

Medienkonsum und Medienmacht – Ein Intergenerationen-Vergleich

Facharbeit,
vorgelegt von Johanna Vogt

Fachschaft Sozialwissenschaften
St.-Ursula-Gymnasium Attendorn 2010

Vorwort

Ich möchte mich bei all denen bedanken, die mich durch Ausfüllen eines Fragebogens bei meiner Facharbeit unterstützt und diese dadurch erst ermöglicht haben.

Ein besonderer Dank gilt Herrn Kugelmeier, der mir bei der Durchführung und Auswertung dieser Umfrage Hilfsmittel zur Verfügung stellte und mir stets mit fachkundigem Rat zur Seite stand.

Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung	4
2. Die Macht der Medien	5
2.1 Mediokratie	6
2.2 Medienkonsum	7
3. Medienkonsum im Intergenerationen-Vergleich – eine empirische Untersuchung	9
3.1 Konzept der Umfrage	9
3.2 Ergebnisse	11
3.3 Reflexion	11
4. Fazit	17
5. Literaturverzeichnis	18
6. Selbstständigkeitserklärung	19
7. Anhang	20

1. Einleitung

Unter dem Großbegriff „Medien“ lassen sich sowohl moderne technische Einrichtungen und Erfindungen wie Internet und Fernsehen als auch eher konservative Kommunikationsmittel wie Zeitung und Bücher zusammenfassen. Der Begriff „Medien“ umfasst alle audiovisuellen Verfahren, mit denen Informationen in unterschiedlichster Form verbreitet werden können.

In der heutigen Zeit scheinen die Medien immer mehr an Bedeutung zu gewinnen. Ob in der Schule, bei der Arbeit oder einfach im Alltagsleben, alles scheint von den Medien abhängig oder zumindest mit ihnen verbunden zu sein.

Ein Leben ohne Medien ist besonders in den letzten Jahren praktisch undenkbar geworden.

Ohne die Medien würde jeder Mensch in seiner eigenen „kleinen Welt“ leben und nur sehr wenig von dem Geschehen in der Welt mitbekommen. Im Rahmen der Globalisierung scheint es undenkbar, nicht über den „Tellerrand“ zu schauen und sich nicht weltweit zu informieren.

Medien liefern somit Informationen und vermitteln Allgemeinbildung.

In unserer heutigen Zeit sind die Medien von unbeschreiblich großer Bedeutung, um „up to date“ zu sein. Dadurch müssen die Medien, so meine Hypothese, Macht besitzen, da sie das Wissen der Menschen stark beeinflussen und prägen.

Es scheint so, als habe sich über die Jahre das Konsumverhalten der Menschen bezüglich der Häufigkeit und der Art des Mediums, welches bevorzugt gebraucht wird, verändert.

Aus diesem Grund bin ich auf die Idee gekommen, eine empirische Umfrage zum Thema „Medienkonsum und Medienmacht“ durchzuführen. Ziel dieser Umfrage war es, unterschiedliche Generationen bezüglich ihres Medienkonsums zu befragen, um anschließend deren Konsumverhalten vergleichen zu können.

Um subjektive Ergebnisse über die Macht der Medien zu erhalten, beinhaltet der Fragebogen auch eine Selbsteinschätzung, inwiefern man sich von den Medien beeinflusst fühlt.

Zuletzt wollte ich noch den Bezug Medien und Politik herstellen. Dies habe ich dadurch erreicht, dass die Befragten einschätzen sollten, inwieweit die Medien und die Politik in Beziehung stehen. Mit der nächsten Frage sollten die Befragten angeben, welche Medien sie nutzen, um Informationen über anstehende politische Wahlen zu erhalten.

Mithilfe dieser Facharbeit möchte ich Erkenntnisse über die Macht der Medien und den Medienkonsum gewinnen. Durch meine Befragung sollen mögliche Unterschiede bezüglich des Medienkonsums der Generationen und eventuell auch bezüglich der oben genannten Selbsteinschätzung ermittelt werden.

Gleichzeitig soll ein Bezug zur Politik hergestellt werden und damit soll die Frage gelöst werden, ob Medien und Politik nach Meinung der Befragten in Beziehung stehen oder abhängig voneinander sind.

2. Die Macht der Medien

Die immense Präsenz von Medien in unserer heutigen Gesellschaft ist sicherlich nicht zu leugnen. Daher lässt sich den Medien gleichzeitig eine erhebliche Macht zuschreiben; etwas, was in einer Gesellschaft als wichtiges Instrument vertreten ist, muss gleichzeitig eine sehr hohe Machtstellung haben¹.

Der Begriff der „Macht“ ist sehr eng mit dem der „Manipulation“ verbunden. Jemand, der Macht über jemand anderen oder etwas hat, der kann diesen bzw. dieses beeinflussen, etwas zu tun, was der Vorstellung des Mächtigen, nicht aber der ausführenden Person entspricht. Folglich liegt tatsächlich eine Form von Manipulation vor.

Daher muss der Konsument die Medien mit einer gewissen Vorsicht behandeln, da sich sicherlich niemand freiwillig zu einem Objekt machen möchte, das von den Medien manipuliert wird. Die Medien erlangen ihre Macht durch verschiedene Instanzen, wie zum Beispiel durch die Themenauswahl, mögliches Ausklammern, Fotomontage, Gebrauch von Geräuschen und Soundeffekten und die Titelgebung.

So können die Medien selbst bestimmen, welche Themen sie behandeln, und der Nutzer dieses Mediums hat dies zu akzeptieren oder nicht, aber ein Mitspracherecht hat er in den seltensten Fällen. Mit der Instanz des „Ausklammerns“ ist gemeint, dass man nie sichergehen kann, ob die Medien auch von der ganzen Wahrheit berichten oder ob irgendein Sachverhalt absichtlich verschwiegen wird. Dies spielt auch in der Politik eine entscheidende Rolle: Sobald irgendeine Zeitung oder ein Fernsehsender eine bestimmte politische Richtung vertritt, fließt diese – bewusst oder unbewusst – in die Reportage mit ein, um die favorisierte politische Richtung in ein besseres Licht zu rücken; die Gegnerpartei scheint quasi „ausgeklammert“ zu werden.

¹ Vgl. auch im Folgenden: Marcus Knill, „Medien und ihre Macht der Manipulation“

Durch den Gebrauch von bestimmter Musik und Soundeffekten kann die Stimmung einer Szene völlig verändert werden. So bietet der Bereich „Musik“ eine unwahrscheinlich große Vielfalt an Möglichkeiten. Musik spricht zum Beispiel auch immer eine bestimmte Gruppe von Personen an und kann alle Gefühle von Trauer bis Freude vermitteln.

Eine weitere Macht haben die Medien durch die Titelgebung. Viele Menschen achten zunächst auf den Titel und auf den ersten Eindruck, den zum Beispiel ein Film oder ein Buch vermittelt. So wenden die Medien auch da schon ihre Macht an; sie müssen möglichst attraktiv für ihre Zielgruppe erscheinen und versuchen die Erwartungen zu erfüllen.

Dabei werden die Konsumenten also teilweise schon durch den Titel und die Aufmachung manipuliert. Das Medium ist auffällig gestaltet und lässt nur auf das Beste hoffen, wobei der wirkliche Inhalt und die Erfüllung der angestoßenen Erwartungen völlig vernachlässigt werden.

Daher ist es sehr fraglich, ob die Medien als objektive Informationsquelle bezeichnet werden können.

Sie besitzen so viel Macht in den verschiedensten Bereichen, dass es unwahrscheinlich ist, dass sie diese nicht nutzen bzw. missbrauchen. Gerade unter den heute aktuellen harten Bedingungen des Wettbewerbs müssen die Medien um ihre Konsumenten werben und die in sie gesetzten Erwartungen bestmöglich zu erfüllen versuchen.

2.1 Mediokratie²

Wie bereits erwähnt, spielt die Macht der Medien auch in Bezug auf die Politik eine große Rolle. An dieser Stelle kann der Begriff der „Mediokratie“ eingeführt werden. Dieser stellt ein Wechselspiel zwischen Politik und Medien dar aufgrund der Tatsache, dass diese beiden Institutionen voneinander abhängig sind. Die Medien richten sich folglich genauso nach der Politik, wie sich auch die Politik nach den Medien richtet. Eine Existenz ohne die jeweilige andere Einrichtung wäre damit undenkbar.

Das Problem unserer Gesellschaft scheint es also zu sein, dass die Medien durch ihren immensen Machtgewinn zu mächtig geworden sind und somit fast alle Bereiche unseres Lebens kontrollieren. An dem Beispiel der „Mediokratie“ wird die Macht der Medien in Bezug auf die Politik dargestellt. Daraus ergibt sich, dass die Qualität bzw.

² Vgl. auch im Folgenden: Prof. Dr. Baringhorst, Mediendemokratie oder Mediokratie?

in diesem Fall das Parteiprogramm eines bestimmten Politikers oder einer bestimmten Partei häufig immer mehr in den Hintergrund treten. Erfolg erlangt nur noch derjenige, der sich am besten in den Medien verkaufen kann. Parteiliten werden „gepusht“, wohingegen die Parteibasis an Bedeutung verliert.

