

Ticken Ingenieur:innen anders?

Berufliche Mediennutzung von Jung-
Ingenieur:innen von Print bis Podcast –
ein Forschungsprojekt der TH Nürnberg im
Feld der Innovationskommunikation



Wintermayr, A.; Seiler, E. & Banholzer, V. (2023). Ticken Ingenieur:innen anders? Berufliche Mediennutzung von Jung- Ingenieur:innen von Print bis Podcast. Vortrag zum Forschungsprojekt der Technischen Hochschule Nürnberg auf den B2B Media Days 2023 Deutsche Fachpresse.

Creative Commons Attribution 4.0 (BY).

Diese Lizenz erlaubt unter Voraussetzung der Namensnennung des Urhebers die Bearbeitung, Vervielfältigung und Verbreitung des Materials in jedem Format oder Medium für beliebige Zwecke, auch kommerziell.

(Lizenztext: <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/de/legalcode>)

Die Bedingungen der Creative Commons-Lizenz gelten nur für Originalmaterial. Die Wiederverwendung von Material aus anderen Quellen (gekennzeichnet mit Quellenangabe) wie z. B. von Schaubildern, Abbildungen, Fotos und Textauszügen erfordert ggf. weitere Nutzungsgenehmigungen durch den jeweiligen Rechteinhaber.

wer wir sind.

Wir sind Studierende des Studiengangs
Technikjournalismus/ Technik-PR der Technischen
Hochschule Nürnberg Georg Simon Ohm. Sowohl
durch natur- und ingenieurwissenschaftliche
Grundlagenkenntnisse als auch
kommunikationswissenschaftliche Fähigkeiten
können wir Technologien, Forschungs- und
Entwicklungsergebnisse für unsere Zielgruppe
analysieren, kommunizieren und kommentieren.



Agenda

1. Forschungsprojekt TH Nürnberg x VDI nachrichten
2. Ausgangslage
3. Forschungsdesign
4. Durchführung
5. Ergebnisse



Veränderte Medienland- schaft

Die Informationsgewohnheiten und das Mediennutzungsverhalten junger Menschen befindet sich mit neuen Informationsmöglichkeiten in einem Wandel.



Warum Ingenieur: innen?

Ingenieur:innen sind eine für den B2B-Markt wichtige, dennoch bisher unerforschte Gruppe an Rezipient:innen, die sich in ihrem Medienkonsum anders verhält, denn Ingenieur:innen sind zunehmend von Fachmedien abhängig, aber gleichzeitig durch ihre Entwicklungen präsent.

TH Nürnberg x VDI nachrichten

Gemeinsames Forschungsprojekt der Technischen Hochschule Georg Simon Ohm und den VDI nachrichten
Forschungsschwerpunkt: Innovationskommunikation
Leitfrage: Unterscheiden sich die Informationsgewohnheiten von Studierenden der Ingenieurwissenschaften und Jungingenieur:innen von anderen Berufsgruppen?

VDI nachrichten

Ausgangslage

*Vergleichsstudien zum
Mediennutzungsverhalten bei der Zielgruppe
von 18 bis 35 Jahren*

Reuters: Digital News Report 2022

Podcasts sind ein zunehmend beliebtes Medium zur Informationsbeschaffung. Digitale Medien unterliegen einem starkem Zuwachs.

YOU GOV: Global Media outlook report 2022

70 Prozent der Zielgruppe nutzen Soziale Medien. Die beliebtesten Plattformen seien Facebook (69%), Instagram (40%), YouTube (39%), Twitter (30%), Snapchat (18%) und LinkedIn (18%).

BR: Grunddaten Jugend und Medien 2022

Das Internet ist die bevorzugte Nachrichtenquelle. Print als Medium nimmt ab.

KPMG: Verlagsstudie 2021

Die Bereitschaft, für Journalismus zu bezahlen, ist gering.



Hypothese 1

Podcasts sind ein zunehmend beliebtes Medium zur Informationsbeschaffung junger Ingenieur:innen.

Hypothese 2

Die Zahlungsbereitschaft für Fachmedien ist nicht höher als der deutsche Durchschnitt ist.

Hypothese 3

Printmedien nehmen als erste Informationsquelle für junge Ingenieur:innen stetig ab.



Hypothese 4

Ingenieur*innen, die bereits im Studium Kontakt mit etablierten Fachmedien hatten, vertrauen diesen auch im Berufsleben.

Hypothese 5

Die berufliche Nutzung von sozialen Medien unterscheidet sich von der privaten.

Schritt 1

Qualitative Untersuchung
in Form von
Leitfadeninterviews.

Schritt 2

Quantitative
Untersuchung und
Überprüfung der ersten
Ergebnisse mit einem
Online-Fragebogen.

Schritt 3

Erneute Überprüfung der
Quantitativen Ergebnisse
anhand eines
Medientagebuchs.

Forschungsdesign – Mixed-Methods



Qualitative Erhebung: Leitfaden- interviews

Schritt 1

Es wurden durch Firmen- und Hochschulverteiler sowie private Kontakte Ingenieur:innen im Alter zwischen 18 und 35 für die explorative Erhebung rekrutiert.

Schritt 2

Die Leitfadeninterviews wurden mit 13 Ingenieur:innen im Oktober sowie November 2022 durchgeführt. Diese wurden im Nachgang anonym ausgewertet.

Schritt 3

Die ersten Ergebnisse der Leitfadeninterviews wurden als Hintergrund für die Erstellung des Online-Fragebogens verwendet.





