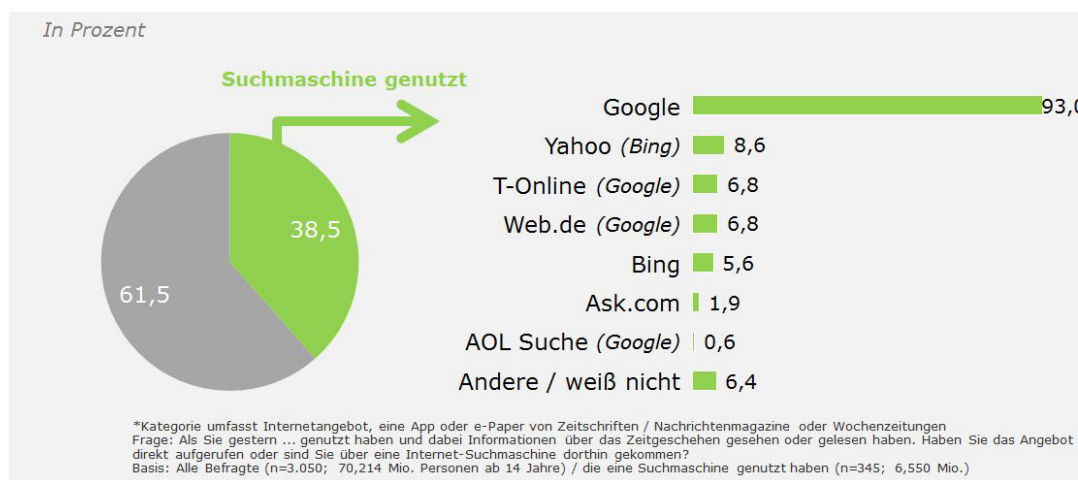


Junge Internetnutzer informieren sich über das aktuelle Zeitgeschehen primär über Facebook

Ergebnisse der Studie „Relevanz der Medien für die Meinungsbildung“ im Auftrag der BLM

Wenn sich junge Leute in Deutschland im Internet über das aktuelle Zeitgeschehen in Politik, Wirtschaft und Kultur informieren, ist Facebook für sie die wichtigste Informationsquelle. Generationsübergreifend nutzen fast 40 Prozent bei der Informationssuche im Internet zunächst eine Suchmaschine. Dabei dominiert Google mit über 90 Prozent der Nutzung. Dies sind zentrale Ergebnisse der Studie „Relevanz der Medien für die Meinungsbildung“, die TNS Infratest im Frühjahr 2013 im Auftrag der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM) nach 2009 und 2011 zum dritten Mal durchgeführt hat. Die repräsentative Studie bei der mehr als 3.000 Personen befragt wurden, ist gleichzeitig die Grundlage für den MedienVielfaltsMonitor der BLM, der aufzeigt, welchen Einfluss Medienunternehmen auf die Meinungsbildung in Deutschland haben (vgl. BLM- Pressemitteilung 51/2013 vom 29.08.2013).

