

Twitter und Co. kein Ersatz für klassische Medien

- Den Medien des Web 2.0 fehlt es an Glaubwürdigkeit

Neue Medien sind keine Alternative

Hamburg, den 7. Oktober 2009 – 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), Internetnachrichten (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.

Fernsehnachrichten besonders glaubwürdig

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 Internetnachrichten 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.

Absichtliche Verbreitung von Unwahrheiten

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 Internetnachrichten hält dieses nicht einmal jeder Zehnte für möglich.

Keine Konkurrenz

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

Hintergrundinformationen

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.

*Faktenkontor:
Spezialagentur für
Research, Studien
und Kompetenz-PR*

Das Faktenkontor ist eine Beratungsgesellschaft für Unternehmens- und Vertriebskommunikation und entstand am 1. Januar 2003 als Ausgründung der Unternehmensberatung Mummert Consulting. Das Team übernimmt die gesamte Leistungspalette klassischer Pressearbeit, mit dem Ziel, die Kompetenz seiner Kunden in den Medien herauszustellen. Hierfür wird – soweit erforderlich – über Recherche und Studien mit namhaften Medienpartnern die notwendige Faktenbasis gelegt. Derzeit betreut das Unternehmen mehr als 50 Kunden.

Pressekontakt_____

Faktenkontor GmbH
Jörg Forthmann
Tel.: +49 40 22703-7787
Fax.: +49 40 22703-7961
E-Mail: joerg.forthmann@faktenkontor.de