Erkenntnis 1

Print- und Onlinemedien sind ähnlich vertreten



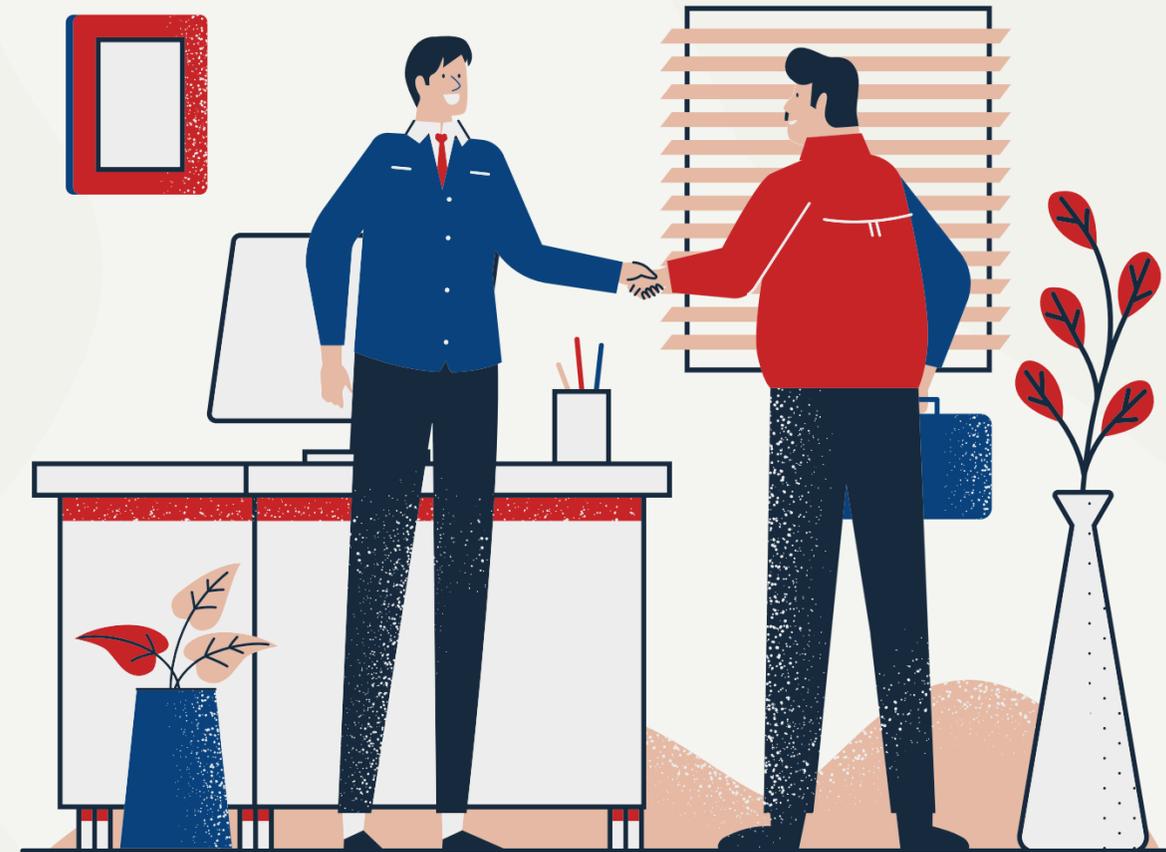
Erkenntnis 2

Ablehnung des Podcast-Formats



Erkenntnis 3

Kurze Video-Formate werden stark bevorzugt





Erkenntnis 4

Täglicher Medienkonsum
durchschnittlich 30 - 60 Minuten



Erkenntnis 5

Hohe Mediennotwendigkeit



Erkenntnis 6

Informationsfindung mit
Schlagwortsuche beliebt



Erkenntnis 7 & 8

Interaktive Formate sowie Newsletter-Formate sind beliebt



Erkenntnis 9

Etablierte Medien aus dem Studienverlauf werden fortlaufend konsumiert



Erkenntnis 10

Weniger Branchenübergreifende Informationen, dafür Infos im eigenen Interessengebiet mit allgemeinen Nachrichten



