



Relevanz der Medien für die Meinungsbildung

Empirische Grundlagen zur Ermittlung der Wertigkeit der
Mediengattungen bei der Meinungsbildung

15. Juli 2011 / Dr. Oliver Ecke, TNS Infratest MediaResearch

Inhalt

- Studiensteckbrief
- Mediennutzung allgemein / Informierende Mediennutzung
- Wichtigkeit der Medien als Informationsquelle
- Relevanz der Medien für die Meinungsbildung
- Zusammenfassung

Studiensteckbrief - Zielstellung

- Ausgangsfrage:
Wie in 2009 stand folgende Frage im Mittelpunkt: Wie relevant im Sinne möglicher Meinungsmacht sind die einzelnen Mediengattungen Fernsehen, Print, Hörfunk und Internet für die Bevölkerung?
- Ansatz:
Zur Ermittlung der Relevanz wurden die täglichen Reichweiten erhoben, die auf informative Zwecke entfallen, und zwar:
 - Der Anteil an der täglichen informativen Mediennutzung, der auf die einzelnen Mediengattungen entfällt.
 - Für die Medien Fernsehen, Hörfunk und Internet zusätzlich, welche Reichweiten dabei auf öffentlich-rechtliche bzw. private Anbieter entfallen.
- Ergebnis:
Ermittlung der individuellen Wichtigkeit der Mediengattungen als Informationsquelle zum Zeitgeschehen (Rangreihe) aktuell und im Vergleich zu 2009.

Studiensteckbrief - Methode

Telefonisch durchgeführte Umfrage; Bevölkerung 14+ in Deutschland

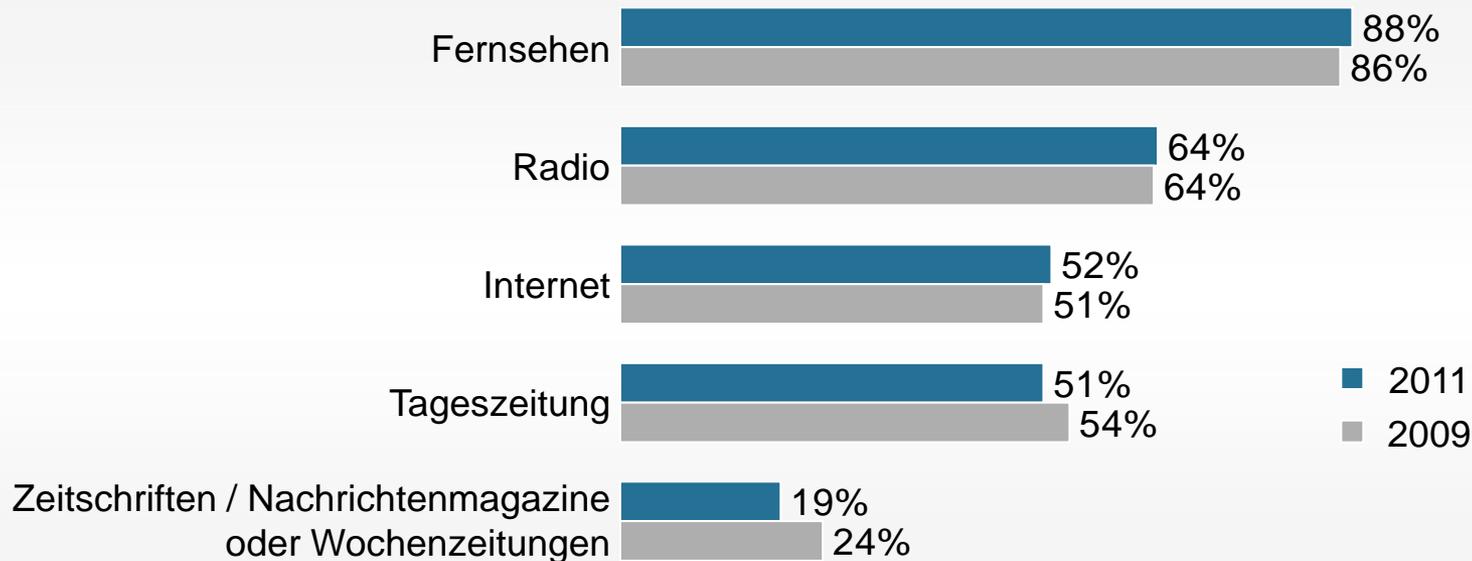
Auftraggeber:	Bayerische Landeszentrale für neue Medien, BLM, Bereich Medienwirtschaft
Grundgesamtheit / Zielpersonen:	Deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 14 Jahre (Deutsche HH plus HH mit EU-26 HV plus HH mit Non EU HV mit abgeschlossener Schulausbildung). Die Studie ist repräsentativ für 70,510 Millionen Personen ab 14 Jahre.
Befragungsmethode:	CATI (Computer Assisted Telephone Interviewing), Randomstichprobe auf Basis des ADM Telefonstichprobensystems. Die Studie wurde im Rahmen einer Mehrthemenbefragung durchgeführt.
Fallzahl:	3.076 Interviews mit Tagesgleichverteilung
Feldzeit:	07.03. – 28.03.2011
Gewichtung:	Die realisierte Stichprobe wurde per Gewichtung an die Strukturen der aktuellen ma Radio 2010/II angepasst.

Inhalt

- Studienziel
- Mediennutzung allgemein
- Informierende Mediennutzung
- Wichtigkeit der Medien als Informationsquelle
- Relevanz der Medien für die Meinungsbildung
- Zusammenfassung

Mediennutzung allgemein: Nutzung „gestern“ im Trend

Fernsehen, Radio und Internet 2011 auf gleichem bzw. leicht höherem Niveau, Print verliert etwas. Internet dadurch aktuell vor Print.



Frage: Haben Sie gestern zwischen 5 und 9 Uhr morgens / 9-13 Uhr etc. Tageszeitung gelesen / Zeitschriften/ Nachrichtenmagazine oder Wochenzeitungen gelesen / fern gesehen / Radio gehört / das Internet genutzt ?

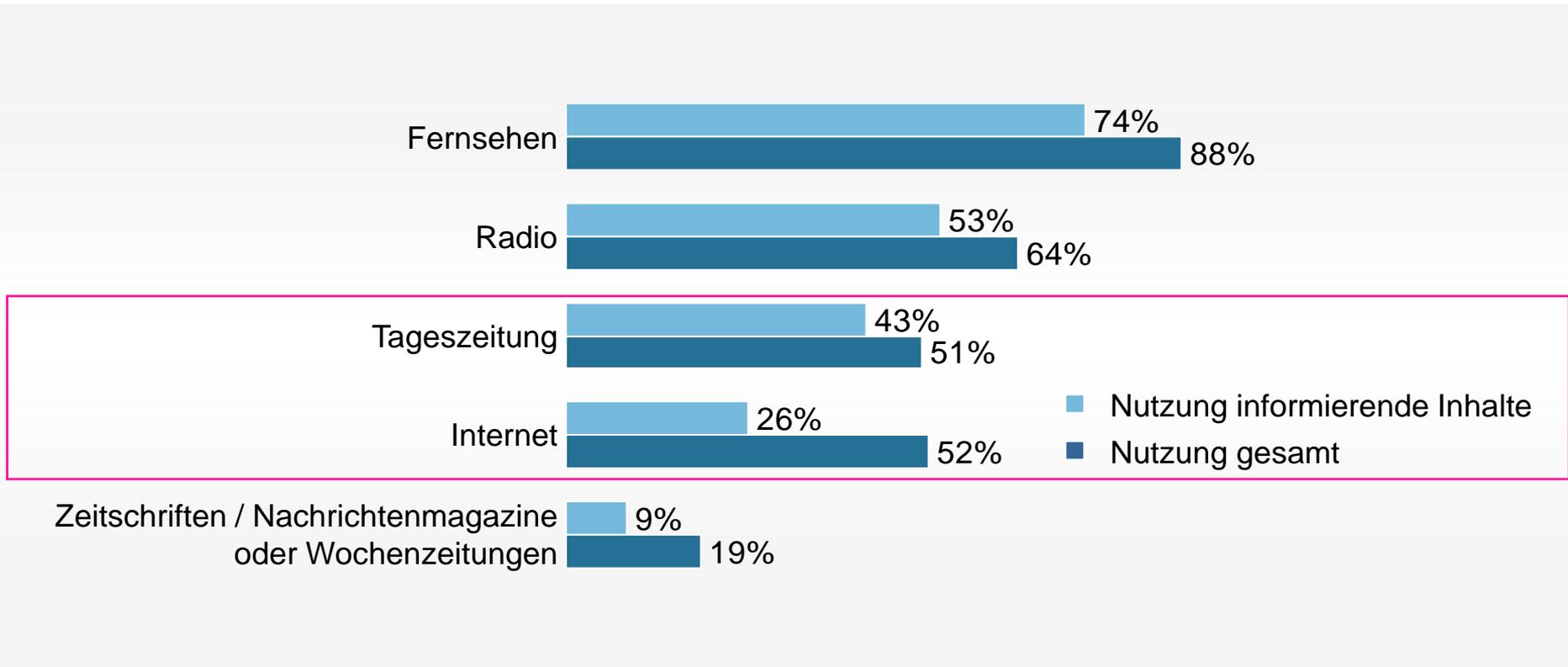
Basis: Alle Befragte (n=3.076; 70,10 Mio. Personen ab 14 Jahre); 2009: 2.000 Befragte

Inhalt

- Studiensteckbrief
- Mediennutzung allgemein
- Informierende Mediennutzung
- Wichtigkeit der Medien als Informationsquelle
- Relevanz der Medien für die Meinungsbildung
- Zusammenfassung

Mediennutzung gestern - gesamt vs. informierend

Bei Info-Nutzung: Fernsehen und Radio halten die Positionen;
Tageszeitung rückt wieder vor das Internet.

