

# Nachrichtennutzung in Deutschland

Eine nutzerzentrierte Repertoireanalyse

Frank Mangold / Jens Vogelgesang / Michael Scharkow\*

*Trotz erster vielversprechender Befunde war bisher nicht hinreichend zu klären, nach welchen Strukturprinzipien Rezipienten verschiedene Nachrichtenangebote zu individuellen Repertoires integrieren. Der Beitrag nimmt die inhaltliche Komposition der Nachrichtenrepertoires in Deutschland in den Blick. Er diskutiert methodische Anknüpfungspunkte, um Nachrichtenrepertoires einer detaillierteren medienübergreifenden Analyse unterziehen zu können. Diese Anknüpfungspunkte bestimmen nachfolgend den empirischen Zugriff einer Sekundäranalyse von Eurobarometer-Daten mittels latenter Klassenanalyse. Laut der Sekundäranalyse lassen sich vier distinkte Nutzertypen identifizieren, deren Nachrichtenrepertoires verschiedenen Strukturprinzipien folgen: Orientierung an Nachrichten in 1. traditionellen, insb. auch regionalen Medien, 2. Qualitätsmedien, 3. unterhaltungspublizistischen Medien und 4. Onlinemedien. Daneben zeichnet sich in der jüngeren Bevölkerung die Entstehung eines fünften Nutzertypus ab, dessen Onlineaffinität mit einer Repertoirekomposition einhergeht, welche die bisherige Leitmedienfunktion von Fernsehnachrichten infrage stellt. Die Implikationen der empirischen Befunde für Kommunikationswissenschaft und Kommunikationspolitik werden abschließend diskutiert.*

**Schlüsselwörter:** Nachrichtennutzung, Medienrepertoires, Eurobarometer, latente Klassenanalyse

## 1. Einführung

Im Zuge der Einführung des Privatfernsehens begann die Medien- und Kommunikationswissenschaft, sich mit den gesellschaftlichen Folgen von Viel-Kanal-Bedingungen zu beschäftigen (z. B. Becker & Schönbach 1989; Jarren & Krotz 1998). Auch heute sind die Folgen der strukturellen und inhaltlichen Differenzierung des Mediensystems ein zentraler Gegenstand des Fachs (z. B. Napoli 2011; Wolling et al. 2011). Unter dem Eindruck von Digitalisierung und Konvergenz ist von z. T. massiven Verschiebungen der Medienlandschaft auszugehen. Neben einer Vervielfältigung der Übertragungswege sind neue Informations-, Kommunikations- und Beteiligungsformen zu beobachten. Diese fortschreitende Differenzierung gestattet den Rezipienten eine nie gekannte Steuerung des Was, Wie, Wann und Wo der Mediennutzung. Durch den Autonomiegewinn des Publikums gegenüber den Programmachern sind hochspezialisierte Nutzungsmuster möglich geworden, zumal digitale Medien eine ubiquitäre Nutzung derjenigen Inhalte erlauben, die sich mit den individuellen Präferenzen der Rezipienten decken (Hasebrink & Domeyer 2010; Vorderer 2015).

Vor diesem Hintergrund sieht sich die Medien- und Kommunikationswissenschaft mit einer Vielzahl dringender Fragen konfrontiert: Wo informieren sich die Bürgerinnen und Bürger heute über Neuigkeiten? Bedienen sie sich einer Vielzahl von Medien oder konzentrieren sie sich auf einige wenige Favoriten? Gibt es noch Medien, die fast jeder

---

\* Wir danken den M&K-Gutachtern sowie Dr. Anna Schnauber für ihre hilfreichen Hinweise zur Überarbeitung des Manuskripts.

nutzt, oder erzeugen moderne Viel-Kanal-Bedingungen fragmentierte Rezeptionsmuster? Diese Fragen berühren ein Kernthema des Fachs: die Nachrichtennutzung. Die Erforschung der Nachrichtennutzung war lange durch das Paradigma der „Einzelmedienforschung“ (Saxer 1995: 43) geprägt. Viele Arbeiten haben sich auf einzelne Aspekte der Nachrichtennutzung konzentriert, die Nachrichtenrezeption nur für einzelne Mediengattungen bzw. -angebote untersucht (Kleinen-von Königslöw 2014). Generell kann man sagen, dass die Erforschung medienübergreifender Nutzungsmuster bis zur Grundlegung des Repertoireansatzes durch Hasebrink und Popp (2006) so gut wie keine Rolle gespielt hat. Inzwischen liegen zwar erste empirische Befunde vor (z. B. Hasebrink & Domeyer 2012; Stark 2014), aber es bleibt nach wie vor zu klären, nach welchen Strukturprinzipien Rezipienten verschiedene Nachrichtenmedien zu kohärenten Nutzungsmustern integrieren. Dies hat nicht zuletzt methodische Gründe: Wie wir noch zeigen werden, konnten die Potenziale des Repertoireansatzes bisher nicht optimal ausgeschöpft werden.

Aufgrund dieser Forschungslücke adressiert dieser Beitrag die Frage, welchen Strukturprinzipien die inhaltliche Komposition der Nachrichtenrepertoires in Deutschland folgt. Zu diesem Zweck geben wir zunächst einen kurzen Überblick über die bisherige Forschung. Dieser dokumentiert Aspekte, die für die Nachrichtennutzung in Deutschland als wichtig gelten. Vor diesem Hintergrund zeichnen wir den Repertoireansatz in seinen Grundzügen nach und identifizieren methodische Anknüpfungspunkte, um seine Potenziale besser auszuschöpfen. Diese Anknüpfungspunkte prägen nachfolgend den empirischen Zugriff auf die Nachrichtenrepertoires in Deutschland. Ein Schwerpunkt liegt dabei auf dem Klassifikationsverfahren der latenten Klassenanalyse. Nach Darlegung der Methode präsentieren wir die Ergebnisse einer Sekundäranalyse von Eurobarometer-Daten. Die Befunde verdeutlichen die unterschiedlichen Kompositionsprinzipien der Nachrichtenrepertoires in Deutschland. Abschließend diskutieren wir die Implikationen unserer Befunde für Forschung und Gesellschaft.

## 2. Nachrichtennutzung in Deutschland: Quo vadis?

Dass die Bürgerinnen und Bürger sich über aktuelle Themen informieren und eine eigene Meinung bilden können, ist eine elementare Voraussetzung für das Funktionieren einer Demokratie. Ein zentraler Stellenwert kommt dabei den publizistischen Massenmedien und ihren Nachrichtenformaten zu, die eine wesentliche Schnittstelle zwischen Politik und Öffentlichkeit bilden. Jenseits der unmittelbar erfahrbaren Lebenswelt der Bürgerinnen und Bürger stellen Medien mit ihren Nachrichtenangeboten oft den einzigen Zugang zum politischen und gesellschaftlichen Geschehen dar und dürfen daher als ein „Fenster zur Welt“ (Walter Lippmann) gelten.

Da Nachrichten bei der Vermittlung zwischen Politik und Bevölkerung eine große Bedeutung haben, sind ihre Nutzung und etwaige Folgen zentrale Untersuchungsgegenstände des Fachs. So ist nicht nur die medienseitige Bereitstellung von Nachrichten wichtig; Nachrichten müssen in der Bevölkerung auch rezipiert werden, damit sich eine Gesellschaft über politische, wirtschaftliche, kulturelle und soziale Streitfragen verständigen kann (Hölig & Hasebrink 2013).

In jüngerer Zeit lag ein Schwerpunkt der Nutzungsforschung auf den Konsequenzen der fortschreitenden Differenzierung des Mediensystems, die unter verschiedenen Vorzeichen diskutiert werden: Aus Nutzersicht bietet das vielfältigere Nachrichtenangebot mehr Möglichkeiten für eine interessen geleitete Rezeption; man kann seinen Präferenzen gezielter nachgehen. Aus normativer und politischer Sicht werden die flexibleren Angebotsmöglichkeiten dagegen überwiegend negativ gesehen: Es dominieren pessimisti-

sche Sichtweisen, die eine Fragmentierung des öffentlichen Diskurses entlang thematischer und politischer Grenzlinien befürchten. Die vielfältigen Wahlmöglichkeiten können dazu führen, dass die Bevölkerung sich immer seltener aus denselben Medienangeboten informiert. Anstelle gemeinsamer Diskurse träten Echokammern, in denen Gleichgesinnte mit denselben Interessen und/oder politischen Meinungen unter sich bleiben (vgl. Schweiger 2017; Stark 2014; Trilling 2014). In Rückgriff auf die Diskussion um Video Malaise, Viel-Kanal-Öffentlichkeit und Digital Divide wird zudem die konkrete Sorge formuliert, dass neue ablenkende Medienangebote zur Entstehung von Nachrichtenvermeidung beitragen, mit der Folge, dass gewisse Publikumssegmente nicht mehr an öffentlichen Diskursen partizipieren (Kleinen-von Königslöw 2014).

Laut Forschungsstand ist die deutsche Nachrichtenlandschaft gegenwärtig durch eine Dualität von Beharrlichkeit und Wandel geprägt. Elemente der Beharrlichkeit markieren die spezifischen Ausgangsbedingungen in Deutschland, wie den starken öffentlich-rechtlichen Rundfunk. Am Wandel lässt sich eine fortschreitende Differenzierung der Nachrichtennutzung ablesen (Hölig & Hasebrink 2014). Im Einzelnen sind in der Literatur fünf prägende Diskussionslinien erkennbar:

(1) Nachrichtennutzung ist in Deutschland weiterhin sehr verbreitet (z. B. Bernhard et al. 2014; Hölig & Hasebrink 2013, 2014): Fast alle Deutschen nutzen täglich oder zumindest mehrmals pro Woche Nachrichten über internationale, nationale, regionale oder andere aktuelle Ereignisse. Die deutschen Rezipienten beschränken sich gemeinhin auch nicht auf eine Nachrichtenquelle, sondern kombinieren mehrere Quellen. Nach Jandura und Friedrich (2015) ist indes der Anteil von Nachrichtenintensivnutzern seit der Jahrtausendwende merklich zurückgegangen – und zwar vor allem unter den jüngeren und den bildungsfernen Deutschen. Dies impliziert eine zunehmende Nutzungskluft zwischen älteren und hochgebildeten Intensivnutzern einerseits sowie jüngeren und bildungsfernen Gelegenheitsnutzern andererseits.

