auch der Auftraggeber eine phänomenologisch genaue Beschreibung der Arbeiten, die von dem zukünftigen Interviewer auszuführen sind, vorgelegt werden müßte. Wie wir alle wissen, können diese Aufgaben sehr unterschiedlicher Natur sein, je nach Problemstellung und Methode. Sie verlangen daher auch den Einsatz ganz verschiedenartiger Interviewer, wenn deren Arbeitsergebnissen Bedeutung zugemessen werden soll.

Aus meiner Kenntnis der Materie glaube ich, für einen Interviewer folgende Eignungsvoraussetzungen postulieren zu müssen:

1. Kontaktfähigkeit und Einfühlungsvermögen
2. Eine nicht unterdurchschnittliche Intelligenz
3. Schnelles Auffassungsvermögen
4. Umstellungsfähigkeit und Wendigkeit
5. Sorgfältige und genaue Arbeitsweise
6. Treue des Gedächtnisses
7. Konzentrationsvermögen
8. Ausdauer
9. Hör- und Farbtüchtigkeit

Was die Intelligenz angeht, so bin ich der Meinung, daß man sie im allgemeinen überbetont. Ein durchschnittlich intelligenter Mensch sollte nach den Anweisungen der Institute verstehen, was jeweils gemeint ist und worauf es ankommt. Andernfalls dürfte die Schuld nicht beim Interviewer zu suchen sein. Abgesehen davon, daß wirklich intelligente Menschen bessere Stellungen

finden, als die eines Interviewers, ist Intelligenz für die Durchführung der üblichen einfachen Erhebungen eher ungünstig zu bewerten, zum mindesten auf die Dauer gesehen (Monotonieerlebnisse). Bei schwierigen (psychologischen) Untersuchungen ist natürlich ein beträchtliches Maß an Intelligenz unbedingt erforderlich.

Die Hör- und Farbtüchtigkeit habe ich nur deshalb hinzugefügt, weil sie leicht als Selbstverständlichkeit übersehen werden könnten. Insbesondere scheint mir die Farbtüchtigkeit für Pressestudien (Illustrierten-Copy-Tests oder dergl.) manchmal erforderlich zu sein.

Es ließen sich natürlich noch eine ganze Reihe anderer Eigenschaften anführen, die man von einem guten Interviewer fordern müßte; die oben angeführten scheinen mir die wichtigsten zu sein, sie sind zudem auch psychologisch erfaßbar.

Die Gewinnung der psychologischen Tatbestände wäre am zweckmäßigsten in Verbindung mit der Probebefragung und dem Rollenspiel. Welche Tests für die Beurteilung der oben angeführten Eigenschaften am besten geeignet sind, wäre im Fachkreise noch zu ventilieren.

Die Kontaktfähigkeit und das Einfühlungsvermögen käme z. B. durch die Schrift und den Wartegg-Kontaktaufsatz gut heraus. Die Erfassung der Intelligenz wäre in diesem Rahmen kein Problem. Für das schnelle Auffassungsvermögen fällt mir gerade kein geeigneter Test ein. Die sorgfältige und genaue Arbeitsweise sowie das Konzentrationsvermögen sind hingegen sehr fein herauszufinden. Durchstreichtests, wie Fervers, Poppelreuter, Bourdon, Masselon etc. könnte man hierfür heranziehen. Die gleichen Tests kann man auch für die Erfassung der Ausdauer heranziehen. Für die Treue des Gedächtnisses wäre der Kretschmer-Höhn recht gut geeignet. Die Farbtüchtigkeit ist leicht mit den bekannten Stillingschen Farbtafeln zu überprüfen.

Die Anwesenheit eines Psychologen zum Zwecke der Verhaltensbeobachtung wäre beim Rollenspiel usw. sehr zu empfehlen, ist aber nicht unbedingt erforderlich. Die Testbatterie könnte im Rahmen eines Gruppentestes auch von einem Nichtpsychologen gegeben werden. Eine Eichung sollte man

unbedingt ins Auge fassen. Vielleicht wäre die Zeit und Gelegenheit für dieses Problem reif.

D.) Zum Teil "Fragebogen": Vergleich der Formen A und B der LA 1956

Von der DIVO wurde eine Auszählung der Formen A und B der Leseranlyse 1956 übersandt. Bekanntlich unterschieden sich die beiden Versionen in der Reihenfolge der Erscheinungsfrequenz-Gruppen:

- Form A: 1. wöchentlich erscheinende Zeitschriften (30 Titel)  
 2. 14-täglich erscheinende Zeitschriften (11 Titel)  
 3. monatlich erscheinende Zeitschriften (11 Titel)

- Form B: 1. monatlich erscheinende Zeitschriften  
 2. 14-täglich erscheinende Zeitschriften  
 3. wöchentlich erscheinende Zeitschriften

Die Zahlen beruhen auf der gewichteten Stichprobe.

Leser pro Nummer

Insgesamt Befragte in der Gruppe = 100 %	Form A (8016) %	Form B (7782) %	Differenz A - B %
<u>7-täglich erscheinende Zeitschriften</u>			
abz - Illustrierte Woche	4,5	4,5	0
Deutsche Illustrierte	11,1	11,9	- 0,8
Frankfurter Illustrierte	18,2	19,2	- 1,0
Quick	22,1	22,9	- 0,8
Münchner Illustrierte	11,1	12,4	- 1,3
Neue Illustrierte	18,1	18,9	- 0,8
Revue	15,6	17,0	- 1,4
Der Stern	24,6	25,2	- 0,6
Frau im Spiegel	3,9	4,3	- 0,4
Bild und Funk	4,7	4,5	+ 0,2
Hören und Sehen	6,4	7,6	- 0,8
Hör zu	26,9	26,9	0
Funk und Fernseh-Illustrierte	2,7	2,9	- 0,2
Funk und Familie	2,7	2,6	+ 0,1
Radio-Revue	1,5	1,7	- 0,2
Funkuhr	1,0	1,3	- 0,3
Sport-Magazin	2,9	2,8	+ 0,1
Kicker	2,3	2,7	- 0,4
Der Spiegel	11,1	11,2	- 0,1
Welt am Sonnabend	4,5	4,3	+ 0,2
Welt am Sonntag	5,2	5,3	- 0,1
7 Tage	1,6	1,9	- 0,3
Wochenend	2,9	3,2	- 0,4
Heim und Welt	5,0	5,5	- 0,5
Das neue Blatt	2,4	2,8	- 0,4
Das grüne Blatt	5,5	5,7	- 0,2
Neue Post	4,9	5,6	- 0,7
Deutscher Hausfreund	1,5	1,4	+ 0,1
Der Hausfreund f. Stadt u. Land	2,7	2,5	+ 0,2
Rhein, Merkur	0,8	1,1	- 0,3



Insgesamt Befragte in der Gruppe = 100 %	<u>Leser pro Nummer</u>		
	Form A	Form B	Differenz
	(8016)	(7782)	A - B
	%	%	%
<u>14-täglich erscheinende Zeitschriften</u>			
Bunte Illustrierte	7,7	8,7	- 1,0
Feuerreiter	4,5	4,3	+ 0,2
Kristall	16,0	17,9	- 1,9
Weltbild	5,7	6,6	- 0,9
Film und Frau	12,8	13,7	- 0,9
Film-Revue	6,6	7,6	- 1,0
Brigitte	3,9	4,3	- 0,4
Constanze	22,4	24,4	- 2,0
Ihre Freundin	6,9	8,4	- 1,5
Stimme der Frau	2,1	2,7	- 0,6
Star-Revue	3,1	4,1	- 1,0

Insgesamt Befragte in der Gruppe = 100 %	<u>Leser pro Nummer</u>		
	Form A	Form B	Differenz
	(8016)	(7782)	A - B
	%	%	%
<u>Monatlich erscheinende Zeitschriften</u>			
Das Beste aus Reader's Digest	11,0	9,4	+ 1,6
ADAC Motorwelt	4,6	4,3	+ 0,3
Hobby	4,0	4,0	0
Beyer's für alle	0,7	0,8	- 0,1
Beyer's Handarbeit und Wäsche	2,7	2,5	+ 0,2
Elsa	2,6	2,8	- 0,2
Der neue Schnitt	5,4	5,1	+ 0,3
Eva-Moden	0,9	1,3	- 0,4
Praline	1,2	1,4	- 0,2
Burda-Moden	5,2	5,1	+ 0,1
Bertelsmann 3	1,6	1,3	+ 0,3

Insgesamt Befragte in der Gruppe = 100 %	<u>Lesemappenleser</u>		
	Form A	Form B	Differenz
	(8016)	(7782)	A - B
	%	%	%
<u>7-täglich erscheinende Zeitschriften</u>			
abz - Illustrierte Woche	2,9	3,3	- 0,4
Deutsche Illustrierte	8,3	8,8	- 0,5
Frankfurter Illustrierte	13,3	14,0	- 0,7
Quick	13,3	13,9	- 0,6
Münchner Illustrierte	7,8	8,6	- 0,8
Neue Illustrierte	12,2	12,6	- 0,4
Revue	10,3	11,0	- 0,7
Der Stern	15,0	15,7	- 0,7
Frau im Spiegel	2,8	3,1	- 0,3
Funk und Familie	2,1	1,9	+ 0,2
Der Spiegel	7,5	8,4	- 0,9
Das neue Blatt	0,7	0,9	- 0,2
Das grüne Blatt	2,6	2,6	0
Neue Post	2,1	2,6	- 0,5
Deutscher Hausfreund	0,4	0,3	+ 0,1

Lesemappenleser

Insgesamt Befragte in der Gruppe = 100 %	Form A (8016) %	Form B (7782) %	Differenz A - B %
---	-----------------------	-----------------------	-------------------------

14-täglich erscheinende Zeitschriften

Bunte Illustrierte	5,4	6,1	- 0,7
Feuerreiter	0,5	0,5	0
Kristall	12,4	13,6	- 1,2
Weltbild	2,9	3,4	- 0,5
Film und Frau	8,3	9,1	- 0,8
Film-Revue	4,2	4,8	- 0,6
Brigitte	2,0	2,2	- 0,2
Constanze	14,3	15,8	- 1,5
Ihre Freundin	4,9	5,9	- 1,0
Stimme der Frau	1,4	1,6	- 0,2
Star-Revue	1,9	2,6	- 0,7

A + E - Leser

Insgesamt Befragte in der Gruppe = 100 %	Form A (8016) %	Form B (7782) %	Differenz A - B %
---	-----------------------	-----------------------	-------------------------

7-täglich erscheinende Zeitschriften

abz - Illustrierte Woche	1,5	1,3	+ 0,2
Deutsche Illustrierte	2,7	3,1	- 0,4
Frankfurter Illustrierte	4,9	5,1	- 0,2
Quick	8,7	9,0	- 0,3
Münchner Illustrierte	3,3	3,8	- 0,5
Neue Illustrierte	6,0	6,3	- 0,3
Revue	5,3	6,0	- 0,7
Der Stern	9,6	9,6	0
Frau im Spiegel	1,1	1,2	- 0,1
Funk und Familie	0,6	0,7	- 0,1
Der Spiegel	3,5	2,8	+ 0,7
Das neue Blatt	1,7	1,9	- 0,2
Das grüne Blatt	2,9	3,0	- 0,1
Neue Post	2,8	3,0	- 0,2
Deutscher Hausfreund	1,1	1,1	0

A + E - Leser

Insgesamt Befragte in der Gruppe = 100 %	Form A	Form B	Differenz
	(8016)	(7782)	A - B
	%	%	%
<u>14-täglich erscheinende Zeitschriften</u>			
Bunte Illustrierte	2,2	2,5	- 0,3
Feuerreiter	4,0	3,8	+ 0,2
Kristall	3,5	4,3	- 0,8
Weltbild	2,7	3,2	- 0,5
Film und Frau	4,5	4,7	- 0,2
Film-Revue	2,5	2,8	- 0,3
Brigitte	1,8	2,1	- 0,3
Constanze	8,1	8,6	- 0,5
Ihre Freundin	2,0	2,5	- 0,5
Stimme der Frau	0,7	1,0	- 0,3
Star-Revue	1,2	1,5	- 0,3

STATISTIK:

Insgesamt Befragte in der Gruppe = 100 % *	Form A (8016)	Form B (7782)	Diff. A - B
<u>Geschlecht:</u>			
Männer	45,3	46,0	- 0,7
Frauen	54,7	54,0	+ 0,7
	100 %	100 %	
<u>Alter:</u>			
16 bis 24 Jahre	18,9	19,8	- 0,9
25 bis 34 Jahre	20,7	19,8	+ 0,9
35 bis 44 Jahre	17,2	17,5	- 0,3
45 bis 59 Jahre	30,0	29,5	+ 0,5
60 bis 70 Jahre	13,2	13,4	- 0,2
	100 %	100 %	
<u>Wohnortgröße:</u>			
Unter 2.000 Einw.	25,7	25,1	+ 0,6
2.000 bis unter 20.000 Einw.	29,5	29,9	- 0,4
20.000 bis unter 100.000 Einw.	13,3	13,4	- 0,1
100.000 und mehr Einwohner	31,5	31,6	- 0,1
	100 %	100 %	
<u>Länder:</u>			
Schleswig-Holstein	4,4	4,1	+ 0,3
Hamburg	3,5	3,5	0 )
Niedersachsen und Bremen	13,8	13,3	+ 0,5 ) +1,0
Nordrhein-Westfalen	28,5	28,3	+ 0,2 )
Hessen	8,6	8,9	- 0,3 )
Rheinland-Pfalz	6,0	6,4	- 0,4 ) 1,0
Bayern	17,4	17,5	- 0,1 )
Baden-Württemberg	13,3	13,5	- 0,2 )
West-Berlin	4,5	4,5	0
	100 %	100 %	

\* Gewichtete Stichprobe

Arbeitsgemeinschaft Leseranlyse e.V.

Essen, den 29.4.1957

Geschäftsführender Ausschuß

Den Herren des Beirats als Einladung.

Den Herren des Arbeitsausschusses zur Kenntnis.

Betr.: Testreihen zur Ermittlung der Wirkung des Aided Recall.

Am 27.4.57 ist in einer Besprechung, an der die Herren

Prof. Metzger, Dres. Braunschweig, Jetter, Koch, Schaefer, Feddersen, Lippoldt, Löchner und Knuth

teilnahmen, eine Versuchsordnung für die o.a. Testreihen besprochen worden. Das bisher Erarbeitete und insbesondere der dem Versuch zugrunde zu legende Fragebogen sollen auf einer Sitzung am

Freitag, den 10.5.1957 um 14 Uhr im Hause der DIVO GmbH, Frankfurt / Main, Am Hauptbahnhof 12 V.

weiterentwickelt werden. Die Herren des Beirats werden gebeten, soweit sie sich für diese Besprechung zur Verfügung stellen können, daran teilzunehmen. Die von Herrn Prof. Metzger entwickelte Anordnung ist nachstehend beschrieben. Die Herren der DIVO werden am 10.5.57 Organisation und Kosten der Befragung ermitteln und vorlegen.

Die bei den Testreihen zu untersuchenden Probleme sind:

1. Das Verhalten der verschiedenen Leserkategorien bei Befragung mit 10 Titeln und mit ca. 40 Titeln.
2. Das Verhalten der verschiedenen Leserkategorien bei einfachen Titelkarten (Schrift wie auf Lesemappen-Umschlag) und Karten wie bei LA 56.

Die in gesonderten Vortests zu erprobenden Fragebogenprobleme für die LA 58 sind nicht eingeschlossen.

<u>Sampling:</u>	Regelmäßige u. gelegentliche A+E-Leser	Regelmäßige LZ-Leser (im Hause)	Gelegentliche LZ-Leser (außer Hause)
40 Titel einfache Karten	250	250	25
40 Titel Karten wie LA 56	250	250	25
10 Titel einfache Karten	250	250	25
10 Titel Karten wie LA 56	250	250	25
Insgesamt	1.000	1.000	100 (E.v. 200)

<u>Regelmäßige LZ-Leser</u>	entstammen einer Zufallsstichprobe aus Abonnenten-Karteien von Lesezirkel-Verlagen. Auswahl der Personen nach Tatsache des Lesens (?)
<u>A+E-Leser</u>	kommen aus einer Random-Stichprobe, die regional mit Adressenstichprobe der LZ-Abonnenten abzustimmen ist. (LA 56 63% A+E-Leser) Diese wäre mit ca. 1.500 Befragten brutto anzusetzen.
<u>Gelegentliche LZ-Leser</u>	= Leser außer Hause aus derselben Random-Stichprobe. (LA 56 17% LZ-Leser außer Hause)

Die Befragung:

Der Fragebogen selbst ist noch nicht entworfen. Bisher wurde noch unverbindlich verabredet:

1. Vorlage der Karten nach Mischen. Bei den ca. 40 Titeln bereits nach den Erscheinungsfrequenzen geordnet. Ev. Karten ringgeheftet, Ersatz des Mischens dann durch Wechsel der Aufschlagestelle.  
10 Titel: Frankfurter, Quick, Bunte, Münchner, Neue Ill., Revue, Spiegel, Neue Post, Grüne Blatt, Neue Blatt. (Nur wöchentliches Erscheinen!)
2. Fragen ähnlich Fragebogen LA 56 Nr. 7a-c, 8a-c, 9a-c. Rotation der Reihenfolge der Erscheinungsfrequenzen.
3. Versuch der Verifikation bei A+E-Lesern und regelmäßigen LZ-Lesern im Hause im Falle des Auftretens von Lesern für:

Neue Ill.	Quick	Frankfurter	Neue Post
Spiegel	Münchner	Bunte	Grüne Blatt
		Revue	Neue Blatt

Verfahren: Der Befragter führt für A+E-Leser die laufende und die vorletzte Nummer der Zeitschriften mit, bei regelm. LZ-Lesern die letzte und vorletzte Nummer der Zeitschriften, die mit der Lesemappe im Haus sind. (Angabe darüber mit Anschrift aus Kartei LZ-Verlag). Die Verifizierung soll, wenn beide Nummern gelesen wurden, sich auf die jüngere Zeitschrift beziehen. Da es nicht möglich ist, daß bei jeder Befragung mit angetroffenen Lesern von mehreren der 10 Zeitschriften mehr als höchstens 3 Zeitschriften "durchgenommen" werden können, andererseits aber auch möglichst wenig Leser der auflagenschwächeren Titel "verschenkt" werden sollten, müßte hier noch eine praktikable Methode entwickelt und erprobt werden.

Bei den Vorüberlegungen glaubte man, dem einzelnen Interviewer jeweils eine der oben stehenden 4 Gruppen zuweisen zu können, daß er, wenn er bei seinen Befragungen auf Leser dieser Titel stieße, hier die Verifizierung durchführe. Es kommen dabei aber zu wenig Verifizierungen insgesamt zustande.

Je nach dem, wieviel Titel der Interviewer im Höchstfall zu verifizieren haben wird, muß das "Durchgehen" der Zeitschrift mit dem Befragten mehr oder weniger summarisch erfolgen. Die am wenigsten anspruchsvolle Art wäre, dem angeblichen Leser pro Nummer einer Zeitschrift dieselbe, alleine oder zusammen mit der vorletzten Nummer, vorzulegen, um ihm so Gelegenheit zur Überprüfung seiner Aussage zu geben.

Bei den Überlegungen, eine funktionierende Methode zur Verifikation zu finden, werden wir am 10.5.57 anzusetzen haben. Möglicherweise muß man von hier aus noch einmal überprüfen, ob man

- a) grundsätzlich die unterhaltenden Wochenblätter immer "durchgeht", wenn eines von den dreien auftritt,
- b) die Verifizierung der Illustrierten wegen der Komplizierung durch den Lesezirkel aber auf weniger Titel reduziert.

Möglich wäre auch, zu den beiden Grundvarianten "10 Titel: 40 Titel" noch eine dritte "Aided Recall mit Original-Zeitschriften für 3 (?) Titel" (wöchentlich, 14-täglich, monatlich) laufen zu lassen.

Darüber sollten wir dann noch sprechen oder schreiben. Es wäre schön, wenn die Herren des Beirats, die an diesen Problemen mitarbeiten wollen, bis dahin schon mal Zeit fänden, darüber nachzudenken. Dieses wünscht allen

Dr. Braunschweig

Die Erhebungsmethode LA 58

Jede der drei Leseranaysen, die die Arbeitsgemeinschaft bisher durchführte, verwendet Erfahrungen ihrer Vorläufer. Die Bedeutung, die dieser Arbeit vom Standpunkt ihrer Initiatoren zukommt, läßt das kritische Gewissen nicht ruhen. Mit der zunehmenden Vertraulichkeit mit dem Untersuchungsstift und seinen Problemen stieg auch das Bedenken, daß für die Besonderheiten des deutschen Zeitschriftenmarktes die anfänglich auf angelsächsischen Vorbildern aufgebauten Erhebungsmethoden nicht immer ausreichen würden.

Das für unsere Leseranaysen geltende Untersuchungsfeld ist gekennzeichnet durch das Phänomen des Lesezirkels und breite Bevölkerungsschichten, die nur gelegentliche Zeitschriftenleser sind — wenn man nicht auf das Zeitschriftenlesen an sich, sondern auf das Lesen eines bestimmten Titels sieht. Dadurch entsteht eine Definition der LESERS PRO NUMMER, die um einen festen und methodisch unerschütterlichen Stamm von regelmäßigen Lesern und Millilesern eine Wolke von erhebungstechnisch empfindlichen gelegentlichen Lesern legt, deren Größe sicherlich davon abhängig ist, welche Qualifikation ich verlange, um den einzelnen Befragten als Leser anzuerkennen.

Es hat nicht an Versuchen gefehlt, um die Grundkonzeption der Untersuchung — Titeltarntvorlage + Erinnerung der Befragten an den Lesevorgang — zu verbessern, da man ganz richtig anerkannte, daß das Gedächtnis kein unbedingt zuverlässiges Kriterium ist, doch stand man hier schnell vor der Frage, entweder den vergleichenden Charakter der Untersuchung aufzugeben, um zur Analyse von Einzelobjekten überzugehen, oder aber auf die Anwendung qualifizierterer Untersuchungsmethoden (Copy-Testing) zu verzichten. Die Entscheidung mußte zugunsten der vergleichenden Erhebung ausfallen, da hierin die streutechnische Sinngebung der Leseranaysen der Arbeitsgemeinschaft liegt, womit zugleich gegeben war, daß bis auf weiteres das bisherige Vorgehen grundsätzlich beizubehalten, höchstens zu verbessern war.

Wenn man aber schon gezwungen war, die entscheidende Qualifikation des Lesers in der gedächtnismäßigen Reproduktion des Lesevorganges und dessen Einordnung in eine gegebene Zeitspanne — das Erscheinungsintervall der angefragten Zeitschrift — zu sehen, und damit die Güte der Untersuchung von der Güte der Erinnerung der Befragten abhängig machte, so mußte also der Versuch der methodischen Verbesserung darauf zielen, diesem Gedächtnis möglichst Unterstützung zu gewährleisten. Man glaubte, mit den folgenden, bei der LA 58 angewandten methodischen Änderungen diesem Ziel näherzukommen:

1. Stimulation des Zeitbewußtseins beim Befragten durch vorlaufende Kontaktfragen, die den im nachfolgenden Fragenkomplex angesprochenen Zeitraum fester und detaillierter ins Gedächtnis zurückerufen.
2. Keine einleitenden „einsammelnden“ Fragestellungen durch Erheben des Lesens innerhalb großer Zeiträume, da hierdurch Angaben provoziert werden könnten, die vom Befragten später ungern zurückgenommen werden.
3. Zwang zur kompletten Rückerinnerung des Lesevorgangs, um damit auch Titelidentifikation und zeitliche Einordnung zu fördern und oberhin gegebene Auskünfte über schwach erinnerte Lesevorgänge abzuwehren.
4. Vorbeugung gegen Übermüdung oder Unlust beim Befragen durch bessere Dosierung der vorzuliegenden Kartenmenge.

Diese Überlegungen brachten keine ins Auge fallende Revolution der Erhebungsmethode zustande, führten jedoch im einzelnen zu einer Reihe von Änderungen, die alle zusammen bewirkten, daß ein Vergleich der Ergebnisse von 1956 und 1958 nicht mehr möglich ist. Wir haben an anderer Stelle bereits darüber gesagt, daß man das nicht bedauern sollte, da der Charakter dieser Untersuchung im Vergleich von Zeitschrift zu Zeitschrift liegt, nicht in der Beurteilung der einzelnen Objekte von der Entwicklung ihrer Gesamt-Reichweite her. Selbstverständlich sind diese Gesamt-Reichweiten gegenüber der angewandten Erhebungsmethode anfällig, und ebenso selbstverständlich ist, daß keine Reichweitzahl an sich, sondern nur im Vergleich mit anderen bewertet werden kann.

Es leuchtet ein, daß die nachstehend aufgeführten methodischen Unterschiede zwischen der LA 1956 und der von 1958 ausreichen, um die Kontinuität der Untersuchungsreihe und damit die Vergleichbarkeit der Ergebnisse in Frage zu stellen. Dafür hat man aber für die LA 1958 ein Ergebnis erhalten, das in bezug auf den ausgewiesenen Leser härteren Ansprüchen standhalten kann. Es kam zu einem Schwund in den globalen Reichweiten durch Abschneiden von solchen sehr gelegentlichen Lesern, die für den Streu-Planer ohnehin nicht aussagekräftig waren. Wir möchten nicht so weit

gehen, von dem LESER PRO NUMMER der LA 1958 als von einem „sicheren Leser“ zu sprechen, um das sagen zu können, bedarf es noch der Erfahrung mit den neuen Ergebnissen, aber soviel ist sicher, daß der LESER PRO NUMMER diesmal „wertvoller“ geworden ist.

Aber sehen wir uns doch einmal an, wie sich die Erhebungsmethoden 1956 und 1958 voneinander unterscheiden:

LA 1956	LA 1958
1. Allgemeine, nicht auf das Befragungsthema gerichtete Kontaktfragen.	1. Kontaktfragen zur Stimulierung des Zell-Gedächtnisses (gestern — letzten 7 Tage).
2. Vorlage aller 53 Titelkarten auf einmal.	2. Vorlage von 14 Titelkarten (w8./LZ).
3. Frage: „Welche haben Sie davon in den letzten 2—3 Monaten gelesen?“	3. Frage: „Welche in den letzten 7 Tagen gelesen?“
4. Vorlage der nach Erscheinungszeiträumen in 3 Pakete getrennten Titel, die in den letzten 2—3 Monaten gelesen wurden	4. Fragen nach den genauen Leseumständen.
5. Frage: „Welche davon haben Sie in den letzten 7 Tagen gelesen?“	5. Vorlage von 15 Titelkarten (w8./Nicht-LZ).
6. Frage: „Welche im Lesezirkel?“	6. Frage: „Welche in den letzten 7 Tagen gelesen?“
7. Frage: „Welche lesen Sie regelmäßig?“	7. Fragen nach den genauen Leseumständen.
8. Frage: Welche davon haben Sie in den letzten 14 Tagen gelesen?“	8. Kontaktfragen zur Stimulierung des Zellbewußtseins (letzten 14 Tage).
9. Frage: „Welche im Lesezirkel?“	9. Vorlage von 10 Titelkarten (14tl./LZ).
10. Frage: „Welche lesen Sie regelmäßig?“	10. Frage: „Welche in den letzten 14 Tagen gelesen?“
11. Frage: „Welche davon haben Sie in den letzten 4 Wochen gelesen?“	11. Fragen nach Leseumständen.
12. Frage: „Welche lesen Sie regelmäßig?“	12. Vorlage von 7 Titelkarten (mo./Nicht-LZ).
	13. Frage: „Welche in den letzten 4 Wochen gelesen?“
	14. Fragen nach Leseumständen.

Zu diesen Veränderungen im Ablauf des Interviews treten nun noch eine Reihe weiterer: stärkere Ausschöpfung der Stichprobe durch mehr Nachlaß-Besuche, Einbeziehung der Orte mit 400 Einwohnern und darunter, Auflösung der einmaligen, kurzfristig ablaufenden Erhebung in drei Befragungswellen, umfangreichere Fragestellungen zur Erfassung des Familieninkommens und andere Maßnahmen, die der Verbesserung des Erhebungsergebnisses dienen.

Faßt man alles das zusammen, was sich an methodischen, statistischen und organisatorischen Veränderungen von 1956 auf 1958 tat, so läßt sich sagen, daß es zu keiner völligen Neuorientierung kam, wenn auch die Menge der kleinen Veränderungen, von denen man annimmt, daß sie Verbesserungen darstellen, zusammen so schwer wiegt, daß ein Vergleich der Leseranalysen von 1956 und 1958 nicht möglich ist. Es besteht berechtigte Hoffnung, daß das nunmehr vorliegende Konzept von der Art ist, daß die nächsten Analysen in gleicher und damit in vergleichbarer Weise durchgeführt werden können.

((98)) Anhang 20

24.8.1959

An  
DIVO GmbH.  
Frankfurt / Main  
Postfach 16 169

Sehr geehrte Herren!

Im Rahmen der methodischen Vorüberlegungen zur LA 60 werden nunmehr ja - kostenmäßig von Ihnen und uns getragen - durch die Berliner Umfrage die Einflüsse der Reihenfolge der Erscheinungsintervalle auf die Leserwerte untersucht und ebenso erforscht, ob die Nachfragen nach den Leseumständen Einfluß auf die Reichweiten haben. Als einziges Problem bleibt danach noch offen, ob die bei der LA 54 und der LA 56 zur Anwendung gekommene Form der vorweglaufenden zeitlich offenen Fragestellung tatsächlich von Einfluß auf die Reichweitenwerte ist.

Es müßte - vor allem, um die Einwände von Allensbach zu prüfen, ob die bei der LA 58 angewandte Fragestellung ohne die vorherige zeitlich offene Vorlage aller Karten nicht zu prestigebedingten Überhöhungen führte - ein Split-Run gemacht werden, bei dem die folgenden Fragen gestellt werden:

- |   |   |
|---|---|
| 1. Haben Sie im letzten Vierteljahr eine, mehrere oder keine dieser Zeitschriften gelesen?      | 1. Haben Sie in den letzten 7 Tagen eine, mehrere oder keine dieser Zeitschriften gelesen?  |
| 2. Haben Sie in den letzten 7 Tagen   | 2. Haben Sie in den letzten 14 Tagen  |
| 3. Haben Sie in den letzten 14 Tagen  | 3. Haben Sie in den letzten 4 Wochen eine, keine oder mehrere dieser Zeitschriften gelesen? |
| 4. Haben Sie in den letzten 4 Wochen eine oder mehrere oder keine dieser Zeitschriften gelesen? |   |

Wir wären Ihnen sehr dankbar, wenn Sie irgendwann in der nächsten Zeit bei einer sich bietenden Gelegenheit einmal diese Versuchsanordnung testen könnten. Da es bei dem Versuch wesentlich zu sein scheint, daß möglichst viele Titel mit im Spiel sind; denn die Allensbacher Theorie besagt, daß gerade durch die Vielfältigkeit der immer wieder erforderlichen Negation bei der Frage: "Haben Sie hiervon was gelesen?" das Prestige-Bedürfnis provoziert würde, müßte der Versuch möglichst alle Titelkarten benutzen. Da die Berliner Befragung ohnehin schon reichlich viele Varianten hat, schien es nicht gut zu sein, auch diesen Split noch dort einzubauen. Trotzdem sollte man, da wir ja dem Allensbacher Anwurf irgendwie antworten müssen, hierfür eine DIVO-Antwort zur Verfügung haben!

Mit freundlichem Gruß!

gez. Dr. Ernst Braunschweig

Arbeitsgemeinschaft Leseranlyse e.V.  
Geschäftsführender Ausschuß

Ergebnisse der ersten gemeinsamen Sitzung  
des Beirats am 13.3.61 in Frankfurt/Main,  
Hauptbahnhof.

Teilnehmer: Frau Bredereck, Th. Martens-Verlag, München  
Herr Dr. Braunschweig, Essen  
Herr Dr. Ernst, Verlag Axel Springer, Hamburg  
Herr Dr. Flögel, J. Walter Thompson, Frankfurt  
Herr Dr. Fischer, Brose, Frankfurt  
Frau Gantzer, Brose, Frankfurt  
Herr Glatz, Werbung, Wiesbaden  
Herr Dr. Harder, Gabler, München  
Herr Dr. Hempel, Troost, Düsseldorf  
Frau Hess, DIVO, Frankfurt  
Herr Dr. Jetter, McCann, Frankfurt  
Herr Dr. Klapper, Heumann, Frankfurt  
Frl. Knauer, Constanze-Verlag, Hamburg  
Herr Kopp, J. Walter Thompson, Frankfurt  
Herr Dr. Landgrebe, Kindler & Schiermeyer, München  
Frl. Rameschl, DIVO, Frankfurt  
Herr Reeps, v. Holzschuher & Bauer, Düsseldorf  
Herr Schwaner, W. Wilkens, Hamburg  
Herr Weeser-Krell, WESTAG, Köln  
Herr Wendt, Jahreszeiten-Verlag, Hamburg  
Herr Woyzik, Foote, Cone & Belding, Frankfurt  
Herr Zacharias, LINTAS, Hamburg  
Herr Zimmermann, Werbe-Gramm, Düsseldorf  
Herr Zirkmann, J. Walter Thompson, Frankfurt  
Herr Merkelbach, Jahreszeiten-Verlag, Hamburg  
Herr Alpers, W. Wilkens, Hamburg

Herr Dr. Braunschweig eröffnete die Sitzung um 11 Uhr und begrüßte die Erschienenen im Namen der Arbeitsgemeinschaft. Er ging zunächst auf die Stellung des Beirats ein, welcher seine Aufgabe als beratendes Gremium des Vorstandes der Arbeitsgemeinschaft darin zu sehen habe, daß der Arbeitsausschuß von ihm gutachtliche Stellungnahmen zu einzeln benannten Problemen erbitten könne. Es sei daran gedacht, eine Reihe von Ausschüssen zu bilden, in denen die eigentliche Arbeit zu leisten sei. Je nach Notwendigkeit - von der Sache her durch Beschluß des Arbeitssausschusses oder aber auf Empfehlung des betreffenden Ausschusses hin - könnte dann später das im Ausschuß fertiggestellte Gutachten in einer gemeinsamen Sitzung des gesamten Beirats zur Diskussion gestellt werden. Die Ausschüsse würden zweckmäßigerweise nach der Eigenart des von ihnen zu bearbeitenden Problems im allgemeinen immer wieder neu zusammengestellt. Sie stünden unter der Federführung eines vom Ausschuß aus seiner Mitte zu benennenden Beiratsmitgliedes und arbeiten unabhängig voneinander. Im allgemeinen sei es Sache der einzelnen Ausschüsse, in welcher Art und Weise man arbeiten wolle, jedoch empfehle es sich, mindestens vor der endgültigen Formulierung des Gutachtens eine letzte gemeinsame Sitzung des Ausschusses mit Herrn Dr. Braunschweig zu haben, damit dieser aus seiner Kenntnis der Arbeit der anderen Gruppen in der Lage sei, eine gewisse Koordinierung durchzuführen. Im übrigen stünde er natürlich den einzelnen Ausschüssen jederzeit zur Verfügung, dieses sei dann von Dringlichkeit, wenn die Ausschüsse im Rahmen ihrer Arbeit Informationen oder Gelder (z.B. für die Durchführung von Befragungs-Experimenten usw.) benötigten.

Die den einzelnen Ausschüssen übergebenen Probleme sollten nicht zu eng gesehen werden. Es sei natürlich jederzeit nach Rücksprache mit dem Vorstand der Arbeitsgemeinschaft möglich, erforderliche Erweiterungen oder Einengungen der Themenstellung vorzunehmen, sowie auch weitere Experten aus den Mitgliederkreisen zuzuziehen.

Herr Dr. Braunschweig schloß seine allgemeinen Ausführungen damit, daß er allen Beiratsmitgliedern dringend ans Herz lege, bei dieser ungebundenen Arbeitsform doch etwas mit darauf zu achten, daß man Essen gelegentlich durch Briefkopien oder Notizen Kenntnis von der "Frontarbeit" gebe.

Herr Dr. Braunschweig ging dann dazu über, mit dem Beirat über den Stand der Arbeiten an der LA 61 zu sprechen, was hier nur kurz skizziert werden soll.

1. Ausgehend von der geringeren Zahl der Fälle (12.000 statt 16.000) werden in der Broschüre zur LA 61 die Tabelle REGELM. A+E-LESER NACH GESCHLECHT und REGELM. LZ-LESER NACH GESCHLECHT entfallen.
2. Die Tabellen der Reichweite und der Zusammensetzung selbst werden anders gegliedert. Bei den Tabellen ohne Teilung nach den Geschlechtern wird es eine HAUPT-TABELLE (Geschlecht, Alter, SSE, Ortsgröße, Bundesländer) und eine NEBENTABELLE (Beruf des Befragten bzw. des Haushaltsvorstandes, Einkommen des Haushaltsvorstandes, Familieneinkommen, soz. Fremdeinstufung, Familienbeschreibung) geben. Bei den Tabellen mit Teilung nach den Geschlechtern werden Berufstätigkeit, Altersgruppen, soz. Fremdeinstufung, Familienstand, Schulbildung, Ortsgröße und Bundesländer-Gruppen je Geschlecht ausgewiesen, ferner

bei Frauen die Hausfrauen aus Haushalten mit Kindern unter 6 und 6 - 15 Jahren.

3. In den Tabellen werden nur solche Daten ausgewiesen, die als Reichweitenwert 0,5% und mehr ausmachen.
4. Durch ein Versehen der DIVO sind in 4 von 5 Wellen der LA 61 keine Jugendlichen im Alter von 14 - 15 Jahren befragt worden. Die Tabellen der Broschüren und die allgemeinen Reichweitemaussagen werden deshalb auf der Basis der 16-70jährigen ausgewiesen. In einigen Sondertabellen wird das Leseverhalten der 14-19jährigen separat dargestellt.
5. Bei Titeln, die im Verlauf der Erhebungen zur LA 61 wesentlichen Änderungen unterlagen, werden trotzdem die Auswertungen auf die Gesamtzahl aller Interviews abgestellt.
6. Die Auswertung der LA 61 wird bei DIVO bzw. durch DIVO bei BULL in Frankfurt geschehen. Die Ermittlung der Prozentwerte und der Projektion geschieht maschinell, ebenso die Niederschrift der Ergebnisse, die auf 2 Blättern - 1 Tabelle - geschieht, womit die bisher erforderlichen Montagen von 5 Blättern - 1 Tabelle - eingeschränkt werden.

Der Beirat sprach zu einigen Punkten Empfehlungen aus, so insbesondere zur Unterteilung der Gruppe der "Volksschüler" nach "MIT ABGESCHL. LEHRE/OHNE LEHRE" (kann erst bei LA 62 verwirklicht werden), für eine ausführlichere Definitionstabelle, für eine Sondertabelle "SSS für Frauen", für die Einführung der KA bei den Einkommensgruppen in den Tabellen der Zusammensetzung und für eine Orientierungstabelle zur Auswirkung der ROTATION.

Das Gespräch wandte sich dann den im Verlauf der LA 61 durchgeführten methodischen Arbeiten der AGLA zu. Diese bezogen sich:

1. auf den Einfluß der Stellung der Frage nach den Leseumständen im Interview auf die Reichweite der Titel,
2. auf den Einfluß der Hervorhebung eines Titels durch Sonderfragen am Ende des Interviews,
3. auf den Umfang der Verwechslung von Frauenzeitschriften mit Sonderprogrammen,
4. auf Methoden zur Erfassung von Teillesern bei Objekten mit geteilter LZ-Auflage,
5. auf die Auswirkungen von vorweglaufenden allgemeinen Lesefragen (z.B. "Lasen Sie in den letzten 3 Monaten?") auf die Reichweite,
6. auf den Einfluß von Wochentag und Woche des Interviews auf die Reichweite der Titel.

Nach der Mittagspause wurden dann die einzelnen, von den Ausschüssen des Beirats zu bearbeitenden Probleme besprochen und die Zusammensetzung der Ausschüsse erörtert. Im einzelnen ergab sich:

#### Ausschuß 1: Instrumenten-Ausschuß.

Federführung: Herr Dr. Jetter, ferner FrI. Dr. Küll, Herr Dr. Worpitz sowie DIVO.

Der Ausschuß hat zunächst die Aufgabe, die letzthin noch diskutierte HAUSHALTSBESCHREIBUNG zu überprüfen und evtl. Vorschläge zur Verbesserung zu machen. DIVO hatte hier Unterstützung zugesagt, da man dort am gleichen Problem arbeitet. Da die Haushaltsbeschreibung eigentlich eine Differenzierung nach Bedarfsgruppen sein sollte, wäre möglichst der Komplex der Bedarfsgruppenbeschreibung weitergehend zu untersuchen. Das Ergebnis der Bemühungen des Ausschusses wäre für die LA 63 zu verwenden, es müßte dafür bis Februar 1962 vorliegen.

#### Ausschuß 2: Technischer Ausschuß

Federführung: Herr Dr. Landgrebe, ferner FrI. Mengele, Herr Troschel, Herr Woyzik sowie DIVO.

Der Ausschuß hat die Aufgabe, sich generell mit Fragen der Auswertung der LA und insbesondere mit der Gestaltung und Kontrolle der Lochkartensätze zu befassen, die als Ergebnis der LA den Mitgliedern zur Verfügung gestellt werden. In diesen Komplex gehören auch Überprüfungen der Verfahren zur Ermittlung der QUANTUPLIKATIONEN usw. Das Ergebnis der Bemühungen zur Überprüfung der Auswertungsvorschläge der DIVO zur LA 61 sollte möglichst schnell, die Vorschläge zur Gestaltung usw. der Lochkartensätze bis Ende Mai 1961 vorliegen.

#### Ausschuß 3: Redaktions-Ausschuß

Federführung: Herr Alpers, ferner FrI. Knauer, Herr Dr. Fischer, Herr Dr. Ernst, Herr Wendt, Herr Zimmermann, Herr Zirkmann und Herr Schaefer.

Der Ausschuß hat die Aufgabe, Inhalt und Form der Ergebnisbroschüren kritisch zu prüfen und evtl. Vorschläge zur Verbesserung zu machen. Da auf Wunsch des Beirats die vorgesehenen zwei Probleme (Tabellenköpfe/redaktionelle Gestaltung) von einem Ausschuß zu bearbeiten sind, muß dieser also sowohl Fragebogen (Informations-Katalog) als auch Broschüre (Inhalt und Form) bearbeiten. Es wäre zu wünschen, daß das Ergebnis der Bemühungen des Ausschusses, soweit dieses auf die Broschüre abzielt, bis Ende 1961 vorliegt, damit es für die LA 62 Verwendung finden kann. Hinsichtlich evtl. Vorschläge zum Informations-Katalog müßten diese bis spätestens Februar 1962 bekannt sein, damit sie im Fragebogen zur LA 63 benutzt werden können.



Ausschuß 4: Überprüfung der Methoden und Ergebnisse anderer Leseranalysen

Federführung: Herr Dr. Harder, ferner Frau Brederick, Herr Weesser-Krell, Herr Glatz, Herr Zacharias, Herr Zirkmann.

Der Ausschuß hat die Aufgabe, andere Leseranalysen und damit im Zusammenhang stehendes Material, sei dieses nun bundesdeutschen oder fremden Ursprungs, zu studieren und kritisch zu analysieren. Er sollte seine Aufgabe in doppelter Hinsicht sehen: einmal durch den Methodenvergleich sozusagen das Gewissen der Arbeitsgemeinschaft gegenüber dem methodischen Fortschritt darzustellen, zum anderen aber auch die Mitglieder kritisch über Neuerscheinungen auf leseranalytischem Gebiet zu informieren. Daneben dürfte der Ausschuß zwangsläufig zu einer Gutachtertätigkeit in Bezug auf die Verwendung leseranalytischer Informationen kommen.

Das Ergebnis der Bemühungen des Ausschusses ist terminlich nicht fixierbar. Von den zur Zeit vorliegenden Leseranalysen werden ihm zum Studium empfohlen:

- a) die leseranalytischen Arbeiten des IfD und der EMND,
- b) die Untersuchungen in England, Frankreich, Belgien,
- c) die Vergleichbarkeit der LA-Ergebnisse mit denen der Untersuchungen von AMT und BDZV.

Ausschuß 5: Qualitative Leseranalysen

Federführung: Herr Reeps, ferner Herr Dr. Flögel, Herr Schwaner und Herr Schaefer.

Der Ausschuß hat die Aufgabe, Empfehlungen zu qualitativen verlagseigenen Untersuchungen aufzustellen, damit diese Arbeiten einer gewissen Norm entsprechen und auch, jedenfalls teilweise, einen Vergleich ermöglichen. Es kommt hauptsächlich darauf an, den Umfang der mindestens im Interesse der Streuplaner erforderlichen Informationen festzulegen und zu versuchen, solche qualitativen Informationen zu benennen, die dazu geeignet sein können, die qualitativen Daten der LA sinnvoll zu ergänzen.

Das Ergebnis der Bemühungen des Ausschusses ist terminlich nicht fixierbar.

Nach der Einsetzung der Ausschüsse und der Benennung der federführenden Mitglieder wies Herr Dr. Braunschweig noch einmal abschließend die Ausschüsse darauf hin, daß ihnen vom Vorstand der Arbeitsgemeinschaft eine erhebliche Verantwortung übertragen worden sei. Jeder Ausschuß müsse daran denken, daß leseranalytische Fragen für Verlage u.U. recht bedeutungsvolle Auswirkungen hätten.

Die Sitzung war um 16.15 Uhr beendet.

Essen, den 23.3.1961

Arbeitsgemeinschaft Leseranalyse e.V.  
Geschäftsführender Ausschuß

DIVO Institut

Anlage 1 zum Protokoll der SPEZIALISTEN-KONFERENZ vom 19.10.1966

Technisches Vorgehen bei der Simulation der Ergebnisse von zwei Befragtengruppen

Der Kartensatz der LA 66 wurde in zwei gleiche Befragtengruppen mit je 6.000 Fällen nach dem Zufallsprinzip zerlegt. Prinzipiell waren selbstverständlich in beiden Befragtengruppen die gleichen Informationen vorhanden. Wir gingen jedoch bei den Experimenten davon aus, daß in der Gruppe A vorhanden war die Information

Leser der letzten 12 Monate  
Wie viele von 10 Ausgaben gelesen  
Wann zuletzt gelesen  
Leser-Blatt-Bindung  
Lesezirkel oder nicht  
Zu Hause oder anderswo gelesen

während in der Befragtengruppe B lediglich die Information

In den letzten 12 Monaten gelesen und  
Wie viele von 10 gelesen

vorhanden sein sollte. Die restlichen Informationen hinsichtlich des Leseverhaltens waren in die Gruppe B zu simulieren und nachträglich mit den effektiv erhobenen Daten zu vergleichen. Beide Befragtengruppen waren hiermit in folgende Untergruppen zerlegt:

1. Drei Gruppen der Lesehäufigkeit, und zwar

0 - 3 Ausgaben  
4 - 8 Ausgaben  
8 - 10 Ausgaben.

Innerhalb dieser drei Lesegruppen war unterteilt nach den statistischen Merkmalen.

2 Gruppen Geschlecht (m, w)

3 Gruppen Alter (14-29), (30-49), (50 und älter)

2 Gruppen Land (Schleswig-Holstein + Hamburg + Bremen + Niedersachsen + Berlin + Nordrhein-Westfalen)

(Rheinland-Pfalz + Hessen + Saar + Baden-Württemberg + Bayern)

2 Ortsgrößenklassen (unter 2.000), (über 2.000)

2 Soziale Schichten (O+OM+MM+UM) und (OU+UO)

Insgesamt wurden somit in den befragten Gruppen A und B je 144 Zellen gebildet mit einer durchschnittlichen Besetzung von rund 50 Fällen.

Für jede der 144 Zellen der Befragtengruppe A lagen die Informationen für die . . . . . Zeitschrift, die wir berücksichtigt haben, vor. Diese Informationen wurden per Zufall pro Zelle auf die Befragtengruppe B übertragen, und zwar für die Fragen:

- Wann zuletzt gelesen
- Leserblattbindung
- Lesezirkel oder nicht
- Zu Hause oder anderswo gelesen.

Ergebnis:

Konkretes Beispiel für die Zeitschrift STERN:

	Simulierter Kartensatz	Erhobener Wert	LA 66
Leser pro Nr.	21,3	22,5	22,1
A + E-Leser	14,2	13,7	14,1
LZ-Leser	7,1	8,8	8,0
Leseort			
Zu Hause	71 (70,8)	70	70
Anderswo	29	30	30
Einstellung zur Zeitschrift			
Kenne ich kaum	0,9	1	1
Lese ich sehr gern	47,5	47	47
Lese ich gern	43,6	43	43
Lese ich nicht gern	7,2	8	8
Geschlecht			
männlich	52	52	52
weiblich	48	48	48
Alter			
14-19	13,5	14,9	14
20-29	27,8	28,8	26
30-39	19,8	18,7	19
40-49	14,8	14,1	15
50-59	11,9	12,6	15
60-70	12,2	11,0	11

Ortsgrößenklassen		Simulierter Kartensatz	Erhobener Wert	LA 66
unter 2.000	Einw.	17,2	18,7	18
2.000 - u. 20.000	Einw.	26,6	25,4	25
20.000 - u. 100.000	Einw.	15,6	16,0	15
100.000 - u. 500.000	"	15,9	16,4	17
500.000 +	"	24,7	23,4	25
Länder				
Schleswig-Holst.		6,5	6,3	6
Hamburg + Bremen		6,3	6,0	7
Niedersachsen		11,7	12,8	13
Nordrh.-Westfalen		26,1	25,0	25
Hessen		8,4	8,1	8
Rheinld.-Pfalz + Saar		8,1	9,2	9
Baden-Württemberg		12,5	13,0	13
Bayern		16,2	15,6	15
Berlin		4,5	3,9	4
Soziale Schichten				
O + OM		7,5	7,7	7
MM		13,5	13,6	14
UM ni		26,9	27,6	27
UM i		9,9	9,6	10
OU ni		12,1	11,0	13
OU i		16,1	18,1	17
UU		13,9	12,3	13
Einkommen				
bis 400	DM	3,3	3,0	3
400 - u. 600	DM	7,0	7,9	9
600 - u. 800	DM	19,1	17,4	18
800 - u. 1.000	DM	23,4	24,0	21
1.000 - u. 1.500	DM	28,7	29,3	29
1.500 +	DM	17,8	17,8	19

Beruf	Simulierter Kartensatz	Erhobener Wert	LA 66
Inhaber und Leiter von Unternehmen, freie Berufe	2,9	2,7	3
Selbst. Geschäftsleute	12,2	13,5	13
Leitende Beamte + Angestellte	9,6	9,0	9
Sonstige Beamte u. Angestellte	29,7	28,6	30
Facharbeiter	27,6	28,1	
Sonstige Arbeiter	13,8	13,6	14
Landw. Berufe	4,0	3,9	4
Hausfrau	39,4	35,1	36
LpN u. einer Kaufzeitung	41,8	43,8	38
LpN u. einer überreg. Abo-Ztg.	7,7	8,4	7
LpN u. einer reg. Abo.-Ztg.	67,6	69,0	66
Kinobesuch	12,8	15,5	11
Grill regelmäßig	6,6	8,5	8
Toaster regelmäßig	17,4	16,5	17
Telefon	30,4	32,4	32
Fernsehgerät	70,8	71,3	71
Kühlschrank	82,1	85,2	78
Tiefkühltruhe	9,0	9,5	7
Geschirrspülmaschine	1,1	0,8	1
Bestrahlungsgerät	25,6	25,8	26

Der kritische Vergleich muß zwischen dem simulierten Wert und dem erhobenen Wert stattfinden.

Die Bewertung der Differenzen sollte unter dem Gesichtspunkt geschehen, ob die Differenz noch hinnehmbar erscheint, wenn man auf der anderen Seite dafür das einzelne Interview im kritischen Punkt, nämlich bei der Erfassung der detaillierteren Aussagen zur Leserschaft, entlastet. Da bis heute uns systematische Untersuchungen über den Einfluß der Titelzahl auf die Größe der in Befragungen erfaßten Leserschaften fehlen, wir wissen nur, daß ein solcher Einfluß existiert, müßte man ja wohl beim Einsetzen des Modells in eine LA zunächst einmal die Auswirkung des verminderten Fragebogens im Split mit der üblichen Fragestellung für alle Titel testen.

Aus der praktischen Realisierung heraus ergeben sich also bei grundsätzlicher Geneigtheit, das Modell anzuwenden, die folgenden Schritte:

1. Erstellung des Programms. Anlage des Kartensatzes. Prüfen am Material der LA 66.
2. Einsetzen in LA-Wellen parallel zur "normalen" Fragestellung. Überprüfung des erzielten Effekts.

Auswirkungen der Justierungen an den Angaben zur Lesehäufigkeit auf die Überschneidungen zwischen jeweils zwei Leserschaften.  
von Dr. Klaus Peter Landgrebe - 17.10.1967

Verglichen werden die Korrelationskoeffizienten für jeweils zwei weiteste Leserkreise von allen 56 Zeitschriften der LA 67, errechnet aus der Korrelationsmatrix von jeweils 13 Angaben zur Lesehäufigkeit aus dem unjustierten und dem justierten Kartensatz. Die Differenzbestimmung erfolgte durch Subtraktion der Koeffizienten aus dem justierten Material von denen aus dem unjustierten. Ergeben sich negative Werte, d.h. ist  $r$  justiert größer als  $r$  unjustiert, so sind die Korrelationen durch die Justierung verstärkt worden. Ergeben sich positive Werte, sind die Korrelationen abgeschwächt worden. Insgesamt gesehen ergibt sich folgendes Bild:

	Zahl der Koeffizienten	
$r$ unjustiert größer als $r$ justiert Korrelation also abgeschwächt Abweichung positiv	679	44%
Keine Veränderung	3	0
$r$ unjustiert kleiner als $r$ justiert Korrelation also verstärkt Abweichung negativ	858	56%
Gesamt $\binom{55}{2}$	1.540	100%

Zum besseren Verständnis sind in allen folgenden Darstellungen die Vorzeichen vertauscht.

Im einzelnen zeigt sich folgende Verteilung

$$r = 1,00 = 100 \%$$

Abweichung justiert von unjustiert

abgeschwächt	3% und mehr	- 14	} 11%	} 92%	} 98%
	2% bis unter 3%	- 24			
	1% bis unter 2%	- 134			
gleichgeblieben	bis unter 1%	+ 1057	} 69%		
	1% bis unter 2%	+ 223			
	2% bis unter 3%	+ 67			
verstärkt	3% und mehr	+ 21			
		1540	100%	100%	100%

In 35 Fällen beträgt die Abweichung mehr als  $\pm 3\%$

1	Bunte	x	Neue Revue	- 4
2	Bunte	x	Quick	- 4
3	Neue Revue	x	Quick	- 4
4	Neue Revue	x	Stern	- 3
5	Neue Revue	x	Constanze	- 3
6	Quick	x	Stern	- 3
7	Constanze	x	Frau im Spiegel	- 3
8	Constanze	x	Eltern	+ 3
9	Brigitte	x	Für Sie	+ 3
10	Brigitte	x	Burda Moden	+ 3
11	Freundin	x	Eltern	+ 3
12	Freundin	x	Neue Mode	+ 3
13	Für Sie	x	Eltern	+ 4
14	Moderne Frau	x	Eltern	+ 4
15	Moderne Frau	x	Elegante Welt	- 3
16	Eltern	x	Ich und meine Familie	+ 4
17	Eltern	x	Petra	+ 4
18	Eltern	x	Chic	+ 4
19	Eltern	x	Das Beste	+ 4
20	Eltern	x	Pardon	+ 3
21	Eltern	x	Twen	+ 3
22	Eltern	x	Hobby	+ 3
23	Ich und meine Familie	x	Das Beste	+ 3
24	Neue Mode	x	Madame	+ 3
25	Petra	x	Twen	+ 4
26	Chic	x	Elegante Welt	- 3
27	Chic	x	Madame	- 3
28	Elegante Welt	x	Madame	- 10
29	Madame	x	Die Zeit	- 3
30	Madame	x	Pardon	+ 3
31	Christ und Welt	x	Die Zeit	- 3
32	Christ und Welt	x	Westermann	+ 3
33	Der Spiegel	x	Die Zeit	- 3
34	Epoca	x	Pardon	+ 6
35	Pardon	x	Twen	+ 5

Insgesamt enthält diese Liste 27 Zeitschriften, also die Hälfte aller in der LA erfaßten. Sie deckt sich weitgehend mit einer Liste der Zeitschriften, bei denen die Abweichungen mehr als 50% ausmachen:

3 Zeitschriften verschwinden

Frau im Spiegel  
Hobby  
Westermann

5 Zeitschriften kommen hinzu

Praline  
Schöner Wohnen  
Merian  
Ratgeber  
Sportillustrierte.

Die Tendenz der Justierung geht zu einer allgemeinen Nivellierung:

starke Korrelationen werden schwächer  
schwache Korrelationen werden stärker

Dauerausreißer: Eltern 11 x mehr als  $\pm 3$   
Madame 5 x mehr als  $\pm 3$

Am stärksten verzerrte Gruppen: Illustrierte, Gesellschaft, Frauen.

Einzelausreißer: Elegante Welt x Madame - 10  
Epoca x Pardon + 6  
Twen x Pardon + 5  
Bunte x Neue Revue - 4  
Bunte x Quick - 4  
Neue Revue x Quick - 4

Zeitschriften, bei denen r um mehr als  $\pm 3\%$  verändert worden ist

1	Eltern	11 x
2	Madame	5 x
3	Neue Revue	4 x
4	Pardon	4 x
5	Quick	3 x
6	Elegante Welt	3 x
7	Chic	3 x
8	Constanze	3 x
9	Twen	3 x
10	Die Zeit	3 x
11	Bunte	2 x
12	Stern	2 x
13	Brigitte	2 x
14	Freundin	2 x
15	Für Sie	2 x
16	Moderne Frau	2 x
17	Petra	2 x
18	Neue Mode	2 x
19	Ich und meine Familie	2 x
20	Christ und Welt	2 x
21	Das Beste	2 x
22	Frau im Spiegel	1 x
23	Burda Moden	1 x
24	Hobby	1 x
25	Westermann	1 x
26	Epoca	1 x
27	Spiegel	1 x

## Zeitschriften,

bei denen die Gesamtsumme der Abweichungen mehr als  $\pm 50\%$  ausmacht

		-	+	Summe	Saldo
1	Eltern	2	112	114	+ 110
2	Pardon	7	64	71	+ 57
3	Ich u. m. Familie	11	60	71	+ 49
4	Ywen	15	54	69	+ 39
5	Madame	29	40	69	+ 11
6	Petra	10	56	66	+ 46
7	Für Sie	24	41	65	+ 17
8	Constanze	38	25	63	- 13
9	Neue Mode	12	50	62	+ 38
10	Elegante Welt	32	30	62	- 2
11	Freundin	21	40	61	+ 19
12	Quick	39	22	61	- 17
13	Chic	20	40	60	+ 20
14	Neue Revue	40	18	58	- 22
15	Praline	28	30	58	+ 2
16	Moderne Frau	23	34	57	+ 11
17	Brigitte	24	33	57	+ 9
18	Epoca	10	46	56	+ 36
19	Burda Moden	14	42	56	+ 28
20	Schöner Wohnen	10	44	54	+ 34
21	Bunte	38	16	54	- 22
22	Merian	6	47	53	+ 41
23	Ratgeber	7	46	53	+ 39
24	Stern	40	12	52	- 28
25	Das Beste	6	46	52	+ 40
26	Sportillustrierte	12	39	51	+ 27
27	Spiegel	28	23	51	- 5
28	Die Zeit	36	14	50	- 22
29	Christ und Welt	34	16	50	- 18

(Bemerkung von Dr. Ernst Braunschweig)

Es sei daran erinnert, daß die Justierung deshalb eingeführt wurde, weil die Antworten auf die Frequenzfrage nicht mit dem Verhalten im Stichzeitraum übereinstimmten. Das besagt: die Objekte mit längerfristigem Erscheinen kommen bei der Frequenzangabe zu schlecht weg (Panel-Ergebnis).

Ein neues Modell für die Media-Forschung

Dr. Klaus Peter Landgrebe - 15.1.1968

Bei der Erforschung der Reichweite der vier bedeutendsten Werbeträger Fernsehen, Rundfunk, Tageszeitung und Zeitschriften ergeben sich unterschiedliche methodische Schwierigkeiten. Für Fernsehen, Rundfunk und Tageszeitung beträgt der Aktualitätsintervall einen Tag, für Zeitschriften eine Woche, vierzehn Tage oder einen Monat. Die Zahl der pro Erscheinungsintervall Erreichten ist bei den erstgenannten drei Medien mit der Frage nach dem Sehen, Hören oder Lesen gestern relativ gut zu erfassen. Für Zeitschriften muß nach dem Lesen innerhalb der letzten sieben, vierzehn oder dreißig Tage gefragt werden. Schon die allgemeine Lebenserfahrung lehrt, daß die Erinnerung umso schwächer wird, je länger der Zeitraum ist, über den hin sie bemüht wird. Stellt man Reichweitenvergleiche zwischen den einzelnen Medien an, so werden allein durch die Erhebungsproblematik die Zeitschriften von vornherein benachteiligt.

Diese Benachteiligung zu vermeiden ist das Ziel der Suche nach einem neuen Befragungsmodell.

Da schon drei Medien mit der Frage nach dem gestrigen Verhalten erfaßt werden können, sollte man auch das Medium Zeitschrift mit einer Frage nach dem Lesen gestern in den Griff zu bekommen versuchen. Um alle Schwierigkeiten mit Erinnerungshilfen auszuschalten, sollte das so vor sich gehen, daß man sich vom Befragten seinen gesamten Tageslauf - vom Aufwachen bis zum Einschlafen - schildern läßt. Technische Schwierigkeiten ergeben sich durch die Fülle der festzuhaltenden Tätigkeiten in einem vom Interviewer möglichst gut zu handhabenden Eintragungs-Schema. Der Zeitbedarf ist nicht übermäßig groß: 8 Stunden des Tages verschläft der Mensch im allgemeinen, bleiben 16 Stunden. Die Berufstätigen sind weitere 8 Stunden kaum in der Lage, viele Medien zu nutzen; ähnliche die Medien-Nutzung nicht gestattende Tätigkeiten gibt es bei Hausfrauen. Rechnet man mit 8-12 Stunden, für die sehr differenziert das Verhalten erfaßt werden muß, und rechnet man im Schnitt 5 Minuten für das Nacherzählen einer Stunde Tageslauf oder 1 Minute pro Viertelstunde, so kommt man auf eine Interviewdauer von einer Stunde. Größerer Zeitbedarf ist wahrscheinlich für die Tage des Wochenendes anzusetzen.

Damit alle Wochentage gleichmäßig in dieser Zeitstichprobe des Verhaltens vertreten sind, muß an jedem Wochentag eine repräsentative Stichprobe der Bevölkerung befragt werden. Um die Repräsentativität einigermaßen zu sichern, wären mindestens 500, besser aber 1.000 Personen, pro Tag zu besuchen. Probleme ergeben sich zweifellos aus der Antreffbarkeit; am Stichtag ausgefallene Interviews müssen immer an demselben Wochentag nachgeholt werden, für den die Zielperson ursprünglich zur Befragung eingeteilt war.

Für die Zeitschriftenleserschaften ergibt sich aus dieser Art der Erhebung zunächst die Auskunft über die Leserschaft pro Tag. Wöchentlich erscheinende

Zeitschriften werden aber sicher an mehr als nur einem Tag gelesen. Um zu der Leserschaft pro Ausgabe zu kommen, muß man einen Kunstgriff anwenden, der der eigentliche Kern des neuen Mediaforschungsmodells ist.

Bisher fragt man einen Menschen über sein Verhalten an 7 Tagen, sofern man etwas über sein Lesen wöchentlich erscheinender Zeitschriften wissen will (bei Zeitschriften mit längeren Erscheinungsintervallen sind es entsprechend mehr Tage). Dieser eine Mensch spricht repräsentativ für 3.270 andere, so jedenfalls in der Untersuchung der Arbeitsgemeinschaft Leseranlyse 1967, in der 13.088 Personen für 42,8 Millionen Personen stehen. Unter der gegebenen Voraussetzung, daß einer repräsentativ ist für mehrere gleiche, kann man den bisherigen Untersuchungsansatz umkehren. Statt einen Menschen über 7 Tage zu befragen, kann ich 7 Menschen jeweils über einen Tag befragen. Diese sieben Menschen müssen natürlich einander weitgehend gleichen. In welchen Merkmalen sie sich mindestens gleichen müssen, damit der erste über das Montagsverhalten aller sieben und der siebente über das Sonntagsverhalten aller sieben aussagen kann, muß noch geklärt werden. Die Überlegungen zur Technik der Fusion von Stichproben sind aber schon sehr weit gediehen, wenn sie auch noch nicht optimal befriedigen.

Da in nicht unbeträchtlicher Zahl Monatszeitschriften zum Erhebungsprogramm gehören, kann man sich nicht nur damit begnügen, das Verhalten einer Woche zu erforschen. In der Zeitstichprobe müssen alle Tage eines Monats gleichmäßig vertreten sein. Wünscht man auch noch Aussagen über Phänomene der Kumulation, mindestens über ein Vierteljahr, so wird man insgesamt an 84 Tagen (12 Wochen x 7 Tage) jeweils 1.000 Interviews durchführen müssen. Das ist praktisch ein doppelter Mikrocensus, also eine 2%-Stichprobe.

Diese hohe Zahl von Interviews, die zunächst einmal der genaueren Erfassung von Zeitschriften dient, kommt natürlich auch den anderen Medien zugute. So sind beispielsweise Tageszeitungen mit einer Auflage von 10.000 Exemplaren noch mit mindestens 20 Fällen in der Stichprobe vertreten. Eine genauere Leseranlyse für Zeitungen läßt sich kaum denken. Außerdem ist eine außerordentlich feine regionale Abdeckung des Bundesgebietes durch die Stichprobe möglich. Gemeinden mit 2.000 Einwohnern sind noch mit 4 Fällen erfaßt. Diese außerordentlich feingliedrige Repräsentanz macht vielleicht auch den Nachteil wett, daß alle Aussagen über Kumulations-Phänomene über ein Vierteljahr nur auf der Basis von 1.000 Fällen - wenn pro Tag 1.000 Leute befragt werden - gemacht werden können. Sicher können Stichproben-Mathematiker hier weiterhelfen. Vielleicht ist die Zusammenführung der 84 Menschen, die jeweils für einen sprechen, gar nicht mehr tatsächlich durch Vereinigung zu einer Einheit notwendig. Vielleicht lassen sich alle Ergebnisse rein rechnerisch ermitteln. Die großen Datenverarbeitungsmaschinen bieten dazu die technischen Möglichkeiten.

So schön dieses Modell auch sein mag, darf sein entscheidender Nachteil doch nicht verschwiegen werden. Die Kosten für einen solchen Media-Mikrocensus überschreiten bei weitem den Rahmen des bisher Gewohnten. Legt man die Kosten für ein LA-Interview in der gegenwärtigen Form einschließlich der Auswertung zugrunde, nämlich DM 30.-- pro Fall, so ist für eine Untersuchung nach dem neuen Modell ein Kostenrahmen von etwa 2 1/2 - 3 Millionen DM anzusetzen. Die Aufbringung einer so hohen Summe macht natürlich die Zusammenfassung aller Kräfte im Bereich der Mediaforschung notwendig. Aber das ist ein politisches Problem und gehört nicht mehr zu diesem Thema.

Brief der Technischen Kommission über die Arbeit am Ex 70  
geschrieben am 26. November 1969  
an die Mitglieder der Spezialistenkonferenz  
und des Arbeitsausschusses

Sehr geehrte Damen und Herren, liebe Kollegen!

Als Anlage (siehe nach Seite 34), finden Sie die zwei gegensätzlichen Versionen der 8 Fragebogenformen, die für die Generalprobe zur LA 70 verwendet werden. An dem Entwurf, der in Stuttgart zur Diskussion stand, ist einiges geändert worden. Wir möchten Ihnen die neue Fassung kurz erläutern. (Alle Anregungen aus Ihrem Kreise wurden berücksichtigt, wir gehen darauf im einzelnen nicht ein.)

Sie erinnern sich, daß infiratest schon in Stuttgart eine „Feld“-Fassung vorlagte, die nicht nur vom Institut selbst, sondern auch von einigen Spezialisten als außerst problematisch bezeichnet wurde. Wie soll man auf dem Format DIN A 4 hoch mehr als 70 Zeilen mit den Eintragungsmöglichkeiten für alle Zeitschriften so unterbringen, daß der Interviewer die Texte noch gut lesen und die Zeilen einhalten kann. Herr Rothermund schlug ein Tastregister vor, das dann auch als akzeptabelste Lösung empfunden wurde. Die Registerseiten sind im Photosatz hergestellt worden, um das Eintragungsschema noch übersichtlicher gestalten zu können, die buchhinderische Verarbeitung geschah mit der notwendigen Genauigkeit, so daß technisch die optimale Lösung gefunden schien. Alles was so weit vorbereitet, daß der Versand des Befragungsmaterials am 29. 10. 1969 hätte beginnen können.

Schon in Stuttgart war in der Spezialistenkonferenz und im Arbeitsausschuß die von der Technischen Kommission geteilte Meinung vertreten worden, daß bei einem so komplizierten Frageablauf ein Vortest dringend erforderlich sei. Er fand am 25. und 26. 10. statt und brachte die Erkenntnisse, die infiratest in einem Brief an die Technische Kommission niedergelegt hat.

Drei wesentliche Konsequenzen ergaben sich daraus

1. Das „Loch“ in Gestalt des Generalfilters zu Anfang des Interviews mußte beseitigt werden. Das geschah auf folgende Weise: Nach dem Sortieren auf drei Häufigkeiten werden die „unbekanntem“ Zeitschriften nicht mehr notiert, sondern sofort weggesteckt. Die „dem Namen nach bekannten“ werden vom Befragten zum Aufschreiben vorgelesen — er ist beschäftigt. Die „schon in der Hand gehalten“ werden sortiert nach Erscheinungsintervallen, aber erst dann eingetragen, wenn die Fragen zum Hauptzeitfilter gestellt werden.

2. Die 12er Skala wird nur noch als Tabellenfeld vorgelegt, auf die Split-Fassung mit Vorlage einer graphischen 12er Skala (Delta-Vorschlag) wird verzichtet. (Die verworfenen Fassungen dieser Skalen siehe S. 23a-d) Diese Entscheidung fiel um so leichter, als sie eine andere, für bedeutsamer gehaltene Alternative zu überprüfen erlaubt:

3. Die Abfragen für die Zeitschriften werden in der einen Version „horizontal“, in der anderen „vertikal“ vorgenommen. „Horizontal“ heißt dabei: für die erste eingetragene Zeitschrift (durch den Generalfilter kämen die Zeitschriften ja in zufälliger Reihenfolge!) wird zunächst der erste Zeitfilter, dann die Häufigkeit, dann die zweite Frage zum letzten Lesen, dann die Frage nach dem Lesen gestern gestellt. Dann folgen dieselben Fragen für die zweite Zeitschrift und so fort. „Vertikal“ heißt: Zunächst wird der erste Zeitfilter für alle eingetragenen Zeitschriften abgefragt, dann folgt für alle Zeitschriften die Häufigkeitsfrage, dann für alle Zeitschriften die Frage nach dem letzten Lesen. Für die Frage nach dem Lesen gestern werden die betreffenden Titeltkarten bis zur Frage 15 bereitgehalten. Psychologisch gesehen ist die horizontale Version auf die Zeitschrift — also objektzentriert — die vertikale auf die Antwort — also kategorienzentriert.

Insgesamt stehen wieder fünf 2 Split-Versionen gegenüber:

- 1. Mit Erwähnung der Lesegelegenheiten
- 2. Ohne Erwähnung der Lesegelegenheiten
- 3. Langer Zeitfilter (6 Antwortmöglichkeiten)
- 4. Kurzer Zeitfilter (3 Antwortmöglichkeiten)
- 5. Vertikale Abfrage
- 6. Horizontale Abfrage

Die Feldarbeit findet nun zwischen dem 16. November und dem 14. Dezember statt. Dadurch ist sichergestellt, daß auch alle Monatsstuge gleichmäßig in der Zeitstichprobe vertreten sind. Das nahe Herantücken der letzten Befragungstage an Weltmarken mußte in Kauf genommen werden.

Die Erhebung von Hörfunk und Fernsehen in der Media-Analyse

Dr. Klaus Peter Landgrebe 8.12.72

Die Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse hat noch im alten Jahr (1972) verschiedene Fragebogen-Versionen daraufhin testen lassen, ob sie den Auskunftspersonen einerseits überhaupt zeitlich zumutbar sind und ihnen andererseits optimale Hilfen bieten bei dem Bemühen, die Fülle der Fragen nach dem Hör- und Sehverhalten zu beantworten, die gestellt werden müssen, um den Werbeplanern die Informationen liefern zu können, die sie für ihre Arbeit brauchen. Bei der Gestaltung der Test-Versionen sind alle Erfahrungen berücksichtigt worden, die bei der Arbeitsgemeinschaft Leseranalyse einerseits und bei den Rundfunkanstalten vor allem mit der ZAW-Werbefunkhöreranalyse andererseits gesammelt wurden. Es erscheint nützlich, sich die gesamte Erhebungsproblematik noch einmal vor Augen zu führen, bevor die Ergebnisse des Pretests (Mitte Januar) vorliegen, damit man auch etwas theoretisches Rüstzeug zu ihrer Beurteilung besitzt.

In quantitativen Media-Analysen, mit denen die Reichweite der verschiedensten Massenkommunikationsmittel und die Zusammensetzung ihrer Auditorien (= Nutzerschaften) festgestellt werden soll, sind vor allem diese zwei Aufgaben zu erfüllen: Den Befragten muss unmißverständlich klar sein, über welche Medien sie sich äussern sollen; die Objektidentifikation muss gelingen. Danach muss erhoben werden, ob ein Kontakt mit einem Medium innerhalb eines abgegrenzten Zeitraumes stattgefunden hat oder nicht: Die Zeitidentifikation muss glücken.

Für die Pressemedien gelten diese Probleme als gelöst, seit 1970 für Zeitschriften und Zeitungen aufgrund eines sehr sorgfältig angelegten Experimentes das bis heute fast unverändert gebliebene Erhebungsinstrumentarium entwickelt wurde. Damals, also vor fast genau drei Jahren, entwarf die Technische Kommission der Arbeitsgemeinschaft Leseranalyse auch das Konzept zur Erfassung der Funkmedien. Zwar wurde auf deren spezifische Besonderheiten durchaus Rücksicht genommen, prinzipiell strebte man aber vor allem nach grösstmöglicher Ähnlichkeit des Erhebungsmodells für Funk und Fernsehen mit dem für Zeitungen und Zeitschriften. Ob diese Ähnlichkeit auch Vergleichbarkeit

bedeutete und ob die Gleichartigkeit der Behandlung auch dazu führte, dass das verwendete Befragungsmodell den typischen Besonderheiten der Funkmedien optimal gerecht wurde - diese Frage blieb offen.

Die Funkmedien ihrerseits pflegen dann, wenn sie Werbeträgerforschung treiben, ein ihnen geradezu "angestammtes" Erhebungsinstrument zu verwenden, das für die Programmforschung entwickelt wurde: den "Tagesablauf". Es ist höchst bemerkenswert, dass die Entwicklung bei der Presse genau umgekehrt verlief wie beim Rundfunk: Die Leserschaftsforschung (als Werbeträgerforschung) wurde schon für eine Vielzahl von Zeitschriften betrieben, als ganz wenige unter ihnen Leserforschung als Redaktionsforschung versuchten. Die Hörerforschung und auch die Zuschauerforschung als Programmforschung waren viel früher gut entwickelt als die erst später auch ansehnliche Bedeutung gewinnende Werbeträgerforschung für Hörfunk und Fernsehen. Kein Wunder, dass man sich auf diesem neueren Feld auf die älteren Erfahrungen mit bewährten Methoden stützte.

Allerdings ist zu fragen, ob Instrumente, die im redaktionellen Bereich geradezu als unentbehrlich gelten müssen, auch in der Werbeträgerforschung praktikabel sind: Möglicherweise ist der Tagesablauf für die Funkmedien aus ähnlichen Gründen unbrauchbar wie die anerkannt beste Methode der Presseforschung, der Copy-Test: Seine Durchführung ist leider zu aufwendig.

Untersuchen wir, wie man die Probleme der Objekt- und Zeitidentifikation für die Funkmedien lösen kann und inwieweit der Tagesablauf dabei hilft.

Der Befragte soll im Interview angeben, welche Teile von welchem Programm von welchen Rundfunkanstalten er zu einer bestimmten Zeit gehört oder gesehen hat. Welche Merkmale verhelfen zur Identifikation eines Programms, also des Untersuchungsobjektes?

Da ist vor allem die akustische und optische Stationsansage, sodann die einem bestimmten Funkhaus verbundene Gruppe von Sprechern und Sprecherinnen, Moderatoren, Kommentatoren usw., die stets wiederkehrend hörbar oder auch sichtbar dem Auditorium ein akustisches oder optisches Erscheinungsbild seiner Rundfunkanstalt liefern. Schliesslich können auch akustische oder optische Pausenzeichen die Wiedererkennung erleichtern. Bei Hausinterviews können transitorische Identifikationshilfen, wie sie in Studio-Tests durchaus üblich und bewährt sind, nicht eingesetzt werden: Es führte wohl vor allem finanziell zu weit, wollte man die Auskunftsperson mit Ton- oder Filmmaterial aus Kassetten konfrontieren. Und wenn es durchführbar wäre: Die bei einer Rundfunkanstalt Beschäftigten treten z. B. im Hörfunk selten nur in einem Programm oder gar in einer typischen Sendung auf, Nachrichtensprecher z. B. haben zu den verschiedensten Zeiten Dienst.



Lediglich die Trickfilm-Figuren, die beim ARD und ZDF die Werbung in der Zeit zwischen 18 Uhr und 20 Uhr begleiten, treten nur in einem bestimmten Programm und nur zu einer bestimmten Zeit auf, sie sind wirkliche Erkennungsfiguren und deshalb als Identifikationshilfe schon seit 1969 (erstmalig von der Arbeitsgemeinschaft Lesersanalyse!) eingesetzt worden. Ohne diese Hilfen kann man ein Programm eindeutig erkennen nur an seiner Struktur, an seinem Aufbau und Zeitablauf. Der ist visuell beschreibbar in Form einer Programmübersicht, wie sie jede Rundfunkzeitschrift enthält.

Für die Zwecke der Erhebung des Hör- und Sehverhaltens muss sie allerdings in eine etwas abstraktere Form gebracht werden: Man kann nur die Bezeichnungen der Rubriken, also das immer wiederkehrende Schema, nicht dessen einzelne Inhalte wiedergeben, denn die Auskunftsperson soll ja möglichst mit einem Blick erfassen können, von welchem Programm die Rede ist, wenn sie zunächst danach gefragt wird, welche Sender sie "schon mal" gehört oder gesehen hat und ab das zuletzt innerhalb eines bestimmten, relativ grossen Zeitraums (Woche, Monat, Vierteljahr) stattgefunden hat.

Dadurch wird der weiteste Hörer- bzw. Seherkreis eines Programms abgegrenzt. Sicher ist es aber gar nicht möglich, mit so vielen Programmschemata wie nötig wären - wir haben allein zwölf Mitglieder der ARD mit bis zu drei Hörfunkprogrammen, dazu die einstrahlenden deutschsprachigen Programme aus West, Süd und Ost - diese weitesten Nutzerkreise zu erheben.

Man wird die Fragen danach so fassen müssen, dass möglichst kein, wenn auch noch so gelegentlicher Hörer oder Seher ausgeschlossen wird. Eher ist in Kauf zu nehmen, dass durch Mißverständnisse oder zu pauschale Vorgaben zunächst ein paar Hörer oder Seher zuviel eingesammelt werden, wenn man nur danach fragt, ob von einer bestimmten Anstalt (z.B. dem Bayerischen Rundfunk, dem ZDF) schon einmal ein Programm gehört oder gesehen worden ist.

