

MAGISTERARBEIT

Titel der Magisterarbeit

Erstwähler und deren Aneignung von
politischen Informationen über das
Internet zur Nationalratswahl 2013

Verfasserin

Sara Bräunlich, Bakk. Phil.

angestrebter akademischer Grad

Magistra der Philosophie (Mag. Phil.)

Wien, im Juli 2015

Studienkennzahl lt. Studienblatt:
Studienrichtung lt. Studienblatt:

A 066 841
Magisterstudium Publizistik und
Kommunikationswissenschaft
Ass.-Prof.Ing.Mag.Dr.Klaus Lojka

Betreuer:

Eidesstattliche Erklärung

Ich erkläre hiermit an Eides Statt, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig und ohne Benutzung anderer als der angegebenen Hilfsmittel angefertigt habe. Die aus fremden Quellen direkt oder indirekt übernommenen Gedanken sind als solche kenntlich gemacht. Die Arbeit wurde bisher in keiner gleicher oder ähnlicher Form einer Prüfungsbehörde vorgelegt und auch noch nicht veröffentlicht.

Sara Bräunlich

Wien, im Juli 2015

Um die Arbeit einfacher lesen zu können, habe ich auf eine geschlechtsspezifische Schreibweise bewusst verzichtet. Vor allem das „Binnen – I“ habe ich beabsichtigt weggelassen. Wenn nicht anders im Text erläutert, stehen die männlichen Formen stets stellvertretend für beide Geschlechter.

Danksagung

Mein Dank richtet sich an erster Stelle an meinen beiden Eltern: Anita und Georg Bräunlich, welche nicht nur mein Studium ermöglicht haben, sondern mir schon mein ganzes Leben immer mit Rat und Tat zur Seite stehen.

Jedoch ohne die aufmunternden Worte meiner Freunde, die ich vor allem in der Endphase meiner Arbeit des Öfteren gebraucht habe, wäre ich wahrscheinlich noch immer nicht am Ende meines Studiums angelangt. Deshalb auch an diejenigen ein großes DANKE.

Nicht zuletzt möchte ich mich bei all jenen bedanken, die mich während meiner Studienzeit und bei der Erstellung dieser Arbeit tatkräftigt unterstützt haben.

**Für meine Großeltern
Winfried & Rose-Maria Bräunlich**

Vorwort

Die Inspiration für diese Arbeit bekam ich während meiner Tätigkeit als Reporterin. Da ich vor der Nationalratswahl 2013 viele Meinungsumfragen in Wien durchgeführt habe, interessierte mich die Thematik Politik und Jugendliche immer mehr. Sehr interessant waren vor allem die Antworten der Jugendlichen, als ich sie auf der Straße interviewt habe. Viele entgegneten mir mit Desinteresse, andere hingegen hatten einen sehr klaren Standpunkt zur Politik. Einige erklärten mir, dass sie sehr wenig über Politik wüssten, jedoch nicht desinteressiert sind. Ein ambivalentes Verhältnis zeigte sich auf. Schlussendlich habe ich auch am Tag der Nationalratswahl selbst im Parlament für den Privatsender ATV mitarbeiten dürfen.

Da in der Gesellschaft zwischen Jugend und Politik ein gespaltenes Verhältnis herrscht, wollte ich dem Ganzen auf den Grund gehen. Von vornherein war mir bewusst, dass sich meine Abschlussarbeit mit dem Kommunikationskanal Internet beschäftigen wird. Im Laufe eines Forschungsseminars vermischten sich diese beiden Teile miteinander - die Idee der vorliegenden Arbeit war geboren.

Die im Folgenden beschriebene und begründete Forschungsarbeit geht somit der Frage nach, woher Jugendliche im Internet ihre Informationen generieren. Außerdem soll geklärt werden, wie sehr sie an Politik interessiert sind und inwiefern sich etwaige Zusammenhänge rückschließen lassen in Bezug auf das Onlineangebot, das genutzt wird, um sich politisch zu informieren.

1	Einleitung	1
1.1	Aufbau der Arbeit	4
2	Ziel der Arbeit	6
2.1	Problemstellung	6
2.2	Forschungsbedarf	6
2.3	Allgemeines Erkenntnisinteresse	7
2.4	Forschungsfragen und Hypothesen	7
2.5	Geplantes methodisches Vorgehen	9
3	Jugend & Politik	11
3.1	Jugend	13
3.1.1	Begriff Jugend	13
3.1.2	Jugendphasen	16
3.1.3	Entwicklungsbereiche der Jugendphasen	17
3.1.4	Begriff der Erstwähler	19
3.2	Wählen in Österreich	19
3.2.1	Wahlrecht in Österreich	20
3.2.2	Wahlverhalten der Österreichischen Wähler	21
3.2.3	Wählen mit 16 - Das Wahlverhalten von Jugendlichen in Österreich	24
3.2.4	Das Verhältnis österreichischer Jugend zur Politik	26
3.2.5	Jugend heute - Politikverdrossenheit?	27
3.2.6	Jugend und Partizipation	30
4	Das Internet als Informationsplattform für Jugendliche	33
4.1	Mediale Informationsaneignung von Jugendlichen	34
4.1.1	Veränderungen Mediennutzung Österreich (1996-2007)	34
4.1.2	Risiken medialer Informationsaneignung	37
4.2	Internetnutzung von Jugendlichen in Österreich	37
4.2.1	Infrastruktur in Österreich	38
4.2.2	Internetnutzung Österreich	39
4.2.3	Internet Nutzung nach Zielgruppen	40
4.2.4	Nutzungszwecke des Internets	41
4.3	Theoretischer Rahmen: Mediennutzungsforschung	44
4.3.1	Motivationale Ansätze & Kontextbezogene Ansätze	44
4.3.2	Perspektiven der Mediennutzungsforschung	46
4.3.3	Konzept der Selektivität (am Beispiel Internet)	50
4.3.4	Selektion im Internet	53
4.3.5	Internet Selektionsentscheidungen	57
5	Medien und Politik	60
5.1	Politikvermittlung durch Massenmedien	62
5.1.1	Mediatisierung	63
5.1.2	Politisches Informationsverhalten Massenmedien	63
5.1.3	politisches Informationsverhalten Massenmedien 2008	64
5.2	Das Internet zur Aneignung politischer Informationen	65
5.2.1	Studie Bürger Online 2011	67
5.3	E-Partizipation	70
5.3.1	Begriff E-Partizipation	71
5.3.2	Gouvernement 2 Citizen & Citizen 2 Citizen	71
5.3.3	Pyramidenmodell der Partizipation nach Maier-Rabler/Hartwig	73
5.3.4	Phasenmodell nach Moser 2010	74
5.3.5	Guidelines für e-Partizipation	74
5.3.6	ARGE Partizipation 2012	75

5.3.7	Defizite E-Partizipation.....	76
6	Aktueller Forschungsstand und Studien Ergebnisse.....	78
6.1	Shell Jugendstudie 2010 – Jugend und Politik.....	78
6.2	ORF- Studie: Jugend und Gesellschaftspolitik 2011.....	80
6.3	JIM –Studie 2014.....	81
6.4	Bericht zur Jugend-Wertestudie 2012.....	83
6.5	Studie: Sprichst du Politik.....	85
6.6	Nationalratswahl 2013.....	87
6.7	Ergebnisse Nationalratswahl 2013.....	89
6.7.1	Ergebnisse Erstwähler.....	89
6.7.2	Politisches Interesse Nationalratswahl 2013.....	91
6.7.3	Wahlentscheidung Erstwähler.....	96
6.7.4	Zusammenfassung.....	97
7	EMPIRISCHER TEIL.....	98
7.1	Methoden.....	98
7.1.1	Vorteile und Nachteile von schriftlichen Befragungen.....	99
7.1.2	Fragebogen.....	100
7.1.3	Gütekriterien der Befragung.....	100
7.1.4	Frageformulierung.....	101
7.1.5	Methodisches Vorgehen.....	102
7.1.6	Stichprobe.....	102
7.1.7	Die Erhebung.....	104
7.1.8	Auswertung.....	106
8	Darstellung und Ergebnisse.....	109
8.1	Demographische Zusammensetzung.....	109
8.2	Überprüfung und Diskussion der Hypothesen.....	113
8.2.1	Ergebnisdarstellung Hypothese 1.a.....	114
8.2.2	Ergebnisdarstellung Hypothese 1.b.....	120
8.2.3	Ergebnisdarstellung Hypothese 1.c.....	121
8.2.4	Ergebnisdarstellung Hypothese 2.a.....	125
8.2.5	Ergebnisdarstellung Hypothese 2.b.....	125
8.2.6	Ergebnisdarstellung Hypothese 2.c.....	126
8.2.7	Ergebnisdarstellung Hypothese 3.b.....	130
8.2.8	Ergebnisdarstellung Hypothese 3.c.....	132
8.2.9	Ergebnisdarstellung Hypothese 3.d.....	134
8.2.10	Ergebnisdarstellung Hypothese 3.e.....	136
8.2.11	Ergebnisdarstellung Hypothese 3.f.....	137
8.2.12	Darstellungsergebnis Hypothese 3.g.....	139
8.2.13	Ergebnisdarstellung Hypothese 4.a.....	141
8.2.14	Ergebnisdarstellung Hypothese 4.b.....	141
8.2.15	Ergebnisdarstellung Hypothese 5.a.....	144
8.2.16	Ergebnisdarstellung Hypothese 5.b.....	144
8.3	Zusammenhangsanalyse.....	152
9	Resümee.....	155
9.1	Schlussfolgerungen.....	155
9.2	Ausblick.....	158
	Glossar.....	159
10	Quellenverzeichnis.....	162
10.1	Literatur.....	162
10.2	Onlinestudien.....	171
10.3	Internet.....	174
	Abbildungsverzeichnis.....	177

Abbildungs - und Tabellenverzeichnis.....	177
11 Anhang	178
11.1 Anhang: Fragebogen.....	178
11.2 Anhang: Codieranweisung für den Fragebogen.....	181
11.3 Anhang: Tabellen zur Darstellung der Ergebnisse	184
12 Lebenslauf.....	211
13 Abstract.....	212

1 Einleitung

„*Voting is habit forming*“ -

Was man bei der ersten Wahl macht,

hinterlässt einen Fußabdruck in der Wahlbiographie!

(Kritzinger/Zeglovits 2013)

Viele Debatten über den Zustand der Demokratie im 21. Jahrhundert sind häufig durch widersprüchliche Aussagen und ein gespaltenes Bild gekennzeichnet. Seit dem 20. Jahrhundert hat zwar eine regelrechte Welle der Demokratisierung stattgefunden und es bekennen sich so viele Staaten wie nie zuvor zur Demokratie, jedoch - trotz dieser beispiellosen Erfolgsgeschichte - wächst gleichzeitig das Unbehagen in und mit der Demokratie (vgl. Prammer/Duffek/Rosenberg 2011, S. 8).

Demokratie wird häufig zwar als die beste Staatsform bezeichnet, aber - so merken die Politikwissenschaftler Massing und Breit an - es könnte sicher bessere Demokratien geben. Die Stabilität einer Demokratie hängt von vielen Indikatoren ab. Ein äußerst wichtiger ist, dass die Bürger die Demokratie sowie ihre eigene Rolle darin verstehen müssen. Eine politische Kultur, die den Sinn und den Wert eines demokratischen Systems und die Funktionsbedingungen nicht verstehen kann, vermag auch die Kontinuität und ihre Stabilität nicht zu verbürgen. Deshalb unterstreichen die Autoren an dieser Stelle, sich immer wieder mit dem demokratischen System auseinanderzusetzen und nach Verbesserungen sowie neuen Reformen zu suchen und zu fragen (vgl. Massing/Breit 2002, S. 7ff).

Im Jahre 2007 wurde bei der Wahlrechtsreform am 5. Juni das Wahlalter von 18 Jahren auf 16 Jahre in Österreich gesenkt. Das Bundesministerium für Wirtschaft, Familie und Jugend begründet diese Entscheidung wie folgt:

„Wählen ist in einer Demokratie die grundlegende Form der politischen Beteiligung. Mit 16 Jahren sind junge Menschen bereits strafmündig

und erweitert geschäftsfähig, setzen sich mit ihrer Lebensplanung auseinander, müssen über ihren Bildungsweg und ihre berufliche Zukunft entscheiden und stehen zum Teil bereits im Berufsleben. Der Nationalrat hat daher beschlossen, Jugendlichen ab 16 Jahren auch das Recht einzuräumen, in politische Entscheidungsprozesse miteinbezogen zu werden und über ihren Lebensraum und ihre Zukunft mit zu entscheiden“ (BMFI, 2013, o. S).

Anders als in vielen anderen europäischen Ländern dürfen auch schon diejenigen in Österreich den Weg zur Wahlurne antreten, die noch die Schulbank drücken. In anderen Ländern ist es erst mit 18 Jahren möglich zu wählen, somit wird Österreich zum „Europa-Pionier“. Im internationalen Vergleich darf man lediglich in Brasilien, Kuba und Nicaragua mit 16 wählen. In Nordkorea und auf den Seychellen darf man seine Stimme mit 17 Jahren abgeben (vgl. demokratiezentrum 2014, o. S.).

Mit der Senkung des Wahlalter kam das Problem auf, dass Jugendliche in Österreich zwar wählen dürfen, aber nicht wirklich als vollmündig wahrgenommen werden. Die Meinungen sind zu diesem Thema grundsätzlich sehr umstritten. Manche Ländern diskutieren und besprechen dem Beispiel Österreichs zu folgen. Zum Beispiel in Argentinien etwa wurde das Wahlrecht für 16-Jährige kürzlich eingeführt, auch Norwegen experimentierte mit Probeläufen bei Gemeinderatswahlen. In Großbritannien und Dänemark gibt es heftige Debatten um eine Senkung des Wahlalters (vgl. Kritzinger/Zeglovits/Oberluggaer 2013, S. 4).

