

Fachzeitschriften-LAs: LpN oder K-1 ? ^{1/2}

Damit der eilige Leser sich die Mühe ersparen kann, diesen Beitrag entweder von hinten oder ganz lesen zu müssen, um die Antwort zu erfahren, sei vorab festgestellt: Die Frage danach, welches der "richtige" Leserschafts-Messwert sei, wird auch hier nicht entschieden werden. Warum dann der Aufwand eines Aufsatzes?

Fünf Gründe sprechen dafür:

- Erstens ist darzulegen, dass es (wie so oft in der Forschung) keine einfache Antwort auf eine scheinbar einfache Frage gibt.
- Zweitens soll darauf aufmerksam gemacht werden, dass simple Ergebnisvergleiche oft nahezu sinnlos sind.
- Drittens wird ein analytischer Ansatz vorgeführt, mit dessen Hilfe aus dem Material heraus Erkenntnisse dazu gewonnen werden können, was einzelne Messwerte messen.
- Viertens sollen Ansatzpunkte für die zukünftige Forschung geliefert werden.
- Fünftens ist es an der Zeit, sich einmal mit der Forschung für Fachzeitschriften, der zahlenmäßig umfangreichsten, am stärksten differenzierten Mediengattung, zu befassen.

Worum geht es?

Eine der Grundlagen der Werbeträgerforschung für Zeitungen und Zeitschriften ist die Ermittlung der durchschnittlichen Leserschaft einer Ausgabe.

Hierfür gibt es drei Arten von Verfahrensweisen, die durch die folgenden Leserbezeichnungen gekennzeichnet sind³:

- 1) Leser pro Heft
- 2) Leser pro Nummer/LpN
- 3) K-1.

Ad 1: Leser pro Heft

Für die Ermittlung der „Leser pro Heft“ werden den Befragten Originalhefte der betreffenden Zeitschriften vorgelegt; sie sollen zu jeder Zeitschrift sagen, ob sie sie durchgeblättert oder gelesen haben. Dieses Verfahren bietet die theoretisch bestmögliche Identifikation der Zeitschrift und der Ausgabe. Seine optimale Anwendung (z.B. in den

¹ aus „planung & analyse“, 2/1992, S. 29 ff

² Arbeitsgemeinschaft Leseranlyse medizinischer Zeitschriften e.V.: „LA-MED 1987“, München, 1987

³ Anmerkung:

1. Für die Mediaplanung ist 1 Ausgabe irrelevant, denn wer inseriert nur 1-mal? Die Frage nach Sinn oder Unsinn dieser Ermittlung ist nicht neu, sollte aber erneut diskutiert werden.
2. Die Bezeichnungen „Nummer“ und „Ausgabe“ werden verlagsseitig gleichwertig nebeneinander verwendet.
3. Man findet in der Fachliteratur und in Berichten die Bezeichnungen „LpN“ und „LpA“; da der „LpA“ größtmäßig dem „LpN“ entspricht, müssen wir uns hier nicht mit ihren strukturellen Unterschieden befassen.

Untersuchungen von Alfred Politz⁴ ist aber so aufwendig, dass es selten praktiziert wird. Es soll deshalb an dieser Stelle nicht weiter behandelt werden.

Ad 2: LpN / Leser pro Nummer

Zur Ermittlung der „Leser pro Nummer“ werden den Befragten Karten mit den Titeln in Originalschriften (gegebenenfalls farbig) zur Identifikation der betreffenden Zeitschriften vorgelegt; sie sollen zu jeder Zeitschrift sagen, ob sie sie kennen, schon einmal in der Hand hatten; und gegebenenfalls wann sie zuletzt ein Exemplar der betreffenden Zeitschrift durchgeblättert oder gelesen haben.

Liegt der Zeitpunkt des letzten Durchblätterns/Lesens innerhalb einer Zeitspanne, die dem sog. Erscheinungsintervall der betreffenden Zeitschrift entspricht, so wird die befragte Person als „Leser pro Nummer“ gezählt. (Die häufigsten Erscheinungsintervalle sind 7 oder 14 Tage, oder 1 Monat.)

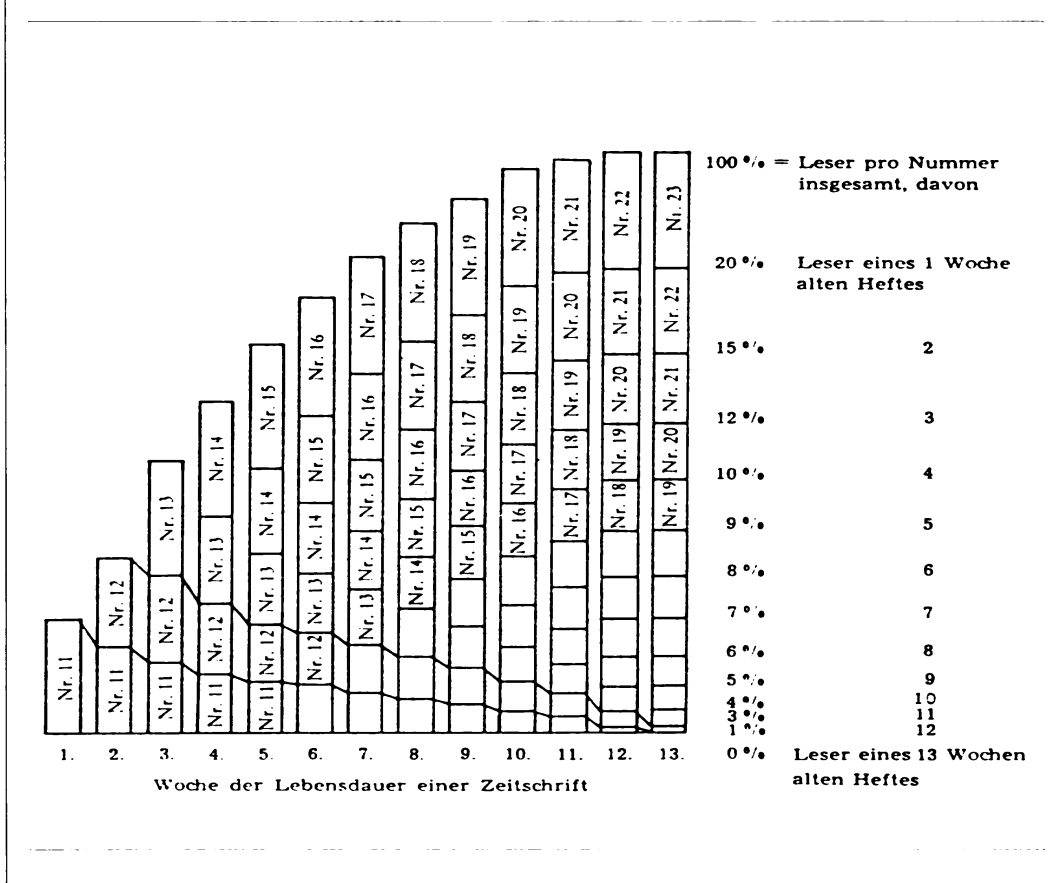
Tabelle 1:

wer von <u>12 Ausgaben ... liest</u>	... ist in der Leserschaft von <u>1 Ausgabe enthalten mit dem Gewicht ...</u>
12	12/12 = 1,00
11	11/12 = 0,92
10	10/12 = 0,83
9	9/12 = 0,75
8	8/12 = 0,67
7	7/12 = 0,58
6	6/12 = 0,50
5	5/12 = 0,42
4	4/12 = 0,33
3	3/12 = 0,25
2	2/12 = 0,17
1	1/12 = 0,08
Summe = „K-1“	

Das Verfahren beruht auf einer Idealvorstellung des Leseverhaltens: Es wird unterstellt, dass sich das Lesen gleichmäßig über die Zeit verteilt, weitgehend parallel zum Erscheinen der Ausgaben. Dann entspricht die Leserschaft irgendwelcher Ausgaben innerhalb der betreffenden Zeitspanne der durchschnittlichen Leserschaft von bestimmten Ausgaben. Die bildliche Darstellung dieses Modells ist der lesenswerten Broschüre von Landgrebe entnommen⁵ (Grafik 1).

