

Statistischer Monatsbericht für November 2010

10. Januar 2011

Mündige Bürger/innen: Information über Politik, Teilnahme an Wahlen und Internet-Nutzung

Die Nutzung von Medien, um sich über politische Themen zu informieren, und die Teilnahme an Wahlen sind abhängig vom Bildungsabschluss der Befragten und der Altersgruppe. Das Internet wird umso intensiver genutzt, je jünger die Befragten sind.

Dies ergab die Wohnungs- und Haushaltserhebung „Leben in Nürnberg 2009“ mit 4 865 Befragten, die unmittelbar nach der letzten Bundestagswahl, von Oktober bis Dezember 2009 durchgeführt wurde. Gefragt wurde unter anderem, wie sich die Befragten über das politische Geschehen informieren, woran sie sich beteiligen, wenn sie im öffentlichen Leben etwas beeinflussen wollen, und in welcher Weise sie das Internet nutzen. Einen Überblick über die Antworten der Befragten insgesamt gibt Abb. 1 auf dem Beiblatt.

Information über Politik

Welche Medien nutzen die Nürnbergerinnen und Nürnberger zur **Information über das politische Geschehen**? Mit Abstand am häufigsten informieren sich die Befragten insgesamt durch **Nachrichten im Fernsehen oder Radio** (63 % regelmäßig, 19 % oft). Besonders hoch ist der Anteil der regelmäßigen Zuschauer bzw. Zuhörer unter Rentnerinnen und Rentnern (81 %) und Befragten mit Hauptschulabschluss (69 %), besonders niedrig unter Studierenden (53 %).

Die **Tageszeitung** ist für 40 % der Befragten regelmäßige Informationsquelle über das politische Geschehen. Auch bei diesem klassischen Medium ist eine starke Abstufung nach Altersgruppen festzustellen; von den 18- bis 25-Jährigen nutzen nur 18 % die Tageszeitung regelmäßig, während es bei den 75-Jährigen und Älteren 64 % sind. Von den Bewohnern der äußeren Stadtteile wird die Tageszeitung häufiger regelmäßig genutzt (mindestens 42 %, höchster Anteil in der Östlichen Außenstadt mit 49 %) als im weiteren Innenstadtbereich (unter 38 %, niedrigster Wert: Weiterer Innenstadtgürtel Süd mit

33 %). Die Tageszeitung wird geringfügig häufiger von Haupt- und Realschulabsolventen (43 %) als von Befragten mit Hochschulreife (38 %) regelmäßig genutzt.

Die Hälfte der Befragten interessiert sich für **lokale Nachrichten und Presse** regelmäßig (31 %) oder oft (19 %). Über **politische Magazine im Fernsehen** informiert sich jeder vierte Befragte regelmäßig und jeder fünfte oft. Neben den Unterschieden nach Altersgruppen zeigen sich bei diesen beiden Informationsquellen nur geringe Abweichungen nach dem Bildungsabschluss oder anderen demografischen Merkmalen. Das **Internet** wird von 23 % der Befragten regelmäßig zur Information über das politische Geschehen genutzt. Ebenso hoch ist jedoch der Anteil unter den Befragten insgesamt, die angeben, dass sie das Internet nie als Informationsquelle nutzen. Als vergleichsweise neues Medium wird das Internet häufiger von Befragten der jüngeren Altersgruppen regelmäßig zur Information genutzt, während der Anteil der regelmäßigen Nutzer ab 55 Jahren (noch) wesentlich niedriger und der Anteil derje-

nigen, die das Internet nie zur Informationsgewinnung über Politik nutzen, viel höher ist als im Durchschnitt aller Befragten.

Auffällig ist der starke Zusammenhang zwischen der Internetnutzung und dem Bildungsabschluss der Befragten. Die höchsten Anteile der regelmäßigen Nutzer erreicht das Internet unter Schülern und Studenten (46 %) und bei Befragten mit Hochschulabschluss (39 %). Das Internet wird umso häufiger zur Information über das politische Geschehen genutzt, je höher das monatliche Haushaltseinkommen ist.

Teilnahme an Wahlen

Zwei Drittel der Befragten insgesamt geben an, regelmäßig an **Wahlen** teilzunehmen, weitere 8 % beteiligen sich nach eigenen Angaben oft. Da nur Personen mit deutscher Staatsangehörigkeit bei allen in Nürnberg stattfindenden Wahlen wahlberechtigt sind, unterscheidet sich die Beteiligung nach Staatsangehörigkeit stark.