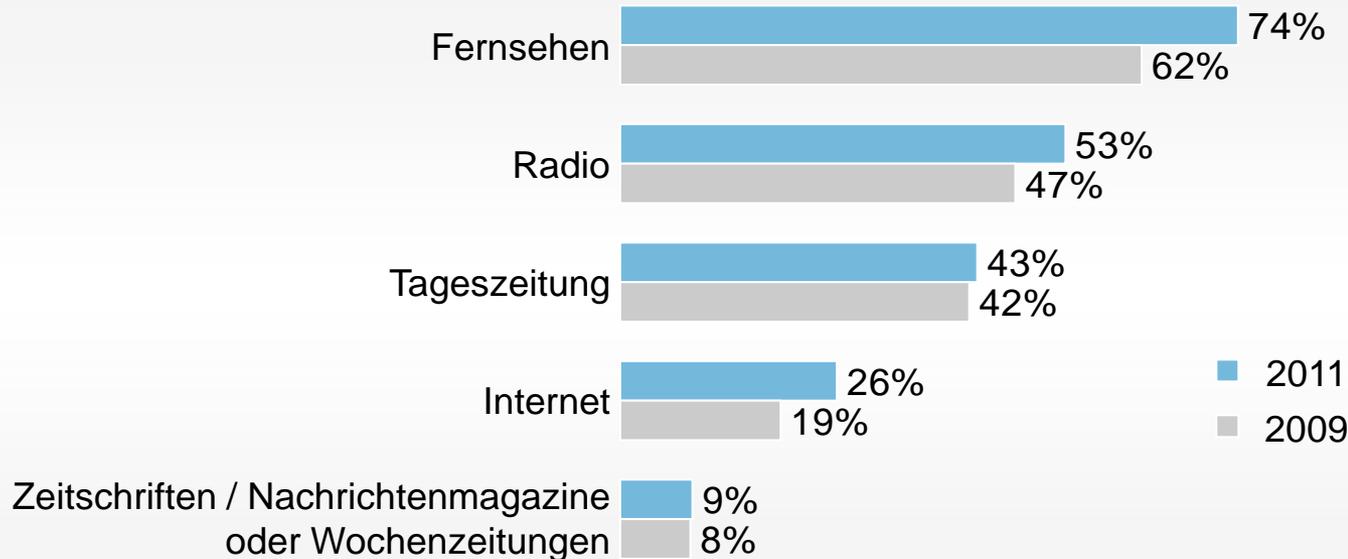


Starker Rückgang beim Internet, weil Email, e-Commerce, Online-Banking, Online-Telefonbuch u.ä. Nutzungen hier nicht relevant sind
Frage: Haben Sie gestern ... (und dabei Informationen über das Zeitgeschehen in Politik, Wirtschaft und Kultur aus Deutschland und aller Welt gelesen/gesehen/gehört)?

Basis: Alle Befragte (n=3.076; 70,10 Mio. Personen ab 14 Jahre)

Informierende Mediennutzung gestern im Trend

Aktuell höhere Info-Nutzung bei Fernsehen, Radio und besonders beim Internet. Tageszeitung und Zeitschriften stabil.

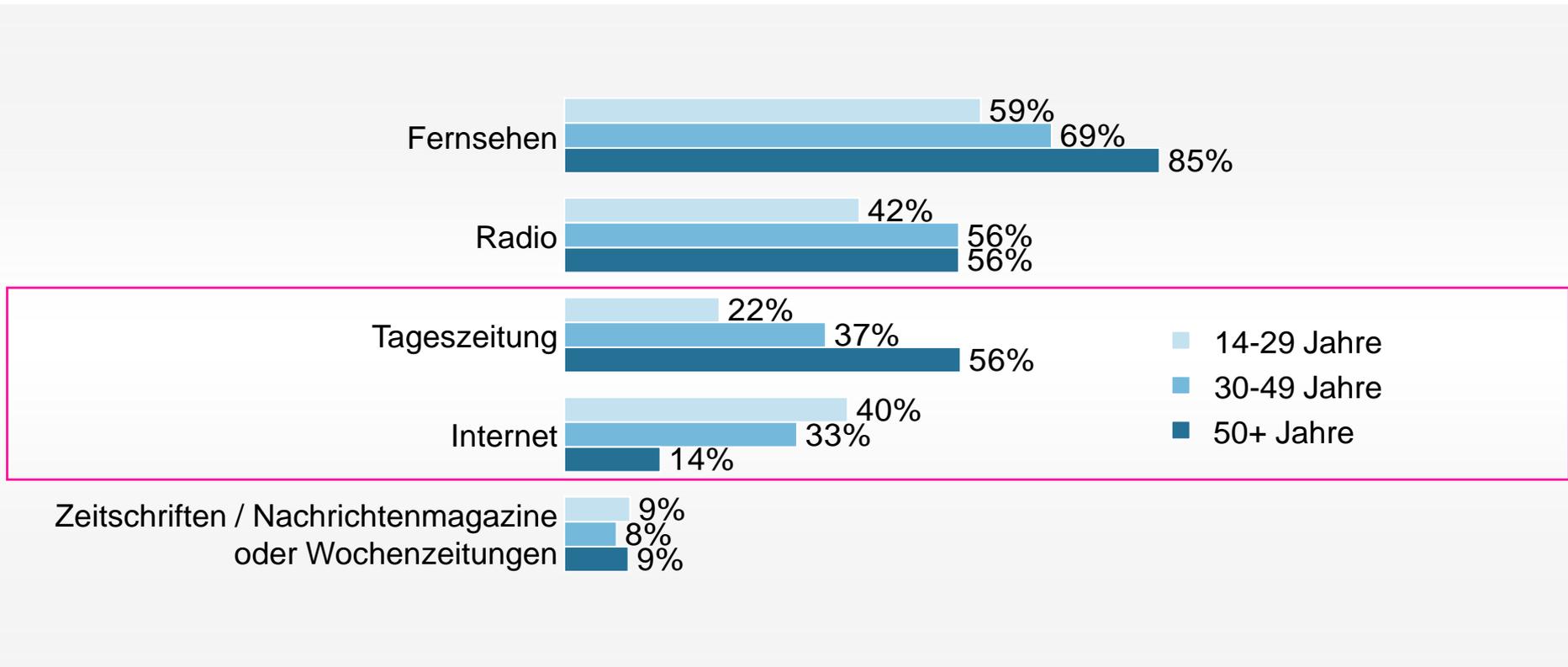


Frage: Haben Sie gestern ... (und dabei Informationen über das Zeitgeschehen in Politik, Wirtschaft und Kultur aus Deutschland und aller Welt gelesen/gesehen/gehört)?

Basis: Alle Befragte (n=3.076; 70,10 Mio. Personen ab 14 Jahre); 2009: 2.000 Befragte

Informierende Mediennutzung gestern - Alter

Fernsehen mit der höchsten Reichweite in allen Altersgruppen.
Auffälligste Unterschiede bei Tageszeitung und Internet.