(2) Die klassischen Massenmedien haben für die Nachrichtennutzung in Deutschland bis heute eine dominierende Bedeutung. Fernsehnachrichten, insbesondere diejenigen des öffentlich-rechtlichen Fernsehens, erreichen mit Abstand immer noch die meisten Menschen in Deutschland. Auch Presse und Radio sind im Bevölkerungsdurchschnitt weiterhin reichweitenstärker als Onlinenachrichtenseiten (z. B. Bernhard et al. 2014; Hasebrink & Schmidt 2013; van Eimeren & Koch, 2016). Allerdings hat das Internet als Kanal in den vergangenen Jahren spürbar an Bedeutung gewonnen. Daher gilt als eines der Merkmale der heutigen Nachrichtennutzung, dass Nachrichten sowohl offline als auch online genutzt werden. Dies ist auch in den jüngeren Publikumssegmenten zu beobachten, die Print- verstärkt durch Onlineangebote ersetzen, aber weiterhin oft TV- und Radionachrichten nutzen. Daneben spielen speziell soziale Medien in Deutschland bislang eine nachrangige Rolle für die Nachrichtennutzung. Perspektivisch gewinnen sie jedoch vor allem unter den jüngeren Deutschen stetig an Bedeutung (z. B. Bernhard et al. 2014; Hölig & Hasebrink 2013, 2014; Hasebrink & Schmidt 2013).

(3) Nach Stark (2014: 40) erfolgt aktuell nicht nur eine quantitative Substitution von Offline- durch Onlinemedien, sondern es deutet sich zugleich eine „Zeitenwende“ im qualitativen Umgang mit Information an. So sind Onlineangebote nicht zwingend Zweitverwertungen von Offlineangeboten, sondern ihr Informationsgehalt und ihre Einordnungsleistung sind oft geringer (fög 2015). Zudem ging die rückläufige Nachrichtennutzung, die Jandura und Friedrich (2015: 74) unter den jüngeren und bildungsfernen Deutschen feststellten, „allein zu Lasten der Nicht-Boulevardmedien“; unterhaltungspublizistische Angebote der Boulevardpresse und privaten Rundfunkanbieter konnten ihre Reichweiten dagegen halten. Schließlich wird die Qualitätspresse nach

Jandura und Brosius (2011) weiterhin von einem zwar kleinen, aber konstanten Bevölkerungsanteil genutzt. Ihre Leserschaft beschränkt sich aber immer stärker auf die gesellschaftlichen Eliten, während sie in bildungsfernen Schichten und in der jungen Bevölkerung immer weniger gelesen wird.

(4) Eine spezifische Ausgangsbedingung der deutschen Nachrichtenlandschaft ist das dichte Netz regionaler Tageszeitungen. Dieses Spezifikum prägt die Nachrichtennutzung in Deutschland nach wie vor: Gegenüber anderen Ländern ist das Interesse an regionalen Nachrichten bis heute hoch (z. B. Hasebrink & Hölig 2013, 2014). Dabei sind Nachrichten aus der Region weiterhin die Domäne der Tageszeitung, während das Fernsehen die wichtigste Nachrichtenquelle für nationale und internationale Ereignisse ist (Mende et al. 2012). Nichtsdestotrotz macht eine weltweite Entwicklung vor Deutschland nicht halt: Die Reichweitenrückgänge der Zeitungen, die in den jüngeren Bevölkerungsgruppen zu verzeichnen sind, verlaufen primär zu Lasten der regionalen Presse (Jandura & Friedrich 2015; vgl. auch Jandura & Brosius 2011). Damit ist von einer Zunahme der schon von Weibull (1992) konstatierten Alterskluft zwischen älteren Nutzern regionaler Nachrichten und jüngeren Nicht-Nutzern auszugehen.

(5) Die Sorge um eine ideologische Zersplitterung des Publikums treibt auch die Debatte um die deutsche Nachrichtenlandschaft an. In Europa durchgeführte Studien, die in der Tradition der US-amerikanischen Selective Exposure-Literatur stehen, haben indes gefunden, dass der Selektivität der Rezipienten in Europa oft enge Grenzen gesetzt sind. Offenbar ist es in Mehrparteiensystemen mit einer Medienlandschaft, die durch einen starken öffentlich-rechtlichen Rundfunk geprägt ist, ungleich schwerer, ideologisch konsistente Nachrichtennutzungsmuster auszubilden als in den USA. Dies konnten Trilling (2014) und Bos et al. (2016) unlängst für Österreich und die Niederlande empirisch belegen. Für Deutschland mangelt es dazu noch an Befunden.

Nach Hölig und Hasebrink (2013: 523) zeigt die Gesamtschau der aktuellen Befunde, dass die Befürchtungen um Nachrichtenverweigerer und eine Zersplitterung der Gesellschaft „übertrieben sein könnten“. Insbesondere der starke öffentlich-rechtliche Rundfunk gewährleiste weiterhin, dass fast alle Deutschen von Nachrichten erreicht werden (vgl. ähnlich Bernhard et al. 2014). Infolge von Digitalisierung und Konvergenz haben sich schon bestehende Differenzierungs- und Fragmentierungstendenzen bei der Nachrichtennutzung, die bereits seit den 1990er Jahren erforscht werden, aber offenbar jüngst verstärkt (Schweiger 2017). Bisher ist zwar nicht von einer Erosion der deutschen Nachrichtenlandschaft auszugehen. Die aktuell beobachtbaren Entwicklungstendenzen sind jedoch grundsätzlich bedenklich, denn sie stellen das Integrationspotenzial der Medien perspektivisch infrage (Jandura & Friedrich 2015; Stark 2014). Zu berücksichtigen ist zudem, dass die fortschreitende Differenzierung des Mediensystems nicht nur seine zusammenhaltstiftenden Funktionen infrage stellt. Auch traditionelle medienzentrierte Kategorien der Rezeptionsforschung (der Zeitungsleser, der TV-Zuschauer etc.) verlieren zusehends an Trennschärfe. Vor diesem Hintergrund wurde in den vergangenen Jahren auch international für eine repertoireorientierte Rezeptionsforschung plädiert (z. B. Taneja et al. 2012; Yuan 2011). Diesen alternativen Zugang greifen wir im Folgenden auf, um die Nachrichtennutzung in Deutschland einer detaillierteren Analyse unterziehen zu können.

### **3. Repertoireorientierte Nutzungsforschung: Potenziale und Herausforderungen**

Der Medienrepertoireansatz geht auf US-amerikanische Fernsehforschungen in den 1980er und 1990er Jahren zurück (z. B. Heeter 1985; Reagan 1996), die sich auf einfache formale Beschreibungen des kanalübergreifenden Rezeptionsverhaltens beschränkten

(z. B. anhand der Zahl regelmäßig genutzter TV-Kanäle). Die konzeptionelle, theoretische Ausformulierung erfolgte aber erst durch Hasebrink und Popp (2006) in Deutschland.

Im Mittelpunkt des Medienrepertoireansatzes steht die Rekonstruktion medienübergreifender Rezeptionsmuster, die sich in drei Grundprinzipien ausdrückt (vgl. zum Folgenden Hasebrink 2014; Hasebrink & Domeyer 2012; Hasebrink & Popp 2006): Der Repertoireansatz bezieht sich nicht auf einzelne Medien, sondern auf deren Kombination durch die Rezipienten. Der traditionelle medienzentrierte Fokus der Rezeptionsforschung wird durch eine nutzerzentrierte Perspektive ersetzt. Die Leitfrage lautet nicht mehr, welche Nutzer durch einzelne Medien erreicht werden. Stattdessen wird gefragt, wie die individuellen Rezipienten verschiedene Medien in kohärente Nutzungsmuster komponieren (*Prinzip der Nutzerorientierung*). Damit verbindet sich der Anspruch einer holistischen Nutzerbetrachtung; anstatt die Analyse auf einzelne Medien zu beschränken, soll die Gesamtheit der Medien, die eine Nutzerin oder ein Nutzer regelmäßig nutzt, simultan in den Blick genommen werden (*Prinzip der Ganzheitlichkeit*). Repertoires manifestieren sich somit auch nicht auf der Ebene einzelner Nutzungsepisoden. Sie sind vielmehr stabile medien- und kanalübergreifende Rezeptionsmuster (Schweiger 2007), deren Struktur sich im geordneten Nebeneinander der regelmäßig genutzten Medien widerspiegelt. Dabei liegt ein analytischer Schwerpunkt auf den funktionalen Relationen zwischen den Einzelmedien. Diese sind von besonderem Interesse, weil sie die qualitativen Unterschiede in den internen Architekturen der Medienrepertoires respektive ihre zugrundeliegenden Strukturprinzipien manifestieren (*Prinzip der Relationalität*).

Durch diese Akzentverschiebungen kann der Repertoireansatz helfen, die Vielschichtigkeit moderner Nachrichtenumwelten nachzuvollziehen und den Forschungsstand in dreierlei Hinsicht vorantreiben (vgl. zum Folgenden auch Stark 2014; Webster & Ksiazek 2012): (1) Statt nur zwischen Nutzern und Nichtnutzern von einzelnen Nachrichtenangeboten unterscheiden zu können, können die gesamten medialen Nachrichtenumwelten der Rezipienten beleuchtet werden. (2) Arbeiten, die die Verbreitung von verschiedenen Nachrichtenquellen untersuchen, werden um deren komplementäre und substitutive Nutzung erweitert. (3) Auch frühere formale Beschreibungen des medienübergreifenden Nutzungsverhaltens (s. o.) können der inhaltlichen Vielfalt der Nachrichtenangebote, die heute zur Verfügung stehen, nicht hinreichend gerecht werden. Rezipienten gelten heute als „users of cross-channel clusters of information sources“ (Reagan 1996: 118). Daher ist ihre Nachrichtennutzung v. a. auch dahingehend zu differenzieren, ob ihre Nachrichtenrepertoires sich hinsichtlich der enthaltenen Quellen inhaltlich unterscheiden.