Etwas übertrieben kann formuliert werden, dass die Medien die Welt regieren (Bsp.: Wahlkampf von Barack Obama 2009). Alles richtet sich nach den Medien. Die Medien haben durch ihre riesige Expansion nicht nur die Macht gewonnen zu manipulieren und zu beeinflussen, sie haben außerdem die Macht zu zerstören (Bsp.: Bundespräsident Horst Köhler kritisiert die Respektlosigkeit der Medien bezüglich seines Amtes, Rücktritt, 31. Mai 2010). Das ist der Grund, warum Prominente aus allen Bereichen gut vor den Medien aussehen möchten. Sobald sich jemand einen Skandal erlaubt, wird er von den Medien „auseinandergerissen“ (Bsp.: die Clinton-Lewinsky-Affäre, 1998, wurde von der Presse „ausgeschlachtet“).

Zusammenfassend zur Macht der Medien kann also gesagt werden, dass diese bereits unglaublich groß ist und immer weiter expandiert. Die Gefahr besteht darin, dass diese Macht zu groß und missbraucht wird. Hierbei sollte man jedoch eher von einem Ausnahmefall ausgehen. Außerdem sollte man stets bedenken, dass die Freiheit der Medien ein wichtiges demokratisches Gut ist.

Niemand kann sich unsere heutige Welt ohne Medien vorstellen und deswegen sollte man ihnen nicht nur negative Eigenschaften zusprechen. Jedoch muss man beachten, dass Medien fast immer subjektive oder parteiische Schattierungen haben. Sie müssen von verschiedenen Perspektiven betrachtet und dürfen nicht einfach so hingenommen werden. Die Freiheit der Medien sollte ebenso gewährleistet sein wie die Freiheit des Rezipienten, diese stets unter kritischem Aspekt zu konsumieren.

2.2 Medienkonsum

Verbunden mit der Macht der Medien ist auch der Medienkonsum. Die Medien erlangen ihre Macht besonders dadurch, dass sie eine bestimmte Zielgruppe, sprich Konsumentengruppe, ansprechen.

Logischerweise hat daher auch das Medium die meiste Macht, das am meisten konsumiert wird. Somit steigt die Macht der Medien gleichzeitig mit dem Ansteigen des Medienkonsums.

Der Medienkonsum hat sich über die letzten Jahre sehr stark verändert. Denkt man an die 1950er Jahre zurück, so hatten nur die wenigsten Familien einen Fernseher, an einen Computer mit Internet konnte schon gar nicht gedacht werden. Vergleicht man dies mit den Familien der heutigen Zeit, in der die Mehrzahl der Haushalte gleich mehrere funktionierende Fernseher und oft auch Computer mit Internetverbindung hat, wird diese extreme Entwicklung sicherlich deutlich. Erhielt man früher die meisten Informationen aus der Tageszeitung oder aus dem Radio, so haben sich die Gewohnheiten heute völlig geändert: Die meisten Bürger benutzen mehrere Nachrichtenquellen am Tag und haben diesbezüglich auch eine riesige Auswahl zur Verfügung.

3. Medienkonsum im Intergenerationen-Vergleich – eine empirische Untersuchung³

Die zuvor bereits erwähnten Tatsachen wie die Änderungen im Medienkonsum, die Macht der Medien, die auch zum Teil am Begriff der Mediokratie erklärt werden können, sollen nun anhand einer Befragung auf meine Stufe, die Jahrgangsstufe 12, und deren familiäres Umfeld bezogen werden.

3.1 Konzept der Umfrage

Das erste Ziel der Umfrage war es, den Medienkonsum bezüglich der drei verschiedenen Generationen herauszufinden. Deshalb zielte der standardisierte Fragebogen, auf dem die Untersuchung basiert, auf drei Befragtengruppen – erstens auf die „Kinder- bzw. Schülergeneration“ (die sich im vorliegenden Fall aus Schülerinnen und Schülern der Jahrgangsstufe 12 des St.-Ursula-Gymnasiums in Attendorn rekrutiert), zweitens die „Elterngeneration“, nämlich die Eltern der befragten Schüler, und drittens auf die „Großelterngeneration“, also die Großväter und -mütter der befragten Jugendlichen.

Bei der ersten thematischen Frage, die den Medienkonsum betraf, sollten die Befragten ihren persönlichen Konsum der Medien „Fernsehen“, „Radio“, „Illustrierte“, „Zeitung“, „Internet“ und „Fachbücher“ auf einer Skala mit den Antwortmöglichkeiten „regelmäßig“, „häufig“, „manchmal“, „selten“ und „nie“ angeben. Hiermit sollte folglich der Medienkonsum bezüglich der verschiedenen Generationen ermittelt werden.

Der zweite Teil des Fragebogens befasste sich mit dem Thema der „Medienmacht“. Dazu hatten die Teilnehmer der Umfrage die Frage, inwiefern sie sich in ihrem Konsumverhalten bzw. in ihrem Freizeitverhalten bzw. in ihren politischen Ansichten beeinflusst fühlen, auf einer Skala von „stark“ über „mäßig“ und „gering“ bis hin zu „gar nicht“ zu beantworten. Bei der nächsten Frage zur Medienmacht sollten die Probanden die oben genannten Medien Fernsehen, Radio, Zeitung, Illustrierte, Internet und Fachbücher nach ihrer Subjektivität und/oder Parteilichkeit beurteilen. Dies sollte anhand einer Skala über sieben Punkte geschehen. Der erste Punkt bedeutete dabei „eher subjektiv bzw. parteiisch“. Die Subjektivität nahm immer weiter ab bis hin zum

³ Fragebogen im Anhang vorhanden

siebten Punkt, der „eher objektiv bzw. neutral“ als Eigenschaft des jeweiligen Mediums symbolisierte.

Der letzte Teil des Fragebogens sollte Auskunft über die bereits beschriebene Mediokratie geben. Wie gesagt ist mit diesem Begriff die wechselseitige Beziehung zwischen Medien und Politik gemeint. So lautete die erste Frage des Fragebogens zu diesem Thema, ob der/die Befragte denke, dass die Medien von der Politik beeinflusst werden. Die nächste Frage thematisierte das genaue Gegenteil in der wechselseitigen Beziehung der beiden Instanzen: Sie erfragte, ob die Medien die Politik beeinflussen. Für beide Fragen gab es die Antwortmöglichkeiten von „stark“ über „mäßig“ und „gering“ bis zu „gar nicht“.

Mit den letzten beiden Fragen der Umfrage wurde ein weiterer Bezug zur Politik hergestellt.

Die sechste Frage sollte darüber informieren, welcher Anteil der jeweiligen Altersgruppen in welchem Maße an politischen Wahlen, wie zum Beispiel Bundestagswahlen, teilnahm bzw. -nimmt.

Erneut konnten die Teilnehmer der Umfrage auf einer Art Skala antworten, diesmal mit den Optionen „regelmäßig“, „häufig“, „manchmal“, „selten“, „nie“ und der Möglichkeit „Ich bin Erstwähler/-in bzw. ich darf noch nicht wählen.“, da die Schüler/innen aus dem genannten 12. Jahrgang nicht alle schon 18 waren.

Bei der letzten Frage des Fragebogens sollte beantwortet werden, woher bei anstehenden Wahlen die wesentlichen Informationen bezüglich der Parteien und ihrer Repräsentanten bezogen werden. Dabei standen als Antwortmöglichkeiten „Fernsehen“, „Radio“, „Zeitung“, „Illustrierte“ (wie *Spiegel* und *Focus* zum Beispiel), „Internet“, „Fachbücher“, „Parteiprogramme“, „Wahlkampfstände in Fußgängerzonen“, „Wahlplakate“, „Gespräche mit Freunden und Verwandten“ und die Aussage „Ich informiere mich nicht“ zur Auswahl. Mehrfachantworten waren in diesem Fall ebenfalls möglich.

Nebenbei unterschied der Fragebogen auch zwischen den Geschlechtern, um mögliche herausragende Unterschiede zu verdeutlichen.

Zusammenfassend ist zu sagen, dass der Fragebogen alle drei zuvor behandelten Bereiche, nämlich den des Medienkonsums im Intergenerationen-Vergleich, den der Medienmacht und den speziellen Fall der Mediokratie, behandelte.

3.2 Ergebnisse

Insgesamt wurden 86 Personen befragt, davon gehörten 46 zu der Kinder- bzw. Schülergeneration, 24 zu der Elterngeneration und 16 zu der Großelterngeneration.

Aufgrund dieser unterschiedlich gewichteten Verteilung ist zu sagen, dass die folgenden Angaben der Prozentzahlen nicht gleichwertig sind; in der Schülergeneration entspricht eine Stimme 2,17%, bei der Elterngeneration 4,17% und bei der Großelterngeneration 6,25%.

Zu dem ersten Themenbereich, nämlich dem des Medienkonsums, fällt, wenn man die unterschiedlichen Generationen nicht voneinander trennt, auf, dass die Medien Fernsehen, Internet und Zeitung am beliebtesten sind. 59,30% der Befragten sehen regelmäßig fern, 57,83% nutzen regelmäßig das Internet und 50,59% lesen regelmäßig die Zeitung. Besonders wenig scheinen die Medien Illustrierte und Fachbücher genutzt zu werden; davon Illustrierte regelmäßig zu 2,28% und Fachbücher zu 3,66%.

Um den Unterschied zwischen den verschiedenen Generationen deutlich zu machen, werden nun die Einzelauswertungen zu den drei verschiedenen Generationen hinzugezogen.