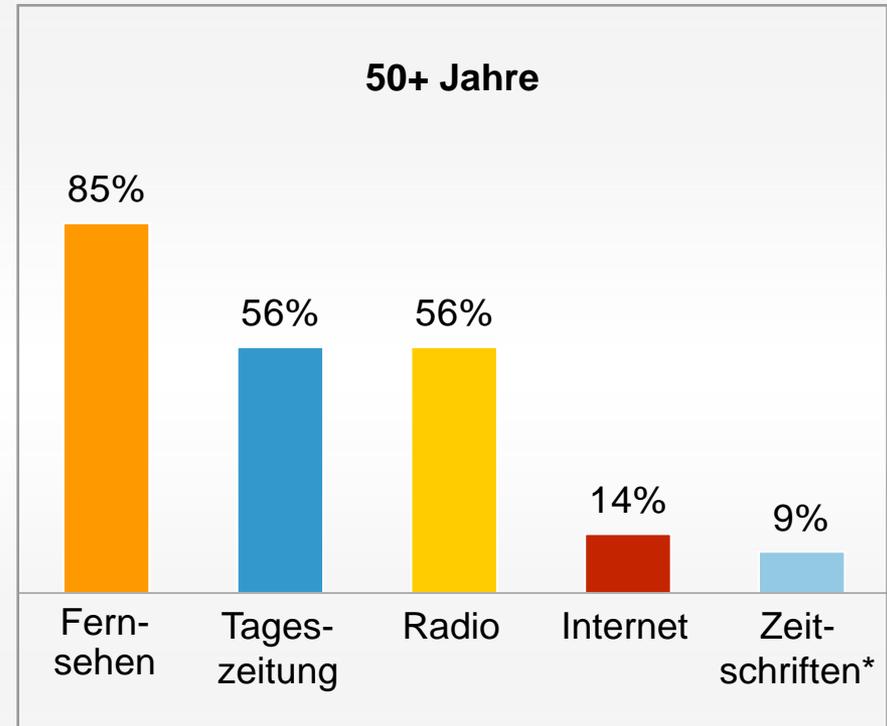
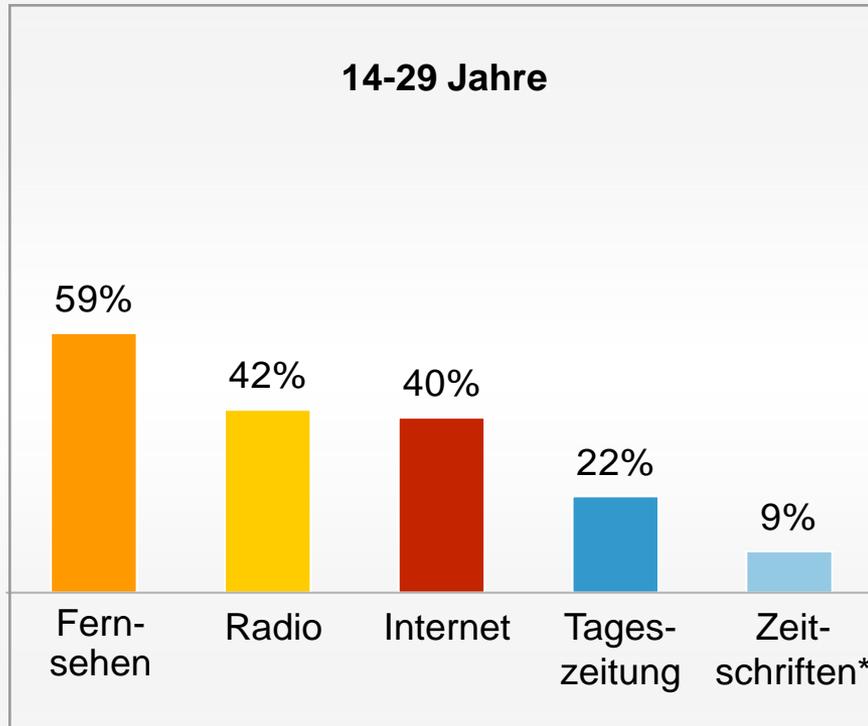


Frage: Haben Sie gestern ... (und dabei Informationen über das Zeitgeschehen in Politik, Wirtschaft und Kultur aus Deutschland und aller Welt gelesen/gesehen/gehört)?

Basis: Alle Befragte (n=3.076; 70,10 Mio. Personen ab 14 Jahre)

Informierende Mediennutzung gestern - Alter

Jung vs. alt: Deutliche Unterschiede in Bezug auf Niveau und Ranking.



*Kategorie umfasst Zeitschriften / Nachrichtenmagazine oder Wochenzeitungen

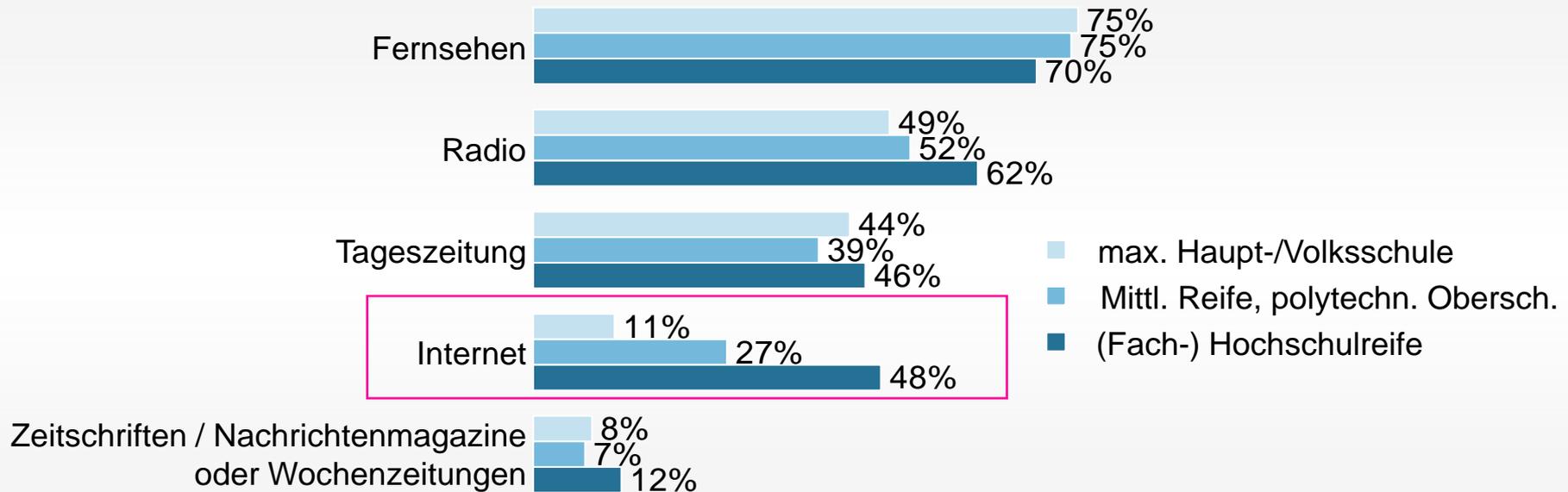
Frage: Haben Sie gestern ... (und dabei Informationen über das Zeitgeschehen in Politik, Wirtschaft und Kultur aus Deutschland und aller Welt gelesen/gesehen/gehört)?

Basis: Alle Befragte (n=3.076; 70,10 Mio. Personen ab 14 Jahre)

Angaben in Prozent

Informierende Mediennutzung gestern - Bildung

Deutlicher Zusammenhang zwischen Reichweite und formaler Bildung beim Internet.



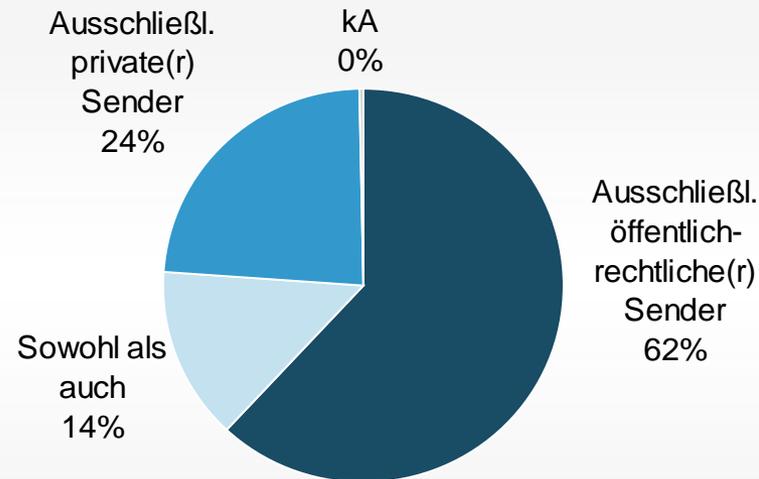
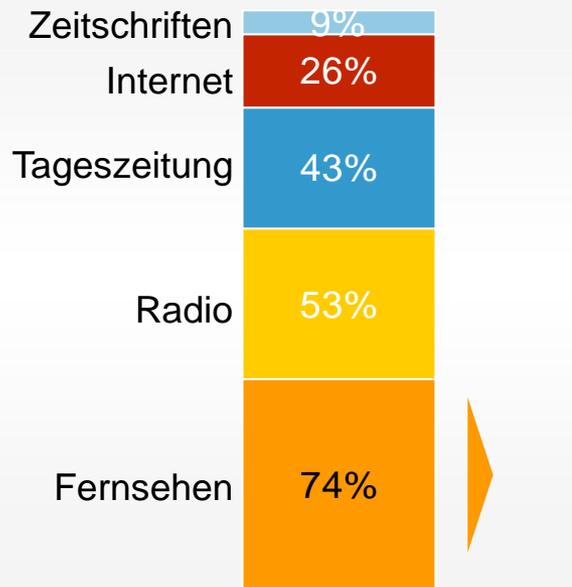
Frage: Haben Sie gestern ... (und dabei Informationen über das Zeitgeschehen in Politik, Wirtschaft und Kultur aus Deutschland und aller Welt gelesen/gesehen/gehört)?

Basis: Alle Befragte (n=3.076; 70,10 Mio. Personen ab 14 Jahre)

Informierende TV-Nutzung gestern – Ö-R vs. Privat

Überwiegende Mehrheit informiert sich bei den Öffentlich-Rechtlichen.