⁴ Hardy, Hugh S.: „The Politz Papers – Science and Truth in Marketing Research“, American Marketing Association, Chicago, Ill., 1990

⁵ Landgrebe, Klaus Peter: „Leserschaftsforschung – gestern und heute!“, Quick-Verlag, München, 1988

Grafik I:**Die theoretische Zusammensetzung der Leser pro Nummer aus Lesern verschiedener Ausgaben****(Zeitschriften mit wöchentlichem Erscheinungsintervall)****von LA 54 bis LA 68 in jedem Berichtsband enthaltene Darstellung****– unwesentlich verändert****Ad 3: K-1**

Beim dritten Verfahren erfolgt die Identifikation der Zeitschriften ebenfalls durch die Vorlage von Titeln; und auch die Abfrage beginnt wie beim LpN. Sofern die Befragten als zu einem weitesten Leserkreis gehörig ermittelt wurden, werden sie gefragt, wie viele der letzten 12 Ausgaben sie durchgeblättert oder gelesen haben.

Man erhält auf diese Weise eine Schätzung der Lesefrequenz; diese liefert der Mediaplanung Auskünfte über die Kontaktchancen ihrer Mediapläne.

Aufgrund der Lesefrequenz-Schätzung kann die Leserschaft einer durchschnittlichen Nummer leicht errechnet werden, wie in Tabelle 1 dargestellt.

Die Bezeichnung „K-1“ rührt daher, dass man aufgrund der Lesefrequenzschätzungen auch die Kumulation der Leserschaften errechnen kann: Da ein Teil der Leserschaft nicht jede Ausgabe durchblättert oder liest, ist die Leserschaft von 2 Ausgaben etwas größer als die von 1 Ausgabe, die von 3 Ausgaben wieder etwas größer, usw. (Doppel- und Dreifachleser nur 1 mal gezählt). Man erhält somit kumulierte Leserzahlen, die mit

K-2, K-3, ..., K-12 bezeichnet werden; logischerweise heißt dann die Leserschaft von einer Nummer „K-1“.

Welcher Messwert stimmt?

Somit wird mit den beiden hier skizzierten Verfahren (und natürlich auch mit dem dritten) versucht, die Leserschaft von einer durchschnittlichen Nummer zu bestimmen. Der erfahrene Markt-, Media- oder Werbeforscher wird sich nicht wundern, dass die unterschiedlichen Verfahrensweisen mehr oder minder unterschiedliche Ergebnisse produzieren.

Verständlicherweise fragen sowohl Verlagsfachleute als auch Mediaplaner, welche der voneinander abweichenden Ergebnisse sie denn verwenden sollen, - als korrekter, plausibler, praktikabler? Der Forscher kann sich der Beantwortung dieser Frage nicht entziehen, indem er beide produziert und kommentarlos publiziert (quasi ad usum delphini). Leider fühlt er sich oft dazu gezwungen, weil es keine auch nur annähernd definitive Antwort auf die Frage gibt, welcher Messwert „besser“ ist. (Dass niedrigere Werte die „härteren“ und deshalb die besseren seien, gehört zur Folklore der Mediaforschung.) Vielleicht gelingt es durch eine etwas andere Betrachtungsweise, einen weiteren Schritt in Richtung auf eine Lösung dieses Problems zu gehen.

Zur Vorgeschichte

Wer diese Diskussion interessant findet, aber mit der Leserschaftsforschung noch nicht auf vertrautem Fuß steht, wird sich über die Grundlagen informieren wollen, jedoch hat die Fachliteratur dazu einen solchen Umfang angenommen, dass an dieser Stelle nur einige Einstiegshinweise gegeben werden können.

Die Bücher von Eva-Maria Hess⁶ und Klaus Peter Landgrebe⁷ sind sicherlich der beste Anfang. Die umfassendste Darstellung der deutschen Mediaforschung-Geschichte mit vielen Quellenangaben stammt von Ingeborg und Friedrich Wendt^{8,9}; die AG.MA, Herausgeberin dieser Bände, hat weitere relevante Bücher verlegt.

Für den weltweiten Überblick sind die von Harry Henry editierten „Readership“-Symposien geeignet (z. B.⁹). Ferner sind in dieser Zeitschrift zahlreiche relevante Aufsätze erschienen, die den Überblick vervollständigen können. Allerdings betrifft das alles primär die Publikumspresse. Ein Buch des Autors über „Leserschaftsforschung für Fachzeitschriften“ ist in Arbeit. [Anm. des Verfassers: und nie vollendet worden]

Darstellung von Beziehungen

In der Reanalyse der Belson'schen „Studies in Readership“ in dieser Zeitschrift^{10/11} hatte ich meine (langsam gewachsene) Erkenntnis formuliert, dass wir mit jedem unse-

⁶ Hess, Eva-Maria: „Leserschaftsforschung in Deutschland“, Burda GmbH, Offenburg 1981

⁷ Landgrebe, Klaus Peter: „Leserschaftsforschung – gestern und heute!“, Quick-Verlag, München, 1988

⁸ Wendt, Ingeborg und Friedrich: „Vom Leser pro Nummer zur Nutzungswahrscheinlichkeit“, 2 Bände; Arbeitsgemeinschaft Mediaanalyse e.V., Frankfurt a.M., 1979 und 1983

⁹ Henry, Harry: „Readership Research: Montreal 1983“, Elsevier Publ. B.V., Amsterdam 1984

¹⁰ Belson, William A.: „Studies in Readership“, published on behalf of Institute of Practitioners in Advertising by Business Publications, London, 1982

rer Verfahren eine Projektion der unbekanntes Realität auf eine Leinwand erzielen, die möglicherweise schief steht, und/ oder gebogen ist. Dort habe ich auch die Autoren genannt, die für meinen Erkenntnisprozess maßgeblich waren.

Als Konsequenz ergab sich für mich die Notwendigkeit, die Ergebnisse von zwei unterschiedlichen Verfahren zur Messung eines Sachverhaltes in Beziehung zu setzen, um mehr Aufschluss erstens über die Verfahrensweisen und zweitens über die Sachverhalte zu gewinnen.

Die Betrachtungsweise der Ergebnisse und ihrer Unterschiede weicht von der sonst üblichen ab: Es werden nicht die individuellen oder durchschnittlichen Befunde von ein oder zwei Methoden betrachtet. Sondern es werden die Ergebnisse zweier Methoden als „Systeme“ angesehen, und diese zueinander in Beziehung gesetzt. Dem entspricht das analytische Verfahren der Regressionsanalyse, das uns im Prinzip sagt, ob zwischen Messwerten Korrelationen bestehen und gegebenenfalls welcher Art sie sind.

In Untersuchungen wie der vorliegenden sagt sie, ob man aufgrund der Ergebnisse der einen Methode auf die der anderen schließen kann. Sie liefert Erwartungswerte und gegebenenfalls signifikante Abweichungen. Diese Abweichungen stellen uns die Frage nach den Gründen, sind somit Ausgangspunkte für gezielt fortschreitende Forschung.

Beispiel 1: „TW – LA 1978“

Es handelt sich um eine Untersuchung bei der Leserschaft der „Textil-Wirtschaft“¹². Die Tabelle 2 enthält die Ergebnisse. Es geht dabei nicht um die absoluten Größen der Leserschaften, denn von den Lesern der konkurrierenden Fachzeitschriften wurde naturgemäß nur ein Teil erfasst. Sondern es soll einerseits das Prinzip der Analyse dargestellt, andererseits demonstriert werden, wie eine „politische“ Entscheidung zwischen LpN und K-1 getroffen werden kann.

Die Leserprozent, bezogen auf LpN und K-1, liegen zumeist dicht beieinander, weichen aber bei 3 Zeitschriften um 4 %, 7 % und sogar 13 % voneinander ab. Aufgrund dieser Zahlen kann man sich weder einen Reim machen, was die Unterschiede bedeuten, noch eine Entscheidung treffen, welche Art von Ergebnis „richtiger“ sein könnte.

Für die „TW“ wären die K-1 etwas angenehmer gewesen, weil höher. Aber das hätte sich optisch nachteilig für die anderen Fachzeitschriften ausgewirkt und die Akzeptanz der Untersuchung eventuell verringert.