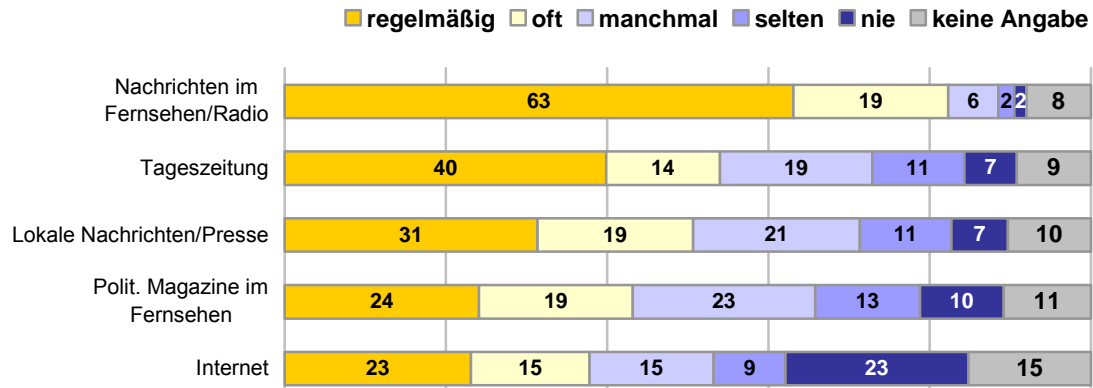
Wie informieren Sie sich über das politische Geschehen?

Anteil „regelmäßig“ in %, nach Altersgruppen

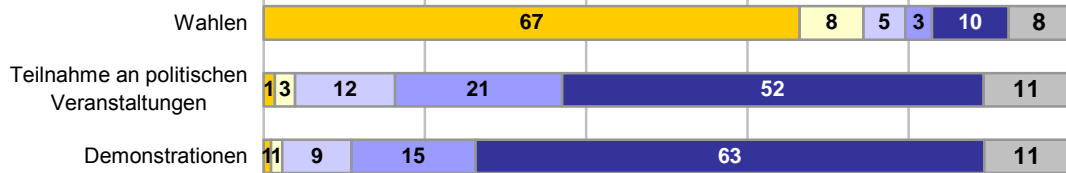
	Nachrichten TV/Radio	Tageszeitung	Lokale Nachrichten	Politische Magazine	Internet
Befragte insgesamt	63	40	31	24	23
18 - 24 Jahre	50	18	12	13	33
25 - 34 Jahre	49	19	15	14	36
35 - 44 Jahre	57	33	26	19	28
45 - 54 Jahre	63	44	34	24	26
55 - 64 Jahre	77	53	44	34	17
65 - 74 Jahre	82	63	48	37	10
75 J. u. älter	83	64	51	36	3

Abb. 1: Information über das politische Geschehen / politische Teilnahme / Internetnutzung
(Angaben in %)

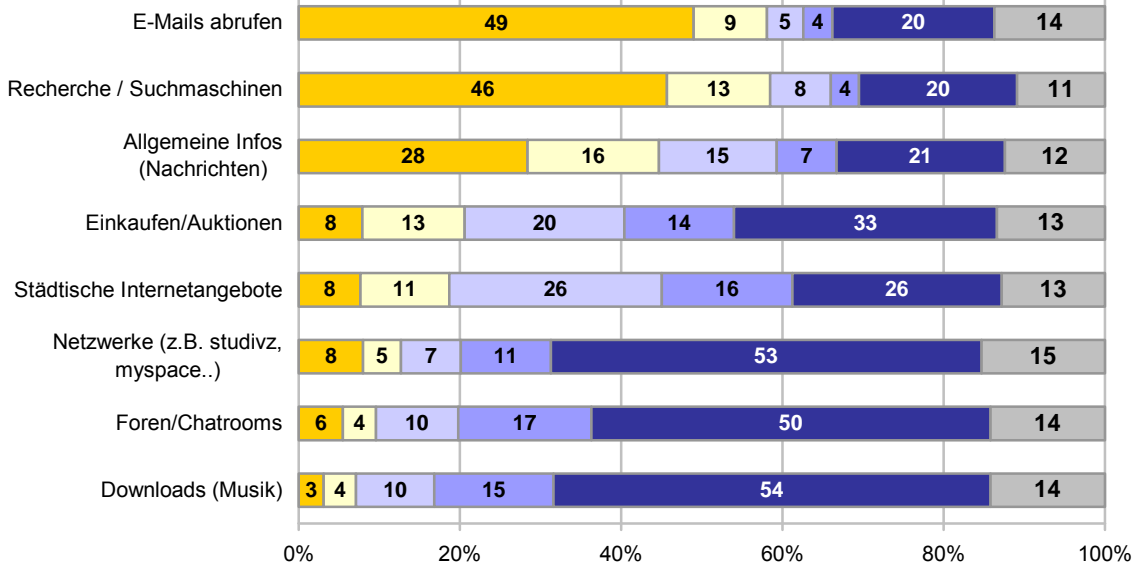
Wie informieren Sie sich über das politische Geschehen?



