

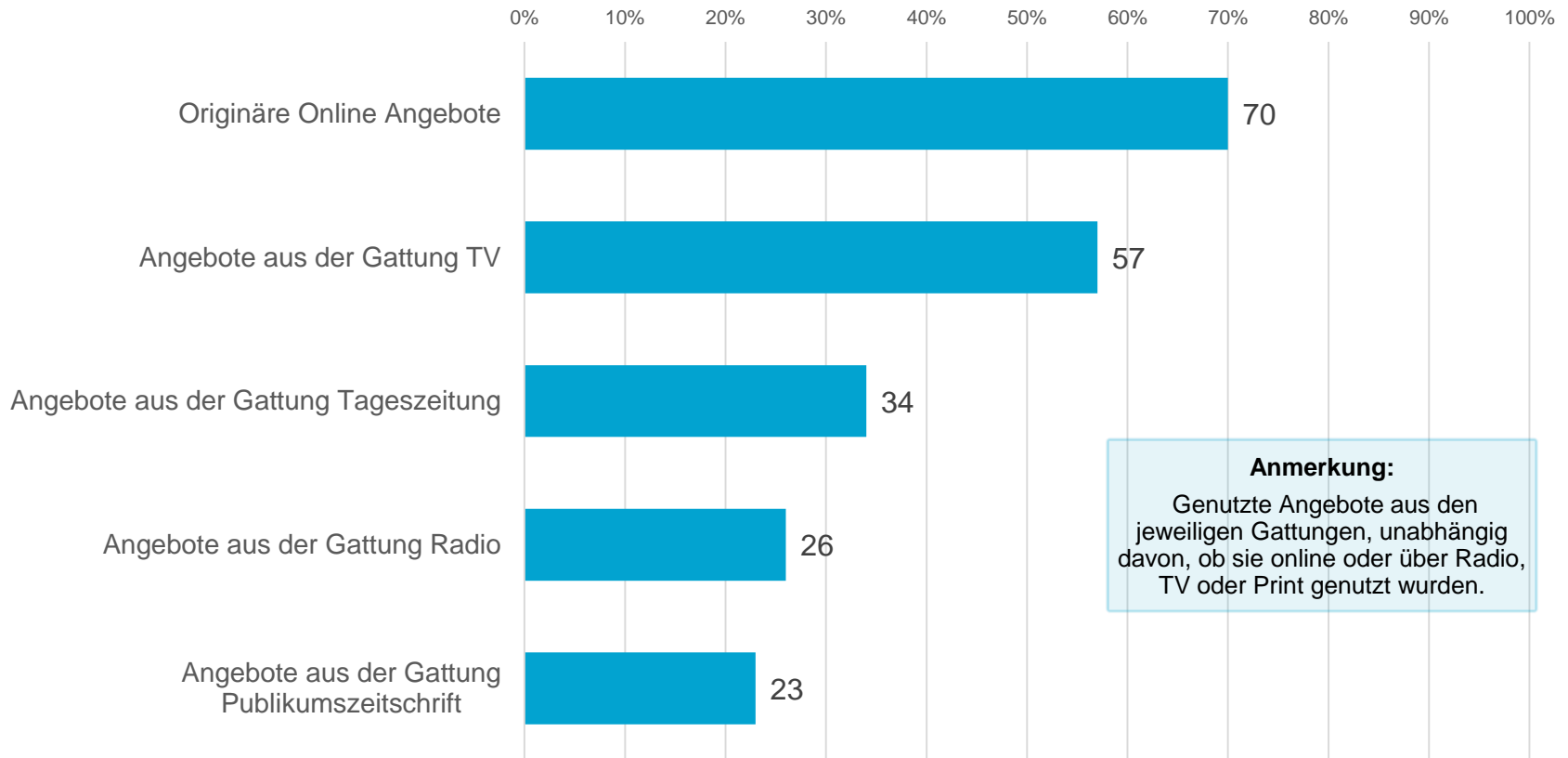
# Onlinebefragung zu „Aktuellen Informationsportfolios“ 2020

Informationsverhalten der 14-29-Jährigen: Alles anders aber irgendwie trotzdem wie bisher

ALM GbR, Berlin

# Überblick über die genutzten Gattungen, um sich zu informieren

Offene Abfrage



**Anmerkung:**  
Genutzte Angebote aus den jeweiligen Gattungen, unabhängig davon, ob sie online oder über Radio, TV oder Print genutzt wurden.