Im zweiten Befragungsschritt erkundigt sich der Interviewer nach der Häufigkeit, mit der Hörfunk und Fernsehen genutzt werden. Damit fordert man die Auskunftsperson auf, Gewohnheiten mitzuteilen, die ausserordentlich eng mit ihrem täglichen Leben verknüpft sind. Teilweise passt sich das Programmangebot der Medien dem Alltagsrhythmus an (z.B. Autofahrer-Sendungen während der "rush-hour") oder die Menschen richten sich mit ihrem Verhalten nach dem Programmschema: Nachrichten gibt es nur zu bestimmten Zeiten, und am Sendetermin der bedeutendsten Nachrichtensendung, der Tagesschau um 20 Uhr, orientieren sich die häuslichen Abendgewohnheiten von Millionen Familien.

Betrachtet man die einzelnen Wochentage, so zeigen sich in den Programmschemata der Sender wie in den Verhaltensmustern der Rezipienten deutliche Unterschiede zwischen den eigentlichen Werktagen Montag bis Freitag, dem "halben" Werktag Samstag und dem vollen Feiertag Sonntag. Die Fünftagewoche prägt den Lebensstil der überwiegenden Mehrheit der Bevölkerung und das Gesamtverhalten der Haushalte mit samstags vormittags zur Schule gehenden Kindern oder im Einzelhandel Beschäftigten wird durch diese Ausnahme nicht wesentlich beeinflusst, ganz sicher nicht das Verhalten am Samstag Nachmittag, der für fast alle zur Freizeit gehört.

Die Homogenität der Werktage wird lediglich beeinträchtigt durch Spezialverhalten am Montag und am Freitag: Für die Hörfunkprogramme und besonders die Service-Wellen sind die Verkehrsspitzen zum und vom Wochenende bedeutsam; für alle Medien ist montags das Interesse am Sport wichtig, für das Fernsehen die Tatsache, dass viele am Freitag länger in den Abend hinein dem Programm folgen können, weil sie samstags nicht so früh aufstehen müssen, wie an den anderen Werktagen.

Streng genommen muss man also im Verhalten unterscheiden zwischen

Montag

Dienstag, Mittwoch, Donnerstag

Freitag

Samstag

Sonntag.

Zunächst wird es jedoch genügen, wenn die fünf Werktage zusammengefasst werden, vor allem auch deshalb, weil die meisten Programmschemata zwischen diesen Tagen fast keine Unterschiede machen.

Das bedeutet aber, dass man jeden Befragten sein Verhalten an einem "gewöhnlichen", "allgemeinen" Werktag (Montag bis Freitag), an einem "gewöhnlichen", "allgemeinen" Samstag und schliesslich an einem "gewöhnlichen", "allgemeinen" Sonntag schildern lassen muss. Natürlich nicht frei aus dem Gedächtnis und nur aufgrund seiner Vorstellungen, sondern mit Unterstützung durch Tageszeitschemata, deren Zeiteinteilung sich nach den Verhaltensmustern richtet: Wenn alle Leute über einen längeren Zeitraum dasselbe tun, wenn kaum Verhaltensänderungen stattfinden, wie z.B. werktags zwischen 14 und 17 Uhr, dann ist es nicht einmal nötig, stundenweise abzufragen. Wechseln dagegen die Tätigkeiten bei vielen Menschen in kurzen Zeiträumen häufig, wie z.B. werktags morgens zwischen 6 und 8 Uhr und abends zwischen 17 und 20 Uhr, dann ist durchaus zu erwägen, ob man nicht diese Gewohnheiten des Aufbrechens und Wiederheimkommens halbstunden-

weise, wenn nicht sogar viertelstundenweise festhalten sollte. Insgesamt wird wohl mit 14 Zeitabschnitten für den Hörfunk-Werktag, mit etwas weniger für die Wochenendtage und das Fernsehen an allen Tagen (ca. 8 Zeitabschnitten) auszukommen sein. Bei zu grosser Belastung wird für den Hörfunk vielleicht in Kauf genommen werden müssen, dass man sich nur nach gröberen Tageszeiten wie etwa morgens, vormittags, mittags, nachmittags, am frühen Abend, am späten Abend erkundigen kann. Aber auch das wäre schon ein Fortschritt gegenüber dem jetzt von der AG.MA verwendeten Verfahren.

Die Hörhäufigkeit und die Sehhäufigkeit zu bestimmten Tageszeiten muss nun für einen festgelegten Zeitraum erhoben werden, damit der Befragte ein Bezugssystem hat, in dem er sich gedanklich bewegen kann. Für die Werktage bieten sich als Vorgabe zwei Wochen an. Dadurch könnten auch die Auswirkungen der wochenweise wechselnden Arbeitszeiten auf das Hör- und Sehverhalten der in Schichten Tätigen gut erfasst werden. Die Häufigkeit müsste dann mit einer Zehnerskala erhoben werden, denn es gibt zehn Werktage in 14 Kalendertagen.

Für die Wochenendtage muss man konsequenterweise einen Vierteljahreszeitraum in die Betrachtungen einbeziehen und mit einer Zwölferskala erheben. Das erscheint als zu gewagt? Man könne nicht fragen, an wievielen von zwölf Samstagen im letzten Vierteljahr zu einer bestimmten Tageszeit ein bestimmtes Programm gehört oder gesehen worden ist? Bei Zeitungen, die nachweislich fast nur an Sonntagen gelesen werden - sie führen diesen Tagesnamen ja sogar im Titel - fragt die Arbeitsgemeinschaft Leseranalyse seit 1967 auf diese Art und bisher haben sich die Marktforscher des betroffenen Verlagshauses noch nicht beklagt, daß BamS und WamS dadurch unfair behandelt würden. Es ist kaum anzunehmen, dass Samstags- und Sonntagsprogramme von Hörfunk und Fernsehen unter einer solchen Abfragemethode eher zu leiden hätten.

Nachdem das "gewöhnliche", das "allgemeine" Verhalten mit diesen Häufigkeitsfragen abgehandelt wurde, muss im dritten Befragungsschritt das "ungewöhnliche", das "besondere" Hör- und Sehverhalten an einem bestimmten Stichtag ermittelt werden. In konsequenter Fortführung bedeutet das, nicht nur einen Tagesablauf mit jeder Auskunftsperson durchzunehmen, sondern drei: Einen für jeweils den letzten Werktag Montag bis Freitag (das ist in Fünfsiebtel aller Fälle "gestern", in zweiseiebtel aller Fälle länger her), einen für den letzten Samstag und einen für den letzten Sonntag (die sind jeweils in einsiebtel aller Fälle gestern gewesen, in sechssiebtel aller Fälle zwischen zwei und sieben Tagen her). Diese Versuchsanordnung liest sich zwar kompliziert, ist organisatorisch aber durchaus realisierbar. Und: Nur auf diese Weise erhält man von allen Personen Auskünfte über

alle Arten von Tagen. Machte man es anders, fehlte immer irgendetwas an Informationen. Fragt man nämlich alle nur nach gestern, wie in der ZAW-Werbefunkhöreranalyse, müsste man vom Montags- bis Freitags-Verhalten der dienstags bis samstags für "gestern" Befragten auf das Montags- bis Freitags-Verhalten der sonntags und montags Befragten schliessen, denn von denen weiss man über diese Tage nichts, da sie nur für Samstag bzw. Sonntag befragt worden sind. Das machte eine Ergebnisübertragung mit Hilfe von Fusions-techniken notwendig, die von Fünfsiebtel auf Zweiseiebtel der gesamten Masse nach hingehen mögen. Hinsichtlich des Samstags- bzw. Sonntags-Verhaltens müsste man aber das Verhalten von jeweils einem Siebtel auf das der restlichen Sechssiebtel verallgemeinern und das ist wohl kaum mehr vertretbar. Die ZAW-Analyse hat sich aus diesem Problem herausgeholfen, in dem sie mit vier verschiedenen Teilmassen arbeitete (gesamt, Montag bis Freitag, Samstag, Sonntag), ein Verfahren, das bei einer vergleichenden Media-Analyse wohl kaum praktikabel ist. Demgegenüber sind die für die Tagesabläufe samstags und sonntags zu erwartenden Erinnerungsverluste als wesentlich geringere Beeinträchtigung der Ergebnisse zu werten.

Zu erörtern bleibt allerdings, ob es einerseits dem Befragten zumutbar, andererseits aber überhaupt nützlich ist, drei Tagesabläufe mit dem vollen Programm aller Leit-tätigkeiten auszustatten, die z.B. in der ZAW-Werbefunkhöreranalyse eingesetzt wurden.

Ohne jeden Zweifel rekonstruiert die Auskunftsperson ihr Hör- und Sehverhalten an einem bestimmten Tage, in dem sie sich auch oder vielleicht sogar zuerst an ihre Tätigkeiten erinnert. Ohne jeden Zweifel verhilft die Abschätzung der Zeitdauer dieser Beschäftigungen zu einer besseren Zeitidentifikation für Radiohören und Fernsehen. Aber muss man diese Tätigkeiten alle vorgeben und muss der Interviewer sie auch alle eintragen? Die Media-Analyse soll ja keine Auskunft darüber geben, wann die Leute schlafen, essen oder arbeiten, so interessant das auch immer sein mag. Sie soll Informationen über das Kommunikationsverhalten liefern. Die Genauigkeit, mit der auch und gerade die Leit-Tätigkeiten vorgegeben, abgefragt und eingetragen werden, kann eher ablenken vom eigentlichen Thema und nützt dann nicht mehr, sondern schadet nur.

Bei den Zeitschriften hat es sich als überflüssig erwiesen, Lesegelegenheiten ausdrücklich zu erwähnen: Die Antwortenden denken ganz von sich aus daran und waren durch ihre Vorgabe eher irritiert, als dass sie ihnen geholfen hätten, sich zu erinnern. Das könnte bei Funk und Fernsehen genauso sein.

Sicher nützlich ist eine Vorgabe der Programmstruktur der innerhalb des letzten Vierteljahres gehörten oder gesehenen Programme, denn auf die Programmidentifikation muss

grösster Wert gelegt werden. Sie glückt durch die Vorgabe von Leit-Tätigkeiten durchaus nicht besser, sie helfen wirklich nur bei der Zeitidentifikation und damit vielleicht ein wenig auch bei der Programmidentifikation, aber dieser Umweg ist doch sehr umständlich und zeitraubend.

Als Befragungshilfen für die Objektidentifikation, also die Identifikation der gehörten und gesehenen Programme, erscheinen nach den bisherigen Überlegungen als optimal beim Hörfunk: Die Namen der Rundfunkanstalten  
beim Fernsehen: Die Erkennungszeichen der Regionalprogramme der ARD und des ZDF-Programms zwischen 17 Uhr und 20 Uhr  
im Generalfilter und zur Abgrenzung der weitesten Nutzerkreise  
für Hörfunk und Fernsehen: Die zeitlich gegliederten Programmschemata zur Feststellung der letzten Nutzung

Zur Zeitidentifikation dienen am besten

bei der Abgrenzung der weitesten Nutzerkreise

vierstufige Zeitfilter: zuletzt gehört, gesehen

innerhalb der letzten 14 Tage

zwei bis vier Wochen her

ein bis drei Monate her

länger als ein Vierteljahr her

beim Abfragen der Nutzungshäufigkeit mit Zehner- bzw. Zwölferskala: 5, 8 oder 14

Tageszeiten mit in sich homogenen Verhaltensweisen

bei der Feststellung der letzten Nutzung die zeitlich gegliederten Programmschemata.

Das Befragungsmodell ist also zweidimensional wie ein Trichter aufgebaut: Zu Anfang weit, d.h. recht allgemein, sowohl hinsichtlich der Sender als auch hinsichtlich der Zeiten (= Gewohnheiten), damit nichts verloren geht. Die Fragestellungen werden spezieller und münden schliesslich bei der exakten Erfassung der letzten Nutzung. Hier werden Objekt- und Zeitidentifikation integriert: Als optimale Erinnerungshilfe wird die Programmstruktur im Zeitablauf vorgeführt. Mit diesem Instrumentarium müssten auch optimale Ergebnisse zu erzielen sein.

ARBEITSGEMEINSCHAFT MEDIA-ANALYSE E.V.

AUSZUG

aus dem Protokoll der Sitzung des Arbeitsausschusses vom 5. Sept. 1973

13. Forschungsprogramme der AG.MA

Dann nahm Herr Dr. Ernst das Wort für ausführliche Darlegung der Gedanken und Empfehlungen der Technischen Kommission. Dabei seien zu unterscheiden kurzfristig zu lösende Aufgaben und mittelfristige Vorhaben. Beide Komplexe seien nicht streng zu trennen, sondern miteinander verflochten. Herr Dr. Ernst benutzte ein Bild vom Automobil, das auf die MA angewendet werden könne: Allein wichtig ist und bleibt, daß das Auto fahren kann, d.h. die Funktion erfüllt, uns von einem Punkt zum anderen zu bringen. Für den Fabrikanten bestehen stets zwei Notwendigkeiten: Erstens die laufende Produktion vom Band aufrecht zu erhalten und marktgerecht zu steuern und zweitens Überlegungen für die Modelle in 2, 3 Jahren anzustellen, also für die Zukunft zu planen und zu experimentieren. In ähnlicher Lage sehe sich die AG.MA und speziell die Technische Kommission. Neben ständigen Verbesserungen in der Alltagspraxis der MA, den laufenden oder unmittelbar anstehenden Untersuchungen, sei auch mittel-, ja langfristig zu planen und hier mehr in theoretischen Konzepten zu denken.

a) Kurzfristige Forschungsvorhaben

Den Mitgliedern des Arbeitsausschusses lag eine Stichwortliste von Vorhaben vor, die von der Technischen Kommission empfohlen werden.

Sie war ergänzt durch Angebote bzw. schriftliche Vorschläge. Zu den einzelnen Positionen gaben Herr Dr. Ernst und Herr Scheler eingehende Erklärungen ab. Nach Beantwortung vieler Fragen und ausführlicher Diskussion genehmigten die Mitglieder des Arbeitsausschusses folgende Vorhaben und die jeweils veranschlagten Mittel, die sich insgesamt im Rahmen des Forschungsetats 1973 halten.

1. Repräsentanzprüfungen regionaler Teile,  
insbesondere Prüfung von Zeitungs-  
ergebnissen DM 25.000,--  
(einstimmig)
  
2. Fragebogen-Umgestaltung (technisch).  
Bestellung von Fachgutachten seitens  
a) Contest  
b) Institut für Jugendforschung/Conring  
zus. DM 45.000,--  
(einstimmig)
  
3. Programm-Identifikation (Fernsehen)  
Test-Ziel: Verbesserung der Genauigkeit  
a) der Zeitzuordnung  
b) der Senderzuordnung  
2 x 1.000 Fälle (Erhebung, Auswertung) DM 100.000,--  
(eine Stimmenthaltung, sonst einstimmig)
  
4. Ausschöpfungsquoten  
Fachgutachten Conring  
(ohne Zählkosten) DM 32.500,--  
(einstimmig)
  
5. Klärung der Grundgesamtheit/Schaffung  
von Redressement-Daten (aus Gemeinde-  
Summen-Sätzen von 10% Census 1970)  
Datenkauf vom Stat. Bundesamt,  
Programmierkosten zus. DM 20.000,--  
(einstimmig)
  
6. Sozio-kommunikative Schichten/Lebens-  
phasen u.ä.  
  
Dieses Projekt soll in das mittelfristige  
Forschungsprogramm integriert werden.
  
7. Auswertungs-Konventionen  
Vorbehaltlich der Empfehlungen der  
Sonderkommission vorsorglich eingesetzt DM 10.000,--  
(einstimmig)

#### b) Mittelfristige Forschungsvorhaben

Für die einzelnen vorgetragenen und diskutierten Projekte wurde folgende Prioritätenliste aufgestellt:

##### 1. Annäherung an den Werbemittelkontakt

Klärung des Problems: Wie dicht am WMK (= Expositionschance der Werbebotschaft) sind bei den einzelnen Medien die zur Zeit gemessenen Werbeträgerkontakte?

##### 2. Technik der Abfrage / Probleme der Fragebogen- und/oder Interviewkapazität

Prüfung der Möglichkeiten:  
- Zentraluntersuchung plus Satellitenuntersuchungen  
- Zweimaliger Besuch bei gleichen Personen  
- Identische Stichprobe plus Fusion

##### 3. Probleme der Reihenfolge in der Abfrage

- Reihenfolge der Medien in der Abfrage  
- Reihenfolge der Titel in der betr. Gattung

##### 4. Beschreibung von Zielgruppen

Untersuchung der Brauchbarkeit von sozialen oder ähnlichen Schichten / Typologien / Lebensphasen / life style usw.

##### 5. Medienerhebung in Verbrauchserhebungen

Überprüfung der Möglichkeiten / Entwicklung von Standards für Umfrage und Panels

Als weitere denkbare Forschungsprojekte hatte die Technische Kommission genannt:

!Hat der "Kanal" (= der Werbeträger), über den eine Werbebotschaft geleitet wird, Einfluß auf die Werbewirkung?

Untersuchung der unterschiedlichen Wirkungsqualität der Medien und der über sie vermittelten Werbebotschaften.

Zu den beiden letztgenannten Problemkreisen, die schwierige, theoretisch noch nicht ausgelotete Themen der Kommunikationsforschung darstellen und die möglicherweise auch unter vereinspolitischen Aspekten zu sehen sind, möchte sich die Mehrzahl der Ausschuß-Mitglieder erst nach gründlicher Beschäftigung und Konsultation der eigenen Experten äußern. Die Techni-

sche Kommission wurde um Besorgung einer ausführlichen Problembeschreibung gebeten.

Zu den übrigen mittelfristigen Projekten - Nr. 1 bis 5 - wurde der Technischen Kommission grünes Licht gegeben in dem Sinne, daß sie darüber intensiv nachdenken und konkrete Empfehlungen für weiteres Vorgehen, mit Kostenvorstellungen, bis zur nächsten Arbeitsausschuß-Sitzung erarbeiten möge. Herr Dr. Ernst stellte den Antrag, für vorklärende Experimente, Auszählungen, Gutachten usw. der TK einen Arbeitsetat zur Verfügung zu stellen. Hierfür wurden vom Arbeitsausschuß DM 50.000,-- einstimmig bewilligt.

ARBEITSGEMEINSCHAFT MEDIA-ANALYSE E.V.

Kurzbericht Fernseh- und Funkexperimente sowie Überlegungen für ein mögliches weiteres Vorgehen

1. Stand MA 73

Das Befragungsmodell der MA 73 folgte im großen ganzen dem der vorausgegangenen Analysen. Ermittelt wurde pro Sender

Weitester Seher-/Hörerkreis:	letzte 14 Tage
Frequenz:	an wievielen von den letzten 14 Tagen Sender gesehen/gehört
Letztes Sehen/Hören:	Fernsehen viertelstundenweise von 17,45 bis 20,15 h Funk stundenweise von vor 6,00 bis nach 23,00 h

Die Technische Kommission kritisierte, daß keine Möglichkeit bestand, Personen, die zu bestimmten Zeiten nicht sehen oder hören, aus dem weitesten Nutzerkreis einer bestimmten Zeit auszusondern; daher kam es zu unrealistisch hohem Reichweitenanstieg bei Mehrfachbelegung.

Die Funkanstalten und einige Agenturen kritisierten, daß für den Funk Informationen auf der Basis Stunde zu grob seien, Viertelstunden-Informationen seien für die Nachbetrachtung notwendig.

2. Erste Experimentalphase

Es wurde versucht, beide Kritikpunkte im Befragungsmodell zu berücksichtigen durch:  
Abstellen der Frequenzfrage auf Sender und Zeiteinheiten und detaillierte Fragen nach dem letzten Nutzen viertelstundenweise (in einer Testversion mit Tagesablaufschemata).  
Gesonderte Abfrage für Sa. und So.

Das Ergebnis dieses ersten Tests war, daß

- a) der Fragebogen und die Interviewzeit viel zu lang waren, besonders für den Hörfunk mit 35 Minuten;

b) die Befragten erhebliche Schwierigkeiten hatten, viertelstundenweise die Sender anzugeben, die sie gesehen bzw. gehört hatten. Beim Hörfunk halfen hier auch Programmschemata nicht weiter. Schon bestehende Zweifel, ob das bei der ZAW-Werbefunkhörer-Analyse eingesetzte Tagesablaufschemata funktioniert, wurden bestätigt. Zusätzlich entstandene Service-Wellen machen das Tagesablaufschemata unhandlich. Auch eine Werbefunkhörer-Analyse wäre nach dem bisherigen ZAW-Modell nicht mehr durchzuführen. Es stellte sich heraus, daß der Tagesablauf in der Befragung ein zu starkes "Eigenleben" entwickelte, und das Rundfunkhören dadurch in eine nebensächliche Rolle abglitt.

c) Eine Reihe von Hinweisen ergaben sich, wie die Abfrage weiter zu verbessern ist.

### 3. Zweite Experimentalphase

Diese Erkenntnisse gingen in die zweite Experimentalphase ein. Die Fragestellungen wurden vereinfacht.

Frequenz: in einer gewöhnlichen Woche nach Zeiten nur Sehen und Hören und welche Sender üblicherweise zu diesen Zeiten

Letzte Nutzung: Sehen oder Hören viertelstundenweise, Nachfrage nach Sendern. Beim Fernsehen Einsatz eines Programmschemas. Gesonderte Abfrage Sa. und So.

Das Ergebnis der zweiten Experimentalphase war, daß der dort eingesetzte Fragebogen funktionierte, aber das Interview im Funkbereich mit ca. 24 Minuten immer noch zu lang dauerte. Dabei wurde auch hier das generelle Problem bestätigt:

Zu den Haupthörzeiten können die Befragten die Sender entschieden besser identifizieren als in den Tagesabschnitten, in denen das Funkhören Hintergrund-Charakter annimmt.

Anders war es im Fernsehbereich. Hier waren sowohl der Zeitaufwand angemessen, als auch die Interviewten in der Lage, Zeiten und Sender anzugeben, zu denen gesehen worden war.

Deshalb erging an die Technische Kommission der Auftrag, den Fragebogen MA 74 auf Grund der Ergebnisse aus den Experimenten graduell zu verbessern.

### 4. Fragebogen MA 74

Die mit den Funk- und Fernsehexperten abgestimmte Fassung des Fragebogens der MA 74 sieht deshalb vor:

Weitester Seher-/Hörerkreis:	letzte 14 Tage pro Sender (wie MA 73)
Frequenz:	an Tagen einer gewöhnlichen Woche von Mo bis Sa zu bestimmten Zeiten sehen oder hören (ohne Senderangabe)
Letztes Sehen/Hören: gestern	Fernsehen viertelstundenweise von 17,00 bis 20,30 h
gestern	Funk stundenweise von 6,00 bis nach 20,00 h

(Montags : vorgestern) (ähnlich MA 73)

(Kopien zu dem neuen Funk- und Fernsehteil des Fragebogens sind zur Information beigelegt.)

Damit wurde dem Wunsch der Funk- und Fernsehexperten und der Technischen Kommission entsprochen: aus den weitesten Nutzerkreisen können jetzt die Personen ausgesondert werden, die zu bestimmten Zeiten nie sehen oder hören.

Die Fernsehabfrage in MA 74 führt zu funktionsfähigen Planungsinformationen. Das Problem Fernsehen erscheint damit gelöst. Für den Hörfunk können Informationen stundenweise geliefert werden. Will man detailliertere Informationen haben, müssen andere Wege versucht werden.

### 5. Überlegungen, detailliertere Hörfunkinformationen zu gewinnen und in die MA zu integrieren

Die werbungstreibende Wirtschaft fordert bekanntlich Mediaplanungs-Daten aus einer Quelle. Daher bestand neben den oben geschilderten Zweifeln an der Präzision ihrer Daten ein weiteres Handicap der ZAW-Werbefunkhörer-Analyse in ihrer Isoliertheit gegenüber den anderen Medien. Sie wurde deshalb oft nur als zusätzliches Gewichtungsinstrument oder für Nachbetrachtungen zu getätigten Einschaltungen herangezogen.

Aufgrund der beiden Wünsche - single-source-Untersuchung sowie Informationsgewinn durch Abfrage in kleineren Zeitabschnitten - entsteht folgender Lösungsvorschlag:

Zunächst ist ein Test auf breiterer Basis zu unternehmen, ob diese detailliertere Abfrage des Hörfunkverhaltens

wirklich zu präziseren Informationen für Zeiten und Sender führt oder nur Scheingenauigkeiten produziert. Bei positivem Ergebnis dieses Tests ist davon auszugehen, daß auch in Zukunft eine Abfrage des Hörfunks viertelstundenweise in den Fragebogen der AG.MA nicht aufgenommen werden kann, denn er ist zu zeitaufwendig, weil der Struktur der Werbefunksendungen entsprechend immer der ganze Tag viertelstundenweise mit den Befragten durchzugehen ist. Deshalb müßten solche Informationen in einer gesonderten Validierungsuntersuchung gewonnen und als Gewichtungsfaktoren in die AG.MA übertragen werden.

Technisch könnte dies in Zukunft wie folgt ablaufen: Die AG.MA erhebt jährlich nur grobe Informationen wie 'weitester Hörerkreis pro Sender', 'Frequenz' und 'gestern überhaupt gehört'. Daneben werden von Zeit zu Zeit, etwa alle zwei, drei Jahre, Validierungsuntersuchungen zum Hörfunk detailliert auf Viertelstunden-Basis für die letzte Nutzung durchgeführt. Die zu den Werbefunkzeiten daraus gewonnenen Informationen werden für per Segmentation oder andere Verfahren ermittelte Hörergruppen in die jährliche MA übertragen.

Damit würde man beiden Wünschen gerecht, Daten über das Verhalten gegenüber den Massenmedien aus einer Quelle mit gleichzeitig integrierten und detaillierteren Hörfunkdaten verfügbar zu machen.

Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse e.V.

April 1973

### Inhalt

Ohne Überschrift vorweg

#### KAPITEL I: DIE KOMPLIZIERTE MA

- (1) Wie kompliziert ist eigentlich die MA?
- (2) Probleme des Umgangs mit den Berichts- und Methodenbänden
- (3) Probleme des Umgangs mit dem Datensatz der MA
- (4) Historischer Exkurs: die komplizierte MA im Jahre 1954
- (5) Aktueller Exkurs: die Kompliziertheit der streuplanerischen Aufgaben und die MA
- (6) Wird die MA tatsächlich richtig genutzt?
- (7) Kurzfristige Möglichkeiten, die Berichterstattung der MA zu verbessern

#### KAPITEL II: DIE MA ALS MULTI-MEDIA-ANALYSE

- (1) Was ist, was kann eine Multi-Media-Analyse - was kann sie nicht?
- (2) Die Notwendigkeit der systematischen Problemdiskussion
- (3) Exemplarisches Beispiel: die Tageszeitungen in der MA
- (4) Die Bedeutung der Bereitschaft, die MA als Instrument intermedialer Planung zu nutzen

#### KAPITEL III: FRAGEN DER ORGANISATORISCHEN STRUKTUR DER AG.MA

---

- (1) Arbeitsausschuß
- (2) Technische Kommission
- (3) Das Problem methodisch-taktischer Grenzwissenschaften
- (4) Spezialistenkonferenz und Mitgliederversammlung

./.

KAPITEL IV: DIE BEDEUTUNG DER MODELL-  
VORSTELLUNGEN IN DER MA

- (1) Das Modell der MA läßt nur 'Grundsatzentscheidungen' zu
- (2) Exemplarisches Beispiel: Entscheidungen über die Zeitungsprobleme und die Folgen
- (3) Darf man das Datenmaterial der MA 'manipulieren'?

KAPITEL V: P R FÜR DIE AG.MA

KAPITEL VI: ZUKUNFTSPERSPEKTIVEN  
DER AG.MA

- (1) Aktuelle Probleme der AG.MA
- (2) Der Übergang von der 'Single-Source-Untersuchung' zum 'Modul-System'
- (3) Steuert die 'AG.Media-Analyse' auf eine 'AG.Marketing-Analyse' zu?

SCHLUSSBEMERKUNG

Die MA feierte im vergangenen Jahre ihren zwanzigsten Geburtstag. Zwei Jahrzehnte, das ist eine lange Zeitspanne für eine Arbeitsgemeinschaft dieses Typs.

Die AG.MA hat Tradition. Diese Tradition gibt ihr eine Selbstsicherheit, welche sie kaum um ihre kurzfristige Zukunft bangen läßt.

Aber Tradition bedeutet auch Starre. Das Mitschleppen von überholten Strukturen. Vermeintliche oder echte Sterilität in der methodischen Entwicklung. Formen des Umgangs mit den Daten oder der Berichterstattung, die vielleicht nicht mehr ganz zeitgemäß sind.

Die Diskussion um den Status der AG.MA war vor einigen Jahren intensiver und spektakulärer: dies vor allem im Zeichen vermuteter, inszenierter oder auch echter Krisen der MA.

Zur Zeit ist keine Krise in Sicht, tut sich eigentlich nicht viel bei der MA. Aber gerade dies belebt die Diskussion erneut.

Das ist sicher sinnvoll. Denn die AG.MA sollte wohl Jahr für Jahr ihren Standort analysieren und definieren. Dies ist eine Pflichtübung für eine Untersuchung, welche nicht nur Maßstäbe für die Mediaforschung in der Bundesrepublik setzt, sondern für viele Bereiche der Marktforschung schlechthin.

Die folgende Auflistung von Diskussionspunkten zum Status der AG.MA ist bewußt ein wenig weitschweifig ausgefallen. Es ist die Aufgabe der folgenden Gespräche im Vorstand, im Arbeitsausschuß und vielleicht auch anderen Gremien, die notwendigen Akzente zu setzen.

Um aber diese Diskussion zu fördern, sie sogar ein wenig zu provozieren, sind manche der folgenden Formulierungen bewußt etwas überspitzt bis aggressiv: sie würden zwar gut in die sogenannten Informationsdienste passen, aber sie sind nicht für sie gedacht!

Und, es geht um die Meinung des Schreibers dieser Überlegungen, nicht um abgestimmte Standpunkte von 'Fraktionen' in der AG.MA!



Der Vorwurf, die MA sei zu kompliziert, ist nicht neu. Aber er wird neuerdings wieder öfters erwähnt.

Versucht man aber, auf solche kritischen Einwände zu antworten, so zeigt sich sehr oft, daß der Begriff der 'Kompliziertheit' doch recht verwaschen ist. Und das erschwert die Diagnose wie die Therapie in diesem Falle.

Also ist es notwendig, die unterschiedlichen Dimensionen eines solchen Begriffes bis Klischees bewußt zu machen, wenn man hier weiter kommen will.

(1) Wie kompliziert ist eigentlich die MA?

Die Meinung, daß die MA unverständlich sei, daß es schwierig sei, mit ihr umzugehen, daß sie nicht 'praxisnah' genug sei und so weiter, kann sich auf sehr verschiedene Bereiche beziehen.

Die folgende Auflistung ist sicher noch nicht einmal vollständig, aber sie genügt wohl, um die Vielschichtigkeit zu zeigen.

'Kompliziertheit' bei der MA, das kann sich beziehen auf

- die grundsätzliche Modellkonstruktion der MA;
- die Fülle, Präzision, Richtigkeit des erhobenen Datenmaterials;
- die Prozesse/Verfahren bei der technischen Verarbeitung dieser Daten;
- das Ergebnis dieser Verarbeitungsprozesse;
- die Präsentation der Daten im Berichtsband;
- die bei der Berichterstattung verwendeten Begriffe und Definitionen;

- die Nutzung der Daten im Umgang mit den Berichtsbanden;
- die Nutzung der Daten im Umgang mit Programmen bei Computerläufen;
- die Umsetzung der Erkenntnisse aus diesen Daten in Handlungen, also Mediaplanungen.

Ein Teil dieser Bereiche gehört zur marktforscherisch-technischen Seite der MA und kann wohl nur sehr bedingt gemeint sein, wenn die Praktiker ihre Kritik anmelden. Denn sie interessiert nur begrenzt die Fabrikationstechnik ihres Planungsinstrumentes.

In einer Hinsicht allerdings kann Kompliziertheit auch hier streuungsrelevant sein: wenn die Erhebungstechnik der MA oder die Verfahren der Auswertung der Daten die Gefahr mit sich bringen, daß die Ergebnisse nicht richtig genutzt würden, dann wäre dies eine Kompliziertheit, die man nicht dulden könnte. Darauf wird aber später in anderem Zusammenhang nochmals eingegangen.

Also geht es vor allem um die Frage, wie kompliziert die MA für den Streuplaner ist, oder für sonst jemanden, der versucht, aus dem Datenband oder den Berichtstabellen Schlußfolgerungen zu ziehen.

(2) Probleme des Umgangs mit den Berichts- und Methodenbänden

Die Vergleichenden Übersichten in der Berichterstattung der MA sind recht umfangreich und auch nicht ganz leicht zu handhaben.

Es gab mehrere Versuche, die Berichtsbande der MA zu renovieren, mit dem Effekt allerdings, daß sie dann noch umfangreicher und damit notgedrungen auch komplizierter wurden.

Und dies wiederum, weil man versuchte, dem Wunsch der Praktiker entgegenzukommen, möglichst viele Informationen im Berichtsband unterzubringen.

Ein zweiter Einfluß, der sich im Laufe der Jahre auf Form und Umfang der Bericht-

erstattung auswirkte, war der ständige Zuwachs an Informationen.  
Zum Beispiel zuletzt durch den vollständigeren bis vollständigen Ausdruck der Zahlen über die elektronischen Medien.

Die wesentliche Funktion des Berichtsbandes der MA muß aber doch wohl sein, den 'größten gemeinsamen Nenner' für alle möglichen streuplanerischen Informationswünsche darzustellen.

Daraus ergibt sich notwendigerweise der Umfang der Berichterstattung und für den, der sich mit Zahlen und Tabellen schwer tut oder schwer zu tun vorgibt, ihre 'Kompliziertheit'.

Andererseits bedeutet jede Vereinfachung einen Verlust an Informationen.

Das Problem läßt sich vielleicht in einem Beispiel zusammenfassen: wenn man die Absicht hat, zu verreisen, so muß man Informationen darüber einholen, wie man am besten an sein Reiseziel kommt. Das ist, im Jargon der Mediaforschung und -planung formuliert, eine Optimierungsaufgabe.

Man kann sie mit einem Kursbuch lösen. Denn diese Informationsquelle gibt Auskunft darüber, zu welchen Zeiten die Züge abfahren und ankommen, wo man umsteigen muß, und so weiter. Man kann mit einem solchen Kursbuch selbst ökonomische Entscheidungen treffen, ob es etwa sinnvoller ist, mit dem TEE zu fahren, um früher anzukommen oder ob man auch mit einem normalen D-Zug rechtzeitig am Orte ist.

Aber mit einem Kursbuch kann man gar nichts anfangen, wenn man nicht genau weiß, wohin man fahren möchte und man braucht dazu eine gewisse Erfahrung und Technik.

Es gibt durchaus Leute, die kommen mit einem Kursbuch gar nicht zurecht. Aber meist ist es in diesen Fällen nicht gerecht, dem Kursbuch die Schuld zu geben. Denn das liegt oft nicht daran, daß die Kursbücher falsch konstruiert sind, sondern daß ihre Benutzer beim Umgang mit einer solchen Informationsquelle 'zwei linke Hände' haben. Hier

wäre es vielleicht besser, wenn sie die Auswahl der Zugverbindungen geschulteren Personen überließen.

Und es gibt durchaus Leute, die einem Kursbuch als 'Kompliziertheit' ankreiden, daß dort nicht nur die TEE- und INTERCITY-Verbindungen, sondern auch die Bummelzüge austabelliert sind.

Aber das Beispiel Kursbuch gibt auch einige Hinweise, welche für die Berichterstattung der MA Wege weisen: es gibt ja Kurz- und Sonderfahrpläne, es gibt sogar graphisch umgesetzte Fahrpläne und andere Hilfestellungen, durch Begrenzungen des Informationsbestandes die Dinge für bestimmte Nutzergruppen übersichtlicher zu machen.

Zurück zur Berichterstattung der MA: mit Sicherheit sind dort solchen Vereinfachungen Grenzen gesetzt, denn sie bedeuten Informationsverluste. Darüber zu entscheiden, ist eine Frage, die den Nutzern der MA erneut gestellt werden muß. Von denen ein Teil wiederum aktuell ihre Kompliziertheit kritisieren.

Die Methodenbände stehen weniger im Kreuzfeuer der Kritik. Das liegt wohl auch daran, daß sie wesentlich weniger zur Hand genommen werden.

Allerdings auch von den Fachleuten, zu deren spezieller Information sie dienen und bei denen man voraussetzen kann, daß sie auch komplizierte Dinge lesen können.

Es ist allerdings auch hier eine Frage, inwieweit die MA durch eine Popularisierung der Methodenbände daran interessiert sein könnte, unter ihren Mitgliedern und Verwendern insgesamt das Vertrauen in das Erhebungsinstrument und die Ergebnisse zu stärken.

### (3) Probleme des Umgangs mit dem Datensatz der MA

Während die Kompliziertheit der Berichterstattung der MA den Öfteren kritisiert wird, hält sich die Kritik an der Kompliziertheit des Datensatzes durchaus in Grenzen.

Zu Recht, denn der Datensatz der MA ist in seinen Grundinformationen 'einfach':

für die erworbenen Medien bzw. deren Belegungseinheiten werden Nutzungswahrscheinlichkeiten angegeben und jeder kann sich aus dem Datensatz abrufen, was er für die Lösung seiner speziellen Probleme wissen möchte - von der einfachen Tabelle bis zur diffizilen Optimierungsrechnung.

Die Verantwortung für die 'Kompliziertheit' dessen, was aus dem Datensatz unmittelbar entnommen wird liegt also beim jeweiligen Nutzer dieser Daten und damit kann die 'kognitive Dissonanz' zwischen den Informationen aus der MA und seiner Fähigkeit, damit zurecht zu kommen, theoretisch gar nicht auftreten.

Praktisch taucht sie dann aber doch auf, aber in der umgekehrten Richtung: es gibt viele Nutzer der MA, die gar nicht wissen, welche Möglichkeiten es gibt, gezielt aus dem Datensatz Informationen abzurufen, insbesondere für maßgerechte Planung im Rahmen von Marketing-Konzeptionen.

Sie fragen dann erstaunt: 'Kann man denn das auch aus der MA zählen?' (Es gibt andererseits aber auch Fälle, in denen Informationen aus dem Datensatz gezählt werden, die man ohne Schwierigkeiten aus dem Berichtsband hätte entnehmen können!)

Zu diskutieren wäre wohl die Frage, wie weit hier die Schulungsverpflichtung der AG.MA geht!

Zu bemerken wäre noch, daß die AG.MA in den letzten Jahren viel getan hat, um die technische Handhabbarkeit des Datensatzes zu verbessern - bis hin zu dem aktuellen Angebot ihn in einer Computerzeit-sparenden Konfektionierung zu liefern.

(4) Historischer Exkurs: die komplizierte LA im Jahre 1954

Geht man in der Geschichte der AG.MA und der AG.LA zurück, so zeigt sich aber auch, daß die Kritik an der Kompliziertheit nichts Neues ist.

Selbst die ersten, schlichten Tabellen aus dem Jahre 1954 wurden als zu kompliziert und die noch verhältnismäßig einfachen Definitionen der ersten LA als zu wissenschaftlich und zu unverständlich kritisiert.

Man sollte die aktuelle Diskussion über die Kompliziertheit der MA ernst nehmen. Aber man sollte sich auch bewußt sein, daß die MA seit ihrem Bestehen mit diesen Problemen fertig werden muß. Und sich an die Adresse der MA auch Vorwürfe richten, für die sie garnicht allein verantwortlich zu machen ist.

Zum historischen Exkurs gehört aber noch die Bemerkung, daß die MA bzw. damals LA in ihren Gründerjahren relativ viel mehr für die 'Schulung' ihrer Verwender tat als heute. Das ist logisch, denn die LA war ja damals neu für alle ihre Verwender. Aber dieses Problem ist nach wie vor aktuell, denn Jahr für Jahr stoßen neue Verwender zur MA, denen sie dann doch ein Such mit vielen Siegeln ist!

(5) Aktueller Exkurs: die Kompliziertheit der streuplanerischen Aufgaben und die MA

Die Informationen in Datensatz und Berichtsbanden der MA dienender Streuplanung.

Diese Streuplanung ist nicht unbedingt einfach, sie wurde in den letzten Jahren kompliziert und wird wohl auch noch komplizierter werden.

Damit ist aber die Kompliziertheit der MA die Reaktion auf die Forderung der Praktiker, die wiederum, nachdem ihre Forderungen erfüllt wurden, die Kompliziertheit der MA des öfteren beklagen.

Auch hier spielt der größte gemeinsame Nenner eine Rolle: manche Aufgaben, die in der Streuplanung vorkommen, lassen sich verhältnismäßig einfach lösen. Andere erfordern kompliziertere Überlegungen und Berechnungen. Das hängt wohl mit davon ab, wie schwerwiegend auch im ökonomischen Sinne die Entscheidungen sind, die man zu fällen hat.

Aber, Informationsbestand wie Berichterstattung der MA müssen sich wohl nach den schwierigsten, nicht nach den einfachsten Aufgaben ausrichten, die mit ihr zu lösen sind!

(6) Wird die MA tatsächlich richtig genutzt?

Vor längerer Zeit gab es Versuche, durch Copytests zu überprüfen, wie intensiv die Berichtsbände der MA genutzt werden. Die Aussagekraft dieses Experimentes hielt sich in Grenzen. Vielleicht weil die angewandte Methode garnicht geeignet war, die Problemstellung zu lösen.

Es gibt aber einige Anhaltspunkte dafür, daß die Möglichkeiten, welche der Informationsbestand der MA für die Streuplanung bietet, von vielen Nutzern nur unzureichend ausgefahren werden.

Es besteht durchaus, um es soziologisch zu formulieren, ein 'cultural lag' zwischen der MA und vielen ihrer Verwender.

Dies wird übrigens gefördert durch die zunehmende Trennung zwischen Mediaforschung und -planung: manche Mediaplaner kennen die methodisch-technischen Voraussetzungen des Datenmaterials mit dem sie arbeiten zu wenig, manche Mediaforscher wissen zu wenig davon wie man Streuplanung im Alltagsgeschäft betreibt oder betreiben muß.

Und gerade darin kann ein entscheidendes Motiv für die aktuelle wie die kontinuierliche Kritik an der Kompliziertheit der MA liegen.

Man wird sicher sehr sorgfältig abwägen müssen, in welchen Bereichen Möglichkeiten bestehen, die MA 'benutzerfreundlicher' zu machen, und wo es notwendig ist, die Nutzer der MA besser zu schulen, damit richtig umzugehen.

Denn in Sachen 'Kompliziertheit' geht es ja wohl nicht darum, durch irgendwelche Konzessionen einen kurzfristigen PR-Erfolg zu erzielen, sondern langfristig die Arbeit mit der MA effizienter zu machen.

(7) Kurzfristige Möglichkeiten, die Berichterstattung der MA zu verbessern

In den letzten Sitzungen der Technischen Kommission wurden bereits Vorschläge dis-

kutiert, für die MA 75 Veränderungen an der Berichterstattung, insbesondere bei den Vergleichenden Übersichten, vorzunehmen.

Diese Diskussion ist noch nicht voll abgeschlossen. Ob es wirklich gelingt, die Vergleichenden Übersichten schmäler zu machen, hängt entscheidend davon ab, ob und wie die elektronischen Medien, insbesondere der Werbefunk (ARD), dort voll ausgewiesen werden sollen oder nicht.

Im ersteren Falle würden die vorgeschlagenen Kürzungen bei den bisherigen Tabellen nur erreichen, daß der bisher gewohnte Umfang nicht wesentlich überschritten wird.

Es gibt aber darüber hinaus einige weitere Möglichkeiten:

- Beschränkung der Informationen in den Vergleichenden Übersichten auf im engsten Sinne 'streuplanungsrelevante' Inhalte.

Dies brächte zunächst die Schwierigkeit, sich darauf zu einigen, was denn bei einer solchen Selektion als 'streuplanungsrelevant' erklärt werden solle.

Eine weitere Konsequenz einer solchen Lösung wäre, daß dann ein zusätzlicher Band mit den 'nicht streuplanungsrelevanten Daten' veröffentlicht werden müßte. Denn diese Daten stellen für methodische Überlegungen, aber auch für viele Marketingentscheidungen eine wichtige Informationsquelle dar.

- Der Vorschlag von Kurz- oder Volksausgaben der MA wurde schon des Öfteren diskutiert und wohl deswegen auch nicht verwirklicht, weil hier die Frage nach den Selektionskriterien noch stärker ins Gewicht fallen würde.

Andererseits gibt es solche Formen der Berichterstattung in der Praxis schon, zum Beispiel von Medien oder von Agenturen produziert.

Prinzipiell wäre auch bei der MA ein Konzept denkbar, bei dem in

gedruckter Form nur sehr 'einfache' Tabellen in den Vergleichenden Übersichten erscheinen würden.

Damit wären aber alle Nutzer der MA benachteiligt, die nicht über einen Computer verfügen und man müßte zusätzliche standardisierte Computerausdrucke anbieten, um den Informationswünschen dieser Mitglieder gerecht zu werden.

Ob eine solche Konzeption dann noch wirtschaftlich wäre, ist zu bezweifeln. Und sie brächte auch die Gefahr einer 'Inflation' von Serviceleistungen der Medien mit sich, die insgesamt an Kompliziertheit die derzeitige Form der Berichterstattung übertreffen würden.

- Die Technische Kommission hat bereits angeregt, daß in der MA 75 die Kommentierung und Erklärung der Tabellen vereinfacht und verbessert werden sollen.

Parallel dazu liefen im Arbeitsausschuß Diskussionen darüber, ob die MA für ihre Mitglieder Lernprogramme entwickeln sollte.

Diese Überlegungen setzen wohl an der richtigen Stelle an: nicht die Berichterstattung der MA so zu vereinfachen, daß sie von jedem verstanden und nicht mehr als 'kompliziert' erlebt wird, sondern die Verwender der MA soweit zu schulen und ihnen so viele zusätzliche oder in den Berichtsband integrierte Lern- und Benutzungshilfen zu geben, daß sie mit der MA im allgemeinen gut zurecht kommen.

Die gründlichere Prüfung dieser verschiedenen Möglichkeiten wird zeigen, daß es auch hier nicht darum gehen wird, das eine zu tun und das andere zu lassen, sondern daß es notwendig ist, den Feldzug gegen die 'komplizierte MA' auf verschiedenen Fronten zu führen.

Aber keine Lösung kann der MA die Funktion abnehmen, Arbeitsmaterial für die Media-Planung zu liefern!

Vor einigen Jahren erweiterte sich die 'Arbeitsgemeinschaft Leseranalyse' zur 'Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse' und stellte damit den Anspruch, eine, vielleicht sogar die Multi-Media-Analyse zu sein.

Eine Ortsbestimmung der MA muß sich auch damit auseinandersetzen, wieweit sie in der Zwischenzeit tatsächlich ein Instrument inter- und intramedialer Planung ist und welche Chancen und Risiken sich aus dem Konzept einer Multi-Media-Analyse ergeben.

- (1) Was ist, was kann eine Multi-Media-Analyse - was kann sie nicht?

Wie bei der 'Kompliziertheit' der MA ist es auch bei den Problemen um die Multi-Media-Analyse sinnvoll, die Frage zu klären, was man eigentlich damit meint.

Im Prinzip etwas ganz einfaches: eine Untersuchung, welche vergleichende und/oder vergleichbare Daten zu verschiedenen Medien anbietet.

Die methodisch-technischen Voraussetzungen begrenzen in vielem die Möglichkeiten einer Multi-Media-Analyse und schließen eine 'All-Media-Analyse' praktisch aus.

Die Schwierigkeit liegt nun darin, ob eine solche Analyse die verschiedenen Medien 'vergleichend' oder 'vergleichbar' ausweist.

Das wiederum hängt ab von methodischen Problemen, aber auch von den Konventionen, den Maßstäben, auf die man sich einigt, wenn unterschiedliche Medien in einer solchen Analyse behandelt werden.

Die MA ist ohne Zweifel eine echte Multi-Media-Analyse und sie weist auch alle erfaßten Medien in der gleichen 'Währung', nämlich in Nutzungswahrscheinlichkeiten aus.

Sie schließt aber die Bewertung der Medien als Werbeträger, die Bewertung der 'Wirkung' der Werbemittel in diesen Werbeträgern aus.

Sie sagt nichts darüber aus, welche Flächeneinheiten bei den Zeitungen und Zeitschriften etwa gleichzusetzen sind einer Zeiteinheit bei Fernsehen und Hörfunk.

Und sie benutzt zwar für alle Medien die gleiche 'Währung' für die Verrechnung im Computer, aber schon die Definition der Zeiteinheiten, für die bei den elektronischen Medien Nutzungswahrscheinlichkeiten ausgewiesen werden, beinhaltet eine relative Bewertung gegenüber dem 'Leser pro Ausgabe' bei den gedruckten Medien.

Daher setzt die Nutzung der MA als Multi-Media-Analyse Fachwissen und Sensibilität für die Bewertung der einzelnen Medien voraus.

Andererseits ist es wohl sinnvoll, die Anforderungen an Präzision, Umfang, Ausweisungsform, Maßeinheiten usw. von Multi-Media-Analysen danach zu richten, ob sie den Forderungen der Praxis der Streuplanung genügen, nicht, ob sie die 'Wirklichkeit' voll reproduzieren!

## (2) Die Notwendigkeit der systematischen Problemdiskussion

Stärker noch als bei der 'Kompliziertheit' der MA werden bei den Diskussionen um das Für und Wider der Multi-Media-Analyse, bei den jeweiligen Forderungen der einzelnen Medien an diese Analyse, bei taktischen und finanziellen Überlegungen die Ebenen durcheinander gebracht.

Es ist notwendig, für eine erfolgreiche Diskussion eine gewisse Systematik zu erreichen.

Im Prinzip geht es um vier Medien bzw. Medien-Gruppen und zwar

- Publikumszeitschriften,
- Tageszeitungen,
- Fernsehen,
- Hörfunk.

Wie Kino-Werbung und die eventuelle Einbeziehung des Plakatanschlags kann man vielleicht im Augenblick etwas vernachlässigen - so interessant diese Medien auch für spezielle Probleme sein mögen.

Für jedes dieser Medien bzw. Medien-Gruppen können Probleme auf unterschiedlichen Ebenen auftauchen, nämlich:

- methodisch-technische Probleme in der Erhebung oder Verarbeitung der Daten;
- Probleme der Definition der Belegungs- oder Zeiteinheiten, Probleme intermedialer Bewertung;
- Kosten- und Finanzierungsprobleme;
- Probleme der Planungsrelevanz der erhobenen oder ausgewiesenen Daten;
- taktische Probleme bezüglich Mitgliedern der AG.MA, Nicht-Mitgliedern, Verbänden usw.

Bringt man dann diese beiden Dimensionen, nämlich die Medien und ihre Problem-Ebenen in eine 'Matrix', so ergeben sich insgesamt 20 Felder, in denen im einzelnen zu prüfen wäre, wie es zur Zeit dort steht.

Dies ist eine recht umfangreiche Arbeit, die nicht Gegenstand dieses ersten kurzen Abrisses sein kann und auch nicht sein soll.

Man wird dies auch nicht ohne intensiveren Kontakt mit den Medien tun können, um deren Probleme es dann geht.

## (3) Exemplarisches Beispiel: die Tageszeitungen in der MA

Ohne sich schon der eben aufgeführten Systematik zu fügen, soll aber am Beispiel der Tageszeitungen in einigen Punkten angedeutet werden, um was es in solchen Diskussionen gehen wird.

In der LA und MA werden die Tageszeitungen seit langem erhoben. Ausgewiesen wurde ursprünglich nur ein Gattungswert für Tageszeitungen insgesamt, später auch Aufgliederungen für einzelne Gattungen, z.B. Kaufzeitungen.

Dies waren Erhebungen und Ausweisungen der LA bzw. MA in eigener Sache.

Der Ausweis der Gruppe 'Mitgliedszeitungen der Arbeitsgemeinschaft REGIONALPRESSE' seit einigen Jahren, war bereits mit

Absprachen und finanziellen Zuschüssen der beteiligten Medien-Gruppe verbunden.

Die BILD-Zeitung kaufte einige Jahre die Daten aus der LA und ist inzwischen Mitglied der AG.MA geworden.

Bis zu diesem Stand der Dinge genügte der methodische Ansatz der MA, um die gewünschten Informationen zu liefern. Sowohl die Gattungswerte für Tageszeitungen insgesamt oder bestimmter Untergruppen, wie auch die Leserschaftsdaten für die BILD-Zeitung ließen sich mit dem traditionellen Erhebungsmodell und der gewohnten Stichprobengröße und -technik erheben.

Seit kurzem bemüht sich die AG.MA, einzelne große regionale Tageszeitungen als Mitglied zu gewinnen.

Dazu wurde unter anderem die Stichprobe der MA wesentlich verbessert und experimentelle Zählungen angestellt, um die Aussagekraft des Materials für lesanalytische Daten großer regionaler Tageszeitungen zu überprüfen.

Inzwischen ist auch die erste regionale Tageszeitung, die BRAUNSCHWEIGER ZEITUNG, Mitglied der AG.MA geworden.

Andererseits haben die Auszählexperimente gezeigt, daß es einige Titel gibt, bei denen schwerwiegendere methodische Probleme erkennbar sind.

Die Zusammenarbeit mit der REGIONALPRESSE wurde nicht ohne Friktionen beendet. Das Risiko ist nicht auszuschließen, daß sich Augenblickserfolge der MA im Bereich der Tageszeitungen als Phyrus-Siege erweisen, zum Beispiel wenn die Reichweiten einzelner regionaler Titel von MA zu MA innerhalb ihres Verbreitungsgebietes zu stark schwanken.

Die methodischen Vorleistungen der AG.MA für die Tageszeitungen sind in der Zwischenzeit beachtlich und es läßt sich absehen, daß man in den nächsten Jahren noch mehr tun muß, um in diesem Bereich sicheren Boden unter den Füßen zu bekommen.

Auf mittelfristige Sicht wird man wohl Systeme entwickeln müssen, in denen Vertriebszahlen in die empirisch ermittel-

ten Daten integriert werden - also spezielle Modelle für die Planungen mit Tageszeitungen.

Dies wiederum wird nicht ohne gemeinsame Aktionen mit den Verbänden, insbesondere der REGIONALPRESSE, zu realisieren sein.

Das ist eine taktische Frage im Außenaspekt. Innerhalb der AG.MA ergibt sich aber die Frage, wie es denn mit den Kosten steht, welche die AG.MA für die Tageszeitungen aufgewendet hat und wohl auch noch weiter aufwenden wird.

Die bisherigen Mitglieder werden kaum bereit sein, auf die Dauer Investitionen über ein bestimmtes Maß hinaus zu tolerieren - es sei denn, die Wahrscheinlichkeit ist groß, daß sie später durch zahlreiche neue Mitglieder aus dem Kreise der regionalen Tageszeitungen wieder eingespielt werden können.

Und die Frage nach dem Ausmaße, in dem man bereit ist, auf Kosten der Arbeitsgemeinschaft Grundlagenforschung für die Probleme der Tageszeitungen zu betreiben, ist wiederum abhängig davon, was man für notwendig hält zu erheben und auszuweisen, um die MA als Instrument intermedialer Planung wettbewerbsfähig zu halten.

Und damit ist man wieder bei dem Grundsatzproblem, genau definieren zu müssen, was man denn eigentlich von einer 'Multi-Media-Analyse' erwartet!

#### (4) Die Bedeutung der Bereitschaft, die MA als Instrument intermedialer Planung zu nutzen

Die Bewertung der MA als ein Instrument inter- und intramedialer Planung wird immer subjektiv sein.

Man kann sich auf den Standpunkt stellen, daß man mit den derzeit vorhandenen Material Hörfunk und Fernsehen planen kann und auch viele intermediale Probleme zu lösen sind.

Man kann auch die Meinung vertreten, daß die MA intermedial nicht viel hergibt und man die elektronischen Medien mit der MA garnicht planen kann.

Auch hier wäre es sicher sinnvoll, den Maßstab der Streuplanungsrelevanz ein-

zuführen. Denn die Frage, ob die MA besser oder schlechter ist als etwa die Funkmedien-Analyse oder spezielle Untersuchungen zum Fernsehverhalten, ist nur dann von Bedeutung, wenn man mit anderen Quellen als der MA zu wesentlich anderen Streuplanungs-Entscheidungen käme.

Manche Beobachtungen deuten aber darauf hin, daß dies selten überprüft wurde und man ist sich nicht sicher, wie weit die Markenfirmen und Agenturen bereit sind, die MA als Instrument intermedialer Planung zu nutzen und auch die MA als ein solches Instrument im Märkte durchzusetzen.

Ob das ein Problem mangelnden Vertrauens in die MA, mangelnden Selbstvertrauens oder mangelnden Mutes ist, läßt sich kaum entscheiden.

Vielleicht steht dem auch das Gefühl entgegen, daß ein 'pluralistisches' Angebot an Analysen über die verschiedenen Medien besser sei als ein 'monopolistisches', vielleicht spielt auch Politik gegenüber den Funkanstalten eine Rolle, oder Anderes.

Aber man sollte sich im klaren darüber sein, daß die Durchsetzung der MA als Instrument inter- und intramedialer Planung, als 'Multi-Media-Analyse' nicht nur in die Abteilung 'Methodik', sondern auch, vielleicht sogar stärker, in die Abteilung 'Taktik' gehört. Und zum Letzteren gehört auch, die 'normative Kraft des Faktischen' auszunutzen!

Die AG.MA ist ein Verein mit seinen verschiedenen Organen und die Geschichte der AC.LA wieder AG.MA ist auch gekennzeichnet von strukturellen und 'klimatischen' Veränderungen dieser Organe und ihres Zusammenarbeitens, von Strukturproblemen und gelegentlich auch Strukturkrisen.

Eine Bestandsaufnahme der Probleme der AG.MA sollte sich auch mit diesem Bereich beschäftigen.

Daß nachfolgend Einiges sehr klar ausgesprochen wird, möge man tolerieren - es dient vielleicht der Sache!

#### (1) Arbeitsausschuß

Der Arbeitsausschuß hat inzwischen eine Teilnehmerzahl erreicht, welche gelegentlich zu wesentlichen Funktionsstörungen führt. Der Kreis ist zu groß, um die Probleme noch wirklich intensiv durchzudiskutieren. Der Anteil der 'Mithörer', aber nicht 'Mitdenker' überwiegt zeitweilig; das Engagement an den diskutierten Problemen hält sich sehr oft in Grenzen.

Zudem scheint der Ausbau der LA zur MA, der 'Zeitschriften-Leseranalyse' zur 'Multi-Media-Analyse' das Proporz- bis Block- bis Blockierungsdenken eher gefördert zu haben.

Die Bereitschaft der Mitglieder des Arbeitsausschusses, sich wirklich intensiv mit den diskutierten Problemen auseinanderzusetzen, ist nicht besonders groß. Dazu gehört auch, daß die Möglichkeiten der Information nicht voll genutzt werden.

Weder 'Auftritte' von Mitgliedern der Technischen Kommission im Arbeitsausschuß, noch die fachlichen Referate des marktfor-scherischen Geschäftsführers, noch die mehrfache Erwähnung in den Sitzungsprotokollen sichern, daß Informationen über methodische Probleme, über Veränderungen in den Ergebnisstrukturen u.ä. tatsächlich 'penetriert' werden.



Dies ist wohl auch darin begründet, daß es, ähnlich wie bei der Berichterstattung, auch hier Probleme der Präsentation gibt und sich die Experten besser darauf einstellen müssen, daß die Mitglieder des Arbeitsausschusses auch noch einen Nebenberuf haben.

Aber Letztere wiederum sollten eigentlich nicht den Weg gehen, 'komplizierte' Dinge schnell dadurch zu erledigen, daß sie sie einfach nicht verstehen!

Nach dem Erscheinen der MA 74 ergaben sich einige Probleme, aufgrund deren der Arbeitsausschuß manche Verbesserungen in der Informationstechnik beschlossen hat.

Ob diese Verbesserungen genügen werden, dem Arbeitsausschuß die fachliche Kompetenz zu geben, die er braucht, um politische Entscheidungen richtig zu fällen, muß man abwarten.

Hypothese: sie genügen nicht!

## (2) Technische Kommission

Die TK wurde in einer Krisensituation der MA gegründet und satzungsmäßig verankert. Es zeigte sich, daß entscheidend die Arbeit der TK, das Engagement dieser relativ kleinen Gruppe von Forschern, mit dazu beitrug, diese Krise zu meistern. In der Zwischenzeit ist auch vieles in der TK Routine geworden.

Problematischer ist aber, daß auch die TK zu groß geworden ist. Eine Aufblähung, mit der parallel lief ein Verlust an marktforcherischer Kreativität.

Und in der TK spielen jetzt auch das Denken in Interessengruppen, Taktik oder zumindest Lobby-Techniken eine stärkere Rolle - daß dabei auch einige allzu politische Entscheidungen des Arbeitsausschusses oder einzelner Gruppen innerhalb der AG.MA die Entwicklungen mitbestimmt haben, sei am Rande vermerkt.

In der Zwischenzeit gibt es weitere Wünsche, Experten in die TK zu entsenden und es läßt sich jetzt schon absehen, daß bei gleichbleibenden Entwicklungstendenzen die TK über kurz oder lang funktionsunfähig sein wird.

Man wird nicht umhin kommen, daraus Konsequenzen zu ziehen und die TK wieder funktionsfähiger zu machen.

Dies bedingt wahrscheinlich wieder die Reduktion auf eine kleinere (und qualifiziertere) Kerngruppe, welche dann die Funktion der Steuerung von weiteren Expertengremien haben könnte.

Dann muß man sich allerdings von dem Proporzdenken verabschieden. Aber man sollte auch nicht vergessen, daß die Satzung der AG.MA von der TK Einstimmigkeit bei ihren Empfehlungen verlangt und jeder, der sich in einer Dissonanz zur Mehrheit befindet, seine abweichende Meinung vor dem Arbeitsausschuß vertreten muß.

Böse Zungen behaupten gelegentlich, daß eigentlich alles, was bei der AG.MA an Wesentlichem geschehe, von der TK bestimmt werde.

Aber die notwendige Balance von Politik und Forschung leidet darunter - was auf die Dauer weder der Forschung, noch der Politik gut bekommt. Man müßte das wohl besser austarieren!

## (3) Das Problem methodisch-taktischer 'Grenzzwischenfälle'

Der Arbeitsausschuß ist ein Gremium welches vor allem 'politische' Entscheidungen zu fällen hat. Dies nach Kenntnisnahme und Gewichtung der methodischen Probleme und Möglichkeiten.

In diesem Zusammenhang ist eine Beobachtung interessant, die vielleicht eine 'Klimaverschiebung' im Arbeitsausschuß und auch anderen Organen der AG.MA charakterisiert: es nehmen die Fälle zu, in denen die methodischen Probleme der Sack sind, den man bzw. um den man sich schlägt, während die Wettbewerbsprobleme der Esel sind, den man meint.

'Methodische' Diskussionsbeiträge dieser Art kommen in der Zwischenzeit von fast allen Mediengruppen in der AG.MA und eine weitere Eskalation könnte doch bedenkliche Konsequenzen haben.

Zwar sind solche Probleme in der Geschichte der AG.LA bzw. AG.HA nicht neu - es

sei nur an die Auseinandersetzungen über das Thema 'LPA und K 1' erinnert - aber der Stil, in dem sie behandelt werden, hat sich verändert.

(4) Spezialistenkonferenz und Mitgliederversammlung

Eine Veränderung der Struktur der Technischen Kommission im oben genannten Sinne, würde die Spezialistenkonferenz mehr bis minder überflüssig machen.

Sie hat ja auch jetzt nur noch eine Art 'Blinddarmfunktion'. Die repräsentativen Veranstaltungen zur Information interessierter Spezialisten lohnen, wenn man es einmal nach Aufwand und Ertrag durchkalkuliert, kaum das Geld, welches insgesamt von der AG.MA und von den Leuten investiert wird, die ihre Spezialisten dorthin entsenden.

Zudem überschneidet sich der Teilnehmerkreis der Spezialistenkonferenz doch recht stark mit der Mitgliederversammlung.

Bei Letzterer wurde in den vergangenen Jahren beklagt, daß sie zu ruhig abliefe. Maßstab hierfür geben wahrscheinlich die Mitgliederversammlungen, die im Zeichen von Krisen oder organisatorischen Veränderungen standen; Mitgliederversammlungen in denen über das optimale Befragungsmodell der MA, die Konfrontation mit der INMA u.ä. heiß diskutiert wurde.

Im Arbeitsausschuß wurde mehrmals über Vorschläge nachgedacht, wie man die Mitgliederversammlung beleben könne. Und dieses Nachdenken ist noch nicht abgeschlossen.

Natürlich ist die Mitgliederversammlung auch deshalb in der Zwischenzeit etwas langweiliger geworden, weil die Methodendiskussion zur Zeit eher im Hintergrund steht, und vielleicht auch, weil es keine Wahlen im früheren Stile mehr gibt und damit ganz einfach ein Spannungsmoment wegfällt.

Vielleicht könnte eine Konsequenz aus dieser Situation sein, gewissermaßen die Spezialistenkonferenz und die Mitgliederversammlung zu koppeln: dem fachlichen Teil würde die Abwicklung der Vereinsangelegenheiten folgen.

Die Chance und die Notwendigkeit, die Mitgliederversammlung durch Stoffe der MA zu beleben, durch fachliche Themen, ist vielleicht größer als durch spektakuläre, aber den Problemen der MA zu fern stehende Referate von Außenseitern.

Vorbedingung wäre allerdings, daß die fachlichen Themen auf der Mitgliederversammlung klar und attraktiv, also 'publikumswirksam' präsentiert werden - die Wendt'sche Jubiläumsrede auf der letzten Mitgliederversammlung weist dazu schon Wege.

Die Spezialistenkonferenz würde unabhängig von der Mitgliederversammlung nur dann einberufen, wenn wirklich aktuelle methodische Probleme anstehen und die Chance besteht, daß man in der Beratung mit den Spezialisten etwas Neues erfahren kann.

Wir haben uns angewöhnt, bei der MA vom 'Befragungsmodell', 'Stichprobenmodell', 'Verrechnungsmodell' usw. zu sprechen.

Damit wird zum Ausdruck gebracht, daß die forschersichen Prinzipien, denen die MA folgt, einen hohen Grad an Präzision und Abstraktion voraussetzen. Dazu verlangt die MA jeweils die empirische Absicherung solcher Modelle, wo dies möglich ist.

Für die Grundsatzdiskussion über die Probleme der AG.MA ist es sinnvoll, auch über die Bedeutung dieser Modellvorstellungen nachzudenken.

(1) Das Modell der MA läßt nur 'Grundsatzentscheidungen' zu

Der Arbeitsausschuß hat in den letzten Jahren einige Entscheidungen gefällt über die Handhabung methodischer Probleme, die aus aktuellen, taktischen, Termin-, Beschwichtigungs- und anderen Gründen notwendig erschienen.

Es zeigte sich dann aber später, daß man mit solchen Beschlüssen Grundsatzentscheidungen vorwegnahm und u.U. auch gezwungen sein würde, solche Beschlüsse wieder rückgängig zu machen, wenn sie grundsätzlichen Prinzipien des Modelldenkens bei der MA widersprechen.

(Ein Beispiel hierfür sind die Entscheidungen über die Behandlung von Zeitschriftenleserschaften außerhalb der 'theoretisch' möglichen Verbreitungsgebiete.)

Die AG.MA und ihre Gremien, insbesondere der Arbeitsausschuß und die Technische Kommission, werden immer wieder Entscheidungen zu fällen haben, die grundsätzlich das 'Modell' der MA betreffen.

Es wäre sicher notwendig, nach Wegen zu suchen, wie man das Risiko solcher Entscheidungen besser und rechtzeitig erkennen kann.

(2) Exemplarisches Beispiel: Entscheidungen über Zeitungsprobleme und die Folgen

Ein aktuelles Beispiel für die möglichen Auswirkungen methodischer und technischer Entscheidungen auf das Modell der MA stellen einige Überlegungen dar, die zur Zeit in Bezug auf die Erhebung und Ausweisung von Tageszeitungen diskutiert werden.

Eine Entscheidung etwa darüber, regionale Tageszeitungen innerhalb definierter Verbreitungsgebiete auszuweisen, ist nicht ohne Konsequenz auf andere Medien, die auch regionale Schwerpunkte haben, zum Beispiel die ARD Hörfunk- und Fernsehprogramme; Erhebungs- wie Ausweisungsrichtlinien, die man jetzt für die Tageszeitungen aufstellt, müssen Maßstäbe auch für andere Medien setzen.

(Vielleicht zeigt dieser Hinweis auch, daß es durchaus sinnvoll ist, Geduld gegenüber den Bemühungen des Unterausschusses zu haben, welcher sich mit den Problemen der Erhebungs- und Ausweisungsrichtlinien in der MA beschäftigen soll!)

Auch eine den regionalen Tageszeitungen eingeräumte Möglichkeit, durch die Zusammenfassung mehrerer MA's zu Leseranalysen auf Basis größerer Fallzahlen zu kommen, müßte logischerweise auch kleineren Publikumszeitschriften gestattet sein, die ja zum Teil auf der Basis des LPA noch geringere Fallzahlen haben können.

Ähnlich ist es bezüglich der Überlegungen, bei Tageszeitungen zu Systemen überzugehen, in denen die empirisch erhobenen Daten aus repräsentativen Erhebungen gestützt und korrigiert werden durch Auflagenzahlen aus Verbreitungsanalysen. Dieser Weg kann sinnvoll sein, um zu brauchbaren titelbezogenen Daten für möglichst viele Tageszeitungen zu kommen.

Aber vom Modell her gesehen ist dieser Ansatz auch anwendbar auf bestimmte Gruppen von oder auf alle Publikumszeitschriften.

Entscheidungen, die heute bezüglich der Tageszeitungen gefällt werden, haben also Konsequenzen, die man in vielem erst später daraufhin beurteilen kann, zu

welchen Konsequenzen sie bei den anderen Medien zwingen können.

Das sollte wiederum die Neigung verstärken, auch wenn aktuell die 'Abteilung Taktik' im Vordergrund steht, die Grundsatzprobleme des 'Modells' nicht zu vernachlässigen!

(3) Darf man das Datenmaterial der MA 'manipulieren'?

Die Technische Kommission hat mehrfach unterschieden den Standpunkt vertreten, daß keinerlei 'Manipulationen' am empirisch erbobenen Material zulässig sein sollen, soweit sie die Auskünfte der Befragten über ihre Mediennutzung betreffen.

Nun ist schon der Begriff 'Manipulation' etwas unklar und einige Leute sind sogar der Meinung, daß selbst die Eichung der Frequenz-Angaben an der Nutzung im Erscheinungs-Intervall eine Art Manipulation darstelle.

Also ist es zum Teil Sache der Konvention, was man als erlaubte und was als unerlaubte Manipulation ansieht.

Der Begriff 'Manipulation' müßte theoretisch wertfrei sein, denn er bezeichnet nur technische Eingriffe in den Datenbestand.

Nach der derzeitigen Lehrmeinung gilt es aber als Manipulation im negativen Sinne, wenn man im Datensatz einen Nutzungsvorgang eines Mediums löscht, der zumindest theoretisch nicht vorkommen könnte: etwa der vielzitierte Hörer des Bayerischen Werbefunks in Schleswig-Holstein.

Den kann es einerseits tatsächlich geben, zum Beispiel wenn der Befragte zwei oder drei Tage vor dem Interview seine Verwandtschaft in München besuchte. Es kann aber auch ein Irrtum des Befragten, eine falsche Eintragung des Interviewers, oder ein Lochfehler sein.

Die MA schließt keine der aufgeführten Irrtumsmöglichkeiten aus.

Aber sie hat auch kein Kriterium, festzustellen, ob im konkreten Fall es sich um eine echte oder um eine falsche Information handelt.

Also verfährt sie nach einem Grundsatz, der bereits lange vor dem Bestehen der AG.MA aufgestellt wurde: 'in dubio pro reo' und sie glaubt dem Befragten in jedem Falle.

Nun betreffen aber solche Phänomene meist Sachverhalte, die garnicht streuplanungsrelevant sind.

Kein Planer käme auf die Idee bei einer Kampagne in Bayern zu prüfen, ob er durch den Bayerischen Werbefunk seine Reichweite in Schleswig-Holstein erhöhen kann, oder bei einem Streuplan, der sich auf Norddeutschland konzentriert, auch noch Rücksicht auf die dort auftauchenden Hörer des Bayerischen Rundfunks zu nehmen.

Der Planer nimmt also in der Handhabung des Datenmaterials die 'Manipulationen' vor, welche die AG.MA zur Zeit aus gutem Grund nicht realisieren will.

Trotzdem sollte man die Diskussion noch einmal aufnehmen - und man wird sie mit Sicherheit aufnehmen müssen, wenn einige der später aufgeführten Zukunftsaspekte der MA realisiert würden - ob nicht normierende Manipulationen, die streuplanungsrelevant oder gar -erforderlich erscheinen, erlaubt oder gar notwendig sind.

Aber bei allen Entscheidungen in dieser Richtung muß man sich wohl auch bewußt sein, daß schon die erste davon die Modellvorstellungen der MA grundsätzlich verändert!

Im Arbeitsausschuß wurde des Öfteren die Frage diskutiert, wie gut oder wie schlecht, wie wirksam oder wie unwirksam die Öffentlichkeitsarbeit der AG.MA sei.

Man war sich im Prinzip einig darüber, daß es hier viel zu verbessern gäbe und es notwendig sei, gezielter PR für die MA zu betreiben.

Alles was die AG.MA tut ist mehr bis minder öffentlich und hat damit auch unmittelbare Folgen für ihr Ansehen in der Öffentlichkeit.

Insofern stellen eine Reihe der bisher aufgelisteten Punkte auch schon Probleme für die PR-Bemühungen der AG.MA dar.

Aktuell wird im Arbeitsausschuß die Frage erörtert, in welcher Form man eine Art Informationsdienst der AG.MA in eigener Sache herausbringen könne.

Diese Überlegung ergab sich nicht zuletzt aus der schon erwähnten Tatsache, daß selbst die Mitglieder der AG.MA wenig geneigt sind, die Protokolle des Arbeitsausschusses so genau durchzulesen, daß sie einigermaßen darüber informiert sind, was sich denn so bei der AG.MA tut.

Nun ist es durchaus sinnvoll, darüber nachzudenken, ob man einen solchen Informationsdienst herausgeben solle.

Aber dem vorausgehen sollte vielleicht noch eine grundsätzliche Diskussion über PR und PR-Politik der AG.MA.

Festzulegen wären dabei:

- Ziele,
- Formen,
- Wirksamkeit,

möglicher PR-Maßnahmen. Es ist wohl nicht damit getan zu beschließen, daß ein solcher Informationsdienst gemacht werden soll. Darüber hinaus ist es notwendig, sich genau zu überlegen, was man mit einem solchen Dienst erreichen will und kann und wie er sinnvoll in alles das integriert werden kann, was die AG.MA in der Öffentlichkeit tut.

Und selbst wenn es mit höheren Kosten verbunden sein sollte als bisher kalkuliert: PR für die AG.MA sollte professionell betrieben werden!

Zum Thema PR gehört übrigens auch das Verhältnis der MA zu anderen Media-Untersuchungen und zu den quantitativen und qualitativen Analysen, die von Werbeträgern angestellt werden.

Es sollte versucht werden, das Verhältnis zu konkurrierenden und ergänzenden Analysen zu verbessern und zu festigen.

Eine wichtige und erfolgreiche PR-Aktion in dieser Richtung war vor einigen Jahren das Engagement der AG.MA, welches zur sogenannten ADH-Stichprobe führte.

Darüber hinaus wäre es aber vielleicht möglich, seitens der MA allgemeine Leitlinien für die Stichproben-Erstellung, für Justierungstechniken, usw. zur Verfügung zu stellen - bis hin zu dem Angebot eines individuellen Beratungsservices für alle Institutionen, Institute u.a. die daran interessiert sind, methodisch 'Anschluß' an die MA zu finden.

Bemühungen in dieser Richtung wären schon Teil einer PR-Konzeption der AG.MA; vielleicht sogar ein besonders wirksamer Teil!

Abschließend werden einige Überlegungen aufgeführt, welche Zukunftsaspekte der AG.MA betreffen. Sie konzentrieren sich im Prinzip auf zwei wesentliche Kernpunkte und können die systematische Beschäftigung mit diesem Thema nicht ersetzen sondern nur anregen.

(1) Aktuelle Probleme der AG.MA

Aus einem aktuellen Grunde ist es zur Zeit gar nicht so einfach, Zukunftsperspektiven der AG.MA zu diskutieren und noch weniger einfach, aus solchen Diskussionen Konsequenzen zu ziehen:

Die allgemeine Wirtschaftssituation und insbesondere der Kostendruck, dem sich eine Reihe von Werbeträgern gegenübersehen, welche die AG.MA zu einem hohen Anteil mit finanzieren, führen eher dazu, daß man nach Möglichkeiten fragt, etwas einzusparen und kaum bereit ist, einen expansiven Kurs zu unterstützen.

Man wird wohl auch kurzfristig darüber reden müssen, welche Möglichkeiten es gibt, Geld einzusparen. Zum Beispiel durch Kostenminderungen bei Menge und Qualität der Berichtsbände, durch Einsparungen bei Forschungsvorhaben u.a.

Es ist sogar fraglich, ob zur Zeit anstehende Grundlagenforschungsprojekte für die Tageszeitungen und die elektronischen Medien finanzierbar sind.

Die derzeitige Situation kann für die AG.MA Gefahr und Chance bedeuten. Daher ist vielleicht gerade jetzt auch eine Selbstbesinnung und Standortbestimmung bis -Korrektur notwendig.

Gefahren liegen darin, daß man nicht mehr bereit ist, zusätzliches Geld in die AG.MA zu investieren und vielleicht sogar fordert, Abstriche vorzunehmen.

Dies würde aber auch bedeuten, daß die Vorrangstellung der MA unter den Media-Analysen in Frage gestellt würde.

Eine Chance liegt aber auch darin, daß vielleicht gerade jetzt die MA sich stärker von ihren Mitbewerbern absetzen kann, daß es wieder eine Konzentration auf die MA hin gibt.

Man wird sicher diese kurzfristigen Sorgen der AG.MA diskutieren und lösen müssen, aber die langfristigen Probleme sollte man darüber nicht vergessen.

(2) Der Übergang von der 'Single-Source-Untersuchung' zum 'Modul-System'

Das Interview der MA umfaßt sehr viele Informationen. Es ist lang und nach Ansicht vieler Experten zu lang. Es läßt sich schon jetzt absehen, daß in den kommenden Jahren die Fülle der Informationen, die erhoben werden sollen, eher zunehmen wird als abnehmen.

Damit läßt sich auch schon abschätzen, daß über kurz oder lang die technische Kapazität des Fragebogens ausgeschöpft ist und man nach neuen Wegen suchen muß, die MA funktionsfähig zu halten.

Einer der Gründe, warum das MA-Interview in der Zwischenzeit fast überfrachtet ist, liegt darin, daß man dem Ideal einer 'Single-Source-Untersuchung' nachging, das heißt versuchte, alle Informationen zu allen Medien in einer einzigen Untersuchung zu erfassen.

Das ist im Prinzip richtig. Aber die Frage ist, in welchem Ausmaße tatsächlich alle Informationen zu den Medien in einer Untersuchung zusammengefaßt werden müssen.

Dagegen sprechen nicht nur die Überfrachtung des Interviews, sondern auch eine Reihe von anderen methodischen und organisatorischen Überlegungen.

Zum Beispiel kann man die speziellen Probleme einzelner Medien besser angehen, wenn man sich in bezug auf Befragungstechnik, Stichprobenaufbau, usw. nicht dem Zwang der konfektionierten 'Multi-Media-Analyse' aussetzt.

Zeit Jahren gibt es in der AG.MA zwei Diskussions-Dauerthemen, die bereits in Richtung solcher Überlegungen gehen.