So werden von der Kinder- bzw. Schülergeneration die beiden Medien Internet und Fernsehen mit Abstand am meisten genutzt. 86,96% dieser Generation surfen regelmäßig im Internet und 69,57% sehen regelmäßig fern. Auch hier werden die Medien Illustrierte (0% regelmäßige Nutzung) und Fachbücher (2,17% regelmäßige Nutzung) am wenigsten genutzt. Bemerkenswert ist jedoch auch die Änderung in dem Konsum des Mediums Zeitung. Beim Zusammenfassen aller Generationen erreichte die Zeitung 50,59% regelmäßige Konsumenten unter den Befragten, in der Schülergeneration jedoch nur 19,57%. Die Umfrageergebnisse bei der Elterngeneration fallen erneut ganz anders aus.

So ist ihr favorisiertes Medium die Zeitung, 79,17% der Befragten lesen diese regelmäßig. Nach dem Konsum der Zeitung kommt der des Fernsehens: Rund 50% der Befragten schauen regelmäßig fern. Das Medium, das in der Schülergeneration alle anderen übertroffen hat, nämlich das Internet, erhält in der Vorgängergeneration nur ein Drittel der Stimmen beim regelmäßigen Konsum. Erneut sind Illustrierte und Fachbücher die am wenigsten genutzten Medien mit 4,17% und 8,70%.

Als Zwischenfazit ist bereits hier eine Änderung im Konsumverhalten bezüglich der Eltern- und deren Kindergeneration zu verzeichnen.

Zuletzt muss nun der Medienkonsum bezüglich der Großelterngeneration hinzugezogen werden. Das meistgenutzte Medium dieser Generation ist eindeutig die Zeitung. 93,75% haben ihren regelmäßigen Gebrauch angegeben, was bedeutet, dass nur eine Person etwas anderes angekreuzt hat, was in diesem Fall die Antwortmöglichkeit „häufig“ war. Außerdem wird noch das Fernsehen von 43,75% der Befragten regelmäßig genutzt. Alle anderen in diesem Fragebogen genannten Medien werden eher abgelehnt. Das am stärksten abgelehnte Medium ist das von der Schülergeneration favorisierte Internet. 0% nutzen das Internet regelmäßig, immerhin 30,77% manchmal und folglich 69,23% nie.

Der Medienkonsum scheint sich also auch zwischen der Eltern- und der Großelterngeneration geändert zu haben. Auffällig ist, dass die modernen und neueren Medien auch hauptsächlich von den jüngeren Generationen genutzt werden. Es scheint also so, als blieben die älteren Generationen lieber bei ihren alten Gewohnheiten, als etwas Neues auszuprobieren.

Der zweite Bereich des Fragebogens befasste sich bekanntlich mit dem Thema der Medienmacht.

Dazu gab es zunächst die Frage, inwiefern sich die Befragten von den Medien in ihrem Konsumverhalten, ihrem Freizeitverhalten und ihren politischen Ansichten beeinflusst fühlten.

Bezüglich der Befragung im Allgemeinen ohne Unterscheidung der Generationen ist zu sagen, dass die Antworten sehr gemischt ausfallen.

So fühlen sich in ihrem Konsumverhalten 11,63% stark, 27,91% mäßig, 40,70% gering und 19,77% gar nicht von den Medien beeinflusst. Es lässt sich zwar sagen, dass die Beeinflussung durch die Medien in diesem Fall eher gering eingeschätzt wird, jedoch ist das Ergebnis hier absolut nicht eindeutig.

Dies lässt sich weitestgehend auch auf die anderen beiden Fragen übertragen.

In ihrem Freizeitverhalten fühlen sich 4,65% stark, 34,88% mäßig, 40,70% gering und 19,77% gar nicht beeinflusst. Auch hier scheint der Trend eher dahin zu gehen, dass die Menschen sich nicht von den Medien beeinflusst fühlen, jedoch sind die 34,88%, die sich mäßig beeinflusst fühlen, auch eine relativ hohe Anzahl und dürfen daher nicht außer Acht gelassen werden.

Bei der die politischen Ansichten betreffenden Frage fühlen sich 9,30% stark beeinflusst, die anderen Befragten haben sich zu etwa gleichen Anteilen, jeweils ungefähr 30%, auf die 3 anderen Antwortmöglichkeiten aufgeteilt.

Das hier deutlich werdende Auseinandergehen der Meinungen kann auch bei der Schülergeneration gesehen werden.

Bei der Frage zum Konsumverhalten haben sich die meisten eher den Mittelbereichen „mäßig“ (32,61%) und „gering“ (34,78%) zugeordnet. Es ist jedoch auffällig, dass sich auch relativ viele stark beeinflusst fühlen, nämlich 19,57%, im Gegensatz zu denen, die sich gar nicht beeinflusst fühlen, 13,04%.

In Bezug auf das Freizeitverhalten fühlen sich über 50% der Umfrageteilnehmer in der Schülergeneration stark bis mäßig beeinflusst. Hier wird also eine gewisse gefühlte Beeinflussung oder Manipulation durch die Medien erkennbar.

In ihren politischen Ansichten fühlen sich dagegen deutlich über 50% gering bis gar nicht von den Medien beeinflusst.

Bei der Elterngeneration fallen in diesem Bereich die Antworten anders aus. So fühlt sich die Mehrheit nur gering im Konsumverhalten (62,50%) und in ihrem Freizeitverhalten (58,33%) beeinflusst, während sich 45,83% mäßig und sogar 16,67% stark in ihren politischen Ansichten beeinflusst fühlen.

Hier kann also schon gesagt werden, dass die beiden verschiedenen Generationen der Schüler und der Eltern die Beeinflussung durch die Medien unterschiedlich wahrnehmen bzw. nicht wahrnehmen.

Bei der Großelterngeneration wurden alle drei Fragen hauptsächlich im Bereich der geringeren Beeinflussung beantwortet. So fühlen sich 56,25% gar nicht in ihrem Konsumverhalten, 43,75% gering in ihrem Freizeitverhalten und 56,25% gar nicht in ihren politischen Ansichten beeinflusst.

Also wird auch hier wieder ein unterschiedliches Empfinden des Maßes der Beeinflussung im Vergleich der verschiedenen Generationen deutlich.

Bei der nächsten Frage zum Thema Macht der Medien sollten die Befragten die Subjektivität bzw. die Neutralität der Medien Fernsehen, Radio, Zeitung, Illustrierte, Internet und Fachbücher einschätzen. Dazu gab es eine Skala von 1 bis 7, wobei 1 „eher subjektiv bzw. parteiisch“ und 7 „eher objektiv bzw. neutral“ bedeutete. Bei der Auswertung ohne den Generationenvergleich fällt auf, dass so differenziert geantwortet wurde, dass der Median fast immer bei 4, also dem Mittelwert liegt. Für das Medium Illustrierte liegt er bei 3, also gelten diese als eher subjektiv, und bei dem Medium Fachbücher liegt er bei 6, diese gelten also als eher neutral.

Die Schülergeneration sieht dies ähnlich. So liegt der Median bezüglich des Fernsehens bei 3, also eher bei subjektiv, genauso wie bei den Illustrierten. Beim Radio, der

Zeitung und dem Internet liegt er genau auf dem Mittelwert, also bei 4, und erneut werden die Fachbücher als eher objektiv mit dem Median 6 beurteilt.

Auch die Elterngeneration hat zu diesem Thema ähnliche Aussagen gemacht. Eine Ausnahme ist, dass sie die Zeitung etwas subjektiver mit dem Median 3 eingeschätzt hat. Ebenso wurde die Illustrierte subjektiver empfunden (Median 2). Das Internet wurde jedoch als eine Einheit objektiver (Median 5) eingeordnet.

Bei der Großelterngeneration wird insgesamt eine eher objektive Auffassung deutlich. Das Fernsehen wird mit dem Median 5 gesehen, ebenso wie die Zeitung. Die Illustrierten und das Radio wurden mit dem Mittelwert 4, das Internet sehr objektiv mit dem Median 6 und die Fachbücher als völlig objektiv mit dem Median 7 ausgezeichnet. Erneut scheinen die verschiedenen Generationen die Medien unterschiedlich wahrzunehmen und einzuordnen.

Die Aussagen bezüglich einiger Medien sind sicherlich hinterfragbar, zum Beispiel die der Großeltern über das Internet, da eine Nutzung oder eine wirkliche Kenntnis über dieses Medium gar nicht oder kaum vorhanden ist.

Der nächste Themenbereich des Fragebogens umfasste die Mediokratie. Dazu wurden die beiden Fragen gestellt, ob die Medien durch die Politik beeinflusst werden und ob die Medien die Politik beeinflussen.

In der gesamten Umfrage ohne Generationsunterscheidung denkt die Mehrheit der Befragten mit 61,63%, dass die Medien mäßig durch die Politik beeinflusst werden. 22,09% denken sogar, dass die Medien stark beeinflusst werden. Hier überwiegt also die Auffassung des Beeinflussens.

Bei der umgekehrten Frage ist das Ergebnis ähnlich: 41,89% denken, dass die Medien die Politik mäßig beeinflussen, und 33,72% denken, dass sie diese sogar stark beeinflussen.

Bei der Schülergeneration fällt das Ergebnis fast identisch aus bis auf ein paar geringe Abweichungen in der Prozentzahl.

