

## Tabellenanhang

**Tabelle 1A: Geschlecht der Befragten**

<b>Geschlecht</b>	<b>Anzahl</b>	<b>Prozent</b>
weiblich	46	20,7
männlich	176	79,3
Gesamt	222	100,0

**Tabelle 2A: Alter der Befragten**

<b>Alter</b>	<b>Anzahl</b>	<b>Prozent</b>
unter 20 Jahre	13	5,9
20 bis 29 Jahre	106	47,7
30 bis 39 Jahre	67	30,2
40 bis 49 Jahre	27	12,2
50 bis 59 Jahre	8	3,6
60 Jahre und älter	1	0,5
Gesamt	222	100,1

Abweichungen von 100 Prozent sind rundungsbedingt.

**Tabelle 3A: Höchster Schulabschluss der Befragten**

<b>Schulabschluss</b>	<b>Anzahl</b>	<b>Prozent</b>
Kein Schulabschluss/ Hauptschulabschluss	8	3,6
Mittlere Reife	18	8,1
Allgemeine Hochschulreife	105	47,3
Abgeschlossenes Studium	91	41,0
Gesamt	222	100,0

**Tabelle 4A: Berufsfelder der Befragten**

<b>Berufsfeld</b>	<b>Anzahl</b>	<b>Prozent</b>
Angestellte/r oder Beamte/r	66	29,7
Leitende/r Angestellte/r oder leitender Beamte/r	15	6,8
Selbständige/r oder Freiberufler/in	48	21,6
Schüler/in	0	0,0
Student/in o. Auszubildende/r	70	31,5
Hausfrau/Hausmann	2	0,9
Arbeitslose/r	6	2,7
Pensionär/in o. Rentner/in	0	0,0
Sonstiges	15	6,8
Gesamt	222	100,0

**Tabelle 5A: IT- oder Medienberuf**

<b>Berufsfeld</b>	<b>Anzahl</b>	<b>Prozent</b>
Angestellte/r oder Beamte/r	66	29,7
Leitende/r Angestellte/r oder leitender Beamte/r	15	6,8
Gesamt	222	100,0

**Tabelle 6A: Blogger oder Nicht-Blogger**

Berufsfeld	Anzahl	Prozent
Nicht-Blogger	52	23,4
Noch kein Blogger, aber geplant	18	8,1
Blogger	152	68,5
Gesamt	222	100,0

**Tabelle 7A: Zeitraum der Weblog-Nutzung**

Berufsfeld	Anzahl	Prozent
seit mehr als zwei Jahren	71	32,0
seit mehr als einem Jahr	74	33,3
seit mehr als einem halben Jahr	53	23,9
seit mehr als einem Monat	18	8,1
seit weniger als einem Monat	6	2,7
Gesamt	222	100,0

**Tabelle 8A: Weblognutzung**

Nutzerkategorie	Anzahl	Prozent
Wenignutzer	45	20,4
Normalnutzer	59	26,7
Vielnutzer	68	30,8
Fanatischer Nutzer	49	22,2
Gesamt	221	100,0

Wenignutzer: Tägliche Nutzung 1 bis 10 Minuten, Normalnutzer: 11 bis 30 Minuten, Vielnutzer: 31 bis 60 Minuten, Fanatischer Nutzer: mehr als 60 Minuten.

**Tabelle 9A: Internet-Nutzung**

Berufsfeld	Anzahl	Prozent
Wenignutzer	10	4,7
Normalnutzer	53	24,7
Vielnutzer	78	36,3
Fanatischer Nutzer	74	34,4
Gesamt	215	100,0

Wenignutzer: Tägliche Nutzung 1 bis 45 Minuten, Normalnutzer: 46 bis 90 Minuten, Vielnutzer: 91 bis 180 Minuten, Fanatischer Nutzer: mehr als 180 Minuten.<sup>1</sup>

**Tabelle 10A: Medien-Nutzung**

Berufsfeld	Anzahl	Prozent
Wenignutzer	14	6,6
Normalnutzer	39	18,4
Vielnutzer	51	24,1
Fanatischer Nutzer	108	50,9
Gesamt	212	100,0

Wenignutzer: Tägliche Nutzung 1 bis 120 Minuten, Normalnutzer: 121 bis 210 Minuten, Vielnutzer: 211 bis 300 Minuten, Fanatischer Nutzer: mehr als 300 Minuten.

<sup>1</sup> Die Einteilung in die Nutzungskategorien bei Tabelle 9, 10, 17 und 19 entspricht nicht einer Einteilung für die deutsche Gesamtbevölkerung, sondern berücksichtigt die besonderen Merkmale der Stichprobe.

**Tabelle 11A: Reliance**

Berufsfeld	Anzahl	Prozent
Wenig Verbundene	36	18,5
Indifferente	112	50,5
Sehr Verbundene	42	18,9
Gesamt	189	100,0

Wenig Verbundene unter 10 Punkte, Indifferente 10 bis 15 Punkte, Sehr Verbundene über 15 Punkte. Punktzahl ergibt sich durch Addition der Werte bei den vier Items bei Fragenkomplex 6.