Zum einen das Thema 'Fusion' und zum anderen die Frage, ob es nicht notwendig sei,

die AG.MA in ein anderes Organisationsprinzip zu überführen, welches mit dem Stichwort 'Säulentempel-Organisation' umrissen wurde.

Gemeinsam ist den methodischen wie den organisatorischen Überlegungen, daß es möglich sein müßte, für die AG.MA ein System zu finden, bei welchem eine zentrale Untersuchung im Mittelpunkt ergänzt und gestützt wird von speziellen Untersuchungen um diesen Mittelpunkt herum.

Insofern wäre es besser von einem 'Satelliten-Prinzip' zu reden und ein 'Modul-System als Instrument inter- und intramedialer Planung zu propagieren.

Das bedeutete konkret, daß das derzeitige Interview der MA konzentriert werden sollte auf die Ermittlung notwendigster Grundfeststellungen für alle in der AG.MA zusammengeschlossenen Medien, an die sich dann nach dem Satelliten-Prinzip zusätzliche spezielle Untersuchungen für die einzelnen Medien anschließen könnten.

Daß eine solche methodische Konzeption auch organisatorische und Kosten-Konsequenzen haben würde, ist wohl offensichtlich.

Zu prüfen wäre auch, ob die Wirtschaftlichkeit solcher Konzeptionen tatsächlich gegeben ist. Ob es sich also lohnt, die AG.MA methodisch wie organisatorisch in diese Richtung hin umzufunktionieren. (Zum Beispiel böte das Satelliten-System neue und einfachere Formen der Finanzierung von Forschung und Grundlagenforschung!)

Kriterium sollte auch hier die Planungsrelevanz sein: ob man mit veränderten Systemen und erhöhtem Aufwand an Mitteln zu besseren Streuplanungsentscheidungen kommt als bisher.

Eins muß man aber bedenken: wenn man etwa die MA 1980 auf ein solches System umstellen möchte, dann ist es heute höchste Zeit, mit den Planungen dafür zu beginnen!

(3) Steuert die 'AG.Media-Analyse' auf eine 'AG.Marketing-Analyse' zu?

Die Untersuchungen der AG.MA beschränkten sich bisher auf die 'einfache' Ermittlung

der Nutzungswahrscheinlichkeiten für die verschiedenen Medien, einige Zusatzinformationen und eine recht ausführliche 'Statistik'.

Nicht zum Informationsangebot der AG.MA gehören Ergebnisse über 'Werbewirkung' oder 'Werbemittel-Kontakte', nicht dazu gehören Zahlen über Besitz und Verbrauch, 'Konsumdaten'.

Im Wettbewerb mit anderen Media-Analysen in der Bundesrepublik liegt eines der Handicaps der MA darin, daß sie nur sehr wenige zusätzliche Informationen zur Beschreibung von Zielgruppen liefert.

Es gibt eben keine Daten über Besitz und Verbrauch, wie sie die AWA überrreich anbietet, es wird nicht versucht, die demographischen Daten durch psychologische Beschreibungen der Zielgruppen zu ergänzen.

Dafür gibt es bei der AG.MA einige gute Gründe:

Was den ganzen Bereich der 'Psychologie' anbelangt, so hat sich die MA schon des öfteren damit beschäftigt.

Man ist zu keiner endgültigen Lösung gekommen. Weniger aus methodischem Unvermögen, sondern mehr aufgrund der Tatsache, daß die Ansprüche an die methodische Präzision und Qualität solcher Instrumente bei der AG.MA höher sind als bei anderen Untersuchungen; die Notwendigkeit, daß alle Mitglieder der AG.MA solche Instrumente akzeptieren müssen, die Einigung über die optimale Form nicht leichter machen und schließlich, daß eine mögliche optimale Form dann im MA-Interview nicht unterzubringen wäre.

Auch die Aufnahme von Konsumdaten in die MA wurde seit Jahren diskutiert. In Erinnerung ist vielleicht noch die Phase der 'Tubenseif- und Kleiderwendemaschine-Periode', in der man versuchte, die Merkmale der Besitzes und Verbrauches in die MA aufzunehmen, die man gerade als wichtig erachtete.

Die Praxis zeigte dann immer sehr schnell, daß weder Auswahl noch Ausführlichkeit der Daten über Besitz und Konsum den Wünschen der Praktiker gerecht werden konnten.

Nicht zuletzt durch den Eintritt der Markenfirmen in die AG.MA ist die Frage nach den Konsumdaten neu gestellt worden.

Der Arbeitsausschuß hat vor zwei Jahren entschieden, daß die MA in der derzeitigen Konstruktion keine Konsumdaten ausweisen kann.

Dies teils weil der Fragebogen die umfangreichen zusätzlichen Erhebungspunkte nicht aufnehmen konnte (- und andere Formen der 'Zuträger-Befragungen' nicht realisierbar erschienen -), teils weil es die organisatorische Konstruktion der AG.MA nicht möglich machte, über Produktgruppen hinweg auch die Marken-Informationen auszuweisen.

Und die Meinungen der Experten wie der Praktiker gingen dahin, daß Konsumdaten ohne Marken-Informationen für die Streuplanung verhältnismäßig wenig interessant seien und weitgehend durch Analogieschlüsse über die demographischen Strukturen ersetzt werden könnten.

Aber die Diskussion darüber ist offensichtlich noch nicht abgeschlossen und immer wieder wird die Frage gestellt, ob die MA (bzw. AG.MA) tatsächlich nicht mehr liefern kann oder will als rein mediaanalytische Daten.

Die konsequente Weiterentwicklung der AG.MA in eine solche Richtung würde aber bedeuten, daß sie sich eines Tages in eine 'Arbeitsgemeinschaft Marketing-Analyse' umbenennen müßte.

Das muß man wohl noch ausdiskutieren.

Eine solche Entwicklung setzt übrigens zwingend voraus, daß die oben erwähnte methodisch-organisatorische Wandlung von der 'Single-Source-Untersuchung' zum 'Satelliten'- bzw. 'Modul-System' vollzogen wurde.

Vielleicht sind auch solche Überlegungen im Augenblick noch zu sehr Zukunftsmusik.

Aber auch bei kurz- und mittelfristigen Entscheidungen der AG.MA sollte man langfristig diese Zukunft nicht ausschließen!

Der Versuch, für die Diskussion der aktuellen Probleme der AG.MA einige Stichworte zusammenzustellen, führte zu einem Schriftstück, welches umfangreicher wurde als geplant.

Dies ist nicht zuletzt darin bedingt, daß hier eine Reihe von Überlegungen noch ins 'Unreine' formuliert wurden und es notwendig ist, im weiteren Ablauf der Diskussion das Wichtige vom Unwichtigen zu trennen.

Wichtig ist aber noch eine Feststellung: in die AG.MA werden zur Zeit rund zwei und eine halbe Million investiert, um das Instrument zu erstellen und zu verwalten. Und man kann wohl annehmen, daß mindestens die gleiche, wenn nicht eine höhere Summe insgesamt bei den Mitgliedern der AG.MA investiert wird, um mit diesem Instrument Streuplanung zu betreiben. (Diese Schätzung schließt Service-Leistungen der Verlage und die Aufwendungen in Agenturen und Markenfirmen ein!)

Nimmt man diese Größenordnungen als Kriterium der Marktbedeutung der MA, so bestätigt sich auch darin, daß sie die Media-Analyse in der Bundesrepublik darstellt, bestätigt sich darin, daß die MA, selbst die 'komplizierte' und 'methodisch-stagnierende' MA das Vertrauen der werbungstreibenden Wirtschaft genießt.

Vielleicht gibt es sogar einen gefährlichen psychologischen Mechanismus: die AG.MA pflegt ihre Stärke in Krisenzeiten erfolgreich zu demonstrieren - daraus sollte man aber nicht unbedingt ableiten, daß eine Krise zu provozieren ist, um die AG.MA wieder stark oder noch stärker zu machen!

Vielleicht geht es am Ende um ein taktisches Problem: wenn die MA zur nicht mehr spektakulären Selbstverständlichkeit wurde, sollte man dann nicht - auf dieser doch recht soliden Basis fußend - eine 'zweite Stufe' zünden?



Fragt sich nur, wie, wann und mit welchen Mitteln?

Jede Veränderung, jede Strukturwandlung der AG.MA, sei es im methodischen, sei es im organisatorischen Bereich, ist mit Risiken verbunden.

Man wird solche Risiken in Kauf nehmen müssen.

Das Risiko von Fehlzündungen oder gar Rohrkreplern sollte man dabei aber möglichst ausschließen!

Stand und Entwicklungsrichtungen des MA-Satellitensystems der AG.MA

von Dr. Otmar Ernst

Auf der letzten außerordentlichen Mitgliederversammlung der Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse im September 1976 wurde ausgiebig über die Möglichkeiten und Formen diskutiert, Untersuchungen an die MA anzukoppeln oder anzupassen.

Seitdem haben sich Vorstand, Arbeitsausschuß und Technische Kommission der AG.MA weiter mit diesem vielschichtigen Fragenkomplex befaßt, zuletzt der Arbeitsausschuß auf seiner Sitzung vom 17. Mai 1977.

In den folgenden Ausführungen wird versucht, die Ergebnisse der bisherigen Überlegungen zusammenzufassen, Definitionen zu klären und mögliche Entwicklungsrichtungen aufzuzeigen.

Ausgangspunkt: ein daten-technisches System

Vielleicht war die Bezeichnung "Satellitensystem" ein wenig irreführend. Sie wird offensichtlich gelegentlich mißverstanden im Sinne einer mechanisch-konkreten Konstruktion und nicht als das, was sie ist: die vereinfachende, beispielhafte Beschreibung eines Datenverbundes, einer Expansion der Möglichkeiten, die MA in der Mediaplanung einzusetzen.

Der Ausgangspunkt der Überlegungen war es, Wege zu finden, wie man den von Jahr zu Jahr steigenden Wünschen nach Informationen aus der MA gerecht werden könnte - Wünschen, die nicht mehr im Rahmen eines Interviews erhebbbar wären.

Die Lösung lag in einem System unterschiedlicher Untersuchungen oder auch Datenbestände, welche für den Nutzer in einer "Datenbank" zusammengefaßt, die aktuellen und zukünftigen Informationsbedürfnisse befriedigen sollten.

Das ist eine daten-technische Konzeption, die sich - im Kern, wie in möglichen Satelliten - im Rahmen der Gemeinschafts-Analyse "MA" verwirklichen ließe.

Die Möglichkeit, "Satelliten" anzukoppeln, die nicht von der MA, sondern von ihren Mitgliedern "gestartet" würden, war in den ersten Überlegungen schon mit aufgezeigt, ebenso die Konstellation, daß die MA selbst ein "Satellit" im Rahmen firmen-interner Systeme werden könnte.

Praktische Notwendigkeit: die "einheitliche" Währung

Unabhängig von solchen Überlegungen gibt es schon längst das Bestreben, ergänzende Untersuchungen mit zusätzlichen Informationen zur MA in ihren Befunden über die Reichweiten der Medien soweit wie möglich mit denen der MA zu harmonisieren, im optimalen Falle, sie identisch zu halten.

Dieser Wunsch ergibt sich aus dem Wissen darüber, daß die von der MA erstellte Währung aufgrund ihrer methodischen Präzision als gültig anerkannt wird - aber auch aus dem Streben nach einem gewissen "Komfort" in der Media-Planung, nämlich immer nur mit den gleichen Reichweiten zu arbeiten, auch dann, wenn es um Untersuchungen zusätzlich zur MA geht.

Dies liegt auch im Interesse der Medien selbst, weil damit die methodische Diskussion darüber überflüssig wird, warum sich die Media-Informationen solcher Untersuchungen von denen der MA unterscheiden.

#### Bereits seit Jahren eingeführt: Verfahren der Annäherung

Weder diese Notwendigkeit, sich der MA anzunähern, noch die Wege dies zu tun, sind neu.

Das theoretisch Einfachste, nämlich die Media-Abfrage der MA und ihre Stichproben-Anlage voll zu übernehmen, läßt sich meistens nicht verwirklichen, weil dann kaum Platz für zusätzliche Informationen im Interview wäre und zudem selbst dann die Chance, zu den genau gleichen Reichweiten-Relationen wie in der MA zu kommen, recht gering ist.

Zu beklagen ist übrigens die Neigung, bei solchen Untersuchungen global zu sagen, daß man das "MA-Schema" bei der Medien-Abfrage übernommen habe, ohne präzise darauf zu verweisen, was davon tatsächlich übernommen und in welchen Einzelheiten davon abgewichen wurde. Denn gerade in solchen möglicherweise "kleinen" Abweichungen liegen oft Gründe für massive Verschiebungen in den Media-Relationen!

Bei der Anpassung werden durch entsprechende Verfahren in der zusätzlichen Untersuchung die Media-Daten genau, oder hinlänglich genau, auf die MA-Reichweiten transformiert, so daß man bei Zählungen mit den gleichen Relationen arbeitet wie bei der MA.

Eine solche Anpassung kann natürlich nur für die Titel vorgenommen werden, welche in einer solchen Untersuchung abgefragt wurden; im Normalfall sind dies wesentlich weniger als in der MA.

Bei der Fusion wird die zusätzliche Untersuchung unmittelbar mit dem Datensatz der MA verbunden; es gibt gewissermaßen eine "physische" Verschmelzung der Datensätze. Aus dem kombinierten Informationsbestand sind alle möglichen Beziehungen zwischen den MA-eigenen und den "fremden" Daten abrufbar.

Bereits seit Jahren gibt es für solche Fusionen eine Anmeldepflicht und von der MA gesetzte methodische Voraussetzungen, die erfüllt sein müssen, um sich in dieser Form mit der MA zu verbinden. Dies, ehe man überhaupt das Konzept eines "Satelliten"-Prinzips diskutierte.

#### Das aktuelle Problem: Positionierung von Untersuchungen im MA-Satellitensystem

Das primär aus den Bedürfnissen der AG.MA entwickelte Konzept des Satellitensystems muß, schneller vielleicht als absehbar, Regelungen schaffen, wie es mit Untersuchungen von Mitgliedern steht, welche in die MA fusioniert oder an sie angepaßt werden und damit den Anspruch stellen, Teil des "Systems" zu sein.

Natürlich kann man die MA nicht in die Verantwortung ziehen für das, was in solchen zusätzlichen Untersuchungen, jenseits der Media-Informationen, methodisch oder in der Qualität spezifischer Informationen angeboten wird.

Aber die MA muß ihre Mitglieder in die Verantwortung ziehen, wenn diese den Anspruch stellen, mit ihren Untersuchungen die Funktion von Satelliten gegenüber der MA zu erfüllen.

Der Arbeitsausschuß hat auf seiner letzten Sitzung - auf den Empfehlungen der Technischen Kommission aufbauend - empfohlen, im Rahmen des MA-Satellitensystems, drei Formen zu unterscheiden:

1. AG.MA eigene Datenbestände,
2. fusionierte Media-Datenbestände
3. angepaßte Media-Datenbestände.

Die Praxis wird zeigen, ob es sinnvoll ist, diese Formen später noch durch neue zu ergänzen.

Geht es nun um einen fusionierten Media-Datenbestand, also den unmittelbaren Eingriff in die Daten der MA, so setzt die "Anerkennung" im Rahmen des Satellitensystems ein Prüfungsverfahren methodischer Art und die Bereitschaft voraus, allen Mitgliedern die wesentlichen Informationen eines solchen fusionierten Datenbestandes medienbezogen zur Kenntnis zu geben.

Bei einem angepaßten Media-Datenbestand ist dies in dieser Form nicht erforderlich, da es ja um Aktionen "parallel" zum, nicht unmittelbar mit dem MA-Datensatz geht. Aber auch hier muß die Technik der Anpassung offengelegt und - nach von der AG.MA aufgestellten Regeln - der Nachweis geführt werden, daß die Anpassung nach dem jeweils anerkannten methodischen Standard erfolgreich gelang, das heißt, daß die Medien-Relationen der MA so exakt wie möglich wiedergegeben und durch das Verfahren der Anpassung nicht medianutzungs-abhängige Informationen verzerrt wurden.

Die MA kann aber in keinem Fall geradestehen für die Informationen, welche zusätzlich angeboten werden - dies liegt immer in der Verantwortung dessen, der die fusionierte oder angepaßte Untersuchung durchgeführt hat.

Allerdings setzen Untersuchungen, welche den Regeln für die Fusion und Anpassung genügen, ohnehin schon einen überdurchschnittlichen methodischen Standard voraus!

Bei AG.MA-eigenen Datenbeständen gibt es diese Probleme nicht: Die zusätzliche - fusionierte oder vielleicht in besonderen Fällen auch angepaßte - Untersuchung liegt in ihrer methodischen Anlage voll in der Hand der AG.MA. Sie garantiert dafür, daß alle aufgestellten Regeln exakt eingehalten wurden und ohne Einschränkungen für die Qualität aller erhobenen Informationen. Die Ergebnisse stehen auch allen Mitgliedern zur Verfügung.

Zukunftsprobleme:

"Zentripetale" und "zentrifugale" Tendenzen in der AG.MA

Obzwar in die Zielsetzung des Systems von Anfang an einbezogen, gibt es bis jetzt noch keine von der AG.MA selbst veranlaßte und in das Satellitensystem integrierte Untersuchung.

Vielleicht werden auf der kommenden Mitgliederversammlung im Herbst Beschlüsse gefaßt, dies zu tun.

Vom ursprünglichen Konzept her ist das Satellitensystem auf "zentripetale" Entwicklungen angelegt: Dem "Kern" MA sollten zusätzliche Informationen zugeführt werden, die in einer "Datenbank" allen Mitgliedern zur Verfügung stünden.

In dem aktuellen Angebot seitens einzelner Mitglieder, sich mit fusionierten Untersuchungen in das Satellitensystem einzufügen, gibt es - bei allen Vorteilen, welche sich dadurch für die MA und ihre Nutzer bieten - auch "zentrifugale" Tendenzen: Zwar sind die Media-Informationen solcher Untersuchungen mit der MA identisch, aber der volle Zugang zum Datensatz, und damit zu den eigentlich interessanten Zusatzinformationen und medienbezogenen Querverbindungen, ist nur dem "Besitzer" der fusionierten Untersuchung möglich. Das ist auch rechtens, denn er hat sie und die Fusion finanziert und er möchte sie im Wettbewerb mit anderen Medien "exklusiv" nutzen können.

Würden aber solche Fälle die Norm werden, so wäre der "Kern" MA als Planungsgrundlage entwertet und ersetzt durch ein System fusionierter Spezial-Untersuchungen - für meist unterschiedliche Zielgruppen Definitionen -, in welchen zwar die Media-Daten der MA voll erhalten bleiben, der Zugriff auf den Datenbestand aber nur dem jeweiligen "Inhaber" möglich ist - also ein System von "Einbahnstraßen", mit zudem immer wechselnden Zielgruppen, innerhalb dessen sich die Streuplanung im Schwerpunkt abspielen würde.

Bisher hatten und zur Zeit haben noch solche Untersuchungen, parallel zur MA, ergänzende, aber nicht ersetzende Funktion.

Dabei sollte es, bei allen Vorteilen, welche mögliche, im Rahmen eines MA-Satellitensystems fusionierte oder angepaßte Untersuchungen bieten, auch bleiben, um die MA als die zentrale Planungsgrundlage nicht zu entwerten oder gar außer Kurs zu setzen.

Die AG.MA muß nach Wegen und Formen suchen, wie sie alle Möglichkeiten eines solchen Angebots an zusätzlichen Untersuchungen ausschöpfen kann. Vor allem aber muß sie - zum Nutzen und Vorteil sowohl ihrer "großen" als besonders auch der "kleineren" Mitglieder - eigene Initiativen ergreifen.

23. Mai 1977

Gegenüberstellung der Verkaufsauflagen  
und der Käufer-Haushaltungen der LA 60  
Gerhard Zacharias

L A 60  
=====

Gegenüberstellung a) der Verkaufsauflagen

(Für den Befragungs-Zeitraum der LA 60 geschätzte durchschnittliche Inland-Verkaufsauflage (ohne Lesezirkel) unter Zugrundelegung der LWV-Zahlen abzüglich der von den Verlagen gemeldeten Auslands-Auflage per Ende 1959)

und b) der Käufer-Haushaltungen

(A+E-Leser von abonnierten und gekauften Exemplaren bezogen auf 17.728 Mill. Haushaltungen des Bundesgebietes)

	a) Verkaufs- auflagen	Reichweiten d. Leser v. abon- nierten und gekauften A+E- Exemplaren (aus Tabelle 5a der LA 60)	b) Käufer- Haushal- tungen	Index Verkaufs- Auflage = 100 %
Bunte Deutsche Ill.	247.400	1,8	319.097 +	29,0
Münchner Illustrierte	228.500	1,3	230.458 +	0,9
Neue Illustrierte	554.100	2,4	425.462 ./.	23,2
Quick	705.800	5,9	1.045.928 +	48,2
Revue	656.800	3,6	638.193 ./.	2,3
Stern	791.900	5,8	1.028.200 +	29,8
Frankfurter Ill.	255.900	1,8	319.097 +	24,7
durchschnittlich				+ 16,5
Feuerreiter	233.600	1,4	248.186 +	6,2
Kristall	169.200	1,7	301.369 +	78,1
Weltbild	560.000	2,4	425.462 ./.	24,0
durchschnittlich				+ 1,3
Bild und Funk	359.700	2,8	496.373 +	38,0
Funk- u. Fernseh- illustrierte	238.400	1,6	283.642 +	19,0
Funk-Uhr	375.600	1,4	248.186 ./.	33,9
Gong	334.900	2,9	514.100 +	53,5
Hören und Sehen	762.000	5,9	1.045.928 +	37,3

a) Verkaufsauflagen  
Reichweiten d. Leser v. abonnierten und gekauften A+E-Exemplaren (aus Tabelle 5a der LA 60)  
b) Käufer-Haushaltungen  
Index Verkaufsauflage = 100 %

Hör zu!	3.379.900	23,7	4.201.441 +	24,3
Radio-Revue	528.700	2,4	425.462 ./.	19,5
TV-Fernsehwoche	248.800	1,6	283.642 +	14,0
durchschnittlich				+ 12,0
Film-Revue	317.300	1,7	301.369 ./.	5,0
Star-Revue	242.800	1,0	177.276 ./.	27,0
durchschnittlich				./.
Der Spiegel	227.200	2,1	372.280 +	63,9
Bild am Sonntag	1.152.100	7,0	1.240.932 +	7,7
Welt am Sonntag	360.000	2,6	460.917 +	28,0
durchschnittlich				+ 12,5
Das Grüne Blatt	235.100	1,4	248.186 +	5,6
Das Neue Blatt	639.300	1,9	336.824 ./.	47,3
Der Hausfreund für Stadt und Land	308.800	1,1	195.004 ./.	26,9
Deutscher Hausfreund	100.100	0,8	141.821 +	41,7
Heim und Welt	697.400	2,8	496.373 ./.	28,8
Neue Post	743.300	0,8	141.821 ./.	46,1
Welt am Sonnabend	499.400	2,2	390.007 ./.	21,9
Wochenend	308.000	1,2	212.731 ./.	30,9
durchschnittlich				./.
Brigitte	276.600	1,7	301.369 +	8,9
Constance	287.800	2,6	460.917 +	60,2
Film und Frau	225.200	1,5	265.914 +	18,1
Frau im Spiegel	96.800	0,5	88.679 ./.	8,4
Für Sie	236.300	1,1	195.004 ./.	17,5
Freundin	131.100	0,7	124.093 ./.	5,3
Praline	317.800	1,2	336.824 +	6,0
durchschnittlich				+ 12,8

a)	Reichweiten d.	b)	
Verkaufs-	Leser v. abon-	Käuf-er-	Index
auflagen	nierten und	Haushal-	Verkaufs-
	gekauften A+E-	tungen	Auflage =
	Exemplaren		100 %
	(aus Tabelle		
	Sa der LA 60)		

Beyer Mode	243.500	1,3	319.097 +	31,0
Burda-Moden	472.500	2,9	514.100 +	8,8
Neuer Schnitt	438.400	2,3	407.734 ./.	7,0
durchschnittlich			+	7,5
ADAC-Motorwelt	514.200	2,2	390.007 ./.	24,1
Das Beste	848.600	5,3	939.563 +	10,7
Hobby	299.000	2,3	407.734 +	36,4
Kosmos	102.400	0,8	141.821 +	38,5
Mann in der Zeit	663.600	2,2	390.007 ./.	35,9
durchschnittlich			./.	4,4
insgesamt	21.080.800		22.478.589 +	6,6

## RICHTLINIEN

### für die Aufnahme von Werbeträgern in die Untersuchungen der Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse e.V. (AG.MA)

Von der Mitgliederversammlung am 6.11.1978 verabschiedete Fassung

#### INHALTSVERZEICHNIS

	Seite
I Allgemeine Grundsätze	3
1. Materielle Bedingungen	3
2. Formelle Voraussetzungen	4
a) Aufnahmeantrag	4
b) Probe-Erhebung	4
c) Probe-Auswertung	4
II Nachweise zum Aufnahme-Antrag	5
1. Gedruckte Medien = Pressemedien	5
a) Publikumszeitschriften und Wochenzeitungen	5
b) Tageszeitungen	6
c) Supplements (zu Tageszeitungen)	6
2. Elektronische Medien = Funkmedien	7
a) Fernsehen	7
b) Hörfunk	7
III Verpflichtung nach der Aufnahme	8

# RICHTLINIEN

für die Aufnahme von Werbeträgern in die Untersuchungen  
der Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse e.V. (AG.MA)

## I. Allgemeine Grundsätze

Die Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse e.V. (AG.MA) will in dem durch Art. 3 der Vereinssatzung festgelegten Rahmen grundsätzlich jedem Werbeträger die Möglichkeit bieten, seine Nutzerschaft mit dem Instrumentarium der empirischen Sozialforschung vergleichbar mit anderen Werbeträgern untersuchen zu lassen. Um einen Werbeträger erheben und ausweisen zu können, müssen insbesondere folgende materiellen und formellen Bedingungen erfüllt werden:

### 1. Materielle Bedingungen

- a) Es muß sich um einen Werbeträger handeln.

Werbeträger im Sinne der AG.MA sind gekennzeichnet durch regelmäßiges Erscheinen, ein erhebliches redaktionelles Angebot und Aufnahme von Werbung nach einer verbindlichen Preisliste. Für Pressemedien gelten darüber hinaus als Bedingungen:

- Anschluß an die IVW (Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e.V.)
- Entgeltlicher Bezug des überwiegenden Teiles der Auflage durch die Leser, entweder direkt (z.B. Abonnement, Einzelverkauf) oder indirekt (z.B. Lesezirkel, Clubzeitschriften).
- Erscheinungshäufigkeit bei Publikumszeitschriften und Wochenzeitungen mindestens 12 mal jährlich und mindestens monatlich, bei Tageszeitungen 6 mal wöchentlich.

- b) Der Werbeträger muß vergleichbar zu anderen bereits in der MA untersuchten Werbeträgern behandelt werden können, und zwar ohne methodisch deren Ergebnis zu beeinträchtigen.

- c) Die Größenordnung der Ergebnisse und die Datenstrukturen der Nutzerschaft müssen aus Gründen der statistischen Sicherheit den in diesen Richtlinien festgelegten Mindestanforderungen genügen.

## 2. Formelle Voraussetzungen

### a) Aufnahmeantrag

Der Antrag auf Aufnahme eines Werbeträgers in die Untersuchung ist schriftlich an die Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse e.V. (AG.MA) zu stellen. Sofern der Eigner des zur Untersuchung angemeldeten Werbeträgers nicht bereits Mitglied der AG.MA ist, stellt er damit, gemäß Art. 3 der Vereinssatzung der AG.MA, auch Antrag auf Aufnahme in den Verein.

Dem Antrag auf Aufnahme des Werbeträgers sind die im nachfolgenden genauer beschriebenen Informationen beizufügen, die eine Beurteilung darüber erlauben, ob das betreffende Untersuchungsobjekt den in diesen Richtlinien festgehaltenen materiellen und formellen Voraussetzungen als Werbeträger im Sinne der AG.MA genügt und ob es in das gültige Konzept der Erhebung und der Ausweisung eingeordnet werden kann.

Voraussetzung für die Aufnahme eines Werbeträgers in die MA ist eine Probe-Erhebung und/oder Probe-Auswertung.

### b) Probe-Erhebung

Die Probe-Erhebung dient der Beurteilung der Frage, ob ein bisher nicht erhobener Werbeträger unter den Bedingungen der Media-Analyse (MA) erhoben werden kann.

Die Laufzeit der Probe-Erhebung wie auch die Zahl der bis zum Beginn der Erhebung erschienenen „Ausgaben“ eines Werbeträgers müssen der Abfragetechnik der MA entsprechen.

### c) Probe-Auswertung

Die Probe-Auswertung dient der Überprüfung der Frage, ob die Daten eines bereits in der MA erhobenen Werbeträgers oder eines zur Probe erhobenen Werbeträgers zur Berichterstattung aufbereitet werden können.

Um zu aussagefähigen Daten zu gelangen, muß die absolute, in der Erhebung festgestellte Fallzahl für die Nutzer eines Werbeträgers (weitester Nutzerkreis pro Titel oder Sender) mindestens 351 Fälle betragen.

Für die Aufnahme von Tageszeitungen bzw. Zeitungs-Kooperationen sind mindestens 351 Fälle für das Verbreitungsgebiet erforderlich. Strukturen werden für einzelne Tageszeitungen dann nicht mehr dargestellt, wenn die Fallzahl im Leser pro Nummer 100 Fälle unterschreitet.

Rechtfertigen diese Prüfungen die Einzelausweisung des Werbeträgers, wird er auf Beschluß des Arbeitsausschusses der AG.MA in die Berichterstattung aufgenommen, und alle zur Veröffentlichung bestimmten Angaben werden im Datensatz festgehalten. Rechtfertigen dagegen die Prüfungen eine Ausweisung nicht, werden die Daten dem Antragsteller vertraulich und nur zu seiner Information zugänglich gemacht. Diese Ergebnisse der Probe-Auswertung dürfen für eine werbliche oder andere kommerzielle Verwendung nicht benutzt werden.

Der Antragsteller hat die Kosten für die Probe-Erhebung und/oder Probe-Auswertung zu tragen.

## II. Nachweise zum Aufnahme-Antrag

### I. Gedruckte Medien = Pressemedien

#### a) Publikumszeitschriften und Wochenzeitungen

##### — Name, Schriftzug, Signet

Titelseiten der letzten zwölf Ausgaben, bei unterschiedlicher Aufmachung von Auflagenteilen Muster für jede Variante. Wenn zum Zeitpunkt der Antragstellung seit der Erstausgabe einer neu erschienenen Zeitschrift oder nach Veränderung der äußeren Aufmachung einer seit längerem erschienenen Zeitschrift weniger als zwölf Erscheinungsintervalle vergangen sind: Datum der Erstveröffentlichung bzw. der Veränderung, Muster der vorhergehenden Gestaltung und seither erschienene Titelseiten.

##### — Erscheinungsweise (Häufigkeit und Tag)

Regelmäßig einmal im Monat	an welchem Tag vor oder nach dem Monatswechsel
----------------------------	--

zweimal im Monat oder einmal in 14 Tagen	in welcher Woche, gerade oder ungerade Woche
--	--

einmal in der Woche	an welchem Wochentag
---------------------	----------------------

##### Verbreitungsgebiet

Angaben über die Streuung der verbreiteten Auflage, die Verteilung über die Bundesländer und den Anteil der Auflandsauflage.

##### — Auflage

Die letzten vier IVW-Meldungen. Bei Neuerscheinungen die bis zum Zeitpunkt der Antragstellung erstatteten IVW-Meldungen.

##### — Tarifunterlagen

Die gültige Anzeigen-Preisliste, auch für alle einzeln belegbaren Auflagenteile und für Kombinationsmöglichkeiten mit anderen Zeitschriften.

#### b) Tageszeitungen

##### — Name, Schriftzug

Je eine Titelseite von der Hauptausgabe und allen Unterausgaben, Kopfblättern etc., also von allen Erscheinungsformen, die den Lesern begegnen können. Von allen diesen Erscheinungsformen sind die folgenden Informationen zu liefern:

— Wenn innerhalb der letzten zwölf Monate Veränderungen an der äußeren Gestaltung (Zeitungskopf, Spaltenaufmachung etc.) vorgenommen wurden: Datum der Änderung und Muster der vorhergehenden Gestaltung.

##### — Erscheinungsweise

Regelmäßig 6 mal in der Woche an den Wochentagen ...

##### — Verbreitungsgebiet

Auszug aus der letzten IVW-Verbreitungsanalyse. Darstellung des Verbreitungsgebietes anhand einer Gemeindeliste.

##### — Auflage

Die letzten vier IVW-Meldungen; dazu eine Aufgliederung der Auflage.

##### — Tarifunterlagen

Die gültige Anzeigen-Preisliste, auch für alle einzeln belegbaren Auflagenteile. Auf mögliche Unterschiede zwischen im Titel besonders benannten und einzeln belegbaren Auflagenteilen sollte hingewiesen werden. Darüber hinaus Angaben über die Zugehörigkeit zu Tarifgemeinschaften.

#### c) Supplements (zu Tageszeitungen)

##### — Name, Schriftzug, Signet

Titelseiten der letzten zwölf Ausgaben, bei unterschiedlicher Aufmachung von Auflagenteilen Muster für jede Variante. Wenn zum Zeitpunkt der Antragstellung seit der Erstausgabe eines neu erschienenen Supplements oder nach Veränderung der äußeren Aufmachung eines seit längerem

erscheinenden Supplements weniger als zwölf Erscheinungsintervalle vergangen sind: Datum der Erstveröffentlichung bzw. der Veränderung, Muster der vorhergehenden Gestaltung und seither erschienene Titelseiten.

- Erscheinungsweise  
Beilage regelmäßig einmal in der Woche — an welchem Wochentag.
- Verbreitungsgebiet  
Auszüge aus der letzten IVW-Verbreitungsanalyse für alle Trägerzeitungen. Darstellung des Verbreitungsgebietes anhand einer Gemeindefliste.
- Auflage  
Die letzten vier IVW-Meldungen. Darüber hinaus Informationen über mögliche Differenzen zwischen den Auflagen der Trägerzeitungen und der Auflage des ihnen beigelegten Supplements.
- Tarifunterlagen  
Die gültige Anzeigen-Preisliste, auch für alle einzeln belegbaren Auflagenteile und für Kombinationen mit anderen Werbeträgern (z.B. Tageszeitungen).

## 2. Elektronische Medien = Funkmedien

### a) Fernsehen

- Name, Erkennungsmerkmale  
Name des Rundfunkveranstalters, der die Werbesendungen ausstrahlt. Bezeichnungen der Programme, in denen Werbung möglich ist, einschließlich aller Kurzformen, die in Ansagen und in Schriftform auf dem Bildschirm verwendet werden. Standfoto von Bild-Pausenzeichen oder anderen optischen Signalen, die zur Programmidentifikation dienen können.
- Programm-Schema für Werbesendungen  
Wochentage und Tageszeiten, zu denen regelmäßig Werbeausstrahlungen stattfinden.
- Tarifunterlagen  
Der gültige Tarif.

### b) Hörfunk

- Name, Erkennungsmerkmale  
Name des Rundfunkveranstalters, der die Werbesendungen ausstrahlt. Bezeichnungen der Programme, in denen Wer-

bung möglich ist, einschließlich aller Kurzformen, die in Ansagen verwendet werden. Beschreibung des Ton-Pausenzeichens oder anderer akustischer Signale, die zur Programmidentifikation dienen können.

- Programm-Schema für Werbesendungen  
Wochentage und Tageszeiten, zu denen regelmäßig Werbeausstrahlungen stattfinden.
- Tarifunterlagen  
Der gültige Tarif.

## III. Verpflichtung nach der Aufnahme

Mit der Aufnahme eines Werbeträgers in die MA ist das Mitglied in bezug auf den Umgang mit den Untersuchungsergebnissen und das Untersuchungsmaterial an die Verfahrensregeln der Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse e.V. (AG.MA), insbesondere an die Bestimmungen des Artikels 14 der AG.MA-Satzung in deren Fassung vom 15. Februar 1978 gebunden.



## REGELN

### für die Handhabung von Zusammenführungen von MA-Daten mit Daten anderer Herkunft

Von der Mitgliederversammlung am 6.11.1978 verabschiedete Fassung

#### INHALTSVERZEICHNIS

	Seite
Allgemeines	3
I Administrative Regeln	4
II Technische Regeln	5
A Grundgesamtheit	5
B Stichprobensystem	5
C Stichprobenrealisierung	5
D Stichprobengrößen und Strukturgleichheit	7
E Bindeglieder für die Fusion	7
F Verfahren	8
G Kontrollen	8

## REGELN

### für die Handhabung von Zusammenführungen von MA-Daten mit Daten anderer Herkunft

#### Allgemeines

Unterschieden werden:

- FUSIONEN — mit Mediendaten  
— mit anderen Daten

Hier werden Daten, die nicht in der MA enthalten sind, in diese hereinfusioniert

- ANPASSUNGEN (z.B. durch Injektion oder Redressement)  
Hier werden in anderen Untersuchungen vorhandene Mediendaten an die Werte der MA angeglichen

- ANDERE ÜBERTRAGUNGSFORMEN (z.B. Übernahme von Daten aus der amtlichen Statistik)  
Hier werden der MA aus anderen Quellen stammende Informationen hinzugefügt.

Zusammenführungen können nur von solchen Institutionen oder Personen veranlaßt oder vorgenommen werden, die rechtens über einen MA-Datenbestand verfügen.

## I. Administrative Regeln

- A. In jedem Fall ist eine Mitteilung erforderlich, die der AG/MA Kenntnis von dem Zusammenführungsvorgang gibt
- B. Im Falle einer Fusion mit Mediendaten ist darüber hinaus ein Antrag zu stellen und eine Gebühr zu zahlen. Dieser Antrag ist vom Vorstand der AG/MA zu genehmigen, der auch die Höhe der Gebühr für die vollständige oder teilweise Übernahme von anderen Mediendaten festsetzt
- C. In der Regel erfolgt die Fusion in die MA hinein. Soll eine Fusion der MA in eine andere Untersuchung oder in beiden Richtungen gleichzeitig vorgenommen werden, ist eine vorherige Begutachtung durch die Technische Kommission erforderlich.
- D. Bei jeder Fusion ist das Fusionsergebnis der Technischen Kommission zur Begutachtung vorzulegen. Die Vorlage hat anhand der nachstehenden fachlichen Regeln zu erfolgen (II)
- E. Die Berichterstattung erfolgt für alle Zusammenführungsverfahren nach freier Wahl des Durchführenden, jedoch sollte der Vorgang daraus ausreichend erkennbar werden. Für die Beschreibung ist ebenfalls den nachstehenden fachlichen Regeln (II) zu folgen.
- F. Die Berichterstattung im Falle einer Fusion erfolgt in dreierlei Hinsicht:
  - Die für die praktische Nutzung vom Durchführenden gewählte Form unterliegt der alleinigen Entscheidung des Durchführenden.
  - Die Vorlage bei der Technischen Kommission (zur Begutachtung) ist den Nutzern der fusionierten Daten zugänglich zu machen. Das Votum der Technischen Kommission ist beizufügen
  - Soweit im allgemeinen Berichtsband nicht bereits auf sämtliche in der MA enthaltenen Medien abgehoben worden ist, sind Sondertabellen zu erstellen, in denen die MA-Medien gegen einige ausgewählte sozio-demographische und spezifische Merkmale ausgezählt werden. Die Auswahl trifft der Durchführende

## II. Technische Regeln

Alle Zusammenführungsverfahren sind heuristischer Natur. Eine absolute Grenze des Machbaren und des nicht mehr Vertretbaren existiert insofern nicht. Die Relationen richten sich nach den Verwendungs-Absichten gegenüber den zusammengeführten Daten.

Was die AG/MA durch ihre fachlichen Regeln sicherzustellen hat, ist eine verantwortungsvolle, technisch einwandfreie Durchführung der Zusammenführung und ihre ausreichende Kontrolle.

Nicht jeder Schritt wird sich notwendig analytisch herleiten lassen. Erfahrungen und Experimente werden immer wieder den Ablauf mitbestimmen.

### A. Grundgesamtheit

Conditio sine qua non für die Fusion und die Anpassung ist die Identität der Grundgesamtheit. Im Falle von Stichprobenerhebungen ist als Grundgesamtheit die angestrebte Grundgesamtheit zu verstehen.

Im Falle einer anderen Zusammenführung kann es Abweichungen von dieser Regel geben, wenn nämlich die Absicht von Datenzusammenführungen darin besteht, Relationen aus einer Stichprobe, die eine Grundgesamtheit repräsentiert, in eine andere Stichprobe zu übertragen, die eine andere Grundgesamtheit repräsentiert, z.B. Daten eines Handelscensus in die MA

### B. Stichprobensystem

Die beiden zu fusionierenden Stichproben sollten saubere Zufallsstichproben und nach Möglichkeit nach dem gleichen Prinzip (Stichprobenplan) erstellt worden sein

Diese Bedingung ist beispielsweise erfüllt, wenn das koordinierte AG/MA/ADM-Stichprobensystem der 70er Jahre oder der im Aufbau befindliche Nachfolger zugrunde gelegt werden.

### C. Stichprobenrealisierung

Die Gleichheit des Stichprobensystems genügt jedoch im allgemeinen noch nicht. Gefordert wird:

- 1 eine weitgehende Übereinstimmung in der Anzahl und Aufteilung der Sampling Points (Repräsentationsgrad),
- 2 in der Ausschöpfung und
- 3 im Zeitraum der Erhebung

Zu 1.

In der ersten Bedingung — der Übereinstimmung in der Anzahl und Aufteilung der Interviews auf Sampling Points — ist die generelle Forderung einer möglichst weiten Streuung der Sampling Points enthalten, die Bestandteil der Forderung nach möglichst weitgehender Repräsentanz einer Stichprobe ist. Mit anderen Worten: in beiden zu fusionierenden Untersuchungen sollten die Aufteilungen der Sampling Points so gleichmäßig wie möglich sein.

Ein Beispiel: Ideale Übereinstimmung wäre eine gleiche Zahl Sampling Points bei gleicher Zahl Interviews per Sampling Point. Wenn die Zahl der Interviews geringer angesetzt wird (z.B. aus Kosten- und Zeitgründen), dann ist eine Reduktion der Anzahl von Interviews vorzuziehen gegenüber der Reduktion der Anzahl Sampling Points, womöglich gleichzeitig noch verbunden mit einer Vergrößerung der Anzahl Interviews pro Sampling Point.

Jedenfalls sind diese Größenverhältnisse anzugeben.

Zu 2.

Die zweite Bedingung — einen möglichst gleichen Ausschöpfungsgrad beider zu fusionierenden Untersuchungen herzustellen — ist eine reine Organisations- und Kostenfrage. Auf jeden Fall ist auch hier darzulegen, bis zu welchem Grade dieser Forderung entsprochen wurde.

Da beide Phänomene — Repräsentationsgrad und Ausschöpfungsgrad — ineinandergreifen, lassen sie sich gesamthaft durch einen Faktor erfassen, der neben dem bloßen Vergleich der Stichprobengrößen auszuweisen ist.

Zu 3.

Die Erhebungszeiträume zweier zusammenzuführender Untersuchungen sollten in der Regel nicht länger als ein Jahr auseinanderliegen.

#### D. Stichprobengrößen und Strukturgleichheit

Unter dem Gesichtswinkel der Verteilung der Interviews auf die Sampling Points und des Ausschöpfungsgrades verliert zwar die Relation der Stichprobengrößen an Bedeutung. Absolut bleibt jedoch die Idealforderung der Relation 1 : 1 bestehen. Jede andere Relation sollte nicht allzu weit davon abweichen. Es stellt sich nicht die Frage, ob irgendein anderes Verhältnis 1 : n — etwa

1 : 2, 1 : 3, 1 : 4 oder ein noch größeres n als 4 — akzeptabel sei. Abgesehen von den Forderungen des Punktes C. der Stichprobenrealisierung hängt das davon ab, wie weit in dem Raum der gemeinsamen Merkmale Strukturgleichheit vorherrscht.

Hierfür wird bei diesen Merkmalen und ihren Kategorien eine Überprüfung der Strukturgleichheit nach  $\chi^2$  gefordert.

#### E. Bindeglieder (gemeinsame Merkmale) für die Fusion

Die Fusion ist ein Simulationsverfahren, das neben heuristischen, analytischen Verfahren sehr viele Vorkenntnisse und Erfahrungen aus früheren Studien verwertet.

Es wäre daher ebenso falsch wie unnötig, in jedem Falle zu fordern, daß für die Festlegung der Bindeglieder-Merkmale ein analytisches Verfahren herangezogen werden muß.

Wenn jedoch ein analytisches Verfahren eingesetzt wird, dann sind Regressionsverfahren und Typologie besser geeignet als Segmentierung und Faktorenanalysen.

Und wenn eine Selektion von Merkmalen im nennenswerten Umfang stattfindet, sollte die getroffene Wahl begründet und die Vorgehensweise verständlich angegeben werden.

Darüber hinaus wird folgendes empfohlen:

Für den Fall, daß die Untersuchungen zur Fusion nicht schon vorliegen, sondern überhaupt erst konzipiert werden, wäre es angebracht, die spezifischen Merkmale und die vorgesehenen gemeinsamen Merkmale in einer Voruntersuchung einem geeigneten Überprüfungsverfahren zu unterziehen, um die voraussichtliche Eignung der angestrebten gemeinsamen Merkmale angeben zu können, als Bindeglieder zu dienen.

Hierfür können sich Korrelationsanalysen — speziell kanonische Korrelationsanalysen — als hilfreich erweisen.

Dieses Vorgehen wird jedoch den Ausnahmefall darstellen. Normalerweise liegen die Untersuchungen bereits vor, und dann ist das Maximum der gemeinsamen Merkmale für die Fusion zu bestimmen.

#### F. Verfahren

Im Falle anderer Zusammenführungsverfahren wird es sowieso erforderlich sein, die jeweils verwendete Methode darzulegen. Eine spezielle Forderung ist daher im Vorwege nicht zu stellen.

2. Als Anpassungsverfahren sind in der letzten Zeit bekannt geworden
- die Injektion am Beispiel der MAWA;
  - das Redressement am Beispiel jeder MA
- Vorgehensweisen, die sich dieser Methoden bedienen, sind als solche anzugeben. Im übrigen genügt der Hinweis darauf Werden künftig andere Verfahren verwendet — auch Verbesserungen oder Erweiterungen —, sollten diese beschrieben werden.
3. Im Fusionsbereich hat der topologische Ansatz neue Maßstäbe gesetzt.
- Sofern diesen Maßstäben gefolgt wird, genügt ein Hinweis darauf
- Werden andere Verfahren (z.B. auch früher schon eingesetzte Methoden) verwandt, ist dies zu beschreiben und zu begründen.

G. Kontrollen

Bei der Fusion ist unter allen Umständen eine Kontrolle vorzunehmen, die über die Güte der Fusion Auskunft gibt. Zu diesem Zweck sollten  $\chi^2$ -Berechnungen erfolgen

Es sind spezifische Merkmale in ihrer Verteilung auf gemeinsame Merkmale vor und nach der Fusion miteinander zu vergleichen. Ebenso werden spezifische Merkmale vor und nach der Fusion in ihrer Verteilung miteinander verglichen

Die Unterschiede in der Verteilung der gemeinsamen Merkmale beider Untersuchungen zu überprüfen, ist sowieso schon vorgesehen (vgl. Punkt D. Stichprobengröße und Strukturgleichheit).

Alle Prüfungen erfolgen an ausgewählten Merkmalen. Die Auswahl nimmt der Durchführende vor.

Für die Anpassung sind die Sozio-Demographie, die Medien in sich und in ihrer sozio-demographischen Struktur beider Untersuchungen durch  $\chi^2$  zu überprüfen, ferner die Richtung der durch die Angleichung erzeugten Änderung in der Sozio-Demographie

Auch hier genügt eine Überprüfung an einer Auswahl von Merkmalen

Für andere Zusammenführungsverfahren sind entsprechende Prüfvorgänge anzuraten, die fallweise bestimmt werden müssen

CHRONOLOGIE BASIS-STRUKTUR-DATEN		ERGEBNIS/BESCHLUSS
TERMIN	GREMIUM	
19. 2. 76	AA	Vergabe von drei Forschungsaufträgen (Empfehlung des Ausschusses: Zukunftsperspektiven) Friedrich Wenzl: Vorknüpfung vorliegender Daten mit der MA Peter Beike : Eingrenzung der Erhebungsgegenstände Dr. K. Landgrebe: Sichtung der Erhebungsmethoden
12. 7. 76	Dr. K. Landgrebe	Vorlage der Broschüre: MEDIENNUTZER ALS ZIELPERSONEN (ca. 180 Produktarten/900 Marken = 3 Interviews/Medien/Produkte/Marken)
17. 3. 77	a a MV	Vortrag: Hans-Erdmann Scheler: BASISSTRUKTURDATEN FÜR PRODUKTSPEZIFISCHE ZIELGRUPPENMERKMALE Auftrag: o Selektion der Angebotarten o Festlegung der Informations Ebenen o Erhebungsverfahren und Fragestellungen konzipieren o Kostenkalkulation durchführen
21. 9. 77	Sonderkommission "Basisstrukturdaten"	1. SITZUNG (Herrn Kosiuba/Sröbel, Bransch, Schmidt, Nachmik, Kratzer/ Nadler, Lauffer, Schulten, Stolz, Zakrzewski/Scheler Arbeitsunterlage: TAXONOMIE DER ANGEBOTE
31. 10. - 2. 11.	Unterkommission "Basisstrukturdaten"	Tagung - Hotel Schloß Hugenpoor

CHRONOLOGIE BASIS-STRUKTUR-DATEN		
TERMIN	GREMIUM	ERGEBNIS/BESCHLUSS
11.1.78	Sonderkommission "Basisstrukturdaten"	Bausteinssystem für Produkte/Dienstleistungen erstellen/ Eignung als Fusions-Bindeglieder gewährleistet Aufnahme von Interessengebieten gewünscht Auftrag: <ul style="list-style-type: none"> <li>o Dr. Landgrebe - Erstellung Roh-Fragebogen</li> <li>o Erstellung einer Präsentation (Herrn Kratzer, Machnik, Sträbel, Scheler)</li> </ul>
22.2.78	AA	Diskussion über die Präsentation "Basisstrukturdaten"
1.6.78	AA	Präsentation "Basisstrukturdaten" (Herr Machnik)
31.8.78	AA	Vorlage: Fragebogenentwurf (Herr Sträbel) Klare Stellungnahme der Werbungtreibenden wird angekündigt.
10.10.78	AA	Stellungnahme des "Fachausschusses Wirtschaftswerbung des Markenverbandes" liegt vor/Prioritätenliste (Ergebnis: negative Reaktion auf die Erhebung von Produktdaten) Neuer "politischer" Ausschuß wird einberufen Herrn Jacobi, Weiland/Siebel, Sträbel/Schatter, Pratz/Kausche/ Fraund, Pfifferling)
6.11.78	MV	<ul style="list-style-type: none"> <li>o Keine Abstimmung über Form und Inhalt zum Projekt "Basis-Struktur-Daten"</li> <li>o Arbeitsgruppen empfehlen Experimente durchzuführen</li> <li>o Kostenrahmen ca. 500.000 DM ohne Gegenstimmen akzeptiert</li> </ul>
2.2.79	MARKENVERBAND	Stellungnahme des Markenverbandes (Brief: J. Weiland)

727

728

CHRONOLOGIE BASIS-STRUKTUR-DATEN		
TERMIN	GREMIUM	ERGEBNIS/BESCHLUSS
21.2.79	AA	Diskussion: Einkaufsgewohnheiten (bleiben in MA 80) o 2. Arbeitsgruppe "Basisstrukturdaten" setzt sich 1. Termin o Herr Scheler erarbeitet Arbeitsgrundlage
18.4.79	2. Arbeitsgruppe "Basisstrukturdaten"	Keine produktbezogenen Kauf- oder Intensitäts-Daten sondern: Kombination von Kommunikationskriterien, Interessen, Einstellung und Verhaltensdimensionen in bezug zu Produktdaten Ausschreibung zur Konzeptentwicklung an sechs Institute veranlaßt (s. Modell)
16.5.79	mündl. Briefing	Zwischen den Instituten BASISRESEARCH, KOHORTEN, COMPAGNON, OPPERMANN, Frau Koble (AG.MA) und den Herren A. Müller, Pfifferling, Pratz, Scheler fanden einzelne Besprechungen über die konzeptionellen Vorstellungen und den AG.MA-Zielsetzungen statt.
13.6.79	AA	Modell akzeptiert Ziel: Planung prognostischer Werbestrategien Auf Empfehlung der 2. Arbeitsgruppe BASISSTRUKTURDATEN und der TK wird vom AA beschlossen, die Institute BASISRESEARCH, COMPAG- NON und OPPERMANN zur Konzeptentwicklung zu beauftragen (Kosten DM 37.000,-)
30.8.79	Institute	Untersuchungsvorschläge der drei Institute liegen der Geschäfts- stelle vor.

CHRONOLOGIE BASIS-STRUKTUR-DATEN		
TERMIN	GREMIUM	ERGEBNIS/BESCHLUSS
26.9.79	AA	Information des AA über die 3 Institutsangebote
11.10.79	2. Arbeitsgruppe "Basisstrukturdaten"	<ul style="list-style-type: none"> <li>o Verabschiedung eines Basis-Modells (Einbeziehung von Medienwirkungsvoraussetzungen)</li> <li>o Erstellung eines Forderungs-Kataloges</li> <li>o Formulierung eines Auftrags an die TK</li> <li>o Empfehlung an den AA</li> <li>o Empfehlung mit den Instituten OPPERMANN und COMPAGNON, weiterzuarbeiten. (Alle Beschlüsse wurden einstimmig gefaßt)</li> </ul>
23.10.79	AA	Bericht über die Arbeit der 2. Arbeitsgruppe "Basisstrukturdaten" Einstimmiger Beschluß des AA: Die 2. Arbeitsgruppe (ergänzt durch die Herren Artopé, Dr. Ernst) soll auf der Basis des vorgestellten Konzepts/Modells (d.h. unter Einbeziehung der Ermittlung von Medienwirkungsvoraussetzungen) in Zusammenarbeit mit der TK und den Instituten OPPERMANN und COMPAGNON die Realisierung des Projektes vorantreiben (siehe Kosten- und Terminplan)
16.11.79	MV	<ul style="list-style-type: none"> <li>o Information der MV</li> <li>o Meinungsbildung</li> <li>o Empfehlung für weiteres Vorgehen</li> </ul>

729

730

#### KOSTEN- UND TERMINPLAN FÜR DAS PROJEKT "BASISSTRUKTURDATEN"

##### Kostenrahmen:

Die Mitgliederversammlung vom 6.11.1978 akzeptiert DM 500.000,--

Für die Entwicklung von Untersuchungskonzepten (Compagnon, Oppermann, Basisresearch) wurden bisher ausgegeben ca. DM 40.000,--

##### Folgende Kosten werden voraussichtlich noch anfallen:

- o für die Entwicklung eines fertigen Fragebogens ca. DM 180.000,--
- o für den anschließenden Feldtest (z. B. 2 x 2.000 Fälle) ca. DM 280.000,--

##### Terminrahmen:

Die Mitgliederversammlung am 16. November 1979 entscheidet über das weitere Vorgehen:

Modell wird nicht akzeptiert → Ende der "Produktdaten" oder neue Kommission

Modell wird akzeptiert → Auftrag an die Technische Kommission. Konzept auf methodische Machbarkeit überprüfen

Ende 1979/Anfang 1980: Auftrag an ein oder beide Institute, einen fertigen Fragebogen zu entwickeln (bis September 1980)

Bericht an den Arbeitsausschuß

Basisstrukturdaten

Ergebnisse der Beratungen der Technischen Kommission und der Basisstrukturdaten-Kommission

Die TK hat auf ihren Sitzungen am 23.11.1979 und am 8.1.1980 die Untersuchungsvorschläge der Institute Oppermann und Compagnon beraten und die methodische Durchführbarkeit beider Konzepte bestätigt. Die Teilnehmer sprachen sich mehrheitlich für den Vorschlag der Beratungsgruppe Oppermann aus.

Unter Beachtung der TK-Beratungsergebnisse haben die Mitglieder der Basisstrukturdaten-Kommission auf ihrer Sitzung am 24.1.1980 eine Einigung darüber erzielt, welches der beiden Konzepte Grundlage für das weitere Vorgehen sein soll.

Die Teilnehmer sprachen sich einstimmig dafür aus, das Institut Oppermann die nächste Phase seines Untersuchungskonzepts verwirklichen zu lassen.

Begründung

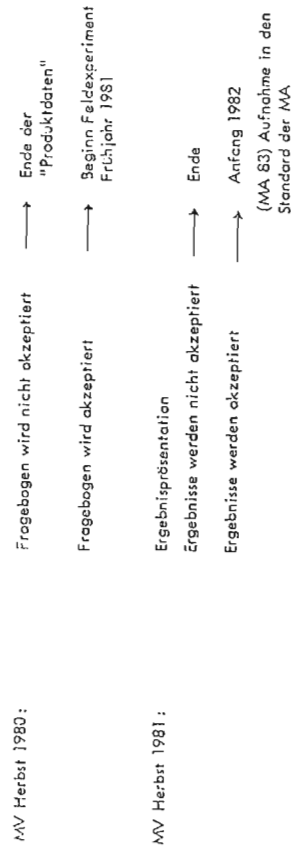
Der Vorschlag des Instituts Compagnon mit seinen fünf vorgegebenen Einstellungsdimensionen erscheint etwas weniger flexibel.

Dinge, die außerhalb dieser Dimensionen liegen, können nicht erfaßt werden. Kritisch zu beurteilen ist das geplante Vorgehen des Instituts, mit seinem Verfahren an einzelnen Produktbereichen anzusehen.

Die notwendige Eingrenzung dieser Produktfelder wird durch die unterschiedlichen Interessenslagen der AG.MA-Mitglieder erschwert, wenn nicht gar verhindert.

Das Oppermann-Konzept hingegen geht von allgemeinen Lebens- bzw. Verhaltensbereichen aus und schließt erst dann - über Gruppenexplorationen - auf die Verhaltens- und Einstellungs determinanten.

Dieses Konzept vermeidet die Festlegung auf Produktfelder und ist auch flexibler in bezug auf die angestrebten Informationen.



Das Institut Oppermann wurde am 31. 1. 1980 durch die Herren

Dr. Ernst  
Jacobi  
Pffifferling  
Pratz  
Scheler  
Siebel

in einem weiteren Gespräch erneut gebrieft, wobei u. a. das mit dem Projekt Basisdaten verfolgte Ziel noch einmal verdeutlicht wurde:

Es soll ein Verfahren gefunden werden, das die Erhebung von Mediennutzer-Daten ermöglicht, die über demografische Merkmale hinaus Zielgruppen definieren:

Dieses Verfahren muß

- Medien differenzieren
- valide sein
- die Zielgruppen-Affinität im Vergleich zu rein demografischen Merkmalen verbessern

Die mit diesem Verfahren zu erhebenden Daten sollen ein geschlossenes - in sich planungsfähiges - System bilden, welches die Anbindung von eigenen Untersuchungen zwar ermöglicht (z. B. über Statements) aber nicht bedingt.

Es wird nicht beabsichtigt, konkretes Verhalten im Sinne von Produkt- und Verwendungsdaten zu erfragen, sondern stattdessen konsumbezogene Verhaltensdispositionen durch die Ermittlung von Einstellungs- und Interessensdimensionen festzustellen.

Unter Beachtung dieser Zielsetzung soll das Institut Oppermann die nächste Phase seines Untersuchungskonzepts realisieren, die zunächst eine Materialsammlung zur Statement-Erarbeitung sowie deren Formulierung vorsieht.  
Einbezogen sind die von Oppermann vorgeschlagenen 13 Lebensbereiche.

Die Phase der Sammlung von Statements wird im Mai 1980 abgeschlossen sein.

Frankfurt, den 5. Februar 1980

Auszug aus dem Protokoll der MITGLIEDERVERSAMMLUNG vom 16.11.1979

Jürgen Pffifferling

#### Experimente zur Abfrage der Medien

Herr Pffifferling zitiert zum besseren Verständnis zuvor einige Quellen des Unbehagens an der MA:

#### Auswertungsmodell

- zunehmende Komplexität
- abnehmende Transparenz
- Fehlinterpretationen aufgrund von unklaren Konventionen und Darstellungsweisen

#### Erhebungsmodell

- ständige Erweiterung des Fragebogens seit 1970
- mehr Titel, Supplements
- Ausbau Funkmedien
  - Basisdaten
  - Tageszeitungen
  - Statistik

Gesamt-Dauer und "Monotonie" des Interviews

#### Ergebnisse

- Rückläufige Reichweiten bei Zeitschriften zum Teil gegen Aufagentrends
- Jährliche Schwankungen der Reichweiten und Strukturen kleinerer Titel
- Ergebnisunterschiede zu anderen Untersuchungen

Die TK hat immer versucht, den Ursachen für geäußertes Mißbehagen nachzugehen. Da sie jedoch nicht sämtliche Probleme zugleich angehen kann, haben Arbeitsgruppen der Medienbereiche Zeitschriften, Tageszeitungen und Funk je eine Prioritätenliste zur methodischen Weiterentwicklung der Medien-Erhebungsmodelle aufgestellt und mit der TK abgestimmt:

#### Zeitschriften

- Test der Funktionsfähigkeit und Handhabbarkeit der Extrem-Versionen:
  - Eintragungsmodell
  - Sortiermodell
- Entwicklung neuer Titeltarten
- Entwicklung von Statements zur Kontaktqualifizierung

#### Tageszeitungen

- Kürzung und Interviewergerechtere Gestaltung des Fragebogens
- Zweiter Durchgang auch für Zeitungen
- Veränderung der Medienreihenfolge oder Rotation



#### Funkmedien

- Vereinfachung des Befragungsablaufs und einzelner Fragestellungen. Beim Fernsehen Frequenzfrage generell für Zeitsegmente.
- Einstieg in Funkmedienteil mit differenzierter Ermittlung der Haushaltsausstattung mit Geräten der Unterhaltungselektronik
- Überprüfung des Frequenzmodells Hörfunk
- Tagesablauf, evtl. doppelt, wenn damit Verzicht des Frequenzmodells möglich wird.

Aus dieser Prioritätenliste wurde die Verbesserung des Erhebungsmodells für Printmedien vorrangig behandelt. Wie die (als Anlage zum Protokoll beigefügte) Chronologie beweist, wird über das Thema Modellverbesserung schon seit 1975 in der TK diskutiert. Auf der Mitgliederversammlung vom 6. November 1978 erhielt die TK den Auftrag, Alternativen zum derzeitigen Befragungsmodell zu entwickeln, die das Interview für den Interviewer und für den Befragten einfacher und freundlicher machen würden. Zwei Modelle wurden entwickelt: das Sortiermodell und das Eintragungsmodell. (Im Protokoll der Sitzung des Arbeitsausschusses vom 13. Juni 1979 sind beide Modelle kurz beschrieben) Inzwischen sind beide Modelle zusammen mit dem Originalmodell gegeneinander getestet worden. (Schaubilder, die die Stichprobe, den Interviewereinsatz und die in den einzelnen Modellen unterschiedliche Fragestellung deutlich machen, sind dem Protokoll als Anhang beigefügt).

Nach Durchführung der Interviews - und das war das eigentliche Ziel des Tests - wurden die Interviewer, die alle qualifiziert waren und je zur Hälfte mehr oder weniger intensive Erfahrungen mit der Durchführung von MA-Interviews hatten, zu der Handhabbarkeit der drei Modelle befragt (+ = positiv, - = negativ):

#### Originalmodell

- (-) Generalfilter mit Titelkarten-Paket wirkt zu Beginn des Interviews als Barriere (Angst der Befragten vor "Drückern")
- (-) Titelkarten sind zu groß und unhandlich
- (-) Die Vertikal-Abfrage ist zu aufwendig und umständlich wegen wiederholter Titelkarten-Vorlage und Übertragung von Angaben.

#### Sortiermodell

- (+) Trennung des Titelkarten-Pakets nach Erscheinungsintervallen
- (+) Sehr handliche, kleine Titelkarten
- (+) Das durchgängige Eintragungsschema erlaubt horizontale Abfrage
- (-) Größe und Umfang der Listen sind beschwerlich

#### Eintragungsmodell

- (+) Trennung des Titelkarten-Pakets nach Erscheinungs-Intervallen
- (+) Das Interview ist kürzer und schneller (subjektiv!) durch Entlastung des Interviewers
- (-) Beim Selbstausfüllen hat der Befragte Schwierigkeiten
- (-) Für jeden Interviewten muß ein neues Titelkartenpaket mitgeführt werden.

MMA wird über das Testergebnis noch im Dezember 79 einen ausführlichen Bericht vorlegen. Er bildet die Basis für die weiteren Überlegungen der TK, die sich den folgenden Zeitrahmen gesetzt hat:

Ausführlicher Bericht Vorexperimente:	Dezember 1979
Beratung der TK und Entwicklung der zu testenden Fragebogen-Versionen:	bis 15. Feb. 1980
Pretest Fragebogen:	März 1980
Verabschiedung der Testversionen und der endgültigen Fragebogen:	Juni 1980
Feld-Haupt-Test:	Frühherbst 1980
Auswertung:	Dezember 1980 bis Mai 81
Entscheidung über künftige Befragungsmodelle:	August 1981
Einsatz für MA 83 (Feldarbeit im Jahr 1982)	

## Bericht an den Arbeitsausschuß

### Veränderungen im Erhebungsmodell

#### 1. Printmedien

Auf der Mitgliederversammlung der AG. MA am 16. November 1979 berichtete Herr Pfifferling ausführlich über Anlage und Ergebnisse des von MMA durchgeführten Pretests zu den 3 Abfragemethoden

- Eintragungsmodell
- Sortiermodell
- MA-Modell.

Frau Dr. Hess kommt zu folgenden Empfehlungen für einen weiteren Test zur Medien-Abfrage:

- o Verwendung der verkleinerten Titelformen des Sortiermodells
- o Beibehaltung des Generalfilters lt. MA-Modell mit strikter Anbindung an einen Sortiervorgang, der von den Befragten vorzunehmen ist.
- o Beibehaltung der Ermittlungen zum WLK, zur Frequenz und zum LpN lt. MA-Modell.
- o Verzicht auf einen dritten Durchlauf der Befragung zwecks Ermittlung der Bezugsart und des gestrigen/vorgestrigen Lesens, Einbeziehung dieser Fragen in den zweiten Durchgang; Versuch, die entsprechenden Ermittlungen zu reduzieren.
- o Verzicht auf unnötige Listen

"Die strikte vertikale Fragestellung muß bis zur WLK-Ermittlung einschl. gewährleistet sein. Der WLK-Filter entscheidet über alle weiteren Fragen, d.h. es wäre zu überlegen, nach der WLK-Ermittlung auf die von den Interviewern stark präferierte horizontale Abfrage überzugehen.

Der Vorteil ist darin zu sehen, daß der Befragte gedanklich bei einem Titel bleiben kann und die Antworten dadurch auch zuverlässiger werden. (Begründung der Interviewer für die horizontale Vorgehensweise)"

Quelle: Bericht von MMA

Unter Berücksichtigung dieser Empfehlung beschließt die TK nach eingehenden Beratungen die nachstehenden Abfrageversionen in einem Großtest zu überprüfen:

#### Version 1: Modifiziertes MA-Modell

Diese Version entspricht weitgehend dem Vorschlag von Frau Dr. Hess.

Es werden Titelformen DIN A 7 benutzt.

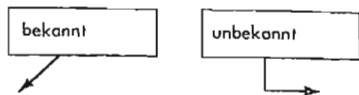
#### Version 2: Kombiniertes Sortier-/Eintragungs-Modell

Es werden Titelformen DIN A 5 als Datenträger benutzt.

Beide Testversionen haben folgenden Interviewablauf.

### 1. Generalfilter

Befragter sortiert gemischte (alle)  
Titelkarten in zwei Felder



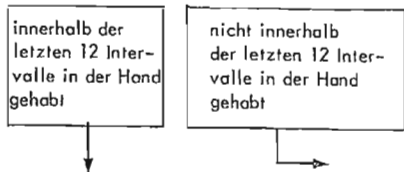
Interviewer sortiert nach  
Erscheinungsintervall

weiter intervallweise in  
der Reihenfolge

monatlich  
14-tägig  
wöchentlich

vertikale  
Vorgehensweise

Befragter sortiert



Version 1

Interviewer fragt  
Titel für Titel

Frequenz  
LpN  
Bezugsart

Version 2

Interviewer trägt  
auf Titelfarte ein (Titel für Titel)

Frequenz  
LpN  
Bezugsart

horizontale  
Vorgehensweise

Unterschiede zu MA-Abfrage für beide Versionen:

1. Generalfilter und  
1. Zeitfilter je nur zwei Kästchen
2. Gezieltes Umspringen von vertikaler zu horizontaler  
Abfrage

### 3. Wegfall des Dritten Durchgangs durch:

- a) Filterung über LpN
- b) Veränderung des kleinen  
Zeitfilters  
(gestern bis länger her)
- c) Bezugsart direkt zum Titel

### Version 3: Modifiziertes Sortier-Modell

Aus den im Pretest gewonnenen Erfahrungen soll ein modifiziertes Sortier-Modell entwickelt werden. An dieses Modell knüpft die TK die Bedingung, die Befragung durchgängig in vertikaler Richtung zu konzipieren. Dieses Modell ist mit Version 1 bis zur Schnittstelle zwischen vertikaler und horizontaler Abfrage gleich. Danach wird weiter streng vertikal abgefragt. Eine entsprechende Fragebogengestaltung soll jeden Versuch, die Abfrage horizontal durchzuführen, ausschließen.

Alle drei Versionen sollen zunächst von Frau Dr. Hess in entsprechende Befragungsunterlagen (Titelkarten, Fragebogen, Listenhefte) umgesetzt werden.

Die TK wird auf der Grundlage dieser Vorlagen die vorgestellten Versionen erneut diskutieren und eine endgültige Form für den Großtest beschließen. Die Ergebnisse der TK-Beratungen werden Gegenstand der Arbeitsausschußsitzung am 25. Juni 1980 sein.

### 2. Elektronische Medien

Für die elektronischen Medien wird der Einsatz verkürzter Fragestellungen für die Frequenzermittlung angestrebt. Die von MMA für den Pretest entwickelte Frequenzabfrage eignet sich nur für das Fernsehen.

Frau Dr. Hess (MMA) und Herr Schäfer (Schäfer-Marktforschung) sind aufgefordert worden Vorschläge vorzulegen, wie das bestehende Hörfunkmodell zu vereinfachen ist, ohne daß nennenswerte Informationsverluste auftreten.

Frankfurt, den 4.2.1980

CHRONOLOGIE : Veränderungen im Erhebungsmodell

- TK-Sitzung 27./28.9.1978 Grundsatzdiskussion über Veränderungsmöglichkeiten des Erhebungsmodells der Medien
- TK-Sitzung 13.2.1979 Bildung von medienspezifischen Arbeitsgruppen für verschiedene Forschungsbereiche, u.a. auch für den Bereich Erhebungsmethode und Fragebogen
- TK-Sitzung 10./11.5.1979 Die Arbeitsgruppen erläutern ihre Vorstellungen  
Die TK legt die wesentlichen Elemente der zu testenden Abfrageversionen fest. (Eintragungs- und Sortiermodell)
- TK-Sitzung 20.6.1979 Auftrag an das Institut Media-Markt-Analysen (MMA)
- beide Modelle in Fragebogenversionen umzusetzen
  - einen Fragebogenteil für eine Interviewerbefragung mitzuentwickeln
  - in einem Pretest die Handhabbarkeit der beiden Methoden im Vergleich zueinander und zum MA-Modell zu überprüfen.
- TK-Sitzung 12.7.1979 Frau Dr. Hess (MMA) präsentiert Titeltarten- und Fragebogenentwürfe zu den einzelnen Testversionen.  
Die TK legt die endgültige Form der Befragungsunterlagen fest.
- TK-Sitzung 22.8.1979 Frau Dr. Hess (MMA) legt einen Untersuchungsvorschlag für Überprüfung der technischen Handhabung der drei Methodenvarianten vor. Der technische Aufbau der Pretests wird festgelegt.

741

742

- TK-Sitzung 8.11.1979 Die Ergebnisse des Pretests zu den alternativen Abfragemethoden
- Eintragungsmodell
  - Sortiermodell
  - MA-Modell
- werden von MMA präsentiert.
- TK-Sitzung 8.1.1980 Auf der Grundlage der Testergebnisse einigt sich die TK auf 3 verschiedene Versionen für einen Großtest
- Modifiziertes MA-Modell
  - Kombiniertes Sortier-/Eintragungsmodell
  - Modifiziertes Sortier-Modell

Frankfurt, den 31. Jan. 1980

## MEDIA TYPOLOGIE

Ergebnis einer Analyse in graphischer Darstellung

Basis LA 68

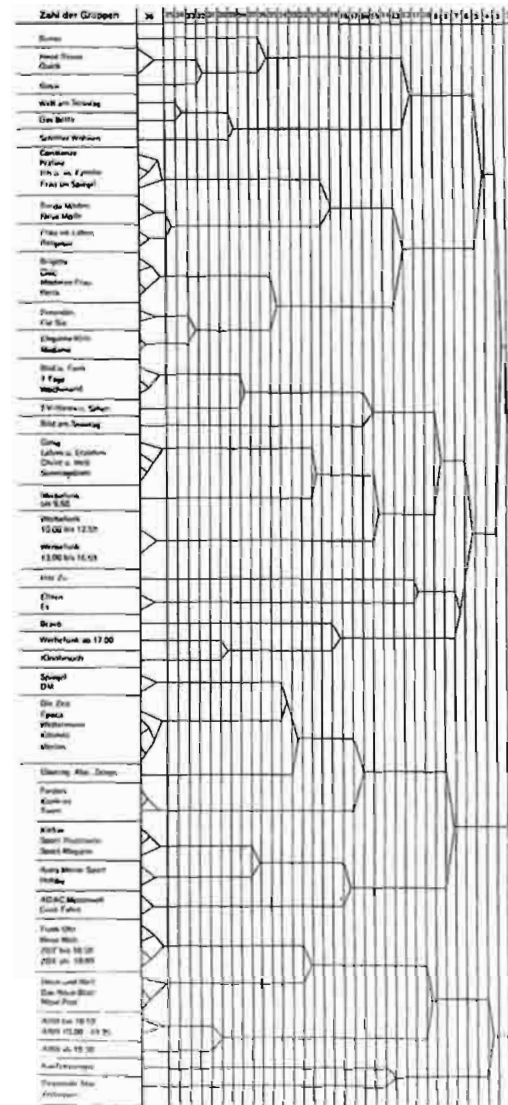
Eingegebene Daten Strukturwerte nach: Geschlecht, Hausfrau, Haushaltsvorstand, Alter, Familienstand, Schulbildung, Berufstätigkeit, Beruf, Einkommen, Haushaltgröße, Haushalttyp, Ortsgrößeklasse, Nielsen-Geblete

- für Zeitschriften: A/E-Leser (LpN)
- für Werbefunk: „gestern“ gehört
- für Werbefernsehen: „gestern“ gesehen
- für Tageszeitungen: „gestern“ mindestens eine Zeitung gelesen
- für Kinobesuch: Kinogänger der letzten Wochen

Verwendetes Programm TYPOL 2, entwickelt von der Firma CIRCE (COMPAGNIE D'INGENIEURS DE RECHERCHE SUR CALCULATEURS ÉLECTRONIQUES) Grenoble

Auswertung SOGREAH S.A., Grenoble

Bemerkung zur Darstellung: Die Reihenfolge der Medien ist keine Rangordnung. Sie ist deutlichkeitshalber so gewählt worden, daß keine Linie sich mit einer anderen überkreuzt.



Zusammenfassung der Problemkreise,  
die in der ersten Sitzung der Technischen Kommission  
am 17. September 1969 angesprochen wurden

Hamburg, Januar 1970

In den Vorstellungen zur "künftigen LA" traten im wesentlichen drei Komplexe zutage:

1. Fragen und Probleme, die primär am grünen Tisch per Entscheidung zu lösen sind.
2. Fragen und Probleme, die in der menschlichen Unzulänglichkeit (primär beim Befragten) zu suchen sind.
3. Probleme, die sich im Zusammenhang mit 1 und/oder 2 für den Fragebogen und die verwendeten Vorlagen ergeben.
  - 1a) Kernproblem des ersten Komplexes ist die Frage der Prüfkriterien - dahinter steht die Frage nach der "Wahrheit" ermittelter Ergebnisse. Drei Lösungsmöglichkeiten zeichnen sich ab:
    - a1) "Wahrheit" oder "Wirklichkeit" ist, was wir messen, ("was schert uns die dumme Wirklichkeit!").
    - a2) Validierung durch Interkorrelation von Ergebnissen, die nach verschiedenen Verfahren gewonnen wurden; unter Hinzuziehung der "Plausibilität" und "Erfahrungen von Spezialisten".
    - a3) Validierung durch ein Prüfkriterium, z.B. Heftvorlage (die Ergebnisse eines Verfahrens werden als Wahrheit gesetzt).
  - b) Vom Kernproblem berührt ist die Frage: Soll der Leser pro Nummer in Zukunft weiter erhoben werden oder nicht? Oder positiv ausgedrückt: Ist es in Zukunft möglich, mit der Frequenzfragestellung allein auszukommen, wenn Fragestellung und Skalen genügend abgesichert sind? Diese Frage läuft schließlich darauf hinaus, ob man sich mit einer eindimensionalen Durchleuchtung eines Sachverhalts begnügt oder ob man lieber auch in Zukunft die leseranalytischen Ergebnisse mehrfach absichert.
  - c) Von dieser Entscheidung ist die Frage abhängig, ob der Fragebogen eher kurz oder lang sein wird.
  - d) Im Zusammenhang mit c) wiederum stellt sich die Frage, wenn man sich schon für einen umfangreicheren Fragebogen entscheidet, ob

man dann nicht das Leseverhalten eindimensional ermittelt und zusätzlich das Verhalten gegenüber anderen Medien genauer und vergleichbar erfaßt (Infratest-Vorschlag, Berlin).

Daneben stellen sich zwei Fragenkomplexe, die bereits auf 2 und 3 übergreifen.

e) Die Frage der Titelprägnanz

Es ist zu entscheiden, ob die Prägnanz eines Titels bereits einen leseranalytischen Sachverhalt darstellt und als solcher für die Streuplanung relevant ist, oder ob die Titelgerechtigkeit Vorrang haben soll und die unterschiedliche Prägnanz wie auch immer berücksichtigt werden soll. Berührt werden davon die Fähigkeit des Befragten zur Objekt-Identifikation, Teile des Fragebogens und die Titelvorgabe.

f) Der Problemkreis der Verständlichkeit der Fragen für den Befragten

Soll der Verfasser des Fragebogens "dem Volk aufs Maul schauen" und so fragen, wie der Befragte spricht bzw. versteht? Oder sollen die Fragen so gestellt werden, wie sie den Planer und Forscher interessieren, und dadurch entstehende Verzerrungen analysiert und anschließend bereinigt werden? Berührt davon werden die Antwortfähigkeit des Befragten und die Gestaltung des Fragebogens.