¹¹ Schaefer, Wolfgang: „Aided Recall und Recognition in Belson's Leserschaftsuntersuchung von 1962“, Planung und Analyse, 6/1989

¹² Textil-Wirtschaft: „Das Informationsverhalten des Textilhandels“, Deutscher Fachverlag, Frankfurt a.M., 1978

Tabelle 2: „TW“ – LA 1978

<u>Nr.</u>	<u>Titel</u>	<u>E-I</u>	<u>LpX</u> %	<u>K-1</u> %
1	Textil-Mittelungen	3 x wö.	22	29
2	Textil-Wirtschaft	wöchtl.	63	76
3	baby und junior	„	8	9
4	b-w-d-	„	3	3
5	Der Herr	„	19	20
6	Eurosport und Freizeit	„	3	5
7	Fußbodenzeitung	„	3	3
8	Haustex	mon.	6	6
9	Heimtex	„	15	15
10	Herrenjournal	„	25	27
11	Int. Textiles	„	2	2
12	Raumausstatter	„	6	6
13	raum + textil	„	3	3
14	textil report	„	43	44
15	Die Linie	2-mon.	4	4
16	Jeans int.	„	19	15
17	textile Heimkultur	„	7	6
18	Betten-Magazin	„	5	7
durchschnittlich genannte Anzahl von Zeitschriften			2,6	2,8

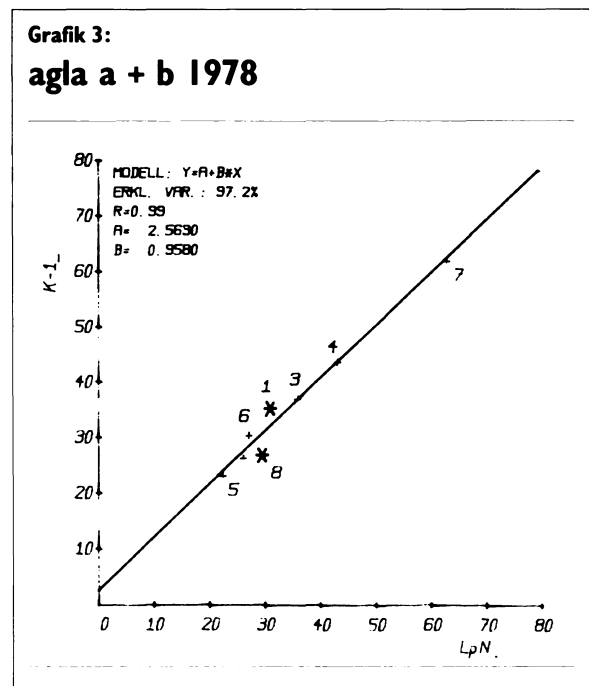
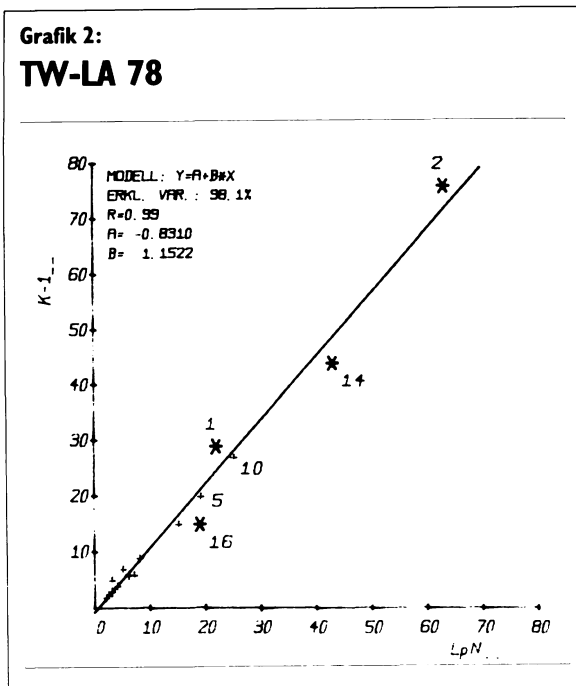
Die Lösung ergab sich aufgrund der bereits damals von uns praktizierten Regressionsanalyse. Die Grafik 2 zeigt das Resultat. Alle Titel ordnen sich ziemlich dicht längs der Regressionslinie, die die Erwartungswerte für die K-1-Ergebnisse aufgrund der LpNs darstellt. Die Korrelation beider Messwerte ist mit $r = .99$ extrem hoch. Das heißt, die Relationen der Reichweiten waren bei beiden Verfahren nahezu gleich.

Somit wäre es praktisch egal gewesen, welchen Wert man gewählt hätte. Ich riet zur Bescheidenheit, die der größten Zeitschrift ansteht, und so entschied sich der Verlag für die etwas niedrigeren LpNs.

Aus dieser Analyse gewinnen wir zwei Erkenntnisse: Die einfache Betrachtungsweise der Differenzen wäre sinnlos gewesen; und: beide Methoden der Leserermittlung lieferten nahezu gleichartige Projektionen der uns unbekanntes Realität.

Trotz der so hohen Korrelation der beiden Messwerte gibt es Abweichungen von den Erfahrungswerten, die durch die Regressionslinie dargestellt werden. Wir haben jene mit einem Stern gekennzeichnet, die auf dem 80 %-Niveau¹³ signifikant sind. Die vier Abweichungen sollen aber nicht jetzt, sondern im Zusammenhang aller vier analysierten Untersuchungen erörtert werden.

¹³ Arbeitsgemeinschaft Leseranalyse Architekten und Bauingenieure: „agla a + b 1978“, c/o Bertelsmann Fachzeitschriften, Gütersloh, 1978



Beispiel 2: „agla a + b 1978“

Dies ist eine vergleichende Reichweiten-Untersuchung bei Architekten und Bauingenieuren¹. Das heißt, ausgehend von einer Grundgesamtheit dieser beiden Berufsgruppen wurde ermittelt, wie viele (und welche) Leser die einzelnen Fachzeitschriften haben (Tabelle 3).

Tabelle 2: „TW“ – LA 1978

Nr.	Titel	E-l	LpX %	K-1 %
1	Bauwelt	wöchtl.	30,9	35,3
2	Bauen und Wohnen	mon.	25,9	26,4
3	Baumeister	„	35,7	37,1
4	Deutsche Bauzeitschrift	„	42,9	43,8
5	Der Architekt	„	22,2	23,2
6	deutsche bauzeitung	„	26,9	30,5
7	Deutsches Architektenblatt	„	62,5	62,1
8	Detail	2-mon.	29,4	26,9
durchschnittlich genannte Anzahl von Zeitschriften			2,8	2,9

Da auch hier beide Messwerte erhoben wurden, können ihre Ergebnisse verglichen werden. Wie die Grafik 3 zeigt, ist die Korrelation der beiden Werte wieder sehr hoch ($r = .99$), die Titel liegen nahe an den Erwartungswerten. Mit den zwei signifikanten Abweichungen von den Erwartungswerten werden wir uns später befassen.

Beispiel 3: „LA-MED 1987“

Die Arbeitsgemeinschaft LA-MED liefert jedes Jahr eine aktuelle Leseranlyse, - ein für Fachzeitschriften ungewöhnlicher Service. Und sie publiziert immer beide Werte, LpN und K-1.

In einer Veröffentlichung eines Informationsdienstes wurden die Ergebnisse von 1986 und 1987 dargestellt, wobei es um die Verschiebungen zwischen den beiden Jahren ging. Für den methodischen Vergleich waren die stark unterschiedlichen Reichweitenzahlen von LpN und K-1 viel interessanter; sie sind in der Tabelle 4 wiedergegeben⁴.