Wo machen Sie mit, wenn Sie im öffentlichen Leben etwas beeinflussen wollen?



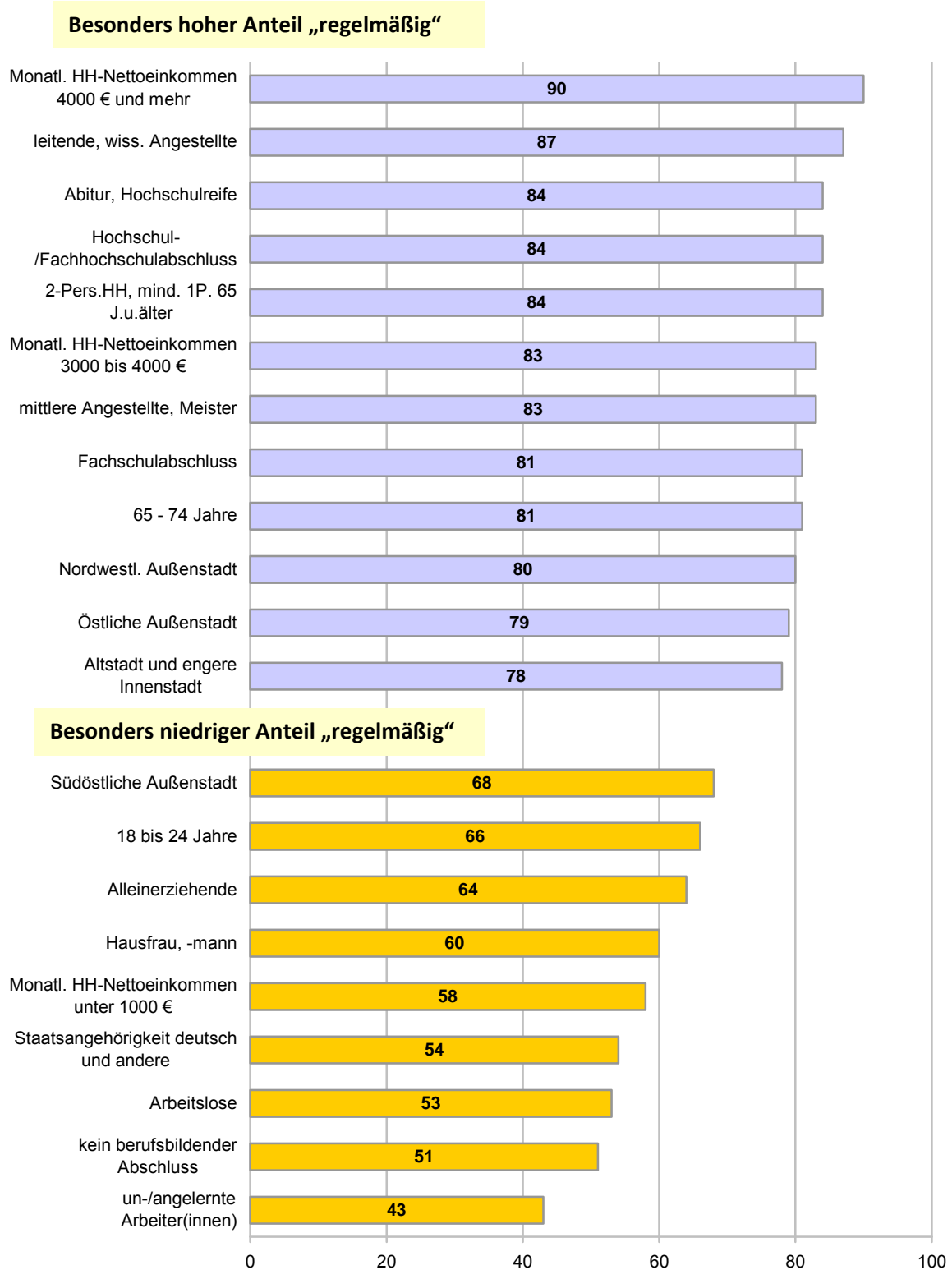
Wie oft nutzen Sie folgende Angebote des Internets?