2. Auf den Befragten bezogen stehen drei Problemkreise an:

- a) Das Problem des Verständnisses der Fragen, d.h. weiß der Befragte, was man von ihm will, was unter lesen, hören, sehen usw. zu verstehen ist? Welche Abhängigkeiten bestehen bezüglich der Unterschiedlichkeit dieses Verständnisses je nach Intelligenz, sozialem Rahmen, Erlebnishorizont usw.?
  - b) Das Problem der Objekt-Identifikation  
Wie weit ist der Befragte orientiert über das Kommunikationsmittel-Angebot? Ist er in der Lage, anhand der Vorlagen Titel wiederzuerkennen? Welche Vorlagen sind am ehesten geeignet, ihm die Objekt-Identifikation zu ermöglichen bzw. zu erleichtern? Wie unterschiedlich ist die Objekt-Identifikation je nach Häufigkeit und Intensität der Beschäftigung mit den Objekten usw.?
  - c) Das Problem der Zeit-Identifikation  
Welche Relevanz haben die Zeitfragen im subjektiven Erlebnisbewußtsein des Befragten? Ist der Befragte in der Lage, zurückliegende Zeiträume richtig einzuschätzen? Ist der Befragte in der Lage, die Häufigkeit von Ereignissen in begrenzten oder unbegrenzten Zeiträumen abzuschätzen? Bestehen Unterschiede je nach Intelligenz, sozialem Rahmen und Erlebnisintensität bei den Befragten usw.?
3. Die anstehenden Probleme für den Fragebogen ergeben sich aus 1 und 2 und aus erkannten "Fehlern" der Vergangenheit.
- a) Es stehen Probleme an bezüglich der Fragenfolge im Interview, des Ablaufs des Interviews und des Umfangs des Fragebogens.

"Repräsentanz-Analyse für ausgewählte Zeitungen -  
ein Experiment der AG .MA aus dem Material der MA"

Erläuterungen zu den vorgelegten Tabellen

Juli 1974

- b) Auf den Komplex der Fragenformulierung, das Niveau der Fragen und die Übersetzbarkeit in das Verständnis des Befragten wurde bereits hingewiesen.
- c) Es ist erwiesen, daß Art und Weise der Titeltkartenvorlage, Reihenfolge der Vorlagen, Rotation der Zeitschriftengruppen, Art und Anlage von Filtern und die Gestaltung der Titeltkarten einen Einfluß auf die Ergebnisse haben.
- d) Die Unterschiedlichkeit der Titel wirft die Frage auf, ob die unterschiedlichen Erscheinungsintervalle und die unterschiedliche Prägnanz der Titel im Fragebogen Berücksichtigung finden sollen.
- e) Die Fassung der Frage und die Antwortvorgaben bei der Ermittlung des letzten Lesens sind problematisch. Der LpN als Fiktion ist durch verschiedene Gutachten z.B. DELTA infrage gestellt.
- f) Die Fassung der Frage, die Art und Zahl der Vorgaben und eventuelle Vorlagen bei der Frequenzeinschätzung sind zu prüfen.

Die Experimente zur LA '70 fassen aus den hier beschriebenen Problemkreisen und Einzelproblemen Details an:

- 1c) Die Fassung der Fragen und Skalen betreffend
- 1f) Mit Hilfe der Belson-Interviews
- 2a) Mit Hilfe der Belson-Interviews
- 3a) Durch die verschiedenen Split-Versionen
- 3e) Langer/kurzer Zeitfilter; wenige/viele Zeitvorgaben
- 3c) Sammlung und Sichtung vorliegender Experimente war vorgesehen

Die Media-Analyse (MA) der Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse e.V. war bisher in erster Linie eine nationale Untersuchung für national verbreitete Medien. Seit mehreren Jahren werden auch regional verbreitete Medien erhoben und zum Teil dargestellt. Wie weiter unten dargelegt wird, gibt es von den eingesetzten Stichproben her für regionale Medien dann keine Probleme, wenn deren Verbreitung mit regionalen Einheiten, wie sie in die Stichprobenbildung eingegangen sind, konform ist. Das ist die Regel bei den Rundfunkanstalten. Jedenfalls ist bei Hörfunk und Fernsehen eine so weitgehende Konformität von Gebühreneinzugs-Gebieten und durch die Stichproben repräsentierten Regionen gegeben, daß Repräsentanzprobleme nicht auftreten. Dies insbesondere auch deswegen, weil die MA bei den von ihr eingesetzten Stichproben eine hohe Netzdichte erzeugt. Das bedeutet bei der Art Flächenstichproben, wie sie im ADM-Stichprobensystem enthalten sind, daß die Interviews so gestreut sind, daß ein Maximum an Flächen (Points) berücksichtigt wird. Bei der MA 73 bedeutet dies konkret: von den in der Bundesrepublik und West-Berlin vorhandenen Points ( 47.974) wurden 4.932 durch Interviews erfaßt, also von 9,7 einer.

Diese Tatsache und das seit der MA 73 neue Feldeinsatzmodell, das eine gleichmäßigere Auslastung der Points mit sich brachte, ist für solche regionalen Medien von Bedeutung, deren Verbreitungsgebiete irgendwie definiert, jedenfalls aber nicht durch politische (Regierungsbezirks-) Grenzen eindeutig festgelegt sind.

Genau dieser Tatbestand trifft für die regional verbreiteten Abonnements- und Kaufzeitungen zu.

Die Erhebung der Zeitungen in der MA 73

Die drei überregionalen Zeitungen

Frankfurter Allgemeine  
Süddeutsche Zeitung  
Die Welt

und die acht Kaufzeitungen

Der Abend  
Abendpost  
Abendzeitung  
Bild  
B. Z.  
Express  
Hamburger Morgenpost  
tz München

werden mit Titeltkarten abgefragt.

Das Befragungsmodell entspricht dem der Publikumszeitschriften, wurde 1970 entwickelt und seither so oft dargestellt, daß sich Einzelheiten hier erübrigen.

Die Ergebnisse der regionalen Abonnementszeitungen entstehen ohne Titeltkarten-Vorlage nach einem System, das seit mehreren Jahren Verwendung findet und in seinem Kern auf frühere BdZV-Analysen zurückgeht. Dieses System der Erhebung der regionalen Tageszeitungen erfaßt diese durch offene Frage "Und wie heißen die Tageszeitungen hier aus der Stadt, dem Ort, der Gegend, welche gibt es hier?" Es erfordert eine möglichst vollständige Liste aller in der Bundesrepublik erscheinenden Zeitungen mit allen Unterausgaben und Kopfblättern, um die von den Befragten genannten und vom Interviewer mit ausgeschriebenen Namen festgehaltenen Titel später bei der Vercodung einzelnen Zeitungen oder Gruppen zuordnen zu können. Besonders das Wiederfinden belegbarer Titel, belegbarer Unterausgaben, belegbarer Kombinationen ist nur dann gewährleistet, wenn alle erscheinenden Kopfblätter den entsprechenden belegbaren Einheiten zweifelsfrei zugeordnet werden können. Dies erfordert umfangreiche Zeitungskataloge und eine erhebliche Arbeit beim Vercoden der Zeitungen. Um diese relativ umständliche Prozedur nicht noch zusätzlich zu komplizieren, war das Vercodungssystem der LA 71 und der MA 72 (von einigen Modifizierungen abgesehen, schon bei LA 69 und LA 70) auf die Gewinnung solcher Informationen abgestellt, die entweder für zusammenfassende Ausweisung oder für Tests gebraucht wurden. Abgesehen von den per Titeltkarten erhobenen Zeitungen stammten die Unterlagen für die Vercodung der offen abgefragten Titel aus zwei Quellen:

1. Liste der Arbeitsgemeinschaft Regionalpresse
2. Liste der übrigen regionalen Zeitungen mit Auf-lagen ab 30 000 (elf Titel)

Die Listen enthalten die Titel der Hauptausgaben, aller Unterausgaben, Kopfblätter und Anschlußzeitungen. Für diese Titel sind alle Leser per Vercodung jeweils dem Haupttitel zugeordnet, die Informationen für die Haupttitel sind im Umateral festgehalten. Alle übrigen Titel erhielten einen Sammelcode: sonstige Zeitungen unterteilt nach erst-, zweit- und drittgenannten.

Den Codeplänen liegt jeweils ein bestimmter Stichtag zugrunde; Veränderungen und Zusammenschlüsse nach diesem Stichtag sind nicht berücksichtigt (MA 73 Stichtag 31.12.1972). Zusammenschlüsse von bereits einzeln vercodeten Zeitungen nach diesem Stichtag lassen sich berücksichtigen. Der auf diese Weise entstandene Datenbestand mit den Informationen pro Titel

1. schon in der Hand gehabt
2. in den letzten 14 Tagen gelesen
3. Frequenz (numerische 12er Skala)
4. und "Leser pro Nummer" (Leser gestern, bei Montagsinterviews im Bundesgebiet und Dienstaginterviews in Berlin Leser gestern und vorgestern)

ging in die Repräsentanzanalyse für Tageszeitungen ein. Bei diesem Experiment kam es in erster Linie darauf an, die Einzelergebnisse für regionale Medien zu verbessern.

#### Die Repräsentanzanalyse der Tageszeitungen

##### A. Ziele

Das eigentliche Ziel konnte nur angestrebt werden, wenn zwei methodisch bedingte Ziele erreicht werden konnten.

Das erste Ziel bezog sich darauf, daß festgestellt werden mußte, inwieweit die national repräsentant hergestellten Stichproben auch in der Lage sind, Repräsentationsschlüsse auf regionale Teile des Bundesgebietes zuzulassen.

##### Erklärung:

Das ADM-Stichprobensystem schichtete die bei der Ziehung der Stichproben zur Verfügung stehenden Flächen (Stimmbezirke, Points) u. a. nach regionalstatistischen Merkmalen. Die Schichtung bezog 25 Regierungsbezirke (durch Zusammenfassung und Teilung: Ruhrkohlenbezirk - nicht Ruhrkohlenbezirk) und 9 Gemeindegrößenklassen ein. Auch diese Weise ergaben sich 116 besetzte Zellen im Datenmaterial.<sup>1)</sup> Jede einzelne ADM-Stichprobe mit 280 Points (Flächen, Stimmbezirke) repräsentiert das Bundesgebiet in diesen Schichten. Bei vier jeweils zusammengehörenden Stichproben sind die kommagenaue Relationen der Schichten gegeben. Dies trifft auch für Teile des Bundesgebietes (Regionen) dann zu, wenn die Definition dieser Regionen mit den bei der Schichtung verwendeten Regierungsbezirken (unter Berücksichtigung der Zusammenfassungen und Teilungen) übereinstimmt. In allen anderen Fällen - und das wird die Mehrzahl der Fälle sein - ist eine Aussage über den Repräsentationsgrad einer Region nicht möglich. Eine Überprüfung muß vorgenommen werden und die Ergebnisse müssen gegebenenfalls mit zusätzlichen Flächengewichten versehen werden.

<sup>1)</sup> siehe dazu: Media-Analyse AG, MA Media-Micro-Census, Methodenband MA 73, Frankfurt 1973, S. 31, und Friedrich Wendi, Darstellung eines Stichprobensystems und seiner Realisierung in der ADM-Stichprobe 1971, Hamburg 1971, S. 59 ff.



Das zweite Ziel der Analyse bestand darin, die Vereinigung zweier verschiedener regionaler Tatbestände zu testen, die auftretenden Schwierigkeiten zu analysieren und aus der Analyse die entsprechenden Schlüsse zu ziehen. Für das Experiment standen zwei vom Zweck und Informationsgehalt her unterschiedliche Dateien zur Verfügung, die sich nur darin nicht unterschieden, daß beide zur Beschreibung der Regionen das Kennziffensystem des Statistischen Bundesamtes benutzten,<sup>2)</sup> allerdings zu verschiedenen Zeitpunkten (Gebietsständen).

Die erste Datei umfaßt einen Teil der Informationen aus der MA 73, insbesondere die Statistik der Befragten, ihr Media-Verhalten und dabei auch oder gerade das Lesen von Tageszeitungen.

Die andere Datei bestand aus einem Teil der IVW-Regionalanalyse Tageszeitungen, die die Verbreitung von Tageszeitungen in Gemeinden über 5.000 Einwohner und den Restkreisen dargestellt.

Die Verbreitungsgebiete wurden so genommen, wie sie in der IVW-Verbreitungsanalyse dargestellt sind. Da dies in der Regel (Ausnahmen siehe weiter unten) die weitest mögliche Definition ist, erschien dies angebracht, weil so jede Reduktion des Gebietes auf Kerngebiete für weitere Experimente offen, d.h. mit dem vorliegenden Material möglich blieb.

Das dritte Ziel bezog sich schließlich auf den Daten-output des Experiments. Durch die Vereinigung der Dateien sollte erreicht werden, daß die Leser der Tageszeitungen in den Verbreitungsgebieten dargestellt werden können. Das bezieht sich vor allem auf die Reichweiten-Ergebnisse, deren Bezugspunkt = 100 alle Personen im Verbreitungsgebiet der Zeitung darstellt.

## B. Die Anlage des Experiments

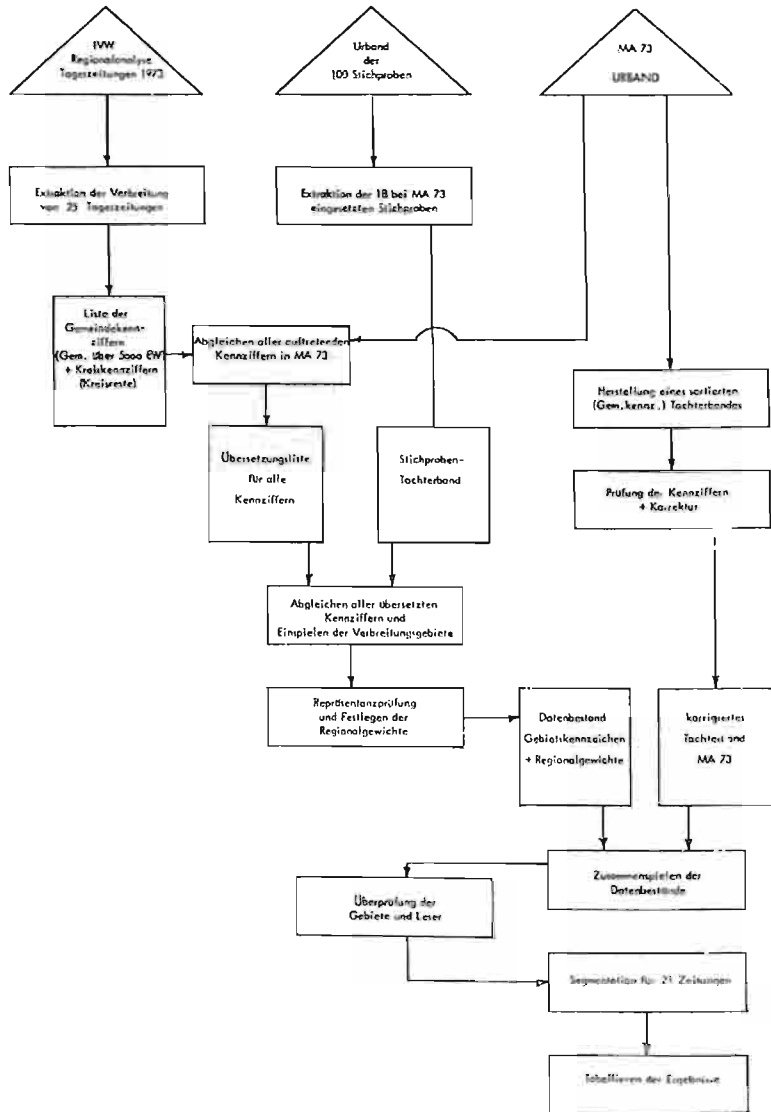
Die erste Phase des Experiments bestand in der Auswahl der zu untersuchenden Zeitungen und der Extraktion der Informationen dieser Zeitungen aus der IVW-Regionalanalyse Tageszeitungen 1973. Es wurde festgelegt, daß alle regionalen Abonnementszeitungen einbezogen werden sollten, die eine verkaufte Auflage von mehr als 200.000 Exemplaren (IVW II/1973) hatten, und zusätzlich einige Kaufzeitungen.

<sup>2)</sup> Herausgeber: Statistisches Bundesamt Wiesbaden, Statistische Kennziffern der Gemeinden und Verwaltungsbezirke in der Bundesrepublik Deutschland, Verlag W. Kohlhammer GmbH Stuttgart und Mainz 1969, Ausgabe 1970, sowie 1. bis 9. Ergänzung (Dezember 1973).

Titel	Auflagenhöhe	
	gedruckt	verkauft
Westdeutsche Allg./Westfalenpost	823.478	733.517
Hannoversche Allgemeine	419.664	383.613
Rheinische Post	390.366	354.993
Nürnberger Nachrichten/Nürnberg- berger Zeitung	344.547	320.110
Augsburger Allg./Allgäuer Ztg.	301.720	288.261
Hamburger Abendblatt	310.763	283.710
Süddeutsche Zeitung	327.802	282.088
Südwest Presse	270.775	252.843
Braunschweiger Ztg./Nieder- sächsisches Tageblatt	266.135	252.094
Neue Ruhr/Rhein-Zeitung	281.099	249.973
Nordwest Zeitung	247.449	235.967
Ruhr-Nachrichten	260.548	230.914
Die Rheinpfalz	242.276	230.406
Westfälische Rundschau	256.884	221.600
Saarbrücker Zeitung	234.957	220.742
Kölner Stadtanzeiger	240.159	219.533
Neue Osnabrücker Zeitung	226.941	216.910
Westdeutsche Zeitung	238.122	212.899
Berliner Morgenpost	213.760	200.198
B. Z.	318.600	296.465
Abendzeitung/8 Uhr Blatt	296.674	235.459
Express Gesamt	419.374	361.125
Abendpost/Nachtausgabe	175.749	131.144
IZ München	153.176	117.800
Der Abend	79.389	61.111

Für diese 19 Abonnements- und 6 regionalen Kaufzeitungen wurden die Verbreitungsgebiete ermittelt (Orte über 5.000 Einwohner mit Ortskennziffer und Restkreise mit Kreiskennziffern).

Der weitere Verlauf der Arbeiten ist in einem Diagramm dargestellt, aus dem die wesentlichen Schritte hervorgehen. Vereinigungsmerkmal waren die Ortskennziffern, wie sie in der amtlichen Statistik benutzt wurden. Wegen des unterschiedlichen Gebietsstandes der Dateien gab es hier erhebliche Probleme, die zu Zeitverzögerungen führten. Auf Einzelheiten in der Beschreibung dieser Schwierigkeiten kann hier verzichtet werden, um die Darstellung nicht zu sehr zu belasten, zumal ein Erfahrungsbericht darüber in anderem Zusammenhang vorgelegt werden soll.



### Die Ergebnisse der Repräsentanzanalyse

a) Das erste Ergebnis bestand in einer Gegenüberstellung der Leser pro Zeitung, die innerhalb und außerhalb der Verbreitungsgebiete aufgetreten waren, sowie der Zahl der Fälle in den einzelnen Verbreitungsgebieten insgesamt.

	LpN gesamt	LpN im Verbrei- tungsgebiet	△
Hamburger Abendblatt	238	233	5
Hannoversche Allg. Zeitung	293	285	8
Neue Osnabrücker Zeitung	202	192	10
Braunschweiger Zeitung	152	147	5
Nord-West-Zeitung	175	169	6
Kölner Stadt-Anzeiger	218	207	11
Westdeutsche Allg. Zeitung	637	538	99
Neue Ruhr Zeitung	276	237	39
Westdeutsche Zeitung	105	31	74
Nürnberger Nachrichten	326	311	15
Rheinische Post	343	337	6
Ruhr-Nachrichten	222	219	3
Westfälische Rundschau	248	236	12
Saarbrücker Zeitung	217	213	4
Die Rheinpfalz	249	240	9
Südwest Presse	207	182	25
Süddeutsche Zeitung	314	248	66
Augsburger Allgemeine	336	324	12
Berliner Morgenpost	172	167	5
Abendzeitung/B Uhr Blatt	194	171	23
B. Z.	215	190	25
Express	278	258	20
Abendpost	109	76	33
Abend	71	61	10
tz	106	92	14

Bei dieser Gegenüberstellung stellte sich heraus, daß für die Westdeutsche Zeitung/Düsseldorfer Nachrichten aus der IVW-Regionalanalyse nur der eine der beiden Vereinigungstitel zur Definition des Verbreitungsgebietes benutzt worden war. Deshalb wurde diese Zeitung nicht mehr in die weitere Auswertung einbezogen. Ein höherer Anteil von Lesern außerhalb des Verbreitungsgebietes tritt auch bei den regionalen Kaufzeitungen auf. Das muß aber so sein, weil die Verbreitungsgebiete durch den

Standort der Verkaufsstellen definiert sind, nicht durch den Wohnsitz der Haushalte, in die die Zeitungen gelangen. Wegen verbleibender, zu geringer Fallzahl wurden aus der weiteren Auswertung dann noch die Titel Abend, Abendpost und die München ausgeklammert.

Bei der Süddeutschen Zeitung mit überregionaler Verbreitung mußten mehr Fälle außerhalb des Verbreitungsgebietes auftreten. Bei den übrigen Zeitungen zeigte sich, daß die unterschiedlichen Anteile von Lesern außerhalb des Verbreitungsgebietes auf verschiedene Handhabung bei der Regionalanalyse bezüglich des Hineinrechnens bzw. Draußenlassens von Gemeinden und Kreisen zurückzuführen sind. Dieses Phänomen wurde an der Westdeutschen Allgemeinen Zeitung (WAZ) studiert.

Verbreitungsgebiet der Westdeutschen Allg. Zeitung und Fälle im weitesten Leserkreis (142) außerhalb



Aus der Karte wird deutlich, daß sämtliche Fälle außerhalb des IVW-Verbreitungsgebietes in Kreisen direkter Nachbarschaft oder (in 2 Fällen) nur wenig entfernt auftreten.

Hier zu standardisieren wäre sinnvoll, weil dadurch die Vergleichbarkeit der von IVW und/oder MA gelieferten Informationen für die Zeitungen erleichtert wird. Allgemein gilt: Je enger das Verbreitungsgebiet definiert ist, desto höher ist die Haushaltsausdeckung (durchschnittlich im Verbreitungsgebiet) bzw. desto höher ist die MA-Reichweite, desto kleiner aber ist die erfaßte Auflage bzw. die erfaßten Leser und somit desto höher der Tausenderpreis (ob auf Auflage, Leser oder Kontakte bezogen).

Die Zahl der pro Verbreitungsgebiet existierenden Sample-Points wurde nicht gesondert gezählt, läßt sich aber aus den Fallzahlen in etwa erschließen. Durchschnittlich ergeben sich 3,4 Interviews pro Sample-Point. Dieser Satz, auf die Fallzahlen in den Verbreitungsgebieten der Zeitungen angewendet, ergibt etwa die Zahl der Points pro Gebiet.

	Interviews insg. im Verbreitungs- gebiet	Zahl der Points im Verbreitungs- gebiet ca.
Hamburger Abendblatt	2435	723
Hannoversche Allg. Zeitung	752	223
Neue Osnabrücker Zeitung	308	91
Braunschweiger Zeitung	318	94
Nord-West-Zeitung	312	93
Kölner Stadt-Anzeiger	649	193
Westdeutsche Allg. Zeitung	1115	331
Neue Ruhr Zeitung	1614	479
Express	1828	542
Abendzeitung/8 Uhr Blatt	2409	715
ä. Z.	838	249
Nürnberger Nachrichten	544	161
Rheinische Post	1082	321
Ruhr-Nachrichten	1174	348
Westfälische Rundschau	1150	341
Saarbrücker Zeitung	512	152
Die Rheinpfalz	364	108
Südwest Presse	533	158
Süddeutsche Zeitung	4630	1374
Augsburger Allgemeine	444	132
Berliner Morgenpost	838	249

b) Das zweite Ergebnis bestand in einem Datensatz (Magnetband), auf dem die Informationen für die Zeitungen in Form von Wahrscheinlichkeiten enthalten sind, dazu die Verbreitungsgebiete der Zeitungen als zusätzliches regionales Merkmal und das Regionalgewicht, das den Ausgleich an Repräsentanz darstellt. Der Datensatz enthält darüberhinaus die bei der MA ermittelte Statistik und die Wahrscheinlichkeiten für alle in der MA erfaßten Medien. Damit ist jede im Rahmen der MA auch sonst vorhandene Möglichkeit der Auswertung gegeben. Das bezieht sich sowohl auf tabellarische Darstellung (in der vorgelegten Form entsprechen sie Tabellen aus den Berichtsbänden der MA 73) als auch auf Darstellungen für den einzelnen Titel darüberhinaus, sowie auf Zählungen mit anderen Medien zusammen bzw. in Gegenüberstellung zu diesen bei Einfach- und Mehrfachbelegung.

c) Zu den hier vorgelegten Tabellen sind einige Bemerkungen angebracht über die dargestellten Merkmale. Durchgängig sind die Merkmalsdefinitionen benutzt worden, die in der MA Verwendung finden. Bei einigen Merkmalen kann nicht ausbleiben, daß die zugrundeliegende Gesamtheit nur wenige Fälle umfaßt. Das trifft besonders zu für Inhaber, Leiter von Unternehmen, freie Berufe und auch Landwirte im Merkmal Beruf des Befragten und Beruf des HV.

Im Merkmal Hausfrau ist sowohl die Hausfrau wie auch bei männlichen Einpersonenhaushalten diese Männer enthalten. Die Wohnortgrößen folgen der sogenannten Boustedt-Definition. Die zum Einzugsbereich gehörenden Umlandgemeinden sind den Kernstädten zugerechnet. Das bedeutet, daß die Wohnortgrößen nicht mit den politischen Gemeindegrößen identisch sind. So werden die Randgemeinden von Hamburg in Schleswig-Holstein und Niedersachsen als zur Ortsgrößenklasse 500.000 und mehr Einwohner gezählt.

Die Tabellenübersicht Reichweiten hat für jede Zeitung einen anderen Bezug, nämlich die Einwohner der jeweiligen Verbreitungsgebiete. Sie erlauben daher kaum einen Vergleich. Hingegen lassen sich die Strukturen (Tabellen Zusammensetzung) und die Leser in Millionen (Tabellen Hochrechnung) sehr wohl miteinander vergleichen.

Die Tabellen, auf denen die Titel einzeln dargestellt sind, entsprechen den Einzeldarstellungen der Publikumszeitschriften mit dem Unterschied, daß sie sich ausschließlich auf das bei der IVW-Regionalanalyse angegebene Verbreitungsgebiet beziehen. Für zukünftige Berichte wären Verbreitungsgebietskarten als Zusatzinformation von Nutzen.

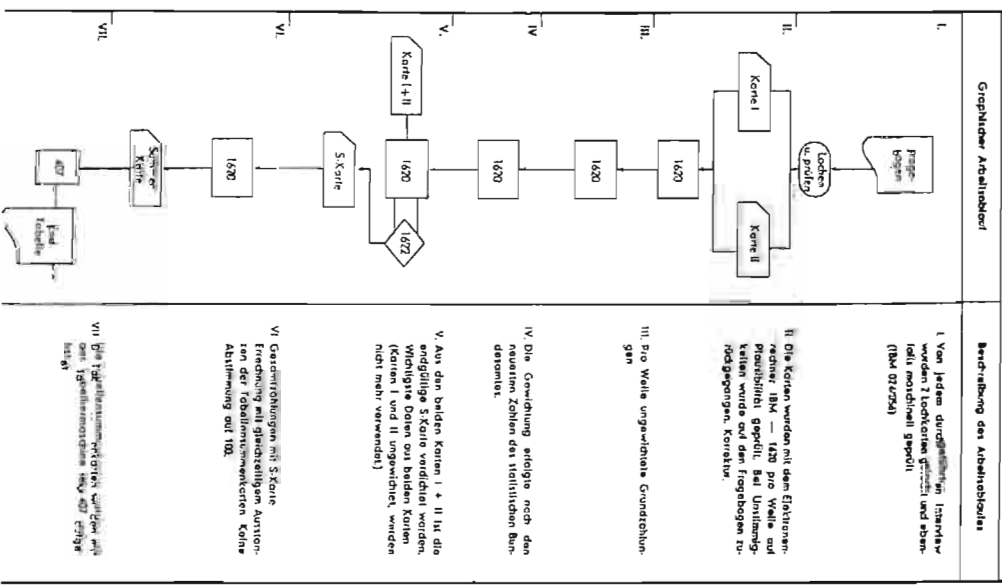
Frankfurt/Main, im Juni 1974

((278)) Anhang 41

Untersuchungen zum Thema Zielgruppen, Kontaktqualität, Intermedia, Kontaktdosierung und Konkurrenzdruck

Zielgruppen	Kontaktqualität	Intermedia	Kontaktdosierung und Konkurrenzdruck
1970			Werbeforschung - Werbewirkung (HÖRZU/FUNK UHR) Agevis-Studie (Jahreszeiten-Verlag)
1971	Heftnutzung und Anzeigenbeobachtung und die Faktoren, die sie beeinflussen (HBV)	Bams-Kommunikation (Bams) Wege zur Werbewirkungsprognose (HÖRZU/FUNK UHR)	
1972	Frauentypologie 1 (Gruner + Jahr)	Teufel-Studie (Gruner + Jahr)	Eff-Kurve (Spiegel Verlag)
1974	Typologie der Wünsche (Borda) Concepte (HÖRZU/FUNK UHR)		
1975	Profile 1 (Gruner + Jahr) Eltern-Kaufintensitäten (Gruner + Jahr) Frauentypologie 2 (Gruner + Jahr)	Markt-Mechanik 1 (HÖRZU/FUNK UHR) Litamin-Studie (HBV)	ELA - Experimente zum Lernen von Anzeigen (HÖRZU)
1976	Typologie der Wünsche (Borda) Concepte follow up (HÖRZU/FUNK UHR)	Telefon-Kampagne (HBV)	

Arbeitsablauf der Auswertung LA 62 mit konventionellen Lochkarten-Maschinen und elektronischen



- 1977 Frauentypologie 3 (Gruner + Jahr)  
EVA-Entscheidung Verbrauch Anschaffung (HÖRZU/FUNK UHR)  
Prozente (Der Spiegel)  
Markenkompass (HBV)  
Profile 2 (Gruner + Jahr)  
Marketing-Media-Container (Das Beste)
- 1978 Typologie der Wünsche (Burda)  
EVA 78 (HÖRZU/FUNK UHR)  
Stela (Gruner + Jahr)  
Markenkompass (HBV)
- 1979 Frauentypologie 4 (Gruner + Jahr)  
EVA 79 (HÖRZU/FUNK UHR)  
Markenkompass (HBV)  
Wohnen und Leben (Gruner + Jahr)  
Profile 3

- Markt-Mechanik 2 (HÖRZU/FUNK UHR)  
Lernprozesse im Test - Mehrkanalität (Bild)
- Lesequalität (HÖRZU/FUNK UHR)
- Seher-Qualität (HÖRZU/FUNK UHR)  
Wirkungskompass (HBV)  
Wirkungsfaktor "Heftnutzung" (Aenne Burda)

"Wie geht's weiter in der Mediaforschung?" Tabelle I  
Der Kontakter, Vol. XX/4, 21.1.1980

759

760

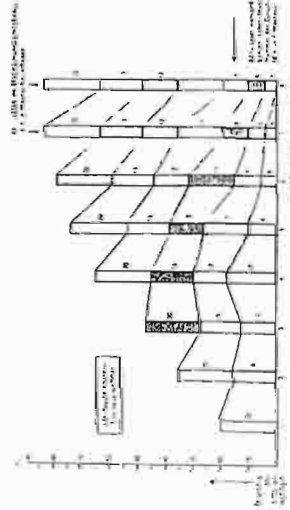
**Gebrauchsanweisung für diese LA 68**

Leserzahl ist die Mittelzahl für die Prüfung von Arbeitsblättergruppen. Sie ist nicht jedoch die für einen einzelnen Arbeitsblatt. Zusammenfassend sind die Leserzahlen für alle Blätter einer Gruppe angegeben. Die Leserzahl ist die Mittelzahl für die Prüfung von Arbeitsblättergruppen. Sie ist nicht jedoch die für einen einzelnen Arbeitsblatt. Zusammenfassend sind die Leserzahlen für alle Blätter einer Gruppe angegeben.

Leserzahl ist die Mittelzahl für die Prüfung von Arbeitsblättergruppen. Sie ist nicht jedoch die für einen einzelnen Arbeitsblatt. Zusammenfassend sind die Leserzahlen für alle Blätter einer Gruppe angegeben.

**Der Leser einer Nummer**

Leserzahl ist die Mittelzahl für die Prüfung von Arbeitsblättergruppen. Sie ist nicht jedoch die für einen einzelnen Arbeitsblatt. Zusammenfassend sind die Leserzahlen für alle Blätter einer Gruppe angegeben.



Man macht sich bei der Arbeit mit Leservorrichtungen vertraut, wenn man im Leser pro Nummer nicht die gesamte Leser-Nummer liest, sondern die theoretischen Leser pro Nummer. Nach der Tabelle der Leser-Nummern und der Leser-Nummern der Leser pro Nummer nicht die gesamte Leser-Nummer liest, sondern die theoretischen Leser pro Nummer.

Der Leser einer Nummer ist die Mittelzahl für die Prüfung von Arbeitsblättergruppen. Sie ist nicht jedoch die für einen einzelnen Arbeitsblatt. Zusammenfassend sind die Leserzahlen für alle Blätter einer Gruppe angegeben.

Leserzahl ist die Mittelzahl für die Prüfung von Arbeitsblättergruppen. Sie ist nicht jedoch die für einen einzelnen Arbeitsblatt. Zusammenfassend sind die Leserzahlen für alle Blätter einer Gruppe angegeben.

Am Ende der Tabelle sind die Leser pro Nummer angegeben. Sie sind nicht jedoch die für einen einzelnen Arbeitsblatt. Zusammenfassend sind die Leserzahlen für alle Blätter einer Gruppe angegeben.

**Die Leser einer Nummer**

Die Tabelle der Leser pro Nummer ist die Mittelzahl für die Prüfung von Arbeitsblättergruppen. Sie ist nicht jedoch die für einen einzelnen Arbeitsblatt. Zusammenfassend sind die Leserzahlen für alle Blätter einer Gruppe angegeben.

Leserzahl ist die Mittelzahl für die Prüfung von Arbeitsblättergruppen. Sie ist nicht jedoch die für einen einzelnen Arbeitsblatt. Zusammenfassend sind die Leserzahlen für alle Blätter einer Gruppe angegeben.

Leserzahl ist die Mittelzahl für die Prüfung von Arbeitsblättergruppen. Sie ist nicht jedoch die für einen einzelnen Arbeitsblatt. Zusammenfassend sind die Leserzahlen für alle Blätter einer Gruppe angegeben.

Leserzahl ist die Mittelzahl für die Prüfung von Arbeitsblättergruppen. Sie ist nicht jedoch die für einen einzelnen Arbeitsblatt. Zusammenfassend sind die Leserzahlen für alle Blätter einer Gruppe angegeben.

Leserzahl ist die Mittelzahl für die Prüfung von Arbeitsblättergruppen. Sie ist nicht jedoch die für einen einzelnen Arbeitsblatt. Zusammenfassend sind die Leserzahlen für alle Blätter einer Gruppe angegeben.

Leserzahl ist die Mittelzahl für die Prüfung von Arbeitsblättergruppen. Sie ist nicht jedoch die für einen einzelnen Arbeitsblatt. Zusammenfassend sind die Leserzahlen für alle Blätter einer Gruppe angegeben.

Leserzahl ist die Mittelzahl für die Prüfung von Arbeitsblättergruppen. Sie ist nicht jedoch die für einen einzelnen Arbeitsblatt. Zusammenfassend sind die Leserzahlen für alle Blätter einer Gruppe angegeben.

Leserzahl ist die Mittelzahl für die Prüfung von Arbeitsblättergruppen. Sie ist nicht jedoch die für einen einzelnen Arbeitsblatt. Zusammenfassend sind die Leserzahlen für alle Blätter einer Gruppe angegeben.

Leserzahl ist die Mittelzahl für die Prüfung von Arbeitsblättergruppen. Sie ist nicht jedoch die für einen einzelnen Arbeitsblatt. Zusammenfassend sind die Leserzahlen für alle Blätter einer Gruppe angegeben.

Leserzahl ist die Mittelzahl für die Prüfung von Arbeitsblättergruppen. Sie ist nicht jedoch die für einen einzelnen Arbeitsblatt. Zusammenfassend sind die Leserzahlen für alle Blätter einer Gruppe angegeben.

Leserzahl ist die Mittelzahl für die Prüfung von Arbeitsblättergruppen. Sie ist nicht jedoch die für einen einzelnen Arbeitsblatt. Zusammenfassend sind die Leserzahlen für alle Blätter einer Gruppe angegeben.

Umfrage Nr. LA 69  
 Blatt Nr. 1  
 - Karteneinteilung

Problem: LA 69 "Fragebogen"

6.9	1	LA 69	
1	1	Kartenkennzeichen	
	2	Uev. Faktor	
	3		
	4	Page-Nr.	
	5		
	6		
	7		
	8		
	9		
	0		
	1		
	2		
	3		
	4		
	5		
	6		
	7		
	8		
	9		
	0		
	1		
	2		
	3		
	4		
	5		
	6		
	7		
	8		
	9		
	0		
	1		
	2		
	3		
	4		
	5		
	6		
	7		
	8		
	9		
	0		
	1		
	2		
	3		
	4		
	5		
	6		
	7		
	8		
	9		
	0		
	1		
	2		
	3		
	4		
	5		
	6		
	7		
	8		
	9		
	0		
	1		
	2		
	3		
	4		
	5		
	6		
	7		
	8		
	9		
	0		
	1		
	2		
	3		
	4		
	5		
	6		
	7		
	8		
	9		
	0		
	1		
	2		
	3		
	4		
	5		
	6		
	7		
	8		
	9		
	0		
	1		
	2		
	3		
	4		
	5		
	6		
	7		
	8		
	9		
	0		
	1		
	2		
	3		
	4		
	5		
	6		
	7		
	8		
	9		
	0		
	1		
	2		
	3		
	4		
	5		
	6		
	7		
	8		
	9		
	0		
	1		
	2		
	3		
	4		
	5		
	6		
	7		
	8		
	9		
	0		
	1		
	2		
	3		
	4		
	5		
	6		
	7		
	8		
	9		
	0		
	1		
	2		
	3		
	4		
	5		
	6		
	7		
	8		
	9		
	0		
	1		
	2		
	3		
	4		
	5		
	6		
	7		
	8		
	9		
	0		
	1		
	2		
	3		
	4		
	5		
	6		
	7		
	8		
	9		
	0		
	1		
	2		
	3		
	4		
	5		
	6		
	7		
	8		
	9		
	0		
	1		
	2		
	3		
	4		
	5		
	6		
	7		
	8		
	9		
	0		
	1		
	2		
	3		
	4		
	5		
	6		
	7		
	8		
	9		
	0		
	1		
	2		
	3		
	4		
	5		
	6		
	7		
	8		
	9		
	0		
	1		
	2		
	3		
	4		
	5		
	6		
	7		
	8		
	9		
	0		
	1		
	2		
	3		
	4		
	5		
	6		
	7		
	8		
	9		
	0		
	1		
	2		
	3		
	4		
	5		
	6		
	7		
	8		
	9		
	0		
	1		
	2		
	3		
	4		
	5		
	6		
	7		
	8		
	9		
	0		
	1		
	2		
	3		
	4		
	5		
	6		
	7		
	8		
	9		
	0		
	1		
	2		
	3		
	4		
	5		
	6		
	7		
	8		
	9		
	0		
	1		
	2		
	3		
	4		
	5		
	6		
	7		
	8		
	9		
	0		
	1		
	2		
	3		
	4		
	5		
	6		
	7		
	8		
	9		
	0		
	1		
	2		
	3		
	4		
	5		
	6		
	7		
	8		
	9		
	0		
	1		
	2		
	3		
	4		
	5		
	6		
	7		
	8		
	9		
	0		
	1		
	2		
	3		
	4		
	5		
	6		
	7		
	8		
	9		
	0		
	1		
	2		
	3		
	4		
	5		
	6		
	7		
	8		
	9		
	0		
	1		
	2		
	3		
	4		
	5		
	6		
	7		
	8		
	9		
	0		
	1		
	2		
	3		
	4		
	5		
	6		
	7		
	8		
	9		
	0		
	1		
	2		
	3		
	4		
	5		
	6		
	7		
	8		
	9		
	0		
	1		
	2		
	3		
	4		
	5		
	6		
	7		
	8		
	9		
	0		
	1		
	2		
	3		
	4		
	5		
	6		
	7		
	8		
	9		
	0		
	1		
	2		
	3		
	4		
	5		
	6		
	7		
	8		
	9		
	0		
	1		
	2		
	3		
	4		
	5		
	6		
	7		
	8		
	9		
	0		
	1		
	2		
	3		
	4		
	5		
	6		
	7		
	8		
	9		
	0		
	1		
	2		
	3		

# CODEPLAN

Umfrage Nr.: LA 69 / 1  
Karte

Seite	Frage	Frage-Text / Stichwort	Spalte	
	3C 32	Konfession Familienstand	11	
	Gesamt- Ergebnisse			
Lehrst.	lungen	gew.	Antwort-Text	Abkürzung
9			evangelisch	
8			katholisch	
7			andere, keine Konfession	
6			Keine Angabe	
5			ledig	
4			verheiratet	
3			verwitwet	
2			geschieden, getrennt lebend	
1			Keine Angabe zum Familienstand	
0				
-				
+				
leer				
Bemerkungen/Hinweise:				

((287)) Anhang 45

Beteiligte und Verantwortliche an der  
a) LA 69 (Methodenband)  
b) LA 70 (Methodenband)

Die LESERANALYSE AG LA MEDIA-MICRO-CENSUS 1969

ist ein Gemeinschaftswerk der

ARBEITSGEMEINSCHAFT LESERANALYSE E V (AG LA)  
Methodische Gesamtverantwortung: Dr. Klaus Landgrebe  
Beratung: Spezialistenkonferenz der AG LA

und der Institute

DIVO-Institut für Wirtschaftsforschung, Sozialforschung und angewandte Mathematik GmbH Frankfurt/M  
Methodische Gesamtverantwortung: Dr. Eva-Maria Hess  
Studienleiter: Mathias Huber

INFRATEST Marktforschung-Sozialforschung GmbH & Co KG., München  
Methodische Gesamtverantwortung: Wolfgang Ernst  
Studienleiter: Jürgen Rothermundt

mit einem Fragebogenbeitrag der

GfK Nürnberg, Gesellschaft für Konsum-, Markt- und Absatzforschung e. V.  
Methodische Gesamtverantwortung: Privat-Dozent Dr. Paul Werner Meyer  
Studienleiterin: Dipl.-Psych. Irmgard Poreb

Grundgesamtheit: Bevölkerung der Bundesrepublik Deutschland und West-Berlins ab 14 Jahre  
Stichprobe: Zufallsstichprobe 14054 Fälle. Verhältnis Grundgesamtheit zu Stichprobe  
(am 1. I. 1968) wie 46 846 235: 14054 oder 3333,3:1  
7000 Fälle dreistufige Personenstichprobe: Gemeinde (Einwohnermeldekartei), Haushalt, Person  
7000 Fälle vierstufige Haushaltsstichprobe: Gemeinde, Wahlbezirk, Haushalt, Person,  
vor der Auswertung transformiert in Personenstichprobe  
Untersuchungszeitraum: 13 Januar bis 20 April 1969

Dieser Methodenband ist nur Mitgliedern der AG LA und interessierten Fachleuten zugänglich  
Die in ihm enthaltenen Angaben sollen nur dem Fortschritt des methodischen Wissens dienen  
Sie zu kommerziellen Zwecken zu verwenden, ist ausdrücklich nicht gestattet.

Typographie: Eduard Hartl, München  
Druck: Wolfgang Sevensing, München  
Buchbindarbeiten: M. Saupe & Co

Als Manuskript gedruckt für die Mitglieder der Arbeitsgemeinschaft Leseranalyse e V

ARBEITSGEMEINSCHAFT LESERANALYSE E V  
© 1969 und  
MEDIA-MICRO-CENSUS GmbH

Zitate sind nur mit der Quellenangabe „Aus dem Methodenband der  
LESERANALYSE AG LA MEDIA-MICRO-CENSUS 1969“ gestattet



Die LESERANALYSE AG LA MEDIA-MICRO-CENSUS 1970

ist ein Gemeinschaftswerk der

ARBEITSGEMEINSCHAFT LESERANALYSE e.V. (AG LA)
Methodische Gesamtverantwortung: Technische Kommission der AG LA
Dr. Oskar Ernst, Günter Prutz, Dipl. Volksw. Hans-Erhard Scheeler,
Dr. Klaus Landgrebe,
Alfred Müller, Dipl. Psych. Heinz Seholand, Dipl. Kaufm. Manfred Vogelt
Beratung: Spezialistenkonferenz der AG LA
und der Institute

contest Institut für angewandte Psychologie und Soziologie GmbH Frankfurt/Main
Methodische Gesamtverantwortung: Dipl. Psych. Peter Beike

INFRATEST Marktforschung - Sozialforschung GmbH & Co KG, München
Methodische Gesamtverantwortung: Wolfgang Ernst
Studentenleiter: Ursula Schmitt

Fragebogenentwicklung: Umter Verwendung von Vorschlägen der Institute:
contest, Frankfurt/Main; Dipl. Psych. Peter Beike und Dipl. Psych. Kurt Heberl
DELTA-Marketingforschung, Konstanz; Wolfgang Heyn und Dr. Siegfried Geiger
INFRATEST, München; Wolfgang Ernst und Hans Jürgen Rothenmund
Institut für Demoskopie, Allensbach; Prof. Dr. Elisabeth Noelle-Neumann
und Friedrich Tennstedt
Media Markt Analysen, Frankfurt/Main; Dr. Eva-Maria Hess
Wolfgang Schaefer-Marktforschung, Hamburg; Wolfgang Schaefer

Experimentelle Überprüfung des Befragungsmodells: A. 8 x 500 Fälle in 8 x 50 Sample-Points = 4000 Fälle vierstufige Haushaltsstichprobe vor der Auswertung transformiert in Personenzichprobe (INFRATEST)
B. 100 Fälle Spezialinterviews nach Quoten zur Überprüfung auf Verständlichkeit (contest)

Grundgesamtheit: Bevölkerung der Bundesrepublik Deutschland und West-Berlins ab 14 Jahre
Stichprobe: Zufallsstichprobe 14646 Fälle Verhältnis Grundgesamtheit zu Stichprobe (am 1.1.1969) wie 47191800 : 14646 oder 3222,2 : 1
2575 Sample-Points
Vierstufige Haushaltsstichprobe: Gemeinde, Wahlbezirk, Haushalt, Person vor der Auswertung transformiert in Personenzichprobe

Untersuchungszeitraum: 5. April bis 5. Juli 1970
Auswertung: INFRATEST Marktforschung - Sozialforschung GmbH & Co KG, München
Verantwortlich: Jakob Ackstaller und Klaus Kemme, Maschine: IBM 1130

Mathematische Beratung: Dipl.-Math. Friedrich Wendt, Hamburg

Dieser Methodenband ist nur Mitgliedern der AG LA und interessierten Fischleuten zugänglich. Die in ihm enthaltenen Angaben sollen nur dem Fortschritt des methodischen Wissens dienen. Sie zu kommerziellen Zwecken zu verwenden, ist ausdrücklich nicht gestattet.

Typographie und Photosatz: Eduard Hartl, München
Montage und Photographie: Manfred Sturm, München
Druck: Wolfgang Severing, München
Buchbinderarbeiten: Buchdruckerei und Verlag M. Sauppe & Co., München

Als Manuskript gedruckt für die Mitglieder der Arbeitsgemeinschaft Lesernalyse e.V.

ARBEITSGEMEINSCHAFT LESERANALYSE e.V.
© 1970 und
MEDIA-MICRO-CENSUS GmbH

Zitate sind nur mit der Quellenangabe „Aus dem Methodenband der LESERANALYSE AG LA MEDIA-MICRO-CENSUS 1970“ gestattet

aus: Methodenband LA 69, S. 126-133

Friedrich Wendt, Hamburg

Darstellung der Auswertungsprinzipien und -techniken der LA 69

1 Allgemeine Grundsätze

a) Prognose und Planung fordern in der Zeit stabil bleibende Daten

Einer der wesentlichen Zwecke der LA wie anderer Medienuntersuchungen ist es, vergleichbare Daten zu den Werbeträgern zu liefern, damit die damit Befassten für ihre Werbepaltung gesichertes und anerkanntes Material zur Verfügung haben.

Was gestern erhoben wurde, wird heute zur Planung für morgen verwandt. Leserschaftsdaten (gleiches gilt für Hörer-, Seherdaten etc.) müssen insofern eine Prognose auf die Verhältnisse in einer (nicht zu fernem) Zukunft zulassen. Die einfachste Vorstellung, die hier zugrundegelegt werden kann, besteht in der Annahme einer konstanten persönlichkeitsgebundenen Eigenschaft, die das Leserverhalten widerspiegelt. Diese Eigenschaft wird Lesewahrscheinlichkeit genannt. Dabei spielt es für die Auswertung zunächst überhaupt keine Rolle, auf welche Weise diese Personenkonstante gemessen oder aus Messungen errechnet wird.

Es ist aber nicht nur die Einfachheit, die für die Einführung einer konstanten Lesewahrscheinlichkeit spricht. Allgemeine - zum großen Teil psychologisch orientierte - Überlegungen haben zu dieser Vorstellung beigetragen. Überdies haben Erfahrungen aus vielerlei Media-Untersuchungen und wohl auch aus den Panel-Erhebungen diese Annahme mitbestimmt - insbesondere, wenn man die Konstanz der Lesewahrscheinlichkeit nur für einen „verhältnißmäßig langen“ Zeitraum beansprucht. Immerhin ist darauf zu verweisen, daß es sich bei der Begriffsbildung der Lesewahrscheinlichkeit „nur“ um eine Annahme handelt, also bereits um eines Bausteins eines Modells!

b) Lesewahrscheinlichkeit - Kontaktwahrscheinlichkeit

Was drückt nun die Lesewahrscheinlichkeit aus? Sie bezieht als „Lesen“ die in dem jeweiligen Befragungsinstrument verwandte Definition ein - in unserem Fall also „Lesen oder Durchblättern“ Gelesen wird ein Heft einer Zeitschrift. Diese Begegnung mit einem Heft wird „Kontakt“ genannt. Wieviel Lesevorgänge und in welchem Zeitraum, mit welcher Intensität die Begegnung mit einem Heft auch immer stattfinden mag - der Leser hat mit einem Heft entweder einen oder keinen Kontakt - und die Wahrscheinlichkeit, mit der das geschieht (gebunden an die persönlichkeitspezifische Art des Lesers), wird Lesewahrscheinlichkeit genannt

Dieser überaus wichtige Sachverhalt hat sofort (mindestens) zwei Konsequenzen.

- Einmal wird damit die Ganzzahligkeit des Kontaktbegriffs vom Modell her aus der einfachen Grundannahme der Konstanz der Lesewahrscheinlichkeit abgeleitet. Das hat wiederum zur Folge, daß bei der Berechnung der Kontaktwahrscheinlichkeit nur Modelle verwendet werden können, die diese Ganzzahligkeit beinhalten, worauf wir noch zurückkommen müssen.
• Zum andern aber wird die Vorläufigkeit und Unvollständigkeit des gewählten Kontaktbegriffs deutlich. Im Kumulationszeitraffer der letzten 5-6 Jahre hatten wir nur diesen Begriff, d. h. Kontakt war gleich Kontakt. Will man ein realistischeres Modell aufbauen, wird man den Vorgang der Begegnung von Leser und Heft differenzieren müssen. Hierzu gibt es viele Möglichkeiten, zum Beispiel den Kontakt mit einer Anzeigenseite oder den Intensitätsgrad des Lesens oder gewisse, dem Medium innewohnende Eigenschaften, die Werbetreiberschaft zu übermitteln etc. Diese Differenzierung setzt bei dem Vorgang der einfachen Begegnung, bei dem Kontakt mit einem Heft und damit bei der Lesewahrscheinlichkeit an - und an keiner anderen Stelle.

Ein weiteres Mal wird damit der Modellcharakter der LA und ihrer Auswertung deutlich. Wir haben es mit einer Stichprobenerhebung zu tun, deren Aussage nur in Gruppen von Befragten repräsentativ auf die Gesamtbevölkerung übertragen werden kann. Personen mit gleicher Lesewahrscheinlichkeit bilden solche Gruppen. Innerhalb einer solchen Gruppe existiert nun ein bestimmtes Kontaktpotential. Unsere Erhebung dient dazu auszurechnen, in welchem Ausmaß Kontakte in der Gesamtbevölkerung entstehen, wenn mehr als eine Belegung einer Zeitschrift mit Anzeigen vorgenommen wird. Dafür gibt es auch nur wieder Wahrscheinlichkeitsaussagen - diesmal Kontaktwahrscheinlichkeiten. Diese Wahrscheinlichkeiten teilen wir in unserem Modell aus der Lesewahrscheinlichkeiten her - und wir dürfen dabei nicht die Tatsache, daß in der Bevölkerung jeder Leser effektiv nur eine Kontaktzahl aufweisen kann (wenn es um zum Beispiel 10 Belegungen geht, 0 oder 1 oder 2 oder ... oder 10), damit verwechseln, daß wir aus den Aussagen der Befragten die Wahrscheinlichkeit, 0, 1, 2 oder ... 10 Kontakte zu erzielen, ausrechnen. Dabei haben wir nicht den einen Befragten wie eine reale Person der Bevölkerung zu betrachten, sondern als Bestandteil einer (homogenen) Gruppe, die uns diese Berechnung erlaubt.

Wie leitet man nun die Kontaktwahrscheinlichkeiten aus den Lesewahrscheinlichkeiten her? An sich gibt es hier mehrere Möglichkeiten. Aus den Erfahrungen mit Kumulationsdaten und Media-Selektions-Programmen schält sich immer stärker die größere Brauchbarkeit des Binomialmodells heraus. Vor allem ist das Befragungsinstrument mit der Ganzzahligkeit der Kontakte von vornherein darauf

ausgerichtet. Das wäre das hypergeometrische Modell allerdings auch – und im Zeitalter der Kumulation hat dieses Modell auch hervorragende Dienste geleistet. Will man aber die Lesewahrscheinlichkeit nicht nur auf die Skalpunkte des Befragungsinstrumentes beschränken (1/12, 2/12 etc.) und will man mit mehr als in diesem Falle 12 Belegungen auch noch einen Reichweitenzuwachs feststellen können (wie das wahrscheinlich zu erwarten ist), will man ferner Mediengewichte in die Lesewahrscheinlichkeiten einrechnen, so bleibt einem schon keine Wahl mehr: das alles leistet auf vorzügliche Weise das Binomialmodell.

Deswegen wird denn auch konsequenterweise für die Auswertung der LA 69 das Binomialmodell zugrunde gelegt.

c) Wo wir bisher gezählt haben, rechnen wir jetzt.

Diese Konsequenz – Lesewahrscheinlichkeit, Kontaktwahrscheinlichkeit, Binomialmodell – führt auch im technischen Bereich zu Änderungen. Bisher haben wir zum Beispiel die LPN-Reichweite dadurch ermittelt, daß wir Fall für Fall die einzelnen Befragten aufzählten, die sich als LPN deklariert hatten – und dann den Anteil an allen Befragten durch Division ermittelten. So schön einfach wird das künftig nicht mehr gehen. Dafür aber verfügen wir über ganz beachtliche Vorteile.

- Wir unterliegen nicht mehr dem so manches Mal verhängnisvollen Irrtum, den einzelnen Befragten wie einen einzelnen Repräsentanten der Bevölkerung zu sehen – einen Meyer für (in der LA 69) 3333,3 Meyer in der BRD!

- Wir können uns das Befragungsinstrument ganz nach den Erfordernissen zuverlässiger Erhebungstechniken aussuchen. Haben wir erst einmal die Lesewahrscheinlichkeit, sind wir auf dem sicheren Grund unserer Modellkonstruktion.

- Wir können insbesondere intermediale Vergleiche ziehen – Lesewahrscheinlichkeit kann auch Hör- oder Schwahrscheinlichkeit heißen.

- Wir können die Beschränkungen der Kartenverarbeitung aufheben, sozio-demographische Gewichtungen brauchen nicht mehr aus Kartendopplungen und -wegnahmen zu bestehen (obwohl das im Prinzip auch schon mit Karten geht!), sondern können als „Faktorengewichtung“ durchgeführt werden.

Diese Liste ist sicher nicht vollständig. Darauf kommt es auch nicht an. Wichtiger ist zu verstehen, was an die Stelle des Zählens tritt. Beim LPN zum Beispiel werden die Lesewahrscheinlichkeiten aller Befragten des weitesten Leserkreises addiert, Additionen also von Zahlen zwischen 0 und 1 (mit zwei Stellen hinter dem Komma) und nicht mehr Additionen von lauter Einsen.

Durch die sozio-demographische Gewichtung in Form der Multiplikation der Befragten mit entsprechenden Faktoren – daher der Ausdruck Faktorengewichtung – wird dieser Additionsvorgang noch um Multiplikationen für jeden Befragten angereichert, kurzum wir rechnen jetzt. Das erfordert ein für allemal eine Umstellung der Auswertungsprogramme – zur Errechnung der Tabellen ebenso wie für die weiterführenden Analysen direkt von Band oder Platte. Damit ist den Erfordernissen des hier darzustellenden Auswertungsschemas bereits vollständig Rechnung getragen. Die meisten Media-Selektions-Programme übrigens sind darauf vorbereitet und arbeiten nach diesem System. Sowohl die unmittelbare wahrscheinlichkeitstheoretische Berechnung wie im Prinzip auch die fallweise Simulation fußen auf diesem Schema, das – um es ausdrücklich zu betonen – kein Spezifikum eines einzelnen Media-Selektions-Modells ist, sondern durchgängig gilt.

Lediglich zum Frequenzsimulations-Kartensatz bleibt noch ein Wort nachzutragen.

Er war einmal eine ausgezeichnete Sache, als man noch (mangels besserer Kenntnis von empirischen Daten und Modellkonstruktionen) „Kontakt = Kontakt“ akzeptierte. Heute geht das im Grunde nicht mehr. Wir müssen irgendwann – und lieber heute als morgen – von dem Frequenzsimulations-Kartensatz Abschied nehmen, wie von einem Veteranen. Wer für gewisse einfache Fragestellungen dennoch darauf zurückgreifen möchte (oder von der Maschine her muß), wird die Möglichkeit dazu haben – in dem tröstenden Gefühl, daß auch die Bundesbahn für manche Zwecke noch Dampflokomotiven einsetzt!

## 2 Vorbereitungsarbeiten

### a) Gewichtung des Datenbestandes

Vorgängig ist wie sonst auch die Transformation von der Haushalts- zur Personenstichprobe und die Angleichung der Merkmale Alter, Geschlecht und Bundesland in 132 Zellen (6 x 2 x 11) an die Zahlen der Amtlichen Statistik vorgenommen worden. Im Gegensatz zu früheren Leseranalysen ist man jetzt jedoch dazu übergegangen, eine Faktorengewichtung durchzuführen.

Jede Person erhält mit ihren sämtlichen Informationen ein Personengewicht, das ganzzahlig ist und zwischen 1 und 99 liegt. Dabei ist das „Normgewicht“ eines Befragten gleich 10. Er erhält es, wenn seine Informationen ohne Abstriche oder Ausweitungen verwendet werden. Dieses Vorgehen führt dazu, daß keine Informationen mehr vernichtet werden müssen, die einmal eingesammelt worden sind. Dabei erhält jede Information jedoch das ihr nach den beschriebenen Außenkriterien zukommende Gewicht.

Die Ganzzahligkeit läßt die 14092 Fälle auf 140 538 anwachsen und sichert gleichzeitig die Verwendbarkeit des

Datenbestandes für Programme, die ihrerseits auf Individualeneinheiten basieren, wie zum Beispiel die Faktorenanalyse.

Gewisse Probleme entstehen für Programme, die nicht die Gesamtheit aller Befragten oder einer Zielgruppe verarbeiten, sondern aus ökonomischen Gründen Teilstichproben daraus – wie zum Beispiel auch GIWOS – über diese Probleme sind verhältnismäßig einfach zu bewältigen.

Um Formeln werden wir nicht herumkommen. Deswegen wollen wir hier mit der Einführung bestimmter Beziehungen beginnen.

Wir haben in der LA 69 N (= 14092) Fälle, das sind also die befragten Personen. Jeder Fall  $i = 1, \dots, N$  verfügt jetzt über ein Gewicht – als Ergebnis der Faktorengewichtung:  $g_i \geq 1$  und ganzzahlig.

### b) Errechnung der Lesewahrscheinlichkeiten

Bei 59 Zeitschriften und 13 Frequenzangaben pro Fall erhalten wir

$$59 \times 13 \text{ Zellen (oder Klassen)}$$

Jede Zelle wird teilweise mit  $j = 0, 1, 2, \dots, 12$  nach:

= Anzahl der Fälle

$$= \text{Summe der Personengewichte } \sum_{j=0} g_j \cdot f_j$$

alle  $i$  einer Zelle  $j$

= Kennziffer der Befragten (für Frequenzsimulation) festgehalten.

Die Betrachtung, die wir hier anstellen, bleibt für jede Zeitschrift gleich. Daher können wir uns hier darauf beschränken, irgendeinen Titel heranzuziehen. Vor uns haben wir dann aus dem Datenmaterial eine Gruppe von 13 Zellen, den Frequenzangaben „0, 1, 2, bis 12 von 12 gelesen“.

Pro Fall existieren nun die folgenden Angaben: die theoretische Wahrscheinlichkeit  $p_j$   $j = 0, 1, 2, \dots, 12$  zum Beispiel:  $p_j = 0,99$  für 0/12  
 $p_j = 0,75$  für 3/12  
 $p_j = 0,59$  für 6/12  
 $p_j = 0,75$  für 9/12  
 $p_j = 1,09$  für 12/12

die empirische relative Häufigkeit (tatsächliche Lesewahrscheinlichkeit)

$$\frac{f_j}{F} \quad j = 0, 1, 2, \dots, 12$$

zum Beispiel

$$\frac{400}{1200} = 0,33$$

wobei  $f_j$  angibt, wieviel Leser pro Nummer in dieser Zelle sind (in absoluten Fällen mit dem Faktorgewicht multipliziert) – hier 400.

$f_j$  gibt an, wieviel Leser insgesamt in dieser Zelle sind (ebenfalls in absoluten, mit dem Faktorengewicht bereits multiplizierten Fällen) – hier 1200

Bevor wir uns mit der Mittelwertbildung zwischen LPN und K1 befassen, wollen wir festhalten:

Die Lesewahrscheinlichkeiten werden mit drei Dezimalstellen errechnet, abgerundet und mit zwei Dezimalstellen hinter dem Komma angegeben. Sie gehen von 0,00 bis 0,99; 0,99 steht also für 1,00.

Die Nullklasse wird gebildet aus denjenigen, die keine Lesewahrscheinlichkeit aufweisen, obwohl sie die Zeitschrift „in der Hand gehabt“ haben und natürlich aus den schon vorher ausgefilterten Nichtlesern (mit der Angabe „nur dem Namen nach bekannt“ bzw. „unbekannt“). Alle Angaben, die in der Formel ein „100“ als Faktor aufweisen, sind in Prozent aller gewogenen Fälle zu verstehen. Im Nenner stehen alle gewogenen Fälle entweder als Summe aller Faktorengewichte der Befragten

$$\sum_{i=1}^N g_i$$

oder als Summe der gewogenen Befragten in den einzelnen Zellen

$$\sum_{j=0}^{12} f_j$$

Solange wir uns in dem Vorstadium der Auswertung befinden, errechnet sich der „empirische“ LPN in Prozent aller gewogenen Befragten aus:

$$(1) \text{ LPN (in \% aller gewog. Fälle)} = \frac{\sum_{j=0}^{12} l_j}{\sum_{j=0}^{12} f_j} \times 100$$

Der K1 ist entsprechend:

$$(2) \text{ K1 (in \% aller gewog. Fälle)} = \frac{\sum_{j=0}^{12} (f_j \times p_j)}{\sum_{j=0}^{12} f_j} \times 100$$

Hier lernen wir also bereits die Aufsummierung der Lesewahrscheinlichkeiten kennen

Zur Mittelwertbildung errechnen wir jetzt für jede Zeile einen Ausdruck, der sich auf die Elemente von LPN und K1 stützt, und zwar lautet dieser für die Zeilen ab 2 von 12 bis 12 von 12 aufwärts:

$$(3) \quad \frac{1}{2} \left( p_j + \frac{l_j}{l_j} \right) \quad j=2, 3, \dots, 12$$

Wegen eines bekannten Phänomens der Erhebung brauchen wir für die Null- und Eins-Klasse noch eine Sonderregelung. Es handelt sich darum, daß sich als LPN auch Befragte bezeichnet haben, die sich gleichzeitig in die Nullklasse (0 von 12 gelesen) eingestuft haben. Diese wollte und sollte man nicht einfach mit ihrem Beitrag zum LPN vernachlässigen. Deswegen werden rechnerisch diese Fälle, also genau die 10, den LPN aus der Einerklasse, also den  $l_1$ , zugeschlagen. Die Lesewahrscheinlichkeit der Einerklasse sieht infolgedessen in der LA 69 so aus:

$$(4) \quad \frac{1}{2} \left( p_1 + \frac{l_0 + l_1}{l_1} \right)$$

während die Nullklasse als Lesewahrscheinlichkeit unverändert Null behält. Mit anderen Worten: damit wird verhindert, daß sich der weiteste Leserkreis möglicherweise ins Lieferlose ausweitet. Weitester Leserkreis und LPN bleiben erhalten.

Die Mittelwertbildung vollzieht sich jetzt sehr einfach. Wir bilden eine „künstliche“ Leserschaft pro Ausgabe – LPA – unter Verwendung der Ausdrücke von (3) und (4), die zumengestellt so aussieht:

$$(5) \quad \text{LPA (in \% aller gewog. Fälle)} = \frac{K_1 + \text{LPN}}{2} = \frac{\sum_{i=0}^{12} (l_i p_i + l_i)}{\sum_{i=0}^{12} l_i} \times 100$$

Es kann noch angemerkt werden, daß für die anderen Medien (Nichtzeitchriften) die empirisch ermittelten Wahrscheinlichkeiten direkt übernommen wurden (7 Dezimalstellen), da dies die geeignetste Form der Verwendung der vorhandenen Daten schien.

#### c) Frequenzsimulation

Einige Festlegungen im Bereich der Vorbereitungsarbeiten sind im Hinblick auf die Tatsache erfolgt, daß die Möglichkeit der Herstellung eines Frequenzsimulations-Kartensatzes nicht ausgeschlossen oder unnötig erschwert werden sollte.

- Die Fixierung der Nullklasse als das hervorzuhebende Beispiel dafür. Andererseits liegt hier für die Frequenzsimulation das Problem vor, wie wir gleich noch sehen werden

Die vorherige Faktorengewichtung erleichtert die Herstellung eines Kartensatzes, bei dem jede Person mit dem Gewicht „eins“ berücksichtigt wird. Man denkt sich die 140538 gewichteten Fälle, die bereits vorliegen, aufgelistet und greift jetzt jeden zehnten heraus, den man dann für den Frequenzsimulationskartensatz heranzieht. Dadurch erhält man einen Kartensatz mit rund 14054 Fällen – ohne besonderes Faktorengewicht. Natürlich ist eine Auszählung aus diesem reduzierten Kartensatz ungenauer als aus dem gesamten Kartensatz mit Faktorengewichtung, weil weniger Informationen verarbeitet wird, als an sich vorhanden ist, aber man kann die einfachen Zählprogramme dafür einsetzen.

Allerdings steht dieser reduzierte Kartensatz nicht unmittelbar, sondern erst zur Verfügung, nachdem an ihm die Frequenzsimulation vorgenommen worden ist, d. h. nachdem die Aussage z. B. „Lesewahrscheinlichkeit von 0,833“ für eine Person in eine bestimmte Anzahl von Kontakten von 12 Ausgaben umgewandelt worden ist, – und gleichzeitig in die Angabe, welche der 12 Ausgaben das sind. Im Durchschnitt ergibt die vorgenommene Simulation für die Person mit einer Lesewahrscheinlichkeit von 0,833 zehnte Kontakte, die sich rein zufällig auf die 12 vorhandenen Plätze verteilen. Zum Verfahren, nach dem der Frequenzsimulations-Kartensatz hergestellt wird, ist noch folgendes auszuführen:

- Ausgangspunkt ist der reduzierte Kartensatz mit 14054 Fällen
- Dann wird für jeden Fall und jeden Titel das sogenannte MONTE CARLO-Verfahren angewandt, um herauszubekommen, wieviel Ausgaben von 12 und welche Ausgaben von 12 diesem Fall zugeordnet werden.
- Das geschieht auf folgende Weise. Angenommen, wir haben den Titel A und berechnen z. B. Fall 12413. Dann wird zunächst geprüft, ob  $p = 0$  ist. Ist das der Fall, gehen wir zum nächsten Titel bzw. nächsten Fall über. Angenommen, unser Fall habe als Lesewahrscheinlichkeit  $p = 0,83$ . Dann werden 12 einander gleiche Schritte unternommen.

#### 1. Schritt

Ein Zufallszahlengenerator erzeugt eine Zufallszahl zwischen Null und Eins  
 $0 < Z_1 < 1$

Die Null lassen wir weg, weil wir den weitesten Leserkreis nicht antasten wollen. Die Eins lassen wir wegen der Konvention weg, nach der die volle Lesewahrscheinlichkeit  $l$  mit 0,999 verrechnet wird.

Ist jetzt  $p > Z_1$ , dann berücksichtigen wir in dieser ersten Stelle einen Kontakt. In diesem Fall bekommt in der

Spalte für den Titel A in der obersten Zeile ein Loch eingestanz. Wenn wir uns das bildlich vorstellen wollen: In Wirklichkeit geschieht diese „Lochung“ natürlich später, wenn der fertige Datenbestand vom Band auf Karten ausgestanzt wird.

Ist  $p < Z_1$ , bekommt diese erste Stelle keinen Kontakt, also auch kein Loch.

#### 2. Schritt

Wieder wird eine Zufallszahl erzeugt –  $Z_2$ . Ist  $p > Z_2$ , wird der 2. Stelle ein Kontakt zugeordnet (Loch in der zweiten Zeile)

Ist  $p < Z_2$ , wird ihr kein Kontakt zugeordnet (kein Loch in der zweiten Zeile) u. s. f.

Am Ende dieses zwölf Schritte langen Prozesses haben wir in der zwölf Zeilen einer Lochkartenspalte eine bestimmte Anzahl Löcher an bestimmten Stellen. Zum Beispiel könnte für  $p = 0,83$  die Lochspalte so aussehen (hier nur quer geschrieben)

1 - 1 1 1 1 1 1 1 1

Das heißt, wir hätten nur im zweiten und vierten Schritt  $p < Z_2$  bzw.  $p < Z_4$  gehabt, in allen anderen Fällen wäre  $p$  größer oder gleich der jeweiligen Zufallszahl gewesen.

Damit ist das Verfahren aber noch nicht zu Ende, denn dieses Zufallszahlensystem liefert uns wegen der damit verbundenen Schwankungen nur ungefähr das, was wir wahrscheinlichkeits theoretisch zu erwarten haben. Wir müssen also zunächst danach trachten, zwei Fixpunkte zu beschaffen, die wir aus anderen Festlegungen oder Rechnungen her kennen:

- einmal den LPA,
- zum anderen den Leserkreis nach 12 Ausgaben.

Es wird also nach Vornahme der vorstehend geschilderten Frequenzsimulation mit dem MONTE CARLO-Verfahren geprüft, was sich diese beiden Begrenzungen reproduzieren haben. Ist das nicht der Fall, d. h. fehlen z. B. Löcher, als Fälle in dieser Zeile, so werden sie hinzugefügt und erzielet, werden sie weggenommen – bis der LPA-Wert herauskommt. Dabei wird gleichzeitig geprüft, ob die Anzahl der Leser, also derjenigen, die mindestens ein Loch in einer Zeile eines Titels haben, mit dem Wert übereinstimmt, der sich als Reichweite nach 13 Nummern (als K12) aus der wahrscheinlichkeits theoretischen Berechnung ergibt. Wird gemerkt, dieser Wert liege nicht mit dem weitesten Leserkreis identisch!

Dann steht dann der Frequenzsimulations-Kartensatz und kann auch wie bisher gebraucht werden.

Einige Bemerkungen sind jedoch noch unerlässlich:

- Zunächst einmal wird klar, daß die Erstellung des Frequenzsimulations-Kartensatzes anders als bisher erfolgt, d. h. es wird konsequenterweise nicht mehr die hypergeometrische, sondern die Binomialverteilung zugrunde gelegt. Das MONTE CARLO-Verfahren gehorcht dieser Verteilung.

Eine wichtige Konsequenz daraus ist, daß der K12, der durch den Frequenzsimulations-Kartensatz abgedeckt wird, nicht dem weitesten Leserkreis entspricht – eine Tatsache, die wir gleich noch bei der Behandlung des Reichweitenproblems berühren werden.

- Bestehen bleibt die müßliche Tatsache, daß bei mehr als 12 Belegungen der Frequenzsimulations-Kartensatz versagt. Selbst wenn man die Konvention benutzt, bei höheren Belegungen den gleichen Titel nochmals durch-zuzählen, ändert sich – entgegen dem wahrscheinlichkeitstheoretischen Modell – die Reichweite nicht mehr. Sie bleibt konstant auf dem K12 stehen.

- Imprudent es ein Fortschritt, hier nicht mehr den weitesten Leserkreis als Obergrenze zu haben. Nur – ohne Abweichung ergibt sich in einem solchen Fall gegenüber den gerechneten Ergebnissen immer!

- Das gilt aber nicht nur dafür, sondern prinzipiell, und zwar aufgrund der verkürzten Information, der zufallsbedingten Frequenzsimulation und der Korrekturen –, d. h. es sollte ausdrücklich darauf aufmerksam gemacht werden, daß Auszählungen aus dem Frequenzsimulations-Kartensatz und aus dem Datenband im allgemeinen nicht übereinstimmen, sondern zwar in engen Grenzen, aber doch grundsätzlich abweichen.

#### 1) Die eigentliche Auswertungsbasis

Die hier dargestellten Formeln betreffen sowohl die Errechnung der Tabellen als auch spätere Analysen.

#### 3) Wie Einzelteil behandelt werden

- Reichweite

Ausgangspunkt für die Ermittlung der Reichweite ist eine kompliziert aussehende, in ihrer Struktur aber einfache Formel

Zunächst: Reichweite geht über mehrere Nummern eines Titels, damit erweisen wir die Anzahl der Nummern

Ferner: brauchen wir auch N, die Anzahl der ausgewogenen Fälle.

den zu deren Lesewahrscheinlichkeiten aus der Mittelwertbildung – der Einfachheit halber sagen wir hier auch  $p_i$  – mit  $i = 1, 2, \dots, N$  und die aus der Faktorengewichtung stammenden Gewichte  $g_i$  – mit  $i = 1, 2, \dots, N$ .

Dann ist die Reichweite allgemein:

$$(6) R \text{ (in \% aller gewog. Fälle)} = \left( 1 - \frac{\sum_{i=1}^N g_i (1-p_i)^n}{\sum_{i=1}^N g_i} \right) \times 100$$

Wenn man das verbal darstellen will, braucht man nur daran zu denken, daß  $(1-p_i)$  die Wahrscheinlichkeit des Nichtlesens ist und der Ausdruck für die Reichweite heißt: alle Befragten minus den Nichterreichten. Die Maßzahl für die Nichterreichten errechnet sich aus der Wahrscheinlichkeit, auch nach  $n$  Nummern noch Nichtleser zu sein:  $(1-p_i)^n$ . Das übrige ist nur noch die Berücksichtigung der Faktorengewichte.

Dieses  $R$  gibt uns übrigens die bekannte Kumulationskurve für  $n = 1, 2$  usw. – mit andern Worten: den  $K_1, K_2, \dots$

Zwei Extremfälle interessieren uns noch: der  $K_1$  (gleich dem LPA). Für  $n = 1$  wird unsere Formel sehr einfach. Sie lautet:

$$(7) R \text{ (in \% aller gewog. Fälle)} = \frac{\sum_{i=1}^N (g_i \cdot p_i)}{\sum_{i=1}^N g_i} \times 100$$

Um noch klarer zu erkennen was hier geschieht, nehmen wir einmal den Fall, daß alle Faktorengewichte gleich „1“ wären. Dann wird

$$(8) R \text{ (in \% aller Fälle)} = \frac{\sum_{i=1}^N p_i}{N} \times 100$$

d. h. wir addieren im Grunde nur die individuellen Lesewahrscheinlichkeiten

Genau das war zu Beginn dieser Ausführungen besonders herausgestellt worden.

Der weiteste Leserkreis ist charakterisiert durch  $n \rightarrow \infty$ , also unendlich viele Belegungen. Praktisch tritt dieser Fall schon verhältnismäßig früh ein; wie wir

gesehen haben, aber noch lange nicht bei  $n = 12$ . Wir können also den  $K_{12}$  nicht als weitesten Leserkreis akzeptieren!

Für den weitesten Leserkreis ist

$$(9) R \text{ (in \% aller gewog. Fälle)} = \left( 1 - \frac{\sum_{i=1}^N g_i}{\sum_{i=1}^N g_i} \right) \times 100$$

d. h. alle Befragten minus denjenigen, die eine Lesewahrscheinlichkeit von Null haben oder positiv formuliert: alle diejenigen, deren Lesewahrscheinlichkeit größer als Null ist.

• Leserschaft von mindestens  $k$  von 12 Ausgaben

Diese Leserschaft ist im wesentlichen wegen des Vergleichs mit früheren Angaben von Interesse, als die 12 Ausgaben eine Zäsur darstellten.

Zur Berechnung dieser speziellen Leserschaft fängt man damit an, erst einmal die Leserschaft von genau  $k$  Ausgaben von 12 zu berechnen.

Nennen wir sie  $L_k$ , so lautet die Formel:

$$(10) L_k \text{ (in \% aller gewog. Fälle)} = \frac{\sum_{i=1}^N g_i \binom{12}{k} p_i^k (1-p_i)^{12-k}}{\sum_{i=1}^N g_i} \times 100$$

Abgesehen von den Faktorengewichten erkennen wir hier das erste Mal die Binomialformel, die uns die Wahrscheinlichkeit,  $k$  von 12 Ausgaben zu kontaktieren, angibt.

Die geforderte Mindest-Leserschaft nennen wir  $ML$ . Sie setzt sich zusammen aus all denjenigen, die  $k$  oder noch mehr Kontakte erhalten haben, also:

$$(11) ML \text{ (in \% aller gewog. Fälle)} = L_k + L_{k+1} + \dots + L_{12}$$

Um den Zusammenhang mit der grundsätzlichen Reichweitenformel (6) herzustellen, braucht man dort nur  $n = 12$  einzusetzen und in (11)  $ML$  zu nehmen. Wenn man nachrechnet, sind beide Werte gleich, d. h. kumulierte Reichweite nach 12 Ausgaben ist identisch mit der Leserschaft von mindestens 1 von 12 Ausgaben

• Durchschnittskontakte

Während die Kontaktverteilungen, wie wir sie eben vor uns hatten, vorwiegend eine Sache späterer Auswertungen sein dürfte, interessiert hier noch die durchschnittliche Zahl der Kontakte.

Im Prinzip kann man diesen Durchschnittswert einmal auf alle Befragten und zum andern nur auf die Erreichten beziehen.

Sinnvoll ist ein solcher Wert wohl mehr für die Erreichten. Bei  $n$  Belegungen lauten beide Formeln:

für alle Befragten

$$(12) \bar{\theta}_n = n \frac{\sum_{i=1}^N p_i \cdot g_i}{\sum_{i=1}^N g_i}$$

für alle Erreichten

$$(13) \bar{\theta}_n / E = n \frac{\sum_{i=1}^N p_i \cdot g_i}{\sum_{i=1}^N g_i - \sum_{i=1}^N g_i (1-p_i)^n}$$

Der Nenner für beide Formeln dürfte klar sein: einmal sind es alle Befragten mit ihrem Gewicht und einmal sind diejenigen mit Null Kontakten davon abgezogen.