Die beiden Institute, SORA (Social Research Analysis) und ISA (Institut für Strategieberatungen) haben in enger Zusammenarbeit mit der Politikwissenschaftlerin Dr. Ulrike Kozeluh eine Nachwahlbefragung zur Nationalratswahl 2008 unter den 16- bis 18-Jährigen durchgeführt. Das Interesse an Politik und auch an einer Beteiligung daran ist unter jungen Menschen groß. Die Jugendlichen beschäftigen sich demnach zwei- bis dreimal die Woche mit politischen Inhalten und sind mit dem System

„Demokratie“ zufrieden. Es herrscht aber eher eine Distanz zur Politik, weil sich viele Jugendliche nicht wahrgenommen fühlen (vgl. Kozeluh 2009, o. S.).

Diese Ergebnisse wurden nach der Senkung des Wahlalters erhoben worden, doch was hat sich seitdem verändert? Wie können Jungwähler dazu mobilisiert werden sich mehr für Politik zu interessieren? Wenn sie in Österreich schon das Recht haben zu wählen, wie könnte das Interesse an Politik gesteigert werden? Woher nehmen junge Menschen ihre politischen Informationen? Die Bereitschaft an der Wahl teilzunehmen ist schließlich wissenschaftlich belegt. Diese und viele andere Fragen gilt es genauer zu analysieren (vgl. Heinzlmaier 2010, o.S.).

Eines kann mit Sicherheit festgehalten werden: Die Jugendlichen lieben es im Internet persönliche Geschichten über Alltag, Bilder und kurze Texte zu veröffentlichen. Das Internet gehört zu den beliebtesten Kommunikationskanälen der heutigen Jugend. Die neue Generation ist ständig online, vernetzt und „connected“ - nicht zuletzt deshalb, weil sie damit aufgewachsen sind und sie glauben das gehört zum Alltag einfach dazu. Jugendliche müssen aber gerade auch deshalb den richtigen Umgang hinsichtlich der Nutzung von Information- und Kommunikationstechnologien lernen (vgl. Großegger 2013 o. S). Gerade deshalb ist es wichtig, das politische Informationsverhalten im Internet zu untersuchen.

Die vorliegende Forschungsarbeit befasst sich mit der Frage, woher Jungwähler ihre politischen Informationen im Internet generieren. Anhand einer schriftlichen Befragung soll erforscht werden, welche Onlineangebote die jungen Erwachsenen nützen.

1.1 Aufbau der Arbeit

Die vorliegende Magisterarbeit gliedert sich in neun Kapitel. Nach **Kapitel 1**, das die Einleitung beinhaltet, kommt **Kapitel 2**, welches das Forschungsziel der Arbeit beschreibt. Es wird auf die Problemstellung eingegangen sowie der Forschungsbedarf und das Erkenntnisinteresse hervorgehoben. Zudem werden die damit verbundenen Forschungsfragen und Hypothesen dargestellt und am Ende das methodische Vorgehen erklärt.

Kapitel 3 stützt sich auf das Verhältnis von Jugendlichen und Politik in Österreich. Wie stehen die Jugendlichen Politik gegenüber und was verbirgt sich genau hinter den Begriffen „Jugend“ und „Erstwähler“. Auch die Entwicklungsbereiche der Jugendphase werden angeführt und in Verbindung mit den Erstwähler gebracht.

Anschließend folgt eine kurze Darstellung des Wahlrechts in Österreich sowie eine allgemeine Einführung in das Wahlverhalten. Das schwierige Verhältnis zwischen Jugendlichen und Politik wird im Unterkapitel „Jugend heute – Politikverdrossenheit?“ erläutert. Zentral für die vorliegende Arbeit ist auch der Aspekt „Jugend und Partizipation“ der dieses Kapitel vollenden wird.

Im **Kapitel 4** wird erläutert, wie das Internet als Informationsplattform von Jugendlichen genutzt wird. Die Veränderung des Mediennutzverhaltens wird dargestellt ebenso wie die Risiken medialer Informationsaneignung. Im Anschluss wird detaillierter auf die Internetnutzung der Jugendlichen in Österreich eingegangen und auch die Nutzungszwecke des Internets anhand von Studien erläutert. In weiterer Folge wird der theoretische Rahmen für den Bereich der Mediennutzforschung angeführt, welcher als Metarahmen verstanden werden kann. Um einen Einblick in die Kommunikationsforschung zu erhalten, werden motivationale und kontextbezogene Ansätze vorgestellt. Im weiteren Verlauf wird schließlich noch auf die Perspektiven der Mediennutzforschung eingegangen.

Das **5. Kapitel** widmet sich den Massenmedien und der politischen Informationsaneignung. Nachfolgend wird in diesem Kapitel noch auf den Begriff und zwei Modelle der E-Partizipation eingegangen. Auch die „Guidelines“ für eine erfolgreiche Beteiligung im Internet sowie die Defizite der E-Partizipation werden dargelegt.

Im **Kapitel 6** wird auf den aktuellen Forschungsstand Bezug genommen. In diesem Kapitel wird mithilfe von Studien das Thema der „Jungwähler“ beleuchtet. Dabei wird auf Fragen wie „Welche Ergebnisse gibt es schon im Hinblick auf der Informationsverhalten?“, „Gibt es Unterschiede zwischen männlichen und weiblichen Jungwählern?“ und „Wie interessiert sind Erstwähler an Politik?“, näher eingegangen. Abschließend werden noch die Ergebnisse der Nationalratswahl dargestellt.

Kapitel 7 stellt die Methode der Abschlussarbeit vor und erklärt im Zuge dessen das methodische Vorgehen im Detail. Dargestellt wird unter anderem die Auswahl der Stichprobe. Auch die Befragungsmethode wird vorgestellt und es wird näher auf den Fragebogen eingegangen. Insgesamt wurden 549 Schüler befragt. Details darüber, wie sich die Befragung an den sieben Schulen in Wien gestaltet hat, werden auch in diesem Kapitel erläutert.

Das **8. Kapitel** präsentiert die empirischen Ergebnisse der vorliegenden Untersuchung. Dies ist der Kern der Forschungsarbeit. Beginnend mit der demographischen Zusammensetzung der Stichprobe werden im Anschluss die Hypothesen überprüft und diskutiert. Am Ende dieses Punktes werden die wesentlichen Ergebnisse noch einmal dargelegt und wiedergespiegelt.

In **Kapitel 9** stellt das Resümee das zentrale Element dar. Mithilfe dessen werden die Forschungsfragen beantwortet. Zudem folgt eine Interpretation und Darstellung der gewonnenen Erkenntnisse in Bezug auf die Forschungsfragen

2 Ziel der Arbeit

2.1 Problemstellung

Die Senkung des Wahlalters wurde in Österreich sehr kontrovers diskutiert und es gab viele Gegner und Befürworter. Besonders die SPÖ und die Grünen verfolgten mit Nachdruck das Ziel der Senkung des Wahlalters. Am häufigsten wurden Gründe des fehlenden Wissens und Interesses an Politik als Argumente gegen eine Absenkung des Wahlalters genannt. Dagegen sprachen beispielsweise Aspekte wie, dass die Jugendlichen so ihre Zukunft besser mitgestalten könnten sowie durch ihr Mitbestimmungsrecht auch das politische Interesse wachsen würde. Interessant erscheint zudem, dass auch politisch wenig interessierte Jugendliche eine Meinung zur Politik haben und dadurch sehr wohl eine politische Position zum Ausdruck bringen (vgl. Karhofer 2007, S. 37ff).

Gerade bei den jungen Menschen spielt das Internet eine große Rolle zur Informationsbeschaffung. Deshalb wird im Zentrum der Arbeit das Internet stehen und wie es Jugendliche nützen, um sich politisch zu informieren. Junge Erwachsene dürfen hierzulande zwar wählen, ihnen wird aber viel zu wenig Aufmerksamkeit geschenkt, um ihr politisches Interesse zu steigern.

2.2 Forschungsbedarf

Das Thema der Jugendlichen und ihr politisches Mediennutzverhalten in Wien, steckt aus forschungswissenschaftlicher Sicht noch in den Kinderschuhen. Der Umgang mit politischer Information und Partizipation im Internet hingegen feiert eine Art Hochkonjunktur. Es gibt nur wenige Studien, die sich mit Erstwählern beschäftigen. Auch nach einer intensiven Recherche in verschiedenen Datenbanken konnte keine brauchbare Studie gefunden werden, die sich explizit mit der Online-Mediennutzung von Jugendlichen vor einem politischen Großereignis im Internet beschäftigte. Es gibt zudem im österreichischen Raum nur sehr wenige Arbeiten, die sich mit der Nutzung von Onlinemedien in Wechselwirkung mit dem politischen Interesse von Jugendlichen beschäftigen. An den eben erwähnten Aspekten wird deutlich,

dass ein Forschungsbedarf für dieses Thema vorliegt. Da gerade die jungen Menschen eine Affinität zu „neuen Medien“ aufweisen, ist es wichtig, sich näher mit diesem Thema zu beschäftigen.

2.3 Allgemeines Erkenntnisinteresse

Ziel der vorliegenden Arbeit ist es, einen Überblick über den Bezug von Jugendlichen zur Politik in Österreich zu geben. Die Frage nach dem politischen Interesse sowie der Aneignung der politischen Information sind von großer gesellschaftlicher Relevanz. Die zu untersuchende Gruppe ist zugleich auch jene Gruppe, welche erstmals wählen darf und auch zukünftig unsere Politik prägen wird. Vor allem aber soll analysiert werden, woher Erstwähler ihre politischen Informationen im Internet generieren. Die Gruppe der Erstwähler ist am stärksten im Internet vertreten (vgl. INTEGRAL 2013). Das unterstreicht die Wichtigkeit, diese Informationsquelle genauer zu analysieren.

2.4 Forschungsfragen und Hypothesen

FF1) Wie haben Erstwähler ihr politisches Interesse selbst eingestuft und welche Zusammenhänge ergeben sich hinsichtlich Bildung, Geschlecht?

Hypothese 1.a: Politisch Interessierte sind über mehrere Gesetzesänderungen informiert als politisch Uninteressierte.

Hypothese 1.b: Männliche Erstwähler sind eher politisch interessiert, als weibliche Erstwähler.

Hypothese 1.c: Schüler der Allgemeinbildenden Höheren Schule sind eher politisch interessiert, als Schüler der Berufsbildenden Höheren Schulen.

FF2: Was waren Gründe warum sich Erstwähler gegen eine politische Informationsbeschaffung im Internet entschieden haben?

Hypothese 2.a: Aufgrund von fehlendem politischen Interesse nehmen Erstwähler keine politische Informationsbeschaffung im Internet vor.

Hypothese 2.b: Ein weiterer Grund von Erstwähler sich gegen eine politische Informationsbeschaffung im Internet zu entscheiden sind die klassischen Medien (Zeitung und TV), die genug Informationen bieten.“

Hypothese 2.c: Kein Grund für Erstwähler sich gegen eine politische Informationsbeschaffung im Internet zu entscheiden sind Lehrer, die im Unterrichtsfach schon genügend Informationen angeboten haben.

FF3: Welches Informationsverhalten im Internet kann in Bezug auf die Nationalratswahl 2013 festgestellt werden? Folgende Online-Informationsangebote standen zur Auswahl:

- **Onlinezeitungen**
- **Social Media**
- **Websites von Parteien**
- **Youtube**
- **Blogs**
- **Foren**
- **ORFthek**
- **Sonstiges**

Hypothese: 3.a: Erstwähler nutzen am häufigsten die Onlinezeitungen im Internet, um sich politisch zu informieren.

Hypothese 3.b: Erstwähler, die sich über Onlinezeitungen politisch informieren, tun dies über große Medienhäuser wie den Österreichischen Rundfunk (ORF).

Hypothese: 3.c: Erstwähler, die sich über Social Media Angebote informieren, tun dies am häufigsten über Facebook.

Hypothese: 3.d: Erstwähler, die sich über Websites von Parteien informieren, tun dies am häufigsten über die Websites von den Grünen, FPÖ und den beiden Großparteien SPÖ und ÖVP.

Hypothese: 3.e: Erstwähler, die sich über Youtube politisch informieren, schauen dort vorrangig einzelne Interviews von Politiker an.

Hypothese: 3.f: Erstwähler nehmen am seltensten das Onlineangebot von Blogs und Foren in Anspruch, um sich politisch zu informieren.

Hypothese: 3.g: Erstwähler die Onlinedienste der ORFthek in Anspruch nehmen, schauen dort am häufigsten TV-Duelle zwischen Politikern an.

FF4: Gibt es einen Zusammenhang mit der Wahl der Onlineangebote im Internet und der Selbsteinstufung des politischen Interesses?

Hypothese 4.a: Politisch interessierte Erstwähler nützen eher die Vielfalt der Onlineangebote, um sich politisch zu informieren, als politisch uninteressierte Erstwähler.

Hypothese 4.b: Politisch Uninteressierte informieren sich eher über Social Media Angebote wie zum Beispiel Facebook.

FF5: Gibt es Zusammenhänge in Bezug auf die Meinungsäußerung im Internet und das Geschlecht, Interesse und der Wahl des Online-Angebots?

Hypothese: 5.a: Erstwähler nützen am häufigsten das Onlineangebot Facebook um ihre politische Meinung zu veröffentlichen.

Hypothese: 5.b. Männliche Erstwähler veröffentlichen eher ihre politische Meinung im Internet als weibliche Erstwähler.

2.5 Geplantes methodisches Vorgehen

Die Bearbeitung der Forschungsfragen und die damit zusammenhängende Überprüfung der Hypothesen basiert auf methodisch interdisziplinären politik- und kommunikationswissenschaftlichen Theorien. Der Fokus der Arbeit wird auf die Gruppe der 16- bis 18-jährigen Erstwähler aus Wien gelegt. Über 500

Schüler wurden mithilfe eines standardisierten Fragebogens befragt. Untersucht wurde das politische Interesse, das Informationsverhalten im Internet, Gründe gegen eine Aneignung politischer Informationen im Internet, Meinungsäußerung im Internet sowie allgemeine Aussagen zum Thema Internet und Politik.