**Tabelle 12A: Glaubwürdigkeitsunterschiede bei den einzelnen Medien**

	Spiegel Online (n=52)	Sueddeutsche.de (n=27)	Welt.de (n=13)	fr-online.de (n=18)	Bild.de (n=30)	Netzeitung (n=18)	Heise.de (n=56)	Signifikanz
<b>Kompetenz:</b>								
Kompetent	2,20 <sup>c</sup>	1,72	2,20 <sup>b</sup>	2,21 <sup>b</sup>	4,50 <sup>c</sup>	2,22 <sup>b</sup>	1,29 <sup>a</sup>	0,00**
Professionell	1,90	1,80	1,90	2,14 <sup>b</sup>	3,00 <sup>c</sup>	2,35 <sup>b</sup>	1,44 <sup>a</sup>	0,00**
In die Tiefe gehend	3,10	2,75 <sup>b</sup>	3,36 <sup>c</sup>	2,64	4,75 <sup>d</sup>	3,39 <sup>c</sup>	2,11 <sup>a</sup>	0,00**
Gut recherchiert	2,80	2,00 <sup>a</sup>	2,73	2,36	4,36 <sup>d</sup>	3,00 <sup>c</sup>	1,91 <sup>a</sup>	0,00**
<b>Vertrauen:</b>								
Fair	2,88	2,13	2,80	2,31	4,48 <sup>e</sup>	2,56	1,82 <sup>a</sup>	0,00**
Unvoreingenommen	3,20	2,72	3,45 <sup>c</sup>	2,64	4,61 <sup>d</sup>	2,53 <sup>a</sup>	2,46 <sup>a</sup>	0,00**
Vertrauenswürdig	2,61 <sup>b</sup>	1,85 <sup>a</sup>	2,64 <sup>b</sup>	2,14	4,59 <sup>c</sup>	2,71 <sup>b</sup>	1,64 <sup>a</sup>	0,00**
Seriös	2,35	1,60 <sup>a</sup>	2,36	1,93	4,67 <sup>d</sup>	2,53 <sup>c</sup>	1,67 <sup>a</sup>	0,00**
Gemeinwohl orientiert	3,16	2,92 <sup>a</sup>	3,67 <sup>b</sup>	2,92 <sup>a</sup>	4,64 <sup>c</sup>	2,75 <sup>a</sup>	2,54 <sup>a</sup>	0,00**
<b>Gesamt</b>	2,71 <sup>c</sup>	2,17	2,84 <sup>c</sup>	2,40	4,40 <sup>d</sup>	2,69 <sup>c</sup>	1,85 <sup>a</sup>	0,00**

Einfaktorielle ANOVA, \*\*p<0,01, Duncan's-Multiple-Range-Test

**Tabelle 13A: Glaubwürdigkeitsbeurteilungen der Weblogs nach Geschlecht:**

		Mittelwert	T-Wert	Signifikanz
<b>Kompetenz:</b>				
kompetent	Frauen (n=44)	1,89	0,99	0,33
	Männer (n=171)	1,74		
professionell	Frauen (n=44)	2,11	-0,35	0,73
	Männer (n=170)	2,16		
gründlich recherchiert	Frauen (n=43)	2,09	-0,55	0,58
	Männer (n=167)	2,19		
in die Tiefe gehend	Frauen (n=43)	2,26	-0,52	0,60
	Männer (n=167)	2,34		
<b>Vertrauenswürdigkeit:</b>				
fair	Frauen (n=41)	2,20	-0,72	0,47
	Männer (n=166)	2,32		
unvoreingenommen	Frauen (n=43)	2,72	-1,91	0,06
	Männer (n=167)	3,10		
vertrauenswürdig	Frauen (n=43)	1,86	-0,06	0,95
	Männer (n=169)	1,87		
seriös	Frauen (n=44)	1,98	-0,50	0,66
	Männer (n=168)	2,05		
Gemeinwohl orientiert	Frauen (n=44)	1,95	-1,16	0,25
	Männer (n=166)	2,14		
<b>Gesamt</b>	Frauen (n=39)	2,12	-0,74	0,46
	Männer (n=159)	2,21		