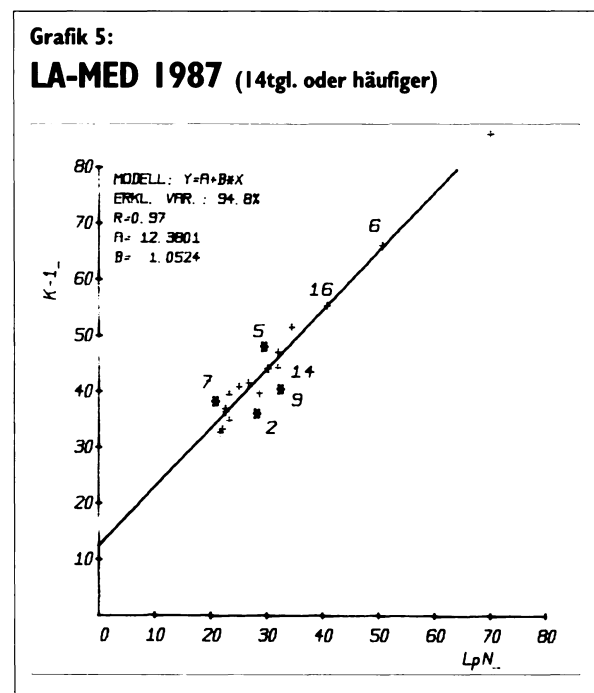
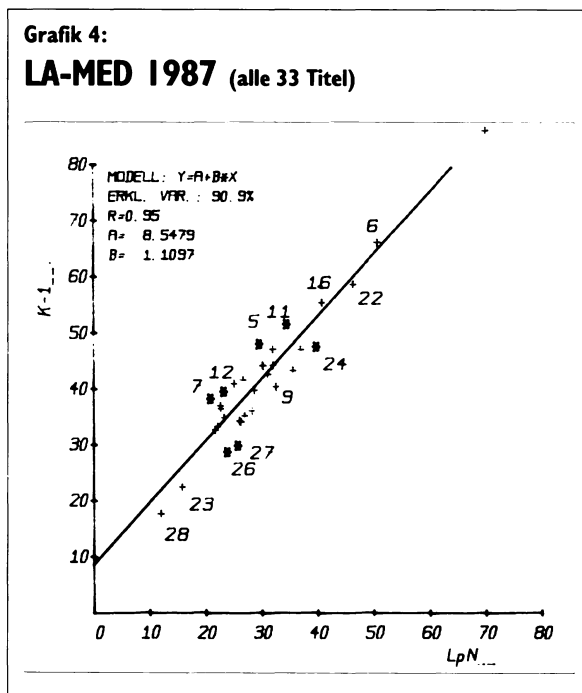
Tabelle 4: LA-MED 1987

<u>Nr.</u>	<u>Titel</u>	<u>E-I</u>	<u>LpX</u> %	<u>K-1</u> %
1	Ärzte Zeitung	5 x wö.	30,2	44,2
2	Neue Ärztl.	wöchtl.	28,2	36,2
3	Ärztl. Pr.	2 x wö.	28,6	39,9
4	D M W	wöchtl.	31,9	47,2
5	Kassenarzt	„	29,5	48,1
6	Med. Trib.	„	50,6	66,2
7	med. Welt	„	20,8	38,3
8	M M W	„	30,1	44,3
9	m t v	„	32,5	40,5
10	Praxis Kur.	„	22,6	36,6
11	Selecta	„	34,4	51,6
12	Ther.woche	„	23,2	39,6
13	Fortschr.l	10-tgl.,	25,0	41,0
14	F A	„	31,9	44,4
15	Allg. arzt	14-tgl.	22,0	33,4
16	Arzt. u. Wirt..	„	40,7	55,5
17	Dt. Arzt	„	13,2	35,0
18	Dt. Ärztebl.	„	69,9	86,2
19	ndrgl. Arzt	„	21,6	32,8
20	prakt. Arzt	„	22,5	37,1
21	status	„	26,6	41,7
22	Ärztl. J. R+K	mon.	46,3	58,7
23	Forum	„	39,7	47,6
24	Gourmed	„	39,7	47,6
25	Herz + Gef.	„	26,2	34,2
26	Herz/Krsl.	„	23,8	28,8
27	Internist	„	25,7	29,9
28	Notab. Med.	„	11,9	17,7
29	Notfallmed.	„	36,9	47,2
30	physis	„	35,5	43,4
31	Sexualmed.	„	31,0	42,7
32	Spectramed	„	26,8	35,3
33	Ther.d.Ggw.	„	25,9	34,4
durchschnittlich genannte Anzahl von Zeitschriften			9,9	13,8

Die Unterschiede zwischen den beiden Messwerten sind erheblich: Sie gehen bis zu 19 % Reichweiten-Differenz, bzw. bis zu einem K-1, der um das 1,8-fache über dem LpN liegt. Solche Unterschiede stellen ein Problem dar, und zwar nicht nur für die einzelnen Fachzeitschriften, sondern auch für die Mediagattung insgesamt im Vergleich zu anderen Medien: (zu) niedrige Werte können die Gattung schädigen.

Deswegen verwundert es nicht, dass die Arbeitsgemeinschaft LA-MED und das beteiligte Institut ive sich schon früher mit dem Versuch der Aufklärung dieser Diskrepanzen befasst hat¹⁴. Das hat meines Wissens zu keiner Lösung geführt, und so wurden beide Messwerte nebeneinander publiziert.

Das ist sicherlich ein für die Mediaplanung unbefriedigender Zustand. Denn aufgrund der nebeneinander auftretenden Prozentzahlen kann man sich keine Meinung bilden, welche Sorte Messwert man benutzen sollte. Vielleicht können die nachfolgenden Befunde dazu beitragen, die Situation zu verbessern. Auch diese Ergebnisse habe ich einer Regressionsanalyse unterworfen, erneut kam eine recht hohe Korrelation heraus: $r = .95$ (Grafik 4).



Frappierend ist, dass zwar die beiden Messverfahren stark voneinander abweichende Ergebnisse lieferten, die Titel trotzdem eine lang gestreckte Punktwolke nahe der Regressionslinie bilden. Wir haben also einen bemerkenswerten Fall vor uns, bei dem die Projektion der unbekanntes Lesewirklichkeit auf zwei recht unterschiedliche „Leinwände“ erfolgt, die zueinander schief stehen.

Es ist zu vermuten, dass die Mediaplanung aufgrund der unterschiedlichen Daten der beiden Methoden zu ähnlichen, wenn nicht gleichen Zeitschriften-Kombinationen käme. Dies wäre eine Überprüfung wert. Ferner müsste einmal untersucht werden, ob die Strukturen der Leserschaften bei LpN und K-1 ähnlich oder gleich sind.

¹⁴ Arbeitsgemeinschaft Leseranalyse medizinischer Zeitschriften e.V.: „LA-MED 1977 – Methodenexperimente zur Leseranalyse medizinischer Zeitschriften“, durchgeführt von ive; München 1977

Selbstverständlich gibt es bei dieser Untersuchung mehr und größere Abweichungen von den Erwartungswerten als in den ersten beiden Fällen. Wir werden sie im Zusammenhang behandeln.

Beispiel 4: LAC 1991

Unter diesem Titel wurden 22 einzelne Strukturanalysen nach einheitlichem Muster durchgeführt. Dazu gehörte die Verwendung der beiden Verfahren der Leserermittlung: Lesen im Erscheinungsintervall und Lesefrequenzschätzung. In der Berichterstattung wurde der LpN für die Darstellung der Leserschaften von einer Ausgabe verwendet; die Lesefrequenzen wurden separat dargestellt. Der zusammenfassende Bericht enthielt LpN und K-1 im Methodenteil¹⁵.

Dieser Darstellung habe ich die Zahlen der Tabelle 5 entnommen, wobei die Basis jeweils die in der betreffenden Umfrage ermittelten Empfänger der einzelnen Fachzeitschrift war.

Tabelle 5: LAC – LA 1991

<u>Nr.</u>	<u>Titel</u>	<u>E-I</u>	<u>LpX</u> %	<u>K-1</u> %	<u>EV- Anteil</u> %
1	Amiga Magazin	mon..	92	84,5	75
2	Chip	„	88	75,8	64
3	Computer I.	„	83	61,9	80
4	DOS Intl.	„	91	84,4	78
5	DOS Test M.	„	77	57,7	93
6	Macwelt	„	75	53,6	80
7	MC	„	88	85,7	38
8	Online	„	75	76,7	-
9	PC + Technik	„	88	77,3	64
10	PC pur	„	78	67,3	86
11	PC Welt	„	80	56,8	79
12	Personal Computer	„	79	71,2	39
13	ST. Magazin	„	93	87,0	69
14	tool	„	91	67,2	75
15	Topix	„	60	58,6	-
16	Unix Mag.	„	85	81,9	32
17	64'er Mag.	„	89	85,9	78
18	Computer persönlich	14-tägl.	77	80,5	30
19	Computer Zeitung	„	45	68,5	-
20	Computer Woche	wöchtl.	72	87,3	-
21	PC Magazin	„	62	80,7	10
22	PC Woche	„	38	68,6	-

(EV = Einzelverkauf von Exemplaren)

¹⁵ Arbeitsgemeinschaft Leseranalyse Computerpresse: „LAC 1991“, c/o marmas/Wilh. H. Ennemann, Bonn, 1991

