

---

# Inhaltsverzeichnis

<b>1 Einleitung .....</b>	<b>1</b>
1.1 Relevanz der Arbeit und Forschungsdesiderate .....	1
1.2 Ziel und Aufbau der Arbeit .....	5
<b>2 Das Konzept der Meinungsführerschaft .....</b>	<b>9</b>
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

<b>3 Wunschidentifikation und parasoziale Phänomene als kommunikatorbezogene Wirkprozesse .....</b>	<b>47</b>
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
<b>4 Erkenntnisinteresse und Studienaufbau .....</b>	<b>75</b>
<b>5 Studie 1 .....</b>	<b>81</b>
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
<b>6 Studie 2 .....</b>	<b>119</b>
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
<b>7 Studie 3 .....</b>	<b>169</b>
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
<b>8 Schlussbetrachtung .....</b>	<b>191</b>
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
<b>Literaturverzeichnis .....</b>	<b>221</b>