Also scheint auch hier die Wechselwirkung zwischen den Einrichtungen Medien und Politik erkannt worden zu sein.

Auch bei der Elterngeneration geht die Tendenz bei beiden Fragen dahin, dass die Medien und die Politik sich gegenseitig beeinflussen. Bezüglich der Frage, ob die Medien durch die Politik beeinflusst werden, fällt das Ergebnis wiederum fast identisch aus und auch bei der umgekehrten Frage sind nur geringe Abweichungen erkennbar.

Eben diese Aussage kann auch für die Großelterngeneration wiederholt werden.

Bei diesen beiden Fragen zur Mediokratie scheint es also keine Abweichungen zwischen den verschiedenen Generationen zu geben. Die eindeutige Mehrheit jeder Generation erkennt die wechselseitige Beziehung und Machtausübung.

Die letzten beiden Fragen des Fragebogens bezogen sich erneut auf die Politik.

So sollte mit der 6. Frage herausgefunden werden, welche Generationen in welchem Maße an politischen Wahlen teilnehmen.

Betrachtet man das Ergebnis aller 86 befragten Personen, so sieht man, dass 74,42%, also die eindeutige Mehrheit, regelmäßig wählen gehen. 6,98% gehen häufig wählen und 3,49% manchmal. Die Antworten „selten“ und „nie“ wurden gar nicht gegeben. Die restlichen 15,12% sind Erstwähler/innen bzw. dürfen noch nicht wählen.

Es wird also deutlich, dass ein sehr hohes politisches Interesse vorliegt.

Bei der Schülergeneration nehmen 58,70% regelmäßig, 10,87% häufig und 4,35% manchmal an Wahlen teil. Die übrigen 26,09% sind Erstwähler/innen oder dürfen noch nicht wählen.

Von den Befragten der Elterngeneration gehen 87,50% regelmäßig, 8,33% häufig und 4,17% manchmal wählen.

Bei der Großelterngeneration gehen 100% der Befragten regelmäßig wählen.

Es ist also über alle Generationen verteilt ein politisches Interesse zu erkennen, welches jedoch von der Schüler- über die Eltern- zur Großelterngeneration immer weiter steigt.

Die folgende Frage sollte darüber aufklären, welche Medien die Befragten nutzen, um sich über politische Angelegenheiten zu informieren.

Die Befragten hatten die Möglichkeit, Mehrfachantworten zu geben bei der Auswahl zwischen Fernsehen, Radio, Zeitung, Illustrierten, Internet, Fachbüchern, Parteiprogrammen, Wahlkampfständen in Fußgängerzonen, Wahlplakaten, Gesprächen mit Freunden oder Verwandten oder der Aussage „Ich informiere mich nicht.“

Aufgrund der Möglichkeit der Mehrfachantworten übersteigen die Prozentangaben zusammengerechnet 100%.

In der allgemeinen Auswertung haben 76,74% den Fernseher als Informationsquelle angegeben, danach kommt mit 75,58% die Zeitung, gefolgt von Gesprächen mit Freunden und Verwandten mit 55,81%. Jeweils zu 3,49% als geringstes Ergebnis wurden Fachbücher und die Aussage „Ich informiere mich nicht“ angegeben.

In der Schülergeneration ist das Fernsehen ebenfalls die am meisten genutzte Informationsquelle (71,74%). Danach kommen ebenfalls das Medium Zeitung und Gespräche mit Freunden und Verwandten.

Fachbücher und keine Informationsquelle sind auch hier die am wenigsten genutzten Antwortmöglichkeiten.

Bei der Elterngeneration kommt neben dem Fernsehen, der Zeitung und Gesprächen mit Verwandten noch das Radio als meistgenutzte Informationsquelle hinzu.

Die am wenigsten genutzten Quellen sind auch wieder die gleichen, außer dass hier noch Wahlkampfstände in Fußgängerzonen hinzukommen.

Die Großelterngeneration nutzt fast ausschließlich Fernsehen und Zeitung, um an Informationen zu gelangen.

Gar nicht genutzt werden Internet und Wahlkampfstände in Fußgängerzonen.

Also gibt es bei den Informationsquellen bei anstehenden politischen Wahlen in den verschiedenen Generationen sowohl Gemeinsamkeiten als auch Unterschiede.

Das Fernsehen ist in allen Generationen als eine der beiden wichtigsten Informationsquellen enthalten, ebenso wie die Zeitung.

Unterschiede gibt es zum Beispiel wiederum bei der Nutzung des Internets.

Insgesamt ist zu diesem Fragebogen zum Intergenerationen-Vergleich also zu sagen, dass es in manchen Themenbereichen, wie dem der Mediokratie, in den Antworten keine oder kaum Unterschiede zwischen den Generationen zu geben scheint. In anderen Themenbereichen, besonders dem des Medienkonsums, gibt es erhebliche Unterschiede zwischen den Generationen.

Es scheint aber kein vollständiger Bruch zwischen den Generationen vorhanden zu sein, da es in einigen Punkten noch eine Vielzahl an Übereinstimmungen gibt.

3.3 Reflexion

Rückblickend auf meine Facharbeit kann ich feststellen, dass ich mithilfe des Fragebogens Erkenntnisse bezüglich des Medienkonsumverhaltens von drei verschiedenen Generationen, der Medienmacht und der Mediokratie gewonnen habe. Obwohl sich bei der Großeltern- und Elterngeneration vergleichsweise wenige Teilnehmer gefunden haben, habe ich dennoch versucht, die prozentual ermittelten Werte in Beziehung zu setzen.

Meine Erwartungen, dass sich vor allem die Großelterngeneration gegenüber den neuen Medien nicht geöffnet hat, konnte mithilfe der Umfrage bestätigt werden. Als besonders signifikant ist mir Folgendes aufgefallen: Alle drei Generationen erkennen die Mediokratie, fühlen sich aber paradoxerweise nur gering von den Medien beeinflusst, das heißt, Mediokratie: ja – Medienmacht: nein. Dies weist darauf hin, dass die Konsumenten den Medien gegenüber tatsächlich relativ unkritisch sind.

Ich halte es daher für erforderlich, dass die Bevölkerung, die mit einem riesigen Medienangebot zurechtkommen muss, welches dazu noch in höchstem Maße manipulativ ist, dringend aufgeklärt wird über die Notwendigkeit, einen kritischen Standpunkt den Medien gegenüber zu pflegen.

4. Fazit

Auch wenn die neuen Medien, wie zum Beispiel das Internet, die Großelterngeneration kaum erreichen, konnte ich nachweisen, dass die Medien eine starke Machtposition innerhalb der Gesellschaft innehaben. Häufig können sie daher von der Politik benutzt werden als „Mittel zum Zweck“ bzw. sie selbst haben die Macht, aktiv die Politik zu beeinflussen.

Medienmacht wird vor allem dadurch gestärkt, dass die Konsumenten sich dieser Macht nicht bewusst sind und sich daher wenig kritisch verhalten.

Es ist daher wichtig, dass den Menschen ins Bewusstsein gerufen wird, dass jede Information, die mithilfe von Medien vermittelt wird, ein Konstrukt und somit stets manipulativ ist.

5. Literaturverzeichnis

Internet:

- „Medien und ihre Macht der Manipulation“, Marcus Knill

www.rhetorik.ch/Macht/Macht.html

Stand: 01.04.2010

- „Medienmacht und Medienmissbrauch – Aus Politik und Zeitgeschichte...“

www.bpb.de/publikationen863B1K,0,0,Medienmacht_und_Medienkonsum

Stand: 01.04.2010

- „Fakten zum Medienkonsum“

www.wortgefecht.net/social-media/fakten-zum-medienkonsum/

Stand: 01.04.2010

Lehrmaterial:

- Vorlesung in der Universität Siegen

„Grundbegriffe und Grundprobleme der Politikwissenschaft I

Mediendemokratie oder Mediokratie?“, Prof. Dr. Sigrid Baringhorst

Stand: Wintersemester 2009/2010

6. Selbstständigkeitserklärung

Hiermit erkläre ich, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig und ohne fremde Hilfe verfasst und keine anderen als die im Literaturverzeichnis angegebenen Hilfsmittel verwendet habe.

Insbesondere versichere ich, dass ich alle wörtlichen und sinngemäßen Übernahmen aus anderen Werken als solche kenntlich gemacht habe.

Ort, Datum

Unterschrift

7. Anhang

1. Fragebogen

Fragebogen:

Medienkonsum und Medienmacht – Ein Intergenerationen-Vergleich

Im Rahmen einer sozialwissenschaftlichen Facharbeit untersuche ich das Verhältnis verschiedener Generationen zu den Massenmedien. Ich bitte Sie, mich darin zu unterstützen und die folgenden Fragen so ehrlich wie möglich zu beantworten. Selbstverständlich ist die Umfrage anonym. Vielen Dank!