Quantitative Forschung: Online- Umfrage



Online-Umfrage

Ziel: Sachverhalte beschreiben sowie
Hypothesen zu testen
Feldphase: 2 Monate

30 Fragen in 6 Themenblöcken:

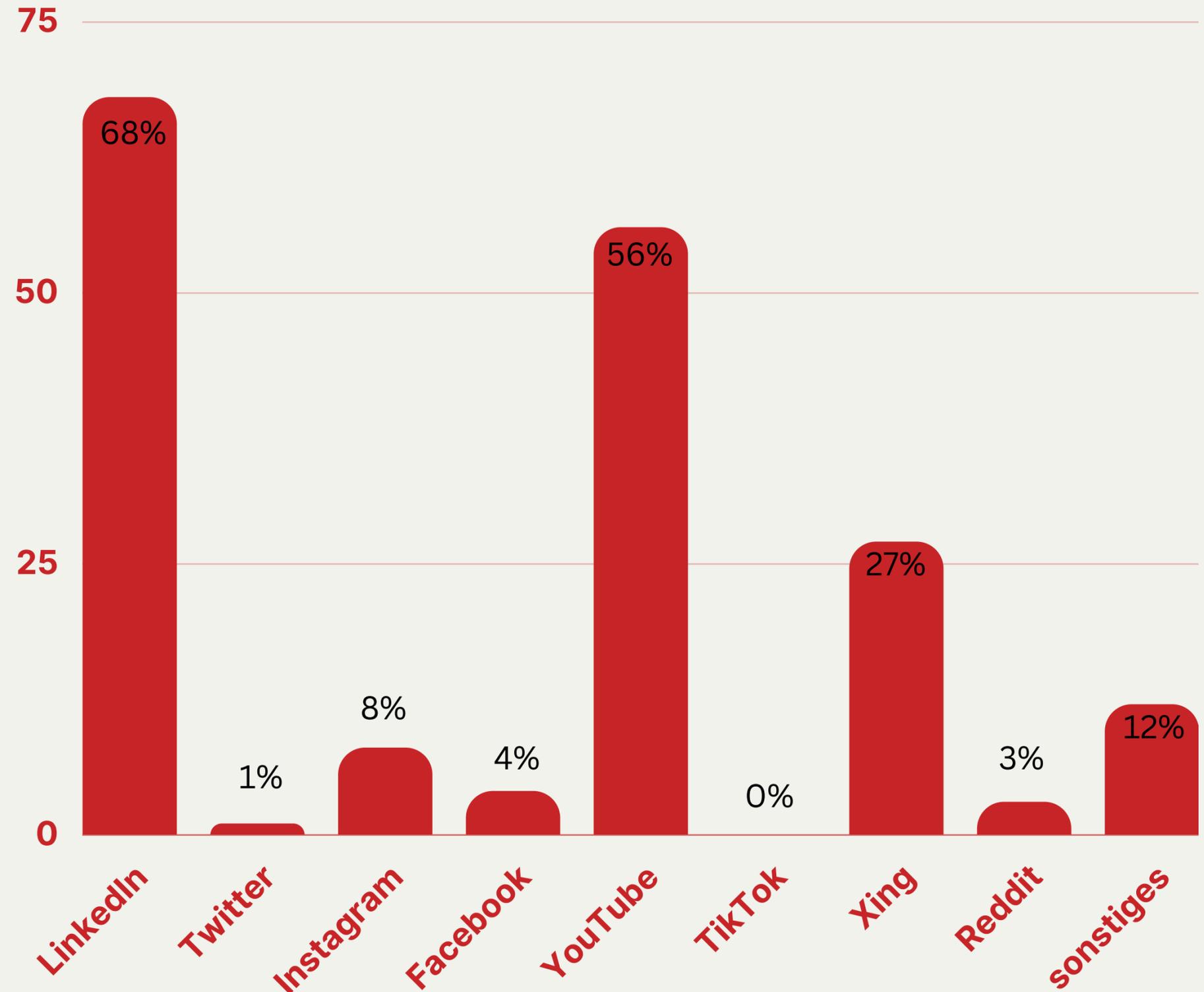
- Soziodemographie
- Online-Informationsnutzung und Wahrnehmung relevanter Medienformen
- Wahrnehmung relevanter Themen/Fachformate im beruflichen Kontext
- Qualitätsbezogene Variablen gegenüber Fachmedien
- Abfrage Key-Findings Leitfadeninterview
- Quellennutzung

Zielgruppe: Ingenieur:innen im Alter von 18 bis 35 Jahren

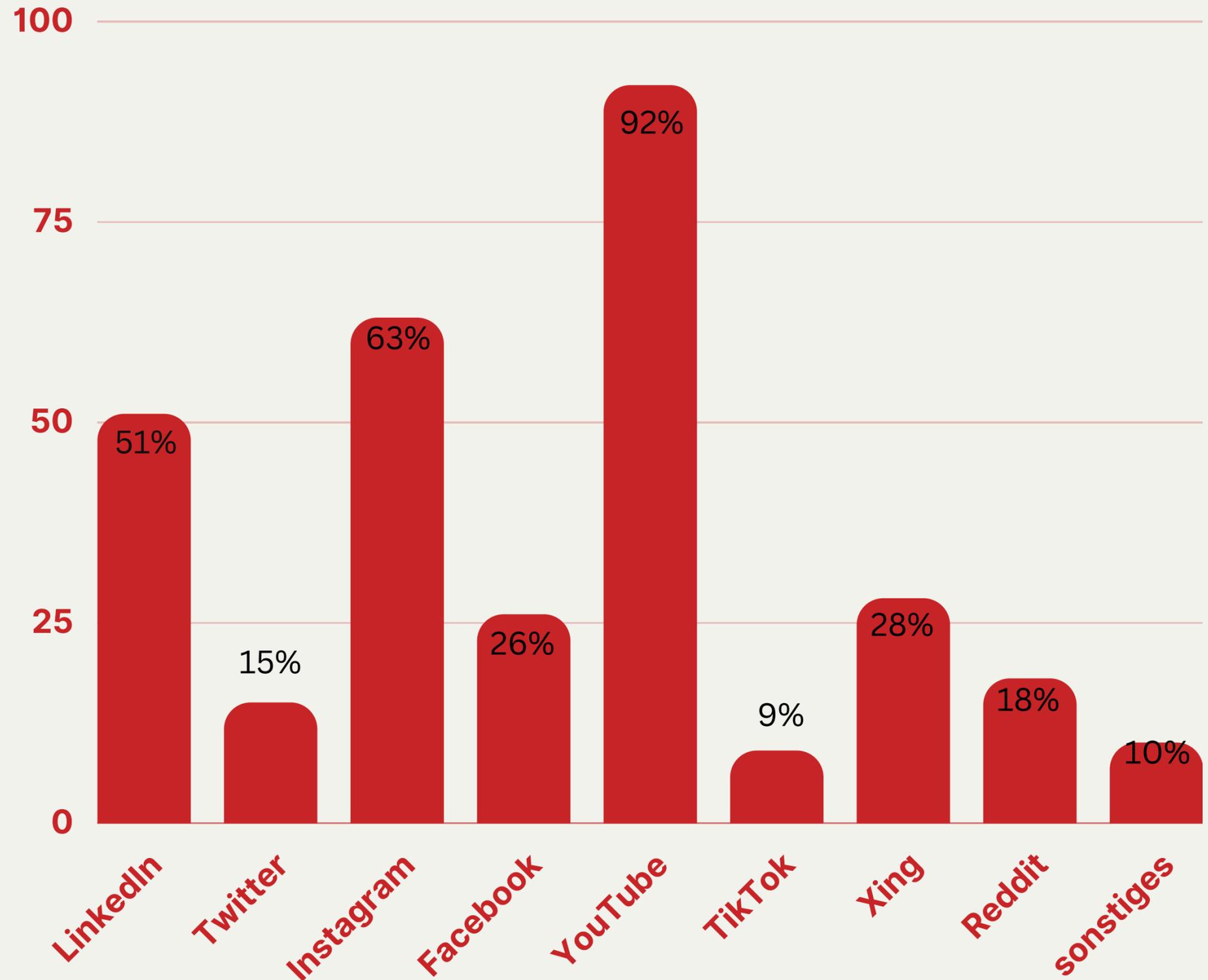
Rekrutierung: Messe und Firmenkontakte
Kontrollgruppe (n=79) für Vergleichbarkeit der Ergebnisse
sowie zur Feststellung von Unterschieden.
79 Teilnehmer:innen