Der Medienrepertoireansatz ist nicht Teil eines kohärenten theoretischen Bezugsrahmens, sondern er hat instrumentellen Charakter: Komplexe Phänomene der gewandelten Mediennutzung sollen theoretisch und empirisch besser zugänglich gemacht werden (Hasebrink 2014). Dieser theoretische und empirische Mehrwert einer Repertoireperspektive hat sich in bisherigen Studien wiederholt abgezeichnet (z. B. Stark 2014; Trilling 2014; Yuan 2011). Allerdings konnte in bisherigen Studien das Analysepotenzial des Repertoireansatzes nicht immer voll ausgeschöpft werden. Dies hat mindestens zwei Ursachen: (1) Repertoires sind meistens nur auf der Ebene von Mediengattungen untersucht worden. (2) Die Komplexität von Nutzungsmustern stellt nicht nur hohe Anforderungen an die Datenerhebung, sondern speziell auch an die Datenanalyse.

Die Analyse von Medienrepertoires auf der *Gattungsebene* kann dadurch rechtfertigt werden, dass Mediengattungen bei Selektionsentscheidungen eine wichtige Rolle spie-

len: Mit der Gattungswahl sind bis heute weitere intramediale Auswahlentscheidungen verknüpft (Hasebrink & Schmidt 2013). Im Zuge der Konvergenz verlieren Mediengattungen aber gegenüber kanalübergreifenden Medienangeboten an Gewicht (Hasebrink 2014). Die Präferenzen der Rezipienten sind zudem nicht primär an Mediengattungen geknüpft, sondern an Mediengenres: Man hegt z. B. keine Präferenz für die Zeitung an sich, sondern für die Qualitäts- oder Boulevardzeitung (Webster & Phalen 1997). Schließlich bleiben verschiedene Qualitäten der Mediennutzung in Gattungsanalysen weitgehend außen vor. So mögen ältere Rezipienten das Fernsehen nach Hasebrink und Popp (2006) oft mit Printmedien kombinieren. Aus publizistischer Warte ist aber eher entscheidend, welchen Informationsgehalt die unterschiedlichen Presse- und Fernsehgenres aufweisen (Henn & Vowe 2015). Daher plädieren wir für Analysen auf der *Genreebene*, um detailliertere Einblicke in die inhaltlichen Kompositionen der Repertoires zu gewinnen als bei Gattungsanalysen. Dieses Vorgehen hat den zusätzlichen Vorteil, dass medienübergreifende Muster, bei denen Nutzer Genres verschiedener Gattungen kombinieren, von Mustern differenziert werden können, die durch die Kombination verschiedener Genres innerhalb derselben Gattung entstehen (vgl. auch Trilling 2014; van Rees & van Eijck 2003).

Eine ganzheitliche Repertoireforschung bedarf empirisch nicht nur detaillierter Single Source-Daten zur Nutzung verschiedenen Medien, die in vergleichbarer Weise erhoben wurde (z. B. Kleinen-von Königslöw 2014; Webster & Ksiazek 2012). Sie erfordert darüber hinaus einen geeigneten datenanalytischen Zugang, wobei bisherige Studien sowohl uni- und bivariate Methoden (Nutzeranteile, Korrelationen etc.) als auch multivariate faktor- und clusteranalytische Verfahren angewendet haben. *Univariate Methoden* haben neben der intuitiven Interpretierbarkeit der Ergebnisse den Vorteil, dass sie unmittelbar anschlussfähig sind an traditionelle Einzelmedienforschungen. *Bivariate Methoden* ermöglichen Aufschlüsse über die funktionalen Relationen von Medien, denn ihre Komplementarität bzw. Rivalität drückt sich in entsprechend positiven bzw. negativen Korrelationen ihrer Nutzung aus. Allerdings lassen uni- und bivariate Analysen recht große Interpretationsspielräume, denn ihr unmittelbarer Aussagegehalt ist auf einzelne Medien bzw. die Kombination von je zwei Medien beschränkt. Damit sind keine näheren Aufschlüsse darüber möglich, in welcher Weise die individuellen Rezipienten die betreffenden Medien mit weiteren medialen Quellen kombinieren (Hasebrink & Popp 2006; Webster & Ksiazek 2012).

Vor diesem Hintergrund plädieren wir eindringlich für *multivariate Zugänge*, denn sie können die Nutzung mehrerer Medien simultan zum Analysegegenstand machen – und folglich dem Grundprinzip der Ganzheitlichkeit besser Rechnung tragen. Dabei modellieren *Faktorenanalysen* die modulare Binnenstruktur der Medienrepertoires, indem sie die Gesamtrepertoires der Rezipienten additiv in Teilkomponenten zergliedern. Entgegen bisheriger Interpretationen (z. B. Taneja et al. 2012; Yuan 2011) sind einzelne Faktoren jedoch nicht mit distinkten Repertoires gleichzusetzen. Sie repräsentieren vielmehr Teilkomponenten, die einzelne Rezipienten bei der Komposition ihrer Repertoires in prinzipiell beliebiger Weise kombinieren können (van Rees & van Eijck 2003). Im Gegensatz dazu ermöglichen *clusteranalytische Verfahren* eine holistische Nutzerbetrachtung im eigentlichen Sinn. Da der Akzent von Clusteranalysen auf der Herausarbeitung der typologischen Differenzen zwischen Nutzergruppen liegt, eignen sie sich für die Analyse qualitativer Unterschiede in der Komposition der Gesamtrepertoires.

Der Einsatz konventioneller Clusteranalysen hat mitunter den Nachteil, dass zahlreiche Entscheidungen auf Forscherseite getroffen werden müssen, etwa über Distanzmaße oder Fusionsalgorithmen, die sich substanziell auf die Befunde auswirken können.

Erfreulicherweise steht mit der *latenten Klassenanalyse* (LCA) jedoch eine bisher selten in der Nachrichtenforschung eingesetzte statistische Weiterentwicklung zur Verfügung, bei der die oben genannten Nachteile des Einsatzes konventioneller Clusteranalysen weitgehend überwunden werden.<sup>1</sup> Daneben korrespondiert das statistische Modell der LCA sehr gut mit den theoretischen Annahmen des Repertoireansatzes. Anders als bei distanzbasierten Clusteranalysen wird bei der LCA in einem kohärenten Messmodell zwischen komplexen multidimensionalen latenten Strukturen und ihren empirischen Manifestationen unterschieden (Collins & Lanza 2010; Geiser 2011). Diese Trennung setzt das theoretische Grundprinzip um, dass die Repertoirekomposition bestimmten Strukturprinzipien folgt (= multidimensionale latente Variable im Messmodell), welche sich wiederum in der Nutzung und Kombination einzelner Medien widerspiegeln (= manifeste Indikatoren im Messmodell). Während also sowohl die herkömmliche Clusteranalyse als auch die LCA dem Prinzip der Ganzheitlichkeit des Repertoireansatzes gerecht werden, verspricht die LCA darüber hinaus die statistisch adäquate Umsetzung des Grundprinzips der Relationalität.

#### 4. Methodik

Um nähere empirische Einblicke in die Nachrichtennutzung in Deutschland zu geben, berichten wir nachfolgend die Befunde einer Sekundäranalyse. Die Sekundäranalyse zeichnet sich durch drei Aspekte aus: (1) Sie löst sich vom traditionellen Einzelmedienfokus und erfolgt aus Repertoireperspektive. (2) Die Nachrichtenrepertoires werden auf der Genreebene untersucht. (3) Die Strukturprinzipien, denen die Komposition der Nachrichtenrepertoires folgt, werden mittels latenter Klassenanalyse identifiziert.

##### 4.1 Datengrundlage und -aufbereitung

Die Sekundäranalyse erfolgt auf Basis der Daten des Eurobarometers (EB) 82.4. Die Daten eignen sich gut für unsere Zwecke, denn sie erlauben, Nachrichtenrepertoires nicht nur auf der Gattungsebene, sondern differenzierter nach inhaltlichen Nachrichtengenes zu analysieren.<sup>2</sup> Die Durchführung des EB 82.4 in den EU-Mitgliedsstaaten wurde von der Europäischen Union in Auftrag gegeben.<sup>3</sup> Grundgesamtheit des deutschen Datensatzes ist die Wohnbevölkerung ab 15 Jahre. Die deutsche Stichprobe umfasst 1.572 Befragte. Sie wurde über eine mehrstufige Zufallsauswahl (Verwaltungsregionen, Haushalten in Verwaltungseinheiten und Personen in Haushalten) realisiert. Die Befragung erfolgte in Form computergestützter persönlicher Interviews durch TNS Infratest vom 29. November bis 9. Dezember 2014.

Die Nachrichtennutzung wurde anhand einer 85 TV-Sender, Radiosender, Tages- und Wochenzeitungen, Web-Seiten sowie Social Media-Angebote umfassenden Liste erhoben. Die Interviewten wurden gefragt, welche Angebote sie *regelmäßig*, d. h. mehrmals pro Woche, als Nachrichtenquellen nutzen. Damit wird operational ein Nachrichtenbegriff zugrunde gelegt, der nicht nur politische Nachrichten, sondern auch gesell-

1 Bisher kam die LCA z. B. in den Studien von Bos et al. (2016) und Ksiazek et al. (2010) zum Einsatz.

2 Weitere wichtige Vorteile der EB-Studie sind, dass die Nachrichtennutzung in verschiedenen Gattungen in vergleichbarer Weise (Webster & Ksiazek 2012) und dass die Nachrichtennutzung angebotsspezifisch erhoben wurde. Gattungsbezogene Abfragen führen häufig zur ihrer Überschätzung (Dilliplane et al. 2013; Prior 2009).

3 [http://ec.europa.eu/public\\_opinion/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/public_opinion/index_en.htm) [14.07.2017].

schaftliche, wirtschaftliche, kulturelle etc. Ereignisse einschließt. Dieser relativ weite Nachrichtenbegriff schließt an bisherige Studien zur medienübergreifenden Nachrichtennutzung an (z. B. Hölzig & Hasebrink 2014; Ksiazek et al. 2010; Yuan 2011). Dem Fokus auf die regelmäßige Nachrichtennutzung entspricht, dass das Repertoirekonzept den regelmäßigen Kern der Mediennutzung in den Mittelpunkt stellt (vgl. Kap. 3).