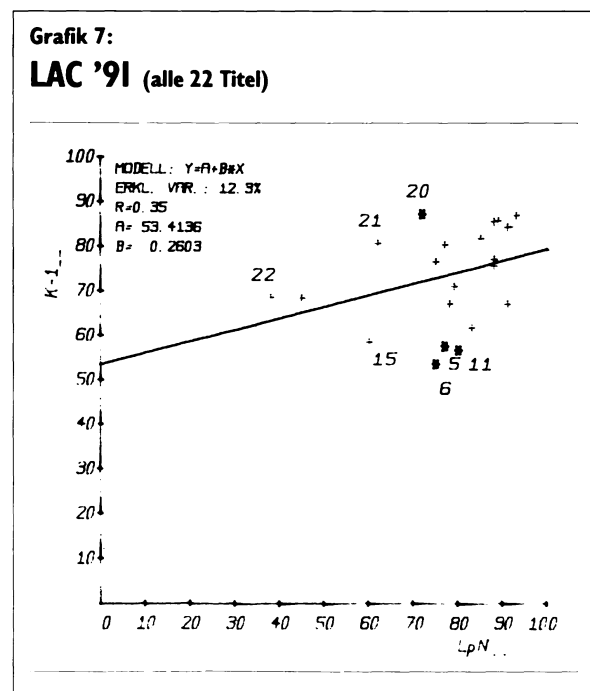
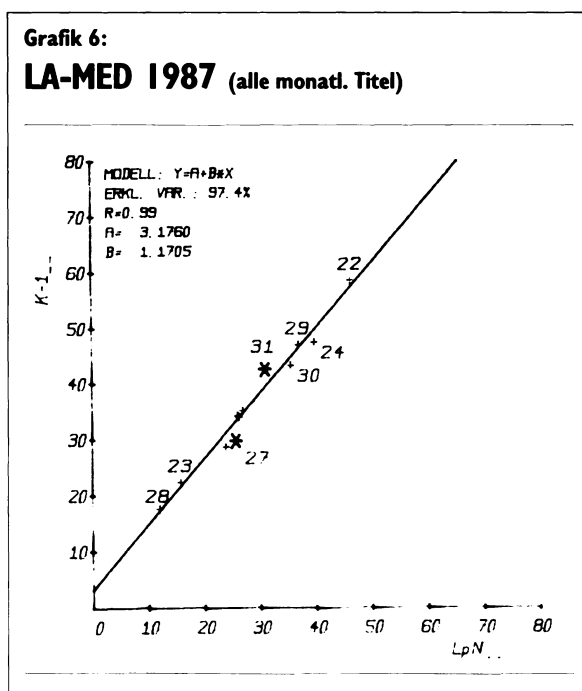
Ein Vergleich der Zeitschriften aufgrund dieser Prozente wäre sinnlos, denn dahinter stehen jeweils andere Grundgesamtheiten. Darum geht es hier auch nicht, sondern nur um die Vergleiche von LpN mit K-1.

Auf den ersten Blick ist zu erkennen, dass bei den monatlichen Zeitschriften die LpN-Werte höher liegen als die K-1-Werte, während es bei den 14-täglichen und den wöchentlich erscheinenden Zeitschriften umgekehrt ist.

Beim zweiten Blick erkennt man zahlreiche erhebliche Unterschiede: zwischen 18 % und 24 % und einen von 31 %; dort beträgt der K-1 das 1,8fache des LpN (wie bei der LA-MED).

Im Gegensatz zur LA-MED ist bei dieser Untersuchung das Ergebnis der Regressionsanalyse (Grafik 7) sehr unbefriedigend: Korrelation $r = .35$, erklärte Varianz nur 12,3 %; man kann also kaum von einem Messwert auf den anderen schließen, insgesamt gesehen. Ein Grund dafür wurde schon angesprochen: Die gegensätzlichen Relationen von LpN und K-1 bei den häufiger und den seltener erscheinenden Zeitschriften; es gehen also zwei verschiedenartige Tendenzen durcheinander.

Trotz der dadurch verursachten großen Streuung der Ergebnisse, sind vier der Abweichungen statistisch signifikant. Sie werden unsere Betrachtung bereichern.



Die Abweichungen bilden ein System

Bei allen Regressionsanalysen haben wir also signifikante Abweichungen von den Erwartungswerten gefunden. Diese sind in der Tabelle 6 zusammen gefasst. Der Befund ist eindeutig:

- Relativ höhere K-1 Werte als erwartet betreffen wöchentliche und häufiger erscheinende Fachzeitschriften;
- dagegen treten relativ höhere LpN-Werte bei den monatlich und seltener erscheinenden Fachzeitschriften auf.

Tabelle 6				
1) „TW“-LA 1978 / alle 18 Titel				
4 signifikante Abweichungen:	Nr.	Titel	Erscheinungsintervall	
☐ eher K-1 / weniger LpN	1	Textil-Mitteilungen	3 x wöchentlich	
	2	Textil-Wirtschaft	1 x wöchentlich	
☐ eher LpN / weniger K-1	14	textil report	monatlich	
	16	jeans int.	2 x monatlich	
2) agla a+b 1978 / alle 8 Titel				
2 signifikante Abweichungen:	Nr.	Titel	Erscheinungsintervall	
☐ eher K-1 / weniger LpN	1	Bauwelt	wöchentlich	
☐ eher LpN / weniger K-1	8	Detail	2-monatlich	
3) LA-MED 1987 / alle 33 Titel				
7 signifikante Abweichungen:	Nr.	Titel	Erscheinungsintervall	
☐ eher K-1 / weniger LpN	5	Kassenarzt	wöchentlich	
	7	med. Welt	"	
	11	Selecta	"	
	12	Therapiewoche	"	
☐ eher LpN / weniger K-1	24	Gourmed	monatlich	
	26	Herz Kreislauf	"	
	27	Der Internist	"	
4) LAC '91 / alle 22 Titel				
4 signifikante Abweichungen:	Nr.	Titel	Erscheinungsintervall	EV-%
☐ eher K-1 / weniger LpN	20	Computerwoche	wöchentlich	
☐ eher LpN / weniger K-1	5	DOS Test M.	monatlich	93
	6	MacWelt	"	80
	11	PC Welt	"	79
Anm.: Signifikanzniveau 80%				

Wenn dies bei vier so unterschiedlichen Arten von Leseranalysen zu beobachten ist, kann man nicht an einen Zufall glauben. Vielmehr muss man annehmen, dass die Abweichungen auf generellen Einflussfaktoren beruhen. (Allerdings wird es sich empfehlen, den Sachverhalt in weiteren Leseranalysen zu untersuchen.

Tabelle 7				
I a) LA-MED 1987 / 21 14-tgl. oder häufiger erscheinende Titel				
4 signifikante Abweichungen:	Nr.	Titel	Erscheinungsintervall	
<input type="checkbox"/> eher K-1 / weniger LpN	5	Kassenarzt	wöchentlich	
	7	med. Welt	"	
<input type="checkbox"/> eher LpN / weniger K-1	2	Neue Ärztliche	5 x wöchentlich	
	9	m t v	wöchentlich	
I b) LA-MED 1987 / 12 monatliche Titel				
2 signifikante Abweichungen:	Nr.	Titel	Erscheinungsintervall	
<input type="checkbox"/> eher K-1 / weniger LpN	10	Sexualmedizin	monatlich	
<input type="checkbox"/> eher LpN / weniger K-1	6	Der Internist	"	
2a) LAC '91 / 17 monatliche Titel				
5 signifikante Abweichungen:	Nr.	Titel	Erscheinungsintervall	EV-%
<input type="checkbox"/> eher K-1 / weniger LpN	8	Oneline	monatlich	
	15	Topix	"	
<input type="checkbox"/> eher LpN / weniger K-1	5	DOS Text M.	"	93
	6	MacWelt	"	80
	14	tool	"	75
2b) LAC '91 / 5 wöchtl. + 14-tgl. Titel				
2 signifikante Abweichungen:	Nr.	Titel	Erscheinungsintervall	EV-%
<input type="checkbox"/> eher K-1 / weniger LpN	20	Computer Woche	wöchentlich	
<input type="checkbox"/> eher LpN / weniger K-1	18	Computer pers.	14-tgl.	30

Ursachen für Abweichungen

Die Anzahl der möglichen Gründe für Abweichungen ist groß. Nach meiner Vorstellung kann man sie in 3 Kategorien zusammenfassen:

- 1) Das Ermittlungs-„Modell“ entspricht der Realität nicht oder in nicht ausreichendem Maße;
- 2) Fragen (inkl. Instruktionen), Gedächtnisstützen und Antwortvorgaben/ Skalen beeinflussen die Antworten der Befragten;
- 3) das Gedächtnis der Befragten ist für die „genau“ sein wollende Leserschaftsforschung unzureichend; dazu haben die Befragten die Neigung, Fragen anders zu verstehen und zu beantworten, als sie gemeint sind.