Unterstützung durch VDI nachrichten
Rekrutierung: VDI Young Engineers
Befragung 2. Gruppe: n=95

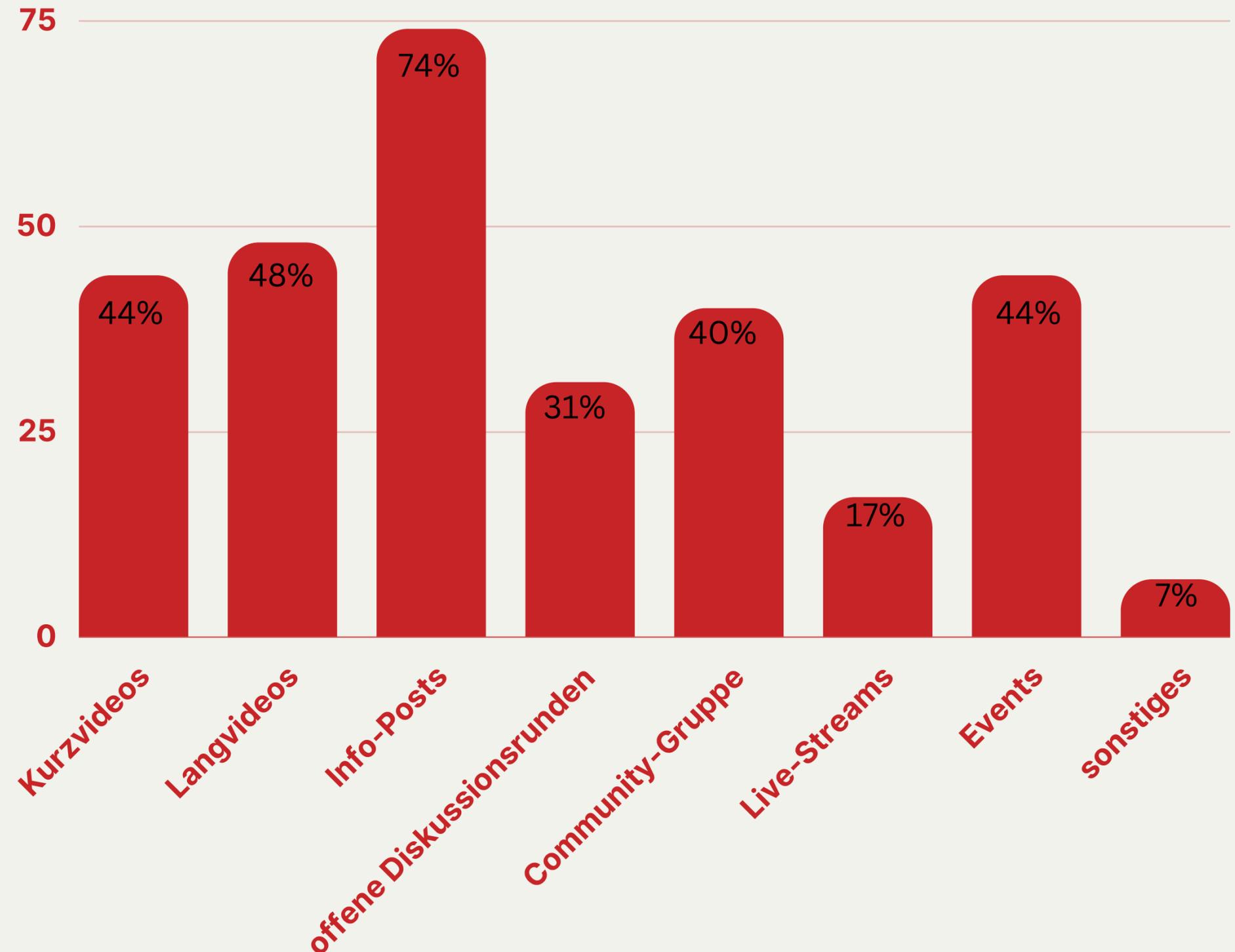
Welche der genannten Dienste nutzen Sie für ihr Studium / Beruf?



