



**LEHRVERANSTALTUNG SOMMERSEMESTER 2021  
BACHELOR KOMMUNIKATIONS- UND MEDIENWISSENSCHAFT  
2. FACHSEMESTER**

**06-005-1134 Qualitative und quantitative Forschungsmethoden der KMW  
S Quantitative Datenerhebung**

**Von kochenden Frauen und Männern in Baumärkten –  
Befragungsstudie zu Geschlechterstereotypen und Sexismus in der Werbung**

Jens Hagelstein, M.A.

14-tägig, Mittwoch, 13:00 bis 17:00 Uhr, digital über Zoom  
Beginn: 14. April 2021

**Inhalt**

Das Projektseminar verschafft den Teilnehmer\*innen zunächst einen Überblick über den Ablauf einer quantitativen Befragungsstudie in der Kommunikations- und Medienwissenschaft. Die wesentlichen Teiletappen einer solchen Untersuchung – Konkretisierung der Fragestellung, Erstellung eines Fragebogens, Erschließung des Feldzugangs, Erhebung der Pretest-Daten, Validierung und Korrektur der Instrumente sowie Durchführung der Hauptuntersuchung – werden beispielhaft anhand von Forschungsprojekten am Lehrstuhl für Strategische Kommunikation illustriert.

Darauf aufbauend konzipieren die Teilnehmer\*innen in Kleingruppen eigene Befragungsstudien – von der Formulierung einer Forschungsfrage über die Konzeption des Fragebogens mit Pretest bis hin zur Datenerhebung und -auswertung.

Inhaltlich soll es dabei um Geschlechterstereotype und Sexismus in der Werbung gehen. Werbung, so der oft gehörte Vorwurf, konserviere veraltete Geschlechterstereotype und wirke der Emanzipation und Gleichstellung entgegen. Fallbeispiele wie die Sixt-Werbung *#frühlingsgefühle* und die True Fruits-Kampagne *#warmegedanken* beschäftigten nicht nur den Deutschen Werberat, sondern entfachten fach- und breitenöffentliche Debatten über Genderdiskriminierung und Sexismus in Werbeangeboten. Die im Projektseminar konzipierten Befragungsstudien sollen die Perspektive der Konsument\*innen adressieren und deren Meinungen und Einstellungen zu genderstereotyper und sexistischer Werbung erheben.

**Ablauf**

Die Veranstaltung findet 14-tägig mittwochs von 13:00 bis 17:00 Uhr zu folgenden Terminen online über Zoom statt: 14.04. / 28.04. / 12.05. / 26.05. / 09.06. / 23.06. / 07.07. / 21.07.

Die Login-Daten für den Zoom-Raum werden allen Veranstaltungsteilnehmer\*innen vor der ersten Sitzung per E-Mail an die studentische E-Mail-Adresse zugesandt.

Die Zugangsdaten zum seminarbegleitenden Moodle-Kurs werden in der ersten Sitzung bekanntgegeben. Dort wird u.a. die seminarbegleitende Grundlagenliteratur bereitgestellt.

10. Februar 2021

Universität Leipzig  
Institut für Kommunikations-  
und Medienwissenschaft  
Lehrstuhl für  
Strategische Kommunikation  
Nikolaistr. 27-29  
04109 Leipzig

**Telefon**  
+49 341 97-35751

**E-Mail**  
jens.hagelstein@uni-leipzig.de

**Web**  
www.communicationmanagement.de

**Postfach intern**  
165153

## **Seminar- und Prüfungsleistung**

Das Seminar umfasst 2 SWS. Darin inbegriffen sind (a) vorbereitende Textlektüre, (b) Präsenz in den Seminarsitzungen mit aktiver Mitarbeit an Übungen und Diskussionen sowie (c) eigenständige Arbeitsphasen bei der Datenerhebung und -auswertung.

Als Prüfungsleistung sind (1) eine schriftliche Kurzdokumentation der Operationalisierung mit Darstellung und Begründung des Erhebungsinstruments und der Stichprobenkonstruktion sowie (2) eine Dokumentation der erhobenen Daten (z.B. SPSS-Datensatz oder Excel-Tabelle) einzureichen.

Die schriftliche Kurzdokumentation soll bei einer Einzelleistung 4 Seiten Fließtext und bei einer Gruppenleistung 10 Seiten Fließtext umfassen (jeweils zzgl. Anhänge).

Die Abgabe der Prüfungsleistung erfolgt bis spätestens 20.08.2021 (Stand: 10. Februar 2021).

## **Kontakt**

Hinweise zur Sprechstunde und zu den Kontaktdaten von Jens Hagelstein sind unter [www.communicationmanagement.de](http://www.communicationmanagement.de) verfügbar.