Informierende Mediennutzung im Internet

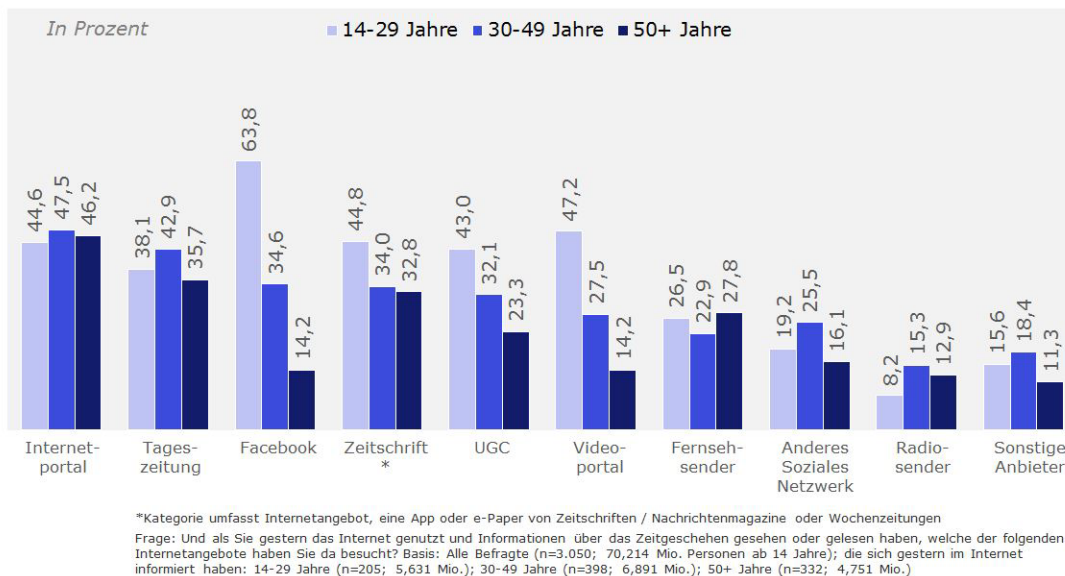


© BLM 2013 TNS Infratest-Studie „Relevanz der Medien für die Meinungsbildung“

Mobiles Internet gewinnt für Informationsnutzung an Bedeutung

Hinsichtlich der Nutzung des Internets als Informationsmedium kommt die Studie zu folgenden Ergebnissen: Über 40 Prozent derjenigen, die sich im Internet informieren, nutzen dabei mittlerweile ein mobiles Gerät, d.h. ein Smartphone oder ein Tablet. Informationen werden dabei vor allem auf Internetportalen, den Internetangeboten von Tageszeitungen und Zeitschriften und auf Facebook gesucht. Bei den 14- bis 29-Jährigen dominiert bei der Informationssuche im Internet eindeutig Facebook. Mit knapp 64 Prozent liegt das soziale Netzwerk vor allen anderen Recherche-Quellen wie Video-Portalen (47 Prozent) und Online-Portalen von Zeitschriften (45 Prozent). Die Seiten von Suchmaschinen sind für fast 40 Prozent der Nutzer der Einstieg für eine Informationssuche im Internet. Dabei liegt Google mit 93 Prozent der Nutzung deutlich vor den Konkurrenten. Deutlich zugenommen hat seit 2009 der Anteil der über 50-Jährigen, die bei der Informationssuche das Internet nutzen. Während 2009 lediglich 16 % in dieser Altersgruppe das Internet zur Informations- und Meinungsbildung genutzt haben, waren es 2011 bereits 24 %, 2013 sind es 27 %.

Nutzung informierender Internetangebote nach Alter



© BLM 2013 TNS Infratest-Studie „Relevanz der Medien für die Meinungsbildung“

Informierende Mediennutzung: Noch liegt das Fernsehen in allen Alters- und Bildungsgruppen vorn

Nach den Ergebnissen der aktuellen BLM-Studie nutzen täglich knapp 60 Prozent der über 14-Jährigen in Deutschland das Fernsehen, um sich „über das Zeitgeschehen in Politik, Wirtschaft und Kultur in Deutschland und in aller Welt“ zu informieren. Damit liegt das Fernsehen deutlich vor dem Hörfunk (49,9 %), der Tageszeitung (36,6 %), dem Internet (24,7 %) und den Zeitschriften (8,4 %). Allerdings sind über alle drei Messungen zwischen 2009 und 2013 hinweg die Werte für Fernsehen und Tageszeitung rückläufig, Internet und auch Radio legen dagegen zu, der Zeitschriften-Wert bleibt stabil.

Das Fernsehen bleibt auch in den unterschiedlichen Altersgruppen 14 bis 29, 30 bis 49 und über 50 und den unterschiedlichen Bildungsgruppen das wichtigste Informationsmedium. Bei den 14- bis 29-Jährigen und bei den 30- bis 49-Jährigen liegt das Internet allerdings deutlich vor der Tageszeitung.

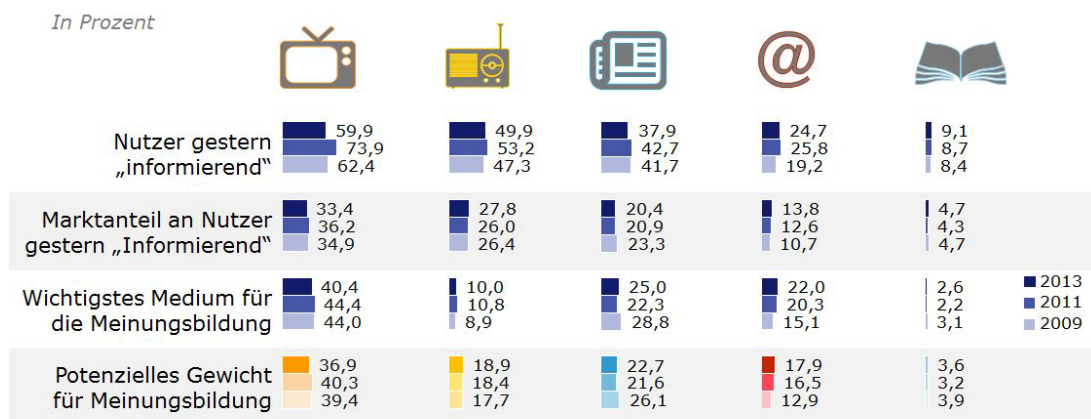
Internet ist das wichtigste Medium zur Informations- und Meinungsbildung bei den 14- bis 29-Jährigen

Für noch 40 Prozent der Bevölkerung ab 14 Jahren ist das Fernsehen nicht nur das bevorzugt genutzte, sondern auch das wichtigste Informationsmedium. Damit liegt das Fernsehen in dieser Kategorie vor allen anderen Mediengattungen, hat aber gegenüber 2011 vier Prozentpunkte verloren. Mit deutlichem Abstand folgen Tageszeitung (25 %) und Internet (22 %). Beide Medien konnten damit im Vergleich zu 2011 leicht zulegen (+3 bzw. +2 Prozentpunkte). Den Hörfunk nennen knapp zehn Prozent als wichtigstes Informationsmedium, die Zeitschriften 2,6 Prozent.

Bei den 14- bis 29-jährigen ist dagegen das Internet mit 49 Prozentpunkten die wichtigste Informationsquelle, gefolgt vom Fernsehen mit 26 Prozent und der Tageszeitung mit 13,6 Prozent. Das Fernsehen ist nach wie vor das wichtigste Informationsmedium bei den 30- bis 49-Jährigen (36,6 %) und den über 50-Jährigen (48,3 %).

Das Meinungsbildungsgewicht der unterschiedlichen Mediengattungen ergibt sich aus einer Verknüpfung der Ergebnisse zur informierenden Mediennutzung einerseits und der Wichtigkeit der Mediengattungen für die persönliche Informationssuche andererseits.

Bedeutung und Gewicht der Medien – 2009 bis 2013



© BLM 2013 TNS Infratest-Studie „Relevanz der Medien für die Meinungsbildung“

[Download der Studie](#)
[MedienVielfaltsMonitor](#)

Diese Informationen finden Sie auch im Internet unter: www.blm.de

>> Kontakt: Dr. Wolfgang Flieger, Tel. (089) 63808-313, wolfgang.flieger@blm.de