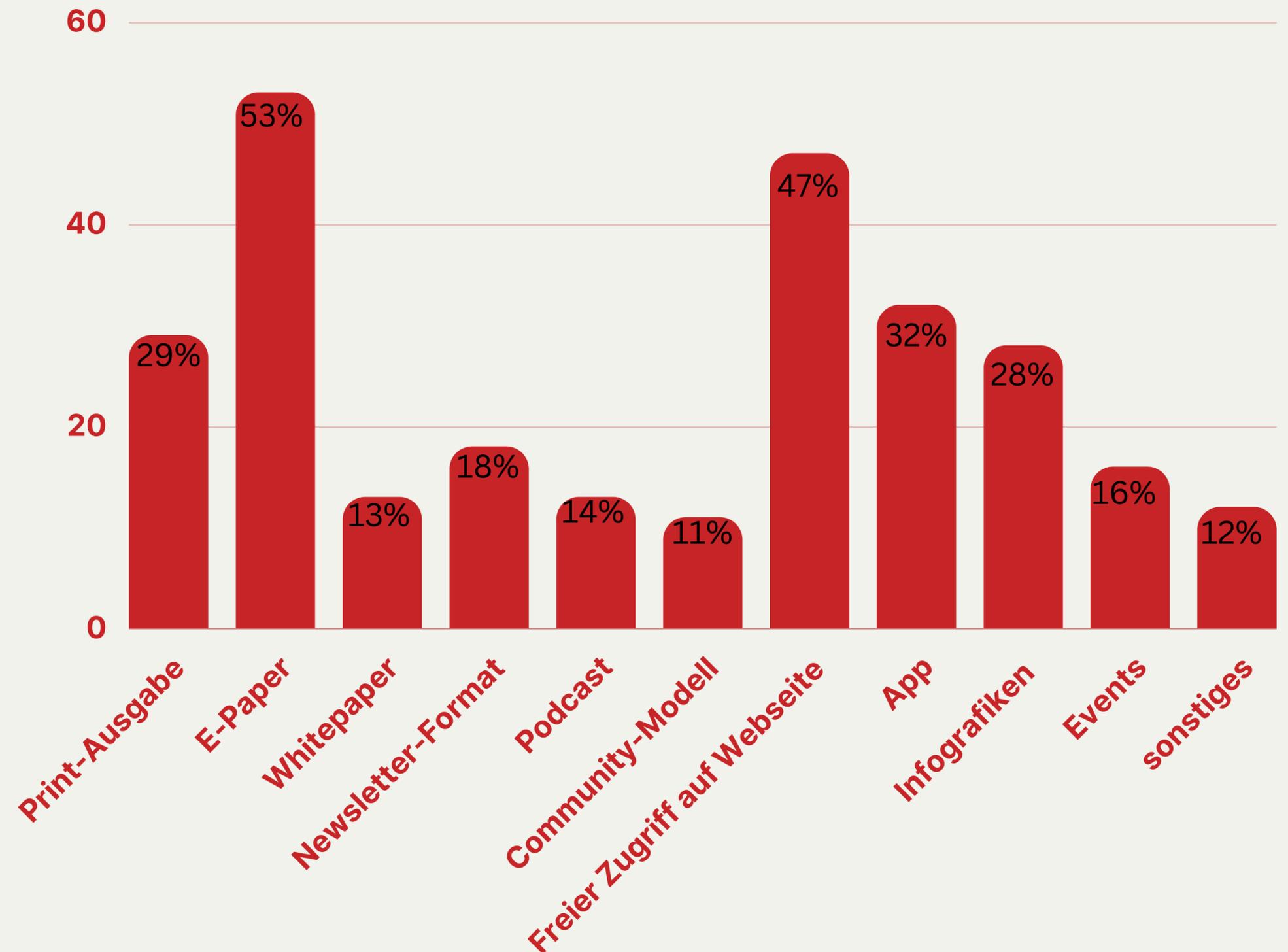
Welche der genannten Dienste nutzen Sie in Ihrer Freizeit?



