
Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	1
1.1	Relevanz der Arbeit und Forschungsdesiderate	1
1.2	Ziel und Aufbau der Arbeit	5
2	Das Konzept der Meinungsführerschaft	9
2.1	Ursprung und Herkunft: Der Two-Step-Flow	9
2.2	Status Quo und Herausforderungen	12
2.3	Typen von Meinungsführer*innen	14
2.3.1	Meinungsführer*innen nach Merton	14
2.3.2	Meinungsführer*innen nach Aufermann	16
2.3.3	Meinungsführer*innen nach Katz	20
2.3.4	Weitere Meinungsführer-Typologisierungen	23
2.3.5	Zusammenfassung	25
2.4	Digitale Meinungsführer*innen	25
2.4.1	Die Übertragbarkeit des Konzepts ins Social Web: Aktueller Forschungsstand	26
2.4.2	Zentrale Merkmale von digitalen Meinungsführer*innen	33
2.4.3	Auseinandersetzung mit digitalen Meinungsführer*innen	43
2.4.4	Zusammenfassung	46

3	Wunschidentifikation und parasoziale Phänomene als kommunikatorbezogene Wirkprozesse	47
3.1	Wunschidentifikation: Definition und aktueller Forschungsstand	47
3.2	Parasoziale Phänomene: Definitionen und aktueller Forschungsstand	50
3.3	Prädiktoren von parasozialen Phänomenen und Wunschidentifikation	57
3.4	Wirkung von parasozialen Phänomenen und Wunschidentifikation auf die Verarbeitung von digitalen Umweltbotschaften	62
3.4.1	Persuasion und Verarbeitungstiefe	63
3.4.2	Die persönliche Relevanz und die psychologische Distanz als Intermediäre	69
3.5	Zusammenfassung	73
4	Erkenntnisinteresse und Studienaufbau	75
5	Studie 1	81
5.1	Forschungslücken und Hypothesen	81
5.2	Methode	93
5.2.1	Design und Stimulusmaterial	93
5.2.2	Durchführung und Fragebogenaufbau	96
5.2.3	Stichprobe	97
5.2.4	Operationalisierung	98
5.3	Ergebnisse	101
5.4	Diskussion	109
5.4.1	Diskussion der Ergebnisse	110
5.4.2	Limitationen	114
5.4.3	Wissenschaftlicher Ausblick	117
6	Studie 2	119
6.1	Studie 2a	120
6.1.1	Methode	120
6.1.1.1	Design und Stimulusmaterial	120
6.1.1.2	Durchführung und Fragebogenaufbau	122
6.1.1.3	Stichprobe	122
6.1.1.4	Operationalisierung	123
6.1.2	Ergebnisse	126
6.1.3	Diskussion	132

6.2	Studie 2b	135
6.2.1	Methode	135
6.2.1.1	Design und Stimulusmaterial	135
6.2.1.2	Durchführung und Fragebogenaufbau	136
6.2.1.3	Stichprobe	136
6.2.1.4	Operationalisierung	137
6.2.2	Ergebnisse	140
6.2.3	Diskussion	146
6.3	Studie 2c	149
6.3.1	Methode	149
6.3.1.1	Design und Stimulusmaterial	149
6.3.1.2	Durchführung und Fragebogenaufbau	150
6.3.1.3	Stichprobe	150
6.3.1.4	Operationalisierung	151
6.3.2	Ergebnisse	154
6.3.3	Diskussion	160
6.4	Zusammenfassende Diskussion	162
6.4.1	Diskussion der Ergebnisse	162
6.4.2	Limitationen	166
6.4.3	Wissenschaftlicher Ausblick	168
7	Studie 3	169
7.1	Forschungslücken und Hypothesen	170
7.2	Methode	175
7.2.1	Durchführung und Fragebogenaufbau	176
7.2.2	Stichprobe	176
7.2.3	Operationalisierung	177
7.3	Ergebnisse	179
7.4	Diskussion	184
7.4.1	Diskussion der Ergebnisse	184
7.4.2	Limitationen	188
7.4.3	Wissenschaftlicher Ausblick	189
8	Schlussbetrachtung	191
8.1	Zusammenfassung und Diskussion der zentralen Ergebnisse	191
8.2	Limitationen	205
8.2.1	Meinungsführerverständnis	205
8.2.2	Generalisierbarkeit der Erkenntnisse	206

8.2.3	Übergreifende Kritik hinsichtlich der methodischen Vorgehensweise	209
8.3	Wissenschaftlicher Ausblick	211
8.4	Implikationen und Fazit	215
8.4.1	Implikationen für die Wissenschaft	216
8.4.2	Implikationen für die Praxis	217
8.4.3	Fazit	219
	Literaturverzeichnis	221