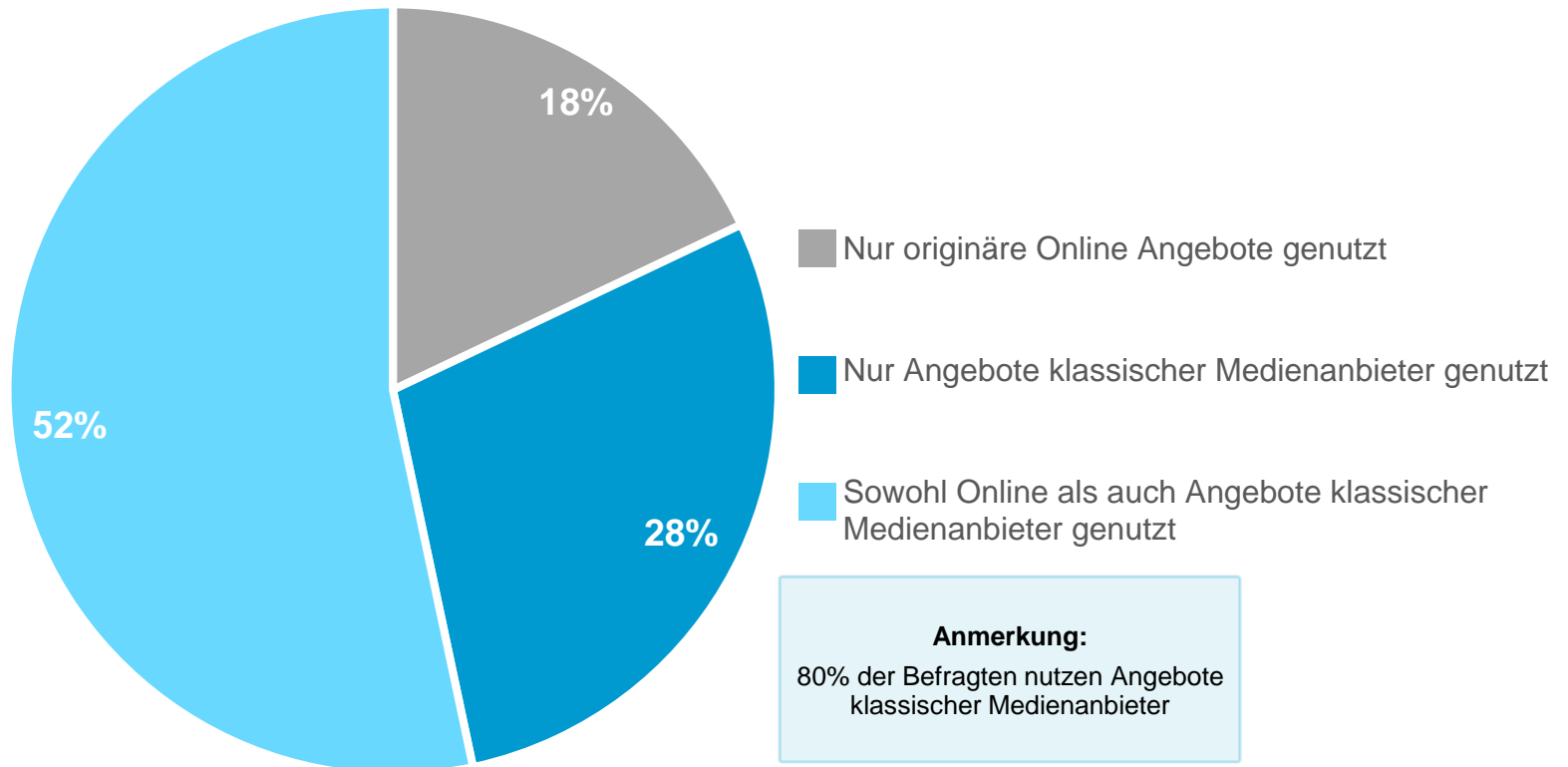
Analysiert man die Informationsvorgänge nach den genutzten Gattungen, zeigt sich, dass mehr als zwei Drittel der Befragten die Informationen und Angebote online genutzt haben. Mehr als die Hälfte hat Angebote der Gattung TV, über die verschiedenen möglichen Verbreitungswege, genutzt. Angebote der Gattungen Tageszeitung wurden von einem Drittel und Angebote von Radio und Publikumszeitschriften wurden jeweils etwa nur von einem Viertel von den 14-29-Jährigen genutzt.