Um einer repräsentativen Stichprobe möglichst nahe zu kommen, wurde versucht, in so vielen Schulen wie möglich (und damit auch aus unterschiedlichen Schultypen) Schüler zu erreichen. Deshalb wurden Gymnasien, Berufsbildende und Berufsschulen aus Wien angeschrieben und um Erlaubnis gebeten. Von insgesamt 7 Schulen wurde die Befragung genehmigt und für die Erhebung konnten somit 549 gültige Fragebogen ausgewertet werden. Um eine standardisierte Durchführung der Erhebung zu gewährleisten, war die Untersuchungsleiterin immer selbst vor Ort und konnte somit auch gleich Unklarheiten beseitigen sowie eventuelle Fragen beantworten.

THEORETISCHER TEIL

3 Jugend & Politik

Im Jahr 2007 wurde in Österreich im Zuge einer Wahlrechtsreform das aktive Wahlalter auf 16 Jahre gesenkt. Jugendliche erhielten anknüpfend die Chance auf sämtlichen Ebenen bei Wahlen mitzubestimmen. Wie schon in der Einleitung erwähnt, hat in Österreich die Senkung des Wahlalters auf 16 Jahre eine große Debatte in Politik, Medien und Öffentlichkeit losgelöst. Österreich nimmt diesbezüglich eine Vorreiterrolle ein, da es weltweit nur vereinzelt Länder gibt, in denen mit 16 Jahren schon gewählt wird. In Österreich hat dies zu sehr kontroversen Meinungen geführt und wurde auch außerhalb von Österreich debattiert.

Jugend und Politik unterliegt einem schwierigen Verhältnis. Junge Menschen verbinden mit Politik meistens einseitige Institutionspolitik. Sich politisch zu beteiligen (beispielsweise für gesellschaftspolitische Themen), ist bei der breiten Mehrheit der Jugendlichen eher gering. Die meisten Begegnungen mit der Politik finden vorwiegend am Wahltag selbst statt. Jugendliche hegen deshalb eher ein distanzierteres Verhältnis zur Politik. Häufig liegt der Grund darin, dass sie sich nicht ernst genommen fühlen (vgl. Großegger 2011, S. 9).

Um vor allem junge Menschen stärker in politische Entscheidungsprozesse zu involvieren, und somit auch der herrschenden Distanz entgegen zu wirken, wurde das Wahlalter gesenkt. Mit dieser Entscheidung war aber nicht jeder gleichermaßen begeistert. Schaut man sich die Skeptiker und Gegner der Wahlalter-Senkung an, so werden meistens die Gründe des geringen politischen Wissens und fehlenden Interesses in den Vordergrund gedrängt. Vertreter dessen sind zum Beispiel die beiden Wissenschaftler Chan und Clayton, deren Gründe gegen eine Wahlalter-Senkung in ihrem 2006 veröffentlichten Artikel: *Should the Voting Age be Lowered to Sixteen?* im *Political Studies* folgende Ansicht dargelegt wurden. Sie haben die Befürchtung, dass 16- und 17-Jährige erst gar nicht zu Wahl gehen und wenn sie wählen gehen, dann vielleicht durch ihr fehlendes Wissen eine schlechte Wahl treffen (vgl. Chan/Clayton 2006, S. 533-558).

Wie bereits in der Einleitung erwähnt, gibt es aber auch Befürworter der Wahlalter-Senkung. Meistens wird damit argumentiert, dass mit der Senkung des Wahlalters auch eine bessere Vertretung der jungen Menschen in der Politik einhergeht. Zudem soll somit auch das Interesse gesteigert werden und Wahl zu einer Gewohnheit werden (vgl. Plutzer 2002, S. 41f).

Die besondere Bedeutung der ersten Wahlteilnahme unterstreicht Eric Plutzer in einem Aufsatz aus dem Jahr 2002. Darin beschreibt er, dass das Wählen eine Art Gewohnheit ist und deshalb gerade die erste Wahl sehr ausschlaggebend sein kann. Die erste Wahl legt sozusagen den Grundstein der Wahlbiografie. Es konnte zudem gezeigt werden, dass das Fernbleiben der ersten Wahl negative Konsequenzen auf die Teilnahme weiterer Wahlen verursacht und die Wahrscheinlichkeit steigt, ein ganzes Leben lang Nichtwähler zu bleiben (vgl. Plutzer 2002, S. 42ff).

Franklin (2004) spricht in diesem Sinne von einer besseren Verankerung von 16- und 17-Jährigen in Elternhaus und Schule und erhofft sich dadurch, dass die Erstwähler besser auf die Wahl vorbereitet werden und somit mehr Jugendliche auch teilnehmen und fundierte Wahlentscheidungen treffen (vgl. Franklin 2004, S.3-41).

Dass sich etwas ändern muss, um das Interesse an Politik für Jugendliche zu steigern, ist eindeutig. Der Politikwissenschaftler, Ferdinand Karlhofer verweist an dieser Stelle darauf, dass 16-17-Jährige weniger interessiert sind, weil sie bis vor kurzem nicht wählen durften. Deshalb eignet sich die Wahlalter-Senkung als Gegenmittel zu den sinkenden Wahlbeteiligungen und dem nicht vorhandenen Interesse. Karlhofer betont in diesem Zusammenhang, dass noch weitere aktivierende Maßnahmen nötig sind, um Jugendliche weiter zu mobilisieren sodass sie an der Politik gefallen finden. Das alleinige Herabsetzen des Wahlalters jedoch, ist nicht die Lösung aller Probleme. Andere Modelle der Jugendbeteiligung können und sollten an Relevanz gewinnen. Durch die alleinige Zahl der Wahlbeteiligung wird sich die politische

Partizipationskultur nicht von heute auf morgen verbessern lassen (vgl. Karlsrufer 2007, S. 41f).

Im Folgenden wird kurz definiert, was unter Jugendlichen bzw. Erstwählern für den Rahmen dieser Arbeit verstanden wird.

3.1 Jugend

Die heutige Jugend besitzt eine vielfältigere Entfaltungsoption als es bei früheren Generationen der Fall gewesen ist. Es gibt eine große Anzahl von Wahlmöglichkeiten und Gestaltungsmöglichkeiten für die individuelle Selbstverwirklichung. Die heutige Jugend ist flexibel und mobil, ehrgeizig und zäh sowie auch ein wenig pessimistisch, wenn es um ihre Zukunft geht (vgl. Tenschner /Scherer 2012, S. 15f).

Aus der Literatur geht hervor, dass sehr viele Wissenschaftler über eine andere Definition von Jugend verfügen. Zur Vollständigkeit wird deshalb genau darauf eingegangen unter welcher Definition diese Arbeit zu betrachten ist.

3.1.1 Begriff Jugend

Der Begriff „Jugend“ ist kein wissenschaftlicher, klar definierter Begriff. Es ist ein Wort das aus der Alltagssprache stammt. Der gewöhnliche Sprachgebrauch benennt damit die unterschiedlichen Lebensphasen von der Kindheit bis hin zum Erwachsenenalter. Diese unterschiedlichen Lebensphasen sind von besonderen Verhaltensmustern und Eigenschaften geprägt. So wird im alltäglichen Leben von Söhnen und Töchtern gesprochen, von Schülern in der Schule oder über Auszubildende in den Betrieben. Oft spricht man nur dann von Jugendlichen, wenn sie sich in einer Weise verhalten, die als typisch für Ihre Lebensphase gilt. Es gibt daher unterschiedliche Jugendbegriffe. Im Unterschied zum Alltag ist die wissenschaftliche Jugendforschung darauf angewiesen, den „Grundbegriff“ Jugend zu erklären und zu definieren. Nicht zu vergessen ist aber, dass man den Begriff Jugend auch als biologisches oder psychisches Entwicklungsstadium auffassen kann (vgl. Scherr 2009, S. 17).

Moser Sonja deutet in ihrem Werk darauf hin, dass Jugend nicht klar definiert werden kann. Prinzipiell dauert „die Jugend“ nach der Wissenschaftlerin 15 Jahre, womit sich seit der Einführung des Begriffs die Spanne um ganze 10 Jahre verlängert hat (Moser 2010, S. 25f).

Jugend ist kein einheitlicher Begriff, weder im wissenschaftlichen Diskurs noch in der österreichischen Rechtsordnung. Klassische Definitionen für das Erwachsenenalter, wie zum Beispiel eigener Haushalt, fertige Ausbildung oder Einstieg in die Berufswelt sind sehr vage Definitionsversuche. Gerade Politiker müssen in diesem Zusammenhang sehr darauf acht geben nicht altersgemäße, sondern zielgruppenspezifische Programme aufzustellen und auf die unterschiedlichen Lebenslagen und Bedürfnisse der jungen Erwachsenen einzugehen (vgl. BMFI 2015, o. S.).

In vielen Studien wird zudem davor gewarnt, vorschnelle Verallgemeinerungen zu aufzustellen, da mit Jugend ganz unterschiedliche Assoziationen verknüpft werden können. Beispielsweise eine Entwicklungsphase im Lebenszyklus eines jungen Menschen, oder eine soziale Gruppe mit ihren typischen, in diesem Fall „jugendlichen“ Verhaltensweisen und Einstellungen. Oft wird in der Literatur auch von einer gesellschaftlichen Teilkultur oder Subkultur gesprochen. Am Alltagsbewusstsein wird Jugend häufig mit der Pubertät verknüpft. Am beständigsten wird Jugend als eine Übergangsphase von der Kindheit und Erwachsensein bezeichnet. Diese wird meist mit einer Alterspanne zwischen 13 und ca. 25 Jahren angegeben. Die Altersspanne ist oft unscharf und problematisch zu ziehen (vgl. Zimmermann 2000, S. 146).

Für die vorliegende Arbeit wird der Begriff Jugend aus der soziologischen Perspektive betrachtet. Die soziologische Jugendforschung befasst sich mit Jugend als Lebensphase. Hinter dieser Lebensphase verbirgt sich das Heranwachsen von einem Kind zu einem Erwachsenen. Genau unter diesen Gesichtspunkten wird auch die zu untersuchende Gruppe der Erstwähler betrachtet.

Scherr (2009) führt in diesem Zusammenhang folgende Definition für den Begriff Jugend an:

„Jugend ist eine gesellschaftliche institutionalisierte und intern differenzierte Lebensphase, deren Abgrenzung und Ausdehnung sowie deren Verlauf und Ausprägungen wesentlich durch soziale (sozialstrukturelle, ökonomische, politische, kulturelle, rechtliche, institutionelle) Bedingungen und Einflüsse bestimmt ist. Jugend ist keine homogene Lebenslage oder Sozialgruppe, sondern umfasst unterschiedliche historisch veränderliche, sozial ungleiche geschlechtsbezogene differenzierte Jugenden.(...) Jugend ist eine befristete Übergangsphase und eine Phase der sozialen Platzierung, in der für die künftige soziale Stellung als Erwachsener bedeutsame Weichenstellungen erfolgen“ (zit. nach Scheer 2009, S. 23f).

Weiters nennt Schäffers in ihrem Werk aus der soziologischen Perspektive folgende Elemente, um Jugend zu definieren. Jugend ist eine Altersphase, die mit dem einsetzen der Pubertät mit dem 13. Lebensjahr beginnt. Aus soziologischer Sicht ist man „jugendlich“ in der Altersgruppe von 13- bis 25 Jahren. Zudem ist Jugend eine biologisch mit-bestimmte, aber sozial und kulturell „überformte“ Lebensphase (vgl. Schäffers 1998, S. 21).

Jugend ist damit eine Phase und beinhaltet verschiedene Elemente. Jedoch wird in der Wissenschaft die Jugendphase aus mehreren Blickwinkeln betrachtet und bedarf deshalb einer genaueren Analyse. Zu der altersmäßigen Ungenauigkeit in Punkto Jugend, kommt bei der Bestimmung von Jugend ein weiteres Problem hinzu: Die Jugend umfasst sehr unterschiedliche Lebensphasen/ bzw. Jugendphasen auf die im Folgenden näher eingegangen wird.

3.1.2 Jugendphasen

Auch der Terminus Jugendphase muss aus mehreren Standwinkeln betrachtet werden, denn gerade die Besonderheiten der Jugendphase müssen aus verschiedenen Blickwinkeln analysiert werden. So sprechen die Psychologen eher von einer Adoleszenz, Biologen von der Pubertät und die Soziologie von der Jugend (vgl. Fend 2000, S. 22).

Feldmann schreibt wie Moser (2010), dass sich die Jugendphase in den letzten Jahrzehnten verlängert hat und auch früher beginnt. Der Grund ist, dass die Kindheit sich durch Medien- und Konsumerfahrungen verkürzt hat und erst später endet (vgl. Feldmann 2006, S. 160).

Moser merkt an dieser Stelle die veränderten gesellschaftlichen Rahmenbedingungen an, die eine immer größere Jugendphase mit sich ziehen. So ist die Entwicklung der Jugendphase gleichzeitig auch immer ein Spiegel der gesellschaftlichen Entwicklung. Der Eintritt in die Phase ist somit weiter nach vorne gerutscht und immer weiter in die Kindheit hinein verlagert. Die Jugendphase ist eine sehr intensive Phase in der die jungen Erwachsenen sich selber finden sollten und zudem entscheidende physiologische und biologische Veränderungen der jungen bewältigt werden müssen (vgl. Moser 2010, S. 54).

Doch nicht nur das ist ein Grund dafür, Schäffers nennt auch die durchschnittliche Schul- und Ausbildungszeit, die immer größere Zeitrahmen in Anspruch nimmt und somit die Jugendphase einen immer größeren Zeitraum umfasst (vgl. Schäffers 1998, S. 22). Gesetzlich gesehen ist die Jugendphase nicht sehr lange, sie dauert vom 14. bis zum 18. Lebensjahr. Aus soziologischer Sicht ist diese Bestimmung jedoch unzureichend. Bei empirischen Untersuchungen wird unter Jugend meist die Altersgruppe zwischen 13 und 25 Jahren verstanden.

