

PRESSEMITTEILUNG

Internet World Messe veröffentlicht Studie zur Bundestagswahl 2013:

Internetnutzer vertrauen bei der Wahlentscheidung eher Print- als Online-Medien

- **Über 80 Prozent der deutschen Internetnutzer wollen 2013 wählen gehen**
- **Wähler in Deutschland sind durch Social Media kaum erreichbar**
- **Facebook-Befürworter bewerten Informationstiefe des Sozialen Netzwerks positiv**

München, 4. September 2013 – Endspurt für den Wahlkampf, noch 18 Tage bis zur Bundestagswahl. Deutsche Politiker und Parteien blicken traditionell in die USA, um sich Inspirationen für ihren Wahlkampf zu holen. Social Media war, abgesehen von immensen Wahlkampfschüssen, entscheidendes Zünglein an der Waage, mit dem US-Präsident Barack Obama im Jahr 2012 den Wahlsieg für sich davon trug. Doch in Deutschland funktioniert Wahlkampf anders, zumindest aus Sicht der Internetnutzer. Ein Großteil der Nutzer hält Social Media als Informationskanal von Parteien bzw. Politikern für ungeeignet. Mehr noch: sie schenken den Printmedien das größte Vertrauen bei ihrer Meinungsbildung für die Wahlentscheidung. Dies ergab eine repräsentative Studie, die das Online-Marktforschungsinstitut Fittkau & Maaß Consulting im Auftrag der Internet World Messe unter mehr als 1.000 deutschen Internetnutzern durchgeführt hat.

Als gänzlich ungeeigneten Informationsweg sehen Internetnutzer dabei Twitter-Nachrichten von Parteien bzw. Politikern an: Mit 45 Prozent Ablehnern landen diese auf dem letzten Platz des Rankings, gefolgt von Facebook-Profilen (40,1 Prozent), Blogs (28,8 Prozent) und Websites von Parteien/Politikern (18,3 Prozent). Gerade die unentschlossenen Wähler, die sich noch nicht für eine Partei entschieden haben, sind über diese Online-Kanäle schwer zu erreichen. So gaben nur 12 Prozent der Unentschlossenen an, sich über Websites von Parteien bzw. Politikern über die anstehende Bundestagswahl zu informieren. Bei der Wählergruppe der Entschlossenen ist es immerhin knapp ein Viertel (24,6 Prozent).

Größtes Vertrauen schenken die Internetnutzer tatsächlich den klassischen Printmedien. Zeitungen, Zeitschriften und Magazine kursieren im Ranking der Politik-Informationsquellen auf Platz Eins (27,8 Prozent), gefolgt von TV (25,8 Prozent). Auf Rang drei platziert ist das persönliche Umfeld wie Bekannte, Freunde und Verwandte (18,1 Prozent), das die persönliche Meinung für die Wahlentscheidung bildet.

Die Rolle von Facebook bei der Bundestagswahl

Etwa jeder 10. Internetnutzer besucht Facebook-Profile von Parteien bzw. Politikern, um sich über die Bundestagswahl zu informieren. Wer Facebook als Informationskanal schätzt, bewertet vor allem die Informationstiefe positiv. Insbesondere die Politikinteressierten sehen darin klare Vorteile: 52,3 Prozent sind der Meinung, dass ein Facebook-Auftritt die Online-Kompetenz eines Politikers unterstreicht. 42,4 Prozent bewerte es positiv, Parteien bzw. Politiker in dem Sozialen Netzwerk weiterempfehlen zu können. Die politikinteressierten Facebook-Kritiker hingegen sagen aus, dass Facebook keinen Einfluss auf ihre Wahlentscheidung habe (48,1 Prozent) und bewerten die dort angebotenen Informationen als unzureichend (41,0 Prozent).

Internetnutzer sind engagierte Wähler

Die Mehrheit der Internetnutzer in Deutschland will am 22. September zur Wahl gehen: 50 Prozent haben sich bereits für eine Partei entschieden, knapp ein Drittel hat die Absicht zur Wahl zu gehen, hat aber noch keine klare Parteipräferenz. Vor allem die Nutzer in den Neuen Bundesländern haben im Vergleich zu den anderen Regionen in Deutschland noch keine ausgeprägten Parteipräferenzen. Lediglich 44 Prozent wissen bereits, wo sie ihr Kreuz auf dem Wahlzettel setzen werden. Im Osten des Landes ist auch der Anteil derer, die noch nicht wissen, ob sie überhaupt zur Wahl gehen werden, mit über 17 Prozent am höchsten und liegt damit 5 Prozentpunkte über dem Bundesdurchschnitt.