Johanna Vogt, Jgst. 12

Geschlecht:

männlich weiblich

Alter:

Kinder- bzw. Schülergeneration

Elterngeneration

Großelterngeneration

1. Von welchen Medien machen Sie Gebrauch? (Bitte jeweils ankreuzen.)

	regelmäßig	häufig	manchmal	selten	nie
Fernsehen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Radio	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Illustrierte	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Zeitung	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Internet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fachbücher	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

2. Inwieweit fühlen Sie sich durch die Medien beeinflusst?

	stark	mäßig	gering	gar nicht
In meinem Konsumverhalten:	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
In meinem Freizeitverhalten:	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
In meinen politischen Ansichten:	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

3. Sind die folgenden Medien Ihrer Ansicht nach eher objektiv-neutrale oder eher subjektiv-parteiische Informationsquellen? (Bitte jeweils einen Punkt auf der Linie ankreuzen.)

	eher subjektiv bzw. parteiisch	eher objektiv bzw. neutral
Fernsehen	o-----o-----o-----o-----o-----o-----o-----o-----o-----o	
Radio	o-----o-----o-----o-----o-----o-----o-----o-----o-----o	
Zeitung	o-----o-----o-----o-----o-----o-----o-----o-----o-----o	
Illustrierte	o-----o-----o-----o-----o-----o-----o-----o-----o-----o	
Internet	o-----o-----o-----o-----o-----o-----o-----o-----o-----o	
Fachbücher	o-----o-----o-----o-----o-----o-----o-----o-----o-----o	

4. Denken Sie, Medien werden durch die Politik beeinflusst?

stark	mäßig	gering	gar nicht
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

5. Denken Sie, die Medien beeinflussen die Politik?

stark	mäßig	gering	gar nicht
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

6. Nehmen Sie an politischen Wahlen teil?

- | regelmäßig | häufig | manchmal | selten | nie |
|---|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| <input type="radio"/> Ich bin Erstwähler/-in bzw. ich darf noch nicht wählen. | | | | |

7. Woher beziehen Sie vor anstehenden politischen Wahlen (z. B. Bundestagswahlen) die wesentlichen Informationen bezüglich der Parteien und ihrer Repräsentanten? (Mehrfachantworten sind möglich).

- Fernsehen
- Radio
- Zeitung
- Illustrierte (Spiegel, Focus, Stern usw.)
- Internet
- Fachbücher
- Parteiprogramme
- Wahlkampfstände in Fußgängerzonen
- Wahlplakate
- Gespräche mit Freunden/Verwandten

- Ich informiere mich nicht

2. Auswertung - Medien

Grundauswertung der Befragung: Medien

1) Geschlecht:

männlich	31	(36,05%)
weiblich	55	(63,95%)
<hr/>		
Summe	86	
ohne Antwort	0	
Mittelwert	1,64	
Median	2	

x) Alter:

Kinder- bzw. Schülergeneration	46	(53,49%)
Elterngeneration	24	(27,91%)
Großelterngeneration	16	(18,60%)
<hr/>		
Nennungen (Mehrfachwahl möglich!)	86	
geantwortet haben	86	
ohne Antwort	0	

2) Wie oft machen Sie vom Medium Fernsehen Gebrauch?

regelmäßig	51	(59,30%)
häufig	24	(27,91%)
manchmal	10	(11,63%)
selten	0	(0,00%)
nie	1	(1,16%)
<hr/>		
Nennungen (Mehrfachwahl möglich!)	86	
geantwortet haben	86	
ohne Antwort	0	

3) Wie oft machen Sie vom Medium Radio Gebrauch?

regelmäßig	31	(36,47%)
häufig	19	(22,35%)
manchmal	18	(21,18%)
selten	15	(17,65%)
nie	2	(2,35%)
<hr/>		
Nennungen (Mehrfachwahl möglich!)	85	
geantwortet haben	85	
ohne Antwort	1	

4) Wie oft machen Sie vom Medium Illustrierte Gebrauch?

regelmäßig	2	(2,38%)
häufig	12	(14,29%)
manchmal	28	(33,33%)
selten	34	(40,48%)
nie	8	(9,52%)
<hr/>		
Nennungen (Mehrfachwahl möglich!)	84	
geantwortet haben	84	
ohne Antwort	2	

5) Wie oft machen Sie vom Medium Zeitung Gebrauch?

regelmäßig	43	(50,59%)
häufig	18	(21,18%)
manchmal	12	(14,12%)
selten	12	(14,12%)
nie	0	(0,00%)
<hr/>		
Nennungen (Mehrfachwahl möglich!)	85	
geantwortet haben	85	
ohne Antwort	1	

6) Wie oft machen Sie vom Medium Internet Gebrauch?

regelmäßig	48	(57,83%)
häufig	15	(18,07%)
manchmal	8	(9,64%)
selten	4	(4,82%)
nie	8	(9,64%)
<hr/>		
Nennungen (Mehrfachwahl möglich!)	83	
geantwortet haben	83	
ohne Antwort	3	

7) Wie oft machen Sie vom Medium Fachbücher Gebrauch?

regelmäßig	3	(3,66%)
häufig	14	(17,07%)
manchmal	23	(28,05%)
selten	29	(35,37%)
nie	13	(15,85%)
<hr/>		
Nennungen (Mehrfachwahl möglich!)	82	
geantwortet haben	82	
ohne Antwort	4	

8) Inwieweit fühlen Sie sich in Ihrem Konsumverhalten durch die Medien beeinflusst?

stark	10	(11,63%)
mäßig	24	(27,91%)
gering	35	(40,70%)
gar nicht	17	(19,77%)
<hr/>		
Nennungen (Mehrfachwahl möglich!)	86	
geantwortet haben	86	
ohne Antwort	0	

9) Inwieweit fühlen Sie sich in Ihrem Freizeitverhalten durch die Medien beeinflusst?

stark	4	(4,65%)
mäßig	30	(34,88%)
gering	35	(40,70%)
gar nicht	17	(19,77%)
<hr/>		
Nennungen (Mehrfachwahl möglich!)	86	
geantwortet haben	86	
ohne Antwort	0	

10) Inwieweit fühlen Sie sich in Ihren politischen Ansichten durch die Medien beeinflusst?

stark	8	(9,30%)
mäßig	28	(32,56%)
gering	26	(30,23%)
gar nicht	24	(27,91%)
<hr/>		
Nennungen (Mehrfachwahl möglich!)	86	
geantwortet haben	86	
ohne Antwort	0	

11) Sind die folgenden Medien Ihrer Ansicht nach eher objektiv-neutrale oder eher subjektiv-parteiische Informationsquellen?- Fernsehen

eher subjektiv	9	(10,47%)
	17	(19,77%)
	16	(18,60%)
	13	(15,12%)
	14	(16,28%)
	14	(16,28%)
eher objektiv	3	(3,49%)
<hr/>		
Summe	86	
ohne Antwort	0	
Mittelwert	3,7	
Median	4	

12) Sind die folgenden Medien Ihrer Ansicht nach eher objektiv-neutrale oder eher subjektiv-parteiische Informationsquellen?- Radio

eher subjektiv	2 (2,41%)
	5 (6,02%)
	18 (21,69%)
	21 (25,30%)
	19 (22,89%)
	14 (16,87%)
eher objektiv	4 (4,82%)
<hr/>	
Summe	83
ohne Antwort	3
Mittelwert	4,3
Median	4

13) Sind die folgenden Medien Ihrer Ansicht nach eher objektiv-neutrale oder eher subjektiv-parteiische Informationsquellen?- Zeitung

eher subjektiv	10 (11,63%)
	8 (9,30%)
	12 (13,95%)
	18 (20,93%)
	10 (11,63%)
	18 (20,93%)
eher objektiv	10 (11,63%)
<hr/>	
Summe	86
ohne Antwort	0
Mittelwert	4,21
Median	4

14) Sind die folgenden Medien Ihrer Ansicht nach eher objektiv-neutrale oder eher subjektiv-parteiische Informationsquellen?- Illustrierte

eher subjektiv	22 (26,51%)
	18 (21,69%)
	13 (15,66%)
	10 (12,05%)
	10 (12,05%)
	5 (6,02%)
eher objektiv	5 (6,02%)
<hr/>	
Summe	83
ohne Antwort	3
Mittelwert	3,04
Median	3

15) Sind die folgenden Medien Ihrer Ansicht nach eher objektiv-neutrale oder eher subjektiv-parteiische Informationsquellen?- Internet

eher subjektiv	5 (6,33%)
	8 (10,13%)
	8 (10,13%)
	15 (18,99%)
	16 (20,25%)
	15 (18,99%)
eher objektiv	12 (15,19%)
<hr/>	
Summe	79
ohne Antwort	7
Mittelwert	4,54
Median	5

16) Sind die folgenden Medien Ihrer Ansicht nach eher objektiv-neutrale oder eher subjektiv-parteiische Informationsquellen?- Fachbücher

eher subjektiv	2 (2,53%)
	7 (8,86%)
	3 (3,80%)
	12 (15,19%)
	3 (3,80%)
	22 (27,85%)
eher objektiv	30 (37,97%)
<hr/>	
Summe	79
ohne Antwort	7
Mittelwert	5,44
Median	6

17) Denken Sie, Medien werden durch die Politik beeinflusst?

stark	19	(22,09%)
mäßig	53	(61,63%)
gering	13	(15,12%)
gar nicht	1	(1,16%)
<hr/>		
Nennungen (Mehrfachwahl möglich!)	86	
geantwortet haben	86	
ohne Antwort	0	

18) Denken Sie, die Medien beeinflussen Politik?

stark	29	(33,72%)
mäßig	36	(41,86%)
gering	20	(23,26%)
gar nicht	1	(1,16%)
<hr/>		
Nennungen (Mehrfachwahl möglich!)	86	
geantwortet haben	86	
ohne Antwort	0	

19) Nehmen Sie an politischen Wahlen teil?

regelmäßig	64	(74,42%)
häufig	6	(6,98%)
manchmal	3	(3,49%)
selten	0	(0,00%)
nie	0	(0,00%)
ich bin Erstwähler/-in bzw. ich darf noch nicht wählen.	13	(15,12%)
<hr/>		
Nennungen (Mehrfachwahl möglich!)	86	
geantwortet haben	86	
ohne Antwort	0	

20) Woher beziehen Sie vor anstehenden politischen Wahlen (z. B. Bundestagswahlen) die wesentlichen Informationen bezüglich der Parteien und ihrer Repräsentanten? (Mehrfachantworten sind möglich.)