In diesem zweiten Fall weichen wir also von der bisherigen „einfachen“ Berechnungsweise ab, immer alle Befragten als Bezugssystem zu wählen. Beim Kontakt interessieren uns eben nur die Erreichten! Im Zähler steht jedesmal der gleiche Ausdruck: pro Fall das Faktorengewicht multipliziert mit der durchschnittlichen (erwarteten) Anzahl von Kontakten  $n \times p_i$ . Anders ausgedrückt: wir rechnen Bruttoreichweite dividiert durch Netto Reichweite.

b) Wie Titelkombinationen behandelt werden

Im Rahmen der LA 69 treten neben Einzeltiteln zwei Zusammenfassungen von Titeln auf

- einmal in den Überschneidungstabellen und zum andern bei den Gruppierungen von Titeln (z. B.
- Lesezirkel, 7 Kaufzeitungen, ARD-Werbefernsehen)
- Überschneidungen von jeweils 2 Medien

Auch hier muß man rechnen statt zählen. Wenn wir den LPN durch Addition der Lesewahrscheinlichkeiten bekommen, so trifft das auf die Doppelleserschaft auch zu – nur daß wir zur Ermittlung der Nettoleserschaft zweier Titel diejenigen abzählen müssen, die wir durch eine bloße Addition beider Leserschaften zweimal gezählt haben. In der Formel sieht das dann so aus (wenn  $p_{ia}$  und  $p_{ib}$  die Lesewahrscheinlichkeiten für die beiden Titel  $a$  und  $b$  sind):

$$(14) R \text{ (in \% aller gewog. Fälle)} = \frac{\sum_{i=1}^N g_i (p_{ia} + p_{ib} - p_{ia} \times p_{ib})}{\sum_{i=1}^N g_i} \times 100$$

• Medien-Kombinationen

Man könnte dieses Problem genau lösen. Mit gewissen Näherungsformeln wird es übrigens in den Media-Selektions-Programmen gelöst; denn im Prinzip ist es doch gleichgültig, ob man eine Titelkombination als Mediaplan auffaßt oder etwa als Zusammenfassung aller Zeitschriften. Auf die Komplikationen bei unterschiedlichen Belegungszahlen brauchen wir an dieser Stelle nicht einzugehen. Für die LA 69 wird diese Ausrechnung lediglich im Berichtsband und bei gleichen Belegungszahlen angewandt.

Hier ist ein bestimmtes Approximationsverfahren für die „richtige“ Rechnung – die sogenannte Convolution oder Faltung – gewählt worden, das sich auch sonst bewährt hat und das selbst für die LA 69 an wenigen Beispielen nochmals auf seine Genauigkeit überprüft wurde. Sie war so groß, daß Abweichungen so gut wie gar nicht festgestellt werden konnten.

Die konzeptuelle Basis für das gewählte Approximationsverfahren ist darin zu sehen, daß die Convolution mehrerer Binomialverteilungen (für die einzelnen Titel, die die Kombination bilden) wieder eine Binomialverteilung ist. Faßt man daher die Kombination mehrerer Titel als einen künstlichen Titel auf, so braucht man aus den empirischen Unterlagen lediglich die Parameter der Verteilung für diesen künstlichen Titel zu errechnen. Für jeden Titel kennen wir den Mittelwert und die Streuung:

$$(15) \text{ mit } m = n \times p_i$$

$$(16) \text{ var} = n \times p_i (1 - p_i)$$

Hierbei ist  $i$  der Index für die Person und  $l$  der Index für den Titel.

Daraus errechnen sich für die Kombination Mittelwert und Streuung wie folgt:

$$(17) \quad M_i = \sum_{l=1}^T (n_l \times p_{li})$$

$$(18) \quad V_i = \sum_{l=1}^T [n_l \times p_{li} (1 - p_{li})]$$

wobei T die Anzahl der Titel in der Kombination ist.

Diese Werte für Mittelwert und Streuung bleiben erhalten. Für den künstlichen Titel werden daraus die künstliche Lesewahrscheinlichkeit und die künstliche Belegungszahl errechnet, und zwar anhand der folgenden Formeln:

$$(19) \quad p_i = \frac{M_i - V_i}{M_i}$$

$$(20) \quad N_i = \frac{M_i^2}{M_i - V_i}$$

oder – wenn wir für alle Titel einer Kombination die gleiche Belegungszahl wählen, d. h.  $n_l = n$ , –:

$$(21) \quad M_i = n \times \sum_{l=1}^T p_{li}$$

$$(22) \quad V_i = n \times \sum_{l=1}^T p_{li} (1 - p_{li})$$

Somit wird:

$$(23) \quad p_i = \frac{\sum_{l=1}^T p_{li}^2}{\sum_{l=1}^T p_{li}}$$

und

$$(24) \quad N_i = \frac{\left( \sum_{l=1}^T p_{li} \right)^2}{\sum_{l=1}^T p_{li}^2} \times n$$

Damit sind wir schon fertig. In allen Formeln, die wir für Reichweite, Verteilungen usw. brauchen, sind jetzt anstelle der Lesewahrscheinlichkeiten und der Belegungszahlen für einen einzelnen Titel diese Lesewahrschein-

lichkeiten und Belegungszahlen des künstlichen Titels – also der Kombination – einzusetzen. Am besten macht man sich die Konsequenzen dieser Berechnungsweise klar, indem man eine Kombination aus zwei Titeln mit gleicher Lesewahrscheinlichkeit – etwa  $p = 1/2$  – und einmal einer einfachen und dann mit einer dreifachen Belegung durchrechnet. Dann ist

$$P_i = 1/2$$

Für  $n = 1$  ist  $N_i = 2$

für  $n = 3$  ist  $N_i = 6$  usw.

#### 4. Schlußwort

Nachdem wir jetzt alle Formeln kennen und sie entweder für sehr einfach oder aber für doch nicht verständlich halten, bleibt noch eine Nachlese übrig. Was ist eigentlich das Wesentliche – und vor allem Neue an dem hier dargestellten System?

Im Grunde ist das ein einfacher Gedankengang

- Wir brauchen stabile Planungsdaten – gestern erhoben, heute für morgen verwendet.
- Die Lesewahrscheinlichkeit liefert uns diese Stabilität
- Wie wir auch immer die Eigenschaft „Lesen oder Durchblättern“ erheben – wie wir das Hören, Sehen etc. erheben –, wir haben für alle Medien eine übereinstimmende Ausgangsbasis
- Das Befragungsmodell stellt den Kontakt (mit der Zeitschrift, der Zeitung etc.) in den Mittelpunkt. Aus der Ganzzähligkeit dieser Kontakte rührt die Verwendung des Binomialmodells als einem besonders geeigneten ganzzahligen Modell her.
- Wir können andere, weiterführende Kontaktbegriffe einführen; aber auch Mediengewichte in ihrer allgemeinsten Fassung
- Wir benutzen nicht länger Karten – und führen die Angleichung der Stichprobe an die Bezugswahlen der Amtlichen Statistik durch Faktorengewichtung aus
- Wir haben ein geschlossenes System von Reichweiten- und Kontaktbegriffen – bei der Reichweite vom LPN bis zum weitesten Leserkreis. Nur – daß wir jetzt rechnen, statt wie bisher zu zählen

- Wir verstehen schließlich die begrenzte Aussagekraft einer Stichprobenerhebung, indem wir nur noch Gruppenaussagen als repräsentativ zulassen

aus: Methodenband LA 70

Friedrich Wendt, Hamburg

### Prinzipien und Techniken der Auswertung

#### 1. Allgemeine Grundsätze

Die allgemeinen Grundsätze für die Auswertung der LA 70 sind die gleichen geblieben wie für die LA 69. Es erbringt sich daher, darauf noch einmal einzugehen

Immerhin aber gibt es geringfügige Modifikationen, im wesentlichen bei der Errechnung der Lesewahrscheinlichkeiten – und Erweiterungen, die allerdings auf den gleichen Grundsätzen aufbauen. Insofern wird die Darstellung der Auswertungsprinzipien und -techniken der LA 70 zunächst nach dem gleichen Schema wie im Vorjahr die erforderlichen Auskünfte zu dem Vorgehen erteilen. In einem gesonderten Abschnitt werden dann die Ausweitungen und Ergänzungen behandelt. Schließlich werden sämtliche Auswertungsformeln dargestellt.

#### 2. Vorbereitungsarbeiten

##### a) Gewichtung des Datenbestandes

Wiederum ist – wie schon bisher – im Vorwege die Transformation von der Haushalts- zur Personstichprobe und die Angleichung der Merkmale Alter, Geschlecht und Bundesländer an die Zahlen der Amtlichen Statistik vorgenommen worden

Weiterhin ist auch diesmal wieder bei der Angleichung dieser Merkmale eine Faktorengewichtung durchgeführt worden, bei der jede Person mit ihren sämtlichen Informationen ein individuelles Gewicht erhält, das ganzzahlig ist und zwischen 1 und 99 liegt. Das „Normgewicht“ eines Befragten ist 10. Dieses Normgewicht erhalten jene Befragten, deren Informationen unverändert verwendet werden, also ohne Reduktionen oder Ausweitungen. Durch diese Prozedur werden keine Informationen mehr vernichtet, die während des Befragungsvorgangs eingesammelt worden sind, wie dies beim Kartendoppeln und Herausnehmen früher der Fall war. Dennoch erhält jede Information das ihr zukommende Gewicht, gemessen am Vergleich mit den Zahlen der Amtlichen Statistik

Die ursprüngliche Zahl der Befragten, also die Anzahl der verwerteten Fälle beträgt 14.641. Dies entspricht der Anzahl der physischen Sätze auf dem Magnetband. Durch den Gewichtungsvorgang erhalten wir wegen des Normgewichts 10 ungefähr die zehnfache Anzahl legitimer Sätze, die allen Auswertungen zugrunde liegen. Die genaue Zahl beträgt 146.457, gerundet 14.646

#### b) Errechnung der Lesewahrscheinlichkeiten

Im Prinzip verwenden wir wieder die gleichen Bezeichnungen wie in der Darstellung für die LA 69.

In der LA 70 haben wir  $N = 14.641$  Fälle, das sind also die befragten Personen. Jeder Fall  $i = 1, \dots, N$  verfügt als Ergebnis der Faktorengewichtung über ein ganzzahliges Gewicht

$$1 \leq g_i \leq 99$$

Jeder Befragte hat zu jeder Zeitschrift, den Zeitungen sowie zu jedem Rundfunk- und Fernsehsender zwei Angaben über seine Nutzungsgewohnheiten gemacht, wobei Nutzung „gesehen, gelesen oder gehört“ bedeutet und das Lesen als „gelesen oder durchgeblättert“ definiert wird.

Ob im letzten Erscheinungsintervall mindestens ein Nutzungsvorgang stattgefunden hat; mit den Einstufungsmöglichkeiten JA oder NEIN.

Eine Frequenzangabe zu den letzten 12 Nummern oder Werktagen. Diese Frequenzangabe ist in 13 Klassen möglich, von  $j = 0, 1, 2, \dots, 12$  von 12.

Die hier anzustellenden Betrachtungen bleiben für die einzelnen Titel und auch für die Sender gleich, so daß wir uns in dieser ersten Phase auf einen Titel beschränken können. Aus den Angaben der Befragten haben wir für jeden Titel und jede der 13 Frequenzklassen zwei Angaben durch Auszählung zur Verfügung

$$i_j = \sum g_i$$

alle  $i$  der Zelle  $j$ , die LPN sind

In Worten: die Summe der Faktorengewichte  $g_i$  aller diejenigen Befragten, die zu dem betreffenden Titel angegeben haben,  $j$  von 12 genutzt zu haben, und die gleichzeitig Leser pro Nummer sind

$$f_j = \sum g_i$$

alle  $i$  der Zelle  $j$

In Worten: das ist die Summe der Faktorengewichte  $g_i$  aller diejenigen Befragten, die zu einem Titel angegeben haben,  $j$  von 12 genutzt zu haben

Die Lesewahrscheinlichkeit errechnen wir gleichmäßig für alle Befragten einer Frequenzklasse eines Titels, und zwar ist  $p_{ij} = 0$  die Nutzungswahrscheinlichkeit für alle diejenigen, die eine Frequenzangabe 0 aufweisen. Dazu gehören auch die „keine-Angabe“-Fälle

Es ist:

$$p_i = \frac{I_i + I_j}{I_i}$$

die Nutzungswahrscheinlichkeit derjenigen, die eine Frequenzangabe 1 von 12 gemacht haben. Wie bereits im Vorjahr bezeichnen wir die Leserschaft einer durchschnittlichen Nummer, die sich aus den Nutzungswahrscheinlichkeiten errechnet, im Hinblick auf die Pressennutzung als Leserschaft pro Ausgabe (LPA). Damit rechnerisch die LPA gleich dem bekannten Leser pro Nummer (LPN) wird, müssen wir die Aussagen zur Leser-pro-Nummer-Frage derjenigen, die — logisch an sich widersinnig — keine Frequenzangabe gemacht haben, mit berücksichtigen, und zwar weil diese Angabe sicherlich im Einzelfall gerechtfertigt sein kann. Mit anderen Worten: wir übernehmen die Anzahl dieser Fälle =  $I_0$  (genauer: die Summe ihrer Faktorengewichte) mit in den Zähler der Nutzungswahrscheinlichkeit  $p_i$ .

Die restlichen Wahrscheinlichkeiten

$$p_i \quad i = 2, 3, \dots, 12$$

werden formal gleichmäßig errechnet als

$$p_i = \frac{I_i}{I_i}$$

$$i = 2, 3, \dots, 12$$

Die Nutzungswahrscheinlichkeiten werden jeweils mit drei Dezimalstellen errechnet, abgerundet und mit zwei Dezimalstellen hinter dem Komma angegeben. Aus maschinentechnischen Gründen wird anstelle von 1,00 der Wert 0,99 verwendet, so daß die Nutzungswahrscheinlichkeiten von 0,00 — 0,99 gehen.

Anders als im Vorjahr haben wir in diesem Jahr die Möglichkeit gehabt, auch für die übrigen Medien, also nicht nur für die Zeitschriften, die Nutzungswahrscheinlichkeiten direkt aus den Befragten-Angaben, die zugleich erhoben wurden, jeweils in der gleichen Weise zu errechnen

Zur Vereinfachung der Berechnungen ist zusätzlich zu den Angabe über die Nutzungswahrscheinlichkeit der einzelne Titel oder Sender in gewissen Fällen — wie etwa bei den Zeitungen oder beim Werbefunk und Werbefernsehen — eine Zusammenfassung der diese Titel- oder Senderkombinationen umfassenden Titel- oder Sender vorgenommen worden. Hierzu wird zunächst in jedem Einzelfall aus der Nutzungswahrscheinlichkeit die Nicht-Nutzungs- oder Gegenwahrscheinlichkeit

$$q_i = 1 - p_i$$

errechnet

Angenommen, wir haben  $k = 1 \dots m$  Titel in einer Kombination vorgegeben. Dann haben wir für jede Person  $i = 1, 2, \dots, N$  eine Nutzungswahrscheinlichkeit für jeden Titel/Sender und damit eine Nicht-Nutzungswahrscheinlichkeit von

$$q_i^k = \prod_{i=1}^m q_i$$

Diese Gegenwahrscheinlichkeiten setzen sich für die Kombination und die Person zusammen aus:

$$Q_{im} = q_{i1} \cdot q_{i2} \cdot \dots \cdot q_{im}$$

Die Nutzungswahrscheinlichkeit der Kombination für jede Person ist

$$P_{im} = 1 - Q_{im}$$

Die Definition der Kombinationen in der Auswertung ist eindeutig und selbstverständlich. Lediglich für die Lesemappe als Kombination von 16 LZ-Zeitschriften ist noch eine Festlegung zu treffen gewesen. In die Berechnung gehen nur diejenigen Nutzungswahrscheinlichkeiten der LZ-Zeitschriften ein, wofür die Befragten angegeben haben, daß das letzte Lesen (innerhalb der letzten drei fischelungsintervalle) in einem LZ-Exemplar stattgefunden hat. Die Nutzungswahrscheinlichkeit der Lesemappe entspricht also der Nutzungswahrscheinlichkeit mindestens eines Heftes, das innerhalb der letzten drei Erscheinungsintervalle als LZ-Exemplar gelesen wurde

Um den Unterschied zwischen LPN und LPA aus der Entstehung der beiden Ausdrücke zu verdeutlichen, wollen wir diese Ausdrücke hier niederschreiben

$$(1) \text{ LPN} = \frac{\sum_{i=1}^N g_i}{\sum_{i=1}^N 1} \cdot 100$$

$$(2) \text{ LPA} = \frac{\sum_{i=1}^N g_i \cdot p_i}{\sum_{i=1}^N 1}$$

### c) Frequenzsimulation

Auch in diesem Jahr wird wieder ein Frequenzsimulationskartensatz angegeben. Es sieht jedoch so aus, als würde er — entsprechend der Empfehlungen des Vorjahres — nicht mehr benötigt. Insofern wird hier auch die entsprechende Darstellung des Vorjahres nicht mehr wiederholt. Sollte dennoch ein Frequenzsimulationskartensatz abgefordert werden, so entnehme man bitte die Darstellung eines Zustandeskommens dem entsprechenden Abschnitt aus der Darstellung zur LA 69. (LA 69 Methodenband I S. 129 f.)

#### 3. Erweiterungen des Konzepts

##### a) Berechnung der bedingten Blockwahrscheinlichkeiten

Die Nutzungswahrscheinlichkeit hat zur Einheit eine durchschnittliche Nummer einer Zeitschrift oder einer Zeitung bzw. einen Tag des Werbefunkhörens oder des Werbefernsehens. Diese Definition der Einheit bringt bei den einzelnen Medien unterschiedliche Probleme mit sich, in deren Folge für die elektronischen Medien schon von der Erhebung her und nun auch in der Auswertung andere Einheiten als gültig angesehen und verwendet werden.

Im Prinzip müßte dies die einzelne Sendungseinheit sowohl beim Werbefernsehen als auch beim Werbefunk sein. Die Erhebung hat sich jedoch nicht genau an diese Einheiten halten können, sondern aus befragungstechnischen Gründen größere bzw. einheitliche Zeitabschnitte gewählt. Weil diese Verschiebung der Begriffe nur technisch bedingt ist, soll hier weiterhin von dem Sendeblock die Rede sein

„Block“ bedeutet in unserem Sinne jede wie auch immer definierte Sendungseinheit, also nicht nur die Werbeproduktion. Die Nutzungswahrscheinlichkeit für einen durchschnittlichen Block wollen wir Blocknutzungswahrscheinlichkeit nennen. Sie läßt sich folgendermaßen aus dem Erhebungsmaterial der LA 70 unter Beibehaltung und konsequenter Fortführung der bisherigen Modellvorstellungen entwickeln.

Zunächst werden die von der allgemeinen Nutzung, also dem Sehen oder Hören an einem durchschnittlichen Tag abhängigen Blocknutzungswahrscheinlichkeiten berechnet. Die Anzahl der Blöcke sei  $v$ . Für das Werbefernsehen ist  $v = 4$ ; für den Werbefunk der ARD-Sender ist  $v = 5$ , und zwar weil die beiden letzten Blöcke des Fragebogens (zwischen 18 und 20 Uhr, nach 20 Uhr gehört) zusammengefaßt werden. Bei Radio Luxemburg ist  $v = 6$ . Jeder Befragte hat zu jedem Sender angegeben, welche Blöcke er beim letzten Mal, als er Werbefernsehen oder Werbefunk genutzt hat, gesehen oder gehört hat. Diese Aussage wird angefordert in die Aussage, wieviel Blöcke von den  $v$ -möglichen gesehen oder gehört wurden. Das sind  $j = 0, 1, 1, \dots, v$  von  $v$  Blöcken

gehört wurden. Das sind  $j = 0, 1, 1, \dots, v$  von  $v$  Blöcken. Da es sich um den letzten Tag gehandelt hat, an dem Werbefernsehen oder Werbefunk genutzt wurde, und da dieses letzte Mal verschieden lange her sein konnte, war noch zu prüfen, wie weit diese Angabe und ggf. als sie unverändert zur Berechnung der Blocknutzungswahrscheinlichkeit herangezogen werden konnte. Die wesentliche Frage lag hierbei darin, ob und in welchem Ausmaß für die einzelnen Sender und für die verschiedenen langen Abstände vom Befragungstag (also wann der letzte Nutzungstag war) Unterschiede auftreten würden, die statistisch signifikant sind. Die von Contest durchgeführten Zahlungen ergaben, daß das nicht zutrifft. Es ergaben sich allerdings Unterschiede für die einzelnen Frequenzklassen der allgemeinen Nutzung. Da dies zu den Modellvorstellungen gehört — wie noch zu zeigen sein wird —, konnten die von den Befragten gemachten Angaben zunächst überhaupt verwendet werden.

Anders als bei den allgemeinen Nutzungswahrscheinlichkeiten stand hier aber keinerlei Basis für die sogenannte Skalierung oder Justierung zur Verfügung. Ein Pendant zum LPN gibt es in diesem Befragungsteil nicht. Deswegen war die Blocknutzungswahrscheinlichkeit zu definieren als

$$k_j = \frac{I_j}{I_j} \quad j = 0, 1, \dots, v \quad v = 4, 5 \text{ oder } 6$$

Ganz entsprechend der allgemeinen Nutzungswahrscheinlichkeit existiert auch hier eine Gegenwahrscheinlichkeit für die Nicht-Block-Nutzung, die wir mit

$$r_i = 1 - k_i$$

bezeichnen wollen.

Formal genauso wie bei den allgemeinen Nutzungswahrscheinlichkeiten lassen sich Blocknutzungswahrscheinlichkeiten für Kombinationen von Sendern bilden. Angenommen, wir haben  $k = 1 \dots m$  Sender zusammenzufassen, dann ist die Gegenwahrscheinlichkeit für die Kombination

$$R_{im} = r_{i1} \cdot r_{i2} \cdot \dots \cdot r_{im}$$

und die Blocknutzungswahrscheinlichkeit der Kombination — zum Beispiel für das Werbefernsehen des ARD —

$$K_{im} = 1 - R_{im}$$

Bekor wir uns etwas mit der Natur der Blocknutzungswahrscheinlichkeiten und ihrer Einbau in das Modell befassen, ist noch eine Bemerkung über die Verwendung der Angaben der Befragten erforderlich. Die Stichprobe der LA



70 war eine Tagesstichprobe. Es wurde also auch montags, dienstags und mittwochs gefragt. Sofern der letzte Nutzungsvorgang gestern, vorgestern oder vor 3 Tagen war, konnte folglich auch der Sonntag ein Nutzungstag sein.

Für das Werbefernsehen ARD und ZDF und den Werbefunk des ARD ist dies aber unmöglich, nicht jedoch für Radio Luxemburg. Wenn ein Befragter seinen letzten Nutzungsvorgang auf Sonntag geloggt hat, selbst wenn dies unmöglich war, ist dennoch seine Aussage verwertet worden, weil es bei der Art der Verrechnung nicht auf die Feststellung des aktuellen Nutzungsvorgangs, sondern auf die Angabe der genutzten Blöcke ankommt. Die von den Befragten begangenen Irrtümer würden also bei der Feststellung des generellen Nutzungsverhaltens negiert, weil sie sich lediglich auf das aktuelle Verhalten beziehen. Das Gleiche gilt für die schon erwähnte Regelung, beim Werbefunk des ARD die Blöcke 5 und 6 zusammenzulegen; im letzten Block — also Zeitraum — gibt es gar keinen Werbefunk. Dasselbe gilt für Horzeien tagsüber, zu denen der betreffende Sender keinen Werbefunk ausstrahlt. Die subjektive Äußerung des Befragten, dennoch dort Werbefunk gehört zu haben, ist wiederum nur ein Irrtum zum Aktualverhalten. Auf die Berechnung der generellen Blocknutzungswahrscheinlichkeiten darf dies aber keinen Einfluss haben.

In entsprechender Weise wie für die Blöcke von Werbefunk und Werbefernsehen, bei denen also die Nutzungswahrscheinlichkeit für einen durchschnittlichen Block errechnet wurde, ist im Bereich der Lesemappe für eine durchschnittliche LZ-Zeitschriftennummer eine Blockwahrscheinlichkeit ausgerechnet worden.  $v$ , die Anzahl der maximal möglichen Hefte in einer Mappe, wurde als Durchschnittswert über alle Lesezirkel als 10 errechnet (LZ-Inlandsauflage aller LZ-Zeitschriften II. Quartal 70 = 1.866.070 dividiert durch die Anzahl der Erstmappen am 13. 3. 70 = 187.130). Die Nutzungswahrscheinlichkeit einer durchschnittlichen LZ-Zeitschriftennummer ergab sich dann als

$$k_j = \frac{1}{10}, \quad j = 0, 1, \dots, 10$$

Wenn ein Befragter mehr als 10 Zeitschriften im Lesezirkel beim letzten Lesevorgang als gelesen angegeben hatte, also bei  $j > 10$ , ist  $k = 1$  (genauer: 0.99) gesetzt worden.

Warum die Wahrscheinlichkeiten für die Nutzung eines durchschnittlichen Blocks oder einer durchschnittlichen Lesezirkel-Zeitschriftennummer eine nur bedingte Wahrscheinlichkeit ist, ist zwar schon angedeutet worden, vollständig klar wird der Sachverhalt aber erst im nächsten Unterabschnitt werden, in dem es um den Einbau der  $k$ -Werte in das Gesamtmodell der Mediannutzung geht.

b) Einbau der Blockwahrscheinlichkeiten in das Medianmodell

Als Ausgangspunkt haben wir für jeden Befragten und zu jedem Sender eine bedingte Blocknutzungswahrscheinlichkeit  $k$ , die sowohl für die Lesemappe, jeden einzelnen Sender oder Sendergruppierungen existiert. Aus dieser Wahrscheinlichkeit errechnen wir — wiederum mit Hilfe des Binomialmodells — eine Wahrscheinlichkeit, eine bestimmte Anzahl  $b$  — sagen wir  $b$  — von Blockkontakten zu haben.

Die Wahrscheinlichkeit,  $b$  Kontakte zu haben, ist abhängig einmal von der bedingten Blocknutzungswahrscheinlichkeit  $k$  und zum andern von der Anzahl von Tageskontakten bei den Sendern oder Mappennummern im Lesezirkel, die wir  $H$  nennen. Setzen wir überdies voraus, daß ein Spot nur einmal an einem Tag gesendet bzw. ein Aufkleber oder Beihalter nur in eine Mappennummer aufgenommen werden kann, dann können wir diese noch immer bedingte Wahrscheinlichkeit,  $b$  Blockkontakte zu haben, niederschreiben als:

$$(3) w(b/k; H \cdot v) = \binom{H \cdot v}{b} k^b \cdot r^{H \cdot v - b}$$

Diese Formel ist zu verknüpfen mit dem Ausdruck für die Wahrscheinlichkeit,  $H$  Tages- bzw. Mappenkontakte zu haben. Hierzu benötigen wir die sonst schon bekannte allgemeine Nutzungswahrscheinlichkeit und die Anzahl der Tage oder Mappen, die belegt worden sind. Diese Anzahl wollen wir  $n$  nennen. Dann lautet dieser Ausdruck:

$$(4) w(H/p; n) = \binom{n}{H} p^H \cdot q^{n-H}$$

Durch Convolution der beiden Ausdrücke läßt sich jetzt die unbedingte Wahrscheinlichkeit,  $b$  Blockkontakte zu haben, ausrechnen. Diese Wahrscheinlichkeit lautet

$$(5) w_b = \sum_{b=0}^n \binom{n}{H} p^H \cdot q^{n-H} \cdot \binom{H \cdot v}{b} k^b \cdot r^{H \cdot v - b}$$

$b = 0, 1, \dots, n \cdot v$

Diese Formel in ihrer allgemeinen Form wird uns für die Auswertung der LA 70 nicht weiter zu beschäftigen haben, wohl aber werden wir uns daraus den uns interessierenden Spezialfall ableiten. Dieser Spezialfall ergibt sich daraus, daß wir nur einen Tag, ein Mappenheft belegen, also  $n = 1$  setzen. Ferner interessiert uns lediglich die unbedingte Wahrscheinlichkeit, mindestens einen Block an einem Tage gesehen oder gehört zu haben bzw. in der Mappe mindestens ein Heft gelesen zu haben, damit wir diese Wahrscheinlichkeit mit der allgemeinen Nutzungswahrscheinlichkeit bei Zeitungen und Zeitschriften vergleichen

können. Um unsere Wahrscheinlichkeit leichter formulieren zu können, bilden wir erst wieder die Gegenwahrscheinlichkeit zu  $w_b$  und zwar als  $1 - w_b$

Was wir suchen, ist  $w_b$ , also die Gegenwahrscheinlichkeit dazu, an einem durchschnittlichen Sendertag keinen Blockkontakt zu haben. Entsprechendes gilt für die Lesemappe. Formal ist das genau das gleiche Vorgehen wie bei der Ermittlung der Reichweite auf der Basis der allgemeinen Nutzungswahrscheinlichkeit.

Wir müssen uns auch den Spezialfall der Formel (5) anschauen. Wir suchen

$$(6) w_0 = 1 - w_1 = 1 - q \cdot p \cdot r^v = p - p \cdot r^v$$

Für die Rechnung wird dieser Ausdruck natürlich durch das Ausklammern von  $p$  vereinfacht. Für die Einsicht in die Bedeutung dieses Ausdrucks ist jedoch die  $r^v$  Form am besten geeignet. Die bedingte Wahrscheinlichkeit, mindestens einen Block an einem durchschnittlichen Tage gesehen oder gehört zu haben, setzt sich aus zwei Ausdrücken zusammen, und zwar aus der allgemeinen Nutzungswahrscheinlichkeit  $p$  und der Wahrscheinlichkeit, daß — wenn eine solche Nutzung stattgefunden hat — innerhalb der  $v$  Blöcke kein Kontakt stattgefunden hat. Oder einfacher ausgedrückt: die allgemeine Nutzungswahrscheinlichkeit vermindert sich um jene Wahrscheinlichkeit, mit der an einem durchschnittlichen Sendertag kein Blockkontakt stattfindet.

Damit sind für unsere Berechnungen zur Auswertung der LA 70 alle Vorarbeiten erledigt. Ausgangspunkt sind pro Individuum Werte, die sämtlich formal gleich zu behandeln sind. Wir können und werden sie in den folgenden Formeln mit  $p$  und  $q$  bezeichnen.

Die  $p$ -Werte stehen gleichzeitig aber für

$P$  - die allgemeine Nutzungswahrscheinlichkeit einer Kombination;

$w$  - die unbedingte Blocknutzungswahrscheinlichkeit in der Spezialform der Formel (6);

$W$  - in entsprechender Weise für Kombinationen, wenn wir nämlich in (6) statt  $p$  und  $r$  für Sender die Werte  $P$  und  $R$  für Sendergruppierungen einsetzen.

Entsprechendes gilt für die jeweiligen Gegenwahrscheinlichkeiten  $Q$ ,  $u$ ,  $U$ , die anstelle von  $q$  verwendet werden können.

#### 4 Die Auswertungsformeln der LA 70

Nach diesen Vorarbeiten haben wir es sehr einfach in der Darstellung der Formeln, die zur Berechnung der Tabellen der LA 70 verwendet wurden, sind

a) LPA in % aller Befragten (Nutzerschaft pro Ausgabe)

$$(2) \frac{\sum_{i=1}^N p_i \cdot p_i}{\sum_{i=1}^N p_i} \cdot 100$$

Wir haben hier die Formelnummer (2) beibehalten, wie wir sie schon in Abschnitt 3. b) verwendet haben.

b) WLK in % aller Befragten (wertester Nutzerkreis)

$$(7) \frac{\sum_{p_i > 0} p_i}{\sum_{i=1}^N p_i} \cdot 100$$

c) Überschneidung zweier „Titel“ in % aller Befragten

$$(8) \left( 1 - \frac{\sum_{i=1}^N p_i \cdot q_i^a \cdot q_i^b}{\sum_{i=1}^N p_i} \right) \cdot 100$$

d) Reichweitenwachstum

Reichweiten in % der Bevölkerung

$$(9) \left( 1 - \frac{\sum_{i=1}^N p_i \cdot q_i^j}{\sum_{i=1}^N p_i} \right) \cdot 100$$

$j = 1, 2, \dots, 12$   
für  $j = 1$  erhalten wir LPA

Reichweitenwachstum relativ (LPA = 100 gesetzt) wird errechnet aus:

$$(10) \quad \frac{\sum_{i=1}^N g_i \cdot (1 - q_i)}{\sum_{i=1}^N g_i \cdot p_i} \cdot 100$$

$i = 1, 2, \dots, 12$

c) Kontaktwachstum

durchschnittliche Kontakte der Erreichten

$$(11) \quad \frac{\sum_{i=1}^N g_i \cdot p_i}{\sum_{i=1}^N g_i \cdot (1 - q_i)}$$

$j = 1, 2, \dots, 12$

Hier lassen sich die  $p_i$  und  $q_i$  nur durch  $w_i$  und  $u_i$  ersetzen, also nicht durch Wahrscheinlichkeiten für Kombinationen.

Bei Kombinationen ergibt sich eine andere Formel:

$$(12) \quad \frac{\sum_{K=1}^m \sum_{i=1}^N g_i \cdot p_{ik}}{\sum_{i=1}^N g_i \cdot (1 - Q_i)}$$

$j = 1, 2, \dots, 12$

Hier lassen sich die  $p_{ik}$  und die  $Q_i$  durch  $w_{ik}$  und  $U_i$  ersetzen.

f) Die Reichweite der einzelnen Blöcke pro Sendetag in % aller Befragten

Anders als in den übrigen Tabellen werden hier Zählungen für die einzelnen Blöcke vorgenommen, wobei daran erinnert wird, daß für den ARD-Werbfunk  $j = 5$  aus 5 und 6 zusammengesetzt ist, wobei  $n_j$  jeweils die Summe der entsprechenden Faktorengewichte der Seher/Hörer gestern bedeutet.

$$(13) \quad \frac{n_j}{\sum_{i=1}^N g_i} \cdot 100$$

$j = 1, \dots, 4$   
 $1, \dots, 5$   
 $1, \dots, 6$

Friedrich Wendt

aus: Berichtsband "Vergleichende Übersichten" der LA 70, S. 215-216

Friedrich Wendt, Hamburg

### Weitere Techniken und Prinzipien der Auswertung

Die LA 70 hat erstmals das Konzept der Nutzungswahrscheinlichkeit erweitert, und zwar im wesentlichen im Hinblick auf die Nutzung der einzelnen Blöcke für die elektronischen Medien. Der Anstoß dazu kam von der Praxis der Mediaplanung, die von den zur Verfügung stehenden Daten eine größere Realitätsnähe in Bezug auf Rundfunk und Fernsehen forderte. Daraufhin sind im Erhebungsbereich und in der Modellkonstruktion entsprechende Konsequenzen gezogen worden. Die Darlegung der Theorie im Methodenband der LA 70 und die Analyse der Ergebnisse der LA 70 haben die Diskussion um diesen Komplex erneut belebt. Die Einführung der Blocknutzungswahrscheinlichkeiten erschien einigen Gesprächspartnern nicht ausreichend – ein weiterer Schritt wurde angeregt. Die Diskussion um diesen Gegenstand ist noch nicht abgeschlossen. Es kann nicht Aufgabe der AGLA sein, an dieser Stelle das Für und Wider der verschiedenen Standpunkte zu erörtern. Aufgabe der AGLA kann es stattdessen nur sein, die Grundlage für weitere Erörterungen zu liefern, d.h. die Zahlen zur Verfügung zu stellen, die sich aufgrund des in bestimmter Richtung erweiterten Konzepts ergeben und den Beteiligten eine Ergänzung des Datensatzes zu liefern, so daß durch den Vergleich von Grund-Tabellen und weiteren Auswertungsergebnissen die Konsequenzen beider Konzept-Versionen geprüft werden können. Ferner ist das erweiterte Konzept anzulegen.

#### 1. Das erweiterte Konzept

Ausgangspunkt des erweiterten Konzepts ist, daß ein einmal gesendeter Spot im Fernsehen oder Funk nur einmal gesehen oder gehört werden kann. Darüberhinaus gibt es noch eine weitere Voraussetzung, daß nämlich pro Tag zumindest für das Fernsehen nur eine Einschaltung, möglich oder im allgemeinen üblich ist. Es mag dahingestellt bleiben, welches der beiden Phänomene letztlich den Ausschlag gibt. Für die weiteren Überlegungen ist ein Spot pro Tag und die (selbstverständliche) Einmaligkeit der Wahrnehmung zugrunde gelegt worden.

Die Konsequenz ist jedenfalls klar: wer einen Kontakt pro Tag erzielt hat, ist „erreicht“ worden, d.h. er zählt mit zur Reichweite. Wer „erreicht“ worden ist, hat genau einen Kontakt gehabt – nicht mehr. Etwas leger ausgedrückt: Reichweite und Kontakte sind identisch.

So einfach lassen sich jedoch die rechnerischen Ableitungen nicht vollziehen, da wir es mit Wahrscheinlichkeiten zu tun haben. Jeder Befragte hat im Hinblick auf die elektronischen Medien zwei Wahrscheinlichkeiten

- Einmal die Grundnutzungswahrscheinlichkeit  $p_i$ , die nach der Skalierung oder – populärer ausgedrückt – Justierung für jeden einzelnen Sender zwar nur 12 Werte aufweist, über alle Sender gesehen aber Werte annehmen kann, die irgendwo zwischen 0,01 und 0,99 liegen.

- Zum andern die Blocknutzungswahrscheinlichkeiten  $k$  (Für den Augenblick können wir von der Tatsache absehen, daß diese Wahrscheinlichkeiten von der Erhebungsmethode und vom Modell her bedingte Wahrscheinlichkeiten sind). Wir verwenden – wie schon im Methodenband der LA 70 – den Ausdruck „Block“-Wahrscheinlichkeiten, obwohl es sich an sich um Zeitabschnitte und nicht um die Sendeblocks handelt. Am Prinzip ändern diese Dinge nichts. Die  $k$ -Werte sind nur der Werte 0; 0,25; 0,50; 0,75; 0,99 fähig.

Mit anderen Worten: für jeden Befragten und jeden Sender (bzw. entsprechend auch für Sendergruppen) haben wir jetzt eine zweidimensionale Matrix der  $p$ - und  $k$ -Werte.

	$p$	0,01	0,02	...	0,99
$k$	0,00				
	0,25				
	0,50				
	0,75				
	0,99				

Greifen wir uns einen Fall heraus, etwa  $p = 0,5$  und  $k = 0,75$ . Angenommen, für einen bestimmten Fernsehsender gäbe es genau 100 (gewogene) Fälle im weitesten Seherkreis. Um für diesen Fall die Blocknutzung zu erfassen, geht man so vor, daß man die Nutzungswahrscheinlichkeit eines Spots an einem Tag schrittweise errechnet. Wenn  $p$  die individuelle Grundnutzungswahrscheinlichkeit ist, ist

$$(1) \quad w(H; p, 1) = \left(\frac{1}{H}\right) \cdot p^H \cdot (1-p)^{1-H}$$

die Wahrscheinlichkeit,  $H$  Kontakte an einem durchschnittlichen Tag zu haben.  $H$  kann in diesem Fall nur 1 oder 0 sein, d.h. man kann entweder nur einen oder keinen Kontakt z.B. zum Werbefreisetzen eines Senders gehabt haben.



Die 100 Befragten mit  $p = 0.5$  liefern also 50 Kontakte, weil

$$w(1; p, 1) = 0.5 \text{ und} \\ w(0; p, 1) = 0.5$$

Anders ausgedrückt:

50 Befragte haben einen und  
50 Befragte haben keinen Kontakt

Für den zweiten Schritt interessieren uns nur noch die 50 Befragten mit Kontakt am durchschnittlichen Tag.

Wir haben angenommen, daß diese 50 sämtlich  $k = 0.75$  aufweisen, d.h. im Durchschnitt 3 von 4 Blöcken sehen. Für jeden berechnen wir jetzt die Kontaktwahrscheinlichkeiten für die Blöcke

Unter den gemachten Voraussetzungen gibt es für die Anzahl der Kontakte am Tage  $b$  nur die Möglichkeiten  $b = 0$  und  $b = 1$ . Die Blocknutzungswahrscheinlichkeit für einen Erreichten lautet:

$$(2) \quad w(b; k, 1) = \binom{1}{b} k^b (1-k)^{1-b}$$

Hier ist

$$w(1; k, 1) = 0.75 \text{ und} \\ w(0; k, 1) = 0.25$$

d.h. die Erreichten liefern zu 75% einen Kontakt oder anders ausgedrückt: 37.5 Erreichte (75% von 50) haben einen Spot-Kontakt

Aufgrund dieser Überlegungen sind die beiden Wahrscheinlichkeiten  $p$  und  $k$  miteinander zu multiplizieren, um die Spotnutzungswahrscheinlichkeit zu erhalten, um die es sich de facto hier handelt.

$$(3) \quad S = p \cdot k$$

Mit dieser Wahrscheinlichkeit  $S$  sind die nachgelieferten Tabellen berechnet worden. Ferner ist  $S$  in den erweiterten Datensatz neben dem bisherigen

$$(4) \quad u = p - p(1-k)^v \\ v = 4.5 \text{ oder } 6$$

wegenommen wurden

## 2. Berührungspunkte der beiden Konzepte

Das Konzept, wie es im Methodenband der LA 70 niedergelegt worden ist, und das als Blocknutzungswahrscheinlichkeit den Wert  $u$  aus der Formel (4) enthält, geht davon aus, daß zum Vergleich von Werbeträgern nicht der Spot, sondern der Block heranzuziehen ist

Im Durchschnitt kommt beides auf das Gleiche heraus. Der Mittelwert der gesehenen oder gehörten Blocks - also die Anzahl der Kontakte mit einem durchschnittlichen Block - ist gleich der Anzahl gesehener Spots, d.h. gleich  $p \cdot k \cdot 1$ , wie man durch Rechnung überprüfen kann, ohne daß diese hier vorgenommen werden soll.

Sogar  $S$  läßt sich aus  $u$  ableiten. Wenn man nämlich nicht die 4, 5 oder 6 Blocks, sondern nur einen Spot pro Tag gelten läßt, ist in Formel (4) das  $v$  nicht 4, 5 oder 6, sondern  $v = 1$ . Und das ergibt:

$$u = p - p(1-k) = p \cdot k \text{ und damit für diesen Fall } u = S.$$

## 3. Verschiedenheiten der beiden Konzepte

Ein wichtiger Unterschied ist hier zu nennen, nämlich der, wie sich die beiden Wahrscheinlichkeiten  $p$  und  $k$  im allgemeinen Fall der Belegung über mehrere Tage verhalten

a) Ausgehend von  $S = p \cdot k$  ergibt sich

$$(5) \quad w(b; S, n) = \binom{n}{b} S^b \cdot (1-S)^{n-b}$$

b) Demgegenüber bleiben im anderen Konzept die  $p$  und  $k$  in ihrer ursprünglichen Verknüpfung erhalten.

$$(6) \quad w(b; p, k, n, v) = \sum_{H=0}^n \binom{n}{H} p^H \cdot (1-p)^{n-H} \cdot \left(\frac{H}{b}\right)^v k^b (1-k)^{Hv-b}$$

Fraglos sieht diese Formel (wenn wohl auch nur geringfügig) komplizierter aus. Davon sollte man jedoch die Beurteilung ihrer Gültigkeit nicht abhängig machen. Die der Mediaplanung zugrundeliegenden Mechanismen sind eben sehr kompliziert. Daran müssen wir uns gewöhnen. Deswegen verwenden wir schließlich Modelle und Programme. Die Diskussion um diesen Gegenstand jedenfalls wird weitergehen

## 4. Der Leserkreis

Eine Bemerkung zum Leserkreis ist noch angebracht. Da die für die elektronischen Medien vorgebrachten einschränkenden Bedingungen der Einmaligkeit der Einschaltung und Nutzung hier nicht gelten, ist für die Lesemappe eine vergleichsweise Rechnung nach dem sogenannten erweiterten Konzept nicht vorgenommen worden

Stellungnahme der Technischen Kommission zum Problem der Justierung der Lesewahrscheinlichkeiten (LpN vs. K1) abgegeben am 20. Mai 1970 vor dem Arbeitsausschuß in Frankfurt/M.

Berichtersteller: Olmor Ernst

## Allgemeine Feststellungen

Unabhängig vom dem aktuellen Anlaß ist es notwendig, einige allgemeine Feststellungen zum Thema „LpN vs. K1“ zu machen:

- vom Modell her gesehen messen LpN und K1 den gleichen Tatbestand, die „Leserschaft einer durchschnittlichen Ausgabe“! Die Tatsache, daß die beiden Werte übereinstimmen, ist ein Effekt der Meßinstrumente!

- alle Institute, welche für die LA 70 Vorschläge gemacht haben, sehen Justierungen der Frequenz-Angaben aufgrund der Ermittlungen zum „Jetzten Lesen“, durch Vorlage von Original-Exemplaren (IMMA, ID) oder durch Formeln (Delta) vor. Kein Institut plädiert für die „naturbelassene“ Frequenzangabe!

- in Ländern mit vergleichbarer oder ähnlicher Struktur des Media-Marktes wird justiert, das gilt für England, Frankreich und die Niederlande. Bei der Media-Analyse in Österreich wurde nicht justiert, weil die Differenzen zwischen LpN und K1 (zufällig?) sehr gering sind.

In der Schweiz ist aufgrund besonderer Struktur des Media-Marktes (vorwiegend Zeitungen, die z. T. seltener als 6 mal pro Woche erscheinen) eine Justierung nicht möglich und aufgrund der regelmäßigen Nutzung der Zeitungen auch nicht nötig.

- Form wie Funktion der Justierung, die zur Zeit in der Diskussion ist, entspricht nicht mehr der „primitiven“ Technik der 67er oder 68er Analyse: Es geht nicht mehr um die Veränderung von Lochungen in einem simulierten Kartensatz, sondern um die Korrektur der aufgrund der Frequenz-Angaben ermittelten Lesewahrscheinlichkeiten durch die Angaben zum Lesen im letzten Erscheinungs-Intervall. Dabei werden nicht individuelle Informationen „verfälscht“, sondern gruppenbezogen (Frequenzklassen) die Lesewahrscheinlichkeiten berechnet. Dabei dient die (relativ) verlässlichere Information zur Korrektur von Schätzfehlern einer (relativ) nutzverlässigeren Frequenz-Skala.

- eine Entscheidung, beide Informationen, LpN und unkorrigierte Frequenz-Angaben zu veröffentlichen und die Interpretation dem freien Spiel des Kritikers zu überlassen, würde ein „Auktoritätsloses“ also „heuristisch-analytisches“ Vorgehen bedeuten!

## Zum Leser pro Nummer

Die Diskussion über die Reliabilität und Validität des Lesers pro Nummer besteht seit der ersten LA im Jahre 1954. Die Stärken wie die Schwächen dieses Meßstabes sind durch zahlreiche Untersuchungen und Experten-Betrachtungen bewußt. Im Gegensatz dazu wissen wir über die Schätzungen zur Häufigkeit des Lesens verhältnismäßig wenig. Dieses Nicht-Wissen darf oder sollte nicht zu dem Schluß führen, daß der weniger gepfeifte Wert ungenügend besseren Wissens auch der richtiger sei!

## Der LpN

beruht auf der Modellvorstellung, daß die Leserschaft im Erscheinungs-Intervall gleich ist der Leserschaft einer durchschnittlichen Ausgabe.

Eine hinlänglich lange Befragungsperiode vorausgesetzt, hat sich dieses Modell als realistisch erwiesen.

Der LpN kann das „gedehnte“ und „gehäuften“ Leseverhalten nicht erfassen.

Empirische Untersuchungen (Panel-Experiment der LA, ID u.a.) zeigten, daß sich diese Fehlermöglichkeiten weitgehend ausgleichen.

Die Modellvorstellung LpN kann vom Befragungstechnischen im Extremfall dazu führen, daß „Leser“ als „Nicht-Leser“ erscheinen (Delta Gutachten). Dabei geht es aber um Konstellationen, die quantitativ so selten sind, daß sie die Ergebnisse nicht verändern können und zudem weiter relativiert werden, wenn man über ein breiteres leseranalytisches Wissen verfügt (Lesetage!)

Einge weitere Einwände gegen das Modell LpN (z. B. Abhängigkeit vom Befragungstag) sind nur dann relevant, wenn sie einen Einfluß auf die Einordnung innerhalb oder außerhalb des Erscheinungs-Intervalls haben. Auch hier Relativierung durch die „Lesetage“!

Die Frage der Brauchbarkeit des LpN als „Meßgröße“ zur Korrektur der Informationen über die Leschäftigkeit, ist also weniger vom Modell, sondern mehr von der befragungstechnischen Präzision abhängig!

## Der LpN

wird befragungstechnisch ermittelt als das „Lesen oder Durchblättern“ einer Zeitschrift innerhalb eines bestimmten Zeitraumes, des Erscheinungs-Intervalls der verschiedenen Zeitschriften

Vom Befragten wird eine Erinnerung an einen bestimmten (einmaligen oder mehrmaligen) Leseweggang verlangt, also eine Gedächtnisleistung

Die Präzision einer solchen Gedächtnisleistung ist abhängig von individuellen Faktoren (Fähigkeit des Befragten sich exakt zu erinnern) und vom Befragungsinstrument: in welchem Ausmaße es nämlich eine solche Gedächtnisleistung erleichtert oder erschwert oder schlechthin beeinflusst.

Die methodische Forschung der LA ist seit Bestehen darauf angelegt, eine exakte Abgrenzung der Zeiteinordnung zu erreichen

1969 führten Veränderungen im Befragungsinstrument (insbesondere der Kalender und die Technik der Ausfilterung) zu einem starken Absinken des LpN, für die meisten Objekte auf eine als unrealistisch eingeschätzte Größenordnung.

Diese Unterschätzung des LpN und die seit Jahren erkannte Überschätzung des K 1-Wertes führte 1969 zur Leserschaft pro Ausgabe (LpA), einem bewußten und nur für die Ausnahmestituation 1969 eingegangenen Kompromiß, der aber aus den Zahlen ableitbar und begründbar war!

Die von der Technischen Kommission in Abstimmung mit der Spezialisten-Konferenz für das Experiment 1970 entwickelten Fragestellungen zum LpN strebten an, eine für den Befragten einfache, ercheinungsintervall-unabhängige, exakte Ermittlung des Lesens im Erscheinungsintervall zu finden. Die verwendeten Fragestellungen nähern die Ermittlung des LpN zum Teil der Form vor der Übernahme des IPA-Verfahrens an

Die Ergebnisse der Experimente zeigten eine bisher unerreichte Stabilität des LpN, seine Größenordnung ist nicht mehr abhängig von der Zahl derer, die per Filter für die Fragestellung nach dem letzten Lesen zugelassen werden!

Die absoluten Größenordnungen des LpN liegen auf dem Niveau der LpA der LA 69 und entsprechen damit auch den LpN's der LA 68

In der Diskussion um die Ergebnisse der LA 69 und um Empfehlungen der Technischen Kommission für die LA 70 und deren Auswertung, wurde dem LpN der prognostische Wert abgesprochen. Hier scheint ein Mißverständnis vorzuliegen

#### Der LpN gibt

gibt Auskunft über die Leserschaft einer durchschnittlichen Ausgabe. Unter der - bei der LA gegebenen - Voraussetzung, daß die Erhebung des Lesens im Erscheinungsintervall über einen hinlänglich langen Zeitraum erfolgt, um den Einfluß aktueller Ereignisse auszuschalten, läßt über LpN eine Prognose dahingehend zu, wieviele Leser eine Ausgabe einer Zeitschrift haben wird, in der man eine Anzeige schalten möchte. Dann unterscheidet der LpN sich nicht vom K 1-Wert!

Die aktuelle Fragestellung ist nun nicht, ob dieser LpN absolut richtig oder falsch ist, sondern ob die Information über das Lesen im Erscheinungs-Intervall eine hinreichend genaue Meßlatte liefert, um zu relativ besseren Angaben über die Lesewahrscheinlichkeit zu kommen als es die naturbellassene Häufigkeitschätzung liefern kann!

#### Zum K 1-Wert und zur Häufigkeitschätzung

Die aktuelle Diskussion läßt vermuten, daß es einige Mißverständnisse über die Bedeutung wie die Aussage des K 1-Wertes und der Frequenz-Skala gibt

#### Der K 1-Wert

ergibt sich als eine rechnerische Größe aus den Schätzungen der Befragten über die Häufigkeit der Lektüre der einzelnen Titel, z. Zt. anhand einer 12er-Skala

Wie schon gesagt, mußte, exakte Aussagen der Befragten vorausgesetzt, der so errechnete K 1-Wert mit dem LpN übereinstimmen.

Die Frequenz-Skala bezieht sich auf das Lesen im zurückliegenden Viertel-, halben oder ganzen Jahr. Die Ergebnisse verschiedener methodischer Untersuchungen zeigten, daß die Befragten nicht ihr allgemeines, sondern das Leseverhalten in der Vergangenheit reproduzieren. Im Befragungsmodell 1970 wird das berücksichtigt. Daher beruht der K 1 auf einer zeitbezogenen Schätzung und das Ergebnis ist nur relevant, wenn der Durchschnitt eines längeren Zeitraumes zugrundeliegt

Es ist charakteristisch für die Diskussion über das Problem LpN/K 1, daß zum Teil mit sehr unklaren Definitionen gearbeitet wird

#### Der K 1-Wert

wird befragungstechnisch ermittelt durch die Frage danach, wieviele der letzten 12 Ausgaben gelesen oder durchgeblättert wurden. Mit der ausgesprochenen Anweisung, zu schätzen, wenn man es nicht genau wisse.

Grundlage des K 1-Wertes sind also Schätzungen der Befragten über ihr Leseverhalten in der zurückliegenden Zeit, verbunden u. U. in einem nicht bekannten Ausmaße mit Erinnerungleistungen.

Die Präzision der Ergebnisse zum K 1 und zur Frequenz-Skala (Lesewahrscheinlichkeit) ist abhängig von individuellen Faktoren: (Fähigkeit des Befragten, sein Leseverhalten innerhalb des vorgegebenen Zeitraumes genau abzuschatzen) und vom Befragungsinstrument in welchem Ausmaße es nämlich eine solche Schätzung erleichtert oder erschwert.

Die methodische Forschung der LA hat sich mit diesen Skalen noch verhältnismäßig wenig beschäftigt. Vielleicht weil man, ausgehend von dem Wissen, daß solche Skalen ungenau arbeiten, vielmehr darauf angewiesen war, die Frequenz-Angaben in irgendeiner Form zu justieren

Die für 1970 im Befragungsmodell vorgenommenen Änderungen: konsequente Ausfilterung der Frage nach der Häufigkeit des Lesens, Übergang zur zeitbezogenen Schätzung, leichte Veränderungen in der Darstellung der 12er-Skala, haben zwar das grundsätzliche Phänomen der Differenz von LpN und K 1 nicht beseitigen können, aber die Differenzen wieder auf ein Niveau unter den Stand der LA 68 zurück gebracht und dazu geführt, daß für alle Erscheinungsintervalle der K 1-Wert über dem LpN liegt.

Darüber hinaus ergibt sich 1970, daß eine Reihe von Widersprüchen, welche insbesondere Delta für die Relation des Anteils des LpN in den Häufigkeits-Klassen monierte, nicht oder nicht mehr prägnant auftreten.

Die Ergebnisse der Explorations von Contest zum Befragungsmodell 1970 haben gezeigt, daß die Schätzungen der Befragten sehr unsicher waren, im Gegensatz dazu stehen die Aussagen über die Nutzung im letzten Erscheinungsintervall!

Dem entsprechen auch die Ergebnisse des Panel-Experimentes aus dem Jahre 1966, sowie die späteren Explorations von infratest und DIVO.

Die schon bei der Übernahme der Häufigkeitsschätzungen in die LA getroffene Feststellung, daß sie sehr stark „qualitativen“ Charakter haben (Dr. Braunschweig), hat sich bis jetzt als richtig erwiesen und begründete auch, daß die Ergebnisse dieser Schätzungen bisher nicht unverändert übernommen wurden.

#### Zur Justierung

Die Diskussion um die Justierung des K 1-Wertes am LpN wird noch immer etwas beeinflusst von der Formulierung von Friedrich Wendt, daß es sich hierbei um eine „Todsünde der empirischen Sozialforschung“ handele, weil originäre Angaben der Befragten verändert würden. Justierung geriet so in die Nähe einer bedenklichen Manipulation.

Man kann sich darüber streiten, ob dieser Vorwurf damals zu Recht erhoben wurde, als durch die Justierung in einem „revidierten Kartensatz“ tatsächlich individuelle Lesewahrscheinlichkeiten geloscht und künstlich geschaffen wurden, aber es gibt auf jeden Fall nicht mehr für die Technik der Justierung, die seit 1969 (damals auf die LpA) angewandt wird.

Was heißt „Justierung“ für die LA 70? Wir verfügen für jeden konkreten Befragten über seine Angaben darüber, wieviele der letzten 12 Ausgaben er gelesen oder durchgeblättert

hat. Wir verfügen ebenfalls über individuelle Angaben darüber, wie es mit dem Lesen innerhalb des letzten Erscheinungsintervalls sieht (LpN).

Es wird nun getrennt für jede Häufigkeitsklasse ermittelt, wieviele Personen innerhalb dieser Gruppen auch LpN sind und dieser Anteil ergibt die Lesewahrscheinlichkeit für diese Gruppe. Sind zum Beispiel 91 von 100 Befragten in der Häufigkeitsklasse 12 von 12 auch LpN, so ist die Lesewahrscheinlichkeit für diese Gruppe 0,91, sind in der Häufigkeitsklasse 1 von 12 nur 5 von 100 Leser pro Nummer, so ist ihre Lesewahrscheinlichkeit 0,05 usw.

Es wird also keine Aussage des Befragten verändert, sondern gruppenbezogene die Lesewahrscheinlichkeit errechnet, so wie sie sich aus der Schätzung anhand der 12er-Skala und den Angaben zum letzten Lesen ergibt.

Der Nachteil dieser Technik liegt übrigens darin, daß sie zur Verarbeitung wieder Selektionsprogramme voraussetzt, die mit Nutzungswahrscheinlichkeiten und nicht mit einem Frequenz-Simulations-Kartensatz arbeiten.

Die Justierung ist notwendig, wenn man die folgenden Voraussetzungen akzeptiert:

Die LA muß ihren Benutzern eine „Währung“ als Grundlage für die Streuplanung zur Verfügung stellen.

Die vorhandenen Erkenntnisse zeigen, daß die Frequenzschätzung mit größerer Unsicherheit behaftet ist als die Information über das letzte Lesen (Nutzung im Erscheinungsintervall = LpN).

Vom Denk-Modell her gesehen messen LpN und K 1 den gleichen Tatbestand: die Leserschaft einer durchschnittlichen Ausgabe. Die Differenzen sind auf Unzulänglichkeiten des Befragungsmodells oder auf die Unfähigkeit des Befragten zurückzuführen, eine oder beide Informationen hinreichend exakt zu geben.

Durch die Justierung wird ein unsicherer Tatbestand (Schätzung) durch rechnerische, gruppenbezogene Korrektur aufgrund eines (relativ) sichereren Tatbestandes (zeitliche Einordnung des letzten Lesens) zuverlässiger gemacht.

Zuverlässigkeit bedeutet hier: bessere Eignung für die Prognose des Leseverhaltens = zuverlässigere Lesewahrscheinlichkeiten.

Das wird auch die Kriterien und Überlegungen welche zu dem Vorschlag des Technischen Kartensatzes führten, die Lesewahrscheinlichkeiten aus Lesen im letzten Erscheinungsintervall zu justieren.

((295)) Anhang 50

Beteiligte und Verantwortliche an der

- a) LA 71 (Methodenband)
- b) MA 72/1 (Methodenband)
- c) MA 72/II (Methodenband)
- d) MA 73 (Methodenband)
- e) MA 74 (Methodenband)
- f) MA 75 (Methodenband)
- g) MA 76 (Vergleichende Übersichten)

Die LESERANALYSE AG LA MEDIA-MICRO-CENSUS 1971  
ist ein Gemeinschaftswerk der

ARBEITSGEMEINSCHAFT LESERANALYSE E. V. (AG LA)  
und der Institute

INFRATEST Marktforschung - Sozialforschung GmbH & Co KG, München  
Methodische Gesamtverantwortung: Wolfgang Ernst  
Studienleiter: Ursula Schanné

MARPLAN Forschungsgesellschaft für Markt und Verbrauch m.b.H., Frankfurt  
Methodische Gesamtverantwortung: Kurt Galler  
Studienleiter: Christa Claßen

Auswertung:

INFRATEST Marktforschung - Sozialforschung GmbH & Co KG, München  
Verantwortlich: Claus Kemme; Maschine: IBM 1130

Methodische Gesamtverantwortung:  
Technische Kommission der AG LA

Dr. Otmar Ernst,	Gunter Pratz,
Armin Höger,	Hans-Erdmann Scheler, Dipl.-Volksw.
Thomas Kiss, Dipl.-Volksw.	Heinz Scholand, Dipl.-Psych.
Dr. Klaus Landgrebe,	Werner Vedova,
Rolf Messow,	Manfred Vogdt, Dipl.-Kaufm.
Alfred Müller,	

Beratung: Spezialistenkonferenz der AG LA

Mathematische Beratung:  
Dipl.-Math. Friedrich Wendt, Hamburg

Typographie und Photosatz:  
Eduard Hartl, München

Montage und Photographie:  
Manfred Sturm, München

Gesamtherstellung:  
Heinrich Petermann, Druckerei und Verlag, Bad Nauheim

© 1971 ARBEITSGEMEINSCHAFT LESERANALYSE E. V.  
und  
MEDIA-MICRO-CENSUS GmbH.

Zitate sind nur mit der Quellenangabe  
„LESERANALYSE AG LA MEDIA-MICRO-CENSUS 1971“ gestattet

Die MEDIA-ANALYSE AG MA MEDIA-MICRO-CENSUS 1972/1

ist ein Gemeinschaftswerk der

ARBEITSGEMEINSCHAFT MEDIA-ANALYSE E. V. (AG MA)

und der Institute

INFRATEST Marktforschung - Sozialforschung GmbH & Co. KG, München  
Methodische Gesamtverantwortung: Wolfgang Ernst  
Studienleiter: Ursula Schanné, Margot Hinterkeuser

MARPLAN Forschungsgesellschaft für Markt und Verbrauch mbH, Offenbach  
Methodische Gesamtverantwortung: Kurt Galler  
Studienleiter: Christa Claßen

WOLFGANG SCHAEFER-MARKTFORSCHUNG Institut für Marktforschung,  
Mediaforschung, Werbeforschung, Hamburg  
Methodische Gesamtverantwortung: Wolfgang Schaefer  
Studienleiter: Rolf Speetzen

Methodische Gesamtverantwortung:  
Technische Kommission der AG MA

Dr. Otmar Ernst,	Gunter Pratz,
Armin Höger, Dipl.-Kaufm.	Hans-Erdmann Scheler, Dipl.-Volksw.
Thomas Kiss, Dipl.-Volksw.	Heinz Scholand, Dipl.-Psych.
Dr. Klaus Landgrebe,	Werner Vedova,
Rolf Messow,	Manfred Vogdt, Dipl.-Kaufm.
Alfred Müller,	

Beratung: Spezialistenkonferenz der AG MA

Auswertung:

INFRATEST Marktforschung - Sozialforschung GmbH & Co. KG, München  
Verantwortlich: Claus Kemme; Maschine: IBM 1130

INTERLOGIC Gesellschaft für Computer- und Programm-Service mbH & Co. KG, Gütersloh  
Verantwortlich: Karl-Friedrich Flockenhaus; Maschine: IBM 360/50

Mathematische Beratung:  
Dipl.-Math. Friedrich Wendt, Hamburg

Typographie und Photosatz:  
Eduard Hartl, München

Montage und Photographie:  
Manfred Sturm, München

Gesamtherstellung:  
Heinrich Petermann, Druckerei und Verlag, Bad Nauheim

© 1972/1 ARBEITSGEMEINSCHAFT MEDIA-ANALYSE E. V.  
und  
MEDIA-MICRO-CENSUS GmbH

Als Manuskript gedruckt für die Mitglieder der Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse e. V.

Zitate sind nur mit Quellenangabe  
„MEDIA-ANALYSE AG MA MEDIA-MICRO-CENSUS 1972/1“ gestattet

Die MEDIA-ANALYSE AG/MA MEDIA-MICRO-CENSUS 1972/II

ist ein Gemeinschaftswerk der

ARBEITSGEMEINSCHAFT MEDIA-ANALYSE E.V. (AG/MA)

und der Institute

**INFRATEST Marktforschung - Sozialforschung GmbH & Co. KG, München**  
Methodische Gesamtverantwortung: Wolfgang Ernst  
Studienleiter: Ursula Schanné, Margot Hinterkeuser

**MARPLAN Forschungsgesellschaft für Markt und Verbrauch mbH, Offenbach**  
Methodische Gesamtverantwortung: Kari Gailer  
Studienleiter: Christa Clatten

**MEDIA MARKT ANALYSEN GmbH Frankfurt a. Main**  
Methodische Gesamtverantwortung: Dr. Eva-Maria Hess  
Durchführung: Census-GmbH, Frankfurt a. Main  
Studienleiter: Dipl.-Soziologe Rüdiger Müller

Methodische Gesamtverantwortung:  
Technische Kommission der AG/MA

Dr. Otmár Ernst,	Gunter Pratz,
Armin Höger, Dipl.-Kaufm.	Hans-Erdmann Scheler, Dipl.-Volksw.
Thomas Kiss, Dipl.-Volksw.	Heinz Scholand, Dipl.-Psych.
Dr. Klaus Landgrebe,	Werner Vedova,
Rolf Messow,	Manfred Vogdt, Dipl.-Kaufm.
Alfred Müller,	

Beratung: Spezialistenkonferenz der AG/MA

Auswertung:

**INFRATEST Marktforschung - Sozialforschung GmbH & Co. KG, München**  
Verantwortlich: Claus Kemme; Maschine: IBM 1130

**INTERLOGIC Gesellschaft für Computer- und Programm-Service mbH & Co. KG, Gütersloh**  
Verantwortlich: Karl-Friedrich Flöckenhans, Maschine: IBM 360/50

Mathematische Beratung:  
Dipl.-Math. Friedrich Wendt, Hamburg

Typographie und Photosatz:  
Eduard Hartl, München

Montage und Photographie:  
Manfred Sturm, München

Gesamtherstellung:  
Heinrich Petermann, Druckerei und Verlag, Bad Nauheim

ARBEITSGEMEINSCHAFT MEDIA-ANALYSE E.V.  
© 1972/II und  
MEDIA-MICRO-CENSUS GmbH

Als Manuskript gedruckt für die Mitglieder der Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse e.V.

Zitate sind nur mit Quellenangabe  
„MEDIA-ANALYSE AG/MA MEDIA-MICRO-CENSUS 1972/II“ gestattet

Die MEDIA-ANALYSE AG/MA MEDIA-MICRO-CENSUS 1973

ist ein Gemeinschaftswerk der

ARBEITSGEMEINSCHAFT MEDIA-ANALYSE E.V. (AG/MA)  
und der Institute

**INFRATEST**  
Marktforschung - Sozialforschung GmbH & Co. KG, München  
Methodische Gesamtverantwortung: Wolfgang Ernst  
Studienleiter: Ursula Schanné

**MARKT-DATEN-INSTITUT** Gesellschaft für Wirtschafts- und Sozialforschung mbH, Neu-Isenburg  
Methodische Gesamtverantwortung: Alfons Raab  
Studienleiter: Dipl.-Volkswirt Mathias Huber

**MEDIA MARKT ANALYSEN GmbH, Frankfurt a. Main**  
Methodische Gesamtverantwortung: Dr. Eva-Maria Hess  
Durchführung: Census-GmbH, Frankfurt a. Main

**WOLFGANG SCHAEFER-MARKTFORSCHUNG**  
Institut für Marktforschung, Mediaforschung, Werbeforschung, Hamburg  
Methodische Gesamtverantwortung: Wolfgang Schaefer  
Studienleiter: Marie-Luise Hess

Methodische Gesamtverantwortung:  
Technische Kommission der AG/MA

Dr. Otmár Ernst,	Gunter Pratz,
Armin Höger, Dipl.-Kaufm.	Hans-Erdmann Scheler,
Thomas Kiss, Dipl.-Volksw.	Dipl.-Volksw.
Dr. Klaus Landgrebe,	Heinz Scholand, Dipl.-Psych.
Rolf Messow,	Werner Vedova,
Alfred Müller,	Manfred Vogdt, Dipl.-Kaufm.

Beratung: Spezialistenkonferenz der AG/MA

Auswertung:  
ISBA Informatik Service + Beratung Asimus GmbH, Falkenstein  
Verantwortlich: Heinz-Dieter Asimus;  
Maschinen: CDC 6600 und IBM 370/155

Mathematische Beratung:  
Dipl.-Math. Friedrich Wendt, Hamburg

Inhaltliche Zusammenstellung:  
Hans-Erdmann Scheler, Frankfurt

Typographie und Photosatz: Montage und Photographie:  
Eduard Hartl, München Manfred Sturm, München

Gesamtherstellung:  
Heinrich Petermann, Druckerei und Verlag, Bad Nauheim

ARBEITSGEMEINSCHAFT MEDIA-ANALYSE E.V.  
© 1973 und  
MEDIA-MICRO-CENSUS GmbH

Als Manuskript gedruckt für die Mitglieder der Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse e.V.

Zitate sind nur mit Quellenangabe  
„MEDIA-ANALYSE AG/MA MEDIA-MICRO-CENSUS 1973“ gestattet

Die MEDIA-ANALYSE AG/MA MEDIA-MICRO-CENSUS 1974

ist ein Gemeinschaftswerk der  
ARBEITSGEMEINSCHAFT MEDIA-ANALYSE E.V. (AG/MA)  
und der Institute

GETAS Gesellschaft für angewandte Sozialwissenschaften mbH & Co. KG  
Institut für Strukturanalysen, Bremen  
Methodische Gesamtverantwortung: Hans-Jürgen Rothenmund  
Studienleiter: Ute Löffler

MARKT-DATEN-INSTITUT Gesellschaft für Wirtschafts- und Sozialforschung mbH, Neu-Isenburg  
Methodische Gesamtverantwortung: Alfons Raab  
Studienleiter: Dipl.-Volkswirt Mathias Huber

MARPLAN Forschungsgesellschaft für Markt und Verbrauch mbH, Offenbach  
Methodische Gesamtverantwortung: Kurt Galler  
Studienleiter: Siegfried Schewe

MEDIA MARKT ANALYSEN GmbH, Frankfurt a. Main  
Methodische Gesamtverantwortung: Dr. Eva-Maria Hess  
Durchführung: Census-GmbH, Frankfurt a. Main

Methodische Gesamtverantwortung:  
Technische Kommission der AG/MA  
Dr. Otmar Ernst,  
Horst Gansera,  
Armin Höger, Dipl.-Kaufm.  
Bernd Keinhörster, Dipl.-Psych.  
Thomas Kiss, Dipl.-Volksw.  
Dr. Klaus Landgrebe,  
Rolf Messow,  
Alfred Müller,

Günter Pratz,  
Hans-Erdmann Scheler, Dipl.-Volksw.  
Heinz Scholand, Dipl.-Psych.  
Manfred Vogtl, Dipl.-Kaufm.  
Joachim Wiedemann, Dipl.-Psych.

Beratung: Spezialistenkonferenz der AG/MA

Auswertung:  
ISBA Informatik Service + Beratung Asimus GmbH, Falkenstein  
Verantwortlich: Heinz-Dieter Asimus; Maschinen: CDC 6600 und IBM 370/155

Mathematische Beratung:  
Dipl.-Math. Friedrich Wendt, Hamburg

Inhaltliche Zusammenstellung:  
Hans-Erdmann Scheler, Frankfurt

Typographie und Photosatz:  
Eduard Hartl, München

Montage und Photographie:  
Manfred Sturm, München

Gesamtherstellung:  
Heinrich Petermann, Druckerei und Verlag, Bad Nauheim

ARBEITSGEMEINSCHAFT MEDIA-ANALYSE E.V.  
© 1974 und  
MEDIA-MICRO-CENSUS GmbH

Als Manuskript gedruckt für die Mitglieder der Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse e.V.

Zitate sind nur mit Quellenangabe

„MEDIA-ANALYSE AG/MA MEDIA-MICRO-CENSUS 1974“ gestattet.

Die MEDIA-ANALYSE AG/MA MEDIA-MICRO-CENSUS 1975

ist ein Gemeinschaftswerk der

ARBEITSGEMEINSCHAFT MEDIA-ANALYSE E.V. (AG/MA)

und der Institute

GETAS Gesellschaft für angewandte Sozialwissenschaften mbH & Co. KG  
Institut für Strukturanalysen, Bremen  
Methodische Gesamtverantwortung: Hans-Jürgen Rothenmund  
Studienleiter: Ute Löffler

MARPLAN Forschungsgesellschaft für Markt und Verbrauch mbH, Offenbach  
Methodische Gesamtverantwortung: Kurt Galler  
Studienleiter: Siegfried Schewe

MEDIA MARKT ANALYSEN GmbH, Frankfurt a. Main  
Methodische Gesamtverantwortung: Dr. Eva-Maria Hess  
Durchführung: Census-GmbH, Frankfurt a. Main

SAMPLE-INSTITUT Gesellschaft für Markt-, Meinungs-, Motiv- und Sozialforschung  
Methodische Gesamtverantwortung und Studienleitung: Dr. Wolfgang Wottawa

Methodische Gesamtverantwortung:  
Technische Kommission der AG/MA

Auswertung:  
ISBA Informatik Service + Beratung Asimus GmbH, Falkenstein  
Verantwortlich: Heinz-Dieter Asimus; Maschine: IBM 370/158

Tabellierung:  
IBM-Deutschland GmbH, Servicezentrum Frankfurt, Maschine IBM 370/158

Mathematische Beratung:  
Dipl.-Math. Friedrich Wendt, Hamburg

Inhaltliche Zusammenstellung:  
Hans-Erdmann Scheler, Frankfurt

Typographie und Photosatz:  
Eduard Hartl, München

Montage und Photographie:  
Heinrich Petermann, Druckerei und Verlag, Bad Nauheim

Gesamtherstellung:  
Heinrich Petermann, Druckerei und Verlag, Bad Nauheim

ARBEITSGEMEINSCHAFT MEDIA-ANALYSE E.V.  
© 1975 und  
MEDIA-MICRO-CENSUS GmbH

Als Manuskript gedruckt für die Mitglieder der Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse e.V.

Zitate sind nur mit Quellenangabe

„Media-Analyse 1975“ oder „MA 75“ gestattet.

Die MEDIA-ANALYSE AG, MA MEDIA-MICRO-CENSUS 1976

ist ein Gemeinschaftswerk der

ARBEITSGEMEINSCHAFT MEDIA-ANALYSE E.V. (AG, MA)

und der Institute

CONTEST-CENSUS, Gesellschaft für Markt- und Meinungsforschung mbH & Co. KG  
Methodische Gesamtverantwortung: Manfred Groß

GETAS Gesellschaft für angewandte Sozialwissenschaften mbH & Co. KG  
Institut für Strukturanalysen, Bremen  
Methodische Gesamtverantwortung: Hans-Jürgen Rothermundt  
Studienleiter: Ute Löffler

INFRATEST-Medienforschung GmbH, München 21  
Methodische Gesamtverantwortung: Gerhard Unholzer  
Studienleiter: Ursula Schanöf

MARPLAN Forschungsgesellschaft für Markt und Verbrauch mbH, Offenbach  
Methodische Gesamtverantwortung: Kurt Galler  
Studienleiter: Siegfried Schewe

Zusammenführung der Institutdaten und Prüfung sowie Tabellierung:  
ISBA Informatik Service + Beratung Asimus GmbH, Falkenstein  
Verantwortlich: Hein-Dieter Asimus; Maschine: IBM 370/158

Aufbereitung und Auswertung:  
IBM-Deutschland GmbH, Servicezentrum Frankfurt, Maschine IBM 370/158

Mathematische Beratung und Methodenbeschreibung:  
Dipl.-Math. Friedrich Wendt, Hamburg

Einführung und Erläuterungen auf den Registern:  
Dr. Klaus Peter Landgrebe, Gröbenzell

Photosatz und Typographie der Texte:  
Eduard Hartl GmbH & Co., München

Gesamtherstellung:  
Heinrich Petermann, Druckerei und Verlag, Bad Nauheim

ARBEITSGEMEINSCHAFT MEDIA-ANALYSE E.V.  
© 1976 und  
MEDIA-MICRO-CENSUS GmbH

Zitate und Teilveröffentlichungen sind nur mit Quellenangabe  
"MA 76"

gestattet. Jede kommerzielle Verwendung von Daten  
aus dieser Analyse durch Nichtmitglieder der AG, MA  
bedarf schriftlicher Zustimmung  
der Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse e. V. (AG, MA),  
Wolfgangstraße 92, 6000 Frankfurt 1

Anmerkungen zur Tabellierung der Media-Analyse

Karl-Friedrich Flockenhaus

Die Berichtsbände der Media-Analyse enthalten 3 verschiedene  
Tabellentypen, die sich grundsätzlich darin unterscheiden,  
wie die dargestellten Zahlen aus den Einzeldaten der Interviews  
abgeleitet werden.

Hier ist nicht die für den Benutzer der Tabellen wichtige und  
daher im Berichtsband farblich gekennzeichnete Einteilung  
nach Reichweite, Zusammensetzung und Hochrechnung  
gemeint. Dabei handelt es sich nur um unterschiedliche  
Darstellungsformen der gleichen Basis Tabellen. Für die Daten-  
verarbeitung ist eine Unterscheidung nach der Art der in der  
Tabelle zusammengeführten Variablen wichtig.

### 1. Logische Bedingungen

In die Tabellen zu „Bevölkerungsgruppen“ wird das einzelne  
Interview dadurch eingebracht, daß sein Personengewicht  
addiert wird. Dies geschieht in allen Zellen der Tabelle,  
für die sowohl die im Kopf der Tabelle aufgeführte Spalten-  
bedingung als auch die am linken Tabellenrand ersichtliche  
Zeilenbedingung zutrifft.

Diese Tabellierung durch Zählung unter logischen Beding-  
ungen ist der in der Marktforschung seit Jahrzehnten übliche  
Weg der Verdichtung des Befragungsmaterials, oft auch  
Kreuzauswertung genannt.

Arithmetische Verrechnungen werden nur bei der schließenden  
Zubereitung der Tabelle als Reichweite, Zusammensetzung  
oder Hochrechnung vorgenommen. Erhöhungswert ist hierzu  
lediglich, daß die in der Tabelle „Zusammensetzung“ als  
Randspalte ausgewiesenen absoluten Zahlen nicht die  
effektiven Interviewzahlen wiedergeben, auf denen das  
Ergebnis basiert, sondern als Ergebnis der arithmetischen  
Nachbehandlung die Summen der Personengewichte aus-  
weisen, dividiert durch den Faktor 10. Da der Durchschnitt  
aller Personengewichte ebenfalls 10 ist, entsprechen die  
dargestellten Zahlen den effektiven Interviewzahlen in der  
Größenordnung und können daher zur Beurteilung der  
Schwankungsbreite der Ergebnisse dienen.

### 2. Arithmetische Verrechnung unter logischer Bedingung

Die Tabellen der „Generalübersichten“ für Zeitschriften und  
Medien enthalten nur im Tabellenkopf logische Bedingungen,  
zu denen für jedes Interview zu prüfen ist, ob sie zutreffen  
oder nicht zutreffen. Die links ausgewiesenen Zeilen-  
positionen entsprechen Nutzungswahrscheinlichkeiten.

Die Wahrscheinlichkeitswerte werden vor Beginn der  
Tabellierung für jedes Interview je Objekt durch die Ergebnisse  
der Segmentation bestimmt bzw. für zusammenfassende  
Mediengruppen berechnet. Sie stehen als 2stellige Zahlen  
für die weitere Datenverarbeitung zur Verfügung.

Bei diesen Tabellen wird das einzelne Interview dadurch ein-  
gebracht, daß in jeder Zeile das Produkt aus Wahrscheinlich-  
keit und Personengewicht addiert wird. Dies geschieht  
in jeder Spalte, für die die logische Bedingung des Tabellien-  
kopfes zutrifft.

aus: Methodenband MA 72/11, S. 37-39

Die in der ersten Zeile der Reichweitenabfrage ausgewiesenen  
Basiszahlen entstehen ohne arithmetische Verrechnung nur  
unter Abfrage der logischen Bedingungen des Tabellienkopfes.  
In dieser Zeile wird also lediglich das Personengewicht addiert,  
während in den übrigen Zeilen der Tabelle ein Produkt aus  
Gewicht und Wahrscheinlichkeit addiert wird.