Im Sinne eines soziologischen Definitionsvorschlages gilt die Jugendphase als dann abgeschlossen, wenn die soziale und personale Identität ausgeprägt ist. Folgende Kennzeichen werden hierfür verwendet:

1. abgeschlossene Berufsausbildung,
2. kontinuierliche Berufstätigkeit,
3. Heirat,
4. das erste Kind (vgl. Feldmann 2006 S. 160).

Für die vorliegende Arbeit ist es essentiell, dass sich die zu untersuchende Gruppe der Erstwähler in dieser Phase befindet. Die Jugendphase beinhaltet demnach verschiedene Entwicklungsbereiche, die im Folgenden erklärt werden.

3.1.3 Entwicklungsbereiche der Jugendphasen

Der Kinder- und Jugendforscher Klaus Hurrelmann hat die vier großen Entwicklungsbereiche der Jugendphase in seinem gleichnamigen Werk: Lebensphase Jugend wie folgt definiert:

- 1. Entwicklung einer intellektuellen und sozialen Kompetenz, um selbstverantwortlich schulischen und anschließend beruflichen Qualifikationen nachzukommen, mit dem Ziel, eine berufliche Erwerbstätigkeit aufzunehmen und dadurch die eigene, ökonomische und materielle Basis für eine selbständige Existenz als Erwachsene zu sichern.*
- 2. Entwicklung der eigenen Geschlechterrolle und des sozialen Bindungsverhalten zu Gleichaltrigen des eigenen und des anderen Geschlechts, Aufbau einer heterosexuellen Partnerbeziehung, die langfristige Basis für eine Familiengründung und die Geburt und Erziehung eigener Kinder bilden kann.*
- 3. Entwicklung eigener Handlungsmuster für die Nutzung des Konsummarktes und des Freizeitmarktes einschließlich der Medien mit dem Ziel, einen eigenen Lebensstil zu entwickeln und zu einem gesteuerten und bedürfnisorientierten Umgang mit den entsprechenden Angeboten zu kommen.*
- 4. Entwicklung eines Werte- und Normsystems und eines ethnischen und politischen Bewusstseins, das mit dem eigenen Verhalten und Handeln in Übereinstimmung steht, so daß(sic!) die verantwortliche Übernahme*

von gesellschaftlichen Partizipationsrollen in kulturellem und politischem Raum möglich wird (zit. nach Hurrelmann 1994, S. 34).

Laut Hurrelmann korrespondieren die verschiedenen Teilbereiche der Erwachsenenrolle mit den folgenden Entwicklungsaufgaben der Jugendlichen:

- die berufliche Rolle
- die interaktive-partnerschaftliche Rolle
- Rolle als Kulturbürger
- die Rolle als politischer Bürger (vgl. Hurrelmann 1994, S. 42).

Besonders schwierig gestaltet sich die Bestimmung des Endes einer Jugendphase. Nach Schäfers gilt die Jugendphase dann als abgeschlossen, wenn ein Individuum seine soziale und persönliche Identität gefunden hat. Anzeichen dafür sind zum Beispiel ökonomische Selbstständigkeit und soziale Verselbständigung. Zudem nimmt die eindeutige Kennzeichnung für die Beendigung der Jugendphase ab (vgl. Schäfers 1998, S. 21f).

Bei der Jugend wird häufig auch von einer homogenen Gruppe gesprochen, die sie jedoch nicht ist. Wie sich im obigen Verlauf gezeigt hat, kann trotz der Definitionsversuche kein exaktes Merkmal für das Jugendalter bestimmt werden. Nach einer Definition von Jugend bleiben viele Fragen offen. Moser kritisiert in diesem Zusammenhang Hurrelmann, denn beispielsweise die Aufnahme einer Erwerbsarbeit/berufliche Rolle wird als Ziel postuliert, was aber nicht allen Jugendlichen zugänglich ist. Zudem wird ein geschlossenes Beziehungsbild vermittelt, das gesamtgesellschaftlich vor allem bei den Jugendlichen immer seltener Wirklichkeit ist und gleichzeitig andere Lebensformen (Single, allein erziehend, homosexuelle Paare) ausgrenzt. Es sei daher festzuhalten, dass die Jugend und ihre Entwicklungsaufgaben von einer Vielzahl von Faktoren (Geschlecht, kulturelle Prägung, Erziehungsstil, ökonomische Ressourcen) abhängig ist. Diese Faktoren sollten bei der Definition immer im Hinterkopf bleiben (vgl. Moser 2010, S. 28).

3.1.4 Begriff der Erstwähler

In Bezug auf die Erstwähler hat es sich als äußerst schwierig herausgestellt, eine klare und eindeutige Definition zu finden. Wie auch bei dem Begriff Jugend gibt es hier unterschiedliche Definitionen. Laut Duden ist ein Erstwähler jener, der aufgrund seines Alters zum ersten Mal wählen durfte (vgl. Duden 2014, o. S.).

In vielen österreichischen Tageszeitungen werden Jungwähler/Erstwähler unterschiedlich definiert. So werden im „Standard“ die Jungwähler von der Jugendkulturforschung im Alter von 16-29 Jahren definiert (vgl. Standard 2014, o. S.). Im „Kurier“ wird unter Erstwähler die Altersgruppe von 16-19 verstanden. (vgl. kurier 2014, o. S.). Sucht man nach Definitionen von Erstwählern beim Österreichischen Rundfunk, so stößt man auf die Definition der 16-18 Jährigen (vgl. ORF 2014, o. S.) Wie man gut erkennen kann, gibt es kein einheitliches Verständnis und vor allem keine einheitliche Definition von Erstwählern. Deshalb wird für die vorliegende Arbeit die folgende Definition verwendet:

Als Erstwähler wird jener Jugendliche verstanden, der bei der Nationalratswahl am 29. September 2013 zum ersten Mal bei einer Nationalratswahl wahlberechtigt war. Zu diesem Zeitpunkt muss der Jugendliche mindestens 16 Jahre alt gewesen sein, zudem darf er - um bei der Erhebung miteinbezogen zu werden - nicht älter als 18 Jahre sein.

Wenn auf den nächsten Seiten von „Erstwähler“, „junge Erwachsenen“, „Jugendlichen“ oder „Jungwähler“ die Rede ist, dann ist die Gruppe der 16- bis 18-Jährigen gemeint.

3.2 Wählen in Österreich

Um einen kurzen Einblick in das österreichisches Wahlverhalten zu geben, wird im Folgenden auf das Wahlrecht in Österreich eingegangen. Wahlen sind frei, geheim und wiederholen sich meist periodisch. Der freie Wille soll durch die Wahlen unverfälscht zum Ausdruck gebracht werden. Deshalb gibt es in Österreich auch ein Wahlrecht, das in einem kurzen Abschnitt erklärt wird.

3.2.1 Wahlrecht in Österreich

Das Wahlrecht in Österreich bezeichnet das Recht, an politischen Wahlen in Österreich teilnehmen zu dürfen. Das allgemeine Recht zur Wahlteilnahme gibt es für Männer seit 1907. Für Frauen wurde das Wahlrecht erst im Jahre 1919 eingeführt (vgl. Help GV 2014, o. S.).

In Österreich unterscheidet man zwischen dem aktiven und passiven Wahlrecht. Das aktive Wahlrecht ist das Recht der Wahlberechtigten zu wählen. Zu den Wahlberechtigten zählen österreichische Staatsbürger, wenn sie nicht wegen einer gerichtlichen Verurteilung vom Wahlrecht ausgeschlossen sind und ein bestimmtes Alter erreicht haben. In Österreich wurde im Zuge der Wahlrechtsreform 2007 unter anderem beschlossen, das Wahlalter von 18 auf 16 Jahre zu senken. Mit dieser Reform hat die Politik ein deutliches Zeichen gesetzt und ein Signal an die Jugend geschickt, dass jungen Menschen zugetraut wird, politische Entscheidungen zu treffen (vgl. Help GV 2014, o. S.).

Dies gilt für folgende Wahlen:

- Bundespräsidentenwahlen – Vollendung des 16. Lebensjahres am Wahltag
- Nationalratswahlen – Vollendung des 16. Lebensjahres am Wahltag
- Landtagswahlen – Vollendung des 16. Lebensjahres am Wahltag
- Gemeinderats- und Bürgermeisterwahlen - Vollendung des 16. Lebensjahres am Wahltag.

Für nicht österreichische EU-Bürger mit Hauptwohnsitz in Österreich besteht die Möglichkeit, an Gemeinderatswahlen teilzunehmen. Für nicht österreichische EU-Bürger mit Hauptwohnsitz in Wien besteht die Möglichkeit, die Bezirksvertretung (nicht aber auf Gemeinde- und Landesebene) zu wählen (vgl. Help GV 2014, o. S.).

Das passive Wahlrecht ist das Recht, sich als Kandidat für eine Wahl aufstellen zu lassen und gewählt werden zu können. Passiv Wahlberechtigte

sind all jene wahlberechtigten österreichischen Staatsbürger, die ein bestimmtes Mindestalter erreicht haben. Auch beim passiven Wahlrecht wurde im Zuge der Wahlrechtsreform das Mindestalter von 19 auf 18 Jahre gesenkt, ausgenommen die Wahl zum Bundespräsidenten

- Bundespräsidentenwahlen – Vollendung des 35. Lebensjahres am Wahltag
- Nationalratswahlen – Vollendung des 18. Lebensjahres am Wahltag
- Landtagswahlen – Vollendung des 18. Lebensjahres am Wahltag
- Gemeinderats- und Bürgermeisterwahlen - Vollendung des 18. Lebensjahres am Wahltag
- Wiener Wahlen (Gemeinderats- und Landtagswahlen) - Vollendung des 18. Lebensjahres am Wahltag (vgl. Help GV 2014, o. S.).

3.2.2 Wahlverhalten der Österreichischen Wähler

Das österreichische politische System wurde lange Zeit als eines der stabilsten charakterisiert. Lange Zeit sind Wechselwähler nicht vorgekommen und erst durch den soziokulturellen Wandel in den 70er Jahren begann eine Umstrukturierungswelle (Merschitz 2008, S. 47). Bis dahin konnte die österreichische Wählerlandschaft mit dem Konzept der „Lagerbindung“ am einfachsten erklärt werden. Es prägten die emotionale Verbundenheit und die disziplinierte Folgebereitschaft das politische Verhalten der Stammwählerschaft. Es gab zwei Hauptspannungslinien (cleavages); die aus einer konfessionellen Konfliktachse (aktives katholisches vs. kirchenfernes Milieu) bestehende; und die wohlfahrtstaatliche Konfliktlinie (sozialstaatliche Sicherheits- und Regelungserwartung vs. Marktwirtschaft). Eine dritte, deutlich abgeschwächte Kontroverse in Österreich war die deutschnationale vs. Österreicher-nationale Spannungslinie. Entlang dieser Konfliktlinien bildeten sich die beiden dominanten Lager: SPÖ und ÖVP. Früher mangelte es noch der KPÖ oder auch FPÖ an der Verflechtung mit dem Staatsapparat und einem entsprechenden Netzwerk. Die kleinen Parteien büßten in den späten 50er und 60er Jahren einen Gutteil ihres in den Anfangsjahren der Zweiten Republik noch durchaus beachtlichen Stimmenanteils ein. Umgekehrt gelang es der SPÖ und ÖVP ihren gemeinsamen Stimmenanteil auf fast 90 Prozent

zu steigern (vgl. Pelinka/ Plasser/Meixner 2000, S. 169-202, Merschitz 2008 S. 47).

Das Wahlverhalten wurde damals von folgenden Trends geprägt: Die Traditionsparteien wurden immer von älteren Wählern gewählt. Zudem tendierten die Arbeiter und Selbstständigen stark zur FPÖ. Männer und Frauen haben sich signifikant im Wahlverhalten unterschieden (Frauen eher liberal, Männer eher rechts) (vgl. Filzmaier/Hajek 2005 S. 6).

Die Traditionsparteien konzentrierten sich zudem mehr auf die Mobilisierung ihrer Kernwähler oder Stammwähler als darauf, neue ungebundene Wähler zu akquirieren. Durch den soziokulturellen Wandel schrumpften seit den 70er Jahren die Kerngruppen der Traditionsparteien SPÖ und ÖVP. Die Weltanschauung der Wähler hat sich verändert und SPÖ und ÖVP verloren viele Wähler an subkulturelle Verankerungen. Es begann eine Individualisierung und die vorherigen Prädikatoren (Soziale Lage, Beruf, Lebensumstände) des österreichischen Wahlverhaltens waren nicht mehr so trennscharf zu erkennen. Die Folge ist die Umstrukturierung der Wählerschaft, die durch den Aufstieg der Massenmedien beschleunigt wurde (vgl. Penika/Plasser/Meixner 2000, S. 169-202).

Ende der 90er Jahre weist nur mehr die Hälfte der Wahlberechtigten eine langfristige Bindung zu einer Partei auf. Doch auch der Anteil der Parteimitglieder hat sich seit den 70er Jahren halbiert, dafür verantwortlich sind mangelnde Anreize, Demotivation und eine seit den 80er Jahren deutlich parteienkritischere Öffentlichkeit. 2000 gab es wegen des Koalitionswechsels eine Verlangsamung des Trends und es kam zu einer tendenziellen Stabilisierung der Parteibindung, sowie auch wieder zu steigenden Mitgliederzahlen (vgl. Penika/Plasser/Meixner 2000, S. 169-202).

2004 fanden in Österreich drei Landtagswahlen statt. Die Politologen Peter Filzmaier und Peter Hajek fassten die Wahlergebnisse zusammen und generierten folgende Ergebnisse. Ziemlich konstant haben sich drei Viertel der Wähler erst etwas mehr als drei Wochen vor der Wahl für ihre Partei

entscheiden. Weiters konnte eine sinkende Wahlbeteiligung analysiert werden und demgegenüber gibt es eine steigende Anzahl von Wechselwählern (vgl. Filzmaier/Hajek 2005 S. 33ff).