Diese Einflussfaktoren können selbstverständlich in Kombination auftreten, um uns das Leben schwer zu machen.

Nach mehreren Anläufen habe ich es aufgegeben, im Rahmen dieses Beitrages mehrere oder gar alle wesentlichen Einflussfaktoren darzustellen und zu untersuchen, ob und gegebenenfalls in welcher Weise sie die hier gefundenen Abweichungen (mit-) verursacht haben könnten.

Stattdessen beschränke ich mich darauf, die möglichen Einflüsse der zwei verwendeten Modelle zu erörtern: Die Ermittlung des Lesens im Erscheinungsintervall und die Lesefrequenzschätzung. Dies fällt notwendigerweise etwas theoretisch aus, allerdings mit Beispielen aus unserer Praxis. Erst danach wenden wir uns wieder den Abweichungen in den vier Untersuchungen zu.

„Modellfehler“ beim LpN

Eingangs war gesagt worden, dass die Ermittlung der Leserschaft im Erscheinungsintervall auf der Vorstellung eines ziemlich einfachen und regelmäßigen Leseverhaltens beruht. In der Realität ist aber das Leseverhalten nicht notwendigerweise so. In der Ausgabe 1/92 dieser Zeitschrift hat Klaus-Peter Landgrebe erneut auf die seit Jahrzehnten bekannten und diskutierten 2 Phänomene hingewiesen, welche die simple Vorstellung stören; das „gehäufte“ und das „gedehnte“ Lesen¹⁶.

Er hat sich dabei auf eine aktuelle Untersuchung bezogen, die im Auftrag der AG.MA von Siegfried Geiger konzipiert und analysiert, von Infratest-Burke durchgeführt wurde¹⁷. Sie zeigt die z. T. großen Unsicherheiten in der Messung der Leserschaften auf dem Weg über die Frage, wann eine Publikumszeitschrift zuletzt gelesen wurde. Man kann sich vorstellen, dass das für Fachzeitschriften in zumindest gleichem Maße zutrifft.

Eine kurze Wiederholung der beiden störenden Phänomene:

- Erstens kann auftreten, dass Leser von einer Zeitschrift z.B. 3 Ausgaben ungelesen stapeln, um diese später auf einmal durchzublättern oder zu lesen.

Dann haben sie in einer Stichprobenerhebung bei der Ermittlung pro Erscheinungsintervall nicht die korrekte Chance, dreimal als Leser gezählt zu werden, sondern nur die einfache. Dieses Verhalten wird zumeist als „gehäuftes“ Lesen bezeichnet. Hierbei wird also die Leserschaft unterschätzt.

- Zweitens kann der umgekehrte Fall auftreten: Die Leser lesen über eine längere Zeit hinweg häufiger in derselben Ausgabe, oder blättern sie immer wieder durch, um nach irgendwelchen Aufsätzen, Vorlagen oder sonst was zu suchen. Dies wird als „gedehntes“ Lesen bezeichnet.

Hierbei haben sie die mehrfache Chance, in einer Umfrage als Leser gezählt zu werden, obwohl sie nur 1-mal berücksichtigt werden dürften, weil sie ja nur in 1 Ausgabe gelesen haben. Das führt demnach zu einer Überschätzung der Leserschaft.

„Modellfehler“ beim K-1

Anders ist es bei dem Verfahren der Lesefrequenzschätzung. Dort spielen die beiden geschilderten Verhaltensweisen *keine* verfälschende Rolle, denn im ersten Fall würde die befragte Person die drei auf einen Sitz gelesenen Nummern auch als „3“ angeben, im zweiten die eine mehrfach genutzte Ausgabe nur als „1“.

Aber es gibt auch beim Modell der Lesefrequenzschätzung eine Vorstellung, die insbesondere mit der Realität im Bereich der Fachzeitschriften nicht übereinstimmt.

¹⁶ Landgrebe, Klaus Peter: „Gehäuftes und gedehntes Lesen“, Planung und Analyse, Februar 1992

¹⁷ Geiger, Siegfried: „Die Validierung der LpN-Werte am Außenkriterium Auflage“, Arbeitsgemeinschaft Mediaanalyse, Frankfurt a.M., 1990

Bei der Frage danach, wie viele der letzten 12 erschienenen Ausgaben (eines Vierteljahres/halben Jahres/Jahres) durchgeblättert oder gelesen wurden, gehen wir grundsätzlich von der offiziellen Erscheinungshäufigkeit der jeweiligen Zeitschrift aus. Im ZAW-Rahmenschema (ZAW-Rs) steht dazu:

„Wenn in der Fragestellung differenziert wird nach Erscheinungsintervallen, muss die objektive Gegebenheit beim Werbeträger zugrunde gelegt werden, z.B. bei Zeitschriften effektives Erscheinen, nicht empfängerbezogenes Versandintervall¹⁸“.

Diese Forderung und die entsprechende Abfrage setzt voraus, dass die „offizielle“ und die „tatsächliche“ Erscheinungsweise bei den Befragten ziemlich gleich sind.

Das ist bei Fachzeitschriften und ihren Empfängern mit an Sicherheit grenzender Wahrscheinlichkeit häufig nicht der Fall!

Ganz offensichtlich trifft diese Diskrepanz bei Fachzeitschriften mit dem sogen. „Wechselversand“ zu: Teile der Auflage gehen an Empfänger, die nicht jede Ausgabe erhalten, sondern nur jede 2., 3., usw.; oder sie erhalten bestimmte themenbezogene Ausgaben, so dass theoretisch jede Menge von 1 bis 11 Ausgaben auftreten kann. Für diese Empfänger sind also ganz bestimmt nicht 12 verschiedene Ausgaben erschienen!

Und es darf nicht erwartet werden, dass die Befragten gegebenenfalls die ihnen vorgestellte, aber für sie falsche Erscheinungsweise erkennen, sie im Kopf herunterrechnen, um sodann eine für sie zutreffende Zahl gelesener Ausgaben zu nennen.

Hinzu kommt der immer wieder beobachtete unregelmäßige, stockende, stapelweise Umlauf der Exemplare im Betrieb, wobei manche zeitweilig oder sogar gänzlich verschwinden. Das hat für die Befragten in etwa den gleichen Effekt wie der Wechselversand. Und wenn beides zugleich auftritt, kann man sich kaum ausdenken, welche Vorstellungen zur Erscheinungshäufigkeit einer Zeitschrift sich in den Köpfen der Befragten bilden.

Ferner gibt es nicht selten sogenannte „Doppelnummern“ von Fachzeitschriften, was dazu führt, dass z.B. im Jahr nicht 12, sondern 11 oder 10 Ausgaben erscheinen. Last not least treten neue Zeitschriften auf, von denen es noch keine 12 Nummern gegeben hat. Wie reagieren die Befragten in allen solchen Fällen, d.h., was bedeuten ihre Schätzungen im Interview?

Begrenzt erfolgreicher Korrekturversuch

Diese Problematik wurde uns früh bewusst, wenngleich nicht in allen Verzweigungen.

Im Rahmen der „MSB-LA 72“ hatten der Arbeitsausschuss der Arbeitsgemeinschaft Media Service Bau und wir darüber intensiv diskutiert. Wir haben daraufhin ein Modell entwickelt, bei dem Fragen nach dem „Erhalten“ (überhaupt, und wie viele Nummern) dazwischen geschaltet wurden¹⁹.

¹⁸ Zentralverband der Werbewirtschaft: „ZAW-Rahmenschema für Werbeträgeranalysen“, 7. verb. Auflage, Bonn, 1989

¹⁹ Schaefer-Marktforschung: „Probleme der genauen Ermittlung von Leserschaften (speziell von Fachzeitschriften) und unsere Lösung“, Hamburg, 1974

Damit sollte den Befragten bewusst gemacht werden, dass sie eventuell nicht alle Nummern erhalten, woraufhin sie hoffentlich darüber nachdenken, wie viele es denn gewesen sein könnten. Dieses erweiterte Modell lieferte bei der „MSB-LA 72“ sowie der „Radio und Elektro LA 72“ gute Übereinstimmungen mit den mittels Heftvorlage produzierten Reichweiten^{20/21}. Es wurde als „Modell 2“ in das ZAW-Rahmenschema übernommen²².