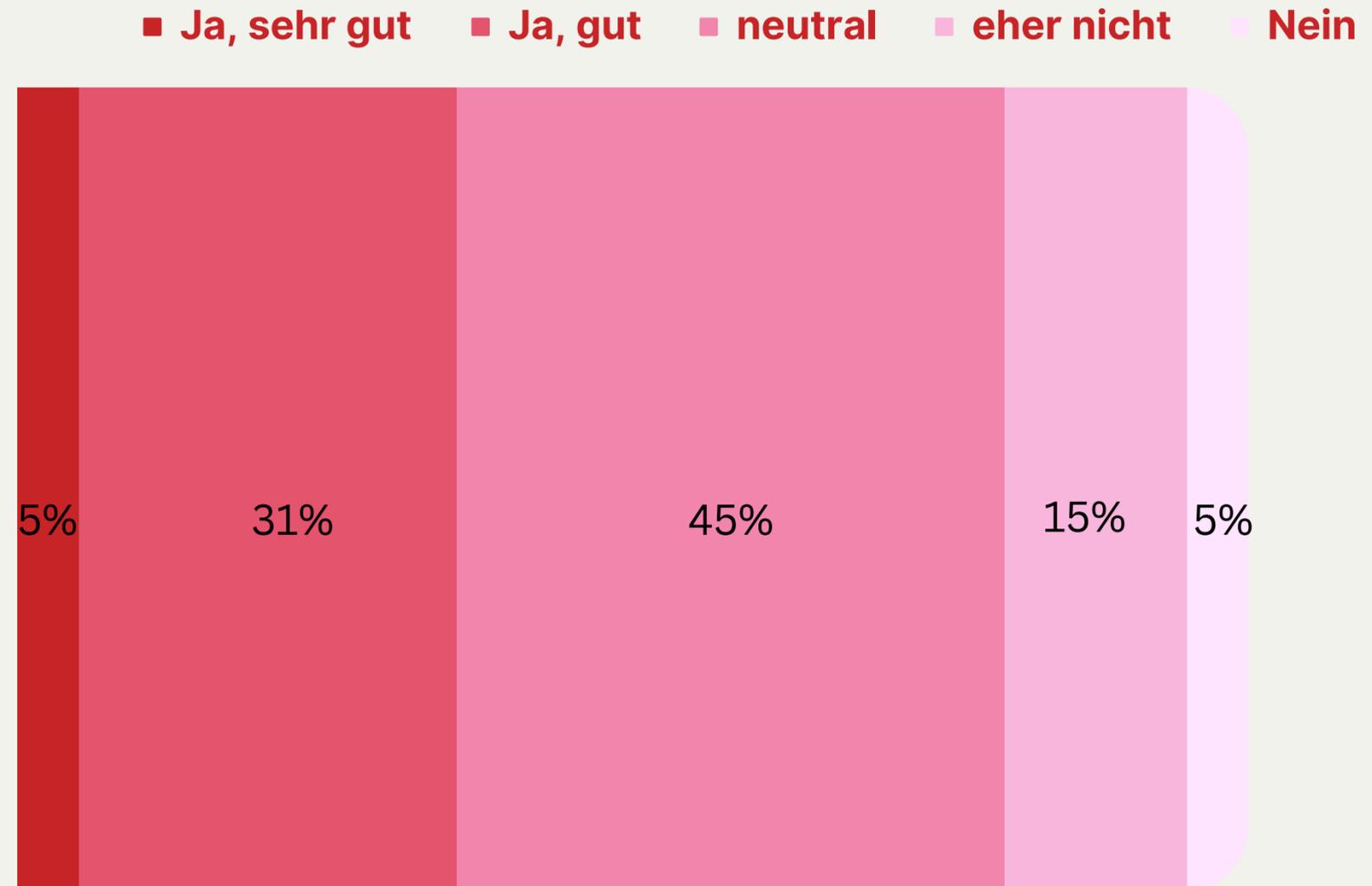
Welche Medienformen -auf sozialen Netzwerken- finden Sie sinnvoll für Ihre beruflichen Interessen?



Welches Medienangebot müsste ein Medium erfüllen, damit Sie es kostenpflichtig abonnieren?



Fühlen Sie sich durch das aktuelle Angebot/Themen der Fachmedien abgeholt?



Abfrage Key-Findings

Trifft voll zu
 Trifft zu
 Trifft teilweise zu
 Trifft eher nicht zu
 Trifft gar nicht zu