T-Test bei unabhängigen Stichproben, Mittelwerte

**Tabelle 14A: Glaubwürdigkeitsbeurteilungen der Weblogs nach Blogger und Nicht-Blogger:**

		Mittelwert	T-Wert	Signifikanz
<b>Kompetenz:</b>				
kompetent	Blogger (n=148)	1,76	-0,25	0,81
	Nicht-Blogger (n=67)	1,79		
professionell	Blogger (n=147)	2,13	-0,55	0,58
	Nicht-Blogger (n=67)	2,21		
gründlich recherchiert	Blogger (n=145)	2,29	0,27	0,79
	Nicht-Blogger (n=65)	2,39		
in die Tiefe gehend	Blogger (n=146)	2,18	-0,60	0,55
	Nicht-Blogger (n=64)	2,14		
<b>Vertrauenswürdigkeit:</b>				
fair	Blogger (n=145)	2,29	-0,12	0,91
	Nicht-Blogger (n=62)	2,31		
unvoreingenommen	Blogger (n=145)	3,03	0,08	0,94
	Nicht-Blogger (n=65)	3,02		
Gemeinwohl orientiert	Blogger (n=146)	2,14	0,94	0,35
	Nicht-Blogger (n=64)	2,00		
seriös	Blogger (n=146)	2,06	0,71	0,48
	Nicht-Blogger (n=66)	1,97		
vertrauenswürdig	Blogger (n=147)	1,88	0,27	0,79
	Nicht-Blogger (n=65)	1,85		
<b>Gesamt</b>	Blogger (n=140)	2,20	0,31	0,76
	Nicht-Blogger (n=58)	2,17		

T-Test bei unabhängigen Stichproben, \*p<0,05, Mittelwerte

**Tabelle 15A: Glaubwürdigkeitsbeurteilungen der Online-Magazine nach Blogger und Nicht-Blogger:**

		Mittelwert	T-Wert	Signifikanz
<b>Kompetenz:</b>				
kompetent	Blogger (n=145)	2,12	-1,12	0,27
	Nicht-Blogger (n=63)	2,35		
professionell	Blogger (n=144)	1,88	-1,42	0,16
	Nicht-Blogger (n=63)	2,11		
gründlich recherchiert	Blogger (n=145)	2,57	-1,40	0,16
	Nicht-Blogger (n=62)	2,84		
in die Tiefe gehend	Blogger (n=145)	2,97	-0,53	0,59
	Nicht-Blogger (n=62)	3,06		
<b>Vertrauenswürdigkeit:</b>				
fair	Blogger (n=137)	2,55	-1,41	0,16
	Nicht-Blogger (n=60)	2,82		
unvoreingenommen	Blogger (n=141)	2,92	-2,05	0,04*
	Nicht-Blogger (n=63)	3,29		
Gemeinwohl orientiert	Blogger (n=132)	3,07	-1,35	0,18
	Nicht-Blogger (n=62)	3,29		
seriös	Blogger (n=145)	2,28	-1,12	0,26
	Nicht-Blogger (n=62)	2,50		
vertrauenswürdig	Blogger (n=145)	2,36	-1,60	0,11
	Nicht-Blogger (n=63)	2,70		
<b>Gesamt</b>	Blogger (n=126)	2,56	-1,10	0,27
	Nicht-Blogger (n=57)	2,74		

T-Test bei unabhängigen Stichproben, \*p<0,05, Mittelwerte

**Tabelle 16A: Korrelation zwischen Weblog-Nutzung und Glaubwürdigkeitsbewertung**

Korrelation	Weblog-Nutzung
Glaubwürdigkeit der Weblogs	-0,06
Signifikanz	0,40

Korrelation nach Pearson

**Tabelle 17A: Korrelation zwischen Weblog-Nutzung und Glaubwürdigkeitsbewertung**

Korrelation	Internet-Nutzung
Glaubwürdigkeit der Weblogs	-0,08
Signifikanz	0,26

Korrelation nach Pearson

**Tabelle 18A: Internet-Nutzung und Bewertung der Glaubwürdigkeit:**

	Wenignutzer (n=10)	Normalnutzer (n=53)	Vielnutzer (n=78)	Fanaticher Nutzer (n=74)	Signifikanz
<b>Kompetenz:</b>					
Kompetent	2,38	2,20	1,99	2,45	0,19
Professionell	2,50 <sup>b</sup>	2,10	1,78 <sup>a</sup>	2,00	0,15
In die Tiefe gehend	3,13	2,98	2,83	3,27	0,19
Gut recherchiert	2,63	2,78	2,42	2,88	0,14
<b>Vertrauenswürdigkeit:</b>					
Fair	3,00	2,70	2,46	2,78	0,325
Unvoreingenommen	3,44	3,06	2,82	3,22	0,135
Vertrauenswürdig	3,00 <sup>b</sup>	2,65	2,20 <sup>a</sup>	2,63	0,08
Seriös	2,63	2,37	2,18	2,55	0,34
Gemeinwohl orientiert	3,67	3,13	3,15	3,17	0,595
<b>Gesamt</b>	<b>2,27</b>	<b>2,28</b>	<b>2,28</b>	<b>2,07</b>	<b>0,17</b>

ANOVA; Duncan`s-Multiple-Range-Test

Wenignutzer: Tägliche Nutzung 1 bis 45 Minuten, Normalnutzer: 46 bis 90 Minuten, Vielnutzer: 91 bis 180 Minuten, Fanatischer Nutzer: mehr als 180 Minuten.