Die Wahlentscheidung wird in Österreich immer später getroffen. Diese Unentschlossenheit der Wähler ist nicht gleichzusetzen mit einer totalen Präferenzfreiheit. Meist haben die Wähler eine Nähe zu einer oder mehreren Parteien (vgl. Filzmaier/Perlot/Beyrl 2010 S.53).

Filzmaier, Perlot und Beyrl haben 2010 die Trends im Wahlverhalten in Österreich analysiert. Wesentliche Erkenntnisse sind gewesen, dass sich die Wähler von SPÖ und ÖVP 2009 und 2010 wesentlich früher festgelegt wenn sie ihre Stimme geben, als die Wähler von FPÖ und den Grünen. Zudem spielen das Geschlecht und das Alter eine Rolle. So gibt es in Österreich ein „gender gap“ und eine Alterskluft. Das altersbedingte Wahlverhalten steht in Verbindung mit der Parteibindung (s.o.) Zum geschlechtsspezifischen Unterschied kann gesagt werden, dass Frauen tendenziell eher zu Mitte-links-Parteien wie SPÖ und im Speziellen zu den Grünen neigen. Hingegen die Männer tendenziell mehr Mitte-rechts-Parteien wählen, wie die ÖVP und vor allem die FPÖ. Dies zeigt sich auch deutlich in dem Ergebnis der Wahlen 2009 und 2010 (vgl. Filzmaier/Perlot/Beyrl 2010 S.54).

Das Alter ist zudem auch ein brauchbarer Indikator für das Wahlverhalten. So könnte man die SPÖ als alte (60+), und die FPÖ und die Grünen (30+) als junge Parteien klassifizieren. Die ÖVP wird auch tendenziell häufiger von älteren Personen gewählt. Eine genauere Differenzierung und Klassifizierung ist aufgrund der geringen Fallzahlen nicht möglich (vgl.ebd.).

Festzuhalten ist an dieser Stelle, dass das Wahlverhalten in Österreich wie auch in vielen anderen Ländern, immer individueller wird. Die Stammwähler werden immer weniger und auch die Wahlentscheidung wird immer spontaner gefällt. Im Extremfall fällt die Entscheidung sogar erst in der Wahlkabine. Das Alter spielt auch eine wichtige Rolle, denn die älteren Generationen sind noch mehr parteigebunden als die jüngeren. An dieser Stelle ist anzumerken dass

eine Partei - wenn sie sich gegenüber einer neuen Altersgruppe öffnen würde - es riskiert, ihre vorhandenen Unterstützer zu verlieren. Deshalb scheint es durchaus möglich, dass sich das „gender cap“ weiter ausbauen wird. Im Berufsvergleich sind zahlenmäßig die Angestellten die wichtigste Gruppe, um die sich die Parteien bemühen sollten (vgl. Filzmaier/Perlot/Beyrl 2010 S. 64).

Eine weitere Entwicklung ist, dass die Wahlbeteiligung in Österreich sowie auch in vielen anderen europäischen Ländern tendenziell als sinkend anzusehen ist. Seit 2003-2006 schreiten immer weniger Leute zur Wahlurne und nehmen von ihrem Wahlrecht gebrauch. Vergleicht man diese auf nationales Ebene in Europa und auf internationaler Ebene mit den USA. Fällt auf, dass es sehr große Schwankungen zwischen der Wahlbeteiligungen gibt. Diese Schwanken zwischen unter 55 Prozent beispielsweise in der Slowakei, bis zu 90 Prozent in Zypern. In der westeuropäischen Demokratie von 1945 bis nach 1980 lag die Wahlbeteiligung im Langzeitvergleich im Durchschnitt bei 83 Prozent (vgl. Filzmaier 2007, S. 43ff).

3.2.3 Wählen mit 16 - Das Wahlverhalten von Jugendlichen in Österreich

Der Politikwissenschaftler Peter A. Ulram beschäftigt sich schon seit sehr langer Zeit mit dem Thema Jugend und Politik. Schon in den neunziger Jahren macht er auf das Phänomen der Wechselwähler aufmerksam. Wie schon im vorigen Kapitel beschrieben tendieren immer mehr Menschen zu Wechselwählern. Hinzu kommt bei den Jugendlichen das sie in keine traditionellen Subkulturen mehr hinein geboren wurden und dementsprechend ist die Distanzierung zu parteipolitischen Organisationen und die erhöhte Bereitschaft zum Parteienwechsel noch stärker ausgeprägt. De Facto gibt es in Österreich circa seit Mitte der 80er Jahre ein generationsspezifisches Wahlverhalten (vgl. Ulram 1995, S. 37).

Das erste Mal durften die 16- bis 18- Jährigen bei der Wiener Landtags- und Gemeinderatswahl im Oktober 2005 wählen. Ulrike und Sigrid Nitsch brachten anlässlich dieses Ereignisses eine Studie heraus. 700 wahlberechtigte Wiener

Jugendliche haben sie telefonisch befragt. Die Stichprobengröße ließ eine Darstellung der drei Gruppen: Lehrlingen, Schülern und Migranten zu (vgl. Kozeluh/ Nitsch 2006, S. 133f).

Die zentralen Ergebnisse waren, dass es eine hohe Wahlbeteiligung unter den Jugendlichen in Wien gab. 59 Prozent der 16- bis 18-jährigen Wiener haben an der Landtagswahl teilgenommen. Die Wahlbeteiligung liegt also nur knapp unter der aller Wahlberechtigten. Frauen beteiligten sich bei den Landtagswahlen mit 61 Prozent etwas stärker als die Männer mit 57 Prozent. Die Jugendlichen wählten mehrheitlich die SPÖ und die Grünen. Die SPÖ wurde mit einem Anteil von 46 Prozent gewählt und die Grünen erreichten 26 Prozent. Bei den Erstwählern ist zu erfassen, dass die ÖVP und die FPÖ mehrheitlich nicht gewählt wurden. Sehr unterschiedlich waren die Ergebnisse von den Schülern und Lehrlingen bzw. Berufsschülern. Bei den Berufsschülern und Lehrlingen wurde die SPÖ weitaus öfter gewählt als bei den Schülern. Gerade bei den Allgemein Höheren Schülern konnte vor allem die Grüne Partei punkten. Zudem kann gesagt werden, dass die Erstwähler welche die FPÖ gewählt haben, meist Lehrlinge, Berufsschüler und überwiegend männlich sind (vgl. Kozeluh/Nitsch 2006, S. 136).

Die Wahlsprengelanalysen zeigten, dass die Wahlbeteiligung der Erstwähler höher war als erwartet. Besonders bei den AHS- und BHS- Schülern war die Teilnahme an den Landtagswahlen mit 69 Prozent besonders hoch. Bildung hat somit einen positiven Effekt auf die Partizipation von Jugendlichen. Auch die Wahlinformation ist ein äußerst wichtiger Punkt und durch die Aktivitäten an den Wiener Schulen zu den Landtagswahlen wurden die Schüler positiv auf das Wählen vorbereitet. Es wurden auch die Wahlmotive unter den Erstwählern in Wien erfragt. Am häufigsten wurde von den Jugendlichen die Möglichkeit der Mitbestimmung genannt, gefolgt von dem Gefühl, das erste Mal von der Politik ernst genommen worden zu sein. Wählen bedeutet zudem für die Jugendlichen ein Recht und die Übernahme der staatsbürgerlichen Verantwortung (vgl. Kozeluh/Nitsch 2006, S. 142).

Anlässlich der Nationalratswahl hat die Politikwissenschaftlerin Ulrike Kozeluh mit ihren Kollegen eine große Nachwahl- Befragung anlässlich der Nationalratswahl 2008 gemacht. Es wurde das Wahlverhalten der 16- bis 18-Jährigen untersucht. Das SORA (Institute for Social Research and Analysis) wirkte bei der Auswertung mit. Österreichweit wurden 1000 Jugendliche zwischen 16 und 18 Jahren im Befragungszeitraum von November bis Dezember 2008 befragt (vgl. Kozeluh /Schwarzer/Zandonella u.a., 2009 S. 4f).

Die stärkste Partei bei den Erstwählern war 2008 die ÖVP, während die SPÖ nur unterdurchschnittliche Werte erreichte. Ein Ergebnis ist, dass die berufstätigen Jugendlichen oder die sich in einer Lehre befinden, mit höherem Anteil die FPÖ gewählt haben. Die Grünen erreichten im Vergleich zur Gesamtbevölkerung auch überdurchschnittliche Werte. Den anderen Parteien werfen die Jungwähler eine fehlende Profilschärfe zu. Wichtig ist an dieser Stelle, dass sich das Wahlverhalten der Schüler und Berufstätigen signifikant unterscheidet (vgl., 2009 Kozeluh /Schwarzer/Zandonella u.a. S. 22f).

Somit zeigt sich ein etwas unklareres Bild über das Wahlverhalten der österreichischen Jugendlichen. Die unterschiedlichen Ergebnisse der beiden Wahlen könnten auch mit der Stichprobe zusammenhängen, zumal bei der ersten Studie nur Erstwähler aus Wien befragt wurden und bei der zweiten aus ganz Österreich. Eindeutig ist das Ergebnis dass berufstätige Erstwähler tendenziell eher rechts und somit die FPÖ wählen. Im nächsten Abschnitt wird das Verhältnis von österreichischen Jugendlichen zur Politik analysiert.

3.2.4 Das Verhältnis österreichischer Jugend zur Politik

Vieles was wir über die „Jugend“ wissen, stammt aus den Medien. Deshalb wird oft von Negativem oder Extremen im Zusammenhang mit den Jugendlichen gesprochen. Das, was wir über die Jugend hören, stammt meist nur von jenen Medien, die einen kleinen - meist negativen - Ausschnitt der jungen Erwachsenen präsentieren. Seit Sokrates heißt es über die Jugend, dass sie immer schlimmer, respektloser und unpolitischer wird. Es gibt immer mehr Jugendkulturen und diese haben sich auch in den letzten Jahren stark verändert (vgl. Farin 2010, S. 3).

Oft wird die Jugend auch mit dem Begriff der Politikverdrossenheit in Verbindung gebracht. Die mangelnde politische Partizipation und das fehlende Interesse der Jugendlichen bringt die Sorge mit sich, dass das Weiterbestehen der Demokratie in Gefahr ist. Ist die Jugend aber wirklich so desinteressiert wie so häufig zu lesen ist? Im nächsten Abschnitt wird darauf Bezug genommen, ob und wie die beiden Begriffe Jugend und Politikverdrossenheit miteinander in Verbindung stehen.

3.2.5 Jugend heute - Politikverdrossenheit?

Das Verhältnis von „Jugend und Politik“ war schon immer einer gewissen Spannung ausgesetzt. In der Öffentlichkeit hat sich immer mehr der Eindruck verfestigt, dass die junge Generation nicht viel mit Politik anzufangen weiß. Heinrich Ammerer nimmt in seinem Beitrag für das Forum der Politischen Bildung eine etwas andere Haltung zum Thema „Jugend und Politik“ ein. Er spricht vielmehr von einer Distanz zur Politik als von einem Desinteresse. Eine differenzierte Betrachtungsweise zeigt, dass von einer „entpolitisierten“ Jugend nicht die Rede sein kann. Wird der Politikbegriff aber eingeeengt betrachtet - damit werden vor allem Bereiche wie: Parteipolitik, Verwaltung des Staatsapparates oder parlamentarischer Parteienstreit verstanden - stößt man bei der jungen Generation sehr wohl auf Desinteresse und Gleichgültigkeit. Die jungen Erwachsenen interessieren sich für Themen, die aus ihrer nahen Lebenswelt stammen und diese erfreuen sich dann auch großem Interesse (vgl. Ammerer 2008, S. 50).

Der Mitbegründer des Jugendkulturforschungsinstituts, Bernd Heinzlmaier, spricht nicht von einer Politikverdrossenheit oder fehlendem politischen Interesse. Vielmehr weist er auf den Wandel der Gesellschaft hin und dass im Zusammenhang mit der Ökonomisierung das Soziale vielfach auf der Strecke bleibt. Durch Marktgesellschaft ist die Welt kalt geworden und Leistung und Konkurrenz stehen im Vordergrund. Ein Großteil der Jugend legt deshalb eine nüchterne, pragmatische und materialistische Grundeinstellung an den Tag. Negativ behaftet sind politische Parteien, Verbände und Institutionen, in denen

vornehmlich Menschen am Werk sind, denen es nur um den persönlichen Vorteil geht (vgl. Heinzlmaier 2008, S. 4).

Politikwissenschaftler Peter A. Ulram fasste 1995 die repräsentativen Ergebnisse des Fessel- und die des GfK- Institutes (1980/1986/1993), für die der Autor selbst gearbeitet und mitgewirkt hat, zusammen. Wichtige Ergebnisse von damals waren, dass Jugendliche ein eher gedämpftes Interesse an Politik zeigen. Gut vier von zehn Jugendlichen sind überhaupt nicht an Politik interessiert und es gibt auch starke geschlechtsspezifische Differenzen. Etwas mehr als ein Fünftel zeigt sich stark interessiert. Ein signifikanter Abstand zwischen den Bildungsschichten unter den jungen Erwachsenen konnte analysiert werden. Drei von zehn haben die Ansicht vertreten, dass es sinnlos ist zur Wahl zu gehen. 51 Prozent der Jugendlichen gaben an, dass ihr Desinteresse an Politik daher stammt, dass sie die Politiker nicht ernstnehmen können. 1992 bekundete fast die Hälfte der Jugendlichen, dass ihnen die Altparteien (ÖVP/SPÖ) zuwider sind und sie die Wahl deshalb nützen wollen, um den Großparteien einen Denkzettel zu verpassen (vgl. Ulram 1995, S. 38f).