Dieses Modell hat in zwei späteren unserer Untersuchungen von Fachzeitschriften mit Wechselversand versagt; allerdings wurden in diesen Untersuchungen die Leserschaften mit Titeln und der Frage nach dem Lesen im Erscheinungsintervall ermittelt, nicht mit der Vorlage von Zeitschriften-Exemplaren.

Der erste Fall war die „LA-MSB 1985“, die aus 12 strikt gleichartigen schriftlich-postalischen Umfragen für die 12 Zeitschriften der Arbeitsgemeinschaft Media Service Bau bestand, darunter solchen mit Wechselversand. Die Frequenzschätzungen zum Erhalten und Lesen hätten bei Abonnementszeitschriften und denen mit Wechselversand deutlich unterschiedlich ausfallen müssen. Entsprechend hätten die Kumulationskurven unterschiedliche Steigungen zeigen müssen. Es gab jedoch keine solchen Unterschiede! (²³ unveröffentlichter Teil)

Der zweite Fall war eine kombinierte Markt- und Leserschaftsuntersuchung für die Zeitschrift „MM Maschinenmarkt“²⁴. Es handelte sich hierbei um eine Interviewer-Befragung.

Diese Zeitschrift hat ein besonders ausgeklügeltes Wechselversandsystem: Die Datei enthält Angaben zu den Branchen bzw. Wirtschaftszweigen der Empfänger. Abonnenten und weitere besonders wichtige Empfänger erhalten jede Ausgabe. Unter den anderen findet eine Auswahl statt, bei der die Thematik jedes Heftes bestimmt, welche Betriebe als Zielgruppen dafür vor allem in Betracht kommen und beliefert werden. Es gibt also gänzlich unterschiedliche Belieferungsfrequenzen. Diese liegen fest, sind rekonstruierbar, so dass wir entsprechende Zahlen für die Empfänger in unserer Stichprobe (anonymisiert) erhalten konnten.

Diese haben wir mit den Angaben der Befragten zum „Erhalten“ verglichen. Es gab viele übereinstimmende Fälle; es blieben aber zu viele übrig, die nicht übereinstimmten, und zwar in jeglicher Weise, so dass wir keinen Weg sahen, wie die subjektiven Aussagen der Befragten aufgrund der objektiven Verlagsangaben hätten korrigiert werden können.

Zwei charakteristische Abweichungen

Kehren wir jetzt zu den Regressionsanalysen der vier Untersuchungen zurück. Von den Fachzeitschriften, die in diesen vier Leseranalysen von den Erwartungswerten abweichen, kenne ich nur zwei gut genug, um Hypothesen formulieren zu können, und zwar aus der „agla a + b“: „Bauwelt“ und „Detail“:

- Bei der „Bauwelt“ sehen wir in der Grafik 3 eine Abweichung zugunsten des K-1. Diese Zeitschrift erschien als einzige in der Leseranalyse jede Woche neu;

²⁰ Arbeitsgemeinschaft Media Service Bau: „LA-MSB 1972“, c/o Rudolf Müller Verlag, Köln, 1972

²¹ Schaefer-Marktforschung: „Elektro und Radio LA 1972“, Hamburg, 1972

²² Zentralverband der Werbewirtschaft: „ZAW-Rahmenschema für Werbeträgeranalysen“, 7. verb. Auflage, Bonn, 1989

²³ Arbeitsgemeinschaft Media Service Bau: „LA-MSB 1985“, c/o Rudolf Müller Verlag, Köln, 1985

²⁴ Vogel-Verlag: „MM/Maschinenmarkt Leseranalyse 1987“, Würzburg 1988

nach meiner Kenntnis enthielt sie (damals) jedoch nicht so brandaktuelle Beiträge, dass die viel beschäftigten Architekten das neue Heft sofort hätten durchblättern und lesen müssen. Also kann es sein, dass die Ausgaben von einem gewissen Prozentsatz erstmal gestapelt wurden, um später zusammen mit anderen Zeitschriften gelesen zu werden. Das wäre der Fall des „gehäuften“ Lesens, der zur Unterschätzung beim LpN führt. Dazu passt der höher als zu erwartende K-1; er sagt uns, dass sich der (relativ) „richtigere“ LpN-Wert vom K-1 aus waagrecht nach rechts auf der Linie befinden sollte.

- Bei „Detail“ liegen die Verhältnisse umgekehrt. Sie erscheint als einzige nur alle 2 Monate. Und ihr Inhalt ist weitgehend zeitlos: Der Architekt kann noch nach Jahren in ihr interessante Details für einen aktuellen Planungsfall finden. Man kann sich deshalb gut vorstellen, dass nicht wenige Leser mindestens einmal im Monat auch in irgendeine andere als die gerade neueste Ausgabe hineinsehen. Das wirkt sich bei einer 2-monatlich erscheinenden Zeitschrift unter Umständen erheblich aus: Solche Nutzer würden zu oft als „Leser im Erscheinungsintervall“ auftreten, der LpN wäre relativ zu hoch, er müsste waagrecht nach links auf der Linie liegen.

Aufgrund meiner Kenntnis der Fachzeitschriften glaube ich, dass man die vermuteten Gründe für die Abweichungen von „Bauwelt“ und „Detail“ auch auf andere Fachbereiche übertragen darf: Überall ist bei den Fachleuten ein weitgehend aufgebrauchtes oder schon überzogenes Zeitbudget zu verzeichnen; also müssen sie sich u. a. das Lesen einteilen. Ferner weiß man inzwischen von vielen Fachzeitschriften, dass Ausgaben aufgehoben werden, um bei passender späterer Gelegenheit wieder genutzt zu werden.

Die Abweichungen bei der „LAC 1991“ (Grafik 7) zeigen ein zweites Muster: die Zeitschrift mit einem höher als erwarteten K-1 hat keinen Einzelverkauf am Kiosk; wohingegen die drei Zeitschriften mit höher als erwarteten LpNs große EV-Auflagenanteile haben. Hier bietet sich als zusätzliche Hypothese an, dass die Leser von einzeln gekauften Exemplaren sich von Lesern von abonnierten/ständig gelieferten Exemplaren hinsichtlich der Nutzung unterscheiden: Mehr von ihnen sehen in diese umgehend hinein. Sie würden dann in stärkerem Maße als Leser im Erscheinungsintervall (= LpN) gezählt werden.

Betrachtung der Teilgruppen

Wie oben dargestellt, haben sich bei allen Regressionsanalysen zwei Gruppen von Fachzeitschriften gebildet: häufiger und seltener erscheinende. Angesichts dieser durchgehenden Zweiteilung der Zeitschriften lag der Gedanke nahe, dass diese jeweils eine in sich homogene Gruppe darstellen, was ihre Projektionen auf LpN und K-1 betreffen.

Also habe ich getrennte Regressionsanalysen für zwei der vier Untersuchungen durchgeführt, bei denen die erklärten Varianzen nicht so extrem hoch waren.

In der Tat verbessern sich die Werte:

- Bei der „LA-MED 1987“ von 91 % auf 95 % und 97 % erkl. Varianz (Grafiken 4-6).

- Bei der „LAC 1991“ war die erkl. Varianz für alle Titel mit 12 % sehr schlecht; hier steigen die Werte auf 49 % und 81 %! (Grafiken 7-9)

Somit weist diese Aufteilung tatsächlich zwei in sich homogenere, unterschiedliche Gruppen nach. Die dabei aufgetretenen signifikanten Abweichungen sind in Tabelle 7 zu besichtigen.

Im Fall der LA-MED kann ich nicht mit plausiblen Hypothesen für die Abweichungen dienen, denn ich kenne nur wenige der Zeitschriften.

Bei den Computer-Zeitschriften ist meine Kenntnis auch begrenzt; aber das zusätzliche Merkmal „Einzelverkauf“ bietet Stoff zum Nachdenken. Wir finden nämlich in beiden Teilgruppen eine Verschiebung zugunsten des K-1 bei Zeitschriften, die nicht am Kiosk verkauft werden, während bei der Verschiebung zugunsten des LpN nur Zeitschriften mit einem hohen Anteil an frei verkauften Exemplaren auftreten. Worauf sind diese frappanten Unterschiede zurückzuführen?