**Tabelle 19A: Korrelation zwischen Weblog-Nutzung und Glaubwürdigkeitsbewertung**

Korrelation	Medien-Nutzung
Glaubwürdigkeit der Weblogs	-0,04
Signifikanz	0,58

Korrelation nach Pearson

**Tabelle 20A: Medien-Nutzung und Bewertung der Glaubwürdigkeit:**

	Wenignutzer (n=10)	Normalnutzer (n=53)	Vielnutzer (n=78)	Fanaticher Nutzer (n=74)	Signifikanz
<b>Kompetenz:</b>					
Kompetent	1,83	1,78	1,84	1,75	0,90
Professionell	2,00	2,25	2,16	2,17	0,88
In die Tiefe gehend	1,92 <sup>a</sup>	2,65 <sup>b</sup>	2,48 <sup>b</sup>	2,24 <sup>a,b</sup>	0,06
Gut recherchiert	1,92	2,31	2,19	2,17	0,64
<b>Vertrauenswürdigkeit:</b>					
Fair	2,58	2,51	2,19	2,26	0,26
Unvoreingenommen	2,58	3,00	3,12	3,06	0,45
Vertrauenswürdig	1,58	1,86	1,94	1,88	0,59
Seriös	1,83	2,08	2,16	2,01	0,57
Gemeinwohl orientiert	1,91	2,17	2,04	2,11	0,86
<b>Gesamt</b>	<b>2,05</b>	<b>2,35</b>	<b>2,22</b>	<b>2,17</b>	<b>0,44</b>

ANOVA; Duncan`s-Multiple-Range-Test

Wenignutzer: Tägliche Nutzung 1 bis 120 Minuten, Normalnutzer: 121 bis 210 Minuten, Vielnutzer: 211 bis 300 Minuten, Fanatische Nutzer: mehr als 300 Minuten.

**Tabelle 21A: Reliance und Glaubwürdigkeitsbeurteilungen:**

	Wenig Verbundene (n=40)	Indifferente (n=100)	Sehr Verbundene (n=31)	Signifikanz
<b>Kompetenz:</b>				
Kompetent	1,86 <sup>b</sup>	1,82 <sup>a,b</sup>	1,55 <sup>a</sup>	0,08 <sup>+</sup>
Professionell	2,38 <sup>b</sup>	2,14 <sup>a,b</sup>	1,98 <sup>a</sup>	0,15
In die Tiefe gehend	2,75 <sup>c</sup>	2,32 <sup>b</sup>	1,93 <sup>a</sup>	0,02 <sup>**</sup>
Gut recherchiert	2,67 <sup>b</sup>	2,14 <sup>a</sup>	1,88 <sup>a</sup>	0,00 <sup>**</sup>
<b>Vertrauenswürdigkeit:</b>				
Fair	2,56 <sup>b</sup>	2,38 <sup>b</sup>	2,00 <sup>a</sup>	0,02 <sup>*</sup>
Unvoreingenommen	3,27	3,07	2,86	0,24
Vertrauenswürdig	2,24 <sup>c</sup>	1,90 <sup>b</sup>	1,57 <sup>a</sup>	0,00 <sup>**</sup>
Seriös	2,27 <sup>b</sup>	2,10 <sup>b</sup>	1,74 <sup>a</sup>	0,01 <sup>*</sup>
Gemeinwohl orientiert	2,09	2,15	1,90	0,41
<b>Gesamt</b>	<b>2,43<sup>b</sup></b>	<b>2,22<sup>b</sup></b>	<b>1,96<sup>a</sup></b>	<b>0,005<sup>*</sup></b>

Einfaktorielle ANOVA; \*\*p<0,01, \*p<0,05, +p<0,1, Duncan`s-Multiple-Range-Test

Wenig Verbunde unter 10 Punkte, Indifferente 10 bis 15 Punkte, Sehr Verbundene über 15 Punkte.

**Tabelle 22A: Glaubwürdigkeitsbeurteilung der Weblogs nach Beruf**

	IT-Beruf (n=58)	Medienberuf (n=49)	Anderes Berufsfeld (n=115)	Signifikanz
<b>Kompetenz:</b>				
Kompetent	1,78	1,83	1,74	0,80
Professionell	2,26	2,15	2,11	0,60
In die Tiefe gehend	2,39	2,41	2,25	0,57
Gut recherchiert	2,21	2,32	2,08	0,33
<b>Vertrauen:</b>				
Fair	2,12	2,43	2,32	0,20
Unvoreingenommen	2,83	3,09	3,09	0,31
Vertrauenswürdig	1,70	1,91	1,93	0,23
Seriös	1,94	2,06	2,06	0,67
Gemeinwohl orientiert	1,94	2,09	2,18	0,36
<b>Gesamt</b>	<b>2,11</b>	<b>2,26</b>	<b>2,21</b>	<b>0,51</b>