Informierende Mediennutzung gestern



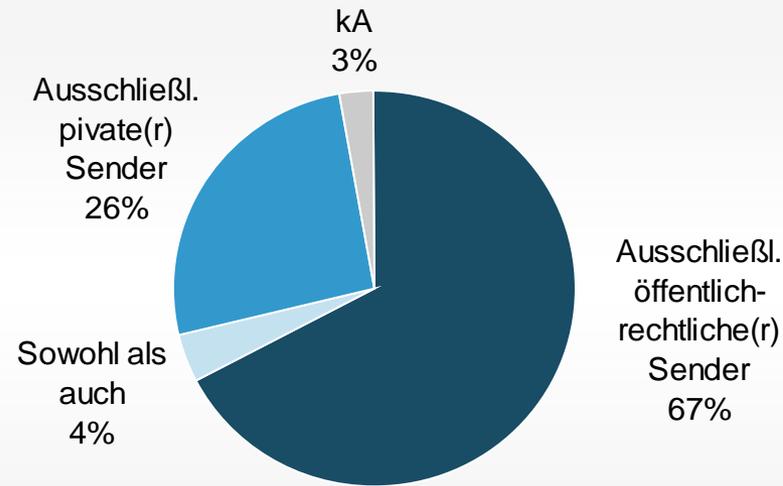
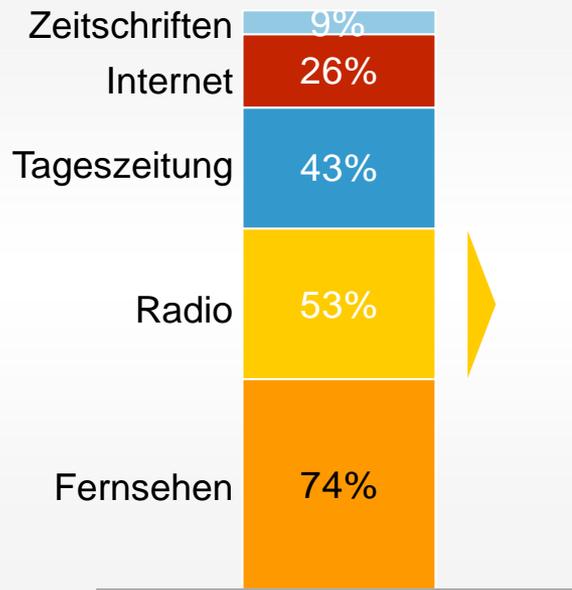
Frage: Und als Sie gestern fern gesehen und Informationen über das Zeitgeschehen gesehen haben, haben Sie da öffentlich-rechtliche Fernsehsender oder private Fernsehsender geschaut ?

Basis: Alle Befragte (n=3.076; 70,10 Mio. Personen ab 14 Jahre); Informierende TV-Nutzung gestern (n=2.297; 52,13 Mio.)

Informierende Radio-Nutzung gestern – Ö-R vs. Privat

Ähnliche Verhältnisse beim Radio: Informierende Reichweite bei ö-r sehr viel höher als bei privaten Radiosendern.

Informierende Mediennutzung gestern

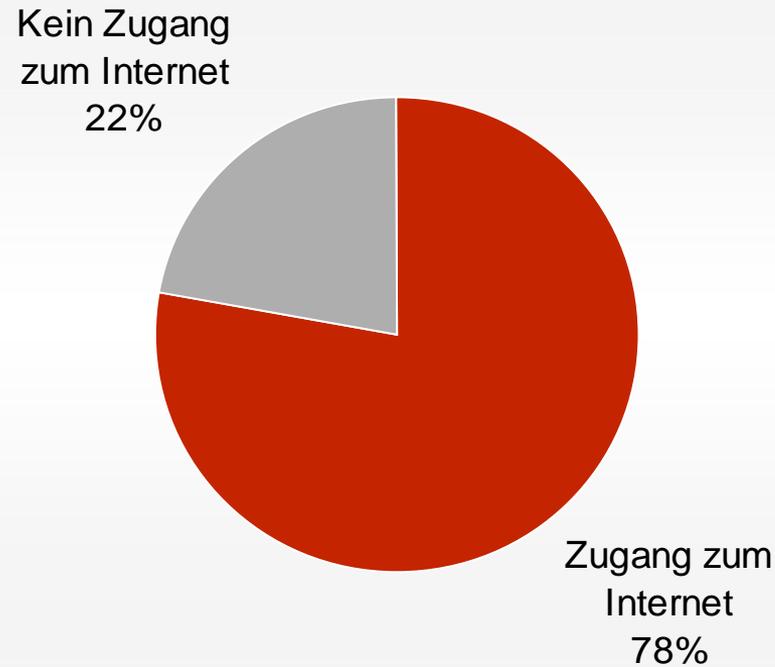


Frage: Und als Sie gestern Radio und Informationen über das Zeitgeschehen gehört haben, haben Sie da öffentlich-rechtliche Radiosender oder private Radiosender gehört ?

Basis: Alle Befragte (n=3.076; 70,10 Mio. Personen ab 14 Jahre); Informierende Radio-Nutzung gestern (n=1.721; 37,51 Mio.)

Zugang zum Internet

Knapp vier von fünf Befragten haben Zugang zum Internet.

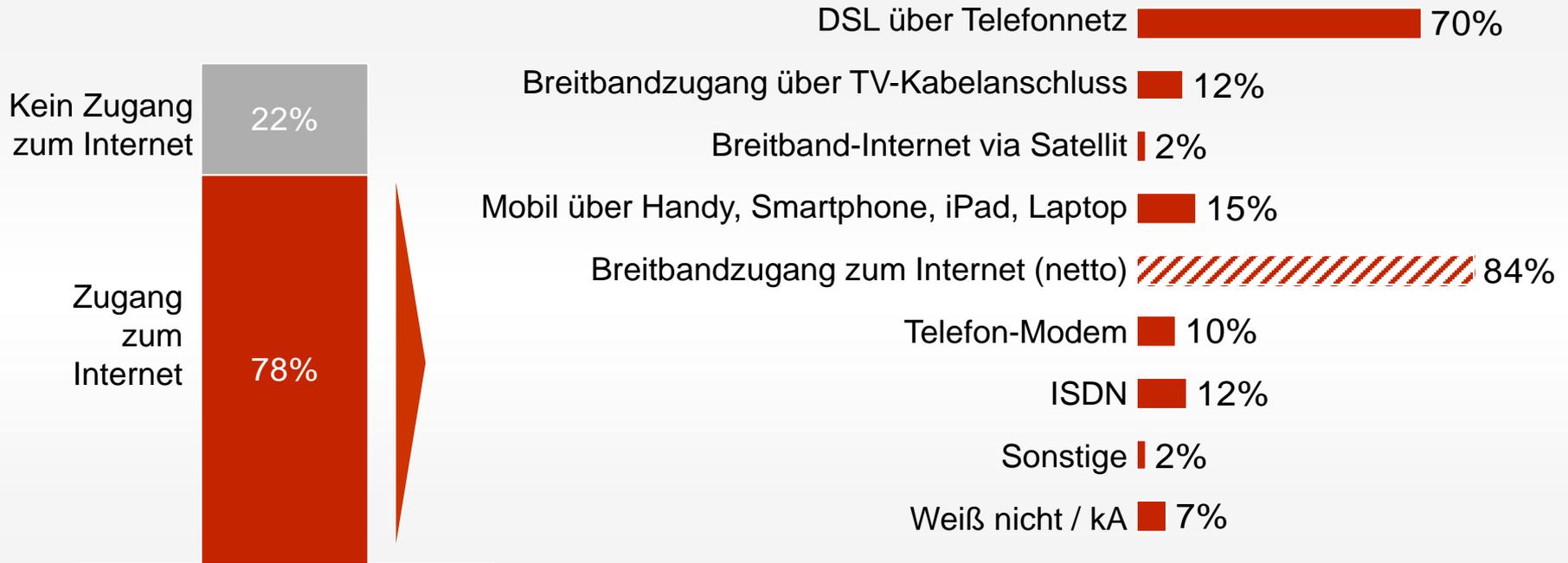


Frage: Haben Sie Zugang zum Internet ?

Basis: Alle Befragte (n=3.076; 70,10 Mio. Personen ab 14 Jahre)

Zugang zum Internet

78% haben Zugang zum Internet, die allermeisten DSL über das Telefonnetz. 15% der Onliner verfügen über einen mobilen Zugang.



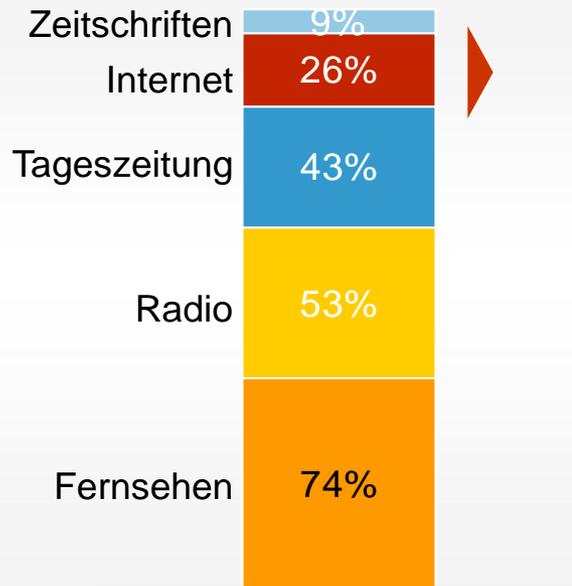
Frage: Haben Sie Zugang zum Internet ?

