

Meinungsmacher Internet



Entwicklung der Online-Medien

Mit der zunehmenden Digitalisierung der Medienwelt nimmt die Nutzung des linearen Fernsehens und der Printmedien ab, während die Wichtigkeit der Online-Medien für die Meinungsbildung der Nutzer steigt.



Quelle: BLM MedienVielfaltsMonitor 2016

Nutzerverhalten

Die Deutschen nutzen das Internet vor allem für die Kommunikation (E-Mails, Chatten, Interaktion in Social Media-Angeboten). 24 Prozent entfallen auf die Nutzung von Unterhaltungs- und Informationsmedien wie TV oder Video, Audio und Radio, Nachrichten.



Quelle: ARD/ZDF Onlinestudie 2016

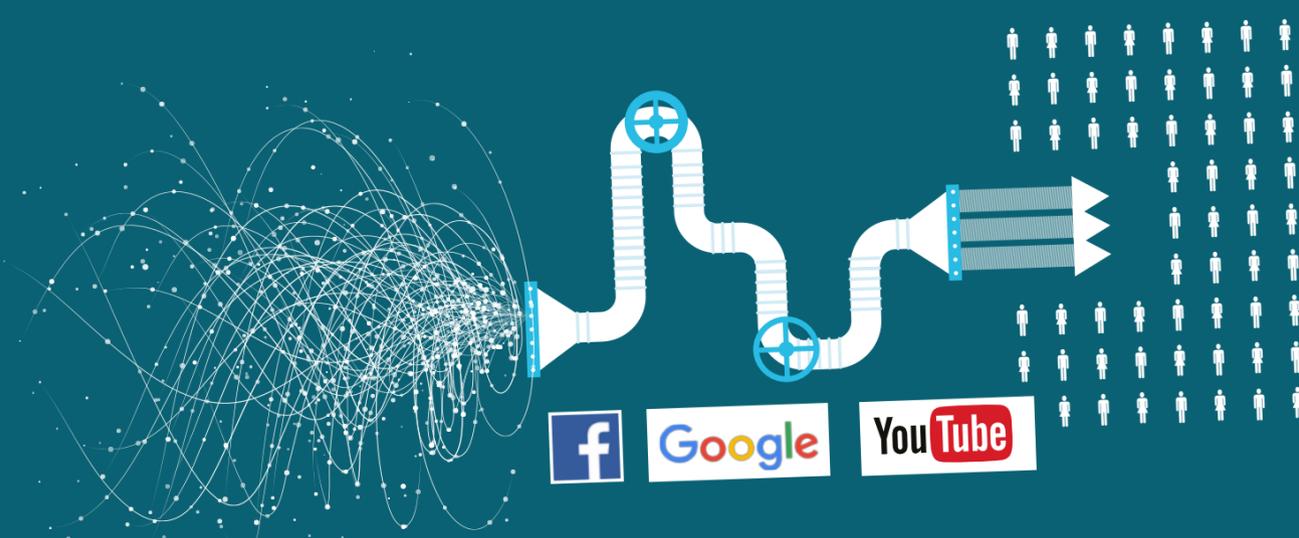
Meinungsgeber

Influencer stehen als Multiplikatoren und Meinungsführer im Zentrum ihres eigenen Netzwerks und sind darin stark mit Anderen vernetzt.



Informationsvermittler

Suchmaschinen, soziale Netzwerke und Messenger-Dienste bündeln Informationen aus vielfältigen Quellen und personalisieren mit ihren Algorithmen Informationsangebote.



Heute nutzen in Deutschland täglich 23 Millionen Menschen solche Intermediäre, um sich über das Zeitgeschehen zu informieren. Zur informierenden Nutzung sind insbesondere Suchmaschinen und Soziale Netzwerke gefragt. Insgesamt spielen Intermediäre im Prozess der Meinungsbildung eine immer wichtigere Rolle.

Quelle: die medienanstalten-PM 27/2016