Fernsehen	66	(76,74%)
Radio	36	(41,86%)
Zeitung	65	(75,58%)
Illustrierte (Spiegel, Focus, Stern,...)	11	(12,79%)
Internet	32	(37,21%)
Fachbücher	3	(3,49%)
Parteiprogramme	39	(45,35%)
Wahlkampfstände in Fußgängerzonen	6	(6,98%)
Wahlplakate	38	(44,19%)
Gespräche mit Freunden/Verwandten	48	(55,81%)
Ich informiere mich nicht.	3	(3,49%)
<hr/>		
Nennungen (Mehrfachwahl möglich!)	347	
geantwortet haben	86	
ohne Antwort	0	

3. Auswertung – Schülergeneration

Grundauswertung der Befragung: Medien - Schüler

1) Geschlecht:

männlich	14	(30,43%)
weiblich	32	(69,57%)
<hr/>		
Nennungen (Mehrfachwahl möglich!)	46	
geantwortet haben	46	
ohne Antwort	0	

2) Wie oft machen Sie vom Medium Fernsehen Gebrauch?

regelmäßig	32	(69,57%)
häufig	10	(21,74%)
manchmal	3	(6,52%)
selten	0	(0,00%)
nie	1	(2,17%)
<hr/>		
Nennungen (Mehrfachwahl möglich!)	46	
geantwortet haben	46	
ohne Antwort	0	

3) Wie oft machen Sie vom Medium Radio Gebrauch?

regelmäßig	19	(41,30%)
häufig	10	(21,74%)
manchmal	5	(10,87%)
selten	12	(26,09%)
nie	0	(0,00%)
<hr/>		
Nennungen (Mehrfachwahl möglich!)	46	
geantwortet haben	46	
ohne Antwort	0	

4) Wie oft machen Sie vom Medium Illustrierte Gebrauch?

regelmäßig	0	(0,00%)
häufig	7	(15,22%)
manchmal	15	(32,61%)
selten	19	(41,30%)
nie	5	(10,87%)
<hr/>		
Nennungen (Mehrfachwahl möglich!)	46	
geantwortet haben	46	
ohne Antwort	0	

5) Wie oft machen Sie vom Medium Zeitung Gebrauch?

regelmäßig	9	(19,57%)
häufig	16	(34,78%)
manchmal	9	(19,57%)
selten	12	(26,09%)
nie	0	(0,00%)
<hr/>		
Nennungen (Mehrfachwahl möglich!)	46	
geantwortet haben	46	
ohne Antwort	0	

6) Wie oft machen Sie vom Medium Internet Gebrauch?

regelmäßig	40	(86,96%)
häufig	6	(13,04%)
manchmal	0	(0,00%)
selten	0	(0,00%)
nie	0	(0,00%)
<hr/>		
Nennungen (Mehrfachwahl möglich!)	46	
geantwortet haben	46	
ohne Antwort	0	

7) Wie oft machen Sie vom Medium Fachbücher Gebrauch?

regelmäßig	1	(2,17%)
häufig	8	(17,39%)
manchmal	11	(23,91%)
selten	21	(45,65%)
nie	5	(10,87%)
<hr/>		
Nennungen (Mehrfachwahl möglich!)	46	
geantwortet haben	46	
ohne Antwort	0	

8) Inwieweit fühlen Sie sich in Ihrem Konsumverhalten durch die Medien beeinflusst?

stark	9	(19,57%)
mäßig	15	(32,61%)
gering	16	(34,78%)
gar nicht	6	(13,04%)
<hr/>		
Nennungen (Mehrfachwahl möglich!)	46	
geantwortet haben	46	
ohne Antwort	0	

9) Inwieweit fühlen Sie sich in Ihrem Freizeitverhalten durch die Medien beeinflusst?

stark	3	(6,52%)
mäßig	23	(50,00%)
gering	14	(30,43%)
gar nicht	6	(13,04%)
<hr/>		
Nennungen (Mehrfachwahl möglich!)	46	
geantwortet haben	46	
ohne Antwort	0	

10) Inwieweit fühlen Sie sich in Ihren politischen Ansichten durch die Medien beeinflusst?

stark	3	(6,52%)
mäßig	11	(23,91%)
gering	19	(41,30%)
gar nicht	13	(28,26%)
<hr/>		
Nennungen (Mehrfachwahl möglich!)	46	
geantwortet haben	46	
ohne Antwort	0	

11) Sind die folgenden Medien Ihrer Ansicht nach eher objektiv-neutrale oder eher subjektiv-parteiische Informationsquellen? (Bitte jeweils einen Punkt auf der Linie ankreuzen.)-Fernsehen

eher subjektiv	5	(10,87%)
	12	(26,09%)
	10	(21,74%)
	4	(8,70%)
	6	(13,04%)
	8	(17,39%)
eher objektiv	1	(2,17%)
<hr/>		
Summe	46	
ohne Antwort	0	
Mittelwert	3,48	
Median	3	

12) Sind die folgenden Medien Ihrer Ansicht nach eher objektiv-neutrale oder eher subjektiv-parteiische Informationsquellen? (Bitte jeweils einen Punkt auf der Linie ankreuzen.)-Radio

eher subjektiv	1	(2,17%)
	3	(6,52%)
	12	(26,09%)
	9	(19,57%)
	9	(19,57%)
	9	(19,57%)
eher objektiv	3	(6,52%)
<hr/>		
Summe	46	
ohne Antwort	0	
Mittelwert	4,33	
Median	4	

13) Sind die folgenden Medien Ihrer Ansicht nach eher objektiv-neutrale oder eher subjektiv-parteiische Informationsquellen? (Bitte jeweils einen Punkt auf der Linie ankreuzen.)-Zeitung

eher subjektiv	4 (8,70%)
	2 (4,35%)
	6 (13,04%)
	13 (28,26%)
	4 (8,70%)
	11 (23,91%)
eher objektiv	6 (13,04%)
<hr/>	
Summe	46
ohne Antwort	0
Mittelwert	4,48
Median	4

14) Sind die folgenden Medien Ihrer Ansicht nach eher objektiv-neutrale oder eher subjektiv-parteiische Informationsquellen? (Bitte jeweils einen Punkt auf der Linie ankreuzen.)-Illustrierte

eher subjektiv	11 (23,91%)
	7 (15,22%)
	10 (21,74%)
	9 (19,57%)
	5 (10,87%)
	2 (4,35%)
eher objektiv	2 (4,35%)
<hr/>	
Summe	46
ohne Antwort	0
Mittelwert	3,09
Median	3

15) Sind die folgenden Medien Ihrer Ansicht nach eher objektiv-neutrale oder eher subjektiv-parteiische Informationsquellen? (Bitte jeweils einen Punkt auf der Linie ankreuzen.)-Internet

eher subjektiv	4 (8,70%)
	5 (10,87%)
	4 (8,70%)
	11 (23,91%)
	9 (19,57%)
	7 (15,22%)
eher objektiv	6 (13,04%)
<hr/>	
Summe	46
ohne Antwort	0
Mittelwert	4,33
Median	4

16) Sind die folgenden Medien Ihrer Ansicht nach eher objektiv-neutrale oder eher subjektiv-parteiische Informationsquellen? (Bitte jeweils einen Punkt auf der Linie ankreuzen.)-Fachbücher

eher subjektiv	0 (0,00%)
	5 (10,87%)
	2 (4,35%)
	7 (15,22%)
	0 (0,00%)
	13 (28,26%)
eher objektiv	19 (41,30%)
<hr/>	
Summe	46
ohne Antwort	0
Mittelwert	5,54
Median	6

17) Denken Sie, Medien werden durch die Politik beeinflusst?

stark	7 (15,22%)
mäßig	29 (63,04%)
gering	10 (21,74%)
gar nicht	0 (0,00%)
<hr/>	
Nennungen (Mehrfachwahl möglich!)	46
geantwortet haben	46
ohne Antwort	0

18) Denken Sie, Medien beeinflussen die Politik?

stark	15	(32,61%)
mäßig	24	(52,17%)
gering	7	(15,22%)
gar nicht	0	(0,00%)
<hr/>		
Nennungen (Mehrfachwahl möglich!)	46	
geantwortet haben	46	
ohne Antwort	0	

19) Nehmen Sie an politischen Wahlen teil?

regelmäßig	27	(58,70%)
häufig	5	(10,87%)
manchmal	2	(4,35%)
selten	0	(0,00%)
nie	0	(0,00%)
Ich bin Erstwähler/-in bzw. ich darf noch nicht wählen.	12	(26,09%)
<hr/>		
Nennungen (Mehrfachwahl möglich!)	46	
geantwortet haben	46	
ohne Antwort	0	

20) Woher beziehen Sie vor anstehenden politischen Wahlen (z. B. Bundestagswahlen) die wesentlichen Informationen bezüglich der Parteien und ihrer Repräsentanten? (Mehrfachantworten sind möglich.)