Soweit ich es bisher übersehen kann, sind zwei Spuren zu verfolgen:

1. Ein schon angesprochenes andersartiges Verhalten der Leser von einzeln gekauften Exemplaren;
2. die Prinzipiell unterschiedliche Stichprobenauswahl von Beziehern aus den Verlagsdateien und von Käufern.

Ad 1) andersartiges Leserverhalten

Die Beziehungen der beiden Messwerte LpN und K-1 sind zwar, wie die Grafiken 8/9 nachweisen, in den beiden Untergruppen (monatliche Zeitschriften 14 tgl./wöchentl.) unterschiedlicher Art, aber die Abweichungen von den Erwartungswerten folgen demselben Muster; also können wir sie zusammen betrachten.

Es weichen 3 Zeitschriften zugunsten des K-1 (= zu Ungunsten des LpN) ab, die keinen Einzelverkauf haben. Auf sie trifft somit die grundsätzliche Vermutung zu, dass sie „gehäuft“ gelesen werden, demnach hinsichtlich des LpN (relativ) zu schlecht wegkommen.

Bei den vier Zeitschriften mit einer Abweichung zugunsten des LpN würde die oben angegebene zusätzliche Hypothese gelten: Die Käufer sehen sehr bald in die Ausgabe, werden also als LpN gezählt. Es kann aber (insbesondere bei Monatszeitschriften) hinzukommen, dass sie mehrfach über die Zeit hinweg genutzt werden, - also „gedehntes“ Lesen auftritt. Beides würde eine Überschätzung der Leserschaft durch den LpN produzieren, eventuell in Addition.

Es wäre im Interesse der Wissenschaft wünschenswert, für alle Zeitschriften mit Einzelverkauf die LpN und K-1 getrennt für ständige Bezieher und EV-Käufer zu zählen. So könnte man erfahren, ob auch innerhalb der Leserschaften der einzelnen Zeitschriften diese unterschiedlichen Beziehungen auftreten. Dann wüsste man, ob das beobachtete Phänomen eher etwas mit dem Charakter der Zeitschrift(en), oder eher mit dem der Leser zu tun hat.

Ad 2) unterschiedliche Stichprobenauswahl

So interessant und plausibel diese Hypothesen erscheinen mögen, - es könnte leider sein, dass sie teilweise oder gänzlich falsch sind, und stattdessen die Abweichungen auf Stichprobenproblemen beruhen.

Laut Methodenbeschreibung und zusätzlichen Auskünften von Wilhelm H. Ennemann wurden in der LAC 1991 die Leser von EV-Exemplaren der untersuchten Zeitschriften durch Käuferermittlung bei einer Stichprobe von Verkaufsstellen eingesammelt; bei SB-Geschäften geschah das Sammeln für alle Titel zusammen, und zwar 2 Monate vor der Leserbefragung. Aus der Käuferdatenbank wurden dann Stichproben für die einzelnen Titel gezogen, gegebenenfalls bei Doppelkäufern disproportional zugunsten der kleineren Titel.

Bei allen derartigen Verfahrensweisen tritt der Verdacht mangelhafter Repräsentativität auf, weil die Quote der erfassten Käufer/Reader erfahrungsgemäß sehr niedrig ist; und das „Ausleihen“ von Käufern (= nur Doppelleser!) kann zu unkontrollierten Verschiebungen zwischen den Zeitschriften führen. Allerdings glaube ich nicht, dass allein hiermit die so systematisch erscheinenden Abweichungen von der Norm bei bestimmten Zeitschriften zu erklären sind.

Eine zweite Eigenschaft der Käuferstichprobe(n) könnte hingegen einen Einfluss auf das beobachtete Phänomen haben. Die Wahrscheinlichkeit, am Verkaufsstand als Käufer einer der Computer-Zeitschriften angesprochen zu werden, steigt proportional zur Häufigkeit, mit der eine Person derartige Zeitschriften kauft. Die Korrelation zwischen Kauf- und Lesefrequenz dürfte bei „1“ liegen. Und damit hängt selbstverständlich auch die Chance zusammen, LpN/Reader pro Erscheinungsintervall zu sein. Mithin hat man hier eine disproportionale Stichprobe zugunsten häufigen Kaufens/ Lesens, zu Ungunsten der WLK/weitester Leserkreise. Also sind die Auskünfte betreffend WLK, Lesefrequenz sowie K-1 nicht mit den bei ständigen Beziehern ermittelten Daten zu vergleichen; sie müssten gewichtet werden. Für diese Messwerte ist der zeitliche Abstand zwischen Käuferermittlung und Befragen unerheblich.

Anders sieht es beim LpN aus. Wenn man sofort nach dem Adressensammeln befragt hätte, hätte man eine korrekte LpN-Stichprobe pro Titel gehabt. Bei der Befragung nach 2 Monaten gibt es Verluste an LpN, und zwar umgekehrt proportional zur Kauf-/Lesefrequenz.

Bei einer Gewichtung der Daten aus den EV-Stichproben aufgrund der Kaufhäufigkeit würden die WLK deutlich größer, K-1 und LpN niedriger werden; das könnte die dahinter stehenden Größenordnungen nicht, die Strukturen ein wenig verändern. Was aber würde mit den Beziehungen zwischen den LpNs und den K-1 geschehen? Ich kann die Folgen nicht abschätzen.

Wenn die Annahme stimmt, dass infolge der zwei Monate Pause zwischen Einsammeln und Befragen gelegentliche Leser verloren gegangen sind, dann müssten die LpN relativ mehr als die K-1 verloren haben.

Das aber könnte die Ergebnisse der Regressionsanalysen so beeinflussen, dass die oben dargebotenen Hypothesen zu den EV-Lesern teilweise oder ganz aufgegeben werden müssten.

Es ist zu hoffen, dass die Arbeitsgemeinschaft „LAC“ die genannten Gewichtungen und Auszählungen durchführen lässt, um in dieser Frage Klarheit zu schaffen.

Zur Nutzenanwendung der Befunde

Wenn man vor der Frage steht, ob man die LpN- oder die K-1-Werte wählen sollte, dann kann der hier gezeigte Ansatz zur Entschärfung der Diskussion beitragen: Bei dreien der vier Untersuchungen wäre es vermutlich ziemlich egal gewesen, welchen Wert man der Mediaplanung zugrunde gelegt hätte.

Bei der vierten Untersuchung (LAC 1991) kämen bei der Verwendung von LpN und K-1 wohl unterschiedliche Mediapläne heraus. Und aufgrund der geschilderten Sachlage wüsste man auch (noch) nicht, welchem Messwert man ein wenig mehr Vertrauen schenken dürfte. Ferner sollte man angesichts der ungeklärten Umstände keine weiterreichenden Schlüsse auf das Funktionieren von LpN und K-1, bzw. deren Mängel ziehen.

Die signifikanten Abweichungen haben bei allen vier Untersuchungen dieselben Tendenzen. Diese passen zur Hypothese des „gehäuften“ Lesens der häufiger erscheinenden und des „gedehnten“ Lesens bei den seltener erscheinenden Zeitschriften.

Die zusätzliche Hypothese bezüglich der EV-Leser schwebt noch in der Luft; eventuell kann sie überprüft werden.

Diese Befunde und Hypothesen schließen nicht aus, dass es weitere Gründe für Abweichungen gibt, die ich hier ja ausgeklammert habe: Die oben erwähnten Probleme unserer Fragen, Skalen etc. sowie das für unsere Anliegen unzureichende Gedächtnis der Befragten.

Es ist hoffentlich gelungen, den Nutzen des praktizierten methodischen Ansatzes deutlich zu machen: Man verschafft sich Maßstäbe aus dem Datenmaterial heraus, kann dadurch Strukturen, Normen und Diskrepanzen erkennen. Dies ermöglicht, zwei weitere Schritte zu unternehmen:

1. Gezielte weitergehende Aufklärung der Ursachen für irgendwelche Abweichungen;
2. evtl. Korrektur von Messverfahren (LpN und/oder K-1) aufgrund des besseren Wissens um die Abweichungen und ihre Gründe.

Auf die Eingangsfrage, ob man den LpN oder K-1 nehmen sollte, ist meine derzeitige Meinung: „**Beide, - com grano salis**“.