Einfaktorielle ANOVA, Duncan`s-Multiple-Range-Test

**Tabelle 23A: Qualitätsurteile in Abhängigkeit des Online-Magazins**

Qualitätsurteile	Spiegel Online (n=52)	Sueddeut- sche.de (n=27)	Welt.de (n=13)	fr- online.de (n=18)	Bild.de (n=30)	Netzeitung (n=18)	Heise.de (n=56)	Signifikanz
Aktualisierung	22,6	21,9	22,5	22,7	22,6	21,1	23,6	0,352
Layout	18,1 <sup>c,d</sup>	15,0 <sup>b</sup>	17,1 <sup>b,c,d</sup>	17,6 <sup>b,c,d</sup>	8,5 <sup>a</sup>	15,3 <sup>b,c</sup>	18,9 <sup>d</sup>	0,000**
Multimedialität	10,7 <sup>b</sup>	7,6 <sup>a,b</sup>	8,9 <sup>a,b</sup>	10,6 <sup>b</sup>	10,2 <sup>a,b</sup>	9,6 <sup>a,b</sup>	6,6 <sup>a</sup>	0,001**
Fehlerlosigkeit	16,5 <sup>b,c</sup>	18,6 <sup>b,c</sup>	19,3 <sup>c</sup>	17,0 <sup>b,c</sup>	10,9 <sup>a</sup>	15,6 <sup>b</sup>	16,7 <sup>b,c</sup>	0,000**
Sprachstil	16,6 <sup>c</sup>	18,2 <sup>c</sup>	15,8 <sup>b,c</sup>	17,0 <sup>c</sup>	7,7 <sup>a</sup>	13,5 <sup>b</sup>	16,2 <sup>b,c</sup>	0,000**
Kontaktadresse	6,8 <sup>a</sup>	10,5 <sup>a,b</sup>	9,5 <sup>a,b</sup>	8,1 <sup>a,b</sup>	5,6 <sup>a</sup>	9,8 <sup>b</sup>	13,3 <sup>b</sup>	0,000**
Angaben über Autor	4,2	4,8	3,6	4,6	3,6	6,2	4,4	0,489
Links	13,6 <sup>a,b</sup>	14,4 <sup>a,b</sup>	13,1 <sup>a,b</sup>	16,1 <sup>b,c</sup>	10,6 <sup>a</sup>	16,5 <sup>b,c</sup>	19,4 <sup>c</sup>	0,000**
Quellenangaben, -verlinkung	13,4 <sup>b,c</sup>	13,9 <sup>b,c</sup>	10,3 <sup>a,b</sup>	16,2 <sup>c</sup>	8,4 <sup>a</sup>	17,0 <sup>c,d</sup>	20,5 <sup>d</sup>	0,000**
Kommentarfunktion	6,5 <sup>a,b</sup>	7,6 <sup>a,b</sup>	4,2 <sup>a</sup>	7,9 <sup>a,b</sup>	4,7 <sup>a,b</sup>	9,1 <sup>b</sup>	17,4 <sup>c</sup>	0,000**
Trackback-Funktion	4,3 <sup>a</sup>	3,3 <sup>a</sup>	2,8 <sup>a</sup>	5,4 <sup>a,b</sup>	3,7 <sup>a</sup>	8,0 <sup>b</sup>	4,9 <sup>a,b</sup>	0,135
Bewertungsmöglichkeit	3,1	2,5	2,7	3,4	3,3	4,2	5,8	0,039
Einfache Orientierung	17,0 <sup>b</sup>	15,0 <sup>b</sup>	16,0 <sup>b</sup>	16,9 <sup>b</sup>	8,2 <sup>a</sup>	15,9 <sup>b</sup>	18,4 <sup>b</sup>	0,000**
Zusätzliche Informationen	10,5 <sup>b</sup>	8,9 <sup>a,b</sup>	10,2 <sup>b</sup>	11,1 <sup>b</sup>	5,5 <sup>a</sup>	10,8 <sup>b</sup>	15,6 <sup>c</sup>	0,000**
Werbefreiheit	3,7 <sup>a,b</sup>	4,1 <sup>a,b</sup>	5,1 <sup>a,b,c</sup>	4,9 <sup>a,b,c</sup>	3,3 <sup>a</sup>	7,1 <sup>c</sup>	5,8 <sup>b,c</sup>	0,002**
Archiv und Suchfunktion	17,1 <sup>b</sup>	18,7 <sup>b</sup>	17,1 <sup>b</sup>	19,5 <sup>b</sup>	12,7 <sup>a</sup>	17,3 <sup>b</sup>	21,6 <sup>b</sup>	0,000**
<b>Gesamt</b>	11,1 <sup>a,b</sup>	11,4 <sup>b,c</sup>	10,0 <sup>a,b</sup>	12,7 <sup>b,c</sup>	8,7 <sup>a</sup>	12,3 <sup>b,c</sup>	14,0 <sup>c</sup>	0,000**

