



Die Öffentlich-Rechtlichen auf Instagram: @maedelsabende von funk

Inwiefern sind die Motive, aus denen @maedelsabende rezipiert wird, auch die Motive des öffentlich-rechtlichen Rundfunks für den Start des Formats?

Jana Münnig, Andrea Pirch, Ellen Garthoff

Master Kommunikationsmanagement

KM-P3: Forschung zur Publizistik - Wintersemester 2019/20

AUSGANGSLAGE UND HINTERGRUND

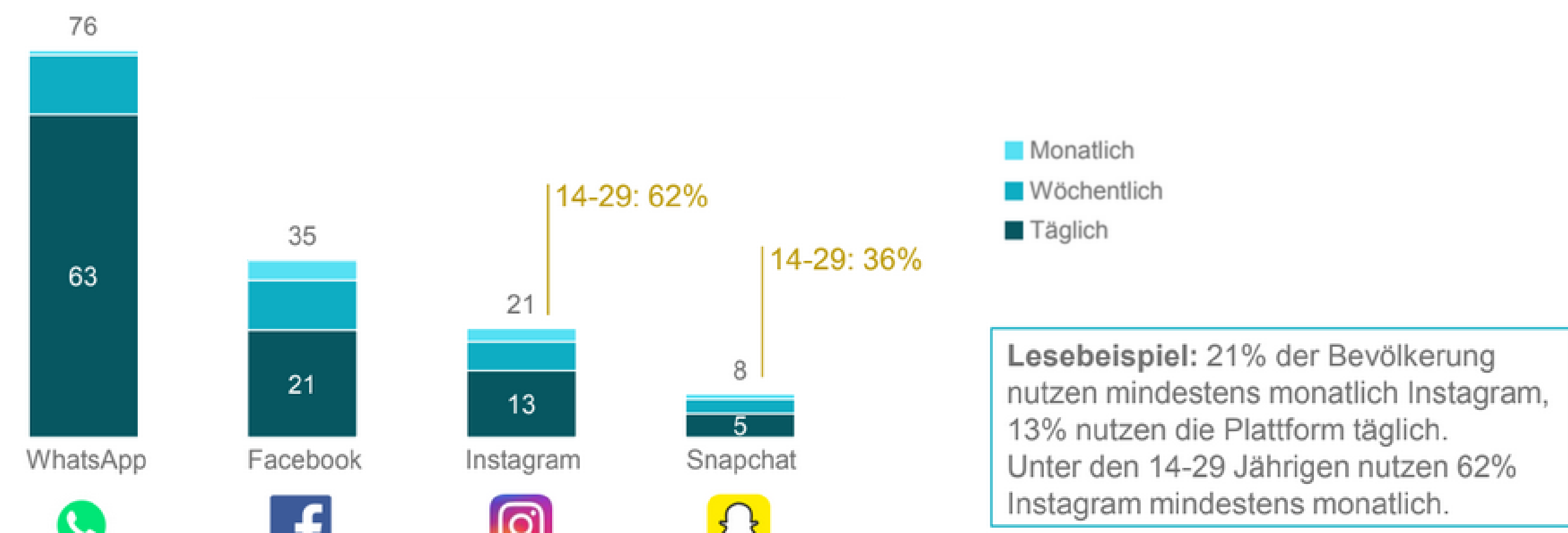
Die Öffentlich-Rechtlichen haben den Auftrag, mit ihren Inhalten die gesamte Bevölkerung zu erreichen und die Meinungsbildung zu fördern. Bestandteile des Funktionsauftrages sind die Informations-, Bildungs-, Beratungs-, Unterhaltungs- und Kulturfunktion.

Herausforderung: Gerade die junge Zielgruppe (14-29 Jährige) wird von klassischen Rundfunkangeboten aufgrund eines veränderten Mediennutzungsverhaltens kaum mehr erreicht.