Großegger und Rohrer fanden in ihrer Studie heraus, dass vor allem bei weiblichen Jugendlichen Politikdistanz sehr ausgeprägt ist. Die aktuelle Jugendstudie des Instituts für Jugendkulturforschung zeigt, ist Politikinteresse bei Jugendlichen weiterhin sehr männlich geprägt. Jedes zweite Mädchen beschreibt sich als (eher) unpolitischer Mensch und auch an keinen politischen Themen interessiert zu sein. Auffallend auch das Ergebnis auf die Frage ob man später selbst einmal in die Politik gehen möchte. Lediglich 1,6 Prozent geben an, sich das sehr gut vorstellen zu können. Die Befragten 14- bis 18-jährigen Österreich gaben weiter an, dass knapp jeder Zweite (47 Prozent) kein bis wenig Vertrauen in das politische System hat (vgl. Großegger/ Rohrer 2015, S. 2f).

Motivationsdefizite gibt es aber auch in den Schulen, denn da lernen die Schüler meist nur über politische Strukturen und Vorgänge, die keine günstige Voraussetzung für Lernerfolge bieten. Schüler lernen nur dauerhaft, wenn das

Fach ihr intrinsisches Interesse verfolgt, denn ohne Interesse speichert unser Gedächtnis das Wissen mit einer viel geringeren Intensität als bei hohem Interesse. Die jungen Erwachsenen sollte man nach Ammerer (2008) viel differenzierter betrachten. Weiters meint er, dass in dem Unterrichtsfach der politischen Bildung die Ursache des Desinteresses an sich zum Thema gemacht werden soll. Das Projekt „mitmachen.at“ 2006 gab Jugendlichen die Möglichkeit sich aktiv zu beteiligen. Die Schüler konnten am Entwurf politischer Zukunftskonzepte mitwirken. Der Bereich Umwelt erwies sich unter den Schülern als Sieger und - nicht sehr überraschend - das „Politische System“ stellte das Schlusslicht dar. Politische Bildung kann, wie dieses Beispiel gut zeigt, dann erfolgreich sein, wenn sie direkt an der Lebenswelt der Schüler ansetzt und diese miteinbezieht. Durch solche Projekte kann das politische Interesse über Umwege geweckt werden. Ein weiterer Punkt ist, die neuen Kommunikations- und Rezeptionsgewohnheiten mit einzubeziehen. Die Studie „ePartizipation – Jugend Aktiv“, des Salzburger ICZ& S-Centers hat analysiert dass, wenn Jugendliche über „ihre“ Medien angesprochen werden, auch ihr Interesse gesteigert wird. Somit kann eine Integration des World Wide Web in den Unterricht zu mehr Interesse an Politik beitragen (vgl. Ammerer 2008, S. 53f).

Ein weiterer Punkt ist, dass die Online-Medien für Aktualität sorgen während im Schulbuch meist nur sehr veraltete Ereignisse und Konflikte vorhanden sind. Es erscheint deshalb zeitgemäß, Online-Plattformen von Lehrenden als Hilfestellung zur Aufbereitung von politischen tagesaktuellen Themen heranzuziehen. An dieser Stelle soll auch eine kritische Hinterfragung der medialen Berichterstattung durch die Lehrenden stattfinden. Dadurch könnten die Jugendlichen ein besseres mediales Bewusstsein entwickeln und ein Gespür dafür bekommen, welche Information sie wahrnehmen und welche nicht (vgl. Ammerer 2008, S. 54f).

Angesichts dessen wird der Trend dahin gehen, dass sich Jugendliche von institutionalisierter Politik fernhalten und weiter entfremden werden. Engagieren sie sich politisch, dann meist in Form von „subpolitischen Strategien.“ Heinzlmaier betont auch an dieser Stelle, dass mit zusätzlichen

Maßnahmen an Schulen das Interesse an Politik gesteigert werden soll (vgl. Heinzlmaier 2008, S. 4f).

3.2.6 Jugend und Partizipation

Beate Großegger (2010) hat einen Essay mit dem Titel: „Jugend zwischen Partizipation und Protest“ geschrieben, der genau die Fragen beantwortet die im Punkt Jugend und Partizipation gestellt werden sollten.

Vor ein paar Jahrzehnten wollten Jugendliche mit Randalen, Krach und lauter Musik aus den Normen ausbrechen. Man erinnere sich an die Woodstock Generation der 1960er-Jahre. Bis in die 1990er-Jahre tönte der jugendkulturelle Protest Großteils von Links. Heute zeigt sich ein ganz anderes Bild. Die erwachsene Öffentlichkeit zerbricht sich den Kopf, wie man die Jugendlichen mehr für politische Prozesse mobilisieren könnte. Die junge Generation zeigt sich weitgehend apolitisch und identifiziert sich eher mit Jugendkulturen. Eine Politikdistanz streckt sich hinweg über Bildungsschichten und Lebensstilgrenzen und kennzeichnet so den jugendkulturellen Zeitgeist der Gegenwart. „Politikfasten“ liegt im Trend und die Mehrheit der Jugend ist politisch nicht interessiert. Dieser Unmut kommt aber nicht - so wie in früheren Jahrzehnten - mit Demonstrationen zum Ausdruck, sondern eher mit Gleichgültigkeit. Trotz dieser Skepsis wird die Staatsbürgerrolle der Jugendlichen ernst genommen und auch ausgeführt. Das heißt, man informiert sich über politisches Geschehen, diskutiert mit und nimmt das Wahlrecht wahr. Die junge Generation versteht unter Demokratie eher eine „Zuschauerdemokratie“. Das Engagement und der Wille, etwas verändern zu wollen mit Protesten, Demonstrationen oder sonstigem politischem Engagement fehlen auffallend (vgl. Großegger 2010, S. 8f).

Daniel Hausknost sieht das ein wenig anders, er ist der Ansicht, dass die Jugendlichen seit Jahrzehnten moralisch in gewisser Maße „verurteilt“ werden, dass sie desinteressiert, individualistisch und pragmatisch sind. Jugendliche - so meint Hausknost - haben realisiert, dass in der Politik bzw. von den Politikern Partizipation bloß stimuliert wird und deshalb sinnlos ist. Das politische System hat sich in Österreich als sehr veränderungsresistent präsentiert und das ist an den jungen Erwachsenen nicht spurlos vorüber

gegangen. Echte Mitbestimmung kann aufgrund systemisch-funktionaler Zwänge nicht umgesetzt und zugelassen werden. Deshalb koppeln sich viele Jugendliche von der institutionellen Politik ab und folgend sinkt auch die aktive Beteiligung an Politik (vgl. Hausknost 2015 S. 21).

Ein weiteres Phänomen, welches Beate Grossegger beobachten konnte ist, dass die Selbstdefinition der Jugendlichen weniger über die Weltanschauung von statten geht, sondern viel mehr über den „Style“. Die junge Generation passt ihre Lebenswelt dem Lifestyle ihrer Wahl an. Es wird sozusagen weniger auf Diskursebene gearbeitet, sondern mehr symbolisch kommuniziert. Zusammengefasst heißt das, die klassische Form des Protestes hat sich gewandelt und wurde durch lebensstilorientierte Praxen ersetzt. Jugendliche nehmen somit Abstand von traditionellen Beteiligungsformen und Partizipationsformen. Es herrscht also eine regelrechte Politikdistanz, die es als gesellschaftliche Herausforderung zu überwinden zu gilt (vgl. Großegger 2010, S. 9f).

Diese Distanz zur Politik leitet Hausknost (2015) vor allem von den dominanten institutionellen Formen der Politik ab, die nicht mehr in der Lage sind - die es oft nicht schaffen - gesellschaftlich relevant gewordene Fragen zu behandeln und deshalb zunehmend als irrelevant empfunden werden. Viele Menschen kehren sich deshalb von den etablierten parlamentarischen Parteien ab. Die Jugend befindet sich im Moment in einem Status der Ratlosigkeit und der Erstarrung, sagt Hausknost. Die Jugendlichen haben die bestehenden Handlungskanäle als unattraktiv und wirkungslos eingeordnet (vgl. Hausknost 2015, S. 31f).

Die Befunde zur politischen Partizipation von Jugendlichen ergeben deutliche Unterschiede zu den älteren Generationen. Die heutigen jungen entfernen sich immer mehr vom klassischen Prinzip der politischen Beteiligung und dies wurde vor allem vom gesellschaftlichen Wandel ausgelöst. Es haben sich neue Interessen sowie neue Motive und Formen der Partizipation herausentwickelt. Heutzutage findet Partizipation immer mehr in einen individualisierten Kontext statt. Im Punkt 6. Aktueller Forschungsstand werden

noch Zahlen und Fakten bezüglich der Partizipation von Jugendlichen folgen. Im Weiteren wird vorerst auf das Internet als Informationsplattform für Jugendliche eingegangen um ein besseres Verständnis zu schaffen.

4 Das Internet als Informationsplattform für Jugendliche

Gesellschaftliches Engagement und medial vermittelte Information sind schon seit langer Zeit eng miteinander verknüpft. Mit dem Aufkommen des Internet ist allerdings nicht nur die Menge an ungefilterten Informationen angestiegen, sondern auch das Spektrum an Handlungsmöglichkeiten, das sich einerseits vom Abrufen sowie Kommentieren von aktuellen Nachrichten bis hin zum Weiterleiten von Meldungen via Facebook-Posting erstreckt. Diese Tatsache gilt in ganz speziellem Ausmaß für Jugendliche, denn keine andere Zielgruppe nutzt das Medium Internet so intensiv wie diese (vgl. Wagner/Gebel 2014, S. 7).

Trotz der rasanten Entwicklung des Internets zum Informations- und Unterhaltungsmedium wurden die klassischen Medien aber nicht gänzlich vom Markt verdrängt. Die ARD/ZDF Langezeitstudie hat analysiert, welche Medien beim Nutzungsmotiv Information am stärksten gebraucht werden. Nach wie vor ist das Fernsehen an der Spitze, gefolgt von den Tageszeitungen. Fernsehen, Tageszeitungen und Hörfunk haben in den letzten Jahren etwas an Nutzung verloren. Hingegen das Internet hat als „Informationsmedium“ stark an Bedeutung gewonnen und befindet sich nun im Ranking sogar an dritter Stelle vor dem Hörfunk. Auffallend ist vor allem, dass bei den 14-bis 19-Jährigen das Internet seit 2010 das führende Informationsmedium ist. Im Großen und Ganzen fand die ARD/ZDF-Onlinestudie heraus, dass sich das Mediennutzverhalten der unter 30-Jährigen klar von dem der über 30-Jährigen unterscheidet (vgl. Breunig/ Hoffsummer/ Schröter 2014, S. 124).

Im folgenden Kapitel wird herausgearbeitet, wie es um die mediale Informationsaneignung der Erstwähler steht. Welche Entwicklungen konnten beobachtet werden, wie oft wird das Internet in Österreich unter den Jugendlichen genutzt und wie unterscheidet sich das Informationsverhalten zu dem der älteren Generationen? Antworten auf diese Fragen liefert das nächste Kapitel.

4.1 Mediale Informationsaneignung von Jugendlichen

Durch die Konvergenz der Medien (Zusammenwachsen verschiedener Medien z.B. Fernsehen und Internet) ergeben sich bei der Untersuchung der Mediennutzung und des Informationsverhaltens neue Herausforderungen. Es herrscht eine regelrechte Digitalisierung und Diversifizierung durch die Mediatisierung. Damit ist gemeint, dass immer mehr technische Medien die Orte und Formen der Kommunikation von Jugendlichen durchdringen und beeinflussen. Daher weist die Jugend auch spezifische Nutzungskonturen auf, wobei die Leitmedien vor allem Internet, Fernseher und Handy sind. Die Heranwachsenden sind als befähigt anzusehen, sich in einer medialen Umwelt aktiv zu finden und auch an der gemeinschaftlichen Gestaltung der Medien mitzuwirken (vgl. Hugger 2014, S. 13ff).

4.1.1 Veränderungen Mediennutzung Österreich (1996-2007)

Birgit Stark (2009) hat die Daten der Media-Analyse (1996-2007) herangezogen und daraus Konstanten und Veränderungen in der Mediennutzung in Österreich analysiert. Zentrale Ergebnisse sind an dieser Stelle, dass das „Zeitungsland“ Österreich seit Anfang der 1990-er Jahre kontinuierlich an „Zeitungslesern“ verloren hat. So sank die Zahl der Zeitungsleser von 75,2 Prozent im Jahr 2003 und auf 70,0 Prozent im Jahr 2007. Ganz anders das Internet, das vor allem seit Anfang der 2000er-Jahre enorme Wachstumsraten verzeichnen konnte. Durch die hohe Marktsättigung verlangsamte sich jedoch das Internetwachstum in den letzten Jahren deutlich. Gerade bei der Internetnutzung gibt es gravierende Unterschiede im Hinblick auf Alter, Geschlecht und Bildung. So nützen die Nicht-Berufstätigen, formal niedrig Gebildeten und älteren Generationen das Internet tendenziell weniger als die Gruppe der formal höher Gebildeten und der jungen Generationen. Bei den traditionellen Medien konnten keine so extremen Unterschiede festgestellt werden, jedoch verzeichneten alle etablierten Medien Reichweitenverluste (vgl. Stark 2009, S. 141ff).

Schaut man sich die einzelnen Medien genauer an kommt man zu folgenden Ergebnissen: Gerade bei der Printzeitung und dem Fernsehen konnten

stärkere generationsspezifische Nutzungsunterscheide verzeichnet werden. Das Fernsehen hat nahezu in allen Altersgruppen Verluste erzielt, bei dem jüngeren Publikum allerdings mehr als bei der mittleren Altersgruppe. Konstant ist das Fernsehen nur bei den über 60-Jährigen geblieben. Im Printbereich sieht es so aus, dass die Tageszeitung ihre höchste Reichweite bei den 50-bis 69-jährigen Lesern mit knapp 80 Prozent verzeichnen konnte. Der Rückgang der Zeitungslektüre ist vor allem bei den jüngeren Menschen in Österreich erkennbar (vgl. Stark 2009, S. 141ff).