**Frage:** Wo genau haben Sie diese Information gesehen, gelesen, gehört? Sofern Sie die Informationen in den sozialen Medien gesehen haben, erzählen Sie uns bitte genau, auf welcher Seite, bei welcher Person, auf welchem Profil.

**Basis:** Befragte mit dokumentierten Informationsvorgängen, n = 2.831.

# Verhältnis der Angebote klassischer Medienanbieter zu originären Online Angeboten

Nutzung über alle möglichen Verbreitungswege



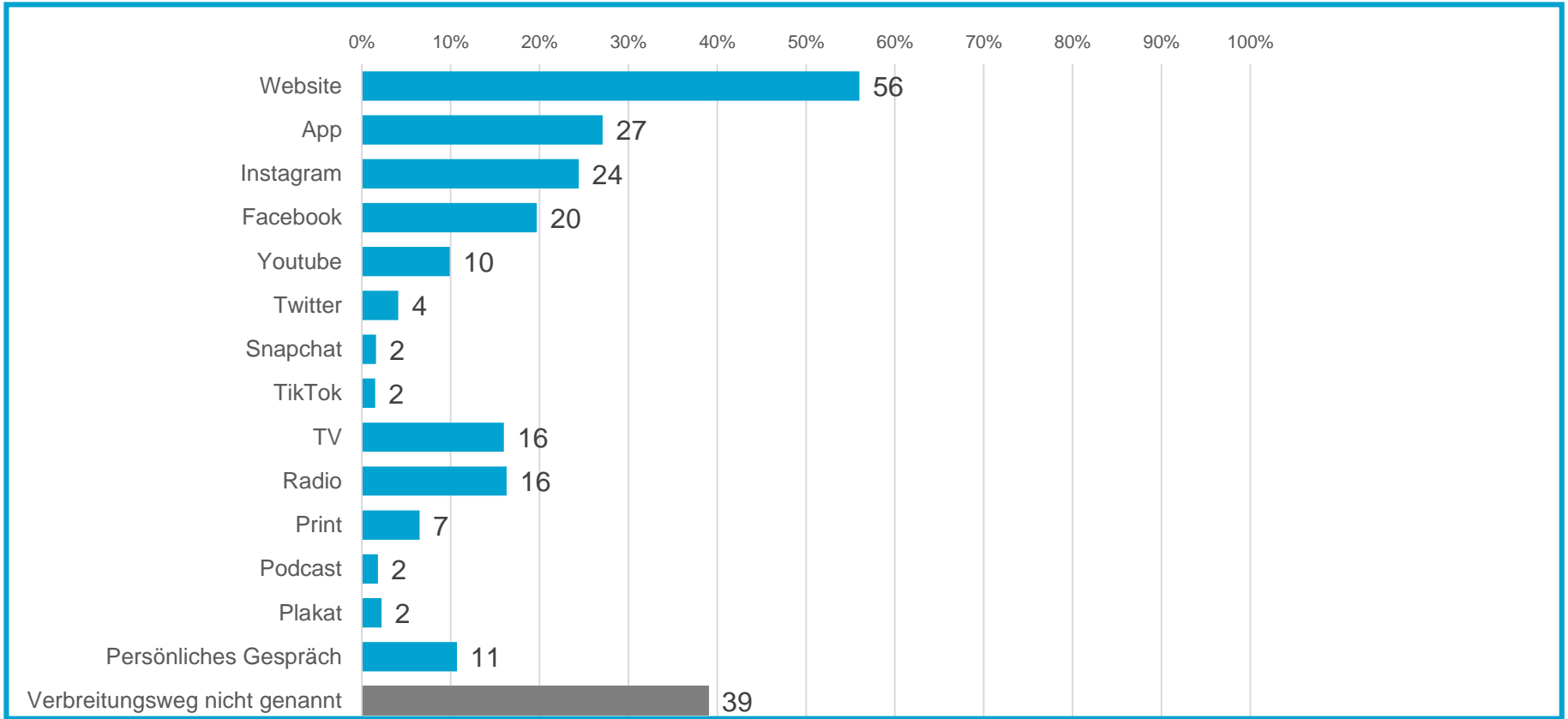
Mehr als die Hälfte der Befragten hat sowohl Angebote klassischer Medienanbieter als auch originäre Online Angebote, 28% ausschließlich Angebote klassischer Medienanbieter genutzt. In Summe haben 80% der 14-29-Jährigen mindestens ein Angebot klassischer Medienanbieter (über unterschiedliche Verbreitungswege) genutzt. Nur 20% der 14-29-Jährigen verzichten auf klassische Medienangebote und informieren sich ausschließlich über Angebote, die es nur online gibt, wie z.B. Influencer\*innen und Blogger\*innen oder E-Mail Provider.