Quelle: Wohnungs- und Haushaltserhebung *Leben in Nürnberg* 2009

Abb. 2: Teilnahme an Wahlen

(Anteil „regelmäßig“ in %, Auswahl: Befragte mit Staatsangehörigkeit deutsch oder deutsch+andere)



Quelle: Wohnungs- und Haushaltserhebung *Leben in Nürnberg 2009*

Unter den Befragten mit deutscher Staatsangehörigkeit beteiligten sich 74 % regelmäßig (davon Befragte mit ausschließlich deutscher Staatsangehörigkeit: 75 %, deutsche und andere Staatsangehörigkeit: 54 %), Befragte mit einer anderen Staatsangehörigkeit nur zu 18 %.

Im Vergleich zur **Bundestagswahl 2009** mit einer Wahlbeteiligung von 69,3 % der Nürnberger Wahlberechtigten (vgl. Statistik aktuell für Nürnberg und Fürth, Bundestagswahl 2009 in Nürnberg, 27.09.2009) ist der Anteil der Personen, die sich nach eigenen Angaben regelmäßig an Wahlen beteiligen, in der Wohnungs- und Haushaltserhebung 2009 leicht erhöht. Die Frage bezog sich allgemein auf die Teilnahme an Wahlen, nicht explizit auf die Teilnahme an der unmittelbar vorangegangenen Bundestagswahl.

Die Wahlbeteiligung nach Altersgruppen und Geschlecht wird bei Bundestagswahlen durch die Repräsentative Wahlstatistik ermittelt. Bei der Bundestagswahl 2009 (vgl. Statistik aktuell, 27.09.2009) war die Wahlbeteiligung umso höher, je höher das Lebensalter der Befragten war (Altersgruppe 18 bis 24 Jahre: 61,8 %, 60 Jahre und älter: 74,3 %). Weitere Analysen zur Wahlentscheidung und zur Zusammensetzung der Wählerschaft der einzelnen Parteien enthält die Wahltag-Befragung zur Bundestagswahl 2009 (vgl. Statist. Nachrichten N4 2009).

Die Ergebnisse der Wohnungs- und Haushaltserhebung 2009 zeigen weitere deutliche Unterschiede in der Bereitschaft bzw. der Absicht, wählen zu gehen, nach demografischen Merkmalen, Haushaltsmerkmalen und der Verteilung im Stadtgebiet.

Abb. 2 (vgl. Beiblatt, S. 2) zeigt, in welchen Gruppen von **Befragten mit deutscher Staatsangehörigkeit** die Antwort „regelmäßig“ besonders häufig bzw. besonders selten gegeben wurde. Hier ist ein Zusammenhang mit dem **Einkommen** und dem **beruflichen Status** nicht von der Hand zu weisen. Am häufigsten beteiligen sich Befragte, deren Haushaltseinkommen netto im Monat über 4 000 € liegt (90 %) und Befragte mit Abitur bzw. Hochschulabschluss (jeweils 84 %) regelmäßig an Wahlen. Besonders gering ist

der Anteil der regelmäßigen Wähler bei Befragten mit einem monatlichen Haushaltseinkommen unter 1 000 € (58 %) oder ohne berufsbildenden Abschluss (51 %).

Daneben ist eine klare Abstufung nach **Altersgruppen** zu erkennen. Nur zwei Drittel der Befragten zwischen 18 und 24 Jahren gehen regelmäßig zur Wahl, in den höheren Altersgruppen steigt der Anteil bis auf 81 % unter den 65- bis 74-Jährigen. Bei den Befragten im Alter von 75 Jahren und älter ist der Anteil der regelmäßigen Wahlteilnehmer wieder geringfügig niedriger (78 %).