Gemäß unserer Argumentation in Kapitel 3 haben wir die Einzelmedien für die empirische Analyse der Nachrichtenrepertoires nach Mediengenres zusammengefasst.<sup>4</sup> Diese bilden später die Eingangsvariablen der latenten Klassenanalyse. Die Zusammenfassungen basieren auf einer inhaltlichen Kategorisierung der Einzelmedien. Gemäß der üblichen Grundunterscheidung wird im Fernseh- und Radiobereich jeweils zwischen öffentlich-rechtlichen Angeboten und den unterhaltungspublizistisch orientierteren Nachrichten privater Fernseh- und Radiosender unterschieden. Im Fernsehbereich werden weitergehend die *Dritten Programme* aufgrund ihres regionalen Bezugs von den öffentlich-rechtlichen Vollprogrammen *ARD* und *ZDF* getrennt. Bei den privaten Fernsehsendern werden die Angebote der Nachrichtenspartensender (*N24*, *n-tv*) aufgrund ihres strukturell höheren Informationsgehalts von Nachrichten privater Vollprogramme (*RTL*, *SAT.1*, *VOX* etc.) unterschieden. Bei der Presse wird die nationale Presse von regionalen und lokalen Pressemedien unterschieden, denen ein spezifischer geografischer Berichterstattungsschwerpunkt zugrunde liegt. Bei der nationalen Presse wird weitergehend die Boulevardpresse von der qualitativ höherwertigen Abonnementpresse unterschieden. Letztere wird wiederum in Anschluss an Henn und Vowe (2015) in die Tagespresse und die Wochenpresse differenziert. Bei den regionalen und lokalen Zeitungen ist eine Differenzierung zwischen Boulevard- und Abonnementzeitungen mittels der EB-Daten leider nicht möglich. Inwieweit die letztgenannte Differenzierung heute noch sinnvoll ist, stellten Jandura und Brosius (2011) bereits vor einiger Zeit infrage. In Reaktion auf ihre Reichweitenverluste haben sich regionale und lokale Zeitungen nämlich zusehends Boulevardthemen geöffnet.

Die Onlineangebote der Rundfunk- und Presseanbieter werden jeweils von ihren Offlineangeboten unterschieden. Diese Differenzierung trägt dem Umstand Rechnung, dass Onlineangebote in Bezug auf Themenabdeckung und Qualität z. T. extrem von ihren Offlinependants abweichen (fög 2015; Trilling 2014). Im Gegensatz zu den Onlineangeboten der Rundfunk- und Presseanbieter wird der Nachrichtenbezug über soziale Medien wie *Facebook*, *Twitter* oder *Youtube* (21 % der Befragten gaben an, Nachrichten mittels *Facebook* zu nutzen; 3 % gaben *Twitter* als Nachrichtenkanal an und 10 % *Youtube*) nicht als eine eigenständige inhaltliche Nachrichtennutzungskategorie behandelt. Dieses Vorgehen basiert auf der Annahme, dass soziale Medien in der Regel als Intermediäre der Nachrichtenvermittlung fungieren (Helberger et al. 2015; Schmidt et al. 2017). Die Nutzeranteile der inhaltlichen Offline- und Onlinegenres in der Stichprobe sind in Tabelle 1 dokumentiert. Sie entsprechen den Ergebnissen anderer aktueller bevölkerungsrepräsentativer Studien zur regelmäßigen Nachrichtennutzung (z. B. Bernhard et al. 2014; Hasebrink & Schmidt 2013; van Eimeren & Koch 2016).

---

4 Die Zusammenfassungen der Einzelmedien erfolgten mittels „und/oder“-Verknüpfungen. Dieses Vorgehen setzt die theoretische Argumentation von Glasser (1984) und Napoli (1999) um, die ein Nachrichtenrepertoire erst dann als breit bezeichnen, wenn es Nachrichtenangebote verschiedener Mediengenres umfasst, und nicht bereits, wenn verschiedene Angebote desselben Genres kombiniert werden.

Tabelle 1: Nutzeranteile der Offline- und Onlinenachrichtengenres (in %; n = 1.572 Befragte)

Nachrichtenggenre	Offline	Online
Öffentlich-rechtliche TV-Vollprogramme	73	3
Private TV-Vollprogramme	33	1
Dritte TV-Programme	25	1
Private Nachrichtenspartenkanäle	20	1
Öffentlich-rechtlicher Hörfunk	65	2
Privater Hörfunk	16	0
Regionale und lokale Presse	41	3
Nationale Boulevardpresse	15	1
Nationale Tagespresse	7	4
Nationale Wochenpresse	5	4

Die EB-Daten erlauben, zusätzlich zur Nachrichtennutzung gängige soziodemografische und politische Merkmale der Befragten in die Sekundäranalyse einzubeziehen: Außer dem Geschlecht (Frauenanteil: 50 %) und Alter (in Jahren; MW = 52,1; SD = 18,7) wird die Berufstätigkeit (Anteil Berufstätiger: 45 %), Bildung und der sozioökonomische Status berücksichtigt. Die Bildung wurde über die Frage erhoben, wie alt die Befragten bei der Beendigung ihrer Schul- bzw. Universitätsausbildung waren (MW = 18,7; SD = 3,8; MIN = 14; MAX = 25). Ihren sozioökonomischen Status stuften die Befragten anhand einer fünfstufigen Skala ein (1 = „sehr niedrig“ bis 5 = „sehr hoch“; MW = 2,4; SD = 1,0). Das politische Interesse wurde auf einer dreistufigen Skala (1 = „überhaupt nicht interessiert“ bis 3 = „sehr interessiert“) differenziert nach lokalen Angelegenheiten (MW = 2,1; SD = 0,6), nationalen Angelegenheiten (MW = 2,1; SD = 0,6) und internationalen Angelegenheiten (MW = 1,8; SD = 0,6) erfragt. Die politische Grundeinstellung der Befragten wurde auf einer zehnstufigen Links-Rechts-Skala erhoben (1 = „links“ bis 10 = „rechts“; MW = 4,9; SD = 1,8).

#### 4.2 Datenanalyse

Aus den in Kapitel 3 erwähnten Gründen werden die EB-Daten mittels latenter Klassenanalyse ausgewertet. Die Schätzung der LCA-Ergebnisse erfolgte mithilfe der Maximum Likelihood-Methode und wurde mit Mplus 7.3.1 durchgeführt. Dabei basiert das Messmodell der Nachrichtenrepertoires bzw. ihrer zugrundeliegenden Strukturprinzipien allein auf der Nutzung der beschriebenen inhaltlichen Nachrichtengenres. Die soziodemografischen und politischen Befragtenmerkmale dienen demgegenüber nicht als klassenbildende Variablen: Sie werden als externe Kriterien zur näheren Beschreibung der Nachrichtennutzerklassen herangezogen und damit als sogenannte passive Variablen behandelt. Dies gilt ebenfalls für die Nachrichtennutzung mittels sozialer Medien (*Facebook*, *Twitter* und *Youtube*). Diese Vorgehensweise setzt die inhaltliche Annahme um, dass soziale Medien nicht notwendigerweise eine eigene inhaltliche Nachrichtennutzungskategorie darstellen, sondern beim Zugang zu Onlinenachrichten in der Regel als Intermediäre fungieren.

## 5. Ergebnisse

Die Ergebnisdokumentation folgt dem Standardvorgehen bei latenten Klassenanalysen: Im Mittelpunkt steht zunächst die Frage, wie viele Nutzerklassen mit distinkten Reper-toires in Deutschland existieren (Tab. 2). Daraufhin werden die gefundenen Nachrichtennutzungsmuster (Abb. 1) im Detail beleuchtet und gemäß ihren zugrunde liegenden Strukturprinzipien eingeordnet. Schließlich werden zusätzlich die soziodemografischen und politischen Merkmale der Befragten und deren Nachrichtennutzung mittels sozialer Medien als externen Kriterien einbezogen (Tab. 3). Dieser dritte Analyseschritt erlaubt einerseits eine weitergehende inhaltliche Beschreibung der Nachrichtennutzertypen. Andererseits ist er methodisch wichtig, denn plausible Korrespondenzen zwischen der Klassenzugehörigkeit der Befragten und ihren sonstigen Merkmalen gelten als Beleg für die Validität der latenten Klassenlösung und ihrer Datengrundlage (Geiser 2011).

Tabelle 2 dokumentiert, wie gut alternative latente Klassenmodelle die Muster der Nachrichtennutzung der Befragten abbilden. Nach den gängigen Informationskriterien sind das 1- und das 2-Klassenmodell, aber auch das 6- und das 7-Klassenmodell inad-äquat, denn ihre BIC- und aBIC-Werte sind durchweg höher als diejenigen des 3-, 4- bzw. 5-Klassenmodells.<sup>5</sup> Unter den verbleibenden 3-, 4- und 5-Klassenmodellen passt das 4-Klassenmodell nach den Vuong-Lo-Mendell-Rubin- und Lo-Mendell-Rubin Ad-justed-Tests signifikant besser zu den Daten als das 3-Klassenmodell. Beide Tests zeigen zugleich übereinstimmend, dass das 5-Klassenmodell die Nachrichtennutzungsmuster nicht besser abbildet als das 4-Klassenmodell. Damit ist die Differenzierung von vier Nutzerklassen statistisch gerechtfertigt, nicht aber die Extraktion einer fünften Nutzer-klasse. Zudem ist das 4-Klassenmodell gemäß seiner höheren Entropie reliabler als das 3-Klassenmodell. Mit einer minimalen mittleren Klassenzuordnungswahrscheinlichkeit je Klasse von 0,84 übertrifft das 4-Klassenmodell auch den Schwellenwert von  $> 0,80$  für eine in absoluter Hinsicht gute Reliabilität (Geiser 2011).