Es wurde bereits erwähnt, daß Wahrscheinlichkeiten als  
2stellige Zahlen im Datenmaterial gespeichert sind. Die  
Wahrscheinlichkeiten 0,01 bis 0,99 sind dort also durch  
die Zahlen 1 bis 99 um 2 Zehnerpotenzen zu hoch ausgewiesen.  
Folglich ist eine Division durch 100 notwendig, um die  
Produktsummen aus Gewicht und Wahrscheinlichkeit auf  
die Gewichtssummen in der Reichweitenprozentuierung  
beziehen zu können. Es wird später deutlich, warum hier  
auf diese zusätzliche Division durch den Faktor 100 besonders  
hingewiesen wird.

Die absolut ausgewiesenen Basiszahlen der Prozentuierung  
nach Zusammensetzung sind Ergebnisse der arithmetischen  
Verrechnung. Sie entstehen wie die übrigen Zahlen der  
Tabelle als Produktsummen der Gewichte und Wahrschein-  
lichkeiten. Um sie mit effektiven Interviewzahlen vergleichbar  
zu halten, werden die Produktsummen durch den Faktor 1000  
dividiert, nämlich den Faktor 10 zur Normierung der  
Personengewichte und den Faktor 100 zum Ausgleich für die  
überhöhte Speicherung der Wahrscheinlichkeiten.

### 3. Arithmetische Berechnung

Die internen und externen Überschneidungen werden nach  
den Formeln berechnet, die im Berichtsband angegeben sind.  
Bei der Herstellung dieser Tabellen werden die Daten eines  
Interviews in jeder Zeile der Tabellen verrechnet. Logische  
Bedingungen werden ohne Wirkung auf das Ergebnis lediglich  
genutzt, um den Rechenaufwand zu reduzieren.

Für jeden Tabellentyp ist es möglich, den Inhalt der Tabellen,  
also die Bedeutung der Zahlen, exakt zu beschreiben.  
Logische Bedingungen können explizit formuliert werden,  
für arithmetische Rechnung dienen die Formeln als  
verbindliche Rechenvorschrift.

Unterschiede entstehen jedoch durch die Umsetzung der  
logischen und arithmetischen Vorschriften zur Eingabe in den  
Computer. Logische Bedingungen lassen sich unter Verwendung  
des Code-Planes ohne weitere Verabredung eindeutig in eine  
Befehlsfolge innerhalb des Computerprogramms übersetzen.  
Verrechnungsformeln dagegen können auf unterschiedliche  
Weise in ein Computerprogramm übersetzt werden. Auch  
zusätzliche Vereinbarungen könnten allenfalls den Entsch-  
dungsspielraum des Programmierers einschränken, jedoch  
nicht die Bedingungen aufheben, die hinsichtlich der Real-  
isierung einer Formel vom jeweils verfügbaren Computersystem  
und der bereitstehenden Programmiersprache gesetzt sind.

Sei es auch bei eindeutiger Vereinbarung des Tabelleninhaltes  
nicht damit zu rechnen, daß bei Nutzung unterschiedlicher  
Systeme oder Programme exakt das gleiche Ergebnis resultiert.  
Differenzen sind im allgemeinen minimal, können jedoch

unter ungünstigen Umständen so groß werden, daß sie als „Schönheitsfehler“ in den Tabellen erkennbar sind. Die Bezeichnung „Schönheitsfehler“ soll darauf hinweisen, daß die durch unterschiedliche Programmierung erzeugte Schwankungsbreite der Ergebnisse für irgendwelche Entscheidungen keine Bedeutung haben kann, da sie in der Größenordnung wesentlich unter der statistischen Schwankungsbreite einer Stichprobenerhebung liegt.

Die Ergebnisschwankungen bei der maschinellen Tabellierung entstehen bekanntlich als Folge unterschiedlicher Abrundungstechniken bei der Weiterverarbeitung von Zwischenergebnissen. Zu beachten ist hierbei, daß die z. Z. meistbenutzten Computer nicht im vertrauten Dezimalsystem rechnen, sondern als Stellenwerte Potenzen der Zahl 16 verwenden. Eine Division durch 10, 100 oder 1000 entspricht in diesem Zahlensystem nicht einer Kommaverschiebung, sondern der Multiplikation mit einer abgerundeten Zahl mit entsprechender Ungenauigkeit.

Da nun die Personengewichte im Datenmaterial der Media-Analyse um den Faktor 10 und die Wahrscheinlichkeiten um den Faktor 100 erhöht gespeichert sind, also bei Verrechnung entsprechend reduziert werden müssen, können Abrundungseffekte in den Tabellen häufiger erwartet werden. Hinzu kommt, daß jeweils alle Interviews eines Segmentes denselben Wert für die Nutzungswahrscheinlichkeit eines Objektes ausweisen, Abrundungsfehler also gleich gerichtet sind und sich nicht gegenseitig aufheben.

Die Berichtsbände geben Aufschluß über die unter realen Bedingungen erwartbaren Ergebnisschwankungen: Die in den Generalübersichten für Zeitschriften und Medien ausgewiesenen Reichweiten wurden mit einem Standardprogramm errechnet, in dem die Wahrscheinlichkeitswerte zunächst mit Division durch 100 auf die richtige Größenordnung gebracht und anschließend mit den Gewichten verrechnet werden. In den Spezialprogrammen zu den Einzeldarstellungen und zur Berechnung der internen Überschneidungen dagegen wurde die normierende Verrechnung von Zehner-Potenzen optimal verzögert. Man vergleiche auch die absoluten Zahlen der Tabelle „Zusammensetzung“ in der Generalübersicht Zeitschriften mit den entsprechenden absoluten Zahlen für die Leserschaft pro Ausgabe in den Zusatzinformationen Zeitschriften. Erstere sind mit dem Standardprogramm errechnet, letztere mit dem Spezialprogramm. Die erkennbaren Differenzen entstehen durch die Verrechnung von Zehner-Potenzen zu unterschiedlichen Zeitpunkten des Programmablaufs. Der im Standardprogramm mit der Division frühzeitig eingeführte Abrundungsfehler wurde durch die nachherige Multiplikation mit dem Personengewicht vergrößert. In beiden Fällen erfolgte die Berechnung mit einfacher Genauigkeit (4 Bytes) also mit gleicher Stellenzahl.

Eine Erhöhung der Stellenzahl ist nur dann angezeigt, wenn eine Verrechnungsformel mehrere Rechenoperationen höherer Ordnung erfordert, wie beispielsweise Potenzen bei der Berechnung interner Überschneidungen oder eine Reihe von Multiplikationen bei der Berechnung von Nutzungswahrscheinlichkeiten für Objektkombinationen. Auch hierzu liegt der AG MA ein Vergleichsergebnis vor:

Die dem Berichtsband zugrunde liegenden Wahrscheinlichkeiten für Objektkombinationen wurden mit erweiterter Genauigkeit (3 Worte, IBM 1130) errechnet. Die Reduktion der Zehner-Potenzen in den Wahrscheinlichkeiten erfolgte zu Anfang der Rechnung. Für eine Reihe von Objektkombinationen erfolgte abweichend hiervon vor der Tabellierung zum Bericht MA 72/1 eine Neuberechnung mit doppelter Genauigkeit (4 Bytes, IBM/360 - 50). Die Korrektur der überzähligen Zehner-Potenzen erfolgte am Schluß der Rechnung. Der Vergleich der auf unterschiedliche Weise gewonnenen Kombinationswahrscheinlichkeiten ließ es nicht notwendig erscheinen, den bisher üblichen Berechnungsweg zu ändern.

Wenn man beachtet, daß hier Stichprobenergebnisse mit entsprechenden Schwankungsbreiten diskutiert werden, und wenn man bedenkt, daß sämtliche Nutzungswahrscheinlichkeiten zu ihrer Speicherung auf 2 Dezimalstellen abgerundet werden, so folgt daraus, daß die durch Rechengenauigkeiten eingeführten Ergebnisdifferenzen unbeachtlich sind. Dennoch können sie auf der Anwendersseite gelegentlich als störend empfunden werden. Eine Vereinheitlichung der Verarbeitungsprogramme wäre bei Zulassung aller Datenverarbeitungssysteme und Programmiersprachen zwar nicht ohne Einschränkung mit Erfolgsaussichten zu verbinden, könnte jedoch die Abweichungen vermindern.

Eine entsprechende Konvention erscheint aus anderen, nämlich aus ökonomischen Gründen empfehlenswert:

Die Tabellierungen zur Media-Analyse werden von Randbedingungen mitbestimmt, die nur historisch zu begründen sind. Sowohl der Übergang von der Lochkarte zum Magnetband als vorherrschendem Datenträger als auch die Umstellung vom Abfragen logischer Bedingungen zum neuen Modell der Nutzungswahrscheinlichkeit erfolgten bisher behelfsmäßig ohne entsprechende Änderung im Speichermodus des Datenmaterials.

Jeder Wahrscheinlichkeitswert wird z. Z. in einem Feld mit 4 Positionen gespeichert. Diese Speicherform ist notwendig und günstig, wenn die Werte über Lochkarten eingelesen und als logische Bedingungen abgefragt würden. Tatsächlich werden Wahrscheinlichkeiten aber im Computer errechnet und direkt auf Band ausgegeben; sie werden auch nicht als logische Bedingungen abgefragt. Bei der Speicherung erfolgt also eine unnötige Konvertierung in ein ungünstiges Speicherformat und zur Verrechnung eine entsprechende Rückkonvertierung in eine verrechenbare Darstellungsform. Hinzu kommt, daß die Zahl 0 in zwei verschiedenen Arten gespeichert wird (als 00 oder 000) und die Zahl 100 als nicht darstellbar gilt und durch die Zahl 99 ersetzt wird.

Es bestehen mehrere Möglichkeiten, die Technik an den Entwicklungsstand des Wahrscheinlichkeitsmodells anzupassen. Als Beispiel seien 2 gegensätzliche Möglichkeiten für die zweckmäßige Speicherung der Wahrscheinlichkeiten angedeutet, um die Problemstellung zu erläutern.

1. Die Wahrscheinlichkeiten können, wie bisher mit dem Faktor 100 multipliziert, in einem Feld der Länge 1 (statt

bisher 4) ganzzahlig gespeichert werden. Auch die Zahl 100 ist darstellbar. Vorteil dieser Speicherung ist einerseits der geringe Speicherbedarf, der ein Viertel des bisherigen beträgt, und der schnelle Zugriff zur Verrechnung. Als Nachteil (wenn man dieses als Nachteil sieht) bleibt weiterhin die Abrundung der Wahrscheinlichkeiten auf 2 Dezimalstellen und die Notwendigkeit der Division durch den Faktor 100 mit Abrundungsfehler zur Verrechnung.

2. Bei einer Gleitkommadarstellung der Wahrscheinlichkeiten in je einem Feld der Länge 4 würde der Speicherbedarf so groß wie bisher bleiben. Ein Vorteil wäre die sofortige Verrechenbarkeit ohne Kovertierung, also eine entsprechende Beschleunigung der Tabellierungsprogramme.

Entsprechende Vereinbarungen hätten allerdings zu beachten, daß häufige Verrechnungen des Datenmaterials nicht dem Wahrscheinlichkeitsmodell folgen, sondern pragmatische Näherungslösungen ableiten, für deren Berechnung andere Speicherungsformen günstig sind.

Im übrigen ist zu beachten, daß eine entscheidende Änderung im Datenspeicher der Media-Analyse zu höheren Soft-Ware-Investitionen auf der Anwendersseite führt. Es wäre also eine relativ lange Umstellungszeit vorzusehen.

Gütersloh, den 25. 9. 72



aus: Methodenband LA 71, S. 23-34

Die Modellvorstellung

Prinzipien und Techniken der Auswertung

Friedrich Wendt, Hamburg

Erstmalig für die LA 69 sind die Auswertungsprinzipien und -techniken konsequent auf der Basis der Lesewahrscheinlichkeiten durchgeführt und in einer ausführlichen Darstellung schriftlich niedergelegt worden (Siehe LA 69 Methodenband S. 126-133). Dieser erste Versuch einer zusammenfassenden Behandlung der mit der Auswertung der Daten der Arbeitsgemeinschaft Leseranalyse e. V. zusammenhängenden Probleme hat sich als fruchtbar erwiesen. In der Zwischenzeit sind die Prinzipien und Techniken weiter diskutiert und fortentwickelt worden. 1970 führte das zu einer Darstellung über die Auswertung (Siehe LA 70 Methodenband II S. 135-140), die sich im wesentlichen auf die 69er Ausführung stützte und Erweiterungen und Modifikationen enthielt, wobei - durch die spezielle Diskussion um die elektronischen Medien ange-regt - für die LA 70 sogar noch eine Ergänzungslieferung erforderlich wurde (Siehe LA 70 Berichtband V, Vergleichende Übersichten S. 215f.). Fraglos wird die Entwicklung weitergehen. Es scheint jedoch, als sei eine Entwicklungsphase abgeschlossen, so daß es sinnvoll ist, nicht nochmals lediglich Ergänzungen und Modifikationen im Zusammen-hang mit der LA 71 vorzubringen, sondern eine in sich geschlossene Darstellung der gesamten Auswertungsprinzipien und -techniken zu liefern.

Einiges Prinzipielle ist selbstverständlich geworden; andre spezielle Dinge wurden überflüssig. Eine Selbstverständlichkeit ist zum Beispiel das Prinzip der Nutzungswahrscheinlichkeit, so daß an die Stelle des früheren Zählens das Rechnen getreten ist. Im Zusammenhang damit ist die Personen-gewichtung mit der Normzahl 10 selbstverständlich geworden. Zu dieser Entwicklung gehört auch, daß die Lochkarte durch das Datenband ersetzt worden ist, und daß sich die Gewichte in der Auswertung von der Tabellendarstellung stärker auf die elektronische Datenverarbeitung verlagert haben. Damit wurde auch die Ein-für-allemal-Frequenz-Simulation hin-fällig. An die Stelle der Justierung ist ein Eichungsverfahren getreten. Der 1969 noch nötige Mittelwert zwischen K<sub>1</sub> und LPN ist überholt. Die Diskussion um die elektronischen Medien hat zu einer befriedigenden Lösung geführt, die zum Beispiel in der Vorbereitung der Tabellenzählungen gegenüber 1970 ein einheitliches Berechnungsverfahren zuläßt. Selbst-verständlich ist auch geworden, daß wir es mit einem Indi-vidual-Modell zu tun haben. Die Benutzer möchten sich die Möglichkeit offen halten, jede beliebige Zusammenstellung von Befragten zu Zielgruppen vornehmen zu können. Das kann man aber nicht, wenn bereits präformierte Gruppie-rungen die beliebige Segmentierung einschränken.

Dies alles rechtfertigt den erneuten Versuch, zu einer in sich geschlossenen Darstellung der Auswertungsprinzipien und -techniken zu gelangen. Verweisungen auf die Darlegungen in den beiden vorausgegangenen Jahren werden dadurch unnötig

Die Daten der Arbeitsgemeinschaft Leseranalyse e. V. sollen der Werbeplanung dienen. Das heißt: von den Erhebungs- und Auswertungstechniken her soll das Material gesichert und anerkannt und es soll für die Prognosezwecke, für die es gedacht ist, auch wirklich brauchbar sein. Im Erhebungsbereich werden Experimente die Einsichten darüber weiter entwickeln, wie das optimale Befragungsinstrumentarium auszusehen hat. Zu den Voraussetzungen vernünftiger Auswertungsprinzipien gehört daher in erster Linie, daß die Auswertungsprinzipien von möglichen Modifikationen im Erhebungsbereich unberührt bleiben. Die Kontinuität in der Lieferung von Daten durch die AG LA braucht nicht im Erhebungsbereich wirksam zu sein, sie muß es hingegen in der Gültigkeit der Daten und ihrer Verwertung sein. Mit andern Worten: die Modellvorstellung muß so gefestigt und unangreifbar sein, daß sie über Jahre die Auswertungsprinzipien bestimmt, und die Erhebungstechniken auf dieses Ziel hin überprüft und weiter ausgebildet werden können.

Die Modellvorstellung sollte der Tatsache Rechnung tragen, daß sich die AG LA im Laufe der Jahre mehr und mehr in Richtung auf eine Media-Analyse entwickelt hat und weiter entwickeln wird, die nicht nur Daten über Zeitschriften, sondern auch über andere Werbeträger zur Verfügung stellt.

Frühzeitig ist Vorsorge zu treffen, daß derartige Erweiterungen die Modellvorstellungen nicht sprengen, sondern nahlos dem bisher schon errichteten Gebäude angefügt werden können. Das gilt übrigens auch für Erweiterungen, zu denen vorläufig noch keine konkreten Vorstellungen über ihre Realisierbarkeit existieren, wie die Einfügung des Zeitelements - also der dynamischen Betrachtungsweise der Werbeplanung.

Gegenwärtig haben wir ein statisches Modell vor uns. Die Prognosefähigkeit, die in der Werbeplanung unerlässliche Bedingung für die Mediadaten ist, hat zu dem Anspruch geführt, Daten zu gewinnen, die über einen bestimmten, ausreichend langen Zeitraum als stabil angesehen werden können. Mit andern Worten: als Maß für das Medienverhalten wird eine Eigenschaft gesucht, die beim Individuum oder zumindest bei Individuen-Gruppen möglichst konstant vorhanden und überdeutlich meßbar ist. Die Vorstellung über diese möglichst konstante Eigenschaft hat zu dem Begriff der Nutzungswahrscheinlichkeit geführt.

In diesem Begriff verbirgt sich mehrerlei. Der etwas abstrakte Begriff Nutzung steht als Oberbegriff für Lesen, Sehen, Hören oder auch für jede andere vielleicht noch denkbare Art des Umgangs mit Medien. Damit wird die Allgemeingültigkeit gesichert und zugleich die Möglichkeit eröffnet, den Nutzungsvorgang von Medium zu Medium unabhängig zu definieren. Das Lesen etwa als Lesen oder mindestens Durchblättern; das Fernsehen etwa als vor dem eingeschalteten Gerät zu sitzen - oder wie man auch immer das für die Aufnahme einer Werbewirkung erforderliche Verhalten festlegen möchte.

Der Begriff „Wahrscheinlichkeit“ geht auf im wesentlichen psychologisch begründete Vorstellungen zurück, wonach das

Individuum in seinem Kommunikationsverhalten gegenüber bestimmten Medien aus seiner Persönlichkeitsstruktur heraus weitgehend festgelegt ist. Meist unangeworfen bleibt dabei die Annahme, daß die einzelnen Nutzungswahrscheinlichkeiten eines Individuums gegenüber den einzelnen Medien zum Beispiel verschiedenen Zeitschriften etc. - unabhängig voneinander seien. Es geht hier nicht um die Beweisbarkeit oder Richtigkeit derartiger Annahmen, sondern lediglich darum, wie zweckmäßig sie sind. Zusammen nämlich mit der Festlegung der Maßzahl für die Nutzungswahrscheinlichkeit in einem Wertebereich zwischen Null und Eins bietet die Unabhängigkeit Vorteile, d. h. Erleichterungen in der Konstruktion eines Modells, das die Media-Nutzung zu ver-rechnen erlaubt.

Die individuelle Wahrscheinlichkeit der Nutzung eines Mediums wird als Wahrscheinlichkeit verstanden, einen Kontakt mit dem Medium zu haben, wobei Kontakt durch Lesen, Sehen oder Hören zustande kommt. Es bleibt jetzt noch festzulegen, womit. Es ist also die Kontakteinheit für jedes Medium zu definieren. Hierzu sind verschiedene Grund-sätze entwickelt worden, wobei aus der Perspektive der Werbe-planung die kleinste belegbare Einheit eine große Rolle gespielt hat. Das Modell-Gebäude sollte flexibel genug sein, sich den Wandlungen in der Vorstellung hierzu anpassen zu können. Im Bereich der elektronischen Medien ist das bereits geschehen. Im Bereich der Zeitschriften und Zeitungen ist der Prozeß noch im Gange. Bei den elektronischen Medien ist auf Grund verschiedener Untersuchungen an die Stelle etwa der Blocks der Zeitabschnitt oder Tagesabschnitt getreten. Der Zeitabschnitt einer halben Stunde wird beim Fernsehen genommen, weil ein Sehvorgang durchschnittlich so lange dauert. Beim Rundfunk ist man ebenfalls zum Zeitabschnitt übergegangen, jedoch ist die Festlegung hier eher pragmatisch erfolgt.

Bei Zeitschriften wird zurzeit als Einheit das Heft genommen. Man weiß jedoch, daß der Seitenkontakt nicht proportional dem Heftkontakt entsteht, sondern daß die Gewohnheiten der Nutzung von Titel zu Titel verschieden sind, so daß die personenbezogene Nutzungswahrscheinlichkeit pro durch-schnittliche Seite bezogen durch die Nutzungswahrscheinlich-keit pro Heft bezogen noch nicht ausreichend beschrieben wird.

Für die Ausbildung des Modells ist sodann die Vorstellung von der Ganzzähligkeit der Kontakte bedeutsam. Diese Ganzzähligkeit, die sicher der Realität entspricht, erleichtert den Übergang von der Nutzungswahrscheinlichkeit auf die Kontaktverteilung. Während die Nutzungswahrscheinlichkeit lediglich die individuelle Grundkonstante und damit die Wahrscheinlichkeit für das Zustandekommen eines Kontakte-ignisses mit einer Kontakteinheit des Mediums angibt, ist in einem nächsten Schritt die Wahr-scheinlichkeit für das Zustandekommen von Kontakten innerhalb eines bestimmten Zeitraumes festzulegen. Hier sind mehrere Dinge zu beachten. Zunächst wird das Zustandekommen mehrerer Kontakte in Abhängigkeit von der Kontakteinheit gesehen. Das bedeutet: Wenn ein Heft einer Zeitschrift als Einheit gesehen wird, dann gilt als ein Kontakt, mindestens einmal in dieses Heft ge-

baut zu haben - unabhängig der darüberhinaus möglichen Häufigkeit und Intensität der Begegnung des Lesers mit diesem Heft.

Zum andern wird es als irrelevant angesehen, in welcher zeit-lichen Abfolge und mit welchen zeitlichen Abständen die Kontakte mit mehreren Kontakteinheiten zustande kommen. Mit andern Worten: es wird in diesem Stadium der Modell-vorstellung kein Unterschied gemacht zwischen zum Beispiel: einer gleichmäßigen Belegung einer Wochenzeitschrift über das ganze Jahr hin in 12 Nummern oder einer Belegung der 12 Nummern des Jahres oder der Belegung der letzten 12 Nummern oder irgendeiner anderen Auswahl aus den im Jahr erscheinenden 52 Heften. Das heißt: es wird die Gleich-verteilerung der Wirkung über die Zeit postuliert. Es wird also angenommen, daß zum Beispiel bei einer zweifachen Belegung eines Mediums jedes Mal die gleiche Werbewirkung entsteht - ohne Rücksicht darauf, wie sich diese zwölf Belegungen über die Zeit verteilen.

Wegen der unterschiedlichen Erscheinungsintervalle der Medien wird jedoch meist die n-fache Belegung innerhalb eines vorgegebenen Zeitraums zugrundegelegt.

Um zur Kontaktwahrscheinlichkeit zu kommen, hat man einerseits die Nutzungswahrscheinlichkeit und andererseits die Belegungszahl des Mediums zur Verfügung. Es bedarf jetzt noch eines formalen Ausdrucks, in dem die Ganzzählig-keit als Voraussetzung eingeht. Aus Gründen der Zweck-mäßigkeit ist nach bereits vor Jahren ausgetragenen Diskus-sionen, nach Experimenten und Überprüfungen von den beiden nur zur Verfügung stehenden Formeln Hyper-geometrische oder Binomiale Verteilung das Binomial-Modell herangezogen worden. Dieses Binomial-Modell läßt sich beliebig ohne weitere zusätzliche Hypothesen auf die Kombination von Medien ausdehnen, wie wir sie von den Streuplänen her kennen. Aus dem Bereich der Media-Selektion wissen wir, daß wir bei der Anwendung dieses Binomial-Modells noch vor einer Reihe von Schwierigkeiten stehen. Aus logischer Perspektive ergeben sich jedoch nur zwei Bereiche.

Der eine besteht darin, daß wir eben wissen, daß Kontakt nicht gleich Kontakt ist, und daß wir uns deswegen der Bewertung oder Gewichtung bedienen müssen, die im Personen-, im Medien- und im Kontaktbereich vorgenommen werden. Wir stehen hier noch vor vielerlei Problemen, die sich jedoch alle in die Grundvorstellung des Modells einfügen. Empirische Wirkungskurven, personengebundene Medien-gewichte, mehrdimensionale Wirkungsfunktionen, separate Wirkungskurven für Teilgruppen usw. werden zurzeit diskutiert. Es illustrieren sämtlich die Zugehörigkeit zu dieser Modellvorstellung.

Der andere Bereich berührt die Praktikabilität der Media-Selektions-Programme, die aufgrund der bestehenden Modell-vorstellung konstruiert worden sind und benutzt werden. Das Binomial-Modell für Media-Kombinationen in der voll-ständigen, wahrscheinlichkeitstheoretischen Form der so ge-nannten Convolution- oder Faltung- anzuwenden, ist so-



unwirtschaftlich, daß kein in der Praxis eingesetztes Programm damit arbeitet. Es existieren vielfältige Versuche, mit Hilfe irgendeines Nähungsverfahrens schneller - also kostensparender - zu einem Ergebnis zu gelangen, das trotzdem genau genug bleibt.

Verschiedenartige Wege, die Convolution zu approximieren, haben wir kennengelernt. Um zu verstehen, daß es sich hierbei immer nur um Approximationen und nicht um konzeptionell anders fundierte Vorgehensweisen handelt, also um sozusagen die Geschlossenheit des Systems auch in dieser Beziehung darzulegen, wollen wir uns kurz die verschiedenen, bisher bekannt gewordenen Approximationstechniken vor Augen führen.

Das hat auch noch einen anderen wichtigen Grund. Die AG LA wird sich Gedanken darüber zu machen haben, was mit ihren Daten geschieht. Bei der Sorgfalt, mit der die Daten erhoben und die Erhebungsverfahren immer wieder experimentellen Überprüfungen unterworfen werden, bei der Voraussetzungslöslichkeit, mit der die gesamte Erhebungsproblematik als Ganzes immer wieder infrage gestellt wird, bei der Mühe, die sich die AG LA macht, um die Auswertungstechniken zu vervollkommen, ist es nicht nur selbstverständlich, sondern dringendes Gebot, sich auch darum zu kümmern, was bei den Benutzern mit den Daten geschieht. Die AG LA gibt in den Tabellenbänden - sei es im Berichtsteil, sei es im Methodenteil - Auswertungsergebnisse heraus, die vollständig aus der hier dargelegten Modellvorstellung, und zwar ohne Anwendung irgendwelcher Approximationsverfahren errechnet worden sind.

Wenn die Benutzer des Datensatzes unterschiedliche Approximationsverfahren oder jedenfalls solche verwenden, die mit einem unterschiedlichen Genauigkeitsanspruch ausgestattet sind, entsteht die Gefahr einer Unvergleichbarkeit der Ergebnisse - und damit einer Unsicherheit, die nicht aus dem Datenmaterial herrührt, sondern aus sehr freier Auslegung der Möglichkeiten der Datenverwendung.

Dabei haben wir es ohnehin mit einer Stichprobenerhebung zu tun. Selbst wenn die Bemühungen um einheitliche und einheitlich gute Stichproben ziemlich weit gediehen sind, bleibt der Grundtatbestand der Stichprobenerhebung bestehen, d.h. alle Ergebnisse sind nur innerhalb bestimmter Grenzen genau. Die Fehlerspannen lassen sich berechnen, soweit sie statistischer Natur sind. Unbekannte Erhebungsfehler kommen hinzu. Man kann nicht erwarten, daß ungenaue Approximationsverfahren die Erhebungsfehler kompensieren, insbesondere wenn die Abweichungen von Verfahren zu Verfahren nach Art und Ausmaß verschieden sind.

Die AG LA braucht für ihre Tabellen-Auswertungen keine Approximationsverfahren, weil sie entweder nur einzelne Medien mit ein- bis zwölfwacher Belegung oder im weitesten Nutzereis über Kombinationen bei einfacher Belegung (also als „LPN“) darstellt. Die Formeln am Ende dieser Darstellung machen das auch analytisch klar.

Die Mehrfachbelegungen mehrerer Medien hingegen führen

zur Kombination der Ausdrücke für die aus der Nutzungswahrscheinlichkeit abgeleiteten Kontaktwahrscheinlichkeiten. Das eben führt zur sogenannten Convolution oder Faltung, wobei betont werden darf, daß diese Faltung als Vorgang ohne zusätzliche Hypothesen direkt aus den wahrscheinlichkeitstheoretischen Grundlagen des Modells abzuleiten ist und vor allem unabhängig von der speziellen Verteilungsform gültig und notwendig ist. Also auch bei der beta-Funktion, bei der hypergeometrischen Funktion usw. ist eine Faltung zur Berechnung der Kontaktwahrscheinlichkeiten von Medienplänen nötig - wenn man exakt sein will.

Das braucht man jedoch nicht, denn es gibt bereits eine Reihe brauchbarer Nähungsverfahren. Über ihre Eignung wird allerdings noch viel zu beraten sein, ehe man seitens der AG LA zu einer praktikablen Konvention über die Verwendung der verschiedenen angebotenen Approximationsverfahren kommt.

Welche Approximationsverfahren gibt es?

Ein Bereich, der für sich steht, ist die Simulation, die fallweise ein- oder mehrfach eingesetzt werden kann. Aus früheren Zeiten ist die Ein-für-allemal-Simulation bekannt. Hier wird die Erstellung der Kontaktverteilung mit Hilfe eines Monte Carlo-Verfahrens, also reinen Zufallsverfahrens simuliert.

Verfahren, die die individuellen Angaben wahrscheinlichkeitstheoretisch verwerten, wie das Binomial-Verfahren, das die Faltung durch eine Binomial-Verteilung approximiert, das Beale I-Verfahren (benannt nach dem englischen Mathematiker, der es entwickelt hat), das die Faltung durch eine teilweise Normalverteilung approximiert, und das Beale II-Verfahren, das sich bei der Wirkungsberechnung den Umweg über die Kontaktverteilung erspart und dafür die Parameter der Binomial-Verteilung heranzieht. Schließlich ist hier das Mittelwertverfahren zu nennen, das an die Stelle der Kontaktverteilung die Verteilung der Kontaktmittelwerte setzt.

Das Mittelwertverfahren stellt bereits einen Übergang zur formelmäßigen - also gruppenweisen - Verrechnung der Daten dar. Bekannt geworden ist hier das Metheringham-Verfahren in zwei Versionen und das MIT-Verfahren, die Globalkontaktverteilungen aus den LPN-Angaben und zum Teil den einfachen Überschneidungen sowie gewissen Korrekturfaktoren errechnen.

Ein anderer Zugang zu Approximationsmöglichkeiten verzichtet auf die Ganzzahligkeit der Kontakte, nähert also die Binomialverteilung und ihre Zusammenfassungen durch kontinuierliche Verteilungsformen an. Teilweise finden wir das bereits bei Beale I und bei Metheringham, teilweise auch bei amerikanischen Versuchen, wie bei Politz und Lester Frankel; ferner in anderer Form Anfang der 60er Jahre bei Stevens Stock und neuerdings bei Simmons (unter Verwendung der beta-Verteilung). Die beta-Verteilung fasziniert offenbar, weil dieses kontinuierliche Pendant zur Binomialverteilung sich in einfachen Fällen elegant handhaben läßt. Leider wird das Verfahren jedoch bei wachsender Komplexität der Pläne schnell unhandlich.

Der Ordnung halber darf noch erwähnt werden, daß außerhalb dieses Modellbereichs lediglich die frühen amerikanischen Bemühungen zu sehen sind, Media-Selektion mit Hilfe von Linear Programming durchzuführen. Alles Andere läßt sich in das hier skizzierte System integrieren.

#### Das Redressement

Der erste praktische Schritt in der Auswertung - übrigens nicht nur der AG LA-Untersuchungen - wird erforderlich, weil wir es mit Stichproben-Erhebungen zu tun haben und es in der Praxis der Marktforschung unmöglich ist, eine wie auch immer aufgebaute Zufalls-Stichprobe hundertprozentig auszusuchen, d.h. jeden Befragten aus der Stichprobe tatsächlich zu erreichen und zu einer Aussage zu bewegen. Die Franzosen, die ihrer Mentalität nach der rechnerisch ausgerichteten Art der Auswertung näher stehen, haben für den Vorgang, um den es sich zum Ausgleich gewisser Ungleichmäßigkeiten der Ausschöpfung handelt, das Wort „redressement“ verwandt, das besser als jeder sonst bekannte Begriff den hier infrage stehenden Vorgang bezeichnet.

Wir haben es mit Stichproben-Erhebungen zu tun, bei denen Aussagen für Gruppen gemacht werden sollen, die für die entsprechenden Gruppen der Grundgesamtheit repräsentativ sind. Unterschiedliche Ausschöpfungsgrade müssen erkennbar werden. Wir messen sie in Gruppen, die aus Merkmalen definiert sind, für die vergleichbare Angaben aus der Amtlichen Statistik zur Verfügung stehen. Diese Merkmale sind:

Alter  
Geschlecht  
Bundesländer.

Das Alter in 7, das Geschlecht in 2 und die Bundesländer in 11 Klassen eingeteilt, ergibt insgesamt 154 Gruppen-Zellen. Bevor das Redressement einsetzt, sind alle technischen Vorgänge erledigt, die darin bestehen, daß die eingesammelten Informationen nach logischen und technischen Gesichtspunkten überprüft wurden, aufgetretene Unstimmigkeiten beseitigt und die Haushalts-Stichprobe durch einen Transformationsvorgang anhand der Zahl der erwachsenen Personen im Haushalt in eine Personen-Stichprobe umgewandelt worden ist.

Bei der LA 71 standen in der ersten Tranche 14054 und 3463 Personeninterviews für das Redressement zur Verfügung. Die 14054 entstammen der normalen Stichprobe der ersten Tranche der LA 71; die 3463 aus einem zusätzlichen Teil, der zum ZAW-Experiment gehört. Wegen der positiven Ergebnisse des Experiments sind diese Interviews ebenfalls zur weiteren Auswertung im AG LA-Bereich herangezogen worden. Das Redressement erfolgte jedoch getrennt, um für später die Möglichkeit offen zu halten, in der Auswertung beider Tranchen rund 28000 oder 31500 Fälle zur Verfügung zu haben bzw. bei 3463 ganz für den weiteren Fortgang des ZAW-Experiments zu verwenden. Sachlich war die getrennte Vornahme des Redressement außerdem begründet aus dem unterschiedlichen Zustandekommen der Teilstichproben.

Aus Gründen der besseren Verrechenbarkeit ist es nun nicht Gewohnheit der AG LA geworden, das Normgewicht eines Befragten auf 10 festzusetzen. Das heißt: diejenige Gruppe von Erhebungs-Blöcken, für die der prozentuale Anteil gemäß dem Normgewicht der Amtlichen Statistik entspricht, erhält ein Personen- oder Individual-Gewicht von 10. Diejenige Individuen- oder Gruppen, die überrepräsentiert sind, bekommen ein Gewicht zwischen 1 und 9; Individuen aus Gruppen, die unterrepräsentiert sind, erhalten demgegenüber ein Gewicht zwischen 11 und 99.

Nach Vornahme des Redressement haben wir aus der Gesamtheit der Erreichten eine Summe von Personengewichten für den großen Teil der Stichprobe von 140540 und für den kleineren Teil der Stichprobe von 34630 „Fällen“.

Wir erinnern uns der Tatsache, daß auf diese Weise keine Informationen mehr vernichtet werden, die in der Befragung eingesammelt worden sind, im Gegensatz zu früher (vor 1969), als es noch üblich war, Lochkarten zu doppeln oder herauszunehmen. Prinzipiell ändert jedoch das Redressement nichts an der Tatsache, daß nicht eingeholte Informationen auch dadurch nicht herbeigeschafft werden können. Mit andern Worten: die lineare Extrapolation des Redressement genügt weitgehend nur optischen Bedürfnissen. Die Entwicklung in Richtung auf eine Vergrößerung der Informationsgenauigkeit wird Überlegungen auch zu diesem Punkt fordern.

Das Redressement gehört zur Vorbereitungsphase der Auswertung. Hier wurde es lediglich seiner prinzipiellen Bedeutung wegen besonders herausgehoben. Die anderen Vorbereitungsarbeiten, wie das Angleichen der Stichproben der Institute, die Überprüfung der Tagesstichproben und ihr Ausgleich werden in einem gesonderten Abschnitt erläutert.

#### Der Eichungsprozeß

Die zugrundeliegende Modellvorstellung fordert pro Individuum und pro Kontakteinheit für jedes Medium eine Nutzungswahrscheinlichkeit, um darauf die weitere Auswertung aufbauen zu können. Es besteht Einigkeit darüber, daß man diese Nutzungswahrscheinlichkeit nicht einfach und direkt erfragen kann, sondern daß es zuverlässige Erhebungstechniken gibt, die dem Erfordernis genügen, für eine große Zahl von Medien in einer einzigen Untersuchung eingesetzt werden zu können. Wir erinnern uns der vielfältigen numerischen und verbalen Skalen, die im In- und Ausland ausprobiert und verwendet wurden und werden. Diese Vielfalt hat zumindest eines als durchgängiges Ergebnis zutage gefördert, daß nämlich auch eine numerische Skala keineswegs allein als Indikator für eine womöglich noch direkt zu übernehmende Wahrscheinlichkeitsangabe der Nutzung gelten darf. Vielmehr sieht man darin eine Angabe über die Vorstellung des Befragten zu seinem Nutzungsverhalten gegenüber dem Medium. Die AG LA hat sich auch weiterhin zur 12er Skala bekannt. Ein wesentlicher Grund dafür liegt darin, daß der Zwang zur numerischen Angabe eine Art psychologisches Hilfsmittel ist, das Befragte gegenüber einem gewissen Genauigkeitsanspruch zu vertretet.

Daß diese Angabe in ihrer Quasi-Genauigkeit der Ergänzung durch weitere Informationen bedarf, ist ebenso selbstverständlich wie durch über Jahre währende Vergleichszählungen erhärtet. Solche Vergleichszählungen werden in der Regel mit den Angaben zum Leser pro Nummer (LPN) durchgeführt. Angaben zum LPN können in der gleichen Untersuchung oder in anderen Untersuchungen erhoben werden. Auch hierzu gibt es die verschiedenartigsten Erhebungsverfahren, wie wir noch aus der 15 Jahre währenden Ära wissen, in der der Leser pro Nummer das Maß aller Dinge war. Die AG LA hat nach sorgfältigen Prüfungen die Erhebung des LPN in der gleichen Untersuchung einer Erhebung in einer getrennten Untersuchung vorgezogen. Damit steht für den LPN in der Regel eine größere Informationsbasis und statistisch gesehen eine sicherere Information zur Verfügung als andernfalls.

Die Bezeichnung LPN ist übrigens dem Zeitschriftenbereich entnommen. Sie wird durchgängig in der Abkürzung LPN auch für Zeitungen, also den Leser gestern, für Rundfunk, also den Hörer gestern, und für Fernsehen, also den Seher gestern, verwendet. Gemeint ist die durchschnittliche Nutzer-schaft einer Kontaktinheit eines Mediums.

Nachdem die direkte und unveränderte Übernahme der Frequenzangaben aus der 12er Skala als Nutzungswahrscheinlichkeit nicht mehr akzeptiert wurde, gab es verschiedene Wege, die Nutzungswahrscheinlichkeit zu berechnen. Bis heute wird die Angabe zum LPN als Richtmaß für die Errechnung der Nutzungswahrscheinlichkeit angesehen, obwohl sich dagegen zumindest statistische Bedenken vorbringen lassen. Künftige Experimente werden hierzu Aussagen erlauben. Allein schon Jahre zurückliegende Überprüfungen der Genauigkeit, mit der der LPN im Zeitschriftenbereich erhoben werden konnte, lassen interessante Ergebnisse erwarten.

Justierung und Eichung bezeichnen zwei Etappen in der Berechnung der Nutzungswahrscheinlichkeiten. Sie haben eines gemeinsam. Der einzelne Befragte wird zunächst danach unterschieden, ob er zu dem Weitesten Nutzerkreis eines Mediums gehört oder nicht. Gehört er dazu, wird er klassenweise zu Teilgruppen zusammengefaßt. Für jede Teilgruppe wird der Justierungs- oder Eichungsvorgang getrennt vorgenommen. Justierung und Eichung unterscheiden sich lediglich darin, wie diese Teilgruppen definiert werden.

Bei der Justierung werden lediglich die einzelnen Frequenzklassen zur Bestimmung der Teilgruppen herangezogen, d. h. bei der 12er Skala haben wir 12 Teilgruppen pro Medium: diejenigen, die angegeben haben, eine von 12 Kontakteinheiten, zwei von 12 ... bis 12 von 12 Kontakteinheiten des Mediums zu nutzen.

Bei der Eichung werden weitere relevante Merkmale zur Definition der Teilgruppen herangezogen, und zwar solche, die hinsichtlich der Mediennutzung möglichst homogene Teilgruppen zu bilden erlauben. Hierzu gibt es mehrere, technisch unterschiedliche Verfahren. Das einfachste – wie es die Engländer verwenden – besteht darin, die Frequenzklassen (die Engländer haben nur vier bzw. sechs) nochmals anhand sozial-demographischer Merkmale, wie Alter, Geschlecht,

Einkommen, in Zellen aufzuteilen. Das heißt: die Homogenität wird durch Vorgabe erzeugt.

Man kann auch analytisch vorgehen, entweder durch eine Typologisierung oder durch eine Segmentation. Diesen zuletzt genannten Weg hat die AG LA für die LA 71 gewählt. Das Segmentationsverfahren wird eingesetzt, um die Nutzer-schaft eines Mediums in unterschiedliche, in sich homogene Teilgruppen zu zerlegen, für die dann eine Nutzungswahrscheinlichkeit festgestellt wird.

Über die Gründe, die zur Heranziehung des Segmentationsverfahrens geführt haben, über die verschiedenartigen Techniken, die hier existieren und über damit gemachte Experimente wird an anderer Stelle des Methodenbandes berichtet. Für diese Methodenbeschreibung genügt es anzugeben, daß zur Segmentation das Programm SEGIR des Instituts Infratest, München, eingesetzt worden ist, das vom Verfahren her auf Belson zurückgeht.

Eine Segmentation erfordert ein Außenkriterium. Als solches ist für die Eichung anhand der Segmentation der Anteil LPN am Weitesten Nutzerkreis genommen worden. Dahinter steht die Vorstellung, daß zur Definition der Teilgruppen diejenigen Merkmale am geeignetsten sind, die den weitesten Nutzerkreis nach diesem Anteil am besten diskriminieren können, d. h. Teilgruppen mit geneinander möglichst unterschiedlichen in sich aber möglichst gleichmäßigen LPN-Anteilen erzeugen.

Das setzt zweierlei voraus:  
 – einmal, daß ein Segmentationslauf zur Eichung auf der Basis des Weitesten Nutzerkreises jedes Mediums erfolgt;  
 – zum andern, daß die Merkmale durchgängig für alle Medien geeignet ausgewählt werden.

Für die LA 71 sind die folgenden Merkmale verwandt worden:

- Geschlecht in 3 Kategorien
- Schulbildung des Befragten in 4 Kategorien
- Konfession in 3 Kategorien
- Familienstand in 3 Kategorien
- Alter in 5 Kategorien
- Berufstätigkeit des Befragten in 2 Kategorien
- Berufsmischform in 8 Kategorien
- Beruf des HV in 8 Kategorien
- Personen im Haushalt ab 14 Jahre in 5 Kategorien
- Einkommen in 5 Kategorien
- Bundesländer in 8 Kategorien
- Gemeindegrößenklassen in 5 Kategorien
- Kontaktinge  
 $i = \text{Summe der Lesefrequenzen der 57 Zeitschriften}$  in 11 Kategorien
- Frequenzangaben (Skalenangaben zur Nutzung) in 12 Kategorien
- Bezugsort in 5 Kategorien
- Leserzeit in 7 Kategorien

Segmentiert wurde bis zur vierten Ebene, d. h. bis zu maximal 16 Teilgruppen pro Medien-einheit.

Zum Verständnis dessen, was bei der Eichung vor sich geht, ist unbedingt die Trennung zweier logischer Vorgänge erforderlich. Der eine Vorgang besteht darin, die Teilgruppen zu definieren. In unserem Fall erfolgt dies durch die Segmenta-tion.

Der zweite Vorgang besteht darin, für die Teilgruppen die jeweilige Nutzungswahrscheinlichkeit zu bestimmen. Dieser Vorgang ist sehr einfach. Angenommen, wir hatten 16 Teilgruppen und jede Teilgruppe besteht aus  $f_i$  Befragten  $i = 1, 2, \dots, 16$  (früher waren das die Frequenzklassen und daher nur 12 Teilgruppen), dann weist jede Frequenz-klass  $i$  Befragte aus, die sich als LPN bekannt haben, für die also ermittelt wurde, daß sie Nutzer einer durchschnittlichen Medieneinheit gewesen sind. Die Nutzungswahrscheinlichkeit dieser 16 Teilgruppen ist dann

$$p_i = \frac{f_i}{F_i}$$

$f_i$  und  $F_i$  verstehen sich übrigens als Summe der Personen-gewichte der jeweils betroffenen Individuen.

Die Nutzungswahrscheinlichkeit wird in Prozenten ausgedrückt und als Zahl zwischen 01 und 99 ausgewiesen. Grenzfall: aus der Segmentation herrührende Nutzungswahrscheinlichkeit von 0,985-1,00 werden als 99 verrechnet. Die Zahlen zur Festlegung der p-Werte können direkt den Segmentationsläufen entnommen werden.

Im Bereich der Segmentation ist für den ersten Vorgang der Teilgruppen-Festlegung noch zu berichten, daß nicht durchgängig 16 Segmente – wie sie theoretisch in der vierten Segmentationsstufe entstehen – zur Verfügung standen. Hierfür gibt es zwei Gründe:

Zum einen teilt das Segmentationsprogramm SEGIR ein Segment nicht mehr, wenn eine oder beide der zu erwartenden Teilgruppen in der nächsten Segmentationsstufe weniger als 30 Befragte enthalten würde. Das geschieht, damit die Teilgruppen nicht völlig aus dem statistischen Signifikanzbereich herausfallen.

Der andere Grund liegt darin, daß in einer Teilgruppe die Anzahl der Nutzer einer durchschnittlichen Medieneinheit unter 0,5% geraten kann. In den meisten Fällen, in denen das auftrat, gab es sogar überhaupt keine LPN mehr. Hier erfolgt eine Zusammenfassung durch Rückgriff auf die davorliegende Segmentationsstufe. Reicht auch das nicht aus, wird noch eine Stufe weiter zurückgegangen. Die Regel heißt also: es darf in keinem Segment ein  $p = 0$  entstehen (genauer:  $p \leq 0,005$ ). Das hat seinen Grund darin, daß die Größe des Weitesten Nutzerkreises auf jeden Fall erhalten bleiben soll.

Eine Redaktion des Weitesten Nutzerkreises in der Weite, daß ein ganzes Segment herausgenommen wird, ist nicht zu vertreten. Es besteht kein innerer Zusammenhang zwischen den der Segmentation bewertenden Merkmalen, von denen die Frequenzangaben ja nur eines von vielen sind. Inall der ganz anders ermittelten Zugehörigkeit zum Weitesten Nutzerkreis selbst bei denjenigen, die angegeben haben, 12 von 12 Kon-

takteinheiten eines Mediums zu nutzen, kommt es vor, daß einige nicht LPN gewesen sind. Die Segmentierung hebt jedoch nur auf diese Feststellung ab, so daß – wollte man darauf Rücksicht nehmen – man einen von Medium zu Medium verschiedenen Einfluß auf die Festlegung des Weitesten Nutzerkreises hätte, der mit dem Erhebungs- und Auswertungsmodell nichts zu tun hat.

Das Außenkriterium, nach dem der Weitesten Nutzerkreis jedes Mediums segmentiert wird, ist der LPN – genauer: die Angabe, ob LPN ja oder nein bzw. keine Antwort. Gelegentlich ist die Anzahl der Fälle, für die die Antwort LPN ja innerhalb des Weitesten Nutzerkreises vorliegt, bedenklich klein. Die Festlegung der Nutzungswahrscheinlichkeit aufgrund geringer Fallzahlen birgt die Gefahr größerer Ungenauigkeiten. Man sollte sich stets bewußt bleiben, daß solche p-Werte mit erheblichen Schwankungsbreiten verbunden sind.

### Die Medien

Bis jetzt wissen wir nur, wie wir die Teilgruppen aus der Segmentierung festgelegt haben und wie die Nutzungswahrscheinlichkeiten berechnet wurden. Offen bleibt noch, was wir als Kontakteinheiten für die verschiedenen Medien genommen haben. Dazu folgendes:

#### - Zeitschriften

Bei den Zeitschriften ist das Lesen einer durchschnittlichen Nummer eines jeden Titels – ermittelt aus der Leserschaft im letzten Erscheinungsintervall – als Kontakteinheit zu Grundegelegt worden. In der ersten Tranche der LA 71 haben wir insgesamt 58 Titel erhoben. Folglich sind 58 Eichungsvorgänge durchgeführt worden. Allerdings ist zu erwähnen, daß die Zeitschrift Twen weder im Berichtsband noch im Datensatz festgehalten wurde, da sie inzwischen ihr Erscheinen eingestellt hat.

Der weiteste Nutzerkreis ist für jeden Titel durch die Nutzungswahrscheinlichkeit „größer als Null“ definiert worden.

#### - Zeitungen

Die Zeitungen sind grundsätzlich nach Kaufzeitungen und Abonnementszeitungen zu unterscheiden.

Als Kaufzeitungen sind einzeln segmentiert worden:

- Der Abend
- Abendpost/Nachausgabe
- Abendzeitung/8 Uhr Blatt
- Bild-Zeitung
- BZ
- Express
- Hamburger Morgenpost
- Nachdepesche
- tz, München

Bei den Abonnementszeitungen wurden einzeln verrechnet

Frankfurter Allgemeine Zeitung  
Süddeutsche Zeitung  
Die Welt

Bei allen übrigen Zeitungen ist anders vorgegangen worden. Die insgesamt rund 1500 Titel aus der Befragung sind in Listen zu Kategorien zusammengefaßt worden, und zwar:

Mitglieder Regionalpresse  
Übrige regionale Zeitungen  
Sonstige Zeitungen  
Standortpresse-Zeitungen  
rtv-Trägerzeitungen

Diese Kategorien schließen sich nicht gegenseitig aus und sie umfassen auch nicht alle Abonnementszeitungen

80 Titel der regionalen Zeitungen sind in der Arbeitsgemeinschaft Regionalpresse zusammengefaßt. Hierin ist die Süddeutsche Zeitung noch einmal mit aufgenommen worden.

Die 80 Zeitungen der Regionalpresse und die sieben übrigen Regionaltitel zusammen ergeben die „regionalen“ Zeitungen.

Zieht man von den Abonnementszeitungen die regionalen Zeitungen und die FAZ sowie Die Welt ab, so bleiben als Rest die „sonstigen“ Zeitungen.

Aus den „regionalen“ Zeitungen und den „sonstigen“ Zeitungen sind die beiden Kategorien

Standort-Presse und  
rtv-Trägerzeitungen

mit den jeweils dazugehörigen Titeln gebildet worden.

So kompliziert sich das anhörens mag, so einfach stellt sich das schließlich für die Segmentierung dar. Außer den bereits erwähnten drei Einzeltiteln der Abonnementszeitungen existieren nämlich - aufgrund der eben geschilderten Kategorisierung - fünf Zeitungslisten:

Regionalpresse  
Übrige regionale Zeitungen  
Sonstige Zeitungen  
Standort-Presse  
rtv-Trägerzeitungen

Es wäre unmöglich gewesen, die sich in diesen fünf Gruppen befindlichen Titel einzeln zu vercoden und zu segmentieren. Das war aber auch nicht nötig, weil der einzelne Befragte aus jeder dieser fünf Gruppen maximal drei Titel als gelesen im Sinne des Weitesten Nutzerkreises angegeben hat. Infolgedessen wurde für jede dieser fünf Gruppen und jeden Befragten durch Vorcodierung die jeweils erste, zweite und dritte gelesene Zeitung festgehalten, und zwar einmal auf-

grund der LPN-Frage mit ja/nein und zum ändern aufgrund der Frequenzfrage mit der Angabe, wieviel von 12 Nummern gelesen worden sind. Die Zeitung mit der höchsten Frequenz wurde an erster, die mit der zweithöchsten an zweiter und die mit der niedrigsten Frequenz an dritter Stelle verschlüsselt. Diese Zuweisung spielt übrigens - wie wir noch sehen werden - keine Rolle.

Aus diesem Vorgehen wird klar, daß die Angaben der Befragten zu einzelnen Titeln durchaus mehrfach vorkommen können, weil sie unabhängig voneinander unter völlig verschiedenen Codierungsvorschriften festgehalten worden sind.

Aus dieser Gruppierung sind demnach für jeden Befragten  $3 \times 5 = 15$  Angaben zu voneinander unabhängig ermittelten, künstlichen Titeln vorhanden gewesen, die in 15 Segmentationsvorgängen zur p-Wert-Berechnung benutzt wurden.

Für die Zeitungen wurden - und zwar Kauf- und Abonnementszeitungen zusammengekommen - insgesamt 27 Segmentationen gemacht. Bei diesen 27 Zeitungssegmentationen wurde der Weitesten Nutzerkreis wiederum durch die positive Angabe zur Nutzungswahrscheinlichkeit definiert. Als Kontakt mit der Kontakteinheit gilt das „Lesen gestern“ eines segmentierten Titels, der also originär oder „künstlich“ sein kann. Weder im Berichtsband noch im Datensatz finden wir jedoch alle 27 teilweise künstlichen Titel wieder. Darauf werden wir zurückkommen, wenn über Zusammenfassungen und Kombinationen berichtet wird.

Werbefernsehen

Hier sind als Kontakteinheiten vier halbe Stunden Sendezeit genommen worden, und zwar für die ARD-Sender:

Bayerischer Rundfunk  
Westdeutscher Rundfunk  
Hessischer Rundfunk  
Süddeutscher Rundfunk/Süd-West-Funk  
Norddeutscher Rundfunk  
Sender Freies Berlin  
Saarländischer Rundfunk

jeweils

18.00-18.30 Uhr  
18.30-19.00 Uhr  
19.00-19.30 Uhr  
19.30-20.00 Uhr

Für das ZDF lauten die Zeitabschnitte.

17.45-18.15 Uhr  
18.15-18.45 Uhr  
18.45-19.15 Uhr  
19.15-19.45 Uhr

Wie der Fragebogen ausweist, ist das Schverhalten in

Viertelstundenabschnitten abgefragt worden. Als positive Angabe für eine Kontakteinheit wurde mindestens eine positive Antwort zu den beiden Viertelstunden des betreffenden halbstündigen Zeitabschnitts gewertet.

Der Kontakt mit der Kontakteinheit wird festgestellt durch das „Sehen gestern“ für den jeweiligen Zeitabschnitt des Senders. Der Weitesten Nutzerkreis ist für alle vier Zeitabschnitte eines Senders gleich groß und wird definiert durch die positive Angabe zur Nutzungswahrscheinlichkeit. Insgesamt sind in diesem Bereich 32 Segmentationen durchgeführt worden.

Werbefunk

Auch hier sind Zeitabschnitte als Kontakteinheiten zugrundegelegt worden. Maximal sind pro Person für sechs Zeitabschnitte Nutzungswahrscheinlichkeiten angegeben:

vor 8.00 Uhr  
8.00-12.00 Uhr  
12.00-14.00 Uhr  
14.00-18.00 Uhr  
18.00-20.00 Uhr  
nach 20.00 Uhr

Für die einzelnen Sender ist das jedoch verschieden, und zwar:

	vor 8 <sup>h</sup>	8-12 <sup>h</sup>	12-14 <sup>h</sup>	14-18 <sup>h</sup>	18-20 <sup>h</sup>	nach 20 <sup>h</sup>
HR	x	x	x	x		
SFB	x	x	x	x		
Bremen	x	x	x	x		
Saar	x	x	x	x	x	
BR	x	x	x	x		
SDR	x	x	x	x		
SWF	x				x	
LUX	x	x	x	x	x	x

Auch hier wird als Hören in einem Zeitabschnitt mindestens eine Angabe aus der stundenweisen Ermittlung des Hörens gestern gewertet.

Der Kontakt mit der Kontakteinheit wird durch das „Hören gestern“ eines Senders zu einem Zeitabschnitt festgestellt. Der weite Nutzerkreis ist für jeden Sender über alle Zeitabschnitte eines Senders gleich und wird definiert durch eine positive Angabe zur Nutzungswahrscheinlichkeit.

Insgesamt wurden in diesem Bereich 32 Segmentationen durchgeführt.

- Kino

Für das Kino mußte eine eigene Regelung festgelegt werden. Kontakteinheit ist der „Kinobesuch innerhalb der letzten sieben Tage“. Der Weitesten Nutzerkreis wird durch den 12-Monatsfilter bestimmt. Die Frequenzskala weist sieben

Punkte auf, und zwar aus der Frage, wie oft im allgemeinen ins Kino gegangen wird. Für die Segmentierung wurde ein achter Punkt „keine Angabe“ berücksichtigt.

Es wurde ein Segmentationslauf durchgeführt

Für Funk, Fernsehen und die Zeitungen ist beim Hörer, Seher, Leser gestern zu bedenken gewesen, daß Sonn- und Feiertage und die speziellen Berliner Verhältnisse berücksichtigt werden mußten.

Bei Werbefunk und Werbefernsehen wurden die Hörer und Seher gestern aus Montagsinterviews gelöscht, bei Interviews nach Feiertagen auch die betreffenden davorliegenden werbefreien Tage.

Bei Tageszeitung wurde im Falle eines Interviews nach einem Feiertag oder an Montagen der Leser vorgestern bzw. von vor drei Tagen dem Leser gestern zugeordnet. Bei den Berliner Tageszeitungen

Telegraf,  
Berliner Morgenpost,  
Tagesspiegel,

die keine Montagsausgabe haben, wurden bei allen Dienstagsinterviews oder Interviews zwei Tage nach einem Feiertag die Leser vorgestern den Lesern gestern zugeordnet.

Als Feiertage sind berücksichtigt worden:

9.4. Karfreitag  
12.4. Ostermontag  
1.5. Tag der Arbeit  
20.5. Christi Himmelfahrt  
31.5. Pfingstmontag  
17.6. Nationaler Gedenktag

Alles in allem waren 150 Segmentationen zur Eichung durchzuführen. Wie bereits gelegentlich angesprochen, sind nicht alle Medienkontakteinheiten aus der Segmentierung im Datensatz und/oder in den Tabellen der ersten Tranche der LA 71 wiederzufinden. Das liegt daran, daß oftmals Zusammenfassungen erfolgt sind. Dabei sind zwei verschiedene Methoden zu unterscheiden. Erst wenn wir diese Techniken und die Fälle ihrer Anwendung kennengelernt haben, können wir die Ausweisungs-Einheiten geschlossen darstellen.

Die erste Art der Zusammenfassung bezieht sich auf die Zeitabschnitte der einzelnen Sender bei Fernsehen und Rundfunk - sowie auf die Lesemappe. Wir wissen, daß wir beim Fernsehen durchgängig vier Zeitabschnitte und beim Rundfunk zwei, drei, vier, fünf oder sechs Zeitabschnitte haben.

Beim Leserkreis haben wir maximal 10 Titel pro Mappe. Diese Zahl errechnet sich aus der Division der Summe aller Leserkreis-Auflagen im zweiten Quartal 1971 = 1839890 dividiert durch die Anzahl der Erstmappen = 187020. Um diese Rechnung vornehmen zu können, mußte zunächst festgelegt werden, was als Leserkreis-Zeitschrift gelten soll. Diese

Festlegung konnte nur von einer nennenswerten, echten Leserkreis-Auflage ausgehen. Dabei ergaben sich 17 Zeitschriften, und zwar:

- Bunte Illustrierte
- Neue Revue
- Quick
- Stern
- Frau im Spiegel
- Praline
- Brigitte
- Freundin
- Für Sie
- Jasmin
- Petra
- Eltern
- Das neue Blatt
- Neue Post
- Wochenend
- Der Spiegel
- Schöner Wohnen

Im Prinzip bleibt das Vorgehen überall gleich. Deshalb werden wir es am Beispiel des Werbefernsehens - mit gelegentlichen Hinweisen auf die Lesemappe - mit vier Zeitabschnitten - darstellen.

Für jeden Befragten verfügen wir über eine Nutzungswahrscheinlichkeit für jeden Zeitabschnitt bzw. in der Lesemappe für jede Leserkreis-Zeitschrift, bei der angegeben wird, daß das zuletzt gelesene Heft ein LZ-Exemplar war. In unserem Fall Werbefernsehen also

$P_1 \cdot P_2 \cdot P_3 \cdot P_4$

Wir definieren jetzt die Nutzungswahrscheinlichkeit für einen durchschnittlichen Zeitabschnitt als

$$P_0 = \frac{P_1 + P_2 + P_3 + P_4}{4}$$

Hier ist die Bemerkung angebracht, daß diese Festlegung genau der Festlegung im Nachtrag zu den Auswertungsprinzipien und -techniken der LA 70 für die elektronischen Medien entspricht, wenn die Gleichheit der Segmente über die vier Zeitabschnitte erhalten geblieben wäre. Im vergangenen Jahr wurden anstelle der aus der Eichung stammenden Werte noch die Frequenzklassen verwandt, so daß die Festlegung der Segmente für die einzelnen Zeitabschnitte gleichmäßig erfolgte. Die wahrscheinlich geringfügigen Abweichungen ändern jedoch nichts an der prinzipiellen Gleichheit der Konzepte

Beim Leserkreis müssen wir noch bedenken, daß es theoretisch möglich ist, daß ein Befragter mehr als 10 LZ-Zeitschriften aus der Lesemappe als gelesen angibt und daß die Summe der entsprechenden Nutzungswahrscheinlichkeiten - durch 10 dividiert - den Wert 0,99 übersteigt. Dann bleibt die durchschnittliche Leserkreistitel-Nutzungswahrscheinlichkeit bei 0,99

Als Ergebnis dieses ersten Zusammenfassungsprozesses haben wir also für das ZDF und die sieben Sender der ARD je eine Werbefernsehwahrscheinlichkeit für einen durchschnittlichen Zeitabschnitt pro Tag und Individuum sowie für die acht in Betracht kommenden Rundfunkanstalten ebenfalls eine Werbefunk-Hörwahrscheinlichkeit für einen durchschnittlichen Zeitabschnitt pro Tag und Individuum.

Die Nutzungswahrscheinlichkeit eines speziellen Zeitabschnitts eines Senders im Werbefernsehen und Werbefunk ist für Prognosezwecke wenig sinnvoll - sie besitzt lediglich deskriptiven Charakter. Da man sich den zu belegenden Zeitabschnitt in der Regel nicht aussuchen kann und überdies nur eine einzige Einschaltung pro Zeitabschnitt möglich ist, erscheint die Heranziehung einer durchschnittlichen Zeitabschnitts-Nutzungswahrscheinlichkeit für die Werbeplanung als das einzig Sinnvolle. Zudem läßt sich daraus beim Werbefunk die Mehrfachbelegung pro Tag in ihrer Wirkung ebenso ausrechnen wie die Wirkung bei Verteilung über mehrere Tage. Die Mehrfachbelegung pro Tag erfordert zweckmäßig eine Zwischenrechnung, die die einzelnen Zeitabschnitte eines Tages zu einer Kombination zusammenfügt - entsprechend dem nächsten Vorgehen bei der Kombination mehrerer Medieneinheiten.

Für die Lesemappe steht als Ergebnis dieser ersten Zusammenfassung eine Nutzungswahrscheinlichkeit für eine durchschnittliche Leserkreis-Zeitschrift zu Verfügung. Diese Nutzungswahrscheinlichkeit für die durchschnittliche Leserkreis-Zeitschrift gilt als die Nutzungswahrscheinlichkeit eines Beihäftes oder Aufklebers, die in einer Lesemappe jeweils nur im Zusammenhang mit einem einzigen Titel zu finden sind.

Während die erste Art der Zusammenfassung aus der Durchschnittsbildung herrührt, besteht die andere Art der Zusammenfassung von Medieneinheiten darin, Kombinationen zu bilden. Nehmen wir an, wir hätten  $m$  Medieneinheiten, die eine Kombination bilden sollen, und jede dieser Medieneinheiten besäße eine Nutzungswahrscheinlichkeit  $p_j$ ,  $j = 1 \dots m$ . Diese Nutzungswahrscheinlichkeit kann entweder aus dem Eichungsprozeß über die Segmentation stammen oder bereits - wie bei den elektronischen Medien - aus einer Durchschnittsbildung solcher ursprünglichen Nutzungswahrscheinlichkeiten. Dann ist die Nutzungswahrscheinlichkeit der Kombination:

$$i = (1 - p_1)(1 - p_2) \dots (1 - p_m)$$

Zusammenfassungen der zweiten Art sind in folgenden Fällen erfolgt:

- Bei den Zeitschriften, soweit sie als eine der 17 Leserkreis-Zeitschriften gekennzeichnet sind, und wenn der Befragte angegeben hat, daß das letzte Exemplar, das er gelesen hat, ein Leserkreis-Exemplar war, unter der Bezeichnung „Leserkreis gesamt“ mit  $m = 17$

Wir müssen das übrigens von der Zusammenfassung der 17 Titel über die Durchschnittsbildung unterscheiden, die wir „durchschnittliche Leserkreis-Zeitschrift“ genannt haben

Bei den Zeitungen die acht Kaufzeitungen ohne Bild von 17 bis Nachdrucke mit  $m = 8$ .

Dann die Kombination dieser acht Kaufzeitungen mit Bild als „Kaufzeitungen gesamt“ mit  $m = 9$ .

Ferner die drei Zeitungen der Gruppe T.E.A.M., also Süddeutsche Zeitung, Frankfurter Allgemeine Zeitung und Die Welt mit  $m = 3$

Außerdem die 80 Zeitungen der Gruppe Regionalpresse, die sich als Kombination aus Regionalpresse erste, zweite und dritte Zeitung mit  $m = 3$  ergeben.

Das ist auch der Grund, warum - wie vorher erwähnt - die Festlegung erste, zweite, dritte Zeitung keine Rolle spielt

Schließlich bei den Zeitungen die Abonnementzeitungen gesamt, die sich ergeben aus: der Kombination der drei Regionalzeitungen, den drei übrigen Regionalzeitungen, den drei sonstigen Zeitungen sowie FAZ und Welt mit  $m = 11$

Bei den Zeitschriften - ohne Twen - unter der Bezeichnung „Zeitschriften gesamt“ mit  $m = 57$

- Ferner bei den Zeitschriften die insgesamt 14 Gattungen mit unterschiedlichem  $m$ .

- Beim Werbefunk die Kombination aus den Nutzungswahrscheinlichkeiten für die durchschnittlichen Zeitabschnitte der einzelnen Sender als „Werbefunk gesamt“ pro durchschnittlichem Tagesabschnitt mit  $m = 8$ .

Außerdem für jeden Zeitabschnitt die aus der Segmentation herrührende Nutzungswahrscheinlichkeit über alle Sender, also jeweils im Prinzip wieder  $m = 8$ , wobei nur gelegentlich einige  $p$ -Werte nicht definiert sind, nämlich wenn einzelne Zeitabschnitte für einzelne Sender nicht in Betracht kommen

Beim Werbefernsehen gibt es zunächst eine Kombination der für die sieben ARD-Sender aus der Durchschnittsbildung ermittelten Nutzungswahrscheinlichkeit pro durchschnittlicher halben Stunde als „ARD-Werbefernsehen gesamt“ pro durchschnittlicher halben Stunde mit  $m = 7$

Dann die Kombination dieser Durchschnittswerte für die sieben ARD-Sender mit dem ZDF als „Werbefernsehen gesamt“ pro durchschnittlicher halben Stunde mit  $m = 8$ .

Schließlich für die ARD-Sender pro Zeitabschnitt die Kombination über die sieben Sender, d. h. für jeden der vier Zeitabschnitte mit  $m = 7$

Nachdem die Medienkontaktheiten und ihre durchschnittlichen Zusammenfassungen und Kombinationsformen feststehen, haben wir pro Individuum für jede Einheit und jeden durchschnittlichen Wert und jede Kombination als Grundlage für die Auswertungen in den Tabellen und in genau der gleichen Form im Datensatz eine Nutzungswahrscheinlichkeit zur Verfügung. Wer also zu einem späteren Zeitpunkt die in

den Tabellen enthaltenen Informationen durch eigene Zählungen nachvollziehen möchte, wird zwingend zu den gleichen Werten kommen

Trotzdem sind noch Unterschiede anzumerken, nämlich die zwischen den Segmentationen, dem ausgelieferten Datensatz und den Auswertungen in den Tabellen. Die folgende Übersicht liefert den Vergleich.

Medienkontaktheiten oder Durchschnitts-Zusammenfassung oder Kombinationszählung	Eichung bzw. Segmentierung	Datensatz	Tabellen
57 Zeitschrift einzeln	ja	ja	ja
Twen	ja	nein	nein
Zeitschriften gesamt	nein	ja	ja
Ø LZ-Titel	nein	ja	ja
LZ gesamt	nein	ja	ja
8 Kaufzeitg. ohne Bild einz. Bild	ja	nein	nein
8 Kaufzeitg. gesamt ohne Bild	ja	ja	ja
9 Kaufzeitg. gesamt	nein	ja	ja
Frankfurter Allgemeine Zeitg.	ja	nein	nein
Die Welt	ja	nein	nein
Süddeutsche Zeitung	ja	nein	nein
T.E.A.M.-Zeitungen	nein	ja	ja
3 Regionalpresse-Titel einz.	ja	nein	nein
3 übrige reg. Zeitungen einz.	ja	nein	nein
3 sonstige Zeitungen einz.	ja	nein	nein
3 Standortpresse-Titel einz.	ja	nein	nein
3 rtv-Trägerzeitungen einz.	ja	nein	nein
80 Regionalpresse-Zeitg. Standortpresse	nein	ja	ja
Abo-Zeitungen	nein	ja	ja
Für die 7 ARD-Sender Werbefernsehen pro Zeitabschnitt (also 28 mal)	ja	ja	nein
Für ZDF-Werbefernsehen pro Zeitabschnitt (also 4 mal)	ja	ja	ja
Für jeden der 7 ARD-Sender Werbefernsehen pro 1/2 Stunde	nein	ja	ja
Für die 7 ARD-Sender zus. Werbefernsehen 1/2 Stunde	nein	ja	ja
Für ZDF-Werbefernsehen 1/2 Stunde	nein	ja	ja
Für Werbefernsehen gesamt 1/2 Stunde	nein	ja	ja
Für die 8 ARD-Sender Werbefunk pro vorliegendem Zeitabschnitt (also 32 mal)	ja	ja	nein
Für die 8 ARD-Sender Werbefunk pro 1/2 Zeitabschnitt	nein	ja	ja
Für Werbefunk gesamt 1/2 Zeitabschnitt	nein	ja	ja
Kinobesuch	ja	ja	ja

Die Verrechnungswesen

Nachdem wir für die einzelnen Medienkontakteinheiten, die zusammengefaßten Medienkontakteinheiten und für die Kombinationen, die wir jetzt allgemein „Medien“ nennen wollen, die Nutzungswahrscheinlichkeiten festgelegt finden, ist noch anzugeben, welchen Gebrauch wir davon in den Tabellen machen. Mit andern Worten: welche Formeln den Berechnungen zugrunde gelegt werden.

Für jedes Individuum haben wir ein Personen- oder Individualgewicht  $g_i, i = 1 \dots N$ , und pro Individuum und Medium eine Nutzungswahrscheinlichkeit  $p_{i,j}, j = 1 \dots m$ . Dabei ist  $N$  die Anzahl der Individuen, die wir für eine Auszählung heranziehen, also etwa die Gesamtheit aller Befragten, alle Männer etc. und  $m$  die Anzahl der Medien.

Daraus werden die folgenden Ausdrücke berechnet.

1. LPA in % aller Befragten (Leverschäft = Nutzerschaft pro Ausgabe also pro durchschnittlichem Medium)

$$\frac{\sum_{j=1}^m \sum_{i=1}^N g_i \cdot p_{ij}}{\sum_{i=1}^N g_i} \cdot 100 \quad j = 1 \dots m$$

2. WLK in % aller Befragten (Weitester Leserkreis – Weitesten Nutzerkreis eines Mediums)

$$\frac{\sum_{i=1}^N g_i \cdot \max_j p_{ij}}{\sum_{i=1}^N g_i} \cdot 100 \quad j = 1 \dots m$$

3. Reichweite nach b Nummern in % der Bevölkerung (Reichweitenwachstum) absolut

$$\frac{\sum_{i=1}^N g_i \cdot [1 - (1 - p_{i1})^b]}{\sum_{i=1}^N g_i} \cdot 100 \quad j = 1 \dots m, b = 1, 2, \dots, 12$$

Für  $b = 1$  erhalten wir wieder den LPA lt. Formel 1.  
Für  $b = \infty$  erhalten wir WLK lt. Formel 2.

4. Reichweite nach b Nummern, LPA = 100 gesetzt (Reichweitenwachstum relativ)

$$\frac{\sum_{i=1}^N g_i \cdot [1 - (1 - p_{i1})^b]}{\sum_{i=1}^N g_i \cdot p_{i1}} \cdot 100 \quad j = 1 \dots m, b = 1, 2, \dots, 12$$

Das ist der Ausdruck der Formel 3 dividiert durch den Ausdruck der Formel 1, multipliziert mit 100 – also eben das Reichweitenwachstum am LPA relativiert.

5. Überschneidung zweier Medien in % aller Befragten (Netto-Reichweite beider Medien)

$$\frac{\sum_{i=1}^N g_i \cdot [1 - (1 - p_{i1}) \cdot (1 - p_{i2})]}{\sum_{i=1}^N g_i} \quad j, k = 1 \dots m$$

Hier erkennen wir in der Substanz die Gesetzmäßigkeit wieder, nach der Kombinationen gebildet werden.

Überhaupt ist der Formelapparat für die Reichweiten völlig einheitlich.

Wenn wir die äußere = externe Überschneidung mehrerer Medien bei einer Belegung betrachten, haben wir im Kern

$$1 - (1 - p_1)(1 - p_2)(1 - p_3) \dots$$

mit unterschiedlichem  $p$  – also  $p_1, p_2, p_3 \dots$

Wenn wir das Reichweitenwachstum betrachten – also die innere = interne Überschneidung eines Mediums bei mehrfachen Belegungen – haben wir alle  $p$ -Werte gleich, d. h.

$$1 - (1 - p)(1 - p)(1 - p) \dots$$

Wie hier angemerkt werden darf, werden die Formeln schon ein wenig umfangreicher, wenn wir mehrere Medien mit mehreren Belegungen betrachten. Bei den Reichweiten geht es noch, da lautet der Formelkern dann:

$$1 - (1 - p_1)^b (1 - p_2)^b (1 - p_3)^b \dots$$

Die eigentlichen Komplikationen, denen wir in der Media-Selektion begegnen, setzen bei den Kontaktverteilungen ein.

Im Berichtsband der LA 7) haben wir es im Kontaktbereich nur mit einer einzigen Angabe zu tun.

6. Durchschnittliche Kontaktzahl der Erreichten bei Belegung von 12 Medienkontakteinheiten

$$12 \cdot \frac{\sum_{i=1}^N g_i \cdot p_{i1}}{\sum_{i=1}^N g_i \cdot [1 - (1 - p_{i1})^{12}]} \quad j = \text{nur für Medienkontakteinheiten}$$

Eine solche Angabe ist wegen der „12 Belegungen“ nur sinnvoll für Medienkontakteinheiten oder Zusammenfassungen davon aus Durchschnittsbildungen. In den Tabellen erfolgt sie deswegen auch nicht für Kombinationen!

Wollte man, um dies der Ordnung halber aufzuführen, für Kombinationen Kontaktzahlen mit den Komponenten-Medien errechnen, sähe die Formel folgendermaßen aus:

$$\frac{\sum_{i=1}^N g_i \cdot [b_1 \cdot p_{i1} + b_2 \cdot p_{i2} + \dots + b_r \cdot p_{ir}]}{\sum_{i=1}^N g_i \cdot [1 - (1 - p_{i1})^{b_1} (1 - p_{i2})^{b_2} \dots (1 - p_{ir})^{b_r}]}$$

bei einer Kombination aus  $r$  Medienkontakteinheiten  $1 \dots r$  mit jeweils  $b_1, b_2, \dots, b_r$  Belegungen.

Alles Übrige – und eigentlich auch schon dies – übersteigt die Möglichkeiten der Vorabauswertung von Daten, wie sie die AG LA zur Verfügung stellt. Gerade deswegen existiert ein Datensatz, dessen Codeplan die darin enthaltenen Informationen ausweist. Aus diesem Datensatz kann man im Prinzip jede gewünschte Medieninformation auf der Basis der Nutzungswahrscheinlichkeiten herausholen, sofern man über das entsprechende Programm verfügt.

Zur Nomenklatur

Die hier dargelegten Prinzipien der Auswertung fordern zu der Überlegung heraus, ob man die bisherige Kurzbezeichnungen wie etwa LPA, LPA, WLK noch länger beibehalten sollte. Sie sind zwar historisch gewachsen und insofern ziemlich weit in das Verständnis der Media-Forscher und Media-Planer eingedrungen. Sie fordern andererseits aber eher zu Mißverständnissen heraus, zum Beispiel wissen wir noch aus lange zurückliegenden Diskussionen um den Leser pro Nummer, daß es sich hier eigentlich um den Leser pro Erscheinungsintervall oder genauer um die Leserschaft eines durchschnittlichen Erscheinungsintervalls handelt.

Diesen Begriff haben wir unbesehen auf den Leser, Seher, Hörer gestern übertragen und waren auch sonst zu manchem freizügigen Gebrauch derartiger Begriffe und Kurzformen bereit. Dabei läßt sich dieser Wirrwarr vermeiden.

Die Basis ist der Kontakt, die Einheit ist die Medienkontakteinheit = MKE. Sie kann originär sein, also direkt aus der Echung stammen, oder durch Zusammenfassungen oder Kombinationsbildungen zustandekommen.

Neben der MKE gibt es den Weitesten Nutzerkreis = WNK, die Nutzerschaft einer MKE mit einer Wahrscheinlichkeit, die größer als Null ist.

Schließlich benötigen wir auch ein Pendant zum LPN. Im neuen System ist das die Nutzerschaft einer MKE oder des Nutzer pro MKE, abgekürzt NPF.

Mehr brauchen wir nicht.

Von der II. Tranche der LA 7) an wird diese Bezeichnungswiese konsequent angewendet. Die „Erfindung“ dieser Bezeichnungswiese geht auf Dr. Klaus Landgrebe zurück.

