



Michael Darkow

Kann die angewandte Medienforschung Modelle anbieten?

Kann die angewandte Medienforschung Modelle anbieten?

2



Angewandte Medienforschung ist empirische Sozialforschung mit vielen ergebnisrelevanten Definitionen und Konventionen

Kann die angewandte Medienforschung Modelle anbieten?

3



Anwender sind Medienunternehmen und ihre Partner
in den Werbemärkten

Kann die angewandte Medienforschung Modelle anbieten?

4



Höchstes Qualitätsniveau der angewandten Medienforschung –
Ergebnisse aber sind gleichwohl Schätzungen

Kann die angewandte Medienforschung Modelle anbieten?

5



Unterschiedliche Erhebungsverfahren pro Mediengattung –
„media-centric“ nicht „consumer-centric“

Kann die angewandte Medienforschung Modelle anbieten?

6



Angewandte Medienforschung erhebt Kontakte
oder Nutzungsdauern
– nicht Aufmerksamkeiten bei der Nutzung oder gar Wirkung

Kann die angewandte Medienforschung Modelle anbieten?

7



Werbewirkung ist besser erforscht als Meinungsbildung

Kann die angewandte Medienforschung Modelle anbieten?

8



Medienmärkte werden nur für TV vollständig abgebildet

Kann die angewandte Medienforschung Modelle anbieten?

9



Crossmediale Datenzusammenführung über Fusionen

The GfK logo, consisting of the letters 'GfK' in white on an orange square background.

Kann die angewandte Medienforschung Modelle anbieten?

10



Single-Source-Messung wie bei der GfK MediaWatch
löst nicht das crossmediale Definitions- und Konventionsproblem

The GfK logo, consisting of the letters 'GfK' in white on an orange square background.

Kann die angewandte Medienforschung Modelle anbieten?

11



Angewandte Medienforschung bleibt quantitative Erhebung von Kontakten oder Nutzung, Nutzungsqualitäten oder Wirkungszusammenhänge sind nur aus komplexen Modellen ableitbar

Kann die angewandte Medienforschung Modelle anbieten?

12



Alternative Steuerungsinstrumente?

- Werbemärkte
- Rezipienten als zahlende Medienkonsumenten

Kann die angewandte Medienforschung Modelle anbieten?

13



Zuschaueranteilsmodell ist pragmatisch, aber...

The GfK logo, consisting of the letters 'GfK' in white on an orange square background.

Kann die angewandte Medienforschung Modelle anbieten?

14



Nein, die angewandte Medienforschung kann kein zweifelsfreies, eindeutiges und belastbares crossmediales Modell anbieten – heute nicht und morgen wohl auch nicht