Laut Tabelle 2 existieren in Deutschland im Wesentlichen vier Nutzertypen mit dis-tinkten Nachrichtenrepertoires. Die prototypischen Rezeptionsmuster dieser Nutzer-typen dokumentiert Abbildung 1 im Detail. Ausgewiesen werden darin die konditio-nalen Nutzungswahrscheinlichkeiten der Nachrichtennutzung in Abhängigkeit der Klassenzugehörigkeit.<sup>6</sup>

Aus Abbildung 1 ist unmittelbar ersichtlich, dass es sich bei keinem der vier Nut-zertypen um kategorische Nutzerweigerer handelt. Es sind jedoch nicht unerhebliche Differenzierungstendenzen der Nachrichtennutzung zu erkennen: Die Nutzertypen differieren hinsichtlich der Breite und der inhaltlichen Komposition ihrer Nachrichten-repertoires. Gemäß den Strukturierungsprinzipien, die ihre Rezeptionsmuster ausdrü-cken, können sie als (1) Traditionelle, (2) Unterhaltungsorientierte, (3) Qualitätsorien-tierte und (4) Onliner bezeichnet werden.

5 Die Wahl der Informationskriterien ist an Methodentests von Nylund et al. (2007) orientiert. Gemäß Collins und Lanza (2010: 88) dienen die Informationskriterien dazu, zunächst grund-sätzlich ungeeignete Modelle auszuschließen: „However, because of the varying penalties asso-ciated with each criterion, they often do not identify the same model as optimal. Information criteria are likely to be more useful in ruling out models and narrowing down the set of plausible options than in pointing unambiguously to a single best model.“

6 Ein Wert von 0,5 zeigt zum Beispiel, dass die Angehörigen der betreffenden Nutzerklasse das jeweilige Genre mit einer Wahrscheinlichkeit von 50 Prozent nutzen.

Tabelle 2: Fitkriterien verschiedener latenter Klassenmodelle der Nachrichtennutzungen<sup>1)2)</sup>

Fitkriterien	Zahl der latenter Klassen						
	1	2	3	4	5	6	7
<i>BIC</i>	18596	18226	17921	17954	18020	18094	18159
<i>aBIC</i>	18532	18096	17724	17690	17689	17697	17695
<i>Vuong-Lo-Mendell-Rubin</i>	–	<0,00	<0,00	0,01	0,42	0,18	0,38
<i>Lo-Mendell-Rubin Adjusted</i>	–	<0,00	<0,00	0,01	0,43	0,18	0,38
<i>Entropie</i>	–	0,60	0,69	0,74	0,75	0,69	0,73
<i>Minimale mittlere Klassenzuordnungswahrscheinlichkeit</i>	–	0,83	0,83	0,84	0,83	0,71	0,71

1) n = 1.572.

2) Bei den Vuong-Lo-Mendell-Rubin-Tests und Lo-Mendell-Rubin Adjusted-Tests wird jeweils der p-Wert dokumentiert und das gängige  $\alpha$ -Fehlerniveau von 0,05 zugrunde gelegt.

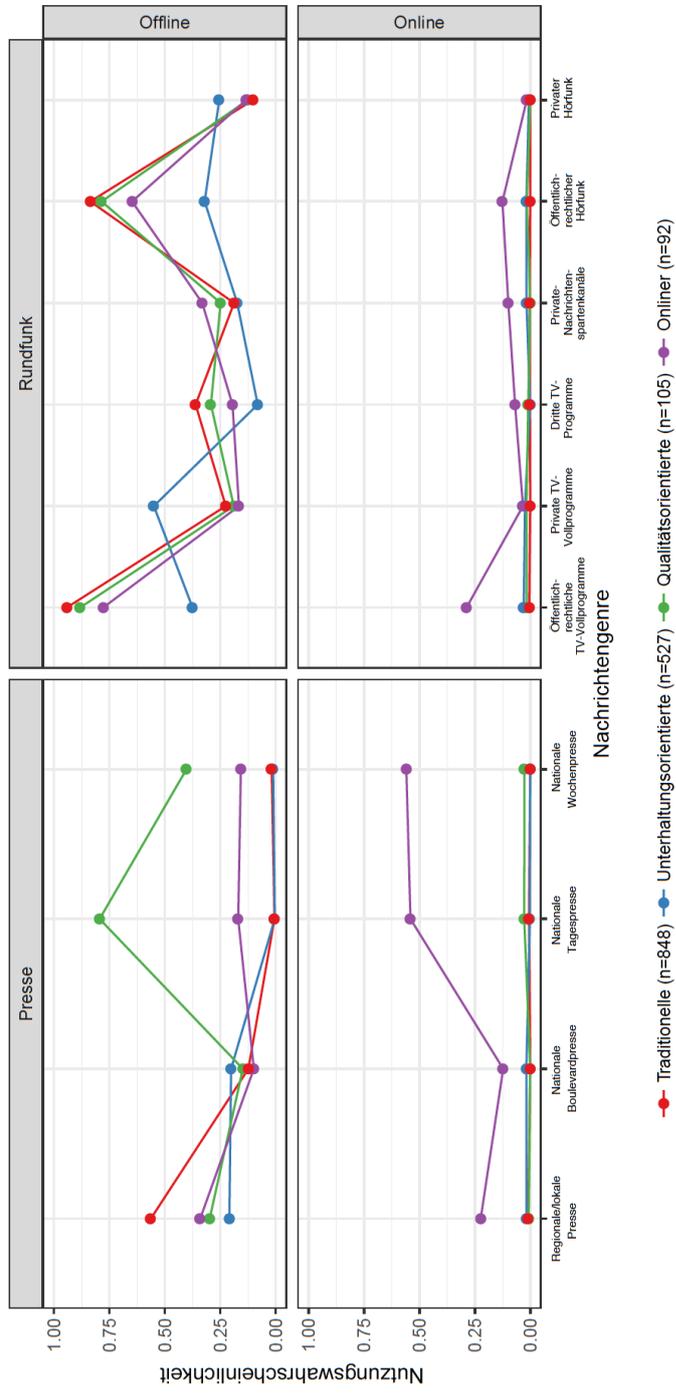
(1) *Traditionelle* stellen mehr als die Hälfte der Befragten. Ihr Nachrichtenrepertoire umfasst im Durchschnitt 3,5 Genres und ist stark an den klassischen Angebots- und Nachfragestrukturen orientiert. Traditionelle beziehen Nachrichten vor allen Dingen aus den klassischen Breitenmedien, also den öffentlich-rechtlichen Fernseh- und Radiosendern, die ihnen praktisch ausnahmslos als regelmäßige Nachrichtenquelle dienen. Zudem umfasst ihr Repertoire regionale Medien: Sie sind die häufigsten Nutzer der regionalen Tagespresse und der Dritten Fernsehprogramme, während sie die sonstigen Genres eher selten nutzen. Dabei beinhaltet das Repertoire der Traditionellen nahezu ausschließlich Offlinequellen. Dies bedeutet selbstverständlich nicht, dass Traditionelle keinerlei Onlinenachrichten nutzen. Die Befunde zeigen vielmehr, dass sich der regelmäßige Kern ihrer Nachrichtennutzung, den das Medienrepertoirekonzept in den Mittelpunkt stellt (vgl. Kap. 2), auf Offlinequellen beschränkt.

(2) *Unterhaltungsorientierte* bilden mit rund einem Drittel ebenfalls eine recht große Nutzergruppe. Sie haben mit Traditionellen gemeinsam, dass sich ihr Nachrichtenrepertoire nahezu allein aus Offlinequellen speist. Mit im Durchschnitt 2,2 genutzten Genres haben Unterhaltungsorientierte das schlankste Repertoire aller Nutzertypen. Dabei ersetzen sie die öffentlich-rechtlichen Fernseh- und Radionachrichten häufig durch die unterhaltungsorientierten Pendanten der privaten TV- und Radioanbieter. Zudem lesen Unterhaltungsorientierte im Allgemeinen nur selten Nachrichten aus Presseerzeugnissen, nutzen aber gleichzeitig die Boulevardpresse mit am häufigsten.

(3) *Qualitätsorientierte* sind mit rund sieben Prozent eine relativ exklusive Nutzerklasse. Sie haben mit Traditionellen und Unterhaltungsorientierten gemeinsam, dass ihr Repertoire vor allen Dingen aus Offlinequellen besteht. Zumindest gelegentlich finden sich aber auch Onlinequellen in ihrem Nachrichtenrepertoire wieder, das mit im Durchschnitt 4,4 Genres deutlich breiter ist als die Repertoires der Traditionellen und Unterhaltungsorientierten. Dabei sind Qualitätsorientierte gemeinhin Nutzer der öffentlich-rechtlichen Fernseh- und Hörfunknachrichten. Im Gegensatz zu Traditionellen spielen in ihrem Repertoire aber regionale Medien eine nachrangige Rolle. Sie kombinieren die öffentlich-rechtlichen Nachrichten stattdessen mit den klassischen Qualitätsgenres, also den nationalen Abonnementzeitungen, die Qualitätsorientierte mit großem Abstand am häufigsten nutzen.

Abbildung 1: Latente Klassenanalyse der Nachrichtenrepertoires in Deutschland (n = 1.572 Befragte)

12



(4) *Onliner* stellen mit sechs Prozent ebenfalls eine eher kleine Nutzerklasse dar. Für diese Nutzerklasse ist zunächst ihr breites Nachrichtenrepertoire charakteristisch, das im Durchschnitt 5,3 Genres umfasst und noch etwas breiter ist als das Repertoire der Qualitätsorientierten. Ihr Repertoire besteht zudem verstärkt aus Onlinegenres. Dies gilt vor allem für den Pressebereich, in dem eine Substitution der gedruckten Zeitungen durch ihre Online-Pendants stattfindet. Dabei erweisen sich auch Onliner als durchaus qualitätsbewusst: Die Onlineangebote der Qualitätspresse sind weit häufiger Teil ihres Nachrichtenrepertoires als die Onlineangebote der Boulevardpresse. Eine verstärkte Zuwendung zu Onlineangeboten ist auch im Rundfunkbereich erkennen. Onliner sind im Grunde die einzige Nutzerklasse, in deren Repertoire die Onlineangebote der Rundfunkanbieter eine Rolle spielen. Nichtsdestotrotz beziehen auch Onliner die Nachrichten der Rundfunkanbieter wesentlich häufiger offline als online, wobei sie sich – wie Traditionelle und Qualitätsorientierte – vor allem der öffentlichen-rechtlichen Angebote bedienen.