Einfaktorielle ANOVA, \*\*p<0,01, \*p<0,05, Duncan`s-Multiple-Range-Test

**Tabelle 24A: Qualitätsurteile in Abhängigkeit der Weblog-Kategorie**

Qualitätsurteile	Thematisches Weblog (n=165)	Watchblog (n=29)	Personal Blog (n=15)	Signifikan z
Aktualisierung	22,3	23,5	23,2	0,349
Layout	16,0	15,7	18,5	0,256
Multimedialität	8,5	11,1	10,0	0,037*
Fehlerlosigkeit	16,0	16,4	16,3	0,924
Sprachstil	14,8	15,6	15,8	0,633
Kontaktadresse	9,6	8,8	11,9	0,485
Angaben über Autor	4,6	4,7	3,3	0,462
Links	15,4	15,4	15,8	0,971
Quellenangaben, -verlinkung	15,0	16,0	16,4	0,702
Kommentarfunktion	9,3	9,2	10,7	0,632
Trackback-Funktion	4,8	4,2	3,6	0,618
Bewertungsmöglichkeit	4,0	3,1	3,9	0,656
Einfache Orientierung	15,8	15,2	16,1	0,882
Zusätzliche Informationen	11,2	10,2	12,5	0,543
Werbefreiheit	4,7	3,8	4,5	0,511
Archiv und Suchfunktion	17,8	19,7	20,6	0,183
<b>Gesamt</b>	11,8	11,7	12,7	0,858

T-Test bei unabhängigen Stichproben, \*p<0,05, Mittelwerte

**Tabelle 25A: Qualitätsurteile in Abhängigkeit des Geschlechts der Befragten**

		Mittelwerte	T-Wert	Signifikanz
Aktualisierung	Frauen (n=43)	20,7	-0,701	0,486
	Männer (n=168)	21,3		
Layout	Frauen (n=43)	19,9	0,049	0,961
	Männer (n=169)	19,9		
Multimedialität	Frauen (n=41)	10,3	2,627	0,011*
	Männer (n=169)	7,4		
Fehlerlosigkeit	Frauen (n=40)	18,2	2,167	0,035*
	Männer (n=165)	16,1		
Sprachstil	Frauen (n=41)	17,6	0,273	0,786
	Männer (n=166)	17,3		
Kontaktadresse	Frauen (n=27)	16,7	1,147	0,258
	Männer (n=145)	15,2		
Angaben über Autor	Frauen (n=25)	10,6	0,645	0,524
	Männer (n=139)	9,7		
Links	Frauen (n=40)	18,8	0,144	0,886
	Männer (n=166)	18,7		
Quellenangaben, -verlinkung	Frauen (n=38)	21,0	0,185	0,854
	Männer (n=157)	20,8		
Kommentarfunktion	Frauen (n=37)	16,9	0,201	0,841
	Männer (n=158)	16,7		
Trackback-Funktion	Frauen (n=25)	14,7	0,791	0,434
	Männer (n=132)	13,5		
Bewertungsmöglichkeit	Frauen (n=27)	3,3	-0,739	0,463
	Männer (n=122)	3,7		
Einfache Orientierung	Frauen (n=43)	20,3	1,369	0,176
	Männer (n=166)	19,1		
Zusätzliche Informationen	Frauen (n=41)	16,5	0,999	0,322
	Männer (n=164)	15,4		
Werbefreiheit	Frauen (n=33)	15,0	2,414	0,019*
	Männer (n=148)	11,8		
Archiv und Suchfunktion	Frauen (n=34)	19,4	-0,033	0,974
	Männer (n=140)	19,4		
<b>Gesamt</b>	Frauen (n=13)	15,5	0,001	0,999
	Männer (n=75)	15,5		

T-Test bei unabhängigen Stichproben , \*p<0,05, Mittelwerte

**Tabelle 26A: Qualitätsurteile in Abhängigkeit des Alters der Befragten**

	unter 20 (n=13)	20 bis 29 Jahre (n=106)	30 bis 39 Jahre (n=67)	40 bis 49 Jahre (n=27)	mind. 50 Jahre (n=9)	Signifikanz z
Aktualisierung	17,2 <sup>a</sup>	20,4 <sup>b</sup>	21,0 <sup>b</sup>	22,3 <sup>b</sup>	21,7 <sup>b</sup>	0,029*
Layout	16,2 <sup>a</sup>	20,1 <sup>b</sup>	20,2 <sup>b</sup>	20,0 <sup>b</sup>	20,2 <sup>b</sup>	0,092**
Multimedialität	8,8	8,7	6,5	7,6	10,0	0,086
Fehlerlosigkeit	14,2	16,6	16,5	17,1	16,3	0,591
Sprachstil	14,2 <sup>a</sup>	17,6 <sup>b</sup>	17,0 <sup>a,b</sup>	17,9 <sup>b</sup>	19,3 <sup>b</sup>	0,096
Kontaktadresse	9,7 <sup>a</sup>	15,4 <sup>b</sup>	15,8 <sup>b</sup>	16,0 <sup>b</sup>	17,0 <sup>b</sup>	0,223
Angaben über Autor	8,2	9,5	9,8	11,7	8,2	0,548
Links	17,3	18,4	19,1	20,3	16,3	0,328
Quellenangaben	16,0	21,0	21,5	21,0	20,0	0,033*
Kommentarfunktion	14,3 <sup>a</sup>	16,5 <sup>a,b</sup>	16,5 <sup>a,b</sup>	19,2 <sup>b</sup>	16,4 <sup>a,b</sup>	0,295
Trackback-Funktion	9,8	14,1	13,7	15,4	10,1	0,251
Bewertungsmöglichkeit	5,6	3,6	3,4	3,5	4,1	0,541
Einfache Orientierung	15,7 <sup>a</sup>	19,8 <sup>b</sup>	19,3 <sup>b</sup>	19,0 <sup>b</sup>	20,0 <sup>b</sup>	0,104
Zusätzliche Informationen	15,1	15,3	15,8	16,1	17,4	0,841
Werbefreiheit	8,2 <sup>a</sup>	12,3 <sup>a,b</sup>	12,1 <sup>a,b</sup>	13,4 <sup>a,b</sup>	17,0 <sup>b</sup>	0,169
Archiv und Suchfunktion	15,8	19,7	20,1	18,8	18,8	0,339
<b>Gesamt</b>	10,6 <sup>a</sup>	16,1 <sup>b</sup>	15,3 <sup>b</sup>	16,2 <sup>b</sup>	16,1 <sup>b</sup>	0,002**

