

Ausbau der Allgemeinbildung: Die Deutschen bauen auf Nachrichtensendungen, aktuelle Wochenmagazine und Wissensmagazine

Nach einer repräsentativen Umfrage von GEOkompakt wächst mit dem Einkommen und dem Bildungsstand auch die Akzeptanz von Zeitschriften als Wissensquelle

Hamburg, 7. November 2004 – Wenn es um die Verbesserung ihres Allgemeinwissens geht, vertrauen die meisten Bundesbürger aktuellen TV-Nachrichtensendungen sowie relevanten Printmedien. Das ergibt sich aus einer aktuellen Repräsentativ-Umfrage des Forsa-Instituts im Auftrag des Wissensmagazins GEOkompakt, das am Mittwoch, dem 10. November, erstmals erscheint.

Dieser Studie zufolge schätzen 90 Prozent der Deutschen die Nutzung von „Nachrichtensendungen“ wie Tagesschau, Heute oder RTL Aktuell als gute Möglichkeit ein, um „ihr Allgemeinwissen auszubauen“. Dichtauf folgen „aktuelle Wochenmagazine“ wie Stern, Spiegel oder Focus (87 Prozent) und klassische „Wissensmagazine“ wie GEO, P.M., National Geographic oder Bild der Wissenschaft (80 Prozent). „Wissensquiz-Sendungen“ wie „Wer wird Millionär?“ werden immerhin noch von 73 Prozent für geeignet gehalten, die Allgemeinbildung zu verbessern; „Frauenzeitschriften“ und „Programmzeitschriften“ erscheinen den Deutschen dagegen in dieser Beziehung weniger geeignet.

Insbesondere Schüler und Studenten bringen den relevanten Printmedien hohe Wertschätzung entgegen: 91 Prozent schätzen die „aktuellen Wochenmagazine“ und 89 Prozent die „Wissensmagazine“ als besonders geeignet ein, um ihre Kenntnisse auszubauen. Ähnlich wirkt sich höhere Bildung auch generell aus: Bürger mit Abitur schätzen zur Kenntnisvermehrung die „aktuellen Wochenmagazine“ (91 Prozent) und die „Wissensmagazine“ (87 Prozent) noch stärker als der Bevölkerungsdurchschnitt, während die „Nachrichtensendungen“ bei ihnen mit 89 Prozent leicht unterdurchschnittlich abschneiden.

In einkommensstärkeren Haushalten verschiebt sich das relative Bild noch mehr zugunsten der relevanten Printmedien: In Haushalten mit einem Nettoeinkommen von mehr als 3.000 Euro werden „aktuelle Wochenmagazine“ (98 Prozent) und „Wissensmagazine“ (93 Prozent) sogar absolut gesehen in noch stärkerem Maß als die „Nachrichtensendungen“ (92 Prozent) für geeignet gehalten, das Allgemeinwissen zu mehren.

Für Rückfragen:

Frank Plümer
Leiter GEO Presse- + Öffentlichkeitsarbeit
Tel: 040/3703-3046, Fax: 040/3703-5683
E-Mail: presse@geo.de