Tabelle 3 dokumentiert den dritten Analyseschritt, also den Einbezug der soziodemografischen und politischen Merkmale der Befragten und ihrer Nachrichtennutzung mithilfe sozialer Medien als externe Kriterien.<sup>7</sup> Die durchweg signifikanten F-Werte belegen, dass sich die Nutzertypen hinsichtlich aller soziodemografischen und politischen Merkmale unterscheiden. Während die Unterschiede in Geschlecht und Berufstätigkeit eher gering ausfallen, sind die Bildungs- und Statusunterschiede durchaus bedeutsam. Am größten fallen jedoch die Altersunterschiede aus. Daneben unterscheiden sich die Nutzertypen durchaus substantziell in ihren politischen Interessen, während die Unterschiede in ihrer Links-Rechts-Orientierung sehr schwach sind. Dieser Befund entspricht den Ergebnissen von Bos et al. (2016) und Trilling (2014) für Österreich und die Niederlande, nach denen die politischen Orientierungen europäischer Rezipienten sich nur bedingt in distinkten Nachrichtenrepertoires manifestieren, weil einer ideologisch motivierten Nachrichtenselektion in westeuropäischen Mediensystemen oft enge Grenzen gesetzt sind.

Im Einzelnen zeichnet *Traditionelle* ihr fortgeschrittenes Alter aus, das mit ihrer selteneren Berufstätigkeit und – hohe Bildungsabschlüsse waren früher seltener – eher niedrigen formalen Bildung korrespondiert. Traditionelle sind zudem durchaus an Politik interessiert – und zwar vor allem an lokalen Angelegenheiten, denen sie das höchste Interesse aller Nutzerklassen entgegenbringen. Dies korrespondiert mit ihrer verstärkten Nutzung regionaler Nachrichtenquellen. *Unterhaltungsorientierte* sind demgegenüber besonders bildungsschwach, statusniedrig und jung. Dieser Befund entspricht anderen Studien, nach denen unterhaltungspublizistische Nachrichten in den jüngeren Altersklassen sowie niedrigen Bildungs- und Statusgruppen auf das größte Interesse stoßen (z. B. Jandura & Friedrich 2015; Weibull 1992). Aber auch die politischen Interessen der Unterhaltungsorientierten entsprechen ihrem schmalen und qualitativ limitierten Nachrichtenrepertoire; sie bringen sowohl lokalen als auch nationalen und internationalen Fragen das geringste Interesse entgegen. *Qualitätsorientierte* und *Onliner* haben demgegenüber ein relativ ähnliches soziodemografisches und politisches Profil. Sie sind besonders bildungsstark, statushoch und haben ein breites politisches Interessensspektrum, das sich gleichsam auf internationale, nationale und lokale Fragen erstreckt. Gegenüber Qualitätsorientierten sind Onliner aber deutlich jünger und häufiger männlich.

<sup>7</sup> Diese zusätzlichen Merkmale werden in Form sogenannter Distal Outcome-Modelle einbezogen. Diese Modelle entsprechen konzeptionell herkömmlichen Varianzanalysen.

Neben ihren soziodemografischen und politischen Merkmalen unterscheidet die Nutzertypen ihre Nachrichtennutzung mittels sozialer Medien. Eine Nachrichtennutzung mittels sozialer Medien erfolgt in erster Linie durch die Onliner. Dies ist wenig verwunderlich, denn Onlinequellen spielen in ihrem Nachrichtenrepertoire die größte Rolle. Bisweilen findet aber auch in den anderen Nutzerklassen eine Nachrichtennutzung über soziale Medien statt, obwohl sich ihre Repertoires vor allem aus Offlinequellen zusammensetzen. Dies bekräftigt die oben geäußerte Vermutung, dass selbst unter Traditionellen von einer Onlinenachrichtennutzung auszugehen ist, diese Nutzung aber eher punktuell erfolgt und somit nicht Teil ihres Nachrichtenrepertoires ist. Dabei sind – neben Onlinern – Unterhaltungsorientierte diejenigen, die Nachrichten am häufigsten über soziale Medien nutzen. Dieser Befund entspricht anderen aktuellen Studien, nach denen soziale Medien nicht nur bei der politisch interessierten Jungbürgerschaft, sondern gerade auch unter jungen Menschen mit einer Präferenz für unterhaltende sensationelle, kuriose, lustige etc. Medieninhalte verstärkt Bedeutung gewinnen (z. B. Hasebrink & Hölig 2013, 2014, 2016; Schmitt 2014).

Gemäß den dargelegten statistischen Modelltests (Tab. 2) ist aktuell von vier Nachrichtennutzerklassen in Deutschland auszugehen. Allerdings ist ausgehend vom 5-Klassen-Modell perspektivisch die Entstehung einer fünften Nutzerklasse plausibel, denn diese zusätzliche Klasse spiegelt den fortschreitenden Bedeutungsgewinn von Onlinemedien und speziell sozialen Medien in besonderem Maße wider. Diese Klasse umfasst bislang weniger als zwei Prozent der Befragten. Damit ist sie auch in praktischer Hinsicht zu klein, um bereits von einem prototypischen Nachrichtenrepertoire zu sprechen. Dennoch ist die Klasse bemerkenswert, weil sie einige Befürchtungen um *prekäre Nachrichtennutzer* in der Forschungsliteratur widerspiegelt. Zwar ist das Nachrichtenrepertoire dieser besonders jungen und onlineaffinen Nutzerklasse nicht in besonderer Weise schmal. Allerdings ersetzen Prekäre nicht nur die gedruckten Zeitungen durch Onlinenachrichten. Substitutionsprozesse erfolgen verstärkt auch im Rundfunkbereich, wodurch perspektivisch die Leitmedienfunktion des Fernsehens infrage gestellt würde. Zugleich erfolgt ihre Nachrichtennutzung weit weniger qualitätsorientiert als diejenige der oben beschriebenen Onlinerklasse: Anstelle der Onlinenachrichten der nationalen Tages- und Wochenpresse ziehen Prekäre vor allem diejenigen der Boulevardpresse und des privaten Rundfunks heran. Damit weist ihr Nachrichtenrepertoire – ungeachtet ihrer stärkeren Onlinepräferenz – enge inhaltliche Parallelitäten zu den Unterhaltungsorientierten auf. Im Gegensatz zu Unterhaltungsorientierten sind Prekäre aber keine politisch desinteressierte, niedrig gebildete und statusniedrige Nutzerklasse, so dass ihr qualitativ limitiertes Nachrichtenrepertoire ein Resultat heutiger Mediensozialisationsprozesse zu sein scheint.

Tabelle 3: Unterschiede zwischen latenten Nutzerklassen unter Berücksichtigung externer Kriterien<sup>1)</sup>

	Mittelwerte <sup>2)</sup>			
	F	R	Traditionelle	Online
<b>Soziodemografische Merkmale</b>				
Geschlecht: Frauen (in %)	6,5	0,11	50,1 <sub>a</sub>	30,4 <sub>b</sub>
Alter (in Jahren)	111,3	0,42	59,0 <sub>a</sub>	42,8 <sub>b</sub>
Berufstätigkeit (in %)	10,4	0,14	38,6 <sub>a</sub>	55,4 <sub>b</sub>
Bildung (Alter bei Abschluss in Jahren)	48,7	0,29	18,2 <sub>a</sub>	22,1 <sub>b</sub>
Sozioökonomischer Status (1 = niedrig bis 5 = hoch)	36,1	0,26	2,4 <sub>a</sub>	2,9 <sub>c</sub>
<b>Politische Merkmale</b>				
Interesse an lokaler Politik (1 = niedrig bis 3 = hoch)	24,3	0,21	2,2 <sub>a</sub>	2,1 <sub>c</sub>
Interesse an nationaler Politik (1 = niedrig bis 3 = hoch)	34,4	0,25	2,1 <sub>a</sub>	2,3 <sub>c</sub>
Interesse an internationaler Politik (1 = niedrig bis 3 = hoch)	28,5	0,23	1,9 <sub>a</sub>	2,1 <sub>c</sub>
Politische Orientierung (1 = links bis 10 = rechts)	3,1	0,08	4,9 <sub>a</sub>	4,4 <sub>b</sub>
<b>Nachrichtennutzung auf sozialen Medien</b>				
Facebook (in %)	49,5	0,29	11,3 <sub>a</sub>	45,7 <sub>c</sub>
Twitter (in %)	11,7	0,15	1,5 <sub>a</sub>	12,0 <sub>c</sub>
Youtube (in %)	14,1	0,16	5,5 <sub>a</sub>	19,6 <sub>b</sub>

1) n = 1.572.

2) Die F-Tests haben jeweils 3 Freiheitsgrade und sind durchweg signifikant (p &lt; 0,05). R: Multiple Korrelation zwischen Klassenzugehörigkeit und Kriterium.

3) Mittelwerte derselben Zeile, deren tief gestellte Bezeichnungen (a, b, c) sich unterscheiden, sind signifikant verschieden bei p &lt; 0,05 (Tukey Post-hoc-Tests).

## 6. Diskussion und Fazit

Die Frage, welche Rezipienten welche Formen von Nachrichten nutzen, ist aufgrund der zunehmenden Ausdifferenzierung der Medienlandschaft heute aktueller denn je. Mit der kontinuierlichen Vermessung der Nachrichtennutzung kann die Forschung gesicherte Auskünfte geben, ob kommunikationspolitisch die Voraussetzungen gegeben sind, dass die Bürgerinnen und Bürger über eine gemeinsame Informationsbasis für die Meinungsbildung verfügen. Dabei weckt die fortschreitende Differenzierung der Nachrichtenlandschaft nicht nur Sorgen, dass Medien ihr gesellschaftlich integrierendes Potenzial einbüßen. Zugleich haben traditionelle medienzentrierte Kategorien der Rezeptionsforschung an Aussagekraft verloren. Aus diesem Grund wurde die Nachrichtennutzung in Deutschland im vorliegenden Beitrag einer Neubetrachtung unterzogen. Diese Neubetrachtung erfolgte aus einer nutzerzentrierten Repertoireperspektive, differenziert nach inhaltlichen Nachrichtengenres und mittels latenter Klassenanalyse, um die empirische Repertoireanalyse stärker in Einklang mit den theoretisch postulierten Grundprinzipien des Repertoireansatzes zu bringen.