Betrachtet man sich die Entwicklungstendenzen bezüglich der Dauer der Mediennutzung, so stechen folgende Ergebnisse hervor: Das Radio ist mit Abstand das am meisten genutzte Medium, dies liegt wahrscheinlich daran, dass es am besten in den Alltag integriert werden kann. Das Radio weist zudem die geringsten geschlechtsspezifischen Unterschiede auf und wird am intensivsten von der mittleren Altersgruppe genutzt. Im Vergleich zu anderen europäischen Ländern sehen die Österreicher weniger fern. Das Fernsehen hat vor allem bei der jungen Altersgruppe an Zusehern verloren; mit zunehmendem Alter steigt der Fernsehkonsum. Als genereller Trend wird bei den jüngeren internetaffinen Nutzern verzeichnet, dass sie sich stärker von den klassischen Medien ablösen als ältere Nutzer (vgl. Stark, 2009 S. 143).

Informationen an Jugendliche zu vermitteln stellt sich oftmals als schwieriger heraus als man glaubt. Jugendliche sind oftmals genauso wie Erwachsene mit der großen Anzahl von Informationen überfordert. Um die Aufmerksamkeit zu generieren, wird mit Sensationslust des Publikums gespielt. Nach dem Motto: „Only bad news are good news“ werden die Mediennutzer mit Ereignissen versorgt. Die Jugendforschung zeigt, dass sich Jugendliche vor allem gesellschaftspolitischen Fragen, die mit persönlicher Betroffenheit einhergehen, widmen. Durch die hohe Dichte an Information erfüllen Medien oftmals statt einer Orientierungshilfe eine Desorientierungsfunktion. Reizüberflutete Kinder und Jugendliche überfliegen deshalb nur mehr die Überschriften und wenden sich dem Text der Information nicht mehr tiefgreifend zu. Die Information bleibt vielfach nicht wirklich genau durchleuchtet und Zusammenhänge werden oftmals ausgeblendet.

Jugendliche erwarten sich zudem, dass Information gratis ist und wenden sich deshalb mit klarer Präferenz dem Info-Kanal-Internet zu. Weiteres zeigt sich, dass die junge Generation nicht primär den Standards des Qualitätsjournalismus, sondern auch geposteten Kommentaren sowie Zugriffszahlen Bedeutung beimisst (vgl. Großegger 2011, S. 4ff).

Zudem ist anzumerken, dass es wenig empirische Erkenntnisse in der Jugendforschung mit dem Umgang medialer Informationsquellen gibt. Umso wichtiger erscheint es an dieser Stelle sich vermehrt der Forschung zu widmen. Ein analysierter Punkt ist jedoch, dass Jugendliche, die aus einem „besser“ gebildeten Elternhaus kommen, tendenziell mehr Nachrichtensendungen konsumieren, als Jugendliche, welche aus einem „niedrig“ gebildeten Elternhaus kommen. Die Jugendlichen aus niedrigeren Milieus wenden sich zudem häufiger Nachrichten aus den Boulevardmagazinen zu und anerkennen diese als Information. Jugendliche haben zudem einen sehr breiten Begriff was Informationen angeht, das gilt in Bezug auf Massenmedien sowie auf das Internet. Im alltäglichen Gebrauch nutzen Jugendliche nicht nur Suchmaschinen, sondern auch sehr oft social Communitys um ihre Informationsbedürfnisse zu befriedigen (vgl. Wagner 2010, S. 81-89).

Zusammenfassend ist noch zu sagen, dass der mediale Umgang sehr geprägt wird von dem Elternhaus sowie den Gleichaltrigen. Gerade bildungsbenachteiligte Jugendliche können oft die medialen Quellen nicht einschätzen und bewerten. Wichtig wäre an dieser Stelle, den Jugendlichen jene Fähigkeiten beizubringen die außerhalb der medialen Welt liegen, um sich souverän bewegen zu können (vgl. ebd.).

Deshalb sollte gerade in der Schule - dem Ort des Wissens - angefangen werden, besser über Politik zu informieren und mehr Informationen zu übermitteln, welche Quellen Erstwähler nutzen können um sich politisch zu informieren.

Überleitend dazu gibt es natürlich auch Risiken, die die Möglichkeiten der medialen und vor allem digitalen Medien mit sich bringen. Im nächsten Punkt wird darauf eingegangen, welche Problematik damit gemeint ist.

4.1.2 Risiken medialer Informationsaneignung

In den 1990-er Jahren herrschte eine aufgeregte Diskussion vor allem über die Entstehung digitaler Klüfte, welche mit dem Internet einhergeht. Mit digitaler Kluft ist gemeint, dass nicht alle Menschen die digitalen Medien im gleichen Ausmaß in Anspruch nehmen können. Da in der heutigen Zeit durch die technische Entwicklung die Internetzugänge als Basis eines Haushalts angesehen werden können, wird in empirischen Studien immer häufiger die Qualität der Nutzung untersucht (vgl. Großegger 2011, S. 13f).

So ergeben sich gravierende Unterschiede im Umgang mit den Medien. Im sozialen Umfeld - beispielsweise der Hauptschüler - sind der Freundeskreis, Peergroups und einige Bereiche der Familie Hauptbezugspunkte des Medienhandels. Für diese Gruppe ist das direkte soziale Umfeld in den Online-Räumen der Kontext, sie kommunizieren mit anderen darin und haben die Chance Unterstützung zu erfahren, die als wesentliche Ressource für die Beteiligung anzusehen ist. Das soziale Umfeld ist für sie als eine wichtige Quelle für Unterstützungsleistungen anzusehen. Diese Konzentration auf das direkte soziale Umfeld wirft auch die Frage auf, ob dadurch nicht neue Ausgrenzungen entwickelt werden. Diese neuen Ergebnisse weisen darauf hin, dass auch in den virtuellen Räumen sozialstrukturelle Milieus „unter sich“ bleiben. Was zu einer weiteren Spaltung der Gesellschaft führen könnte (vgl. Großegger 2011, S. 13f).

4.2 Internetnutzung von Jugendlichen in Österreich

Wie bereits im letzten Kapitel dargelegt, hat kein anderes „Medium“ weltweit, eine derart dynamische Entwicklung in so kurzer Zeit erfahren wie das Internet. Ein starker Zuwachs konnte seit Anfang 2000 in Österreich verzeichnet werden. Für die Nutzer ist das Internet ein fixer Bestandteil des Lebens geworden und vor allem dort, wo das Internet den Alltag erleichtert (Onlineshopping, Onlinebanking, Behördenwege, gezielte Informationssuche)

ist das Internet so gut wie unverzichtbar. Das Internet mit seinen Funktionen Kommunikation, Informationen und Service hat sich in den letzten Jahren zu einem rationalen Kommunikationskanal etabliert (vgl. GFK 2014, o. S.)

Informations- und Kommunikationstechnologien beeinflussen viele Bereiche unseres Lebens, sei es nun der private oder wirtschaftliche Bereich. Der Einsatz der neuen Technologien (Informations- und Kommunikationstechnologien kurz: IKT) und somit auch die Entwicklung einer Informationsgesellschaft werden auf europäischer Ebene als Hauptantriebskräfte für die Veränderung von Gesellschaft und Wirtschaft gesehen (vgl. Statistik Austria 2014, o. S.)

Bevor im weiteren auf die Internetnutzung in Österreich eingegangen werden soll, wird vorab ein kurzer Absatz zu der Infrastruktur in Österreich angeführt um mit Deutlichkeit zu zeigen, welche rasante Entwicklung das Internet in den letzten Jahren zurückgelegt hat.

4.2.1 Infrastruktur in Österreich

Zum Zeitpunkt der Befragung der Erhebung (IKT-Einsatz in Haushalten 2013) von Statistik Austria sind acht von zehn Haushalten in Österreich mit einem Internetzugang ausgestattet (81 Prozent). In den Haushalten werden immer öfter Breitbandverbindungen genutzt, in 80 Prozent der Fälle war das zutreffend. 59 Prozent nutzen dabei feste Breitbandverbindungen über eine Leitung (z.B. DSL, Kabel) und in 48 Prozent der Fälle wurde ein mobiles Breitband über Mobilfunknetze (z.B. Mobilfunknetz mit Modem am tragenden Computer oder über Mobiltelefon) verwendet (vgl. Statistik Austria 2014, o. S.).

Die Daten zur Internet- und Computerausstattung verweisen enorme Wachstumsraten auf. Hatten beispielsweise im Jahre 2003 49% der Haushalte einen PC, so waren es 2012 bereits 81,3 Prozent aller österreichischen Haushalte.

4.2.2 Internetnutzung Österreich

Integral hat von Jänner bis März 2014 (1.Quartal) die Kommunikation und Informationstechnologie in Österreich (Austrian Internet Monitor) erhoben. Die Untersuchung ist repräsentativ für die österreichische Bevölkerung ab 14 Jahren. Bevor detaillierter auf die Internetnutzung eingegangen wird, folgt zuerst eine Grafik die die Internet-Nutzung seit 1996 abbildet.

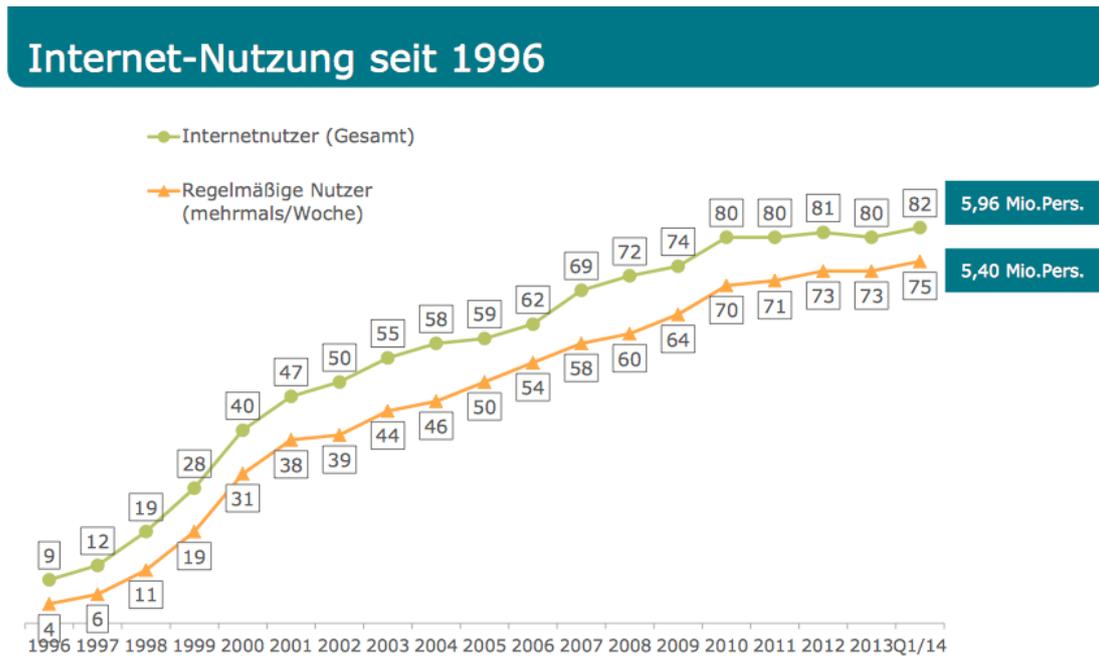


Abbildung 1: Internet Nutzung seit 1996

Quelle: INTEGRAL, AIM-Austrian Monitor 1. Quartal 2014. INTEGRAL, rep. Österr. Ab 14

Wie man an der oben angeführten Grafik erkennen kann, nutzen 82% der Österreicher über 14 Jahren das Internet. 75% von ihnen sind regelmäßige Nutzer, d.h. sie steigen „täglich“ oder „mehrmals pro Woche“ ins Internet ein. Zudem zeigt die Grafik den deutlichen Aufstieg des Internet seit 1996 bis zu den 2000-er Jahren. Danach, ab 2010, folgte eine stetige, aber nicht mehr so enorme Steigerung.

Da es bei der vorliegenden Arbeit um die politische Informationsbeschaffung der Erstwähler vor der Nationalratswahl 2013 geht, wird im weiteren noch genauer auf die Internetnutzung eingegangen.

4.2.3 Internet Nutzung nach Zielgruppen

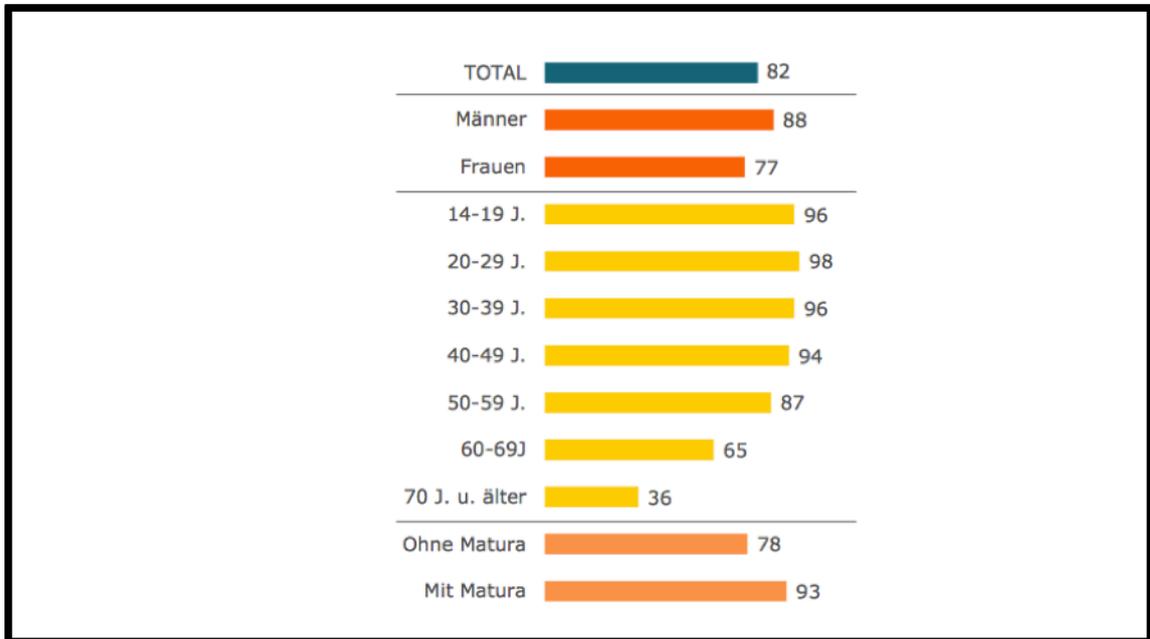


Abbildung 2: Internet nach Zielgruppen

Quelle: INTEGRAL, AIM = Austrian Internet Monitor, rep. Öster. Ab 14 Jahren, Angaben in %

Integral hat die befragten Personen gefragt: Wie häufig nutzen Sie persönlich das Internet? Es kam im Befragungszeitraum zu folgenden Ergebnissen: 82 Prozent aller Österreicher im Alter von 16 bis 74 Jahren sind im Internet aktiv. In der Bevölkerungsgruppe der 14- bis 49- Jährigen ist das Netz bereits die zentrale mediale Plattform. Über 94 Prozent nutzen das Internet. Die Gruppe der 14- bis 29- Jährigen weist die höchste Internetnutzung auf mit über 96 Prozent. Männer nutzen das Internet häufiger als Frauen und auch die Schulbildung hat einen Einfluss auf die Internetnutzung.