Basis: Alle Befragte (n=3.076; 70,10 Mio. Personen ab 14 Jahre); Befragte mit Zugang zum Internet (n= 2.587; 54,76 Mio.)

Informierende Internetnutzung – Besuchte Internetangebote

Portale sind die am häufigsten besuchten „Informationsangebote“, gefolgt von Sozialen Netzwerken / User Generated Content.

Informierende Mediennutzung gestern



Frage: Haben Sie das Internetangebot ... besucht, als Sie gestern das Internet genutzt und Informationen über das Zeitgeschehen gesehen oder gelesen haben ?

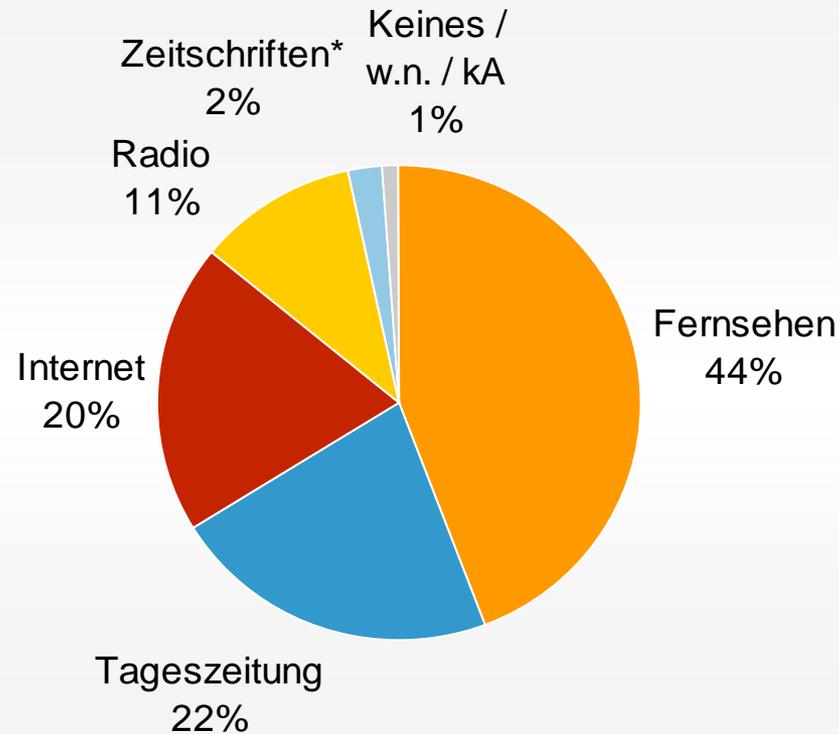
Basis: Alle Befragte (n=3.076; 70,10 Mio. Personen ab 14 Jahre); Informierende Internet-Nutzung gestern (n= 957; 18,16 Mio.)

Inhalt

- Studiensteckbrief
- Mediennutzung allgemein
- Informierende Mediennutzung
- Wichtigkeit der Medien als Informationsquelle
- Relevanz der Medien für die Meinungsbildung
- Zusammenfassung

Wichtigstes Medium für Information über Zeitgeschehen

Für 44% ist das Fernsehen das wichtigste Informationsmedium. Mit deutlichem Abstand folgen Tageszeitung (22%) und Internet (20%).



*Kategorie umfasst Zeitschriften / Nachrichtenmagazine oder Wochenzeitungen

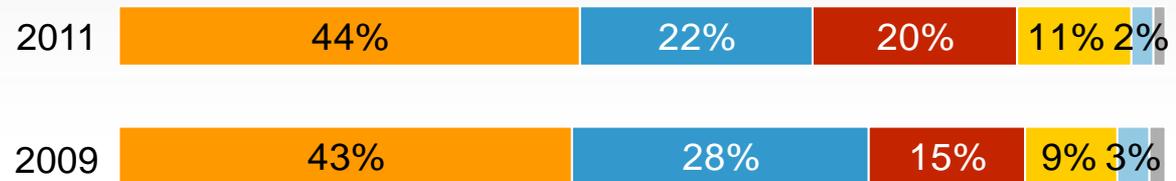
Frage: Wenn Sie sich über das Zeitgeschehen in Politik, Wirtschaft und Kultur aus Deutschland und aller Welt informieren wollen. Welches Medium ist Ihnen da am wichtigsten?

Basis: Alle Befragte (n=3.076; 70,10 Mio. Personen ab 14 Jahre)

Wichtigstes Informationsmedium im Trend

Das Internet gewinnt am meisten, die Tageszeitung verliert am deutlichsten.

■ Fernsehen ■ Tageszeitung ■ Internet ■ Radio ■ Zeitschriften* ■ Keines davon / w.n. / kA



*Kategorie umfasst Zeitschriften / Nachrichtenmagazine oder Wochenzeitungen

Frage: Wenn Sie sich über das Zeitgeschehen in Politik, Wirtschaft und Kultur aus Deutschland und aller Welt informieren wollen.

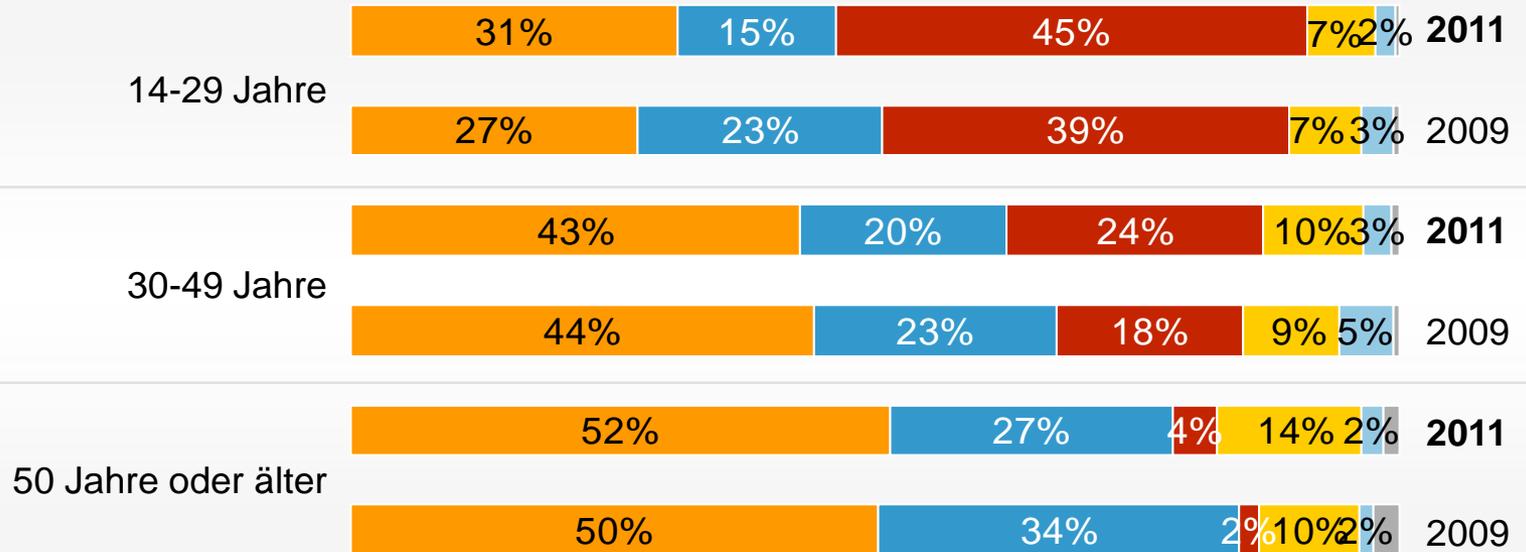
Welches Medium ist Ihnen da am wichtigsten?

Basis: Alle Befragte (n=3.076; 70,10 Mio. Personen ab 14 Jahre); 2009: 2.000 Befragte

Wichtigstes Informationsmedium – Alter im Trend

Die Tageszeitung bei allen Altersgruppen weniger oft das wichtigste Informationsmedium – zugunsten von Internet und z.T. auch Radio.

■ Fernsehen
 ■ Tageszeitung
 ■ Internet
 ■ Radio
 ■ Zeitschriften*
 ■ Keines davon / w.n. / kA



*Kategorie umfasst Zeitschriften / Nachrichtenmagazine oder Wochenzeitungen

Frage: Wenn Sie sich über das Zeitgeschehen in Politik, Wirtschaft und Kultur aus Deutschland und aller Welt informieren wollen.