Die Repertoireanalyse bestätigt, dass so gut wie alle Deutschen regelmäßig Nachrichten über aktuelle Ereignisse nutzen. Die Bürgerinnen und Bürger beschränken sich dabei nicht auf eine Nachrichtenquelle, sondern sie kombinieren gemeinhin Angebote verschiedener Genres. Jenseits dieses generellen Befundes unterscheiden sich die identifizierten Nachrichtenrepertoires freilich in ihrer Breite und inhaltlichen Komposition. Die fortschreitende Differenzierung der Nachrichtenangebote findet eine nutzerseitige Entsprechung in vier prototypischen Nachrichtenrepertoires, die distinkten inhaltlichen Strukturprinzipien folgen: Orientierung an 1. traditionellen, vor allem auch regionalen Medien, 2. Qualitätsmedien, 3. unterhaltungspublizistischen Medien und 4. Onlinemedien.

Ältere Rezipienten haben typischerweise ein traditionelles Nachrichtenrepertoire, das stark am klassischen Nachrichtenkanon orientiert ist; neben den öffentlich-rechtlichen Angeboten ziehen sie vor allem regionale Medien als Nachrichtenquellen heran. Für jüngere Rezipienten aus statusniedrigen und bildungsfernen Schichten ist wiederum ein eher schlankes Nachrichtenrepertoire typisch, das sich vornehmlich aus unterhaltungspublizistischen Angeboten zusammensetzt. Im Gegensatz dazu verfügen die Status- und Bildungseliten über besonders breite Nachrichtenrepertoires, die ihr vielfältiges politisches Interessensspektrum widerspiegeln. Dabei hegen die Status- und Bildungseliten eine generelle Präferenz für qualitativ hochwertige Nachrichtenangebote. Gleichzeitig unterscheiden sich innerhalb des Elitensegments ältere von jüngeren Mitgliedern in ihren Gattungspräferenzen: Während die älteren die öffentlich-rechtlichen Rundfunknachrichten mit gedruckten Qualitätszeitungen kombinieren, ersetzen die jüngeren gedruckte Qualitätszeitungen typischerweise durch ihre Onlinependants. Daneben zeichnet sich – jenseits dieser prototypischen Repertoirekompositionen – unter den besonders jungen Rezipienten die Tendenz ab, nicht mehr nur Printmedien, sondern auch Rundfunkangebote durch Onlinemedien zu substituieren und dabei vor allem auf unterhaltungspublizistische Angebote zurückzugreifen.

In der Gesamtschau kann aktuell von einer intakten Nachrichtennachfrage in Deutschland gesprochen werden. Auf Basis der vorliegenden Daten können wir feststellen, dass kategorische Nachrichtenverweigerer bislang keine größere Rolle spielen. Zudem ist festzuhalten, dass das gesellschaftliche Integrationspotenzial der Medien – wie Jandura und Friedrich (2015) zutreffend anmerken – im Zuge der ausdifferenzierten Nachrichtenlandschaft heute zwar geringer ist als noch in den 1960er und 1970er Jahren. Solange die öffentlich-rechtlichen Nachrichtenangebote – wie mit der vorliegenden Stu-

die dargelegt – in einem Großteil der Nachrichtenrepertoires substanziell vertreten sind, scheint gleichwohl eine differenzierte Nachrichtenlandschaft strukturell nicht im Widerspruch zur gesellschaftlichen Integrationsfunktion der Nachrichtenmedien zu stehen.

Anlass zur Sorge gibt indes die Nachrichtennutzung der jüngeren Bevölkerung – ihre Nachrichtenrepertoires sind oft schmal und Teil unterhaltungspublizistischer Kontexte. Sollten die jungen Menschen in Deutschland diese Form von Nachrichtenrepertoire weiter pflegen, könnte aus einem Alterseffekt – junge Menschen sind seit jeher unterhaltungsorientierter als der Bevölkerungsdurchschnitt – ein demokratietheoretisch bedenklicher Kohorteneffekt werden (Vlasic 2004; Weibull 1992). Dieser bestünde in einer Verstärkung des Anteils weniger profund informierter Bürgerinnen und Bürger. Daher wird es eine wichtige Aufgabe der Kommunikationsforschung sein, den Wandel der Nachrichtenlandschaft fest im Blick zu behalten, um frühzeitig auf problematische Entwicklungen hinweisen zu können. Hierbei drängen die Befunde auch die Frage nach der künftigen Bedeutung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks auf, der bislang eine zentrale politisch-gesellschaftliche Integrationsleistung erbringt, deren Finanzierung wiederkehrend Gegenstand rundfunkpolitischer Diskussionen ist.

Im vorliegenden Beitrag wurde die Nachrichtennutzung in Deutschland einer Repertoireanalyse unterzogen, die nach inhaltlichen Genres und mittels latenter Klassenanalyse erfolgte. Dieser Weg ist zugegebenermaßen voraussetzungsvoll. Er erfordert im Vergleich zu Analysen auf Gattungsebene eine komplexe statistische Modellierung und eine deutlich detailliertere Erhebung des medienübergreifenden Nutzungsverhaltens. Dieser forschungspraktische Mehraufwand erscheint uns angesichts der vorgestellten Befunde gerechtfertigt. So konnten wir mit den *Traditionellen*, den *Unterhaltungsorientierten* und den *Qualitätsorientierten* drei Nutzerklassen mit inhaltlich distinkten Repertoires differenzieren. Diese Nutzerklassen haben gemein, dass sie TV- und Radionachrichten mit Nachrichten gedruckter Presseerzeugnisse kombinieren. Analysen auf Gattungsebene hätten hier zu einem weniger differenzierten Ergebnis geführt und eine homogene Nachrichtennutzung suggeriert. Dies soll nicht bedeuten, dass Gattungsanalysen heute keinen Erkenntnisfortschritt mehr stiften können. Liegt der Analysefokus auf der inhaltlichen Repertoirekomposition, sollte die empirische Modellierung aber auf der Genreebene erfolgen.

Selbstverständlich ist bei der Einordnung der Befunde der relativ weite Nachrichtenbegriff zu berücksichtigen, mit dem auch andere Repertoirestudien arbeiten (vgl. Kap. 4.1). Dieser schließt nicht nur politische und gesellschaftliche Themen ein, sondern auch aktuelle wirtschaftliche, kulturelle, sportliche Ereignisse usw. Dies hat Konsequenzen für die Interpretation des Befunds, dass es kaum kategorische Nachrichtenverweigerer in Deutschland gibt. Hätten wir einen engeren Nachrichtenbegriff gewählt, was nicht möglich war aufgrund des sekundäranalytischen Vorgehens, wäre der Anteil derjenigen, die sich einer ausführlichen tages- und gesellschaftspolitischen Nachrichtenberichterstattung verweigern, präziser zu bestimmen gewesen.

Die vorliegenden Ergebnisse bekräftigen die Argumentation von Trilling (2014) und Bos et al. (2016), nach denen der ideologisch motivierten Selektivität westeuropäischer Rezipienten – die Studien wurden in Österreich und den Niederlanden durchgeführt – oft enge Grenzen gesetzt sind. Infolge der Aggregationslogik der Sekundäranalyse – die Nutzung der abgefragten 85 Medienangebote wurde auf 20 Offline- und Onlinenachrichtengenres verdichtet – sind detaillierte Aussagen zur ideologischen Konsistenz der genutzten Nachrichtenangebote im Sinne klassischer Selektivitätsstudien indes nicht möglich gewesen. Somit können wir auch keine Aussagen über ideologisch motivierte

Selektionsentscheidungen treffen, wie sie zurzeit mit Blick auf die Präsidentschaft von Donald Trump, die AfD oder die Pegida-Bewegung diskutiert werden. Künftige Nachrichtenrepertoirestudien sollten daher ergänzend die Rolle alternativer Medien, nutzergenerierter Inhalte oder persönlicher Quellen untersuchen, weil diese für Teile der Bevölkerung offenbar zunehmend an Relevanz und Bedeutung gewinnen (Schweiger 2017).

Eine hiermit einhergehende Herausforderung für künftige Studien wird in der detaillierten Untersuchung der Nachrichtennutzung mittels sozialer Medien liegen. Leider enthielten die Eurobarometer-Daten keine ausführlichen Informationen darüber, welche Nachrichteninhalte in den sozialen Medien rezipiert wurden. Es blieb ebenso offen, ob sich soziale Netzwerkseiten heute überhaupt noch nutzen lassen, ohne dass man zwangsläufig mit Nachrichtenangeboten in Kontakt kommt (Stark 2014). Diese Probleme sind indes nicht spezifisch für die vorliegende Analyse, sondern sie sind grundsätzlicher Art. Mit den klassischen Methoden und Abfragemodellen der Mediennutzungsforschung scheint die Erfassung der immer vielschichtiger und komplexer werdenden Informations-, Kommunikations- und Beteiligungsformen – insbesondere in den sozialen Medien – zusehends an ihre Grenzen zu stoßen (Engel & Holtmannspötter 2017).

Trotz allem legen die vorliegenden Befunde nahe, dass simple Publikums-kategorien im Zeitalter von Digitalisierung und Konvergenz nicht mehr zeitgemäß sind. Sie greifen zu kurz, denn Rezipienten agieren heute als „users of cross-channel clusters of information sources“ (Reagan 1996: 118). Die Ausdifferenzierung der medienübergreifenden Nachrichtennutzungsmuster ist in Deutschland noch nicht sehr weit fortgeschritten, aber durchaus gegeben. Um die hier sichtbar gemachte Komplexität der Nachrichtennutzung auch künftig differenziert abbilden zu können, bedarf es daher der Verstärkung einer nutzerorientierten, medienübergreifenden Repertoireperspektive. Andernfalls läuft die Medien- und Kommunikationswissenschaft künftig Gefahr, sich abzeichnende Publikumsentwicklungen zu übersehen und damit die empirisch fundierte Deutungshoheit über die Folgen einer sich rasant wandelnden Medienlandschaft zu verlieren.