Fittkau & Maaß untersuchte im Auftrag der Internet World Messe in einer internet-repräsentativen Panelbefragung im Juli und August 2013 über 1.000 wahlberechtigte Internetnutzer hinsichtlich Wahlverhalten, Parteipräferenzen, Informationsverhalten und Meinungsbildung im Rahmen der Bundestagswahl 2013. Im Fokus stand dabei die Frage welche Rolle Social Media als Informationskanal für die Wähler spielt. „Ziel unserer Studie war es, herauszufinden, wie aufgeschlossen die deutschen Internetnutzer eigentlich mit dem Thema Bundestagswahl und Social Media umgehen“, so Nicole Rüdlin, Leiterin Internet World Messe und Studienauftraggeberin. „Wir waren überrascht, wie wenig Nutzer über die Social Media Kanäle mit politischen Themen erreicht werden. Da ist noch sehr viel

Pionierarbeit notwendig.“ Das bestätigt auch Susanne Fittkau, beim Forschungsinstitut Fittkau & Maaß Consulting verantwortlich für die Studienkonzeption: „Zwar sind Reichweite und Nutzungsfrequenz von Facebook enorm. Doch es dient seinen Nutzern eben in erster zur Kommunikation mit persönlich bekannten Personen – das Interesse an der Interaktion mit Politikern ist sehr überschaubar.“

Ein ausführliches Studiendokument mit allen Ergebnissen der Befragung steht kostenlos unter folgendem Link zum Download zur Verfügung:

<http://www.internetworld-messe.de/Presse/Studie>

Links

<http://www.internetworld-messe.de>

<http://www.fittkaumaass.de>

Über die Internet World Messe

Bereits seit 1997 ist die Internet World Messe die Veranstaltung für Internet-Professionals und Treffpunkt für Entscheider auf Anbieter- und Anwenderseite. Im Jahr 2014 öffnet die E-Commerce Messe Internet World vom 25.-26. Februar auf dem Münchener Messegelände bereits zum 18. Mal ihre Tore. Die Themenschwerpunkte der Messe sind Shopsoftware & Technik, Payment & Logistik, Usability, Online Marketing, Social & Mobil. Die Messe wird begleitet von einem hochkarätigen Kongress, der unter dem Motto „Die Zukunft des E-Commerce“ steht. Veranstalter der Internet World ist die gleichnamige Fachzeitschrift INTERNET WORLD Business.

Über Fittkau & Maaß Consulting

Fittkau & Maaß Consulting verfügt über langjährige Expertise in der technischen wie konzeptionellen Durchführung von Online-Studien. Die Forschungs- und Beratungs-Services sind gezielt auf digitale, interaktive Medien ausgerichtet. Internet-Studien wie die WWW-Benutzer-Analyse W3B sowie individuell konzipierte Forschungs- und Beratungsprojekte (u. a. Trend-, Wettbewerber- und Potentialanalysen, Zufriedenheitsstudien, Werbewirkungsforschung, Website-Tests, Usability-Labs, Online-Panelbefragungen) unterstützen die Kunden von Fittkau & Maaß Consulting bei Planung, Konzeption, Monitoring, Optimierung und Vermarktung ihrer Online-Produkte und -Aktivitäten.

Pressekontakt

Vera Vaubel

Tel.: +49 (89) 98103987

Fax: +49 (89) 98103988

E-mail: medienberatung@vaubel.de

Vaubel Medienberatung GmbH

Gumpfenbergstr. 6, 81679 München

<http://www.vaubel.de>

Unternehmenskontakt

Regina Reitzer

Tel.: +49 (89) 74117-128

Fax: +49 (89) 74117-448

E-mail: regina.reitzer@nmg.de

Neue Mediengesellschaft Ulm mbH –

Kongresse & Messen

Bayerstraße 16 a, 80335 München

<http://www.nmg.de>