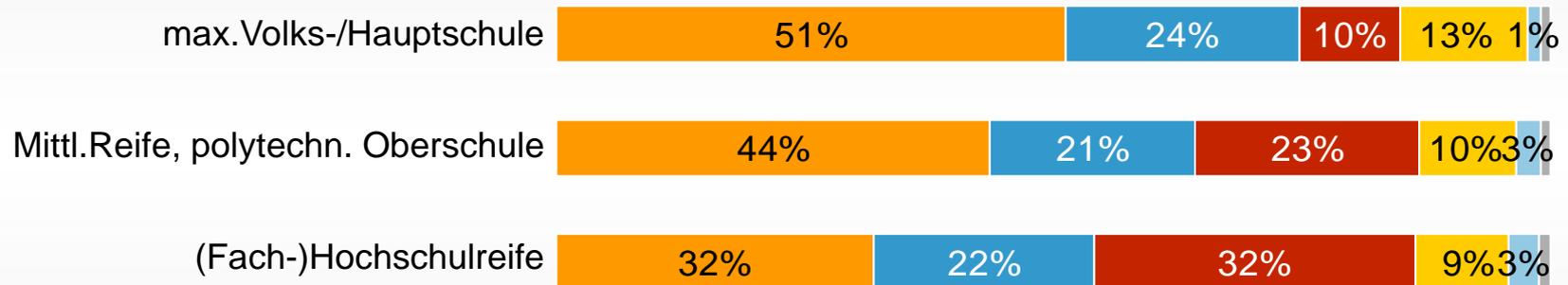
Welches Medium ist Ihnen da am wichtigsten?

Basis: Alle Befragte (n=3.076; 70,10 Mio. Personen ab 14 Jahre); 2009: 2.000 Befragte)

Wichtigstes Informationsmedium – Formale Bildung

Stärkster Zusammenhang zwischen formaler Bildung und wichtigstem Informationsmedium bei Fernsehen (negativ) und Internet (positiv).

■ Fernsehen ■ Tageszeitung ■ Internet ■ Radio ■ Zeitschriften* ■ Keines davon / w.n. / kA



*Kategorie umfasst Zeitschriften / Nachrichtenmagazine oder Wochenzeitungen

Frage: Wenn Sie sich über das Zeitgeschehen in Politik, Wirtschaft und Kultur aus Deutschland und aller Welt informieren wollen.

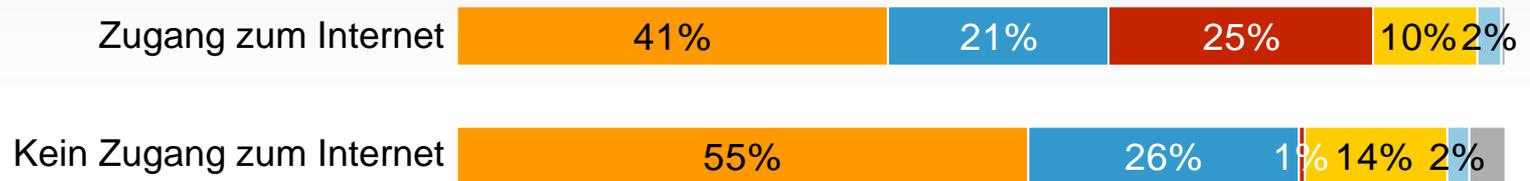
Welches Medium ist Ihnen da am wichtigsten?

Basis: Alle Befragte (n=3.076; 70,10 Mio. Personen ab 14 Jahre)

Wichtigstes Informationsmedium – Zugang zum Internet

Bei Onlinern ist das Internet nach dem Fernsehen das wichtigste Informationsmedium.

■ Fernsehen ■ Tageszeitung ■ Internet ■ Radio ■ Zeitschriften* ■ Keines davon / w.n. / kA



*Kategorie umfasst Zeitschriften / Nachrichtenmagazine oder Wochenzeitungen

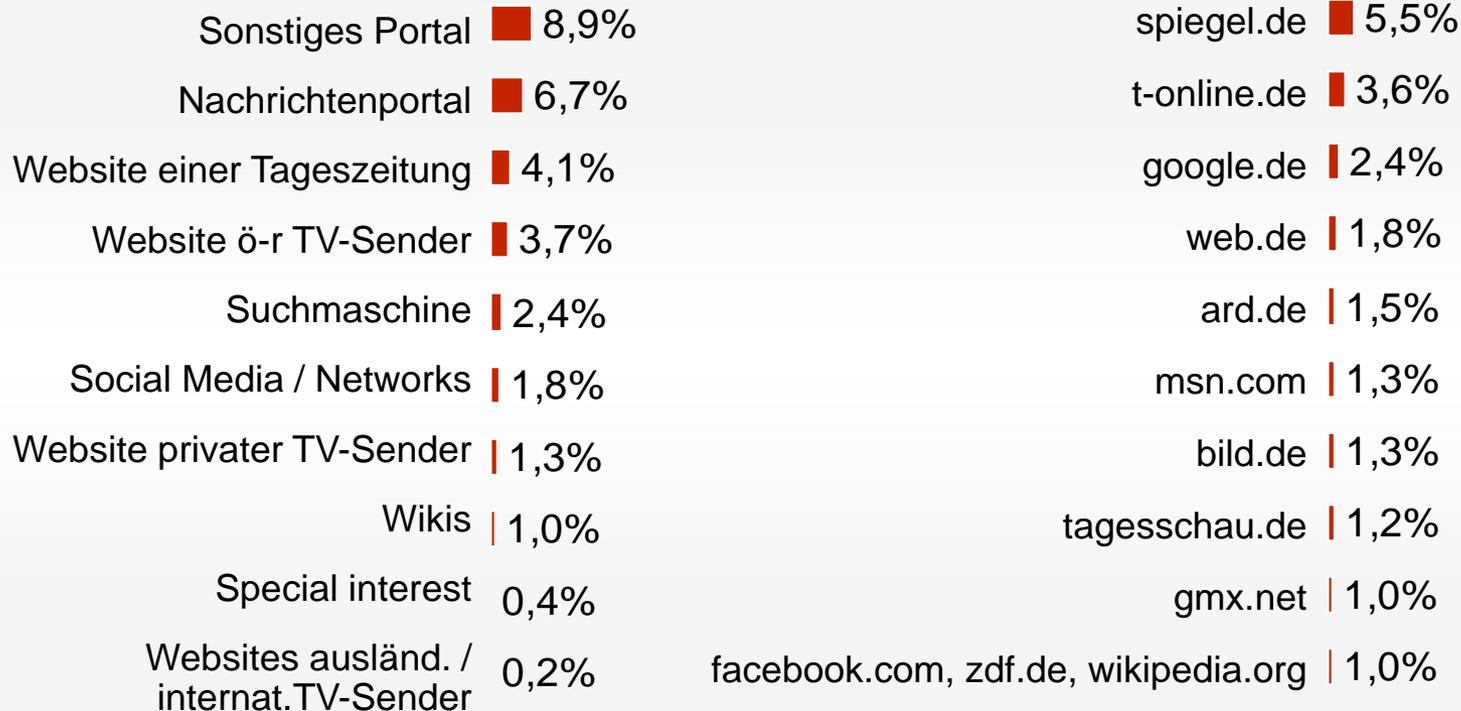
Frage: Wenn Sie sich über das Zeitgeschehen in Politik, Wirtschaft und Kultur aus Deutschland und aller Welt informieren wollen.

Welches Medium ist Ihnen da am wichtigsten?

Basis: Alle Befragte (n=3.076; 70,10 Mio. Personen ab 14 Jahre)

Wichtigste Medien – Internet: kategorisiert / Top 10

Top 10 „wichtigste“ Websites spiegeln die empfundene Bedeutung bei den Bürgern wieder, nicht aber die tatsächlich gemessene Reichweite.



Frage: Sie haben vorhin ja gesagt, dass Ihnen ... am wichtigsten ist/sind (bis zu drei wichtigste Medien), wenn Sie sich über das Zeitgeschehen in Politik, Wirtschaft und Kultur aus Deutschland und aller Welt informieren wollen. Können Sie mir bitte sagen, welche (Sender, Sendungen, Zeitungen, Zeitschriften, Radiosender) ... dabei für Sie persönlich am wichtigsten sind ?

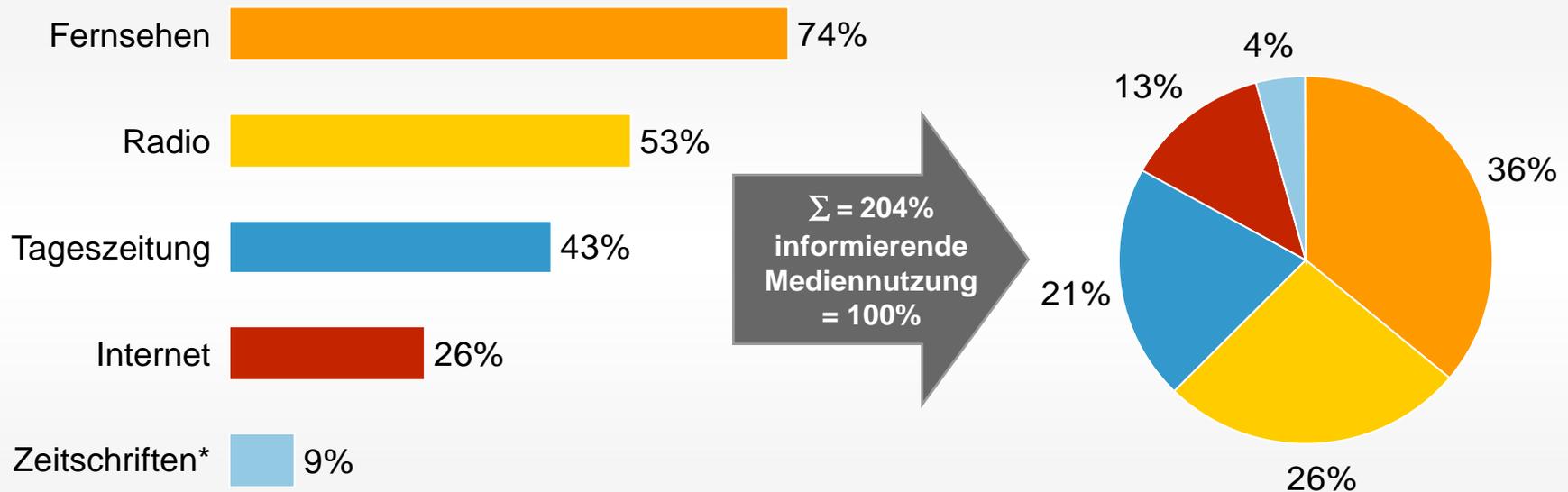
Basis: Alle Befragte (n=3.076; 70,10 Mio. Personen ab 14 Jahre)