Ich informiere mich hauptsächlich über Soziale Netzwerke



Ich bevorzuge Videos



Ich bevorzuge Texte



Ich bevorzuge Podcasts



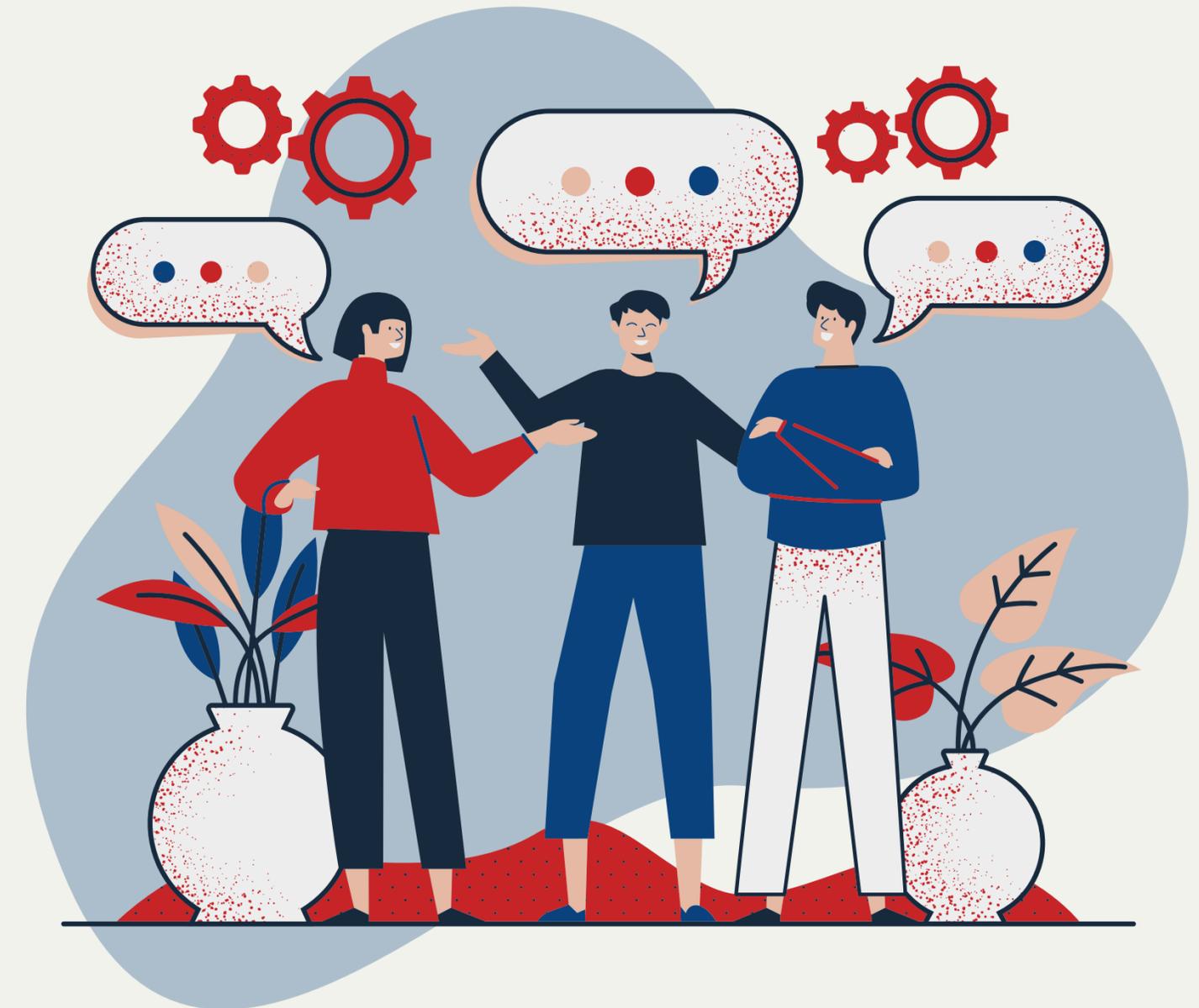
Keyfindings

Print stirbt noch nicht aus

Videos und visualisierte Texte sind ein aufstrebende Format

Podcasts erlangen kaum Nachfrage

Fachspezifische Themen werden besonders gefordert



Der Konsum Sozialer Medien läuft über YouTube, LinkedIn und Xing

Keyfindings

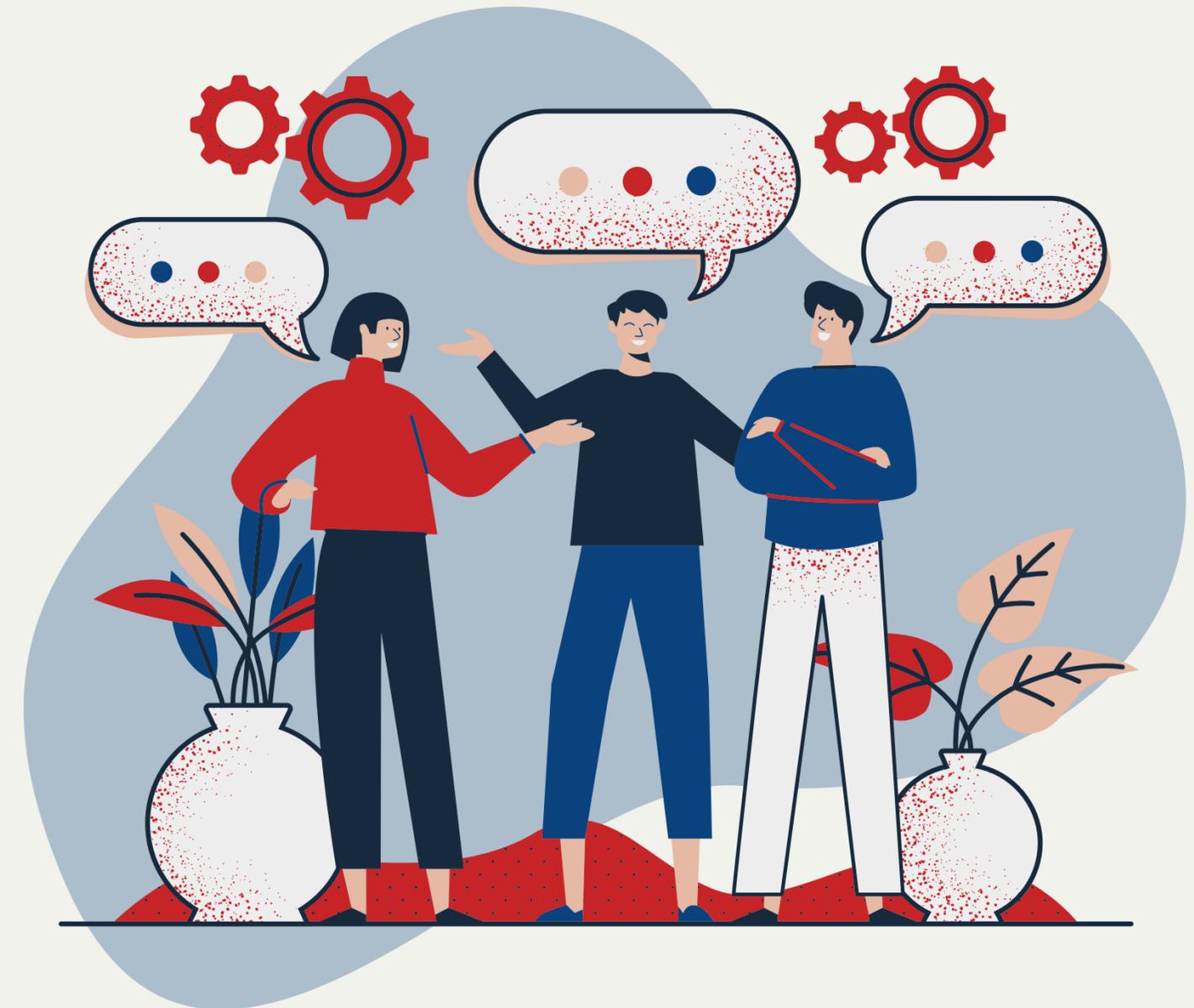
Die Preisgrenze für Abonnements zeigt positive Tendenzen