**Frage:** Wo genau haben Sie diese Information gesehen, gelesen, gehört? Sofern Sie die Informationen in den sozialen Medien gesehen haben, erzählen Sie uns bitte genau, auf welcher Seite, bei welcher Person, auf welchem Profil.

**Basis:** Befragte mit dokumentierten Informationsvorgängen, n = 2.831.

# Personen, die die Angebote über Verbreitungsweg ... nutzen

Offene Abfrage



Differenziert man die Nutzungsvorgänge nach den dabei genutzten Verbreitungswegen, ist der von den meisten Personen genutzte Verbreitungsweg die Website: Mehr als die Hälfte der Befragten ist über eine Website zu den Informationen gekommen. Jeweils rund ein Viertel haben eine App oder die sozialen Medien Instagram, und jeder Fünfte hat Facebook genutzt. Ein großer Teil der Befragten nutzt demnach Onlineangebote, um sich zu informieren. Informationen im Angebot von TV oder Radio nutzen jeweils 16% der 14-29-Jährigen. Fast 40% der Befragten haben/konnten jedoch nicht bei allen Angeboten angeben, über welchen Verbreitungsweg diese genutzt wurden.

**Frage:** Wo genau haben Sie diese Information gesehen, gelesen, gehört? Sofern Sie die Informationen in den sozialen Medien gesehen haben, erzählen Sie uns bitte genau, auf welcher Seite, bei welcher Person, auf welchem Profil.

**Basis:** Befragte mit dokumentierten Informationsvorgängen, n = 2.831. Dargestellt sind alle Nennungen >1%.

## **IFAK Institut GmbH & Co. KG - Markt- und Sozialforschung**

Georg-Ohm-Straße 1

65232 Taunusstein

Telefon: +49 6128 / 747-0

Telefax: +49 6128 / 747-995

E-Mail: [info@ifak.com](mailto:info@ifak.com)

Internet: [www.ifak.com](http://www.ifak.com)

Persönlich haftende Gesellschafterin: IFAK Verwaltung GmbH

Vertretungsberechtigte Geschäftsführer: Jens Winicker, Martina Winicker

Registergericht: Amtsgericht Wiesbaden

Registernummer: KG HRA 6085, GmbH HRB 16062

Umsatzsteuer-Identifikationsnummer: DE 169046638

Inhaltlich Verantwortlicher gemäß § 10 Absatz 3 MDStV:

Jens Winicker (Anschrift wie oben)

Inhaltlich Verantwortlicher i.S.d. RStV:

Jens Winicker (Anschrift wie oben)