Inhalt

- Studienziel
- Studiensteckbrief
- Mediennutzung allgemein
- Informierende Mediennutzung
- Wichtigkeit der Medien als Informationsquelle
- Relevanz der Medien für die Meinungsbildung
- Zusammenfassung

Informierende Mediennutzung gestern - Marktanteile

Von „100% informierender Mediennutzung“ hat TV einen Marktanteil von gut 36%. Radio und Tageszeitung folgen mit je 26% bzw. 21%.



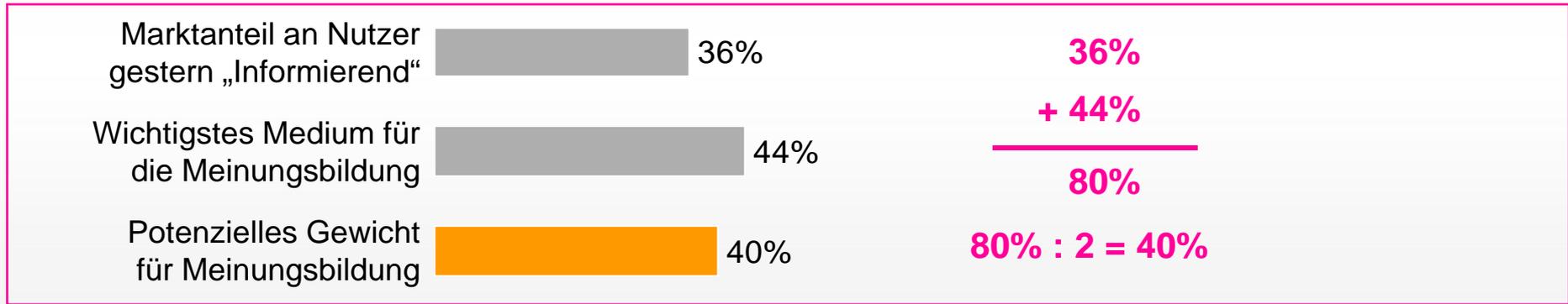
*Kategorie umfasst Zeitschriften / Nachrichtenmagazine oder Wochenzeitungen

Frage: Haben Sie gestern ... (und dabei Informationen über das Zeitgeschehen in Politik, Wirtschaft und Kultur aus Deutschland und aller Welt gelesen/gesehen/gehört)?

Basis: Alle Befragte (n=3.076; 70,10 Mio. Personen ab 14 Jahre)

Bedeutung und Gewicht des Fernsehens

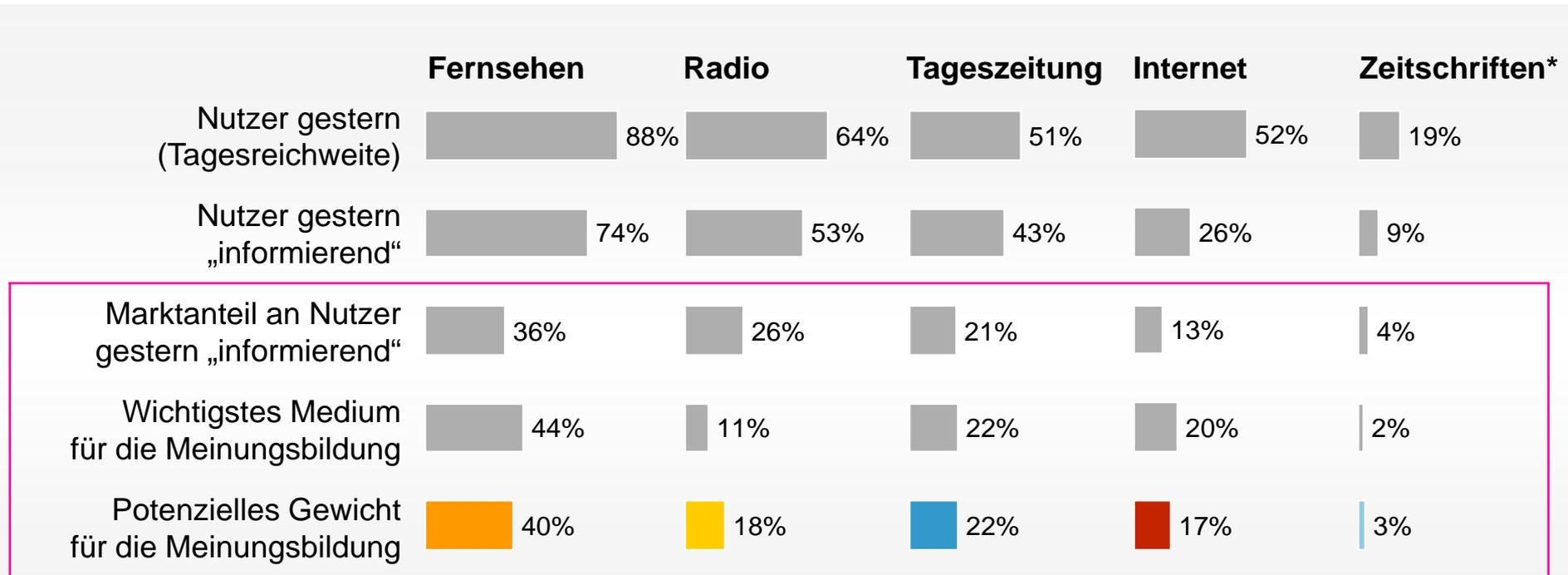
Aus gemessenem Marktanteil und empfundener Wichtigkeit lässt sich ein „Meinungsbildungsgewicht“ *ermitteln*.



Basis: Alle Befragte (n=3.076; 70,10 Mio. Personen ab 14 Jahre)

Bedeutung und Gewicht - Medien im Überblick

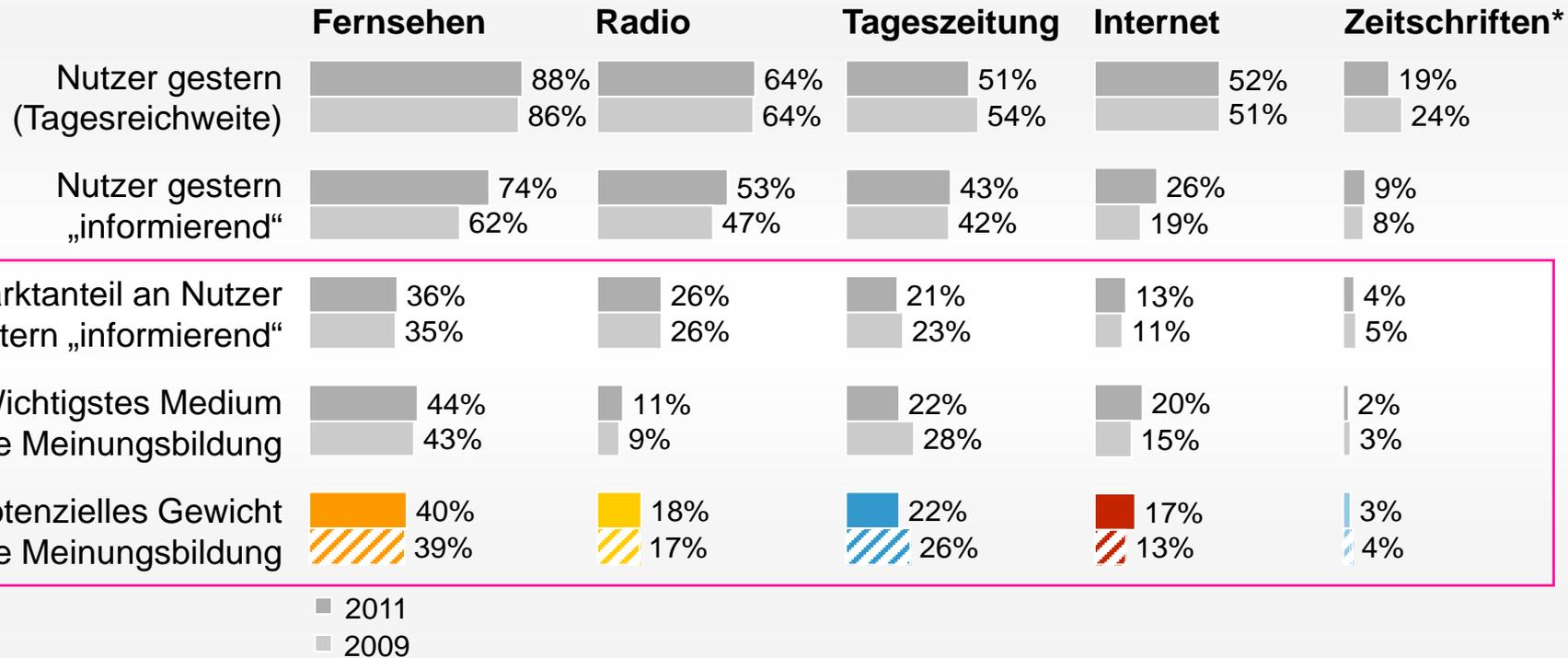
Das Fernsehen hat erwartungsgemäß das größte Gewicht (40%).
Mit Abstand folgen Tageszeitung, Radio und Internet.