Fernsehen	33	(71,74%)
Radio	17	(36,96%)
Zeitung	32	(69,57%)
Illustrierte	4	(8,70%)
Internet	26	(56,52%)
Fachbücher	0	(0,00%)
Parteiprogramme	22	(47,83%)
Wahlkampfstände in Fußgängerzonen	4	(8,70%)
Wahlplakate	26	(56,52%)
Gespräche mit Freunden/Verwandten	27	(58,70%)
Ich informiere mich nicht.	2	(4,35%)
<hr/>		
Nennungen (Mehrfachwahl möglich!)	193	
geantwortet haben	46	
ohne Antwort	0	

4. Auswertung – Elterngeneration

Grundauswertung der Befragung: Medien - Eltern

1) Geschlecht

männlich	9	(37,50%)
weiblich	15	(62,50%)
<hr/>		
Nennungen (Mehrfachwahl möglich!)	24	
geantwortet haben	24	
ohne Antwort	0	

2) Wie oft machen Sie vom Medium Fernsehen Gebrauch?

regelmäßig	12	(50,00%)
häufig	8	(33,33%)
manchmal	4	(16,67%)
selten	0	(0,00%)
nie	0	(0,00%)
<hr/>		
Nennungen (Mehrfachwahl möglich!)	24	
geantwortet haben	24	
ohne Antwort	0	

3) Wie oft machen Sie vom Medium Radio Gebrauch?

regelmäßig	10	(43,48%)
häufig	4	(17,39%)
manchmal	7	(30,43%)
selten	2	(8,70%)
nie	0	(0,00%)
<hr/>		
Nennungen (Mehrfachwahl möglich!)	23	
geantwortet haben	23	
ohne Antwort	1	

4) Wie oft machen Sie vom Medium Illustrierte Gebrauch?

regelmäßig	1	(4,17%)
häufig	2	(8,33%)
manchmal	10	(41,67%)
selten	11	(45,83%)
nie	0	(0,00%)
<hr/>		
Nennungen (Mehrfachwahl möglich!)	24	
geantwortet haben	24	
ohne Antwort	0	

5) Wie oft machen Sie vom Medium Zeitung Gebrauch?

regelmäßig	19	(79,17%)
häufig	1	(4,17%)
manchmal	3	(12,50%)
selten	1	(4,17%)
nie	0	(0,00%)
<hr/>		
Nennungen (Mehrfachwahl möglich!)	24	
geantwortet haben	24	
ohne Antwort	0	

6) Wie oft machen Sie vom Medium Internet Gebrauch?

regelmäßig	8	(33,33%)
häufig	9	(37,50%)
manchmal	4	(16,67%)
selten	3	(12,50%)
nie	0	(0,00%)
<hr/>		
Nennungen (Mehrfachwahl möglich!)	24	
geantwortet haben	24	
ohne Antwort	0	

7) Wie oft machen Sie vom Medium Fachbücher Gebrauch?

regelmäßig	2	(8,70%)
häufig	5	(21,74%)
manchmal	8	(34,78%)
selten	6	(26,09%)
nie	2	(8,70%)
<hr/>		
Nennungen (Mehrfachwahl möglich!)	23	
geantwortet haben	23	
ohne Antwort	1	

8) Inwieweit fühlen Sie sich durch die Medien in Ihrem Konsumverhalten beeinflusst?

stark	1	(4,17%)
mäßig	6	(25,00%)
gering	15	(62,50%)
gar nicht	2	(8,33%)
<hr/>		
Nennungen (Mehrfachwahl möglich!)	24	
geantwortet haben	24	
ohne Antwort	0	

9) Inwieweit fühlen Sie sich durch die Medien in Ihrem Freizeitverhalten beeinflusst?

stark	0	(0,00%)
mäßig	6	(25,00%)
gering	14	(58,33%)
gar nicht	4	(16,67%)
<hr/>		
Nennungen (Mehrfachwahl möglich!)	24	
geantwortet haben	24	
ohne Antwort	0	

10) Inwieweit fühlen Sie sich durch die Medien in Ihren politischen Ansichten beeinflusst?

stark	4	(16,67%)
mäßig	11	(45,83%)
gering	6	(25,00%)
gar nicht	3	(12,50%)
<hr/>		
Nennungen (Mehrfachwahl möglich!)	24	
geantwortet haben	24	
ohne Antwort	0	

11) Sind die folgenden Medien Ihrer Ansicht nach eher objektiv-neutrale oder eher subjektiv-parteiische Informationsquellen? (Bitte jeweils einen Punkt auf der Linie ankreuzen.)-Fernsehen

eher subjektiv	3	(12,50%)
	5	(20,83%)
	4	(16,67%)
	5	(20,83%)
	3	(12,50%)
	4	(16,67%)
eher objektiv	0	(0,00%)
<hr/>		
Summe	24	
ohne Antwort	0	
Mittelwert	3,5	
Median	3	

12) Sind die folgenden Medien Ihrer Ansicht nach eher objektiv-neutrale oder eher subjektiv-parteiische Informationsquellen? (Bitte jeweils einen Punkt auf der Linie ankreuzen.)-Radio

eher subjektiv	1	(4,35%)
	2	(8,70%)
	2	(8,70%)
	10	(43,48%)
	5	(21,74%)
	3	(13,04%)
eher objektiv	0	(0,00%)
<hr/>		
Summe	23	
ohne Antwort	1	
Mittelwert	4,09	
Median	4	

13) Sind die folgenden Medien Ihrer Ansicht nach eher objektiv-neutrale oder eher subjektiv-parteiische Informationsquellen? (Bitte jeweils einen Punkt auf der Linie ankreuzen.)-Zeitung

eher subjektiv	5 (20,83%)
	4 (16,67%)
	5 (20,83%)
	3 (12,50%)
	3 (12,50%)
	4 (16,67%)
eher objektiv	0 (0,00%)
<hr/>	
Summe	24
ohne Antwort	0
Mittelwert	3,29
Median	3

14) Sind die folgenden Medien Ihrer Ansicht nach eher objektiv-neutrale oder eher subjektiv-parteiische Informationsquellen? (Bitte jeweils einen Punkt auf der Linie ankreuzen.)-Illustrierte

eher subjektiv	9 (37,50%)
	7 (29,17%)
	3 (12,50%)
	0 (0,00%)
	2 (8,33%)
	1 (4,17%)
eher objektiv	2 (8,33%)
<hr/>	
Summe	24
ohne Antwort	0
Mittelwert	2,58
Median	2

15) Sind die folgenden Medien Ihrer Ansicht nach eher objektiv-neutrale oder eher subjektiv-parteiische Informationsquellen? (Bitte jeweils einen Punkt auf der Linie ankreuzen.)-Internet

eher subjektiv	1 (4,17%)
	2 (8,33%)
	3 (12,50%)
	3 (12,50%)
	6 (25,00%)
	5 (20,83%)
eher objektiv	4 (16,67%)
<hr/>	
Summe	24
ohne Antwort	0
Mittelwert	4,75
Median	5

16) Sind die folgenden Medien Ihrer Ansicht nach eher objektiv-neutrale oder eher subjektiv-parteiische Informationsquellen? (Bitte jeweils einen Punkt auf der Linie ankreuzen.) - Fachbücher

eher subjektiv	2 (8,33%)
	2 (8,33%)
	1 (4,17%)
	5 (20,83%)
	1 (4,17%)
	8 (33,33%)
eher objektiv	5 (20,83%)
<hr/>	
Summe	24
ohne Antwort	0
Mittelwert	4,88
Median	6

17) Denken Sie, Medien werden durch die Politik beeinflusst?

stark	8 (33,33%)
mäßig	15 (62,50%)
gering	1 (4,17%)
gar nicht	0 (0,00%)
<hr/>	
Nennungen (Mehrfachwahl möglich!)	24
geantwortet haben	24
ohne Antwort	0

18) Denken Sie, Medien beeinflussen die Politik?

stark	10	(41,67%)
mäßig	7	(29,17%)
gering	7	(29,17%)
gar nicht	0	(0,00%)
<hr/>		
Nennungen (Mehrfachwahl möglich!)	24	
geantwortet haben	24	
ohne Antwort	0	

19) Nehmen Sie an politischen Wahlen teil?

regelmäßig	21	(87,50%)
häufig	2	(8,33%)
manchmal	1	(4,17%)
selten	0	(0,00%)
nie	0	(0,00%)
ich bin erstwähler bzw darf noch nicht	0	(0,00%)
<hr/>		
Nennungen (Mehrfachwahl möglich!)	24	
geantwortet haben	24	
ohne Antwort	0	

20) Woher beziehen Sie vor anstehenden politischen Wahlen (z. B. Bundestagswahlen) die wesentlichen Informationen bezüglich der Parteien und ihrer Repräsentanten? (Mehrfachantworten sind möglich.)