### Literatur

- Becker, L. B. & Schönbach, K. (1989). When media content diversifies: Anticipating audience behaviors. In L. B. Becker & K. Schönbach (Hrsg.), *Audience responses to media diversification: Coping with plenty* (S. 1–28). Hillsdale: Lawrence Erlbaum.
- Bernhard, U., Dohle, M. & Vowe, G. (2014). Wie werden Medien zur politischen Information genutzt und wahrgenommen? Online- und Offlinemedien im Vergleich. *Media Perspektiven*, 3, 159–168.
- Bos, L., Kruikemeier, S. & de Vreese, C. (2016). Nation binding: How public service broadcasting mitigates political selective exposure. *PLoS one*, 11(5), e0155112.
- Collins, L. M. & Lanza, S. T. (2010). *Latent class and latent transition analysis: With applications in the social, behavioral, and health sciences*. Hoboken: John Wiley & Sons.
- Dilliplane, S., Goldman, S. K. & Mutz, D. C. (2013). Televised exposure to politics: New measures for a fragmented media environment. *American Journal of Political Science*, 57(1), 236–248.
- van Eimeren, B. & Koch, W. (2016). Nachrichtenkonsum im Netz steigt an – auch klassische Medien profitieren. *Media Perspektiven*, 5, 277–285.
- Engel, B. & Holtmannspötter, E. (2017). Studienreihe: Medien und ihr Publikum. *Media Perspektiven*, 2, 91–100.
- Forschungsinstitut Öffentlichkeit und Gesellschaft (fög) (2015). *Jahrbuch 2015 Qualität der Medien. Schweiz – Suisse – Svizzera*. Basel.
- Geiser, C. (2011). *Datenanalyse mit Mplus. Eine anwendungsorientierte Einführung*. Wiesbaden: VS Verlag.
- Glasser, T. L. (1984). Competition and diversity among radio formats: Legal and structural issues. *Journal of Broadcasting*, 28(2), 127–142.

- Hasebrink, U. (2014). Medienrepertoires: Ein analytischer Rahmen zur Untersuchung des „Nebeneinander“ verschiedener Medien. In K. Kleinen-von Königslöw & K. Förster (Hrsg.), *Medienkonvergenz und Medienkomplementarität aus Rezeptions- und Wirkungsperspektive* (S. 15–36). Baden-Baden: Nomos.
- Hasebrink, U. & Domeyer, H. (2010). Zum Wandel von Informationsrepertoires in konvergierenden Medienumgebungen. In M. Hartmann & A. Hepp (Hrsg.), *Die Mediatisierung der Alltagswelt: Festschrift zu Ehren von Friedrich Krotz* (S. 49–64). Wiesbaden: VS Verlag.
- Hasebrink, U. & Domeyer, H. (2012). Media repertoires as patterns of behaviour and as meaningful practices. A multimethod approach to media use in converging media environments. *Participations: Journal of Audience & Reception Studies*, 9(2), 757–779.
- Hasebrink, U. & Popp, J. (2006). Media repertoires as a result of selective media use: A conceptual approach to the analysis of patterns of exposure. *Communications*, 31(2), 369–387.
- Hasebrink, U. & Schmidt, J.-H. (2013). Medienübergreifende Informationsrepertoires. *Media Perspektiven*, 1, 2–12.
- Heeter, C. (1985). Program selection with abundance of choice: A process model. *Human Communication Research*, 12(1), 126–152.
- Helberger, N., Kleinen-von Königslöw, K. & van der Noll, R. (2015). Regulating the new information intermediaries as gatekeepers of information diversity. *info: The journal of policy, regulation and strategy for telecommunications, information and media*, 17(6), 50–71.
- Henn, P. & Vowe, G. (2015). Facetten von Sicherheit und Unsicherheit: Welches Bild von Terrorismus, Kriminalität und Katastrophen zeigen die Medien? *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 63(3), 341–382.
- Hölig, S. & Hasebrink, U. (2013). Nachrichtennutzung in konvergierenden Medienumgebungen. *Media Perspektiven*, 11, 522–536.
- Hölig, S. & Hasebrink, U. (2014). Nachrichtennutzung im Wandel: Neue Plattformen, Endgeräte und Zugänge. *Media Perspektiven*, 11, 529–538.
- Hölig, S. & Hasebrink, U. (2016). Nachrichtennutzung über soziale Medien im internationalen Vergleich. *Media Perspektiven*, 11, 534–548.
- Jandura, O. & Brosius, H. B. (2011). Wer liest sie (noch)? Das Publikum der Qualitätszeitungen. In R. Blum, H. Bonfadelli, K. Imhof & O. Jarren (Hrsg.), *Krise der Leuchttürme öffentlicher Kommunikation* (S. 195–206). Wiesbaden: VS Verlag.
- Jandura, O. & Friedrich, K. (2015). Abkehr von politischen Informationsangeboten. In O. Jandura, T. Petersen, C. Mothes & A.-M. Schielicke (Hrsg.), *Publizistik und gesellschaftliche Verantwortung. Festschrift für Wolfgang Donsbach* (S. 69–82). Wiesbaden: Springer VS.
- Jarren, O. & Krotz, F. (Hrsg.) (1998). *Öffentlichkeit unter Viel-Kanal-Bedingungen*. Baden-Baden: Nomos.
- Kleinen-von Königslöw, K. (2014). Die Anbindung an die politische Öffentlichkeit in der multi-medialen Informationsumgebung. In K. Kleinen-von Königslöw & K. Förster (Hrsg.), *Medienkonvergenz und Medienkomplementarität aus Rezeptions- und Wirkungsperspektive* (S. 93–108). Baden-Baden: Nomos.
- Ksiazek, T. B., Malthouse, E. C. & Webster, J. G. (2010). News-seekers and avoiders: Exploring patterns of total news consumption across media and the relationship to civic participation. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 54(4), 551–568.
- Mende, A., Oehmichen, E. & Schröter, C. (2012). Medienübergreifende Informationsnutzung und Informationsrepertoires. *Media Perspektiven*, 1, 2–17.
- Napoli, P. M. (1999). Deconstructing the diversity principle. *Journal of Communication*, 49(4), 7–34.
- Napoli, P. M. (2011). *Audience evolution: New technologies and the transformation of media audiences*. New York: Columbia University Press.
- Nylund, K. L., Asparouhov, T. & Muthén, B. O. (2007). Deciding on the number of classes in latent class analysis and growth mixture modeling: A Monte Carlo simulation study. *Structural Equation Modeling*, 14(4), 535–569.
- Prior, M. (2009). Improving media effects research through better measurement of news exposure. *The Journal of Politics*, 71(3), 893–908.

- Reagan, J. (1996). The 'repertoire' of information sources. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 40(1), 112–121.
- van Rees, K. & van Eijck, K. (2003). Media repertoires of selective audiences: The impact of status, gender, and age on media use. *Poetics*, 31(5), 465–490.
- Saxer, Ulrich (1995): Von wissenschaftlichen Gegenständen und Disziplinen und den Kardinalsünden der Zeitungs-, Publizistik-, Medien-, Kommunikationswissenschaft. In B. Schneider, K. Reumann & P. Schiwy (Hrsg.), *Publizistik: Beiträge zur Medienentwicklung: Festschrift für Walter J. Schütz* (S. 39–55). Konstanz: UVK.
- Schmitt, J. B. (2014). Onlinenachrichten und politisches Wissen bei Jugendlichen. *Media Perspektiven*, 1, 33–46.
- Schmidt, J.-H., Merten, L., Hasebrink, U., Petrich, I., & Rolfs, A. (2017). *Zur Relevanz von Online-Intermediären für die Meinungsbildung* (Arbeitspapiere des Hans-Bredow-Institut Nr. 40). Hamburg: Verlag Hans-Bredow-Institut, <https://www.hans-bredow-institut.de/uploads/media/default/cms/media/67256764e92e34539343a8c77a0215bd96b35823.pdf> [02.08.2017].
- Schweiger, W. (2007). *Theorien der Mediennutzung: Eine Einführung*. Wiesbaden: VS Verlag.
- Schweiger, W. (2017). *Der (des)informierte Bürger im Netz. Wie soziale Medien die Meinungsbildung verändern*. Wiesbaden: Springer.
- Stark, B. (2014). Informationsverhalten im 21. Jahrhundert: Eine repertoire-orientierte Analyse veränderter Nutzungsmuster. In K. Kleinen-von Königslöw & K. Förster (Hrsg.), *Medienkonvergenz und Medienkomplementarität aus Rezeptions- und Wirkungsperspektive* (S. 37–57). Baden-Baden: Nomos.
- Taneja, H., Webster, J. G., Malthouse, E. C. & Ksiazek, T. B. (2012). Media consumption across platforms: Identifying user-defined repertoires. *New Media & Society*, 14(6), 951–968.
- Trilling, D. (2014). Grenzen der Selektivität: Kann der Selective-Exposure-Ansatz komplementäre und komplexe Nutzungsmuster erklären? In K. Kleinen-von Königslöw & K. Förster (Hrsg.), *Medienkonvergenz und Medienkomplementarität aus Rezeptions- und Wirkungsperspektive* (S. 77–92). Baden-Baden: Nomos.
- Vlasic, A. (2004). *Die Integrationsfunktion der Massenmedien: Begriffsgeschichte, Modelle, Operationalisierung*. Wiesbaden: VS Verlag.
- Vorderer, P. (2015). Der mediatisierte Lebenswandel. *Publizistik*, 60(3), 259–276.
- Webster, J. G. & Ksiazek, T. B. (2012). The dynamics of audience fragmentation: Public attention in an age of digital media. *Journal of Communication*, 62(1), 39–56.
- Webster, J. G. & Phalen, P. F. (1997). *The mass audience: Rediscovering the dominant model*. Mahwah: Erlbaum.
- Weibull, L. (1992). The status of the daily newspaper: What readership research tells us about the role of newspapers in the mass media system. *Poetics*, 21(4), 259–282.
- Wolling, J., Will, A. & Schumann, C. (Hrsg.) (2011). *Medieninnovationen: Wie Medienentwicklungen die Kommunikation in der Gesellschaft verändern*. Konstanz: UVK.
- Yuan, E. (2011). News consumption across multiple media platforms: A repertoire approach. *Information, Communication & Society*, 14(7), 998–1016.