*Kategorie umfasst Zeitschriften / Nachrichtenmagazine oder Wochenzeitungen
Basis: Alle Befragte (n=3.076; 70,10 Mio. Personen ab 14 Jahre), 14-29 Jahre (n=483; 15,01 Mio.)

Bedeutung und Gewicht – 2011 vs. 2009

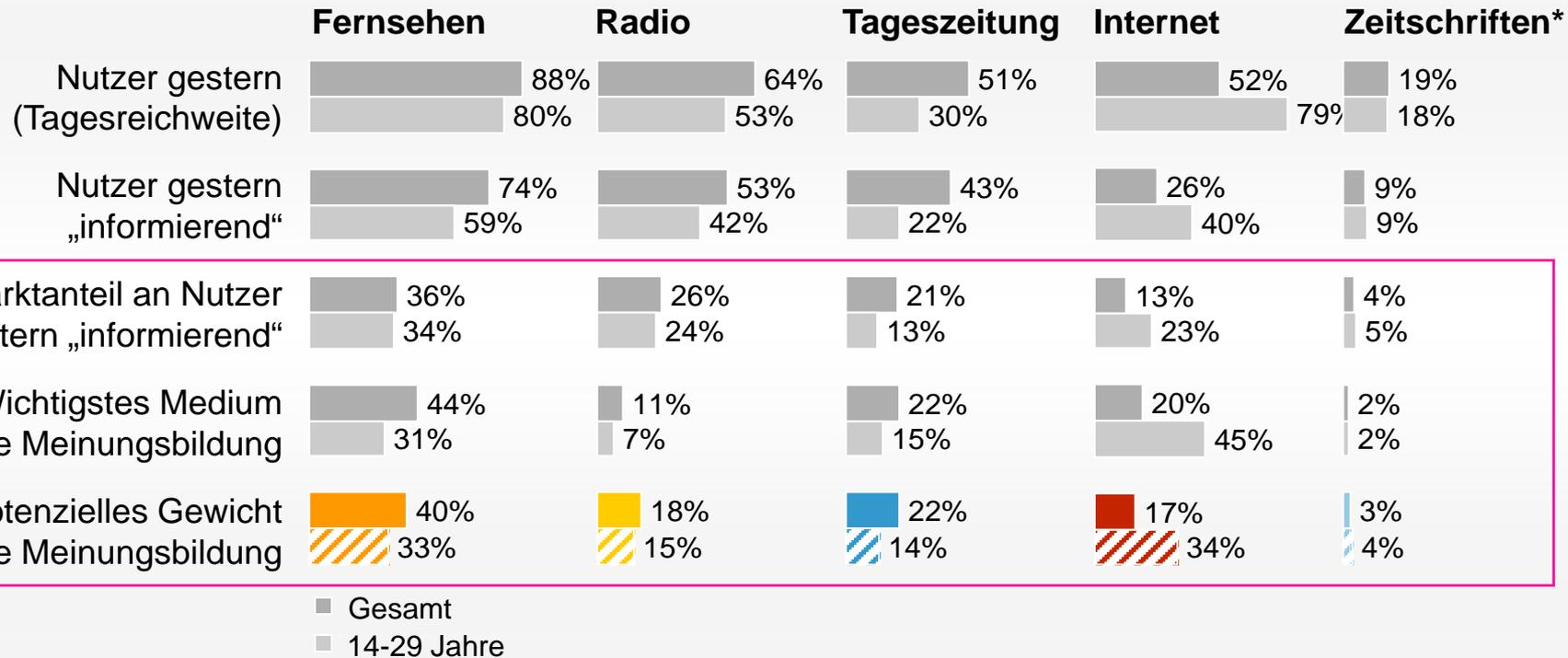
Das Internet hat an Gewicht gewonnen - vor allem zu Lasten der Tageszeitung.



*Kategorie umfasst Zeitschriften / Nachrichtenmagazine oder Wochenzeitungen
Basis: Alle Befragte (n=3.076; 70,10 Mio. Personen ab 14 Jahre); 2009: 2.000 Befragte

Bedeutung und Gewicht – gesamt vs. 14-29 Jahre

Bei den 14-29-Jährigen hat das Internet das größte Gewicht, das vergleichsweise kleinste Gewicht hat hier die Tageszeitung.



*Kategorie umfasst Zeitschriften / Nachrichtenmagazine oder Wochenzeitungen
 Basis: Alle Befragte (n=3.076; 70,10 Mio. Personen ab 14 Jahre)

Inhalt

- Studienziel
- Studiensteckbrief
- Mediennutzung allgemein
- Informierende Mediennutzung
- Wichtigkeit der Medien als Informationsquelle
- Relevanz der Medien für die Meinungsbildung
- Zusammenfassung

Zusammenfassung

Informierende Mediennutzung

- Das Fernsehen ist nach wie vor das wichtigste Medium für die Informations- und Meinungsbildung (Deutschsprechende Bevölkerung ab 14 Jahre). Mit einer Tagesreichweite von rund drei Viertel (74%) liegt es deutlich vor dem Radio (53% Hörer gestern) und der Tageszeitung mit 43%. Mit Abstand folgen das Internet (26% „informierende“ Nutzer gestern) und Zeitschriften oder Wochenzeitungen (9%).
- Im Vergleich zu 2009 haben die elektronischen Medien aktuell eine höhere Reichweite (TV: +12 Punkte, Radio: +6, Internet: +7). Die Reichweiten der Printmedien zeigen sich dagegen stabil (Tageszeitung und Zeitschriften jeweils +1 Punkt).
- Das Internet ist die Mediengattung, die sich in ihrer Nutzerschaft am meisten von den anderen unterscheidet. Das Internet trennt Männer und Frauen (33% vs. 19% Nutzer gestern), formal höher Gebildete von den formal weniger Gebildeten (11% max. Hauptschule vs. 48% Nutzer gestern mit (Fach-) Hochschulreife), Jüngere und Ältere (40% 14-29-jährige Nutzer gestern vs. 14% bei den 50+). Allerdings nimmt der Anteil der über 50-Jährigen unter den „sich-informierenden-Onlineern“ zu: Er ist von 16% in 2009 auf aktuell 24% gestiegen.

Zusammenfassung

Wichtigstes Medium zur Informations- und Meinungsbildung

- Die überwiegende Mehrheit der informierenden Seher und Hörer gestern (76% bzw. 71%) informiert sich bei den Öffentlich-Rechtlichen. Online sind Portale (62%) und Soziale Netzwerke / User Generated Content mit 41% bzw. 40% häufiger besuchte Informationsquellen als öffentlich-rechtliche Angebote.
- Für 44% der Bevölkerung ab 14 Jahre oder älter ist das Fernsehen das wichtigste Informationsmedium. Mit deutlichem Abstand folgen Tageszeitung (22%) und Internet (20%). Der Hörfunk folgt trotz seiner vergleichsweise hohen informierenden Reichweite (53% Hörer gestern) erst auf Rang 4 mit 11% Nennungen als wichtigstes Informationsmedium.
- Im Vergleich zu 2009 hat vor allem das Internet an Bedeutung als wichtigstes Informationsmedium gewonnen (+ 5 Punkte). Stärkster Verlierer ist die Tageszeitung (-6).
- Mit 45% ist das Internet bei den 14-29-Jährigen mit Abstand das wichtigste Medium (+6 im Vgl. zu 2009), gefolgt vom Fernsehen (31%). Auch bei den formal höher Gebildeten (mit (Fach-)Abitur) macht das Internet dem Fernsehen Rang 1 als wichtigstes Informationsmedium streitig (beide 32%).

Zusammenfassung

Relevanz der Medien für die Meinungsbildung

- Aus den „informierenden“ Tagesreichweiten und der empfundenen Wichtigkeit der Medien kann ein „Meinungsbildungsgewicht“ ermittelt werden.
- Erwartungsgemäß ist das Fernsehen in Deutschland für die Bevölkerung ab 14 Jahre nach wie vor das wichtigste Medium für die Informations- und Meinungsbildung. Mit Abstand folgen die Tageszeitungen, das Radio und das Internet.
- Im Vergleich zu 2009 hat das Internet erkennbar an Gewicht gewonnen.
- Für die 14-29-Jährigen und die besser Gebildeten hat das Internet bereits heute das größte Gewicht.