Einfaktorielle ANOVA, \*\*p<0,01, \*p<0,05, Duncan`s-Multiple-Range-Test

**Tabelle 27A: Qualitätsurteile in Abhängigkeit der Erfahrung mit Weblogs**

	Seit mehr als einem Jahr (n=165)	Seit mehr als einem halben Jahr (n=29)	Seit weniger als einem halben Jahr (n=15)	Signifikanz
Aktualisierung	21,0	21,0	22,3	0,432
Layout	20,2	19,0	19,7	0,354
Multimedialität	7,7	8,9	7,6	0,394
Fehlerlosigkeit	16,8	15,1	17,5	0,090
Sprachstil	17,4	17,4	17,0	0,915
Kontaktadresse	15,9	14,5	14,3	0,482
Angaben über Autor	10,0	9,5	8,7	0,690
Links	19,0	17,7	18,9	0,404
Quellenangaben	21,4	20,0	19,3	0,113
Kommentarfunktion	17,1	16,0	16,3	0,602
Trackback-Funktion	13,5	13,9	14,7	0,863
Bewertungsmöglichkeit	3,6	3,6	4,4	0,696
Einfache Orientierung	19,3	19,3	19,1	0,972
Zusätzliche Informationen	15,6	16,4	14,2	0,362
Werbefreiheit	12,4	12,4	12,5	0,999
Archiv und Suchfunktion	19,2	19,3	21,1	0,486
<b>Gesamt</b>	15,7	15,1	15,5	0,825

Einfaktorielle ANOVA, Duncan`s-Multiple-Range-Test

**Tabelle 28A: Qualitätsurteile in Abhängigkeit der Weblognutzung**

	Wenignutzer (n=45)	Normalnutzer (n=59)	Vielnutzer (n=68)	Fanatischer Nutzer (n=49)	Signifikanz
Aktualisierung	21,1	21,5	21,3	21,0	0,944
Layout	20,3	20,2	19,5	20,0	0,806
Multimedialität	7,8 <sup>a</sup>	7,5 <sup>a</sup>	7,0 <sup>a</sup>	10,1 <sup>b</sup>	0,029*
Fehlerlosigkeit	15,4	17,0	16,7	16,7	0,456
Sprachstil	15,5 <sup>a</sup>	18,3 <sup>b</sup>	17,0 <sup>a,b</sup>	18,5 <sup>b</sup>	0,008**
Kontaktadresse	15,4	15,6	15,1	16,0	0,938
Angaben über Autor	8,5	9,8	9,7	11,2	0,370
Links	18,0	19,0	19,1	18,7	0,812
Quellenangaben	20,4	21,0	21,2	20,9	0,906
Kommentarfunktion	15,1 <sup>a</sup>	15,1 <sup>a</sup>	18,2 <sup>b</sup>	18,0 <sup>b</sup>	0,018*
Trackback-Funktion	12,9	11,5	15,0	15,2	0,057*
Bewertungsmöglichkeit	5,3 <sup>b</sup>	3,7 <sup>a,b</sup>	3,6 <sup>a,b</sup>	2,9 <sup>a</sup>	0,089
Einfache Orientierung	19,1	19,7	18,8	20,1	0,467
Zusätzliche Informationen	14,7	15,9	16,0	15,9	0,730
Werbefreiheit	12,8	11,7	11,9	13,9	0,453
Archiv und Suchfunktion	19,4	19,8	18,9	20,2	0,723
<b>Gesamt</b>	13,5 <sup>a</sup>	15,8 <sup>b</sup>	15,7 <sup>b</sup>	16,4 <sup>b</sup>	0,028*

Einfaktorielle ANOVA, \*\*p<0,01, \*p<0,05, Duncan's-Multiple-Range-Test

**Tabelle 29A: Ausgewählte Qualitätsurteile nach Blogger oder Nicht-Blogger**

		Mittelwert	T-Wert	Signifikanz
Multimedialität	Blogger (n=144)	8,5	2,0	0,046*
	Nicht-Blogger (n=65)	6,8		
<b>Gesamt</b>	Blogger (n=148)	15,6	0,5	0,640
	Nicht-Blogger (n=67)	15,3		