Nach **Stadtteilen** ist der höchste Anteil regelmäßiger Wähler in der Nordwestlichen (80 %) und der Östlichen Außenstadt (79 %) zu finden, während in der Südöstlichen Außenstadt nur 68 % regelmäßig an Wahlen teilnehmen.

Die Teilnahme an **politischen Veranstaltungen** und **Demonstrationen** stellt nur für eine Minderheit der Befragten eine Option dar, um Einfluss zu nehmen. Politische Veranstaltungen besuchen manchmal oder häufiger 16 % aller Befragten, unter Schülern und Studenten 21 %. An Demonstrationen nimmt jeder zehnte Befragte (11%) manchmal oder häufiger teil. In der Altersgruppe der 18- bis 24-Jährigen ist der Anteil doppelt so hoch (21%). Unter den befragten Schülern und Studenten beteiligt sich sogar jeder Vierte (26%) zumindest manchmal an Demonstrationen.

Nutzung von Internet-Angeboten

Bei der Nutzung des Internets sind vor allem altersspezifische Unterschiede festzustellen. Alle genannten Internet-Anwendungen werden umso häufiger genutzt, je jünger die Befragten sind. Insbesondere Schüler und Studenten liegen bei der regelmäßigen und häufigen Nutzung der verschiedenen Internetangebote weit vor den übrigen Befragtengruppen.

Für die Mehrzahl der Befragten insgesamt gehört das Abrufen von E-Mails oder das Nutzen von Suchmaschinen zur regelmäßigen bzw. häufigen Anwendung des Internets. Diese Angebote ebenso wie das Abrufen von Nachrichten werden

umso häufiger genutzt, je höher der Bildungsabschluss und das Haushaltseinkommen sind.

Beim Einkaufen über das Internet und bei Auktionen spielt neben der Altersgruppe der Befragten das Haushaltseinkommen eine wichtige Rolle (bis 1 000 € monatlich: 13 % regelmäßig oder oft, 4 000 € und mehr: 35 %).

Städtische Internetangebote werden überwiegend nicht regelmäßig, doch von 45 % der Befragten zumindest gelegentlich genutzt. Am höchsten ist der Nutzeranteil unter Haushalten mit Kindern, Schülern und Studenten und Befragten mit Abitur bzw. Hochschulabschluss (Anteile manchmal oder häufiger zwischen 58 % und 61 %).

Die Hälfte der Befragten nutzt das Internet nie zum Herunterladen von Musik etc, für soziale Netzwerke, Foren und Chatrooms. Diese Angebote werden weit überdurchschnittlich von jungen Leuten unter 35 Jahren gelegentlich oder häufig genutzt.

Fazit: Möglichst umfassende Informationen über das politische und gesellschaftliche Geschehen sind eine wesentliche Voraussetzung, um das öffentliche Leben beeinflussen zu können. Ein hoher Bildungsabschluss ist derzeit eine günstige Voraussetzung dafür, die gebotenen Informationsquellen bestmöglich zu nutzen und die eigenen Interessen fundiert zu vertreten. Um das Ziel einer möglichst breiten Beteiligung der Bevölkerung an politischen Entscheidungsprozessen zu erreichen, haben die verschiedenen Informationswege (Tageszeitung, Fernsehnachrichten, Internet etc.) ihren besonderen Stellenwert für verschiedene Personengruppen. Damit die Interessen aller Bevölkerungsgruppen, insbesondere bei Wahlen, angemessen vertreten werden, wäre es erforderlich, dass die Bürgerinnen und Bürger unabhängig von Bildungsabschluss oder Einkommen sich verstärkt über politische Themen informieren und ihr Wahlrecht ausüben.

Verbraucherpreisindex						
2005 = 100	September		Oktober		November	
	2010	2009	2010	2009	2010	2009
...für Deutschland	108,3	106,9	108,4	107,0	108,5	106,9
Veränderung zum						
- Vormonat (%)	-0,1	-0,4	0,1	0,1	0,1	-0,1
- Vorjahresmonat (%)	1,3	-0,3	1,3	0,0	1,5	0,4
...für Bayern	108,9	104,4	109,0	107,5	109,2	107,4
Veränderung zum						
- Vormonat (%)	-0,3	-3,3	0,1	3,0	0,2	-0,1
- Vorjahresmonat (%)	4,3	-3,0	1,4	0,0	1,7	0,4

Quelle: Statistisches Bundesamt und Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung