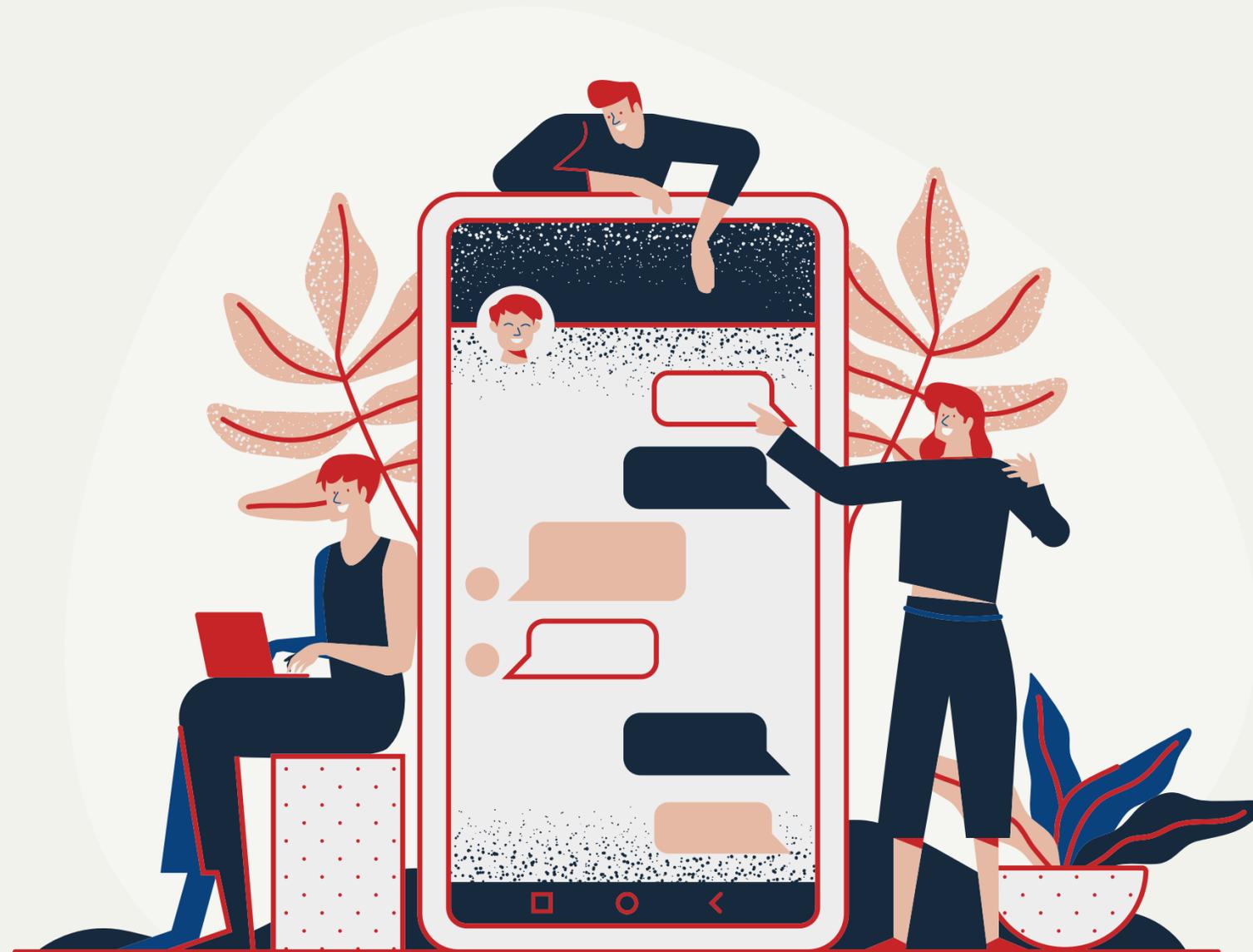
Etablierte Medien genießen Vertrauen

Die Zufriedenheit über das Medienangebot ist neutral bis unzufrieden

Der private Medienkonsum unterscheidet sich vom Beruflichen

Das Nachrichteninteresse ist uneinheitlich



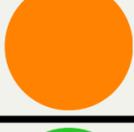


Medientagebuch

6 Proband:innen der VDI Young Engineers haben zur Überprüfung der Keyfindings ein tägliches Tagebuch geführt, um zu sehen, welche Medien und Inhalte in welcher Zeitspanne konsumiert werden.

Vergleich zu Ausgangsstudien:

Reuters: Digital News Report
2022. Ergebnisse Deutschland

	Key Findings
	Print stirbt noch nicht aus
	Videos und visualisierte Texte sind ein aufstrebende Format
	Podcasts erlangen kaum Nachfrage
	Fachspezifische Themen werden besonders gefordert
	Der Konsum Sozialer Medien läuft über YouTube, LinkedIn und Xing
	Die Preisgrenze für Abonnements zeigt positive Tendenzen
	Etablierte Medien genießen Vertrauen
	Die Zufriedenheit über das Medienangebot ist neutral bis unzufrieden
	Der private Medienkonsum unterscheidet sich vom Beruflichen
	Das Nachrichteninteresse ist uneinheitlich

Wie gestaltet sich das Wunschmedium junger Ingenieur:innen?





Fragen? Kommen Sie gerne auf uns zu!

 @technikjournalismus

 Anna Wintermayr,
wintermayran79952@th-nuernberg.de

 Elisabeth Seiler,
seilerel80756@th-nuernberg.de

 Prof. Volker Banholzer
volkermarkus.banholzer@th-nuernberg.de