T-Test bei unabhängigen Stichproben, \*p<0,05

**Tabelle 30A: Kompetenzbewertungen und soziodemografische Variablen (1. Stufe):**

	Weblogs	Signifikanz
<b>korrigiertes R<sup>2</sup></b>	0,02	0,09 <sup>+</sup>
Geschlecht	-0,04	0,50
Alter	-0,02	0,72
Schulabschluss	0,15	0,03*
Erfahrung mit Weblogs	0,17	0,01*
Weblognutzung	0,05	0,60
Internetnutzung	-0,04	0,68

Regression, Durbin-Watson=1,80, Beta-Werte, \*p<0,05, <sup>+</sup>p<0,1

**Tabelle 31: Kompetenzbewertungen und Qualitätserwartungen (2.Stufe)**

	Weblogs	Signifikanz
<b>korrigiertes R<sup>2</sup></b>	0,037	0,099
Erfahrung	0,154	0,027*
Schulabschluss	0,173	0,015*
Layout	-0,010	0,901
Multimedialität	0,086	0,267
Fehlerlosigkeit	0,015	0,858
Sprachstil	-0,010	0,906
Angabe einer Kontaktadresse	-0,031	0,702
Weitere Angaben über den Autor	-0,137	0,086 <sup>+</sup>
Links	-0,128	0,100 <sup>+</sup>
Quellenangaben, -verlinkung	0,106	0,198
Kommentarfunktion	-0,023	0,771
Trackback-Funktion	-0,008	0,927
Bewertungsmöglichkeit	-0,087	0,242
einfache Orientierung	-0,048	0,568
Zusätzliche Informationen	-0,044	0,559
Werbefreiheit	-0,003	0,972
Archiv und Suchfunktion	0,113	0,146

Regression, Durbin-Watson=1,810, Beta-Werte, \*p<0,05, <sup>+</sup>p<0,1

**Tabelle 32: Kompetenzbewertungen und Qualitätswahrnehmungen (3.Stufe)**

	Weblogs	Signifikanz
<b>korrigiertes R<sup>2</sup></b>	0,252	0,000**
Erfahrung	0,181	0,004**
Schulabschluss	0,192	0,002**
Erwartung: Angaben über Autor	-0,078	0,220
Erwartung: Links	-0,070	0,268
Aktualität	-0,053	0,456
Layout	-0,097	0,234
Multimedialität	0,006	0,920
Fehlerlosigkeit	0,001	0,992
Sprachstil	-0,377	0,000**
Angabe einer Kontaktadresse	-0,014	0,844
Weitere Angaben über den Autor	0,088	0,211
Links	0,059	0,468
Quellenangaben, -verlinkung	0,100	0,233
Kommentarfunktion	0,151	0,036*
Trackback-Funktion	0,049	0,478
Bewertungsmöglichkeit	-0,039	0,525
einfache Orientierung	-0,063	0,438
Zusätzliche Informationen	-0,134	0,058 <sup>+</sup>
Werbefreiheit	0,017	0,796
Archiv und Suchfunktion	0,082	0,241

Regression, Durbin-Watson=1,90, Beta-Werte, \*\*p<0,01, \*p<0,05, <sup>+</sup>p<0,1

**Tabelle 33A: Kompetenzbewertungen und Qualitätsurteile (4.Stufe)**

	<b>Weblogs</b>	<b>Signifikanz</b>
<b>korrigiertes R<sup>2</sup></b>	0,261	0,000**
Erfahrung	0,165	0,008**
Schulabschluss	0,188	0,003**
Erwartung: Angaben über Autor	-0,090	0,308
Erwartung: Links	-0,103	0,384
Wahrnehmung: Sprachstil	-0,367	0,000**
Wahrnehmung: Kommentarfunktion	0,261	0,003**
Wahrnehmung: Zusätzliche Informationen	-0,145	0,058 <sup>+</sup>
Aktualität	-0,044	0,512
Layout	-0,064	0,406
Multimedialität	0,036	0,569
Fehlerlosigkeit	-0,001	0,986
Sprachstil	-0,001	0,994
Angabe einer Kontaktadresse	-0,063	0,383
Weitere Angaben über den Autor	0,050	0,566
Links	0,040	0,749
Quellenangaben, -verlinkung	0,108	0,143
Kommentarfunktion	-0,101	0,257
Trackback-Funktion	0,027	0,691
Bewertungsmöglichkeit	-0,101	0,096 <sup>+</sup>
einfache Orientierung	-0,075	0,345
Zusätzliche Informationen	-0,033	0,707
Werbefreiheit	0,051	0,434
Archiv und Suchfunktion	0,159	0,025*

Regression, Durbin-Watson=1,91, Beta-Werte, \*\*p<0,01, \*p<0,05, +p<0,1