Hamburg, im August 1971

## Darstellungsmuster für die Segmentations-Ergebnisse - MA 75

ADAC MOTORWELT NR.	SEG. NR.	NUTZUNGS- INDEX	FALLZAHL UND GEWIPZ	EBENE 1 (AUSPR.)	EBENE 2 (AUSPR.)	EBENE 3 (AUSPR.)	EBENE 4 (AUSPR.)
	1.10	57.59	70	2.3	FREQUENZANG. 1234567	FREQUENZANG. 1234	BEZUGSART 12
					33.66/41.6	25.66/30.7.	42.99/ 7.1
	2.13	35.79	181	4.7	FREQUENZANG. 1234567	FREQUENZANG. 1234	BEZUGSART 12
	3.16	16.89	428	12.7	FREQUENZANG. 1234567	FREQUENZANG. 1234	BEZUGSART 345
							20.48/23.6
	4.15	24.67	348	10.9	FREQUENZANG. 1234567	FREQUENZANG. 1234	BEZUGSART 345
	5. 8	72.01	143	4.4	FREQUENZANG. 1234567	FREQUENZANG. 567	BEZUGSART 12 5
							56.08/10.9
	6.11	50.00	75	2.0	FREQUENZANG. 1234567	FREQUENZANG. 567	BEZUGSART 12 5
	7. 9	59.57	75	2.1	FREQUENZANG. 1234567	FREQUENZANG. 567	BEZUGSART 34
							43.16/ 4.5
	8.14	28.68	80	2.4	FREQUENZANG. 1234567	FREQUENZANG. 567	BEZUGSART 34
	9.12	45.57	50	.8	FREQUENZANG. 890XY	FREQUENZANG. 890	KONTAKTMENGE 12345
							94.40/58.4
	10. 6	79.26	33	.9	FREQUENZANG. 890XY	FREQUENZANG. 890	KONTAKTMENGE 12345
	11. 5	90.23	76	2.5	FREQUENZANG. 890XY	FREQUENZANG. 890	KONTAKTMENGE 67890X
							82.22/ 5.4
	12. 7	75.39	102	2.9	FREQUENZANG. 890XY	FREQUENZANG. 890	KONTAKTMENGE 67890X
	13. 1	98.77	628	18.1	FREQUENZANG. 890XY	FREQUENZANG. XY	EINKOMMEN 1 65 7
							96.71/51.4
	14. 3	96.68	290	7.7	FREQUENZANG. 890XY	FREQUENZANG. XY	EINKOMMEN 1 65 7
	15. 2	96.95	647	19.3	FREQUENZANG. 890XY	FREQUENZANG. XY	EINKOMMEN 23 6
							95.31/25.5
	16. 4	90.28	230	6.3	FREQUENZANG. 890XY	FREQUENZANG. XY	EINKOMMEN 23 6
							BERUF HHV 5 8
	WVK	59.14	5436	100			

## Bemerkung zur Segmentation der Funkmedien - MA 75

Media-Micro-Census GmbH

In der MA 75 sind die Rundfunkmedien anders als in der MA 74 abgefragt worden. Der weiteste Seher- bzw. Hörerkreis findet seine Definition nicht allein aus dem Zeitabschnitt, sondern auch noch aus der Frequenzangabe zu Sender und Zeitabschnitt (maximal 7 bei TV und Radio) und dem gestrigen Sehen bzw. Hören mit seinen etwas detaillierteren Zeitabschnitten.

Es kann vorkommen, daß es Befragte gibt, die zwar innerhalb der letzten 14 Tage einen Sender gesehen oder gehört oder auch zu gestern Zeitangaben gemacht hatten, jedoch zu keinem der sieben Zeitabschnitte beim Sender eine Frequenzangabe machten. Derartige Diskrepanzen hatten wir früher schon einmal erlebt, wenn nämlich im Pressebereich jemand ohne Frequenzangaben angab, LpN zu sein. Seinerzeit wurde die Lösung des Problems durch entsprechende Filterbedingungen gefunden. Für die MA 75 muß jedoch geprüft werden, wie sich die Frequenz "k.A."s zu den "eindeutigen" Angehörigen des weitesten Seher- bzw. Hörerkreises verhalten. Zahlenmäßig - also in absoluten Fallzahlen - war diese Überprüfung schon interessant, für die Zeitabschnitte zu gestern lagen die "k.A."s zwischen 10 und 35 %. Die Überprüfung ergab, daß bis auf wenige Ausnahmen diese "k.A."s sogar geringfügig höhere Seher/Hörer-gestern-Werte aufwiesen als diejenigen, die Frequenzangaben gemacht hatten.

Also wird zu entscheiden sein, die "k.A."s wie bei der MA 74 in den weitesten Nutzerkreis aufzunehmen. Bei der MA 74 hatte das zur Folge, daß in der Segmentation Vorkehrungen zur Aufnahme dieser frequenzlosen weitesten Seher und Hörer zu treffen waren. Unter verschiedenen Möglichkeiten, die experimentell überprüft wurden, erwies sich diejenige als am zweckmäßigsten, bei der die Angabe "k.A." als siebente Frequenzklasse die Möglichkeit bekam - unter Beibehaltung der geordneten Verrechnung der sechs "ordentlichen" Frequenzklassen - in freier Weise vor jeder Frequenzklasse und nach der letzten eingeordnet zu werden. Diese Möglichkeit ist bei der Segmentation der Hörfunk- und Fernsehergebnisse MA 75 ebenfalls vorzusehen.



# MEDIA - MICRO - CENSUS GmbH

Auftragsforschung und Verlag

MEDIA - MICRO - CENSUS GmbH.

MEDIA - MICRO - CENSUS GmbH, General- und Spezialauftragsarbeiten

14. Oktober 1976 Sch/55

<u>Verteiler:</u>	Contest-Census	z. Inf.:	Herrn Dr. Offermann / IBM
	Herrn Gerd Gruhn		Herrn Friedrich Wendt
	Herrn Michael Hebert		Herrn Alfred Boehme
	Interlogic		Herrn Horst Buckwitz
	Infratest		Herrn Dr. Otmar Ernst
	ISBA		Herrn Paul-G. Siebel
			Herrn Joachim Weiland

## Auswertung der MA 77

Sehr geehrte Damen und Herren,

die Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse hat uns wie in den vorausgegangenen Jahren beauftragt, Angebote zur Auswertung der MA einzuholen, die gerade im Feld ist. Das ist jetzt die MA 77.

Nachdem wir bereits im vergangenen Jahr den Versuch einer wenigstens teilweisen Neuorientierung der Auswertung unternommen haben - die Vorabauswertung der 1. Welle war dafür charakteristisch -, wollen wir diesmal unter Beibehaltung der Vorabauswertung der 1. Welle eine detailliertere Beschreibung der Auswertungsschritte vorlegen, um Ihnen die Übersicht für die Kalkulation zu erleichtern und um für die Auswertungsarbeiten selbst bereits jetzt - soweit möglich - einen Leitfaden zur Verfügung zu haben.

Bitte geben Sie Ihr Angebot oder die Mitteilung, ob Sie keines abzugeben beabsichtigen, bis zum 29. Oktober 1976 bei uns eingehend ab. Wir werden dann am 4. November 1976 darüber entscheiden und Ihnen telefonisch vorab die Entscheidung mitteilen.

Wir haben diesmal im Prinzip **n i c h t** vor, den Auftrag zu teilen. Dennoch - und zwar wegen der besseren Einsicht in die einzelnen Abschnitte - bitten wir Sie, Ihre Kalkulation deutlich unseren Gliederungspunkten entsprechend aufzuteilen. Außerstenfalls kommt eine Abspaltung der Tabellierung in Betracht. Hier achten Sie aber bitte darauf, daß wir mit den Computertabellen direkt vom Magnetband auf den Computersatz gehen, der - wie im Vorjahr - von der Firma ADV - Service, Honau, ausgeführt wird. Das erfordert entsprechende Vorkehrungen und Anstrengungen.

Wichtig für Sie ist: wir beabsichtigen, den Zuschlag auf zwei Jahre zu erteilen, so daß wir Sie bitten möchten, Ihrer Kalkulation eine ausdrückliche Erklärung darüber anzufügen, daß Sie bei gleichem Auftragsumfang - abgesehen von konjunkturell bedingten Zuschlägen - den gleichen Kalkulationsrahmen auch für das nächste Jahr anbieten.

Auftragsweiterungen sind möglich - in den vorausgegangenen Jahren sind sie immer eingetreten. Sie sollten diese Möglichkeit also von vornherein organisatorisch berücksichtigen.

Die Detaillierung der Termine möchten wir, insbesondere nach den Erfahrungen der letzten Auswertung, auf einer Terminkonferenz mit dem Auswarter und ADV-Service zusammen in der ersten Hälfte November 1976 - möglichst bald nach unserer Entscheidung am 4. 11. 1976 - vornehmen. Dazu wird eine kurzfristige Vereinbarung nötig.

Die beiden Rahmentermeine sehen folgendermaßen aus: Mitte November 1976 Ablieferung der 1. Welle in einer von den Instituten geprüften Form. Die gesamte Auswertung muß bis zum 31. 5. 1977 abgeschlossen sein - das ist der späteste Ablieferungstermin der Magnetbänder mit den Tabellen bei ADV-Service.

Die nachfolgende Detaillierung der Ausschreibung ist zusammen mit unserem Auswertungsberater, Herrn Dipl.-Math. Friedrich Wendt, erarbeitet worden. In allen Fragen zur Erläuterung und Ergänzung der nachfolgenden Seiten wenden Sie sich bitte direkt an Herrn Wendt, den Sie bis Ende Oktober in seinem Schweizer Domizil - Tel. 004121 / 56 18 67 - oder schriftlich: La Croix, CH 1604 Puidoux-Gare / Suisse, erreichen.

Am 20. und 21. Oktober 1976 findet in Frankfurt eine Sitzung der Technischen Kommission der AG.MA statt, an der auch Herr Wendt teilnehmen wird.

### 1. Auswertungsschritt

Die 1. Welle der MA 77 wird in einem von den Instituten selbst oder in ihrem Auftrag geprüften Zustand abgeliefert. Die Institute sind verpflichtet, einen bereinigten Datenbestand abzuliefern. Vgl. Ausschreibung an die Institute für die MA 77. Diesen Einzelprüfvorgängen folgt eine zentrale Prüfung durch den Auswarter - ab Mitte November also für die 1. Welle.

Leider sind wir auch in diesem Jahr nach nicht so weit, ein definitives Prüfschema anbieten zu können. Dazu ist es mindestens für die 1. Welle zu spät. Aber wir können Ihnen die Grundsätze verdeutlichen, nach denen wir Sie bitten möchten vorzugehen.

Anlage 1

Wir geben Ihnen dazu an die Hand:

a) Die Ausarbeitung von Herrn Dipl.-Math. K.-F. Flockenhaus:

"Exposé zur Datenprüfung der Media-Analysen" (soweit Sie darüber noch nicht verfügen, kann es bei uns angefordert werden)

b) Eine Aufstellung von Herrn Asimus vom 30. 10. 1974 mit dem Titel:

"Prüfungen zur MA 75"

Anlage 2

c) Eine Ausarbeitung von Herrn Asimus - ohne Datum, Sie stammt vom Anfang September 1976 und trägt den Titel:

"Allgemeine und MA-spezifische Bereinigungsprobleme"

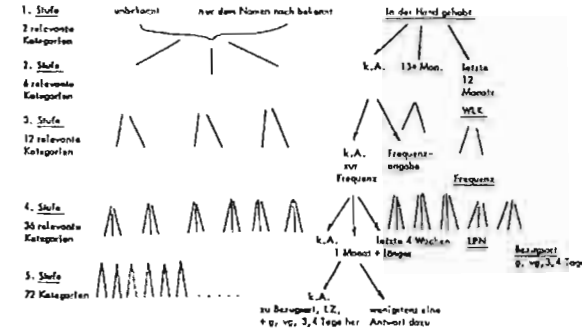
Anlage 3

Für die Kalkulation geben Ihnen diese drei Unterlagen einen Eindruck über den Umfang der Prüfungsvorgänge. Zu ergänzen ist folgendes:

- Bei der vorhergehenden Institutsprüfung sollte alles, was durch Nachfrage zu erledigen war, bereits erledigt sein. Die Gesamtprüfung durch den Auswerter sollte also eigentlich keine Nachfrage mehr erzeugen. Sollte dennoch nachgefragt werden müssen, richten Sie Ihre Fragen bitte an Herrn Wendt - wie überhaupt alle Auswertungsschritte über ihn gehen. Im allgemeinen sollte alles in Ordnung sein. Wenn es dennoch Fehler gibt, sollten sie zumeist über eine Logik zu beseitigen sein.

Die dabei gültigen Regeln entsprechen im allgemeinen den Angaben von Flockenhaus und Asimus. Von uns aus fügen wir der Sicherheit halber noch einige grundsätzliche Regeln an.

- Für die Mediennutzung gibt es einen Entscheidungsbaum. Dieser Entscheidungsbaum für die Presse - am Beispiel der monatlichen Zeitschriften - sieht folgendermaßen aus (wobei logisch einander gleichwertige Antwortmöglichkeiten als relevante Kategorien zusammengefaßt worden sind):



Es gibt eine Grundregel: Wenn irgendeine Information vorliegt, die auf die Zugehörigkeit zur Leserschaft schließen läßt und es gibt woanders Lücken, so sind diese zu füllen. Im allgemeinen mit "ja"; bei Frequenzangabe mit 1 von 12. Das heißt: es ist im Datenbestand die fehlende Angabe hineinzukorrigieren. Andernfalls ist auf "nein" zu korrigieren.

Bei Kino wird k.A. der Frequenzangabe "seltener" zugeschlagen. Damit existiert für die Medien - außer bei der Bezugsart - keine "k.A." mehr.

Eine weitere Ausnahme machen die Funkmedien. Hier ist der Weitest Seher- / Hörerkreis definiert als diejenigen, die für die Sender in den letzten 14 Tagen Kontakte angegeben haben, bei den Zeitabschnitten jedoch nicht Null als Frequenz. Die Rubrik "k.A." wird bei der Segmentation als 7. Frequenzangabe vagebundierend verrechnet. Der Fall des Sehens gestern mit nicht Null als Frequenz wird durch die Generalregel abgedeckt, allerdings mit k.A. als Frequenz (1976 war hier noch: f = 1 von 6 gesetzt worden!).

- Pro Sampling Point müssen brutto genau vier Adressen zur Verfügung stehen. Diese Prüfung erfolgt zweckmäßig separat und vorab (sie wird übrigens für die erste Tabellierung benötigt), weil in diesem Fall immer eine Nachfrage bei den Instituten erforderlich wird.

Diese Prüfung zielt auf die ehemalige 13. Karte ab, die für die MA 77 erstmals nicht mehr existiert, sondern mit einem reduzierten Informationsbestand in der Karte 6, Spalten 60 - 78, zu finden ist. Siehe Codeplan Mutterband und Ergänzung sowie Fragebogen.

Anlage 4



Die MMC wird bei den Instituten nachfragen und sicherstellen, daß zum Zeitpunkt der Datentübergabe die 1. Welle-Befragung abgeschlossen ist.

- Geprüft werden muß ferner die Übereinstimmung von Sample, Sampling Point und Gemeindegrenznummer auf den Stand VZ 70 sowie die Gemeindegrößenklassen vor und nach Baustadt. Dies gilt übrigens auch nach für die MA 78. Erst die MA 79 wird das neue Stichprobensystem als Basis haben.

Für diese Prüfung steht von der MMC ein Band mit Codeplan zur Verfügung, das seinerzeit ALGORITHM erstellt hat (F 103 - die Gemeindegrenznummern stehen dort in den Positionen 377 - 384).

Ferner liefert die MMC Angaben über die in der MA 77 von den Instituten eingesetzten Netze.

Achtung: Bitte auf den Ersatz der Sampling Points 281 achten (Soarbrücken). Wenn der Sampling Point 281 vorkommt, muß ein anderer Sampling Point aus 1 - 280 fehlen! Wir werden angeben, in welchen Fällen das der Fall sein muß.

- Für die Sozio-Demographie ist - über die Papiere von Flockenhaus und Asimus hinaus - an Prüfungen vorzusehen:

= außer Haus gewesen  $\leftarrow$  Wohnort verlassen;

= Anzahl Erwachsener und Anzahl Kinder müssen sich auf Anzahl ständige Haushaltsmitglieder addieren.

o Wenn Haushaltgröße 14 + Jahre Eins, müssen

- oo Verdienerszahl 1 sein
- oo eigenes Einkommen = HH-Einkommen
- oo wenn Einkommen Null, in kleinste Klasse einfügen.

o Wenn Haushaltgröße 14 + Jahre 2 oder mehr, muß

- oo Verdienerszahl 1 + sein
- oo kann eigenes Einkommen Null sein
- oo wenn 1 Verdieners eig. Eink. = HH-Einkommen
- oo wenn 2+ Verdieners eig. Eink. < HH-Einkommen

o Wenn Haushaltgröße 14+ Jahre Eins (1-Personen-HH)

- oo und nicht HHV, dann HHV
- oo und nicht HF, dann HF

o Wenn Geschlecht HHV k.A., dann männlich

o Wenn Geschlecht HF k.A., dann weiblich

o Ehedauer auf verheiratet oder nicht prüfen

- oo wenn nicht, dann zu nicht verheiratet
- oo wenn ja mit Kindern, zu 7 - 15 Jahre verheiratet
- oo wenn nein und alt, zu 15+ Jahre verheiratet
- oo wenn nein und jung, zu bis 4 Jahre verheiratet

Die Ehedauer wird aus dem Heiratsjahr ermittelt. 1977 minus Heiratsjahr ergibt Anzahl Rohjahre. Wenn Befragungsmonat > 3, wird vom Rohjahr ein Jahr abgezogen.

Es bilden dann:

0 - 3 Jahre	Klasse 1
4 - 6 Jahre	Klasse 2, etc.

(Siehe Codeplan Tochterband A MA 76)

- Die k.A.-Regelung ist dadurch einfacher geworden, daß erstmals alle möglichen k.A. im Codeplan des Tochterbandes belassen werden (neben den Zusammenfassungen, die auch darin vorkommen). Der Codeplan (A + B) wird im Prinzip dem der MA 76 entsprechen. Lediglich die Reihenfolge ist noch von der MMC festzulegen. Und eine Kleinigkeit: es fehlt R in den Positionen 1209 und 1210.

Die Zusammenfassungen gelten für die Tabellierung und zwar:

- o k.A. Familienstand zu verheiratet
- o k.A. Berufstätigkeit HHV zu nicht berufstätig
- o k.A. Berufstätigkeit HF zu nicht berufstätig
- o k.A. Berufstätigkeit Befragter zu nicht berufstätig
- o k.A. Schulbildung Befragter zu Volksschule, Grundschule
- o k.A. Berufsausbildung Befragter zu keine Lehre
- o k.A. Beruf des Befragten zu nicht berufstätig
- o k.A. Beruf des HHV zu nicht berufstätig

Das heißt jedenfalls, daß es für gewisse Angaben die Rubrik k.A. nicht gibt.

Bundesland und die Gemeindegrößenklassen sind sowieso hinterher festzulegen gewesen. Ohne k.A. bleiben.

- = Geschlecht
- = Alter
- = Landwirt als Befragter
- = Personen im Haushalt
- = Personen im Haushalt ab 14 Jahren
- = eigenes und Haushalts-Einkommen (entsprechend der Handhabung, aber entgegen der Codierung noch in der MA 76)
- = Die Kinder-Angaben, bis auf Kinder und Enkelkinder außer Haus ( muß gegenüber MA 76 vervollständigt werden!)
- = Anzahl Berufstätige im Haushalt
- = Ehedauer

Geklärt werden muß - durch Zählung - die Regelung für HHV und HF. Hier sind neuerdings Mehrfachnennungen und k.A. möglich, weil wir - wie in der Amtlichen Statistik - die eigene Aussage und nicht eine von uns gesetzte Definition zugrunde legen.

Zu überlegen ist bitte, ob es nicht möglich sein sollte, die Haushaltsaufnahme zu vervollständigen ( nicht nur Alter und Geschlecht von HHV und HF).

Von dem geprüften Datensatz der 1. Welle ist eine Grundauszählung zu erstellen, die nicht eine 80-Spaltenzählung sein sollte, sondern - wie in der Grundauszählung zum Codeplan A + B MA 76 -, die die tatsächliche Information erkennen läßt. Basis dafür ist der Codeplan des Mutterbandes.

Die Prüfungsvorgänge sind am Gesamtbestand vollständig zu wiederholen. Davor ist allerdings eine Sitzung aller in Betracht kommenden Auswerter anzuberaumen, die versuchen soll, eine Konvention zum Vorgehen bei der Datenprüfung zu erreichen. Die Media-Micro-Census GmbH wird dazu einladen.

### 2. Auswertungsschritt

Es sind Tabellen zu erstellen, die die Genesis des Befragungsvorgangs darstellen. Vorbild dieser Tabellen sind die Tabellen auf den Seiten 525, 526, 527, 528 und 529 des roten Berichtsbandes der MA 76. Sollten Sie über diesen Berichtsband nicht verfügen, kann er bei uns angefordert werden. Allerdings sind diese Tabellen etwas anders zu prozentuieren und außerdem zu-

sätzlich auszuweiten auf die Anzahl der Besuche für Ausfälle und verwerteten Interviews! Da in der Zwischenzeit eine Nachzählung dieser Art für die MA 76 veranlaßt wurde, wird eine entsprechende Tabelle bei der Termin-Besprechung Anfang November 1976 vorliegen.

Diese Tabellen sind für den Gesamtbestand vollständig zu wiederholen.

### 3. Auswertungsschritt

Für die 1. Welle ist ein Redressement vorzunehmen. Dazu ist folgendes zu sagen:

a) Dem Redressement geht eine Transformation voraus ( Multiplikation mit der Anzahl Personen im Haushalt im Alter von 14+ Jahren).

b) Wir werden die Zelleneinteilung für die MA 77 und 78 ändern und zwar:

= 720 Zellen aus

Alter	5 Klassen
Geschlecht	2 Klassen
GGK nach Boustedi	6 Klassen (d.h. Erweiterung der Klassenzahl)
Länder	12 Klassen

anstelle von bisher 600. De facto waren es immer weniger als 300. Das wird sich durch diese Neufestsetzung so gut wie nicht ändern.

= 125 Zellen aus

RGB	25 Klassen
HH-Größe (alle Personen bis $\infty$ )	5 Klassen

= 30 Zellen aus

GGK nach Boustedi	6 Klassen (d.h. Erweiterung der Klassenzahl)
HH-Größe (alle Personen bis $\infty$ )	5 Klassen

= 35 Zellen aus

Alter	7 Klassen	
HH-Größe ( alle Personen bis ∞ )	5 Klassen	) ganz neu

= 84 Zellen aus

Tagesverteilung	7 Klassen	( überlegt wird eine Tagesverteilung in 5 Klassen: (Di) (Mi) (Do) (Fr) (Sa+So+Mo)
Länder	12 Klassen	

Die Einzelheiten der Klasseneinteilung finden sich im roten Berichtsband der MA 76, Seite 506 - 511.  
Achtung: Druckfehler auf Seite 511, rechte Spalte 2. Zeile = MA 76 statt MA 74.

Die Unterlagen werden Ihnen rechtzeitig nach der Termin-Konferenz zugehen ( Zelleneinteilung der amtlichen Statistik).

- c) Das Redressement hat 50 Iterationen vorzusehen und ist auf der Basis des geometrischen Mittelwerts zwischen den Gewichten der fünf Zelleneinteilungen zu errechnen.
- d) Das Redressement - Ergebnis soll transparent werden. Daher ist es erforderlich, einige Tabellen anzugeben. Das sind:
  - = Zelleneinteilung für alle fünf Zellensysteme nach Amtlicher Statistik und 1. Welle MA 77 - absolut und in Prozenten - zur Entscheidung über Zusammenfassungen vor dem Redressement.
  - = Darstellung der einzelnen Zellen nach Zusammenfassung mit dem Zustandekommen und dem definitiven Gewicht auch nach vor dem Redressement.
  - = Die Ausgabe der 50 Iterationen eingeteilt pro Zelle nach Norm, dem jeweiligen Stand und der Differenz ( in Prozent der Norm).
  - = Dann die Verteilung der Gewichte nach der 50. Iteration (möglichst auch schon der vorhergehenden), und zwar einmal unter Einfluß der sogenannten Transformation und einmal unter Zurücknahme der Transformation.

Die MMC trifft die Entscheidung darüber, ob die aus dem Redressement hervorgegangenen Gewichte so belassen werden oder nicht. Die Regel ist: Gewichte über 5 werden auf Gewichte zwischen 4 und 5 reduziert. Handelt es sich nur um eine geringe Anzahl solcher Fälle, werden die höheren Gewichte belassen.

= Und schließlich eine Verteilung der Fälle in einer Kreuzauswertung - Redressement ohne Transformation gegen Redressement mit Transformation, und zwar für Gesamt, Männer und Frauen.

Das Ergebnis des Redressements sind Personengewichte, die auf 10 normiert werden - Summe der Personengewichte = 10 x Fallzahl - , und Haushaltgewichte ( Division der Personengewichte durch Anzahl der Personen im Haushalt im Alter von 14+ Jahren), wiederum auf 10 normiert, d.h., Summe der Haushaltsgewichte = 10 x Fallzahl.

Schließlich werden noch Hochrechnungsfaktoren ermittelt. Basis für die Personen ist dafür weiterhin die Anzahl der Personen im Alter von 14 + Jahren von 44,38 Mio. und für die Haushalte die Zahl 21,99 Mio.

Dieses Redressement ist am Gesamtbestand zu wiederholen.

#### 4. Auswertungsschritt

Eine Segmentation findet mit den Daten der 1. Welle MA 77 nicht statt. Um aber p-Wert-ähnliche und -vergleichbare Daten verfügbar zu haben, ist mit den Frequenzangaben eine Transformation vorzunehmen:

$$\frac{i}{12} \longrightarrow x, xx \text{ bzw.}$$

$$\frac{i}{6} \longrightarrow x, xx$$

$$0 \leq x, xx \leq 1$$

#### 5. Auswertungsschritt

Es sind Vergleichstabellen herzustellen, die es zulassen, Veränderungen zwischen der MA 76 und der MA 77 - hier zunächst für die 1. Welle - festzustellen.

Dazu ist folgendes festzuhalten:

- a) Die Tabellenprogramme stehen seit der MA 75 unverändert fest. An diesen Tabellenprogrammen ändert sich zunächst auch nichts Wesentliches. Sie sind nicht für die Veröffentlichung bestimmt.

Für die MA 77 ist der Umfang lediglich zu erweitern um Kino und Lesemappe bzw. durchschnittliche LZ-Zeitschrift. Regionalzeitungen sind als Kombinationswahrscheinlichkeiten zu berücksichtigen. Im Prinzip handelt es sich um

Vergleiche für die Bevölkerungsgruppen gegen Bevölkerungsgruppen, Befragungsmonate, Tage, Institute; sowie um Vergleiche der LpN aller Segmentationsstufen gegen wiederum Bevölkerungsgruppen, Befragungsmonate, Tage und Institute - und dies alles längs und quer prozentiert und als Fallzahlen.

- b) Um den Vergleich zu präzisieren: wir wollen diese Zahlen für die 1. Welle MA 77 und für die 1. Welle MA 76 haben. Dazu muß der Auswerter das Mutterband der MA 76 mit dem Codeplan erhalten, um genau entsprechend wie für die MA 77 für die MA 76 vorgehen zu können. Der Vergleich MA 78/MA 77 wird dann erleichtert sein.
- c) Die Vergleichsnotwendigkeit fordert ein nachträgliches Redressment der 1. Welle der MA 76 nach den gleichen Grundsätzen wie für die 1. Welle der MA 77. Dabei werden auch die gleichen Zellenzusammenfassungen zugrunde gelegt, so daß nur noch direkt die 50 Iterationen durchzuführen sind.
- d) Um den Vergleich zu erleichtern, ist in den Tabellen für die MA 77 - 1. Welle - vorzusehen, daß neben den Angaben über die Längs- und Querprozentierungen auch die Abweichungen markiert werden, wenn sie bestimmte Grenzen überschreiten.

Jedenfalls sind Abweichungen auf der Basis gewogener Werte ( Summe Personengewichte ) zu berücksichtigen. Die Fallzahl-Differenzen kann man erforderlichenfalls durch Nachsehen feststellen.

Die Markierungsregelung lautet:

Personen- gewichte	Prozent- differenz		
	0 - 10	10 - 20	20 +
0 - 10			
10 - 50		o	o
50 - 100		o	+
100 +		+	*

Wegen des Druckerstreiks während der Laufzeit der MA 77 wird es notwendig sein, die Ergebnisse auf etwaige Auswirkungen hin zu überprüfen.

Dazu ist daran gedacht, bei der Gesamtauswertung ( vgl. 13. Auswertungsschritt ) eine zusätzliche Vergleichstabelle zu erstellen, die im wesentlichen auf die zeitliche Verteilung abhebt.

Unter Umständen kann die Terminkonferenz darüber befinden, diese Zusatzvergleichstabelle bereits anhand der 1. Welle zu erstellen. Sie ist jedenfalls Auftragsbestandteil.

- e) Darüber hinaus wird ( dies ist ein Fall der Auftragsverlängerung, berührt also die erzielene Kalkulation nicht ) zwischen der 1. Welle und der Gesamtauswertung diskutiert werden, inwieweit eine  $\chi^2$ -Prüfung dieses Draufschauens zu erleichtern vermag. Vorstellungen darüber können bereits während der Terminkonferenz diskutiert werden, so daß unter Umständen schon für die 1. Welle an die Stelle der bloßen o + \* Bezeichnung tatsächlich  $\chi^2$ -Prüfungen treten könnten.

#### 6. Auswertungsschritt

Das Prüfprogramm in der Fassung wie für die 1. Welle - allenfalls modifiziert bzw. erweitert um Festlegungen aus der Sitzung zur Datenprüfungs-Konvention bzw. aus Erfahrungen und Erkenntnissen beim Besehen der Vergleichstabellen - wird nunmehr auf den Gesamtbestand der MA 77 -Daten angewandt. Alles dazu Gesagte gilt entsprechend auch hier.

Allerdings gibt es einen Prüfungsbereich, der erst anlässlich der Gesamtauswertung hinzu tritt. Das ist die Prüfung der Zeitungs-codes an den Regionalangaben bzw. umgekehrt. Dazu werden zweierlei Unterlagen bereitgestellt werden. Zum einen die Zeitungs-codes wie schon für die MA 76, zum andern der Datenbestand der VA 77, dem die Verbreitungsgebiete der einzelnen Zeitungen entnommen werden können - aufgeteilt in die rund 2.000 IVW-Gebietseinheiten. Dieser Datenbestand ist sicher erst im Zuge unserer Gemeindecodenziffer-Aktualisierungs-Aktion herzustellen. Gedacht ist dabei übrigens n i c h t unbedingt an eine Korrektur, wenn Befragungsort und Verbreitungsgebiet nicht übereinstimmen ( denn das könnte vorkommen ), sondern in erster Linie an eine Feststellung der Divergenzen. Da der Umfang dieser zusätzlichen Arbeiten nicht schon jetzt angegeben werden kann, sehen Sie derartiges organisatorisch bei sich vor, kalkulieren Sie es jedoch nicht mit.

Was Sie allerdings vorsehen sollten, ist die Prüfung der SÜDDEUTSCHEN ZEITUNG. Als Titelkarten-Zeitung soll sie unter ihrem Code für Nichttitelkarten-Zeitungen nicht mehr vorkommen.

#### 7. Auswertungsschritt

Die Genesis der Interviews ist - wie für die 1. Welle - jetzt am Gesamtbestand laborarisch darzustellen. Dazu ist die Tabelle zu zählen, die den ersten Einsatz und das Zustandekommen der Interviews wiedergibt ( Muster MA 76 - Methodenband, Seite 29 ). Sollten Sie über den Methodenband nicht verfügen, kann er bei uns angefordert werden.

8. Auswertungsschritt

Die Transformation von Personen in Haushalte und das Redressement sind nunmehr nach den gleichen Grundsätzen wie für die 1. Welle am Gesamtdatenbestand der MA 77 vorzunehmen. Dabei wird also erneut zu entscheiden sein, welche der ursprünglich vorhandenen Zellen zusammengefaßt werden. Im Gesamtdatenbestand werden es weniger sein. Anzustreben ist, lediglich **a l l e** Zusammenfassungen ganz oder teilweise aufzulösen, also nach Möglichkeit keine **n e u e n** Zusammenfassungen (anderer Art als bisher) zu schaffen.

9. Auswertungsschritt

Seit die Haushaltsaufnahme stattfindet, werden Tabellen erstellt, die über die Haushaltsstruktur Aufschluß geben. Für die MA 77 sind diese Tabellen dem Muster der MA 76 entsprechend zu erstellen. Vgl. Methodenband der MA 76, Seite 47 - 60 und den Text dazu ( Haushaltsdaten !) auf Seite 26-27. Ferner ist eine Tabelle über den zeitlichen Verlauf der Interviews anzufügen. Muster: Methodenband MA 76, Seite 28.

10. Auswertungsschritt

Am ausgeputzten und redressierten Datenbestand sind einige Korrekturen und Hinzufügungen nötig, die für die verschiedensten Zwecke gebraucht werden. Soweit Angaben dafür erforderlich sind, kommen sie von der MMC. Die Termine dafür müssen auf der Terminkonferenz festgelegt werden.

- a) Zusammenfassungen von Codepunkten für die Tabellierungen finden sich im Codeplan A des Tochterbandes - u.a. auch für k.A. Solange ein neuer Codeplan (mit Reihenfolge der Codes) noch nicht vorliegt, sind dafür die Angaben des Codeplans A der MA 76 verbindlich. An der Sache wird sich nichts ändern - mit Ausnahme der Punkte, die im Auswertungsschritt 1 genannt worden sind.
- b) Angabe des neuen Codeplans A + B der MA 77, der vor allem die Reihenfolge der Codes enthalten wird.
- c) Vorab sind jedoch einige, für die Auswertung wichtige Angaben zu machen:
  - = Fragebogenänderungen gegenüber der MA 76 teilt die MMC mit.
  - = Die Zeitschriften, die hinzugetreten oder fortgefallen sind. In der MA 77 sind dies:

FUSSBALLWOCHE/SPORT  
 DAS HAUS  
 INTERSKI  
 SPORT ALTO  
 TINA  
 ZUHAUSE

- = Weggefallen ist die getrennte Erhebung von GONG und "Rundfunkhörer und Fernseher". Dafür ist eine getrennte Erhebung von FUSSBALLWOCHE und SPORT hinzugekommen. Es muß geprüft werden, ob sich beide Titel überschneiden. Wenn ja, sind die Doppelmessungen zu reduzieren auf Einzelmessungen.
- = Die Zeitungen, die für die MA 77 nicht mit Titeltarte erhoben worden sind, existieren als erste, zweite und dritte Regionalzeitung. Die Institute verfügen über einen fünfstelligen Code, der schon im 6. Auswertungsschritt erwähnt wurde. Dieser Code ist für die Verwendung bei der Segmentierung - als dreistelliger Code - verbindlich. Soweit Änderungen erfolgen sollten, werden sie innerhalb eines Ausschußtermins (Terminkonferenz!) nachgereicht.
- = Es gibt einige Zeitungen, die aus diesem Bereich besonders behandelt werden. Das sind:

BRAUNSCHWEIGER ZEITUNG  
 SCHLESWIG-HOLSTEIN PRESSE  
 STUTTGARTER ZEITUNG  
 ACN Anzeigen-Cooperation Nordrhein

und als einzige Zeitung aus dem Titeltartenbereich:

SÜDDEUTSCHE ZEITUNG

Für sie ist ein Verbreitungsgebiet anzugeben und es ist von der MMC mitzuteilen, welche Zeitungs-codes aus dem Nichttiteltartenbereich bzw. dem Titeltartenbereich diese eben genannten Titel ausmachen. Die MMC wird dafür sorgen, daß die Zeitungsverlage die Angaben dazu abchecken. Beides wird auf der Terminkonferenz beredet werden.

- = Die Zeitschriften, die als Lesezirkelzeitschriften gelten sollen, werden von der MMC angegeben ( Terminkonferenz). Die Generalregel wird lauten: jede Zeitschrift mit einer LZ-Auflage. Das werden ungefähr 20 sein. Achtung: Bei der Bildung der Nutzungswahrscheinlichkeit einer durchschnittlichen LZ-Zeitschrift wird **n i c h t** durch diese Zahl dividiert, sondern stets durch **9** !

Die Bildung erfolgt nur, wenn das zuletzt gelesene Exemplar ein LZ-Exemplar war. Ferner wird

$$\frac{\sum p}{10} \leq 1$$

festgelegt.

Achtung: diese Bildung der Lesewahrscheinlichkeit für eine durchschnittliche LZ-Zeitschrift ist zu unterscheiden von der Lesemappen-Nutzungswahrscheinlichkeit, einer Kombination

$$p = 1 - q_1 \times q_2 \times q_3 \dots q_n$$

über alle LZ-Zeitschriften, wenn das zuletzt gelesene Exemplar ein LZ-Exemplar war.

= Ein Problem für sich stellen die Angaben zum Lesen gestern dar. Vorabinformation: für die Funkmedien gibt es eine Problematik zu gestern seit der MA 76 nicht mehr.

Für Zeitungen existieren folgende Regelungen:

Wer montags befragt wurde, erhält als gestern gelesen ein JA, wenn er e n t w e d e r gestern o d e r vorgestern o d e r an beiden Tagen gelesen hat.

Hierzu gibt es zwei Ergänzungen:

- o Einige Zeitungen erscheinen sonntags, aber nicht montags. Für welche Zeitungen (Berlin und Lübeck) das gilt, erfahren Sie auf der Terminkonferenz. Gestern und/oder vorgestern gilt also hier für das Dienstagsinterview.
- o Bei Feiertagen, die nicht auf einen Sonntag fallen, gilt das Entsprechende (gestern und /oder vorgestern für Befragungen am Folgetag).

Welche Feiertage in Betracht kommen, erfahren Sie von uns auf der Terminkonferenz.

Für Zeitschriften gibt es die Fragen nach gestern für wöchentliche Objekte; gestern und vorgestern für 14-täglich erscheinende Objekte und nach gestern, vorgestern, vor drei bzw. 4 Tagen für monatlich erscheinende Objekte. Die Angaben werden nicht netto, sondern brutto verrechnet. Jede positive Angabe zählt also für sich!

= Es werden vier Summen von Lesefrequenzen (Kontaktmengen) gebildet:

- o für die Zeitschriften, inkl. Supplements
- o für Zeitungen (mit und ohne Titelkarten erhoben)
- o für das Fernsehen
- o für den Hörfunk

Gezählt werden hier alle in diesen vier Bereichen angegebenen Frequenzen. Es soll keine Frequenz unberücksichtigt bleiben.

Für diese 4 x D f ist eine Klasseneinteilung mit uns zu verabreden, die dem Muster der bisherigen Klasseneinteilungen folgt, also im Prinzip:

0	bzw.	0
1 - 11		1 - 5
12		6
13 - 23		7 - 11
24		12
25 - 35		13 - 17
36		18

etc. bis ab irgendwann Zusammenfassungen nötig werden, die diese klare Einteilung überdecken. Maximala Klassenzahl wird 12 sein.

### 11. Auswertungsschritt

Dieser Auswertungsschritt enthält wiederum Tabellen - die statistischen Angaben entsprechend dem Methodenband der MA 76, Seite 35 - 46. Allerdings sind dort zwei Änderungen vorzusehen:

- Die sozio-kommunikativen Schichten fallen ersatzlos fort
- Die Kontaktmengen (Frequenzsummen) der Zeitschriften werden ergänzt um die entsprechenden Summen-Klassen für Zeitungen, TV und Radio aus dem 10. Auswertungsschritt.

Anmerkung: Die Tabellen der Auswertungsschritte 7, 9 und 11 sind angegeben worden, sobald sie nach den vorausgegangenen Schritten hingeschrieben werden können. Auf der Terminkonferenz ist darüber zu beraten, ob diese Tabellen zweckmäßig in einem - also während der jetzt als 11. Auswertungsschritt angegebenen Phase - erstellt werden.

12. Auswertungsschritt

- a) Die Segmentationen gehen von einer bestimmten Zahl von sogenannten Segmentationstiteln aus. Diese werden von der MMC angegeben. Kalkulationsbasis sind 200 Titel. Für jede Segmentation mehr ist ein zusätzlicher Stückpreis anzugeben.
- b) Die Segmentationsvariablen entsprechen zwar im großen und ganzen denen der MA 76. Da die Darstellung im Methodenband der MA 76 jedoch sowieso korrigiert werden muß, geben wir hier gleich die diskriminierenden Variablen für die MA 77 an:

Für alle Segmentationstitel

- (1) Geschlecht  
 - männlich  
 - weiblich, besorgt den Haushalt hauptsächlich  
 - weiblich, Rest
- (2) Schulbildung des Befragten  
 - Volksschule, Hauptschule und k.A.  
 - weiterführende Schule (noch) ohne Abitur  
 - Abitur, Hochschulreife  
 - Studium
- (3) Konfession  
 - evangelisch  
 - katholisch  
 - andere, keine Konfession, k.A.
- (4) Familienstand  
 - ledig  
 - verheiratet und k.A.  
 - verwitwet / getrennt lebend
- (5) Alter
- |                 |                 |
|-----------------|-----------------|
| - 14 - 19 Jahre | - 45 - 49 Jahre |
| - 20 - 24 "     | - 50 - 54 "     |
| - 25 - 29 "     | - 55 - 59 "     |
| - 30 - 34 "     | - 60 - 64 "     |
| - 35 - 39 "     | - 65 - 69 "     |
| - 40 - 44 "     | - 70 + "        |

- (6) Berufstätigkeit des Befragten  
 - voll berufstätig  
 - teilweise berufstätig  
 - Rentner, Pensionär  
 - in Ausbildung  
 - Rest
- (7) Beruf des Befragten  
 - Inhaber, Leiter von Unternehmen, freie Berufe  
 - kleine und mittlere Selbständige  
 - leitende Angestellte und Beamte  
 - sonstige Angestellte und Beamte  
 - Facharbeiter  
 - sonstige Arbeiter  
 - Landwirte  
 - k.A., nicht berufstätig, in Ausbildung etc.
- (8) Beruf HHV  
 - Unterteilung wie Beruf des Befragten
- (9) Personen im Haushalt insgesamt  
 - 1 Person  
 - 2 Personen  
 - 3 Personen  
 - 4 Personen  
 - 5+ Personen
- (10) Haushalts-Nettoeinkommen  
 - bis 750 DM  
 - 750 - 1000 DM  
 - 1000 - 1500 DM  
 - 1500 - 2000 DM  
 - 2000 - 2500 DM  
 - 2500 + (k.A. gibt es nicht mehr)
- (11) Bundesländer  
 alle 12 Kategorien
- (12) Gemeindegrößenklassen nach Postleitzahl  
 - bis 2.000 Einwohner  
 - bis 5.000 Einwohner  
 - bis 20.000 Einwohner  
 - bis 50.000 Einwohner  
 - bis 100.000 Einwohner  
 - bis 500.000 Einwohner  
 - 500.000 + Einwohner

( 13 ) Kontaktmenge Zeitschriften  
Alle Klassen, die gebildet werden, wahrscheinlich wieder 11 ( 10. Auswertungsschritt )

( 14 ) Anzahl Besuche, um das Interview zu erreichen  
- 1 Besuch  
- 2 Besuche  
- 3 Besuche  
- 4 Besuche  
- 5 Besuche  
- 6 Besuche  
- 7 Besuche  
- 8 + Besuche

Daneben gibt es spezielle diskriminierende Variable, so daß also ihre Anzahl im allgemeinen auf mehr als 15 Variable kommt und zwar

für Zeitschriften  
( 15 ) Frequenzangaben  
in 12 Klassen

für Zeitungen  
( 15 ) Frequenzangaben  
in 12 Klassen

( 16 ) Kontaktmenge  
in allen Klassen, die vorher festgelegt worden sind ( 10. Auswertungsschritt )

für Fernsehen  
( 15 ) Frequenzangaben  
in 7 Klassen ( Achtung: k.A. ist eine zusätzliche Klasse )

( 16 ) Kontaktmenge  
in allen Klassen, die vorher festgelegt worden sind ( 10. Auswertungsschritt )

für Funk  
( 15 ) Frequenzangaben  
in 7 Klassen ( Achtung: k.A. ist eine zusätzliche Klasse )

( 16 ) Kontaktmenge  
in allen Klassen, die vorher festgelegt worden sind ( 10. Auswertungsschritt )

für Kino  
( 15 ) Frequenzangaben  
in 7 Klassen von "seltener" bis "zweimal in der Woche und häufiger" ( Achtung: k.A. ist durch Prüfprogramm in "seltener" aufgegangen )

Sämtliche Variable werden ungeordnet verrechnet, bis auf die Frequenzangaben. Diese werden geordnet verwendet, wobei für die Funkmedien die k.A.-Klasse vor, hinter und zwischen den 6 festen Frequenzklassen vagabundieren kann.

c) Abweichend von der bisherigen Regelung wird die Zahl der Segmentationsebenen variabel sein.

Für die Zeitungen ohne Titelkarten werden wir wieder - wie bei der MA 76 - 64 Segmente, also genau 6 Ebenen, haben.

Für alle anderen Titel wollen wir wenigstens 4 Ebenen haben - mit der Regel, daß - wenn wir dabei nicht bereits 12 oder mehr Segmente erhalten - wir auf die 5. und 6. Ebene gehen, um zu sehen, inwieweit sich noch weitere Aufteilungen ergeben. Das war bisher schon so.

Aber auch bei 12 und mehr Segmenten, vor allem also bei 16 Segmenten nach 4 Ebenen, wollen wir auf jeden Fall die 5. Ebene hinzunehmen, unter Umständen auch noch die 6. wenn die erhaltenen Segmente eine weitere Unterteilungsmöglichkeit signalisieren.

Im Schnitt wird das auf 32 Segmente hinauslaufen. Bitte kalkulieren Sie auf dieser Basis. Das definitive Abbruchkriterium (wahrscheinlich Größe des WNK) wollen wir mit Ihnen auf der Terminkonferenz diskutieren.

d) Die Zielgruppe für jede Segmentation ist der WNK in Zeitabschnitten festgestellt - populär WLK - bzw.  $f > 0$  ( Ausnahme: Funkmedien,  $f = k.A.$  zugelassen). Beide Angaben führen aus der Anwendung der Generalregel im Prüfprogramm zu identischen Zielgruppen. Außenkriterium ist jeweils die MKE (populär: LpN) mit ja/nein.

Für die Zeitungen, die nicht mit Titelfarte erhoben wurden, gilt die Sonderregelung, daß der WNK additiv ( also brutto ) aus den WNK der ersten, zweiten und dritten Regionalzeitung zusammengesetzt wird.



Auch für das Kino muß eine Sonderregelung festgehalten werden: der WNK ist durch den Kinobesuch innerhalb der letzten 12 Monate, der LpN durch den Kinobesuch innerhalb der letzten 7 Tage bestimmt.

- e) Das technische Verfahren der Segmentation sollte auf BELSON zurückgehen. Wir wollen keine festen Regeln für die Größe der Eingangs- und Ausgangssegmente vorschreiben. Es hat sich gezeigt, daß die bisher verwandten und die darüber hinaus bekanntgewordenen Programme den Anforderungen genügen (also entweder die gleitenden Grenzen D - 50 - 100 mit Begrenzungen auf 20 und 40 oder die feste Grenze 60 mit Begrenzung auf 30 bzw. 27). Sollten in Diskussionen Erweiterungen und Verbesserungen vorgeschlagen werden, ist die MMC demgegenüber offen.

Die Unter- und Obergrenzen für die p-Werte müssen jedenfalls sichergestellt sein:

$$0.0050 \leq p \leq 1.0000$$

- f) Die Kontrollen der Segmentation werden verbessert. Sie umfassen:

den Vergleich LpN - LpA

- für alle Kategorien der diskriminierenden Variablen;

- für die folgenden Merkmale:

= Ehedauer  
 1 - 4 Jahre  
 5 - 9 Jahre  
 10 - 14 Jahre  
 15 - 19 Jahre  
 20 + Jahre

= Berufstätige im Haushalt

1 Person  
 2 Personen  
 3 + Personen

= Kinder bis 14 Jahren im Haushalt

1 Kind  
 2 Kinder  
 3 + Kinder

= Personen, werktätig aus Haus

0 Person  
 1 Person  
 2 Personen  
 3 Personen  
 4 + Personen

= Personen verlassen Wohnort

0 Person  
 1 Person  
 2 Personen  
 3 Personen  
 4 + Personen

= Gartenbesitz

ja  
 nein

= Tiere im Haushalt

Hunde  
 Katzen  
 Stubenvögel  
 Übrige  
 keine Tiere

= Verkehrsmittel in der Nähe

alle 8 Kategorien

= Stockwerke

Erdgeschoß allein  
 1 Stockwerk  
 2 Stockwerke  
 3 Stockwerke  
 4 Stockwerke  
 5 + Stockwerke

= Wochentag des Interviews 7 Tage

= Befragungsmonat 12 Monate

Für diese beiden Vergleichsarten ist  $\chi^2$  zu berechnen (das ist also bereits in die Kalkulation aufzunehmen) und bei einem 95 % level auf Signifikanz - der jeweiligen Anzahl Freiheitsgrade entsprechend - zu vergleichen. Die Basis bildet pro Merkmale eine Kontingenztafel:

LpN	LpA

} Anzahl Klassen des Merkmals

Diese Darstellungsweise weicht also von der bisherigen ab.

- g) Auch die Darstellung der Segmentationsergebnisse in den Publikationen weicht von der bisherigen Übung ab. Sie wird einfacher werden. Beibehalten wird intern der bisherige Output, der also die Darstellungsform hat, wie im Methodenband der MA 76 auf den Seiten 87 - 316. Diese wird künftig nur noch in der Geschäftsstelle der AG.MA einzusehen sein (drei Exemplare werden benötigt).

Für den Druck ist vorzusehen:

- die ersten vier Spalten der bisherigen Darstellung, also pro Titel und pro Segment
  - = Segmentnummer ( wie bisher in zweierlei Reihenfolge )
  - = der Nutzungsindex oder p-Wert (als xx,xx)
  - = Fallzahl ( ungewichtet )
  - = gewogener Anteil des Segments am WNK in Prozent ( xx,x )
- Eine Häufigkeitsverteilung, die angibt, wie oft die diskriminierenden Merkmale in den verschiedenen Ebenen pro Mediengattung

Zeitschriften  
Zeitungen  
Fernsehen  
Rundfunk

vorgekommen sind. Das sind also vier Tabellen, jeweils mit den diskriminierenden Merkmalen als Vorspalte und den Ebenen als Kopfzeile.

- k) Die gefundenen p-Werte sind in den Datenbestand - dem Codeplan Tochterband A entsprechend - zu injizieren.
- i) Es sind den Tabellennotwendigkeiten entsprechend ( die den Umfang angeben ) Kombinationswahrscheinlichkeiten, durchschnittliche Wahrscheinlichkeit, Klassen von Nutzungswahrscheinlichkeiten zu berechnen (vgl. 15. Auswertungsschritt).

#### 13. Auswertungsschritt

Wie bereits im 5. Auswertungsschritt für die 1. Welle sind jetzt wieder Vergleichstabellen zu erstellen.

Wenn zwischen der 1. Welle und der Gesamttabellierung eine ausreichende Übersicht darüber erstellt werden kann, welche  $\chi^2$  - Vergleiche (also zusätzlich) gefordert werden, sind diese auch nach durchzuführen ( Extrekalkulation ).

Für die MA 77 ist eine Zusatzauswertung einzubeziehen, die es erlaubt, die Auswirkungen auf die LpN in der Zeit festzustellen, während der der Druckerstreik stattfand. Die nötigen Angaben dazu ( Termin und Auflagenausfälle ) wird die MMC liefern.

Der Art nach wird es eine der Vergleichstabellen sein ( über die Zeit hin ). Evtl. kann diese Tabelle schon im Zusammenhang mit der 1. Welle erstellt werden (vgl. 5. Auswertungsschritt).

#### 14. Auswertungsschritt

Wie bereits erwähnt, entfällt total die Berechnung sozio-kommunikativer Schichten.

Es kann sein und sollte daher organisatorisch mit bedacht werden, daß während der Auswertungsmonate der MA 77 Demotypen der MA entwickelt werden, die bereits einen ausreichenden Reifegrad besitzen, um in irgendeiner Weise ( und sei es in Sondertabellen ) in die MA 77 integriert zu werden.

#### 15. Auswertungsschritt

Tochterband und Codeplan hängen eng miteinander zusammen. Die Reihenfolge der Codes auf dem Tochterband vorzugeben, wird Aufgabe der MMC sein. Der Termin dazu sollte möglichst schon auf der Tarminkonferenz festgelegt werden.

Anzumerken ist gegenüber dem bisherigen Umfang ( und etwaigen Korrekturen ) jetzt bereits die Behandlung der Gemeindegrößenklassen im Tochterband A. Wir werden rechtzeitig ( schon wegen des neuen Stichprobensystems ) die neuen GGK nach Bostedt zur Verfügung haben ( mit Angabe des Gebietsstandes und der aktualisierten Gemeindekennziffern ).

In Tochterband B wird zusätzlich die Aufnahme aller Frequenzangaben ( was einen Beschluß des Arbeitsausschusses fordert ) angestrebt, sowie die Kontaktmengen auch für Zeitungen, TV und Radio.

Übrigens wird eine Reihenfolge der Individuen auf dem Magnetband vorgegeben. Sie soll sein: Männer und Frauen getrennt nach aufsteigendem Personengewicht, und zwar zur Erleichterung des Stichprobenziehens.

Alle während der Auswertungsarbeiten relevanten Informationen zu den Befragten und ihren Haushalten sind - ohne Rücksicht darauf, ob sie im Tochterband erscheinen oder nicht - als Datenbestand zu bewahren, damit jederzeit auf vorherliegende Auswertungsschritte rekurriert werden kann.

Neu wird im Zusammenhang mit Codeplan und Magnetband folgendes sein:

Codeplan und Grundauszählungen der MA 77 sollen transparenter werden. Dazu wird z. B. ( was nicht Aufgabe des Auswerters ist ) versucht werden, die sogenannten Libellés - also die etikettierenden Kurzformen in der Bezeichnung der Merkmale - zu vereinheitlichen und im Codeplan mit dem Originaltext aus dem Fragebogen zu verbinden.

Was aber angestrebt wird - übrigens zusammen mit ADV-Service - ist ein Magnetband mit allen Libellés, so daß diese bei jeder Auswertung unmittelbar im Zugriff zu Verfügung stehen und eingespielt werden können. Die Herstellung dieses Textbandes ist in die Kalkulation der Auswertungsarbeiten einzubeziehen. Die Vorlage kommt von der MMC.

Auf der Terminkonferenz wird darüber zu beraten sein, wann dieses Textband erstellt werden kann, um es bereits frühzeitig in den Auswertungsprozeß eingliedern zu können.

Eine Konsequenz aus diesen Überlegungen ist auch, die Grundauszählungen der Codepläne A und B und die Fragebogenzählung ( Methodenband MA 76, Seite 61 - 80 ) zu verbinden.

Als Angaben kommen in Betracht:

Fallzahlen roh	} mit den jeweiligen Prozentsätzen dazu,
Fallzahlen transformiert	
Fallzahlen redressiert	

und zwar:

- für jede Merkmalskategorie;
- für Kombination daraus, wie sie schon jetzt der Codeplan Teil A aufweist;
- für LpA der Titel und deren Kombinationen.

Im Gesamumfang ist es nicht mehr als jetzt auch schon. Lediglich die Gliederungsform ist eine andere.

Sie wird gemeinsam mit dem Auswerter zu beraten sein.

#### 16. Auswertungsschritt

Das Tabellenprogramm als solches bleibt wie bei der MA 76. Wie schon während der Auswertung der MA 76 ist eine frühe Koordinierung mit dem ADV-Service nötig, um den Computersatz zu sichern.

Die Tabellenentwürfe kommen von der MMC.

Es braucht eigentlich nur noch auf folgendes aufmerksam gemacht zu werden:

- Wir überlegen, die Formeln, die für die einzelnen Tabellen verwendet werden, auf den entsprechenden Tabellen-Seiten ( in einer Ecke ) mit aufzudrucken.

Jedenfalls entsteht auf diese Weise neben der Darlegung der Formeln im Methodenteil eine Auflistung der tatsächlich verwendeten Formelausdrücke und ihrer Verwendungsstellen.

- In den Tabellen für externe Überschneidungen stehen zurzeit noch in der Diagonalen durchgängig die Zahlen 100. In der MA 77 sollen dort die internen Überschneidungen stehen:

$$\left( \frac{LpZA}{LpA} \times 100 \right)$$

- In der MA 76 sind erstmals Zusatztabellen aufgenommen worden. Sie werden bleiben. Sie finden sich im roten Berichtsband auf den Seiten: 48, 106, 200, 251, 350, 372, 391.
- Neu ist auch seit der MA 76, daß "bekannt" und "in der Hand gehabt" auf den WLK bezogen ausgewiesen wird (roter Berichtsband MA 76, Seite 459 - 473).
- Die für die Lesetage erforderlichen Auflagen der Pressemedien liefert die MMC - diesmal übrigens als Durchschnitt des Kalenderjahres 1976.
- Interne Überschneidungen und Kontaktzahlen werden künftig nur noch für Segmentationstitel und Durchschnittswerte daraus berechnet, also nicht für Kombinationen. Der Behelf der MA 76, berechnete Zahlen abzudecken, entfällt.
- Die oberste Zeile in den Tabellen soll ungewogene Fallzahlen enthalten. In der MA 76 war das noch anders, obwohl im Text (roter Berichtsband MA 76, Seite 43 links oben ) bereits die vorgesehene Regelung dokumentiert wurde.

In den Einzeldarstellungen stehen bei den LpA-Zusammensetzungen die ungewogenen Fallzahlen der WLK.

- Ausgewiesen werden nur noch die neuen Gebietsbezeichnungen nach Bundesstat.

Damit sind wir am Ende unserer Ausarbeitung. Sie sehen, daß wir diesmal sehr viel ausführlicher geworden sind. Allerdings liegt noch nicht alles schriftlich fest. Das sogenannte Auswertungshandbuch, dessen erste Früchte Sie hier erleben, strebt diese Vollständigkeit an.

Wir müssen Sie zum Abschluß noch darauf aufmerksam machen, daß wir Sie zur Einhaltung des Lieferungsumfanges, der Termine und der sachlichen Richtigkeit des zu liefernden Zahlenwerkes zu verpflichten haben und uns Regressansprüche für den Fall vorbehalten, daß dies nicht geschieht.

Mit freundlichen Grüßen  
MEDIA - MICRO - CENSUS GMBH



Anlagen

Hans-Erdmann Scheler

Auswertungsschritte

1. Zentrale Prüfung der 1. Welle MA 77
2. Genesis-Tabelle 1. Welle
3. Transformation und Redressement der 1. Welle
4. Transformation der Frequenzen in p-Werte für 1. Welle
5. Vergleichstabelle 1. Welle
6. Zentrale Prüfung des Gesamtdatenbestandes der MA 77
7. Genesis-Tabelle Gesamtbestand und Zustandekommen der Interviews
8. Transformation und Redressement am Gesamtbestand
9. Tabelle der Haushaltsaufnahme und des zeitlichen Verlaufs der Interviews
10. Korrekturen und Hinzufügungen
11. Statistische Tabellen
12. Segmentationen
13. Vergleichstabelle am Gesamtbestand
14. Demotypen in der MA 77
15. Tochterband und Codeplan
16. Tabellenprogramm

VERZEICHNIS DER ANLAGEN

1. Ausschreibung der Erhebung MA 77
2. Prüfungen zur MA 75
3. Allgemeine und MA-spezifische Bereinigungsprobleme
4. Codeplan MA 77 + Ergänzung
5. Datensatz Codeplan A + B MA 76

14. Okt. 1976

I Modellvorstellung

Diese Modellvorstellung ist bislang zweimal beschrieben worden - einmal zur LA 69 und einmal zur LA 71. Die zweite Darstellung fußte auf denselben Grundlagen wie die erste. In den dazwischenliegenden zwei Jahren war jedoch das Bewußtsein der Forscher und der Planer sehr viel tiefer in die Materie eingedrungen; einiges hatte sich gefestigt, anderes war ausgedeutert worden. Deswegen erschien unter dem Blickwinkel der fortgeschrittenen Einsicht in die Modell-Struktur eine erneute geschlossene Darstellung angebracht, eigentlich nicht nur vertretbar, sondern sogar nötig.

Wie schnell gewisse Entwicklungen ablaufen, ist uns nicht jederzeit bewußt. Nehmen wir nur einmal den einen Abschnitt aus dem Vorwort zu den „Prinzipien und Techniken der Auswertung“ aus dem Methodenband der LA 71. Dort heißt es

„Einiges Prinzipielle ist selbstverständlich geworden, andere spezielle Dinge wurden überflüssig. Eine Selbstverständlichkeit ist zum Beispiel das Prinzip der Nutzungswahrscheinlichkeit, so daß an die Stelle des früheren Zählens das Rechnen getreten ist. Im Zusammenhang damit ist die Personengewichtung mit der Normzahl 10 selbstverständlich geworden. Zu dieser Entwicklung gehört auch, daß die Lochkarte durch das Datenband ersetzt worden ist, und daß sich die Gewichte in der Auswertung von der Tabellendarstellung stärker auf die elektronische Datenverarbeitung verlagert haben. Damit wurde auch die Ein-für-allemal-Frequenz-Simulation hinfällig. An die Stelle der Justierung ist ein Eichungsverfahren getreten. Der 1969 noch nötige Mittelwert zwischen  $K_1$  und  $LpN$  ist überholt. Die Diskussion um die elektronischen Medien hat zu einer befriedigenden Lösung geführt, die zum Beispiel in der Vorbereitung der Tabellenzählungen gegenüber 1970 ein zählerisches Berechnungsverfahren zuläßt. Selbstverständlich ist auch geworden, daß wir es mit einem Individual-Modell zu tun haben. Die Benutzer möchten sich die Möglichkeit offenhalten, jede beliebige Zusammenstellung von Befragten zu Zielgruppen vorrechnen zu können. Das kann man aber nicht, wenn bereits präformierte Gruppierungen die beliebige Segmentierung einschränken.“

Dennoch - wir haben keinen Anlaß, etwa zu behaupten, wie „herrlich weit wir es gebracht“ hätten. Die Jahre seit der LA 71 standen unter dem Anspruch, den wir - selbst formuliert - an uns gestellt hatten:

... die Modellvorstellung muß so gefestigt und unangreifbar sein, daß sie über Jahre die Auswertungsprinzipien bestimmt und die Erhebungstechniken auf dieses Ziel hin überprüft und weiter ausgebildet werden können.

Die Modellvorstellung sollte der Tatsache Rechnung tragen, daß sich die AG LA im Laufe der Jahre mehr und mehr in Richtung auf eine Media-Analyse entwickelt hat und weiter entwickeln wird, die nicht nur Daten über Zeitschriften, sondern auch über andere Werbeträger zur Verfügung stellt.

Frühzeitig ist Vorsorge zu treffen, daß derartige Erweiterungen die Modellvorstellungen nicht sprengen, sondern zahllos dem bisher schon errichteten Gebäude angefügt werden können. Das gilt übrigens auch für Erweiterungen, zu denen vorläufig noch keine konkreten Vorstellungen über ihre Realisierbarkeit existieren.“

Eine völlige Neuformulierung im Methodenband der MA 74 und MA 75 erschien nicht angebracht, zumal sich

- weder Techniken
- noch Prinzipien

geändert haben. Der wesentliche Grund dafür liegt in der Tatsache, daß wir in diesem Jahr eine Gesamtdarstellung der Entwicklung von dem LpN-Denken bis hin zum heutigen komplexen Medienmodell erwarten dürfen. Daher darf auch diese Methodenbeschreibung der MA 76 stark an die in den Methodenbänden der MA 74 und MA 75 angelehnt werden.

Andererseits sind inzwischen wiederum neue ergänzende und erweiternde Perspektiven aufgetaucht, die es angeraten erscheinen lassen, schon jetzt darüber zu berichten.

A Wir müssen uns zunächst einmal mit einem prinzipiellen Gesichtspunkt von Erhebungen im Bereich der empirischen Sozialforschung befassen. Dazu müssen wir die Theoretiker von Modell-Konstruktionen heranziehen, denn daß wir es im AG MA-Bereich mit einem Modell zu tun haben, dürfte inzwischen auch dem letzten Benutzer media-analytischer Daten deutlich geworden sein. Verdienste hat sich hier die Cowles Commission for Research in Economics erworben, eine gemeinnützige Gesellschaft aus den USA, die den Wahlspruch „Science is measurement“ auf ihre Fahnen geschrieben hat. Wir messen und sind gleichzeitig daran interessiert, daß unsere Maße in jeder Hinsicht vertretbar sind - wie anders sollten wir sie für prognosefähig halten?

In dem Abschnitt über das Redressement haben wir im Prinzip drei Fehlerarten kennengelernt, die unsere Ergebnisse beeinflussen. Das sind:

die „systematischen“ Fehler, die das Erhebungsinstrumentarium selbst betreffen, die „Kunstfehler“ der Stichprobenanlage und die Fehler durch Ausfälle von der Ausgangsstichprobe bis hin zum vertretbaren Interview.

Was wir außerdem sowieso schon kennen, sind die Schwankungsbreiten statistischer Aussagen aufgrund der Tatsache, daß wir es mit Stichproben und dem Repräsentationsschluß zu tun haben - das sind die Vertrauensgrenzen, innerhalb derer der Schluß von der Stichprobe auf die Grundgesamtheit erfolgt. Unsere Modelltheoretiker sagen dazu, daß die Amerikaner sind, „errors“

Sie sagen aber weiterhin, daß es darüber hinaus auch noch „disturbances“ oder „shocks“ gibt (was genau genommen nicht ganz dasselbe ist)

Angenommen, man könnte kurz hintereinander dieselben Befragten zu demselben Gegenstand befragen, so würden die Auskünfte der Befragten stets etwas voneinander abweichen. Die Gründe dafür sind vielfältig. Die unwägbaren Einflüsse der Befragungssituation gehen von der momentanen Bereitschaft und Aufgeschlossenheit des Befragten über die Fertigkeit des Interviewers zur Aktivierung des Befragten, die gegenseitige Akzeptanz, dem Verständnis des Interviewers gegenüber den Aussagen des Befragten, der seine Antwort selbst wieder aus möglicherweise sehr exogenen Störeinflüssen her gesteuert gibt (andere Personen, z. B. Kinder im Befragungsraum; aber auch Tabus und andere Mentalreservate) bis hin zu der Bereitschaft des Interviewers, die von ihm in bestimmter Weise verstandene Antwort auf den Fragebogen zu übertragen. Das gilt auch für unsere strukturierten Fragebögen.

Das Phänomen, um das es hier geht, ist prinzipieller Natur. Der Befragte gibt uns mit der Auskunft, wie sie sich auf dem Fragebogen manifestiert, eine zufallsgesteuerte Aussage - eine Aussage, die Störungen - „disturbances“ - ausgesetzt ist. Mehr kann er gar nicht. Sogar auf scheinbar „objektive“ Auskünfte trifft das zu - z. B. auf das Alter (und das nicht nur bei Frauen). Wir können uns praktisch kein Merkmal im Bereich unserer Befragungen denken, das nicht solchen „stochastischen“ - also zufalls-gesteuerten - Einflüssen ausgesetzt ist.

Um keine Mißverständnisse aufkommen zu lassen, es muß nicht (und ist es meist auch nicht) Absicht des Befragten sein, abweichende Auskünfte zu demselben Gegenstand zu geben - je nachdem, in welcher Situation die Befragung stattfindet. Der Prozeß spielt sich weitgehend unbewußt und von der Verunsicherung her unkontrollierbar ab.

Was ist die Aussage des Befragten aber dann noch wert? Nun, wir postulieren einfach, daß diese Störeinflüsse unkontrollierbar zufällig auftreten, daß sie pro Person einer statistischen Verteilung unterliegen, die einen individuellen Mittelwert aufweist. Was wir feststellen suchen, ist dieser Mittelwert. Das ist und zwar unabhängig und prinzipiell die einzige Möglichkeit, Auskünfte von Befragten zu bewerten. Wir definieren diesen Mittelwert als unsere Wirklichkeit

Müßlich ist nur, daß wir den Mittelwert nicht kennen und daß wir auch praktisch keine Möglichkeit haben, ihn pro Individuum durch mehrfaches Befragen empirisch zu ermitteln

Also bedienen wir uns eines Tricks, der zudem durch die Tatsache angezeigt ist, daß uns in unseren Stichprobenuntersuchungen gar nichts anderes übrigbleibt, als Gruppen-Aussagen zu machen. Der einzelne zählt in der Stichprobe nichts. Aus dieser Not können wir jetzt sogar eine Tugend machen. Im Redressementbereich haben wir das auch schon getan

Wir ersetzen den - unzugänglichen - individuellen Mittelwert durch einen approximativen Gruppenmittelwert, wobei wir auf eine homogene Gruppe abzielen, von deren Angehörigen wir annehmen dürfen, daß die Neigung zur Abweichung um den Individualmittelwert in etwa gleich groß ist. Mit anderen Worten: Die Individualmittelwerte sollten um den Gruppenmittelwert nur geringfügig streuen. Es ist nicht neu, daß wir das tun; neu ist unser Bewußtsein darüber.

Wenn wir das Alter einer Gruppe als Altersklasse auffassen, so ist das bereits ein Beispiel dafür. Im Medienbereich segmentieren wir. Die Segmentierung als heuristisches Verfahren ersetzt die genauere Korrelationsanalyse.

Das bedeutet: Wir fragen die Individuen nach vielen Sachverhalten über den Untersuchungsgegenstand - die Konfrontationswahrscheinlichkeit - hinaus. Wir ermitteln die Rangordnung des korrelativen Zusammenhangs zwischen diesen übrigen Merkmalen und dem aktuellen Medienkonsum, also der Manifestation der Konfrontationswahrscheinlichkeit im letzten Erscheinungsintervall. Dieser Rangordnung folgend bilden wir Segmente - erst anhand des am besten diskriminierenden Merkmals (was meist die Frequenzangabe ist), dann mit Hilfe des zweitbesten Merkmals (was manchmal die Frequenzsumme über alle Zeitschriften ist, also eine Angabe über ein allgemeines Kommunikationsverhalten) und so fort.

Wir stellen durch dieses Vorgehen sicher, daß die von uns gebildeten Segmente unserer Forderung nach Homogenität in bezug auf die Nutzungswahrscheinlichkeit eines Mediums weitgehend entsprechen. Deswegen können wir den Mittelwert des Segments mit ausreichender Genauigkeit als Schätzwert für den individuellen Mittelwert verwenden

Um es zusammenzufassen: Wir haben es in unseren Erhebungen mit einer prinzipiellen Unschärfe der Methode zu tun, die durch keinerlei Maßnahmen zu beseitigen ist. Wir müssen uns auf Gruppenmittelwerte beschränken. Sie sind die einzigen verfügbaren Indikatoren für Individualmittelwerte in Stichproben.

Halten wir fest, wir haben es also aus prinzipiellen erhebungstechnischen Gründen mit Wahrscheinlichkeiten zu tun. Und verwechseln wir bitte diese Art von Wahrscheinlichkeiten nicht mit dem Befragungsgegenstand der Konfrontationswahrscheinlichkeit. Dort ist die Wahrscheinlichkeit ein theoretischer Begriff außerhalb von „shocks“ und „errors“; dort brauchen wir des Prognosezwecks wegen „Erwartungswerte“. Die Nutzungswahrscheinlichkeit ist das Maß für

unseren Untersuchungsgegenstand, beidessen Messungsvorgang wir „shocks“ und „errors“ ausgesetzt sind.

B Diese Überlegungen legen nun den Versuch nahe, das Wahrscheinlichkeitstheoretische Modell der Mediannutzung neu zu überdenken

Wenn wir davon ausgehen, daß prinzipiell jedes Erhebungsmerkmal nur in Grenzen genau ermittelt werden kann, müssen wir etwa folgende Kette akzeptieren:

Das Individuum besitzt eine bestimmte Wahrscheinlichkeit,

- a) einer irgendwie definierten Zielgruppe anzugehören, wobei wir diese Wahrscheinlichkeit in die Definitionsbestandteile auflösen können (z. B. Alter, Geschlecht, Gemeindegrößenklasse usw.);
- b) dem weitesten Leserkreis einer Zeitschrift anzugehören,
- c) Leser pro Nummer zu sein

und so fort.

Unsere grobe Formulierung bedarf einiger Präzisierung.

Die Kette von Wahrscheinlichkeiten besteht aus Gliedern, die tatsächlich zueinander in einem engen Verhältnis stehen: Jedes folgende Glied ist an die vorhergehenden gebunden. Wir haben es mit sogenannten bedingten Wahrscheinlichkeiten zu tun

Nennen wir

- p(a) die Wahrscheinlichkeit, zur Zielgruppe zu gehören und  
p(b/a) die Wahrscheinlichkeit, zum weitesten Leserkreis zu gehören - unter der Bedingung, daß man zur Zielgruppe gehört, dann beginnt die Kette mit:

p(a) p(b/a)

Weiter sei

p(c/a, b) die Wahrscheinlichkeit, LpN zu sein, wenn man zum WLK und zur Zielgruppe gehört.

Das ergibt als Kette der Ereignisse a bis c:

p(a) p(b/a) p(c/a, b)

Der Gesamtausdruck ist relativ uninteressant. Wir brauchen nur diejenigen partiellen Ausdrücke darin wiederzufinden, die wir aus unserer bisherigen Erfahrung kennen

p(c/a, b) ist unsere Nutzungswahrscheinlichkeit, also das, was wir schlicht mit p bezeichnen

( Diese zunächst recht abstrakt erscheinende Erörterung hat jedoch unmittelbare Konsequenzen in mehreren Stellen

(deretwegen die hier formelmäßig beschriebenen Beziehungen überhaupt nur aufgestellt werden):

In der Diskussion befindet sich die Abgrenzungsfrage, wie weit die AG-MA ihre Daten erheben sollte, nachdem als grundsätzliche Grenze die Verantwortlichkeit der Werbeträger angesehen wird.

Betrachtet man die Kette der bedingten Wahrscheinlichkeiten, so läßt sich diese prinzipiell noch ein ganzes Stück weiter führen - zum Seitenkontakt und darüber hinaus zum Anzeigenkontakt (zur Apperzeption der Werbewirtschaft). Sobald ein Element des Werbemittels hineinkommt, also bereits bei der bedingten Wahrscheinlichkeit der Wahrnehmung einer Anzeige, sofern eine Seite aufgeschlagen wurde, scheint diese Grenze überschritten. Wenn man das nicht so sieht (und es gibt solche Stimmen), dann muß modellgerecht die Existenz einer Eigenschaft des Individuums postuliert werden, die gegenüber einem Titel über einen ausreichend langen Zeitraum stabil bleibt und als bedingte Wahrscheinlichkeit aufgefaßt werden kann, mit einer (durchschnittlichen?) Anzeige konfrontiert zu werden. Und es muß noch eine Methode dafür angegeben werden, aus der durch Verrrechnung diese Wahrscheinlichkeit hergeleitet werden kann.

Die Kette bedingter Wahrscheinlichkeiten läßt eine individuelle Behandlung einzelner Medien zu. Die Erörterungen 1970 um die elektronischen Medien, die nachfolgenden Veränderungen in deren Erhebungsbereich lassen sich, ohne daß das hier im Detail nachvollzogen werden muß, in diese neue Betrachtungsweise einfügen und als spezielle Ausprägungen davon interpretieren.

Die Konsequenz der Wahrscheinlichkeitstheoretischen Begründung des Modells schafft Freiheiten für den Erhebungsteil. Man wird wahrscheinlich jetzt an mehreren Stellen versuchen, angepaßte Merkmalsbereiche aufzufinden. Im Medienbereich könnte dies z. B. auf die Plakate zutreffen, deren Passage-Wahrscheinlichkeit bis heute nicht recht befriedigt - und in der Untersuchung der AG-MA nicht enthalten ist.

Für die Zielgruppenmerkmale wird es darum gehen, sozial-kommunikative Schichten und Lebenszyklen oder Konsum und Besitz als Wahrscheinlichkeitstheoretische Einheiten zu begreifen, was der Prognose-Eignung entgegenkommt

Im Erhebungsbereich sind andererseits aber auch gewisse Forderungen die Folge des Überdenkens der Modellvorstellung. Namentlich wenn es darum geht, geeignete Merkmale aufzufinden, um damit die Medien-Segmentierung durchzuführen. Oder wenn die Problematik der sozio-kommunikativen Schichten neu überdacht wird daraufhin, aus welchen Bestandteilen sie sich unter Umständen zusätzlich oder anstatt der bisherigen Komponenten zusammensetzen sollten. Überhaupt erscheint der eigentliche Zweck, prognosefähige Daten für die Mediaplanung zu liefern, durch die Wahrscheinlichkeitstheoretische Betrachtung immer stärker in den Vordergrund der Aktivitäten der AG-MA zu rücken, wie die Diskussionen der Technischen Kommission um „mittel- und langfristige Forschungsprobleme der AG-MA“ ausweisen

Das gilt ganz besonders für die Berechnungen von den Einflüssen des Wertbeitrags auf die Wertwirkung. Unser Modell impliziert die Unabhängigkeit der Nutzungswahrscheinlichkeiten eines Individuums gegenüber verschiedenen Medien. Es kann allerdings nicht in dieser Methodeneinstellung dargestellt werden, wie sehr diese Unabhängigkeit intransparenter Modellbestandteil ist, welche Konsequenzen das für den Prozess des Entstehens von Wertwirkung hat und wie dies aussieht, wenn man Abhängigkeiten einführt.

Darauf gibt es auch bereits bei den Modellberechnungen - z.B. der Cowles Commission - Hinweise. „Dauerkosten“ sind nicht notwendig additiv zu verwenden, wie dies aus weiteren Gründen (siehe hier unten) jetzt geschieht.

Für den Augenblick dürfen diese Ausführungen genügen, um uns über den gegenwärtigen Stand der theoretischen Modell-Grundlagen zu informieren, von deren Historizität sich die praktischen Tätigkeiten der ACMA und der Bezugsgeber Daten ableiten.