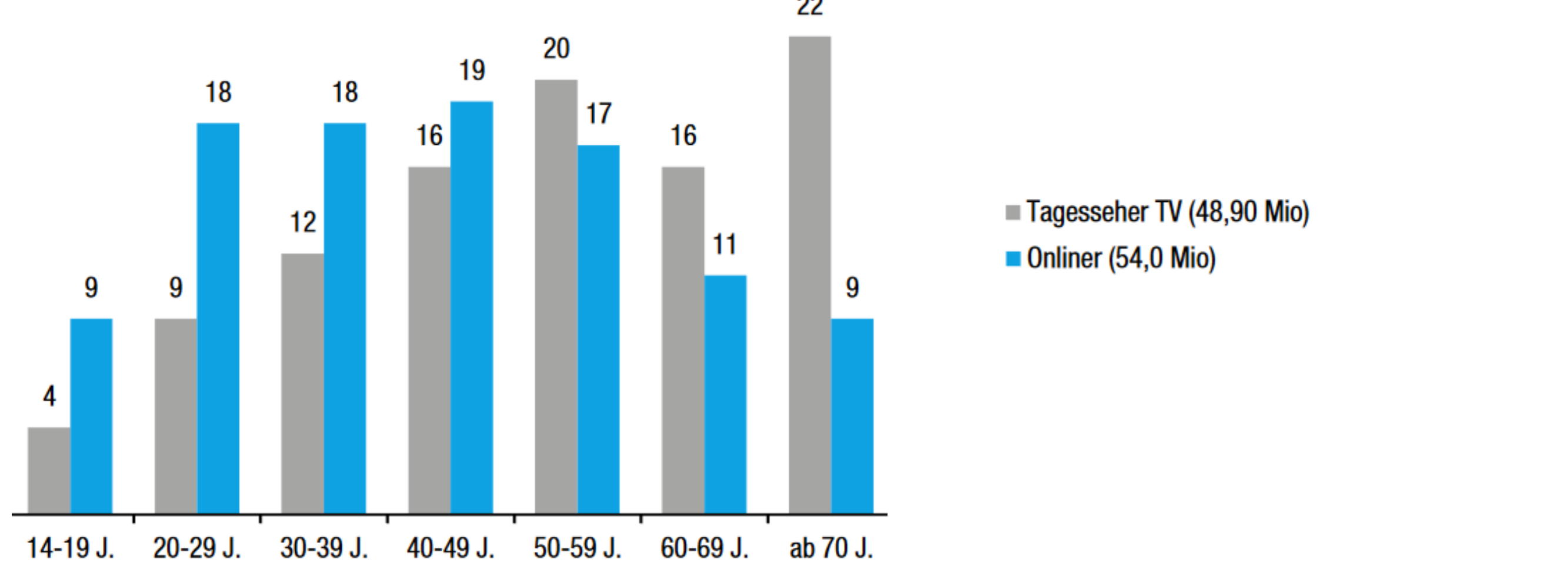
Die Zielsetzung des Forschungsprojektes ist es zu untersuchen, ob neue, junge Social-Media-Formate des öffentlich-rechtlichen Rundfunks die junge Zielgruppe erreichen können und gleichzeitig die Erfüllung des Funktionsauftrags sicherstellen.

STUDIEN ZUR MEDIENNUTZUNG

Nutzung von Social-Media Angeboten



Altersstruktur Tagesseher TV und tägliche Internetnutzer 2018
Strukturanteil in %



UNTERSUCHUNGSgegenstand

MÄDELSABENDE

- Instagram-Kanal von funk
- 125.000 Abonnenten
- 798 Beiträge

„Mobil, aktuell und in kleinen Häppchen feministisch.“

„[...]alle wichtigen Themen, die Mädchen und junge Frauen interessieren: Sexualität, Zukunft, Ausbildung, Beruf, Familie, Beziehungen, Lebensentwürfe, Freundschaft, Gesundheit und Selfcare.“

„Für mehr Vielfalt auf Instagram!“



ZENTRALE FRAGESTELLUNG

Inwiefern werden durch die Nutzung der neuen Angebote des öffentlich-rechtlichen Rundfunks die Bedürfnisse der jungen Zielgruppe angesprochen und der Funktionsauftrag erfüllt?

Eine Analyse des Mediennutzungsverhaltens am Beispiel des Instagram-Kanals



FORSCHUNGSINTERESSE

Nutzungsmotive der Rezipierenden?

Warum nutzen die Follower den Instagram-Kanal @maedelsabende?



Motive der Öffentlich-Rechtlichen für mädelsabende

Informations-, Bildungs-, Beratungs-, Unterhaltungs- und Kulturfunktion

Relevante Inhalte für die junge Zielgruppe

METHODE

Quantitative Befragung per Online-Fragebogen

Nutzungsmotive Rezipierender identifizieren

Herausforderung bei der Rekrutierung: nur Nutzer des Formats sollen befragt werden

Lösung: Verbreitung des Umfrage-Links über Instagram-Story @ostfaliamediennetz, geteilt durch @maedelsabende

Du folgst @maedelsabende und hast Lust, an unserer Umfrage teilzunehmen?

Die Umfrage startet am 03. Januar 2020.

Schau einfach auf den Instagram-Kanälen von @ostfaliamediennetz und @maedelsabende vorbei oder lass und deine E-Mail Adresse da!

Danke für Deine Unterstützung!

LITERATUR

- ARD/ZDF Online-Studie (2018 & 2019).
- Breunig, C. & Engel, B. (2015): Ergebnisse der ARD/ZDF-Langzeitstudie: Massenkommunikation 2015. Funktionen und Images der Medien im Vergleich. In: Media Perspektiven 7-8, S. 323 – 341.
- Dörr, D.; Holznagel, B. & Picot, A. (2016): Legitimation und Auftrag des öffentlich-rechtlichen Fernsehens in Zeiten der Cloud, Frankfurt.
- Jers, C. (2012): Konsumieren, partizipieren und produzieren im Web 2.0. Ein sozial-kognitives Modell zur Erklärung der Nutzungsaktivität. Köln: von Halem (Neue Schriften zur Online-Forschung, 11).
- Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1974). Utilization of Mass Communication by the Individual. In E. Katz & J. G. Blumler (Eds.), The Uses of Mass Communications: Current Perspectives on Gratifications Research (pp. 19–31). Beverly Hills: Sage Publications
- Rundfunkstaatsvertrag 22. Fassung (2019).