

Diese Meldung kann unter <http://www.presseportal.de/pm/52884/1489041/twitter-und-co-kein-ersatz-fuer-klassische-medien-den-medien-des-web-2-0-fehlt-es-an> abgerufen werden.

Faktenkontor

Twitter und Co. kein Ersatz für klassische Medien
Den Medien des Web 2.0 fehlt es an Glaubwürdigkeit

07.10.2009 - 11:00 Uhr, Faktenkontor

Hamburg (ots) - Die klassischen Medien behaupten sich: Nur jeder elfte Bundesbürger nutzt neue Medien wie Twitter und Blogs, um sich zu informieren. Die Mehrheit bringt ihr Wissen jedoch mithilfe von Fernsehnachrichten (80 Prozent), Internetsnachrichten (70 Prozent) und Tageszeitungen (64 Prozent) auf den neuesten Stand. Das ergab eine repräsentative Umfrage der Kommunikationsagentur Faktenkontor, die gemeinsam mit dem Marktforscher Toluna unter 1.000 Bundesbürgern ausgeführt wurde.

Auch beim Thema Glaubwürdigkeit ergibt sich eine klare Verteilung zugunsten der klassischen Medien. Nahezu die Hälfte der Befragten vertraut bei den Fernsehnachrichten auf die Richtigkeit der Aussagen. Den Tageszeitungen bescheinigt rund jeder Vierte Glaubwürdigkeit, bei den Internetsnachrichten ist es jeder Neunte. Mit insgesamt lediglich 1,3 Prozent liegen Twitter und Blogs weit hinten, können sich aber dennoch vor den Boulevardzeitungen platzieren, deren Nachrichten nur 0,25 Prozent der Bundesbürger für wahrheitsgetreu halten.

Den Boulevard-Zeitungen trauen 60 Prozent der Befragten sogar zu, dass sie absichtlich Unwahrheiten verbreiten, um zum Beispiel eine besonders aufsehenerregende Nachricht zu haben. Auf den Rängen zwei und drei folgen Twitter und Blogs mit jeweils rund 33 Prozent. Bei den Tageszeitungen sowie den Fernseh- und Internetsnachrichten hält dieses nicht einmal jeder Zehnte für möglich.

Die neuen Medien sind laut Umfrage somit noch keine Konkurrenz für Fernsehnachrichten, Internetsnachrichten und Tageszeitungen. Twitter und Blogs gelten als wenig glaubwürdig und werden von den Bundesbürgern kaum genutzt, um sich über aktuelle Geschehnisse zu informieren.

Die vorliegenden Studienergebnisse basieren auf einer online-repräsentativen Panelstudie von Toluna QuickSurveys im Auftrag der Kommunikationsagentur Faktenkontor. Im Oktober 2009 wurden dafür 1.000 Bundesbürger befragt. Weitere Informationen unter www.toluna.com/quicksurveys.

Grafik: Mediennutzung zur Information über aktuelle Nachrichten

Twitter: 3 Prozent
Blogs: 6 Prozent
Tageszeitungen: 64 Prozent
Internetsnachrichten: 70 Prozent
Fernsehnachrichten: 80 Prozent

Bildunterschrift: Die Fernsehnachrichten werden am meisten genutzt.

N = 1.000 © Toluna/Faktenkontor 2009

Das Faktenkontor (www.faktenkontor.de) ist eine Beratungsgesellschaft für Unternehmens- und Vertriebskommunikation. Das Team übernimmt die gesamte Leistungspalette klassischer Pressearbeit, mit dem Ziel, die Kompetenz seiner Kunden in den Medien herauszustellen.

Faktenkontor
Jörg Forthmann
Tel.: +49 (0)40 22703-7787
E-Mail: joerg.forthmann@faktenkontor.de

Faktenkontor GmbH
Geschäftsführung: Jörg Forthmann, Roland Heintze

Gesellschaftssitz: Hamburg - HR B 85499 Amtsgericht Hamburg

@@infblk@@

Originaltext:

Faktenkontor

Pressemappe:

<http://www.presseportal.de/pm/52884/faktenkontor>

Pressemappe als RSS:

http://presseportal.de/rss/pm_52884.rss2