((318)) Anhang 57

Einfluß der diskriminierenden Merkmale auf die p-Wert-Berechnung

MA77 Segmentationen - Nutzung der Merkmale

Zeitungen

Merkmal	1. Ebene	2. Ebene	3. Ebene	4. Ebene	5. Ebene	6. Ebene	Gesamt
1. Geschlecht					2		2
2. Schulbildung			1	4	1	1	7
3. Konfession			1		1		2
4. Familienstand							
5. Alter		3	19	9	10	1	42
6. Berufstät. d. Befragten			1	3			4
7. Beruf Befragter			4	1	1		6
8. Beruf HHV		1		3	4		8
9. Personen im Haushalt			3	7	2	2	14
10. Nettoeinkommen			1	2	4	1	8
11. Bundesland			4	7	4		15
12. Gemeindegröße		1		3	4		8
13. K.M. Zeitschr.		3	6	6	8	2	25
14. Anzahl Besuche				5	5		10
15. Frequenz	11	13	2	2	2		30
16. K.M. Zeitungen		1	1	2			4

MA77 Segmentationen - Nutzung der Merkmale

Zeitschriften

Merkmal	1. Ebene	2. Ebene	3. Ebene	4. Ebene	5. Ebene	6. Ebene	Gesamt
1. Geschlecht		1	1	4	9	2	17
2. Schulbildung			6	10	15		31
3. Konfession			3	5	15	1	24
4. Familienstand				1	1	1	3
5. Alter		14	74	131	133	11	363
6. Berufstät. d. Befragten			2	7	16	1	26
7. Beruf HHV		5	17	34	54	8	118
8. Personen im Haushalt			13	28	42	4	87
9. Nettoeinkommen			11	23	59	5	98
10. Bundesland		15	69	102	104	4	294
11. Gemeindegröße		3	20	46	60	6	135
12. K.M. Zeitschr.		3	23	41	79	8	154
13. Anzahl Besuche		3	13	37	64	5	122
14. Beruf Befragter			3	15	24	1	64
15. Frequenz	79	111	44	17	17	3	271

845

846

MA77 Segmentationen - Nutzung der Merkmale

Regional Zeitungen

Merkmal	1. Ebene	2. Ebene	3. Ebene	4. Ebene	5. Ebene	6. Ebene
1. Geschlecht						1
2. Schulbildung						2
3. Konfession						
4. Familienstand				3	3	4
5. Alter						
6. Berufstät. d. Befragten						1
7. Beruf Befragter					1	3
8. Beruf HHV				1		2
9. Personen im Haushalt						2
10. Nettoeinkommen			1	1	4	8
11. Bundesland					3	3
12. Gemeindegröße			1	2	2	6
13. K.M. Zeitschr.				1		
14. Anzahl Besuche			1			
15. Frequenz	1	1	1		3	
16. K.M. Zeitung		1	1			



MA77 Segmentationen - Nutzung der Merkmale

Fernsehen

Merkmal	1. Ebene	2. Ebene	3. Ebene	4. Ebene	5. Ebene	6. Ebene	Gesamt
1. Geschlecht		1			5	1	7
2. Schulbildung				2	11		13
3. Konfession			1		6	2	9
4. Familienstand					1		1
5. Alter	4	23	25	37	48	2	139
6. Berufstät. d. Befragten		1	3	3	10	1	18
7. Beruf Befragter			1	7	8		16
8. Beruf HHV			9	17	28	1	55
9. Personen im Haushalt		1		15	25	1	42
10. Nettoeinkommen			3	9	27	1	40
11. Bundesland		5	7	11	26		49
12. Gemeindegröße			7	16	23	1	47
13. K.M. Zeitschr.		11	24	52	53	3	143
14. Anzahl Besuche		2	7	13	32		54
15. Frequenz	24	9	11	10	11		65
16. K.M. Fernsehen	4	11	26	26	32	1	100

847

848

MA77 Segmentationen - Nutzung der Merkmale

Kino

Merkmal	1. Ebene	2. Ebene	3. Ebene	4. Ebene	5. Ebene	6. Ebene
1. Geschlecht						
2. Schulbildung						
3. Konfession						
4. Familienstand						
5. Alter		1			1	
6. Berufstät. d. Befragten				1		
7. Beruf Befragter					1	
8. Beruf HHV						
9. Personen im Haushalt			1		3	
10. Nettoeinkommen				1		
11. Bundesland			2	2	3	
12. Gemeindegröße				1		
13. K.M. Zeitschr.				2	6	
14. Anzahl Besuche				1		
15. Frequenz	1	1	1			

Auszug aus der Methodenbeschreibung der MA 76 "Das Redressement" aus: Methodenband MA 76, Seite 9 - 16

B Das Redressement

I Allgemeine theoretische Begründung

Die Benutzer der AG MA-Erhebungen schließen von den Verhältnissen in der untersuchten Stichprobe auf die Verhältnisse in der Grundgesamtheit. Diese Schlussweise ist an die Voraussetzung geknüpft, daß die Stichprobe ein repräsentatives Abbild der Grundgesamtheit darstellt. Deswegen spricht der Statistiker auch vom Repräsentationsschluß

Es gibt eine Reihe von Gründen, warum diese Voraussetzung nie ganz erfüllt ist, sondern immer nur annäherungsweise. Dazu gehören systematische (Erhebungs-) Fehler wie z. B. unzuweckmäßige Fragen, ungeeignete Filter usw. Es gehören dazu die unmeßbaren Einflüsse aus der Befragungssituation (die dennoch ihre Auswirkungen auf spätere Schlußfolgerungen haben), wie z. B. größere oder geringere Geschicklichkeit des Interviewers, Ermüdungserscheinungen, Ungeduld, Verständnislösigkeit auf beiden Seiten - beim Befragten und beim Befragter usw. Diese Informationsverfälschungen können unter Umständen noch angereichert werden durch technische Mängel bei Übertragungsfehler, Codierfehler usw. In jedem dieser Fälle jedoch entstehen immerhin noch Informationen

In einer bestimmten Zahl von Fällen entsteht aus der Stichprobe hingegen erst gar keine Information. Auch dafür gibt es verschiedene Möglichkeiten. Informationen entstehen z. B. nicht, wenn die Stichprobe insofern nicht repräsentativ angelegt ist, als ganze Populationsteile nicht repräsentiert werden; allgemeiner gesagt: wenn „Kunstfehler“ bei der Festlegung der zu befragenden Personen sind (manche sind unvermeidbar, etwa bei Fortfall der Adresse), oder es kann im Anfangsstadium der Befragung (z. B. durch unrichtige Personalauswahl im Haushalt) eine Informationslücke entstehen. Das führt im Prinzip zu unkontrollierbaren Verzerrungen

Daneben gibt es Verzerrungen, die bis zu einem gewissen Grad übersehbar, kontrollierbar sind, d. h. sich zumindest der Zahl nach feststellen lassen. Sie rühren von den Ausfällen her, die auf dem Wege von der Ausgangsstichprobe bis zu den verwertbaren Interviews entstehen. Die Gründe dafür sind vielfältig. In jedem Methodenband der AG MA sind sie in Hauptgruppen zusammengefaßt angegeben. Die Systeme daran nimmt nicht

ganz mit der hier aufgeführten überein. Die sogenannten qualitätsneutralen Ausfälle decken nämlich nur zu einem Teil „Kunstfehler“ ab. Nicht enthalten sind in diesen Tabellen alle nicht erkennbaren Fehler, wie Veränderungen in der Grundgesamtheit zwischen dem Zeitpunkt der generellen Stichprobenfestlegung und der aktuellen Befragung usw.

Wir haben zweierlei zu bedenken, wenn wir diesem Phänomen der Einflüsse auf die Stichprobe bekommen wollen:

Einmal ist die Zahl der Fehlerquellen sehr groß. Im systematischen Bereich ist und bleibt stets Behnhen die einzige Abhilfe. Das gleiche gilt für die Befragungssituation. Training und Kontrolle sind angebracht und nötig und werden praktiziert

Zum ändern ist im statistischen Bereich hingegen guter Rat teuer. Es geht noch, soweit „Kunstfehler“ überschaubar sind. Den Schwedenschlüssel etwa kann man kontrollieren, alte Adressen kann man einfach weglassen und vergleichen. Bei den echten Ausfällen setzen Zeit, Kosten, manchmal der Befragungsgegenstand selbst (für Stichprobenerhebungen z. B.) enge Grenzen dafür, die Zahl der „Nichterreichten“ und „Verweigeren“ - wie man grob zusammengefaßt sagt - zu reduzieren. Erschwert werden die speziellen Bemühungen einzelner Befragungen durch Trends, die überall in der empirischen Sozialforschung zu beobachten sind, so eine Art wachsende Unwilligkeit oder Unlust zum Interview - aus welchen Gründen auch immer. Schließlich entscheiden sich die im dunkeln bleibenden Kunstfehler der Stichprobenanlage völlig der Einflußnahme.

Die Folge dieser zweiten Art der Fehlerquellen (Kunstfehler wie Ausfälle) ist jedenfalls ein Informationsverlust, der den Schluß von der Stichprobe-Aussage auf die Verhältnisse in der angestrebten Grundgesamtheit zumindest erschwert, also erheblich unsicherer sein läßt, als hätte man nur die statistischen Vertrauensgrenzen zu bedenken.

In dem Aufsatz von Friedrich Wendi „Ausfälle - ein Stichprobenproblem der Marktforschung“ (in „Media-Forschung in Deutschland - Festschrift für Ernst Braunschwig“, Arbeitsgemeinschaft Leseranalyse e. V., Media-Micro-Census GmbH, Baurbrunn 1968, S. 107) wird darauf verwiesen, daß es sicher eine Grundgesamtheit gibt, für die die tatsächlich erreichte Stichprobe mit ihren Informationen repräsentativ ist. Es heißt dort: „Wir definieren einfach die Grundgesamtheit neu. Das ist selbstverständlich ein Trick, aber ein recht hilfreiche“

Als Grundgesamtheit definieren wir diejenigen Zielpersonen, die zu erreichen wären, wenn wir mit dem gleichen Stichprobenverfahren immer und immer wieder Stichproben ziehen und befragen würden. Dabei gehen wir davon aus, daß die Ausfälle von der Ursache her mehr oder weniger auf konstanten Eigenschaften der Befragten beruhen. Infolgedessen bekommen wir bei noch so häufiger Wiederholung der gleichen Befragung nur Personen aus bestimmten, eingegrenzten Teilgruppen der ursprünglich angestrebten Grundgesamtheit. Die Ausfälle filtern also ganz bestimmte Teile der Gesamtbevölkerung aus. Was bleibt, ist unsere neu definierte Grundgesamtheit. Für diese können wir unsere Aussagen ohne Einschränkungen (oder irgendein schlechtes Gewissen) aus der Stichprobenerhebung, die wir gerade vorliegen haben, ableiten, es gelten natürlich die bekannten Fehlergrenzen

Ehrlicherweise hätte man die Grundgesamtheit aller Marktforschung also neu zu definieren, etwa als den Teil der Bevölkerung, der relativ leicht erreichbar ist, der so wenig mobil ist, daß er nach einer zumutbaren Zahl von Wiederholungsbesuchen anzutreffen ist, der bereit ist, sich einer Befragung zu stellen und nicht verweigert und so fort ...

Wir müssen uns nur fragen, ob uns das tatsächlich hilft. Denn in der Medienplanung wird man schließlich seine Zielgruppendefinition durch zum Teil recht wunderliche Merkmale beschränken, wie etwa die Wahrscheinlichkeit, dem Interview nicht folgen zu können oder zu wollen. Wenn es um die sehr mobilen Teile der Bevölkerung geht, die meist reduziert repräsentiert werden, so wird man darauf nicht einmal verzichten können. Mit andern Worten: Wir können nicht darauf verzichten, die angestrebte Grundgesamtheit auch weiterhin anzustreben

Dann aber müssen wir uns mit dem Gedanken vertraut machen, daß wir mit unseren Erhebungen trotz aller Bemühungen noch immer eine beträchtliche Ausfallquote und damit eine gelegentlich recht erhebliche Verzerrung der Ergebnisse im Kauf zu nehmen haben, vor allem bei kleinen, extrem strukturierten Zielgruppen

Man strebt die AG MA immer wieder und immer wieder neu nach einer Verbesserung der Stichprobenanlage und der Ausschöpfung einer Ausgangsstichprobe. Das AG MA-ADM-Stichprobensystem - erstmals in der MA 72/1 angewandt und das neue Feldmodell - erstmals in der MA 73 eingesetzt - sind die wichtigsten Maßnahmen auf diesem Gebiet. Dennoch bleibt ein Ausfallrest, selbst wenn nahezu unbegrenzt Zeit und Geld zur Verfügung stehen würden. Diesem Rest sucht man durch Erfahrung und statistische Verfahren bezukommen. Hierzu bedient man sich denselben Prinzipien wie bei der Befragung auch

Wir wollen prognostizieren, also sowieso die Verhältnisse von morgen aus denen von heute ableiten, und tun dies auf die einfachste Weise, indem wir Eigenschaften, die über einige Zeit stabil bleiben, die also auch noch im Prognosezeitraum gültig und, aus Erhebung und Verrechnung ermittelbar.

Dazu brauchen wir die Berechnung von Wahrscheinlichkeitsverteilungen, deren allgemeinen Mittelwerte für je sich homogene Gruppen sind. Wir bestimmen solche Gruppen mit Hilfe von Merkmalen, die möglichst einheitliche korrelative Beziehungen zu unserem eigentlichen Befragungsmerkmal aufweisen. Dieses Vorgehen ist jetzt abzuwandeln. Es geht nicht mehr darum, Mittelwerte für Erreichte zu berechnen, sondern Mittelwerte für Nichterreichte! Wie immer müssen wir mit Annahmen arbeiten

So der AG MA haben wir es mit dem Konsum vieler Medien zu tun. Wir unterstellen, daß der Medienkonsum auf eine allgemeine personengebundene Eigenschaft zurückgeht, eine Art Kommunikationsneigung, die ganz allgemein eine Aufteilung in homogene Teilgruppen zuläßt. Ähnlich haben wir ja bereits bei den interkommunikativen Schichten argumentiert

2 Merkmale und Merkmalskombinationen für das Redressement

Jetzt brauchen wir nur noch Merkmale, die uns eine solche Aufteilung in homogene Teilgruppen gestatten. Sicher wäre es keine allzu schwere Angelegenheit, aus dem Material der AG MA-Erhebungen selbst also im eigenen Saft geeignete geeignete Merkmale anzugeben. Man weiß z. B., daß die Adressierbarkeit eines Gebiets unmittelbar damit verwandte Phänomene. Jeder nutzt eine das nur wenig, denn unser Problem ist es gerade, daß wir in unserer Erhebung im allgemeinen die Teilgruppen nicht vollständig struktur-genaue repräsentiert haben. F- und G-Gruppen, die sind stark unterrepräsentiert, was dazu führt, daß andere im Verhältnis dazu überrepräsentiert sind. Und wir können weder Richtung noch Ausmaß Mängelhaften Aufprüfungen leider nicht weg

Wenn wir die Homogenität der Medienkommunikation in jeder Teilgruppe benutzen wollen, müssen wir wissen, wie groß genau der Anteil der Teilgruppen an der Stichprobe sein soll, d. h. wir müssen die Verhältnisse in der angestrebten Grundgesamtheit kennen. Diese Kenntnis besitzen wir jedoch, was die Anzahl der Merkmale und die Zuverlässigkeit ihrer Strukturierung angeht, nur unvollkommen. Die praktische einzige Quelle dafür ist die Amtliche Statistik. In der Schweiz versucht man, durch Teilbefragung - auch in der Nachbarschaft - wenigstens einiges über die ausgefallenen Befragten zu erfahren. Das kann helfen, als Maßnahme allein reicht ein solches Vorgehen jedoch nicht aus. Bevor wir uns jedoch mit dem diffizilen Gegenstand der Amtlichen Statistik abgeben, wollen wir uns der weiteren Verwendung derartiger Angaben zuwenden

Selbst wenn die statistischen Unterlagen ganz genau zur Verfügung stünden, so ist doch erst einmal zu prüfen, ob und inwieweit diese Angaben optimal dem gedachten Zweck entsprechen: inwieweit sie also geeignet sind, die Homogenitätsforderung zu erfüllen. Man wird unterteilen können, daß je größer die Stichprobe ist, je mehr Teilgruppen (oder Zellen) man also zu bilden imstande ist, um so eher enander ähnliche Personen die jeweilige Zelle ausfüllen. Auch wird man größere Homogenität erwarten dürfen, je kleiner die Zelle ist. Eine Person wäre extrem homogen

So oder ähnlich könnte man weiter argumentieren. Glücklicherweise ist die Unvollkommenheit bereits in das System eingebaut und bewahrt uns daher vor zu artifiziellen Bemühungen

Es gibt zwei Gesichtspunkte, die die Überlegungen zur Homogenität auf ein vernünftiges Maß reduzieren und zugleich erkennen lassen, daß wir es mit einem prinzipiellen Unvermögen jeder (auch noch so gut ausgeschöpften) Stichprobe zu tun haben, und daher unsere Anstrengungen um eine Zellenbildung zur Vermögen Korrektur der Ausfall-Erscheinungen auch nicht weiter zu treiben brauchen, als es die Stichprobentheorie ohnehin nur zuläßt

Zum einen sind unsere Stichprobengrößen immer und zwingend viel zu klein, um auch nur annähernd eine realistische Repräsentanz der Merkmalskombinationen zuzulassen, die nun einmal in unseren Befragten vorkommen. Wegen dieser Vielfalt werden solche Befragungen aber unternommen. Zum zweiten ist eine solche Repräsentanz an eine bestimmte Mindestzellengröße gebunden, wenn man einigermaßen statistisch zuverlässige Aussagen machen will.

Also sind die astronomisch vielen Merkmalskombinationen (z. B. 12 Frequenzklassen bei vielleicht zehn Titeln pro Befragtem, also nur die tatsächlich gezogenen gerechnet, ungefähr 80 Milliarden) auf vielleicht gerade noch 1000 vertretbare Zellen (eigentlich strukturgerecht) zu verteilen

Von Stichprobe zu Stichprobe werden wir in dieser Hinsicht voneinander völlig verschiedene Verhältnisse vorliegen haben, und bei der Verwendung der MA-Daten werden wir uns immer auf einige wenige Teilgruppen beschränken müssen, was dazu führt, daß andere im Verhältnis dazu überrepräsentiert sind. Und wir können weder Richtung noch Ausmaß Mängelhaften Aufprüfungen leider nicht weg

### 3. Zellenbildung

Wir müssen uns können und können uns folglich mit einer verhältnismäßig grobmaschigen Zelleinteilung begnügen. Allerdings liefert uns die angewandte Mathematik noch einige Hilfe. Die Korrektur der Ausfallerscheinungen wurde in den Anfängen der Verarbeitung von Marktforschungsergebnissen über Lochkarten durch Doppeln und Entfernen von Lochkarten vorgenommen. Die Zellen der Stichprobe wurden mit den entsprechenden Zellen der Grundgesamtheit verglichen. Stimmt in beiden der Prozentsatz der Gruppenangehörigen an der Population überein, geschah nichts. Waren relativ zu viele Karten im Kartensatz der Stichprobe, wurden per Zufall solange Karten entfernt, bis die prozentuale Gleichheit hergestellt war. Gab es zu wenig Karten, mußten einige per Zufall gedoppelt werden. Manchmal gab es zu wenig Karten pro Zelle, so daß man eine oder mehrere Karten vielfach doppeln mußte; manchmal waren Zellen leer oder nur hielt sie wegen der geringen Fallzahl für unterbesetzt. Dann mußten sie vor dem Doppeln mit anderen „benachbarten“ Zellen zusammengelegt werden, z. B. auch, wenn man außerdem eine oder zwei Kopien einer Karte zulassen wollte.

Wir müssen uns klarmachen, was durch das Doppeln geschieht. Zuerst hatten wir die Homogenitäts-Annahme. Wir unterstellen, daß die Befragten einer Zelle (z. B. aus Alter, Geschlecht, Bundesland gebildet) in bezug auf das allgemeine Kommunikationsverhalten homogen sind, und daß diese Eigenschaft genau so auch auf diejenigen zu übertragen sei, von denen wir keine Information bekommen haben. Wir unterstellen die Konstanz des Zellenmittelwerts. Bei der Herausnahme können wir es sogar kontrollieren, und zwar dann Medium für Medium.

Ist das das Beste oder unter Umständen nur das einzig mögliche Verfahren? Eine typische Segmentierung - wie bei den Medienwürde uns nicht weiterhelfen - wir hätten Münchhausens Zopf vor uns. Lange zurückliegende Überprüfungen der DIVO am LA-Material haben uns gezeigt, daß die Konstanz der Mittelwerte für die einzelnen Titel im allgemeinen nicht gegeben ist. Also scheint eine Extrapolation angezeigt. Reichen unsere Kenntnisse dazu aus? Vorläufig jedenfalls nicht - und wenn schon die Segmentierung teuer wäre, dieses an sich sehr elegante und theoretisch durchaus sachgerechte Vorgehen wäre es erst recht, einmal wegen des zusätzlichen Erhebungsaufwandes, zum anderen aber wegen des Verrechnungsaufwandes. Dennoch, diskutiert sollte es schon werden, denn im Grunde ist und bleibt die augenblickliche Prozedur eine kosmetische Operation.

Wie immer bei solchen Kunstfertigkeiten kann man gegenüber den anfänglichen Techniken vieles verbessern.

Die erste Verbesserung trat ein, als die primitive Kartengewichtung durch eine sogenannte *Einkreis-* oder *Individualgewichtung* ersetzt wurde, als die Computer nämlich statt nur zum Zählen auch zum Rechnen benutzt wurden. Es wurden von da ab für die AG LA beginnend mit der LA 61 (länger ist das noch nicht her!) keine Informationen mehr verarbeitet, wie das bis dahin durch die Herausnahme ganzer Personenkarten geschah, sondern es wurden die Doppelungs- und Her-

nahme- (also Reduktions-) Vorgänge durch einen Verrechnungsfaktor pro Befragter ersetzt, der alle Informationen dieses Befragten entsprechend auf- oder abwertete. Ein weiterer Vorteil war, daß diese Faktorengewichte nicht mehr nur ganzzahlig sein mußten.

Vorteilhaft war ferner, daß der Übergang von der Haushaltsstichprobe zu einer Personensichprobe - wie in den Erhebungen der AG MA erforderlich ist, weil wir von einer Haushaltsstichprobe ausgehen und dann nur eine Person pro Haushalt befragen - im Vorwege jetzt auch gleich rechnerisch erledigt werden kann. Dazu muß man eine „technische“ Gewichtung vornehmen, die eine Multiplikation mit dem Faktor „Anzahl der Personen im Haushalt im Alter von 14 Jahren und mehr“ darstellt, als Operation also einen höheren Sicherheitsgrad aufweist als die eigentliche Faktorengewichtung (die erst nach der technischen Gewichtung erfolgen kann, weil Zahlen der Amtlichen Statistik nur für Personen in ausreichendem Umfang zur Verfügung stehen).

Wenn man allerdings die Angaben der Befragten über die Haushaltsgröße ebenfalls als mit einer gewissen Unsicherheit behaftet ansieht, ist auch die technische Gewichtung eine Faktorengewichtung. Diese Erörterung führt uns auf ein Randgebiet, das auch nicht ganz unwichtig ist - die Terminologie.

Seit der LA 71 haben wir uns angewöhnt, die „technische“ Gewichtung „Transformation“ - also Transformation der Haushaltsstichprobe in eine Personensichprobe - und die Faktorengewichtung dem französischen Sprachgebrauch folgend „Redressement“ zu nennen, was plastischer und präziser den in Frage stehenden Vorgang beschreibt.

Und noch ein weiterer, besonders wichtiger Vorteil ist zu nennen, der allerdings erst eintritt, wenn man sich bei dem Redressement eines iterativen Verfahrens bedient, bei dem also die Zellenangleichung mehrfach hintereinander mit wechselnder Zellenfestlegung vorgenommen wird, die bis zur Definition von Zellen anhand der Ausprägungen nur eines Merkmals reichen kann, also bis zur Angleichung an sogenannte Randverteilungen.

#### 4. Vorgehen MA 76

Diesem Vorgang wollen wir uns am Beispiel der MA 76 verschreiben, die die Amtliche Statistik aus einer 1972-Stichprobe der Volkszählung 1970 zur deutschen Wohnbevölkerung in Privathaushalten zur Verfügung stellt. Über die Beschaffung dieser Daten wird noch zu berichten sein.

Diesem angestrebten Grundgesamtheit entsprechen Daten an weiblichen, die die Amtliche Statistik aus einer 1972-Stichprobe der Volkszählung 1970 zur deutschen Wohnbevölkerung in Privathaushalten zur Verfügung stellt. Über die Beschaffung dieser Daten wird noch zu berichten sein.

Als dieses erstmals für die MA 76 verfügbaren Datenmaterial sind Zählungen durchgeführt worden, aus denen heraus die Entscheidung über die Zelleinteilung für das Redressement möglich wurde.

Die Entscheidung fiel auf folgendes Zellenystem:

1. 600 Zellen aus Geschlecht Alter Gemeindegroßenklassen nach Bostedt Landes (Nordrhein-Westfalen in Ruhrkohlenverband und Rest aufgeteilt)	3 Klassen 5 Klassen 5 Klassen 12 Klassen
2. 135 Zellen aus Regierungsbezirken (z. T. zusammengefaßt) Haushaltsgröße	25 Klassen 5 Klassen
3. 25 Zellen aus Gemeindegroßenklassen nach Bostedt Haushaltsgröße	5 Klassen 5 Klassen
4. 84 Zellen aus Wochentagen Länder (Nordrhein-Westfalen in Ruhrkohlenverband und Rest aufgeteilt)	7 Klassen 12 Klassen

Wir können uns die Zellenbildung wie die Herstellung eines neuen Merkmals vorstellen, so daß wir insgesamt vier Merkmalsbereiche hätten. Die 84 und 25 Zellen konnten unverändert in den Redressementproben eingeführt werden. Die 125 Klassen aus Regierungsbezirken und Haushaltsgrößen waren tatsächlich nur 122. Die 600 Zellen des „1. Redressement-Merkmals“ hingegen mußten noch reduziert werden. Zunächst felen einige Zellen von vornherein aus, weil sie in der Grundgesamtheit nicht vorkamen - Berlin mit den unteren Gemeindegroßenklassen zum Beispiel. Dann aber ergab der Vergleich mit der Stichprobe in Einzelfällen keine oder zu wenig Befragte, als daß man für diese Zelle einen einheitlichen Faktor (Mittelwert) hätte festlegen können. Als Mindestgröße wurden 30 Fälle angestrebt. In Ausnahmefällen wurden selbst nach dem Zusammenlegen von Zellen noch etwas geringere Fallzahlen zugelassen. Diese Prozedur führte zu 195 Zellen (aus 609 ursprünglich).

Anhand der selben Redressement-Merkmale wurden die proportionalen Angleichungen der Befragterzellen an die entsprechenden Zellen der Daten der Amtlichen Statistik in 34 Iterationsschritten vorgenommen. Das führt auf der einen Seite zu immer größerer Genauigkeit, läßt auf der anderen Seite jedoch die Faktoren zum Teil erheblich von dem Wert „Eins“ abweichen, der für eine genau repräsentierte Zelle gilt.

Es gab dabei 3 Fälle (also Befragte) mit Faktorenwerten > 50. Diese blieben in der MA 76 unberücksichtigt.

Nach dem Redressement treten verhältnismäßige Abweichungen zwischen sich in der Größenordnung von einem Befragten im Bereich der 196 Zellen und bis zu drei Befragten im Bereich der 125 Zellen, bei den übrigen Vorgehen sparsam auf 60 000. Der Ordnung halber muß natürlich noch angemerkt werden, daß die Operation des Redressement erfolgt allen Berechnungen des Befragtenmaterials nach die Transformation der Haushaltsstichprobe in eine Personensichprobe vorherging, so daß große Abweichungen z. T. darauf zurückzuführen sind.

Schließlich muß auch noch bemerkt werden, daß für im Datensatz der MA 76 aufgenommenen Faktoren erst noch einen Normierungsgrad unterworfen wurden, der an der Relation der Faktoren zu Befragten nichts geändert hat. Er sollte nur dafür sorgen, daß die Summe aller Faktorengewichte gleich der Anzahl der Befragten, nämlich gleich 17 012, sei. Das hat zur Folge, daß man für die Berechnung von Vertrauensgrenzen ausschließlich genau die Summe der jeweiligen Faktorengewichte anstelle der nicht mit ausgedruckten Fallzahl verwenden kann. Allerdings sind die Faktorengewichte zur Verwendung der Kommastriche noch mit 10 multipliziert worden.

Für die Haushaltsausgaben sind auch noch die untransformierten, aber redressierten Daten auf 17 012 - die Zahl der befragten Haushalte - normiert worden.

Damit ist der eigentliche Redressement-Vorgang beschreiben. Das Beispiel der MA 76 ist jedoch noch nicht vollständig, und wir haben noch nicht über die Herkunft der Daten der Amtlichen Statistik berichtet. Beides hängt eng miteinander zusammen.

#### 5. Die amtlichen Unterlagen für das Redressement

Das bei MA 76 verwendete amtliche Datenmaterial und die Stichprobengrundlagen sind vom Gebietsstand her nicht gleich. Das amtliche Material entstammt der Volkszählung 1970.

Bei der Ziehung der Stichproben wurde, was die Kennziffern der Gemeinden angeht, ein Gebietsstand verwendet, der entweder dem 1. 1. 1970 oder dem 31. 12. 1969 entsprach. In der Zwischenzeit hätten sich jedoch bei mehreren Bundesländern die Gebietsstände durch die Gemeindeformänderung; das mußte nachträglich berücksichtigt werden. Aus Gründen der rationalen Verarbeitung wurde die Hauptdatei, bestehend aus den Informationen aller innerzeit gezogene 100 Stichproben, herangezogen, und dort alle Gemeindegroßenklassen, die sich durch Gebietsänderungen verändert hatten, auf den neuesten Stand gebracht. Gleichzeitig wurden die statistischen Informationen, die allerdings noch auf den fortgeschriebenen Zahlen (Stand 1. 1. 1970) beruhen, entsprechend bereinigt. Das Einpassen der neuesten Informationen aus der Volkszählung 1970 war noch nicht möglich, da eine kostengünstige Lösung noch nicht gefunden werden konnte.

Aus der Hauptdatei der 100 Stichproben wurden die 18 bei der MA 76 entzogenen Stichproben extrahiert. Über die alte Gemeindegroßenklassen wurde die Gebietsstandsveränderung 1970 auf das Urbild für die weitere Arbeit übernommen. Dieser Gebietsstand sowie die zum Zeitpunkt der Volkszählung verschiedenen Gemeindegroßenklassen liegen auch dem Datensatz der MA 76 zugrunde. Es versteht sich von selbst, daß dazu ein Computer nicht mitgeliefert werden kann. Es ist auf zwei Veröffentlichungen des Statistischen Bundesamtes verwiesen: Statistische Kennziffern der Gemeinden und Verwaltungsbezirke in der Bundesrepublik Deutschland, Ausgabe 1970 und Nachlieferungen herausgegeben Statistisches Bundesamt (Verlag: W Kohlhammer GmbH, Stuttgart und Mainz).

Amliches Gemeindeverzeichnis für die Bundesrepublik Deutschland, Ausgabe 1971 oder Ausgabe 1974, diese allerdings mit dem Stand 1973. Herausgeber und Verlag: dieselben.

Man sollte meinen, daß es recht einfach wäre, die amtlichen Unterlagen zu erhalten, die den statistischen Erfordernissen von Marktforschungsuntersuchungen entsprechen. Leider ist das nicht der Fall.

Die Untergliederungen der Veröffentlichungen entsprechen, da sie aus ganz anderen Erwägungen heraus entstanden sind, denen der Marktforschungsuntersuchungen gar nicht oder unvollständig. Es gibt jedenfalls immer wieder Abweichungen sowohl in der Definition des statistischen Sachverhalts als auch in der Abgrenzung der Kategorien. Ferner ist die Amtliche Statistik durch Totalerhebung und Fortschreibung in großen Schwierigkeiten, weil sich gelegentlich erweist, daß die Fortschreibungen nicht stimmen. Der „Mord“ von Ein-Personen-Haushalten z. B. ist allen Eingeweihten in nicht nur amüsanten Erinnerung. Schließlich trägt die sukzessive Gebietsreform noch zusätzlich zur Verwirrung bei. Kurzum, wir haben es mit einem Debakel zu tun, das leider noch einige Zeit anhalten wird. Die Beseitigung dieses Zustandes erfordert nicht nur Abwarten, sondern sicher Aktivität auf seiten der Verwender von Daten der Amtlichen Statistik. In früheren Jahren hat es sogar auf europäischer Ebene etwas Derartiges gegeben. Ein „Ausschuß zur Förderung der Marktforschung auf europäischer Ebene“ befürzte sich im Rahmen der OEEC damit. Diesem Ausschuß gehörte auch der Präsident des Statistischen Bundesamtes – damals Dr. Fürst – an. Angesichts der Schwierigkeiten auf allen Seiten sind die Bemühungen allerdings wieder eingeschlafen.

Hoffnung auf Besserung läßt sich aus zwei Gründen schöpfen. Zum einen wird die Amtliche Statistik durch den Micro-Zensus um Erhebungsbereich flexibler; zum andern profitiert auch die Amtliche Statistik mehr und mehr vom Fortschritt der EDV und kümmert sich in wachsendem Maße um Datenbanken. In diesen Prozeß hinein geraten die Bemühungen der AG.MA um vernünftige Redressement-Unterlagen aus dem Material der Volkszählung 1970.

Normative Angaben aus der Amtlichen Statistik stehen in der notwendigen Untergliederung für das Redressement nur aus den Volkszählungen zur Verfügung. Bei der MA 73 mußten wir uns noch damit begnügen, bereits gezählte und veröffentlichte Daten aus der Amtlichen Statistik zu benutzen, die noch nicht in allen Untergliederungen unseren Bedürfnissen entsprachen. Daher beschloß der Arbeitsausschuß auf seiner Sitzung am 5. September 1971 auf Empfehlung der Technischen Kommission, die benötigten Informationen direkt beim Statistischen Bundesamt auszuholen zu lassen.

Zu diesem Zeitpunkt hatten vorläufige Gespräche mit dem Statistischen Bundesamt bereits stattgefunden, und die erforderliche Genehmigung zur Sonderauszählung lag vom Statistischen Bundesamt vor. In den Methodenbeschreibungen vorangehender Berichtsbinden wurde auf das Kernproblem bereits hingewiesen, es soll jetzt detaillierter dargestellt werden.

Die Amtliche Statistik verwendet mehrere Begriffe der Bevölkerung, angefangen bei der wohnberechtigten Bevölkerung: „Hierzu zählen alle in der Gemeinde wohnhaften Personen, unabhängig davon, ob sie noch eine weitere Wohnung oder Unterkunft besitzen“ (Stat. Jahrbuch 1973, Herausgeber Stat. Bundesamt, Wiesbaden, Verlag W. Kohlhammer GmbH, Stuttgart und Mainz, Seite 33). Der Begriff der wohnberechtigten Bevölkerung enthält eine Reihe von Doppelzählungen, da Personen, die dauerhaft oder auf Zeit in Anstalten oder Gemeinschaftsunterkünften leben, sowohl am Wohnsitz in der Gemeinde als auch in der Anstaltsgemeinde gezählt werden. Dieser Begriff ist für weitere Arbeiten im Marktforschungsbereich, speziell für das Redressement, nicht geeignet. Der Begriff der Wohnbevölkerung zählt demgegenüber Personen mit nur einer Wohnung in der Gemeinde, in der sich die Wohnung befindet, und Personen mit mehreren Wohnsitz in der Wohnung, von der sie ihrer Arbeit oder Ausbildung nachgehen (siehe auch dazu Stat. Jahrbuch 1973, Seite 32).

Mangels besserer Informationen wurde bisher die Wohnbevölkerung in dieser Definition und in ihrer ausgewiesenen Struktur im Redressement zugrunde gelegt. Dabei war man sich wohl der Tatsache bewußt, daß Random-Stichproben eine andere Grundgesamtheit anstreben. Die Stichproben selbst und speziell die Begehung erfaßt nur solche Personen, die in Privathaushalten leben. Nur von diesen werden die Adressen aufgezeichnet und gehen später in die Ziehung ein. Bei der Bereinigung der Stichproben wird in der Regel noch eine weitere Gruppe, die in der Wohnbevölkerung enthalten ist, ausgedondert, nämlich die Personen, die der deutschen Sprache nicht mächtig sind. Dafür gibt es in der Amtlichen Statistik kein echtes Pendant; der am nächsten angenäherte Begriff sind die Ausländer. Der wiederum der Amtlichen Statistik entlehnte Begriff der deutschen Wohnbevölkerung in Privathaushalten entspricht damit weitgehend der durch Random-Stichproben erreichbaren Grundgesamtheit.

Diese Tatsache ist von der Marktforschung unbestritten, nur der Mangel an Informationen über die Größenordnung und Struktur der deutschen Wohnbevölkerung in Privathaushalten hat bisher verhindert, daß dieser Begriff Anwendung beim Redressement von Stichprobenergebnissen fand.

Auch aus dem Census 1970 war diese Information nicht ohne weiteres ableisbar. Dies hängt einerseits mit der Organisation der deutschen Statistik zusammen und andererseits mit den Bedürfnissen, an denen sich die Amtliche Statistik orientiert. Die Detailinformationen pro Person werden von den Statistischen Landesämtern gesammelt und aufbereitet und schließlich in der Form von sogenannten Gemeindefsummen an das Statistische Bundesamt weitergeleitet. Auch wenn die Zahl der pro Gemeinde weitergeleiteten Summen erheblich ist, fehlt doch darunter die deutsche Wohnbevölkerung in Privathaushalten und speziell Untergliederungen dieser Summe. Aus dem ca. 20.000 Gemeindefsätze umfassenden Band waren daher nur Randsummenverteilungen für die deutsche Wohnbevölkerung und die Wohnbevölkerung in Privathaushalten als getrennte Summen herzustellen. Über diesen Datenbestand hinaus verfügt das Statistische Bundesamt aber über einen weiteren, der eine 10%...Stichprobe aus den rund 60.000.000 Daten der Volks-

zählung von 1970 enthält. Mit diesen Einzelinformationen pro erfaßter Person ist nunmehr jede Summenbildung möglich. An diesem Datenbestand wurde daher eine detaillierte Zählung vorgenommen, die die Matrizen zwischen den Randverteilungen aufzufüllen in der Lage war.

#### 6. Beschreibung der vorliegenden amtlichen Daten

Bei der AG.MA liegen die Tabellen vor, die als Basis für alle weiteren Entscheidungen (nicht nur im Redressement-Bereich) über die Verwendung amtlicher statistischer Angaben dienen können.

1. Zur Verfügung stehen beim 10%-Census.

#### Deutsche Wohnbevölkerung in Privathaushalten

Alter	Geschl.	GGK	RGB	HH-Gr.	J
		(in Tsd.)			
bis unter 14	m	bis u	5 s-An-	1 Pers	
14 unter 15	w	5 - u	20 lage 1)	2 Pers	
15 unter 18		20 - u	50 allerdings	3 Pers	
18 unter 21		50 - u.	100 mit	4 Pers.	
21 unter 45		100 - u.	500 Trennung	5 +	
45 unter 65		500 t	051		
65 t			052		
			055		
			056		
			058		
			059		

Anmerkung: HH-Größe basiert auf der Anzahl Personen im Haushalt - ohne Rücksicht auf ihr Alter.

2. Zur Verfügung stehen bei den Gemeindef Tabellen:

#### a) Wohnbevölkerung

Alter	Geschl.	GGK	RGB	J	J
bis unter 6	m	wie	wie	/	/
6 unter 15	w	bei 1)	bei 1)		
15 unter 18					
18 unter 21					
21 unter 45					
45 unter 60					
60 unter 65					
65 unter 75					
75 t					

#### b) Wohnbevölkerung in Privathaushalten

Alter	Geschl.	GGK	RGB	HH-Gr.	J
	m	wie	wie	1 Pers.	
	w	bei 1)	bei 1)	2 Pers.	
				3 Pers.	
				4 Pers.	
				5 Pers.	
				6 t	

#### c) Wohnbevölkerung

J	J	GGK	RGB	J	Deutsche Ausl.
		wie bei 1)	wie bei 1)	/	Deutsche Ausl.

#### d) Wohnbevölkerung

Alter	Geschl.	GGK	RGB	J	J
nach Geburts-jahrgängen durchgängig	m	wie w	wie bei 1)	/	/

Anmerkung: Die Tabellen existieren zweifach - einmal für GGK vor und zum andern für GGK nach Boustädt.

mit 25 RGB-Zusammenfassungen

Berlin	11
Schleswig-Holstein	01
Hamburg	02
Hannover	031
Hildesheim/Braunschweig	052, 037
Lüneburg/Stade	033, 034
Osnabrück/Aurich/Oldenburg	035, 036, 038
Bremen	04
Ruhrkohlenverband	052, 056, 059
Düsseldorf/Freiburg	051
Arnsberg/Regio	058
Münster/Regio, Detmold	055, 057
Köln/Aachen	053, 054
Darmstadt	061
Kassel	062
Koblenz/Trier	071, 072
Rheinessen-Pfalz	073
Nord-Württemberg	081
Nord-Baden	082
Südbaden/Süd-Württemberg/Hohenzollern	083, 084
Oberbayern	091
Niederbayern/Oberpfalz	092, 093
Ober-/Mittel-/Unterfranken	094, 095, 096
Schwaben	097
Saarland	10

Für die Vorbereitungen des Redressement wurden die folgenden Zählungen herangezogen, und zwar aus dem 10%-Census und den Gemeindef Tabellen.

a) 600 Zellen aus

Alter	14 bis unter 18	18 bis unter 21	21 bis unter 45	45 bis unter 65	65 t	5 Klassen

Anmerkung: bei Gemeindef Tabellen 15 bis unter 18

Geslecht	2 Klassen	Auf dieser Basis ist die weiter oben bereits erwähnte Entscheidung getroffen worden, für die MA 74 aus dem 10%-Census die 60-, 125-, 25- und 84-Zellen-Einstellung zu verwenden.
GzGK nach Rauschdt	5 Klassen	7 Gemeindekennziffer-Aktualisierung
60-100 100-250 250-500 500-1000 1000-1500	5 Klassen	Die Gemeindeformen verändern Gemeindeformen, fügen Gemeinden zusammen, zerhacken sie vorher zum Teil sogar, und den neuen Gemeinden (Kreisen und Regierungsbezirken zusätzlich) werden neue statistische Kennziffern zugeordnet. Die Entwicklung seit der Volkszählung 1970 ist innerhalb der AG MA erstmals auf einen neuen Stand gebracht worden, um verschiedenen Gesichtspunkten, vor allem in regionaler Hinsicht, gerecht zu werden, als die IVW mit der VA 73 eine derartige Anpassung vornahm und es zweckmäßig erschien, die MA 73 und 74 damit vergleichbar zur Verfügung zu haben.
Länder und Ruhrkohlenverband	12 Klassen	Inzwischen ist deutlich geworden, daß die Anpassung an die neuen, immer weiter fortgeführten GKZ-Erneuerungen nicht nur aus diesem einen Grunde, sondern aus vielfältigen Erwägungen unbedingt erforderlich sind.
01 Schleswig-Holstein 02 Hamburg 03 Niedersachsen 04 Bremen 05.056.059 Ruhrkohlenverband 06 Rest NRW 06 Hessen 07 Rheinland-Pfalz 08 Baden-Württemberg 09 Bayern 10 Saarland 11 Berlin	12 Klassen	
5 x 2 x 5 x 12 = 600		Die Erneuerung des Stichprobensystems, die Bedürfnisse des Redressment, genauere Ausweisungen für regionale Medien und auch für national verbreitete Medien mit unterschiedlicher Verbreitungsdichte in bestimmten Regionen, die Aufnahme von regional abgegrenzten Zielgruppenmerkmalen bis hin zur Aufnahme von Konsumdaten in einem künftigen Satellitensystem sind als hauptsächliche Fakten zu nennen.
b) 125 Zellen usw.	25 Klassen	Daher wird die AG MA die GKZ-Erneuerung fortführen, so daß künftig praktisch für jeden beliebigen Gebietstand die Entsprechung von Gemeinden und ihren statistischen Kennziffern hergestellt werden kann.
RGB wie auf Anlage (3)	5 Klassen	8 Disproportionalitätsfaktoren
III-Größe 1 Pers. im Alter von 0 bis 100 2 Pers. 1 Pers. 4 Pers. 5 Pers.	5 Klassen	Die Stichprobe der MA 76 ist ihrem System nach eine nationale Stichprobe. Das führt dazu, daß für regionale Überergliederungen, die feiner als das Sachstichproben- und Redressment-System sind, die Repräsentanz nicht mehr voll gewährleistet werden kann.
5 x 25 = 125		Um eine weiterreichende Aufgliederung verbessern zu können, ohne daß ein wertvolles Stichprobensystem entwickelt werden müßte, was inwieweit mit bei einer Stichproben-Neuaufgabe wirksam würde, ist bereits im Zusammenhang mit den Überlegungen und Experimenten zur Übernahme der IVW-Gebietsheiten der VA 73 in die MA 73 und 74 ein System erprobt worden, das es erlaubt, für diese Gebietsheiten (und im Prinzip für jede andere Gebiets-einteilung, wie zum Beispiel die 79 Raumeinheiten der Verkehrsplanung der Amtlichen Statistik) die regionalen Disproportionalitäten aufzuheben.
c) 25 Zellen usw.	5 Klassen	
GzGK wie in a)	5 Klassen	
III-Gz wie in b)	5 Klassen	
5 x 5 = 25		
d) 10% Census		
6250 Zellen durch Zusammenfassen der Zellenbildungsmerekmale aus a) d)		
5 Altin + 2 Geschl. = 5 GzGK = 5 III-Gz = 25 RGB		
Gemeinschaftstabellen		
1790 Zellen		
5 Altin + 2 Geschl. = 5 GzGK = 5 III-Gz = 25 RGB		
Anmerkung: Alter wieder nur 15 bis unter 65.		Für die MA 76 wurden nach noch laufenden Experimenten derartige Disproportionalitätsfaktoren als zusätzliche Faktorengewichte nachgeliefert.

- Beteiligte und Verantwortliche an der  
a) MA 77 (Vergleichende Übersichten)  
b) MA 78 (Vergleichende Übersichten)  
c) MA 79 (Kurzfassung: Vergleichende Übersichten)  
d) MA 80 (gelber Berichtsband)

Die MEDIA-ANALYSE AG MA MEDIA-MICRO-CENSUS 1977 ist ein Gemeinschaftswerk der ARBEITSGEMEINSCHAFT MEDIA-ANALYSE E V (AG MA) und der Institute:
GETAS Gesellschaft für angewandte Sozialwissenschaften mbH & Co KG Institut für Strukturanalysen, Bremen Methodische Gesamtverantwortung: Hans-Jürgen Rothmund Studienleiter: Ute Löffler
IFAK Institut für Absatzforschung - Andreas Ketels, Wiesbaden Methodische Gesamtverantwortung: Robert Ullrich
MARPLAN Forschungsgesellschaft für Markt und Verbrauch mbH, Offenbach Methodische Gesamtverantwortung: Kurt Gafler Studienleiter: Siegfried Schewe
MEDIA MARKT ANALYSEN GmbH, Frankfurt a. Main Methodische Gesamtverantwortung: Dr. Eva-Maria Hess Durchführung: Census GmbH, Frankfurt a. Main
Datenaufbereitung und Auswertung INTERLOGIC GmbH & Co. KG, Bielefeld unter Mitarbeit von: IHO Datenverarbeitungsservice Oberhausen GmbH, Oberhausen Ebert & Bülmeier EDV, Hausen und Eschborn Dipl.-Math. Michael H. Hebert, Leverkusen und Loeffler & Denkartz oHG, Bielefeld Segmentationen: IBM-Deutschland GmbH Servicecenter Frankfurt
Mathematische Beratung: Dipl.-Math. Friedrich Wendt, Hamburg
Texte auf den Registern und Entwürfen: Dr. Klaus Peter Landgrebe, Grobvezet
Typographie und Satz: Fotosatz-Studio Heilmann, Frankfurt
Computersatz der Tabellen ADV-Service Wilfried Meyer GmbH, Hanau und Büro für elektronische Satztechnik, Dipl.-Kaufmann Karlheinz Wenzel KG, Hanau
Gesamtherstellung: Herrich Petermann, Druckerei und Verlag, Bad Nauheim
© 1977 ARBEITSGEMEINSCHAFT MEDIA-ANALYSE E V und MEDIA-MICRO-CENSUS GmbH Zitate und Teilveröffentlichungen sind nur mit Quellenangabe MA 77 gestattet. Jede kommerzielle Verwendung von Daten aus dieser Analyse durch Nichtmitglieder der AG MA bedarf schriftlicher Zustimmung der Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse e V (AG MA), Wolfsgangstraße 92, D-6000 Frankfurt 1.

**Die MEDIA-ANALYSE AG, MA MEDIA-MICRO-CENSUS 1978**

ist ein Gemeinschaftswerk der  
**ARBEITSGEMEINSCHAFT MEDIA-ANALYSE E.V. (AG, MA)**  
und der Institute

**GETAS** Gesellschaft für angewandte Sozialwissenschaften mbH & Co. KG  
Institut für Strukturanalysen, Bremen  
Methodische Gesamtverantwortung: Hans-Jürgen Rolfzmann  
Studienleiter: Ute Löffler

**IFAK** Institut für Absatzforschung – Andreas Kuehn, Wiesbaden  
Methodische Gesamtverantwortung: Robert Ullich

**MARPLAN** Forschungsgesellschaft für Markt und Verbrauch mbH, Offenbach  
Methodische Gesamtverantwortung: Kurt Gallert  
Studienleiter: Dieter Weichert

**MEDIA-MARKT-ANALYSEN GmbH, Frankfurt a. Main**  
Methodische Gesamtverantwortung: Dr. Eva-Maria Hess  
Durchführung: Census-GmbH, Frankfurt a. Main

Datenaufbereitung und Auswertung  
**INTERLOGIK GmbH & Co. KG, Bielefeld**  
dvo Datenverarbeitungsservice Oberhausen GmbH, Oberhausen  
Eberl & Blümmer EDV, Hausen und Eschborn  
Dipl.-Math. Michael H. Heberl, Leverkusen und  
Loeffler & Denkart oHG, Bielefeld  
**IBM Deutschland GmbH Servicecenter Frankfurt**

Mathematische Beratung:  
Dipl.-Math. Friedrich Wendt, Hamburg

Texte auf den Registern und Erläuterungen:  
Dr. Klaus Peter Landgrebe, Grobenzell

Computersatz der Tabellen:  
ADV-Service Wilfried Meyer GmbH, Hanau  
und Büro für elektronische Satztechnik,  
Dipl.-Kaufmann Karlheinz Weizel KG, Hanau

Gesamtherstellung:  
Heinrich Petermann, Druckerei und Verlag, Bad Nauheim

**Die MEDIA-ANALYSE AG, MA MEDIA-MICRO-CENSUS 1979**

ist ein Gemeinschaftswerk der  
**ARBEITSGEMEINSCHAFT MEDIA-ANALYSE E.V. (AG, MA)**  
und der Institute

**GETAS** Gesellschaft für angewandte Sozialwissenschaften mbH & Co. KG  
Institut für Strukturanalysen, Bremen  
Methodische Gesamtverantwortung: Uwe Czike

**IFAK** Institut für Absatzforschung – Andreas Kuehn, Wiesbaden  
Methodische Gesamtverantwortung: Robert Ullich

**INFAS** Institut für angewandte Sozialwissenschaften, Bonn (Bad Godesberg)  
Methodische Gesamtverantwortung: Josef C. Strögen

**INFATEST** Medientorschung GmbH, München  
Methodische Gesamtverantwortung: Ute Schäfer

**MEDIA-MARKT-ANALYSEN GmbH, Frankfurt a. Main**  
Methodische Gesamtverantwortung: Dr. Eva-Maria Hess  
Durchführung: Census-GmbH, Frankfurt a. Main

**SAMPLE** Gesellschaft für Markt-, Meinungs-, Motiv- und Sozialforschung mbH, Hamburg  
**WOLFGANG SCHAEFER** Marktforschung Institut für Marktforschung, Hamburg  
Methodische Gesamtverantwortung: Harwig Schoeder und Wolfgang Schaefer

Datenaufbereitung und Auswertung  
**INTERLOGIK GmbH & Co. KG, Bielefeld**  
dvo Datenverarbeitungsservice Oberhausen GmbH, Oberhausen  
Eberl & Blümmer EDV, Hausen und Eschborn  
Dipl.-Math. Michael H. Heberl, Leverkusen  
Loeffler & Denkart oHG, Bielefeld und  
**IBM Deutschland GmbH Servicecenter Frankfurt**

Mathematische Beratung:  
Dipl.-Math. Friedrich Wendt, Hamburg

Texte auf den Registern und Erläuterungen:  
Dr. Klaus Peter Landgrebe, Grobenzell

Computersatz der Tabellen:  
ADV-Service Wilfried Meyer GmbH, Hanau  
und Büro für Satztechnik W. Meyer KG, Hanau

Gesamtherstellung:  
Heinrich Petermann, Druckerei und Verlag, Bad Nauheim

© 1978  
**ARBEITSGEMEINSCHAFT MEDIA-ANALYSE E.V.**  
und  
**MEDIA-MICRO-CENSUS GmbH**  
Zitate und Teilveröffentlichungen sind nur mit Quellenangabe „MA 78“  
gestattet. Jede kommerzielle Verwendung von Daten aus dieser Analyse  
durch Nichtmitglieder der AG, MA bedarf schriftlicher Zustimmung  
der Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse e.V. (AG, MA), Wolfgangstraße 92, D-6000 Frankfurt 1

© 1979  
**ARBEITSGEMEINSCHAFT MEDIA-ANALYSE E.V.**  
und  
**MEDIA-MICRO-CENSUS GmbH**  
Zitate und Teilveröffentlichungen sind nur mit Quellenangabe „MA 79“  
gestattet. Jede kommerzielle Verwendung von Daten aus dieser Analyse  
durch Nichtmitglieder der AG, MA bedarf schriftlicher Zustimmung  
der Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse e.V. (AG, MA), Wolfgangstraße 92, D-6000 Frankfurt 1

Die MEDIA-ANALYSE AG/MA MEDIA-MICRO-CENSUS 1980 ist ein Gemeinschaftswerk der ARBEITSGEMEINSCHAFT MEDIA-ANALYSE E.V. (AG/MA) und der Institute

GETAS Gesellschaft für angewandte Sozialwissenschaften mbH & Co. KG Institut für Strukturanalysen, Bremen Methodische Gesamtverantwortung: Uwe Czaja

IFAK Institut für Absatzforschung - Andreas Ketels, Wiesbaden Methodische Gesamtverantwortung: Robert Ulrich

INFRAEST Medienforschung GmbH, München Methodische Gesamtverantwortung: Ursula Schanné

MARPLAN Forschungsgesellschaft für Markt und Verbrauch mbH, Offenbach Methodische Gesamtverantwortung: Rüdiger Kuchenbuch

MEDIA-MARKT ANALYSEN GmbH, Frankfurt a. Main Methodische Gesamtverantwortung: Dr. Eva-Mana Hess Durchführung: Census-GmbH, Frankfurt a. Main

SAMPLE Gesellschaft für Markt-, Meinungs-, Motiv- und Sozialforschung mbH, Hamburg Methodische Gesamtverantwortung: Manfred Groß

Datenaufbereitung und Auswertung INTERLOGIK GmbH & Co. KG, Bielefeld dvo Datenverarbeitungsservice Oberhausen GmbH, Oberhausen Ebert & Billmeier EDV, Hausen und Eschborn Dipl.-Math. Michael H. Hebert, Leverkusen Dipl. Inform. Waltraud Dehning, Oberursel Loeffler & Derikartz oHG, Bielefeld IBM-Deutschland GmbH Servicezentrum Frankfurt bik beratung information kommunikation, Liselotte Aschpurwis, Hamburg

Mathematische Beratung: Dipl.-Math. Friedrich Wendt, Hamburg

Texte auf den Registern und Erläuterungen: Dr. Klaus Peter Landgrebe, Gröbenzell

Computersatz der Tabellen: ADV-Service Wilfried Meyer GmbH, Hainau und Büro für Satztechnik W. Meyer KG, Hainau

Gesamtherstellung: Heinrich Petermann, Druckerei und Verlag, Bad Nauheim



ARBEITSGEMEINSCHAFT MEDIA-ANALYSE E.V.

und

MEDIA-MICRO-CENSUS GmbH

Zitate und Teilveröffentlichungen sind nur mit Quellenangabe „MA 80“ gestattet. Jede kommerzielle Verwendung von Daten aus dieser Analyse durch Nichtmitglieder der AG/MA bedarf schriftlicher Zustimmung

der Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse e.V. (AG/MA), Wolfsgangstraße 92, D-6000 Frankfurt 1

# Modalitäten der MA-Berichterstattung – Umfang, Termine, Möglichkeiten

In diesen Tagen wird mit der Auslieferung der Berichtsbände „Vergleichende Übersichten“, „Einzeldarstellungen Presse“, „Einzeldarstellungen Funkmedien“ und „Dokumentation und Erläuterungen“ die Hauptberichterstattung zur MA '79 erfolgen, nachdem seit dem 27. Juni dieses Jahres der Kurzbericht und die Magnetbänder ausgeliefert sind. Die Teilung der Berichterstattung erfolgte aus Termingründen. Einerseits wollten die Nutzer der Daten (Werbeträger, wie Werbungtreibende und Agenturen) die Daten so früh wie möglich zur Verfügung haben auch aus Gründen der Preissetzung möglichst noch im ersten Halbjahr 1979. Andererseits zwang der Umfang der Berichterstattung zu einem späteren Termin. Als Kompromiß erschien akzeptabel, daß ein kleiner Tabellenband (genannt „Vergleichende Übersichten, Kurzbericht“) vorab erscheine, sodaß alle Mitglieder der Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse unterrichtet sind und die Bände gewöhnlichen Umfangs später erscheinen. Nachdem das Magnetband bereits zum Vorabbericht fertiggestellt sein mußte, entschloß man sich, dieses auch mit dem Vorabbericht auszuliefern (siehe „ZV + ZV“ 27, S. 1087 ff.).



Hans-Erdmann Scheler, Frankfurt

**G**eben, nämlich des Erscheinens der Hauptberichte einen Aufsatz zu schreiben, habe ich mich entschieden diesen den Fragen der Berichterstattung zu widmen. Seit dem 27. Juni sind eine Reihe von Aufsätzen zur MA erschienen (siehe Literaturangaben im Katalog), die die wesentlichen Aspekte methodischer und gebietvergleicher Art abhandeln. Freilich ist das Thema: Umfang, Termin und Modalitäten der Berichterstattung nicht neu, aber es ist immer wieder aktuell. Die in diesem Jahr verwendete Variante der Berichterstattung war schließlich auch nur ein Versuch, einen Kompromiß zwischen hohem Berichterstattungsanpruch an Zeit und Kosten und dem Bedürfnis an schneller Berichterstattung zu finden. Sicher, wird auch dieser Kompromiß noch in seinen Vor- und Nachteilen diskutiert werden, eine Diskussionsbeitrag wollen wir hier leisten.

### Der Umfang der Berichterstattung MA

Man könnte zunächst die Frage stellen, warum ist eigentlich die Berichterstattung so umfangreich. Abgesehen davon, daß dadurch offensichtlich zeitliche Probleme entstehen gibt es sicher auch Kostenprobleme. Die Frage ist berechtigt und es gibt mehrere Antworten darauf. Die erste Antwort stammt aus der Erfahrung. Es hat mehrere Vorzüge gegenüber dem Umfang der Berichterstattung zu begrenzen. Dieses sollte zu verkümmern. Alle diese Vorzüge haben damit beendet, daß nicht entsprechenden

Darstellungen mehr Tabellen, mehr Seiten als vorher gedruckt wurden.

Die zweite Antwort ist eine mathematisch-statistische. In der MA '79 werden pro Beiragen 2.332 Bytes - also Informationsträger - benötigt, um alle Informationen über einen Beiragen auf dem ausgelieferten Magnetband abzubilden. Das bedeutet, daß die möglichen Datenverkopplungen und Auswertungen so zahlreich sind, daß wahrscheinlich die Erde längst nicht mehr stehen würde, wollte man alle bilden. Nun sind sicher bei weitem nicht alle möglichen Kombinationen der Daten durch Verkopplung notwendig für die Erfordernisse der Praxis.

Aber auch die Erfordernisse der Praxis sind an sich schon hoch. Die Erfordernisse der Praxis sind aber auch in hohem Maße verschieden und das ist die dritte Antwort auf die oben gestellte Frage.

Bei den Medien entstehen schon eine Reihe von Bedürfnissen an die Daten, so weit sie deren eigenen Titel, die eigenen Sendungen betreffen. Zu wissen will man etwas darüber erfahren, wie sich die Nutzer cyclisch zum Vorrat verändert haben, wo eher wahr besonders preisgünstige Zielgruppen angeboten werden können. Man möchte über die unmittelbare und mittelbare Konkurrenz unterrichtet sein. Dieses alles natürlich nicht nur auf nationaler Ebene, sondern vor allem bei regionalen Medien auch in der Region. Man möchte sich darüber orientieren, wie das Publikum sich bei zunehmender Zahl von Einschaltungen verhält.

Man möchte Ergebnisse, die nicht auf Anhieb plausibel erscheinen, mit Hilfe detaillierter Informationen näher analysieren. Die meisten verfügbaren Daten sind für den einzelnen Werbeträger nicht unbedingt interessant, aber der auf ihn bezogene Abschnitt interessiert. Und bei der Vielzahl der Werbeträger kommt auf diese Weise schon eine große Zahl benötigter Informationen zusammen.

Die Agenturen und Werbungtreibenden stellen je nach Projekt, Marke, Kampagne andere Anforderungen an das Material der AG/MA. Eine gewisse Variationsbreite kommt auch durch verschiedene Planungserfordernisse und auch Planungsspielräumen hinzu. Dadurch wird der Umfang der gewünschten gedruckten Informationen nach weiter vergrößert.

Daneben gibt es Terminbedürfnisse, einerseits sollen die Ergebnisse so aktuell wie möglich sein, zum anderen sollen sie möglichst in der ersten Jahreshälfte verfügbar sein. Und diese Terminbedürfnisse beziehen sich auf gedruckte Tabellen und die auf den Magnetbändern gespeicherten Informationen in gleicher Weise.

Diese Bemerkung ist deswegen von Bedeutung, weil nur ein kleiner Teil der Mitglieder der AG/MA, Besitzer des Magnetbänder sind und damit Zugang zu den auf den Magnetbändern gespeicherten Informationen haben. Von 128 AG/MA-Mitgliedern besitzen nur 10 das Magnetband. Im europäischen Rahmen ist dies übrigens vom Gegenstand, die im wesentlichen auf den hohem Stand des Services der Verlagshäuser zurückzuführen ist.



## Neue Überlegungen zur MA-Berichterstattung

Man könnte nämlich ohne weiteres den Standpunkt einnehmen, verfüge jedes AG-MA-Mitglied über ein Datensatz und entsprechende Auswertungsrichtungen, dann könnte die vielen und hochpreisig variablen Bedürfnisse ohne weiteres befriedigt werden. Da dies aber nicht der Fall ist, kommt die wichtigste Informationsbedürfnisse direkt auf die MA zu Und dies führt dann dazu, daß die gedruckten Berichte das größte geschäftliche Vertriebs- und Datenvertriebs- oder Befragungs-Geschehen sind.

### Zeitaufwand und Termine

Häufiglich Zeitaufwand und Termine gibt es auch für den Datenlieferanten Abhängigkeiten, die im wesentlichen durch Datenmenge, Zahl der Datenkonstellationen (z. B. Tabellen), den Grad der Datenpräsentation und die Organisation der Daten bestimmt sind.

Sie lassen sich so formulieren (je kleiner die eingesammelte und auszuwertende Datenmenge, desto schneller ist es zu beschaffen, je größer die Menge der zu verarbeitenden Datenkonstellationen (z. B. Tabellen), desto höher der Zeitaufwand für höherwertige Datenpräsentation (Satz, Druck), desto höher der Zeitaufwand. Je besser die Organisation, desto schneller ist die Fertigstellung der Berichte. Begonnen wir mit dem letzten Punkt Organisation: Bei der LA '71 bestand die Berichterstattung im wesentlichen aus vergleichenden Übersichten und Einzeldarstellungen. Der Umfang betrug 594 Tabellenstellen. Als Zeit für die Aufbereitung, Auswertung und den Druck standen dreieinhalb Monate zur Verfügung vom letzten Interview bis zum Tag der Auslieferung der Bände. Aber im Verhältnis zur MA '79 umfassen die Bände nur 594 Seiten und etwa 560 000 Zahlen. Die aus dem Fragebogen stammenden Informationen hatten einen Umfang von 6 Lochkarten - also etwas über 800 Spalten. Von diesen Informationen wurden im Datensatz nur 431 Spalten weitergegeben.

In der MA '79 umfaßt der Datensatz im Umfang von Befragten 1 132 Lochkartenstellen. Nach der Verarbeitung werden auf dem Magnetband etwa die doppelte Zahl Informationen (jeweils einschließlich aller durch Verarbeitung entstandenen Informationen, wie Wahrscheinlichkeiten, Gebirgszugehörigkeiten etc.) pro Befragten weitergegeben (2 332 Bytes). Diese wesentlich angelegene Zahl von Informationen pro Befragten verursacht natürlich einen höheren Prüf- und Aufbereitungsaufwand. Außerdem gibt es heute sehr viel mehr variable Informationen, z. B. etwa Zusatz- oder weitere durch sogenannte gewöhnliche Wahrscheinlichkeiten etc. damit.

Dazu kommt der höhere Aufwand in der Gesamtdarstellung. Die MA '79 wird vollständig etwa 2 000 Seiten umfaßt und etwa 2 000 000 Zahlen. Die daraus verbundene Arbeit ist in dreieinhalb Monaten nicht mehr zu schaffen. Dabei ist wie

der im Kasten abgedruckte Terminplan zeigt, vor allem der mechanische Aufwand erheblich. Das Zählen, Sortieren, Drucken, Zusammenbringen und Versenden erfordert die meiste Zeit. Dreieinhalb Monate reichten gerade aus bis zur Fertigstellung des Magnetbands und des Vorberichtes.

Will man die Zeit zwischen dem letzten Interview und dem Berichterstattungs-Termin verkürzen, muß man sich zuerst fragen, ob dies durch eine Verbesserung der Organisation zu schaffen ist. Die Zeitschätzung anhand des Ablaufs der Berichterstattung der MA '79 zeigt, daß auch bei Anwendung mehrerer Tricks, wie Einsatz verschiedener Rechenzentren, Weglassen des Vorberichts etc., eine Zeiterparnis von max. 6 Wochen möglich ist. Bei Beibehaltung der derzeitigen Bearbeitungsform ist ein Vorziehen des Berichterstattungs-Termins für alle Berichte in die erste Jahreshälfte praktisch unmöglich. Die nächste Überlegung führt in Richtung Verringerung der Datenmenge, eine Verringerung der Datenmenge wäre aber für die Mitglieder mit erheblichem Informationsverlust verbunden. Der Einsatz auf den Zeitbedarf wäre im übrigen auch gering. Hatten könnte eine drastische Ver-

ringung der Zahl der Tabellen, ist Priorität für diese im Kernbereich. Versuchen die Übersichten "gegeben. Wie wir noch sehen werden, wird dadurch aber ein Ungleichgewicht zwischen solchen AG-MA-Mitgliedern geschaffen, die über das Magnetband verfügen und sich damit alle Informationen beschaffen können, und solchen, die sich im wesentlichen auf die gedruckten Berichte beschränken. Auch eine andere Datenpräsentation, z. B. in Form von gelungendgedruckten Tabellen, bringt bei Table Zeitgewinn.

Wir können auch einmal auf die Organisation der Berichterstattung zurück, die der MA '79 wird ein System vorgeschlagen werden, das den Namen MA-Vorzug trägt. Dieses System vereint verschiedene der Tabellen gebrauchte Texte und den Codeplan. Die Gestaltung der Tabellen, die bisher per Hand erfolgte, wird künftig direkt im Computer vorgenommen. Dadurch wird es möglich, das Zählprogramm und das Satzprogramm direkt zu filtern. Diese organisatorische Maßnahme verringert im wesentlichen die Vorbereitungen im Bereich der Tabellenprogrammierung und des Tabellenbezugs.

Dieses System wird zwar die Organisation der Berichterstattung erleichtern. Es wird die Auswertung etwas schneller, vor allem aber sicherer machen. Aber auch dieses System spart nicht so viel Zeit ein, daß eine volle Berichterstattung in der ersten Jahreshälfte möglich wird.

Diese Feststellung zwingt uns, alternative Berichterstattungen zu diskutieren. Es gilt ja nach wie vor, ein Optimum zu finden zwischen dem Umfang und der Datenlieferung und den Terminalsuchen.

Stetlich sind viele Möglichkeiten der Gestaltung der Berichte denkbar. Eine gewisse Einigung ergibt sich aus den Rahmenbedingungen. Die verschiedenen im folgenden vorgestellten Varianten gehen zunächst davon aus, daß der Zeitpunkt für den Fernsitz weitgehend unverändert bleibt. Konkret heißt dies, daß noch im Berichtsjahr Interviews durchgeführt werden. Die ersten vier Varianten gehen von umfangreichen gedruckten Berichten aus, auch wieder die zuletzt an siebter Stelle vorgestellte Möglichkeit.

### Verschiedene Möglichkeiten der Berichterstattung

#### A) Neben dem Magnetband werden Berichte in gedruckter Form vorgelegt.

1. Alle Berichte in gedruckter Form erscheinen zum gleichen Zeitpunkt. Diese Variante sieht vor, daß alle in gedruckter Form auszuführenden Tabellen aller Mitglieder zum gleichen Zeitpunkt vorgehen. Das entspricht dem Vorgehen wie es bis zur MA '77 üblich war.

## Neue Überlegungen zur MA-Berichterstattung

Die Vorteile dieses Vorgehens liegen auf der Hand. Alle haben zur gleichen Zeit alle offiziell verfügbaren Informationen in der Hand. Keine kann später gedruckt vorgelegte Informationen schon vorher vom Band abrufen. Das Nachteil besteht darin, daß beim derzeitigen Fernsitzbeginn der Berichterstattungs-Termin etwa Anfang August liegen würde.

2. Es wird ein kurzer Vorbericht veröffentlicht, alle übrigen Informationen werden zusammen später ausgeliefert. Bei dieser Variante wird auch das Magnetband zurückgelassen, bei die Länge Berichterstattung erfolgt ist. Der Vorteil dieses Vorgehens liegt im früheren Termin und in der Gleichbehandlung aller Mitglieder der Arbeitsgemeinschaft. Der Nachteil besteht in der eingeschränkten Information und vor allem darin, daß das Kernstück der Berichterstattung, nämlich das Magnetband, lange liegenbleibt, obwohl es längst fertiggestellt ist.

3. Ein kurzer Vorbericht wird ausgeliefert, die Auslieferung des Magnetbands erfolgt dazu parallel. Dieses Modell würde bei der MA '79 verwendet. Der Vorteil besteht in früher Berichterstattung. Auch alle Zahlungen können schon sehr früh durchgeführt werden. Der Nachteil liegt darin, daß ein ungleicher Informationsstand zwischen Magnetbandbesitzern (bzw. Mitgliedern, die bereit sind, Zahlungen zu veranlassen) und Nichtbesitzern des Magnetbandes besteht.

4. Der Vorbericht wird etwas weiter ausgebaut und zum gleichen Zeitpunkt wird

das Magnetband und die Grundauswertung ausgeliefert. Diese Variante basiert auf den Erfahrungen bei der Berichterstattung zur MA '79. Es gibt einige Informationen, die üblicherweise mit dem Vorbericht für alle verfügbar sein sollten. Dazu gehören z. B. die Auftragsangaben und einige wenige Informationen zur strengen Überwachung des Fortschritts der Arbeiten in der Zeit. Die gleichzeitige Auslieferung der sogenannten Grundauswertung, also aller in Codexplan enthaltenen Informationen, gibt den Mitgliedern Zusatzinformationen, die vor allem für die Analyse der Ergebnisse verwendet werden können. Der Vorteil liegt in einer frühen Berichterstattung über die wichtigsten Informationen. Die Nachteile sind ähnlich wie bei der dritten Variante aber etwas abgemildert.

#### B) Weltweiser Verzicht auf gedruckte Berichte

Hier bieten sich zwei Varianten an. Die erste geht davon aus, die im Büchern vorgelegten Tabellen in einer anderen Form zu präsentieren. Die zweite Variante ersetzt die umfangreiche Berichterstattung für alle durch individuellen Zugang zum Magnetband.

1. Auslieferung von Mikrolinien, Mikrofilm und Ultralithic, Überlegungen dieser Art wurden vor drei bis vier Jahren in der Technischen Kommission der AG-MA angestellt. Allerdings sind damit eine Reihe von Problemen verbunden. Mikrolinien erfordern eine vorherige Tabellenfestlegung, die obenstehend Flexibilität für belie-

bige Zusammenstellungen bringt wie die gedruckten Tabellen. Die Reproduktion von Mikrolinien von einem Tabellen- oder Ausdrucksblech in Kopien ist kompliziert oder unmöglich.

Zusammengefasst gegenüber dem bisherigen Verfahren ist minimal. Dieses Verfahren hat nur einen einzigen Vorteil: statt mehreren Kilos Papier läßt sich die MA auf einer Postkarte unterbringen. Aber leider läßt sich diese Postkarte nur mit einem Lesegerät lesen.

2. Die Berichterstattung besteht aus einem Magnetband bzw. dem darauf befindlichen Datenband, einer zusätzlichen Auslieferung für den Umgang mit dem Magnetband und den wichtigsten Ergebnissen zusammengefaßt in vier bis fünf Tabellen. Hierzu ist, daß jeder eine die Informationen, die er braucht, direkt vom Magnetband herunterholt. Dazu wäre das Dialogsystem geeignet, wie es in der modernen Datenverarbeitung immer häufiger anzutreffen ist. Das wesentliche ist, daß eine Zeitnahezeit, also ein schneller Großcomputer, irgendwo leicht erreichbar steht, in dem die Daten und alle möglichen Verarbeitungsprogramme gespeichert sind. Also, die eine Berechtigung haben, den Computer oder einen bestimmten Datenbestand und die dazugehörigen Programme zu benutzen, verfügen über Terminals, mit denen über Telefon der Computer direkt angefragt werden kann. Zum Terminal gehört natürlich eine Person, die damit umgehen kann. Auf diese Weise läßt sich jede gewünschte Information abrufen und zwar in beliebiger Zusammenstellung, ohne Zeit-

### Terminplan Auswertung, Aufbereitung und Druck MA '79

9.4 Die Magnetbänder der letzten Welle müssen bei Interview vorgelegt, Gebirgsbereinigung pro Band = 2 Tage.	16.5. Gesamtes Redressment bis dahin abgeschlossen; Bankkopie nach Paris (Datensystem);	20.6. Tochterband fertig; Filme für den Vorbericht liegen vor; Grundauswertung ist erstellt; Druckfertig;
23.4. Der letzte Band geht an die IBM für die Individualbereinigung und die parallel stattfindenden Zählarbeiten.	17.5. Vorbereitung für Vergleichstabellen Bevölkerung, Lieferanz der Gewichte an die IBM.	27.6. Auslieferung Vorbericht, Tochterband und Grundauswertung;
26.4. Das letzte Fehlerprotokoll aus der Individualbereinigung geht an IBM.	22.5. Vergleichstabellen Bevölkerung sind fertig; Vorbereitung der Segmentierung durch Expert.	28.7. Lieferung VO an ADV;
22.4. Bearbeitung der Liste in Institut.	23.5. Kontrollen der ersten Vergleichstabellen; Start für die ersten Segmentierungen.	3.8. Lieferung VO als Film an Druckerei;
15.4. Bearbeiten des Protokoll an Heim Hebert.	30.5. Alle Segmentierungen sind fertig.	9.8. Lieferung Einzeldarstellung Presse als Film an ADV;
30.4. Korrekturen am letzten Band durchgeführt, Zeitungsdrückungen fertiggestellt.	31.5. Entpacken der Wahrscheinlichkeitslisten für das Tochterband.	16.8. Lieferung Einzeldarstellung Presse als Film an Druckerei;
2.5. Zweite Grundauswertung bei Wiking.	7.6. Kombinations-Wahrscheinlichkeitslisten, Datenbestand für APL-Verarbeitung "Kippen". Datentypen sind fertig; Beginn der Zahlungen für den Vorbericht.	24.8. Lieferung Einzeldarstellung Funktionen und Basisdaten als Film an Druckerei;
7.5. Ende des zweiten Prüfungs.	13.6. Vergleichstabellen insgesamt = Vorbericht fertig, Bundesregierung für ADV-Meyer (Vorbereitung Lichtsatz).	31.8. Auslieferung der Berichtsbände Vergleichende Übersichten; Einzeldarstellungen Funktionen; Dokumentation und Erläuterungen an AG-MA-Mitglieder.



## Neue Überlegungen zur MA-Berichterstattung

### Literaturhinweise

- Baeh, Heinz-Michael: Die MA, Möglichkeiten und Grenzen aus der Sicht eines Anzeigenverkäufers, in „Interview und Analyse“, H. 8/79, S. 344
- Göbel, Michael: MA 78 – Ergebnistrends, in „Interview und Analyse“ H. 8/79, S. 239 ff
- Haas, Jochen: MA 78 in „Werbetarum“, August 1978, S. 9 ff
- Höbel, Hans-Joachim: Hohe Reichweiteerfolge für die Programmsupplemente in der MA 78, in: „ZV+ZV“, H. 34/79, S. 1300 ff
- Kolbe, Jürgen: Zeitschriftenkannens von Frauen. Eine exakte Analyse anhand der Daten der MA 78, in: „ZV+ZV“, H. 34/79, S. 1295 ff
- Schäfer, Hans-Erdmann: Media-Analyse 1979, in: „Werbetarum“, August 1979, S. 9 ff
- Schäfer, Hans-Erdmann: Veränderungen am Feldmodell der MA. Allgemeines und aktuelle Beobachtungen zur MA 78, in: „Interview und Analyse“, H. 8/79, S. 332 ff
- Schäfer, Hans-Erdmann: MA 79 – ein erster Überblick, in: „ZV+ZV“, Nr. 2/79, S. 1087 ff
- Schulz-von Linn, A.: 35 Jahre AGMA – der Weg zur Multi-Media-Analyse, Interview des Monats, in: „Interview und Analyse“, H. 8/79, S. 325
- Sardel, J.: MA 79 – keine MA der Zielgruppenzeitschriften, in: „Media-Fakten“, H. 7/79, S. 2 ff

verfügt und praktisch sogar von jedem Ort, an dem ein Telefon vorhanden ist.

Dieses Modell wäre theoretisch heute schon einsetzbar und wahrscheinlich zu den gleichen Kosten, die heute die schriftliche Berichterstattung ausmachen. Das weitere Wissens billige Terminat, das zur Zeit angeboten wird, kostet eine Monatsmiete von DM 180,- also jährlich DM 2160,-. Bei 128 Mitgliedern ergibt sich ein Beitrag von DM 27648,-. Das ist weniger als in der MA 79 die Satz- und Druckkosten ausmachen. Natürlich kämen zu diesen Kosten noch diejenigen für individuelle Zählungen dazu.

Die Vorteile dieses Modells bestehen in der hohen Flexibilität im Einsatz. Gedruckte Berichte wären völlig entbehrlich. Der praktische Einsatz dieses Modells scheint allerdings vorerst an der fehlenden Manpower dieses Berichterstattungs-

system ist nur dann einsetzbar, wenn es genügend Leute gibt, die mit den vorhandenen Programmen umgehen können. Natürlich würden auch die zur Zeit bestehenden Service-Konzepte der Verlagshäuser durch die Einführung eines solchen Modells verändert werden. Es dürfte aber keine kein Zweifel sein, dass bestehen, daß in einem solchen System das Berichterstattungskonzept in der Mitte der achtziger Jahre liegt. Dann dürfte ein solches System auch in den Kosten allen anderen überlegen sein.

### C) Veränderung der Einsatzzeiten im Feld

Es gibt einen Vorschlag, der eine volle Berichterstattung Ende Mai erlauben würde. Diesen Vorschlag sieht allerdings keine Interviews mehr im Berichterstattungs-

vor. Die Interviews würden von Januar bis Dezember des Vorjahres durchgeführt. Die Feldarbeit endet Mitte Dezember. Dann ist genügend Zeit für die Berichterstattung Ende Mai. Die Vorteile dieses Verfahrens liegen auf der Hand. Nicht nur, daß ein ganzes Jahr hindurch befragt wird, es stehen alle Informationen auch rechtzeitig zur Verfügung. Der einzige Nachteil ist der vermeintliche Akkumulierungswert. Dieser wird aber durch die Bildung von Wahrscheinlichkeiten, die ja Prognosestrafe sind, weitgehend aufgehoben.

Dieses Modell erscheint auch im Zusammenhang mit den vorher diskutierten Alternativen sinnvoll, vor allem, weil es wirklich eine saubere und weitgehend gleichmäßige Verteilung der Interviews auf das Jahr zuläßt. Außerdem würde es den Datenlieferanten so weitgehend von allen Terminzwängen befreien, daß rechtzeitig verbindliche Terminzusagen gegeben werden können.

Es ist heute zu früh, etwas darüber auszusagen, wie man bei der Berichterstattung zur MA 190 und den danach folgenden Media-Analysen vorgehen wird. Man kann eigentlich nur eine Empfehlung abgeben, welches Vorgehen sinnvoll wäre. Und diese Empfehlung kann eigentlich bei Abwägen aller Vor- und Nachteile nur so lauten: bei der MA 190 sollte man die Variante A4 verwenden, die einen ausgebauten Vorbericht mit Ausbearbeitung der Magnetblätter in der ersten Junihälfte vorsieht, und die übrigen Berichte später ausliefert. Bei der MA '81 sollte man rechtzeitig dafür sorgen, daß das unter C beschriebene Verfahren zur Anwendung kommt. Es würde erfordern, daß die MA '81 früher ins Feld geht und die Feldarbeit Ende 1980 abgeschlossen ist. Man sollte allerdings auch alle die Überlegungen weiterverfolgen, die auf eine Individualisierung der Berichterstattung hinarbeiten. Systemes, wie sie unter B 2 beschrieben sind, dürfte die Zukunft gehören.

Geschrieben von: Schreibdienst C. Lichtenberg  
6246 Glashütten 1

Gedruckt von: Druckwerkstätte Kunze GmbH und Partner KG  
6500 Mainz 42