Fernsehen	21	(87,50%)
Radio	15	(62,50%)
Zeitung	21	(87,50%)
Illustrierte	6	(25,00%)
Internet	6	(25,00%)
Fachbücher	2	(8,33%)
Parteiprogramme	11	(45,83%)
Wahlkampfstände in Fußgängerzonen	2	(8,33%)
Wahlplakate	10	(41,67%)
Gespräche mit Freunden/Verwandten	15	(62,50%)
Ich informiere mich nicht	0	(0,00%)
<hr/>		
Nennungen (Mehrfachwahl möglich!)	109	
geantwortet haben	24	
ohne Antwort	0	

5. Auswertung – Großelterngeneration

Grundauswertung der Befragung: Medien – Großeltern

1) Geschlecht:

männlich	8 (50,00%)
weiblich	8 (50,00%)
<hr/>	
Nennungen (Mehrfachwahl möglich!)	16
geantwortet haben	16
ohne Antwort	0

2) Wie oft machen Sie vom Medium Fernsehen Gebrauch?

regelmäßig	7 (43,75%)
häufig	6 (37,50%)
manchmal	3 (18,75%)
selten	0 (0,00%)
nie	0 (0,00%)
<hr/>	
Nennungen (Mehrfachwahl möglich!)	16
geantwortet haben	16
ohne Antwort	0

3) Wie oft machen Sie vom Medium Radio Gebrauch?

regelmäßig	1 (6,67%)
häufig	5 (33,33%)
manchmal	6 (40,00%)
selten	1 (6,67%)
nie	2 (13,33%)
<hr/>	
Nennungen (Mehrfachwahl möglich!)	15
geantwortet haben	15
ohne Antwort	1

4) Wie oft machen Sie vom Medium Illustrierte Gebrauch?

regelmäßig	1 (7,14%)
häufig	3 (21,43%)
manchmal	3 (21,43%)
selten	6 (42,86%)
nie	1 (7,14%)
<hr/>	
Nennungen (Mehrfachwahl möglich!)	14
geantwortet haben	14
ohne Antwort	2

5) Wie oft machen Sie vom Medium Zeitung Gebrauch?

regelmäßig	15 (93,75%)
häufig	1 (6,25%)
manchmal	0 (0,00%)
selten	0 (0,00%)
nie	0 (0,00%)
<hr/>	
Nennungen (Mehrfachwahl möglich!)	16
geantwortet haben	16
ohne Antwort	0

6) Wie oft machen Sie vom Medium Internet Gebrauch?

regelmäßig	0 (0,00%)
häufig	0 (0,00%)
manchmal	4 (30,77%)
selten	0 (0,00%)
nie	9 (69,23%)
<hr/>	
Nennungen (Mehrfachwahl möglich!)	13
geantwortet haben	13
ohne Antwort	3

7) Wie oft machen Sie vom Medium Fachbücher Gebrauch?

regelmäßig	0	(0,00%)
häufig	1	(7,69%)
manchmal	4	(30,77%)
selten	2	(15,38%)
nie	6	(46,15%)
<hr/>		
Nennungen (Mehrfachwahl möglich!)	13	
geantwortet haben	13	
ohne Antwort	3	

8) Inwieweit fühlen Sie sich durch die Medien in Ihrem Konsumverhalten beeinflusst?

stark	0	(0,00%)
mäßig	3	(18,75%)
gering	4	(25,00%)
gar nicht	9	(56,25%)
<hr/>		
Nennungen (Mehrfachwahl möglich!)	16	
geantwortet haben	16	
ohne Antwort	0	

9) Inwieweit fühlen Sie sich durch die Medien in Ihrem Freizeitverhalten beeinflusst?

stark	1	(6,25%)
mäßig	2	(12,50%)
gering	7	(43,75%)
gar nicht	6	(37,50%)
<hr/>		
Nennungen (Mehrfachwahl möglich!)	16	
geantwortet haben	16	
ohne Antwort	0	

10) Inwieweit fühlen Sie sich durch die Medien in Ihren politischen Ansichten beeinflusst?

stark	1	(6,25%)
mäßig	5	(31,25%)
gering	1	(6,25%)
gar nicht	9	(56,25%)
<hr/>		
Nennungen (Mehrfachwahl möglich!)	16	
geantwortet haben	16	
ohne Antwort	0	

11) Sind die folgenden Medien Ihrer Ansicht nach eher objektiv-neutrale oder eher subjektiv-parteiische Informationsquellen? (Bitte jeweils einen Punkt auf der Linie ankreuzen.)- Fernsehen

eher subjektiv	1	(6,25%)
	0	(0,00%)
	2	(12,50%)
	4	(25,00%)
	5	(31,25%)
	2	(12,50%)
eher objektiv	2	(12,50%)
<hr/>		
Summe	16	
ohne Antwort	0	
Mittelwert	4,63	
Median	5	

12) Sind die folgenden Medien Ihrer Ansicht nach eher objektiv-neutrale oder eher subjektiv-parteiische Informationsquellen? (Bitte jeweils einen Punkt auf der Linie ankreuzen.) - Radio

eher subjektiv	0	(0,00%)
	0	(0,00%)
	4	(28,57%)
	3	(21,43%)
	4	(28,57%)
	2	(14,29%)
eher objektiv	1	(7,14%)
<hr/>		
Summe	14	
ohne Antwort	2	
Mittelwert	4,5	
Median	4	

13) Sind die folgenden Medien Ihrer Ansicht nach eher objektiv-neutrale oder eher subjektiv-parteiische Informationsquellen? (Bitte jeweils einen Punkt auf der Linie ankreuzen.) - Zeitung

eher subjektiv	1 (6,25%)
	2 (12,50%)
	1 (6,25%)
	3 (18,75%)
	2 (12,50%)
	3 (18,75%)
eher objektiv	4 (25,00%)
<hr/>	
Summe	16
ohne Antwort	0
Mittelwert	4,75
Median	5

14) Sind die folgenden Medien Ihrer Ansicht nach eher objektiv-neutrale oder eher subjektiv-parteiische Informationsquellen? (Bitte jeweils einen Punkt auf der Linie ankreuzen.) - Illustrierte

eher subjektiv	2 (15,38%)
	4 (30,77%)
	0 (0,00%)
	2 (15,38%)
	2 (15,38%)
	2 (15,38%)
eher objektiv	1 (7,69%)
<hr/>	
Summe	13
ohne Antwort	3
Mittelwert	3,62
Median	4

15) Sind die folgenden Medien Ihrer Ansicht nach eher objektiv-neutrale oder eher subjektiv-parteiische Informationsquellen? (Bitte jeweils einen Punkt auf der Linie ankreuzen.) - Internet

eher subjektiv	0 (0,00%)
	1 (11,11%)
	1 (11,11%)
	1 (11,11%)
	1 (11,11%)
	1 (11,11%)
	3 (33,33%)
eher objektiv	2 (22,22%)
<hr/>	
Summe	9
ohne Antwort	7
Mittelwert	5,11
Median	6

16) Sind die folgenden Medien Ihrer Ansicht nach eher objektiv-neutrale oder eher subjektiv-parteiische Informationsquellen? (Bitte jeweils einen Punkt auf der Linie ankreuzen.) - Fachbücher

eher subjektiv	0 (0,00%)
	0 (0,00%)
	1 (10,00%)
	0 (0,00%)
	1 (10,00%)
	2 (20,00%)
eher objektiv	6 (60,00%)
<hr/>	
Summe	10
ohne Antwort	6
Mittelwert	6,2
Median	7

17) Denken Sie, Medien werden durch die Politik beeinflusst?

stark	4 (25,00%)
mäßig	9 (56,25%)
gering	2 (12,50%)
gar nicht	1 (6,25%)
<hr/>	
Nennungen (Mehrfachwahl möglich!)	16
geantwortet haben	16
ohne Antwort	0

18) Denken Sie, Medien beeinflussen die Politik?

stark	4	(25,00%)
mäßig	5	(31,25%)
gering	6	(37,50%)
gar nicht	1	(6,25%)
<hr/>		
Nennungen (Mehrfachwahl möglich!)	16	
geantwortet haben	16	
ohne Antwort	0	

19) Nehmen Sie an politischen Wahlen teil?

regelmäßig	16	(100,00%)
häufig	0	(0,00%)
manchmal	0	(0,00%)
selten	0	(0,00%)
nie	0	(0,00%)
ich bin Erstwähler/-in bzw. ich darf noch nicht wählen.	0	(0,00%)
<hr/>		
Nennungen (Mehrfachwahl möglich!)	16	
geantwortet haben	16	
ohne Antwort	0	

20) Woher beziehen Sie vor anstehenden politischen Wahlen (z. B. Bundestagswahlen) die wesentlichen Informationen bezüglich der Parteien und ihrer Repräsentanten? (Mehrfachantworten sind möglich.)

Fernsehen	12	(75,00%)
Radio	4	(25,00%)
Zeitung	13	(81,25%)
Illustrierte	1	(6,25%)
Internet	0	(0,00%)
Fachbücher	1	(6,25%)
Parteiprogramme	5	(31,25%)
Wahlkampfstände in Fußgängerzonen	0	(0,00%)
Wahlplakate	2	(12,50%)
Gespräche mit Freunden/Verwandten	5	(31,25%)
ich informiere mich nicht.	1	(6,25%)
<hr/>		
Nennungen (Mehrfachwahl möglich!)	44	
geantwortet haben	16	
ohne Antwort	0	