Es existieren verschiedene Korrelationen zwischen den Variablen. So korreliert beispielsweise die Nutzung mit der Wahrnehmung (r = .412, p = <.001). Das bedeutet, dass je häufiger eine Person soziale Netzwerke nutzt, desto häufiger nimmt diese auch geschlechtsspezifische Werbebeiträge wahr.

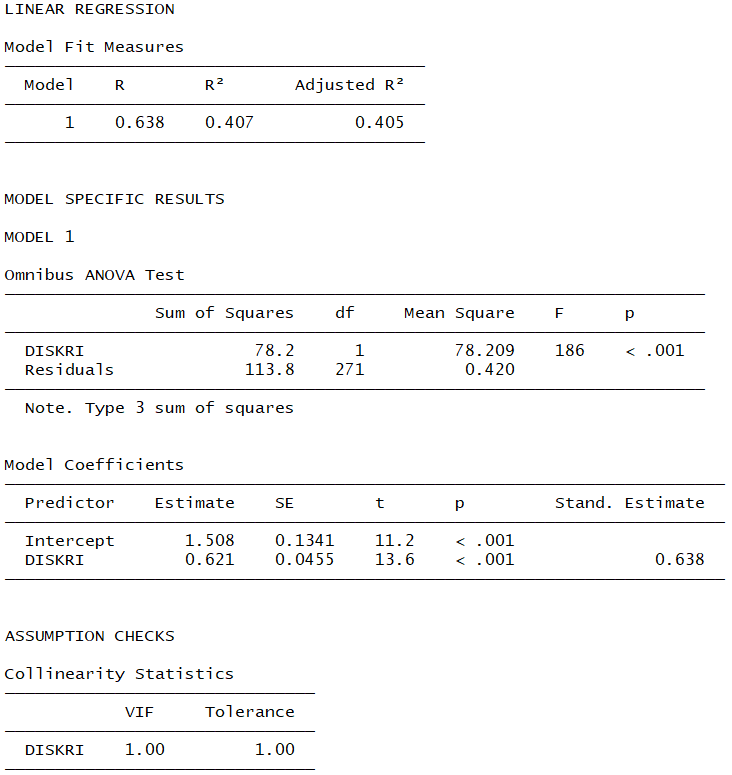
Tabelle 1: Korrelationstabelle der unabhängigen Variablen

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Variable | Nutzung | KUT | Wahrnehmung | Einordnung | Targeting | Genderbezug | Diskriminierungs-empfinden |
| Alter | -.56\*\*\* | -.155\*\* | -.403\*\*\* | -.1 | -.176\*\* | -.113 | -.026 |
| Nutzung | - | .069 | .412\*\*\* | .049 | .178\*\* | .195\*\*\* | -.101 |
| KUT |  | - | .016\*\* | -.044 | .15\* | .178\*\* | -.187\*\* |
| Wahrnehmung |  |  | - | .131\* | .218\*\*\* | .178\*\* | -.08 |
| Einordnung |  |  |  | - | -.273\*\*\* | -.189\*\* | .353\*\*\* |
| Targeting |  |  |  |  | - | .428\*\*\* | -.392\*\*\* |
| Genderbezug |  |  |  |  |  | - | -.573\*\*\* |

Der Wert bezeichnet die Pearson Moment Korrelation \* p<.05, \*\* p<.01, \*\*\* p<.001

Lineare Regression

Auswertung der lineare Regression für Genderbezug



Bericht:

Die lineare Regression zeigt, dass ein Modell mit einem Prädiktor ( F(1, 271)= 186, p= <.001, adj. R2= 0.405) signifikant wird. Das Modell klärt somit 40.5% mehr Varianz auf, als der Mittelwert alleine. Wie jemand geschlechtsspezifische Werbung beurteilt kann demnach mit folgender Formel beschrieben werden:

Genderbezug = 0.62Diskriminierungsempfinden + 1.51.