So nutzen Menschen mit Matura das Internet häufiger als Personen ohne Matura. In den älteren Altersgruppen 50+ nimmt die Internetnutzung ab. Obwohl man an dieser Stelle nicht vergessen darf, dass die Internetnutzung der über 50-Jährigen in den letzten zehn Jahren enorm aufgeholt hat. Die Altersgruppe ab 70 Jahren und älter nutzt das Internet nur mehr mit 36 Prozent. Somit kann festgehalten werden, dass gerade die Gruppe der Erstwähler (16-18 Jahre) eine enorm hohe Internetnutzung aufweist. Diese

Ergebnisse untermauern die Erkenntnisse des im vorherigen Kapitels. Es hat einen Einfluss welche Bildung genossen wurde und auch ob man männlich oder weiblich ist (vgl. INTEGRAL 2014, o. S.)

4.2.4 Nutzungszwecke des Internets

Da die vorliegende Arbeit das Internetnutzverhalten der Erstwähler erforscht, ist es wichtig auch einen Einblick darüber zu geben, welche Nutzzwecke Personen in Österreich im Internet verfolgen. Anschließend wird auch noch auf die Generationsunterschiede in puncto Nutzungspräferenzen eingegangen.

Erstmals in der Geschichte der Menschheit können Kinder mit einer neuen Innovation besser umgehen als Ihre Eltern, da sie meist über mehr Erfahrung verfügen. Die neue Generation lernt, spielt, kommuniziert lebhaft und arbeitet über das Internet. Jugendliche kreieren oft Gemeinschaften über das Internet und entwickeln Schritt für Schritt ihre eigene „Kultur“. Die Möglichkeit des Fernsehens erscheint der heutigen Generation als altmodisch, da Fernsehen nur in eine Richtung funktioniert. Die Jugendlichen wollen nicht mehr von einer einseitigen Übertragung berieselt werden, sie wollen Nutzer anstatt Zuschauer oder Zuhörer sein. Laut Tapscott sitzen die heutigen Kinder weitaus weniger vor dem TV als noch vor fünf Jahren (vgl. Tapscott 1998, 15 ff).

Merkmale	Personen mit Internetnutzung in den letzten drei Monaten	Personen mit Internetnutzung in den letzten drei Monaten für folgende private Zwecke								
		Finden von Informationen über Waren oder Dienstleistungen	Lesen oder Herunterladen von Online-Nachrichten oder -Zeitungen oder Online-Zeitschriften oder -Magazinen	Nutzen von Internet-Banking	Nutzen von Angeboten oder Leistungen für Reisen oder Reiseunterkünfte	Nutzen von sozialen Netzwerken wie z.B. Facebook, Twitter, MySpace	Verwenden von Wikis (z.B. Wikipedia, Online-Enzyklopädien)	Suchen von gesundheitsbezogenen Informationen	Suchen von Informationen über Ausbildungs- oder Kursangeboten	Telefonieren über Internet oder Videoanrufe mit Webcam über Internet
	in 1.000	in %								
Insgesamt	5.175,4	83,6	50,7	60,3	54,9	46,4	68,0	60,7	43,7	26,6
Alter										
16 bis 24 Jahre	906,8	83,3	46,8	52,1	41,2	84,8	83,4	53,5	59,1	27,7
25 bis 34 Jahre	1.074,7	87,2	54,9	72,3	58,9	62,6	75,0	69,4	49,4	38,2
35 bis 44 Jahre	1.096,2	85,2	54,1	67,5	59,6	40,2	68,8	61,9	45,5	26,6
45 bis 54 Jahre	1.155,5	82,6	51,8	60,7	59,2	30,1	62,1	58,3	40,9	19,2
55 bis 64 Jahre	657,8	80,2	46,9	49,1	54,1	21,0	51,2	60,9	27,8	21,9
65 bis 74 Jahre	284,5	76,5	39,0	37,4	49,4	12,4	53,1	54,5	13,7	20,0

Abbildung 3: Internetnutzzwecke
Quelle: Statistik Austria. Erhebung von 2013, repr. Österreicher ab 14 Jahren

Zu einem der wichtigsten Nutzzwecke, die das Internet bereitstellt, gehört das Suchen von Information über Waren und Dienstleistungen. Dies kann man in der oben angeführten Grafik sehr gut erkennen. 83,6 Prozent der Internetnutzer haben dies in den letzten drei Monaten getan. Sehr häufig wird das Internet für Online-Enzyklopädien (Bsp. Wikipedia) verwendet, mit 68% an zweiter Stelle. Zudem wird das Internet auch für das Lesen oder Herunterladen von Online-Nachrichten oder Zeitungen sehr geschätzt (51 Prozent der Nutzer). Im Vergleich zu allen Bevölkerungsgruppen ergeben sich für die Gruppe der Jüngeren (16-24) bemerkenswerte Unterschiede. Hervorstechend ist, dass die Gruppe der 16- bis 24- Jährigen das Netz dafür verwendet um soziale Netzwerke (Facebook, Twitter, MySpace etc.) zu besuchen (84,6 Prozent). Zudem verwendet die jüngere Generation das Internet auch überdurchschnittlich oft um sich auf Online- Enzyklopädien zu informieren (84,8 Prozent).

	14 bis 19 (in %)	20 bis 29 (in %)	30 bis 39 (in %)	40 bis 49 (in %)	50 bis 59 (in %)	60 bis 69 (in %)	70 u. älter (in %)
Letzte Internetnutzung							
Gestern	80,5	76,4	64,7	54,3	41,8	26,8	8,9
Letzte Woche	98,1	93,6	88,3	77,1	61,2	41	13,1
Verwendungszweck in den letzten 4 Wochen: Ranking der von 14- bis 19-jährigen genutzten Anwendungen mit älteren Altersgruppen im Vergleich							
Email	82,8	87,9	82,5	70,5	56,6	37,4	11,7
Musik hören/herunterladen	81,3	58,1	35,8	21,4	12	5,6	1,5
Chatten/Newsgroups/Foren	78,9	55,5	34,8	19,5	11,3	4,2	1,1
Videoclips/TV-Sendungen ansehen	64,2	46,6	30,7	18,3	10,8	5,3	1,3
Gezieltes Suchen	64	74,1	71,2	63,1	49,7	33,2	10,2
Spiele spielen	60,4	40,4	25,9	19,6	11,9	10,9	2,3
Herunterladen von Software	46,4	43,9	32,7	24,4	15,5	9,3	3
Ungezieltes Suchen	46,3	48,3	38,4	30,3	20,4	13,1	3,6
Einkaufen/Bestellen von Produkten	35,2	58,8	54,2	42,4	27,8	15,8	3,8
Aktuelle Nachrichten/News	31,3	49,6	47,5	40	30	20,3	6
Instant Messaging	28,7	22	12,1	6,1	3,6	1,3	0,2
Zugriff auf Zeitungs-/Zeitschrifteninhalte	23,6	44,7	42,1	35,1	27,1	18,5	6,4
Radio hören	21	24,2	16,4	8,7	6,1	2,4	0,7
Einkaufen/Bestellen von Dienstleistungen	19,6	38,4	33,6	26,1	18,1	8,6	1,8
Telefonieren über das Internet	17,6	20,8	16,5	11,7	9,2	5,8	1,4
Internet Banking	16,1	50,6	54,1	43,1	29,6	17,2	4,5
Urlaube/Reisen buchen	12,8	39,6	39,4	33,9	23,5	14,5	3,2
Fälle	1.324	2.398	2.520	3.148	2.454	2.014	2.177

Abbildung 4: Internetnutzung im Generationsvergleich
Quelle: Verein Arbeitsgemeinschaft Media Analyse (2011): Media Analyse 2010/2011, rep.
Für die österreichische Bevölkerung ab 14, n=16,035

Online-Medien liegen im Trend und das vor allem unter den Jugendlichen. Die jungen Erwachsenen bewegen sich selbstbewusst in den verschiedenen Web-Welten. Jugendliche nutzen das Internet als Informationsmedium, Lernhilfe, Kommunikationsplattform, Spaßfaktor, Recherchetooll und vieles mehr. Wenn man die Generationen hinsichtlich der Nutzungspräferenzen vergleicht sieht man, wie deutlich sie sich unterscheiden.

Wie die vorliegende Grafik sehr gut veranschaulicht, liegen zwischen der „jungen“ und „alten“ Generation Welten. Das Internet als Musik-, Kommunikations- sowie Video- /Filmplattform ist im Alltag der Jüngeren viel fester verankert als in dem der Mittelalten. Ein weiterer Punkt der auffällt ist, dass es auch Unterschiede unter den jungen Erwachsenen gibt. Deutlich wichtiger ist der Gruppe der 14- bis 18-Jährigen der kommunikative

Austausch, Musik hören, Videos sowie das Online-spielen. Bei der Gruppe der 20- bis 29-Jährigen ist das gezielte Suchen, das Aufrufen von aktuellen Nachrichten und das Einkaufen und Bestellen von Dienstleistungen stärker ausgeprägt. Jugendliche wollen das Angebot des Internet nutzen, das die verschiedenen Leistungsdimensionen von Text, Ton und Bild miteinander verknüpft. Das Internet bietet den jungen Erwachsenen demnach Kommunikations-, Gestaltungs-, und Beteiligungsmöglichkeiten. Beate Großegger merkt abschließend noch an, dass die Zukunft der Medien im Internet liegt (vgl. Großegger 2011, S. 11ff).

Es gibt viele Studie zur Mediennutzforschung die sich damit beschäftigen, welche Medien von wem genutzt werden und warum. Deshalb wird im nächsten Abschnitt geklärt werden, was man unter Mediennutzforschung zu verstehen hat und womit sie sich beschäftigt.

4.3 Theoretischer Rahmen: Mediennutzungsforschung

Hier soll allgemein darauf eingegangen werden, dass die Arbeit als Metarahmen im Bereich der Mediennutzungsforschung anzusiedeln ist. Hierbei stehen Jugendliche als Nutzer im Mittelpunkt. In diesem Kapitel muss angemerkt werden, dass die eigentliche Theorie die E-Partizipation ist, die in Kapitel 5.3 näher erläutert wird. Die vorliegende Arbeit stützt sich im folgenden Kapitel auf die zwei Werke von Meyen (2004) und Schweiger (2007).

Nach Meyen (2004) gibt es keine *EINE* Theorie der Mediennutzung, da kein Ansatz es schafft alle Faktoren zu berücksichtigen die die Zuwendung zu Medienangeboten beeinflussen könnten. Demnach soll das Bewusstsein dafür aktiviert werden, dass „[...]Menschen Medien nicht nach abstrakten, rationalen Bildungsinteressen nutzen und nicht nach dem, was irgendwer wünscht und für richtig hält, sondern nach den Bedürfnissen, die sich aus ihrer sozialen und psychologischen Situation ergeben.“ Medien müssen gleichgestellt werden mit den anderen Kommunikations- und Freizeitmöglichkeiten und - nicht zu vergessen - dem Alltag in der modernen Gesellschaft (vgl. Meyen 2004, S.15).

4.3.1 Motivationale Ansätze & Kontextbezogene Ansätze

Ogleich es nun nicht die „Eine Theorie“ der Mediennutzforschung gibt, lassen

sich doch einige Ansätze finden, die Erklärungen für das „*Wie und Warum Menschen Medien nutzen*“, liefern. Meyen (2004) geht in seinem Buch einleitend davon aus dass es motivationale Ansätze und kontextbezogene Ansätze gibt (vgl. Meyen 2004, S.15).

Lasswell deklarierte Mediennutzforschung als Publikumsforschung („to whom“). *„Sie versucht die Zielgruppe Publika von Mediengattung und -angeboten zu beschreiben. Damit verbunden fragt sie nach den Gründen der Mediennutzung und analysiert den Prozess der Mediennutzung“* (zit. n. Schweiger 2007, S. 24).

Der erste Ansatz geht davon aus, dass Mediennutzung durch die Rationalität des Individuums bestimmt wird und der Mensch Medien nützt, um seine Bedürfnisse zu befriedigen. Er entwickelte sich zudem innerhalb der Psychologie. Weiters gibt es intrinsische Motive (TV Serie anschauen, weil es Spaß macht) oder extrinsische Motive (Schau Fußballspiel, weil es Kollegen erwarten und ich dadurch die Beziehungen stärken kann). Eine Erkenntnis der Forschung ist, dass die Motive von Mediennutzung der empirischen Sozialforschung nur schwer zugänglich sind und dazu kommt auch, dass Medien nicht immer bewusst und zielgerichtet verwendet werden (vgl. Meyen 2004, S. 18f).

Im Unterschied dazu der kontextbezogene Ansatz; hier geht es nicht um menschliche Grundbedürfnisse, sondern vielmehr um Medieninhalte sowie das soziale Umfeld. Dieser Ansatz entwickelte sich aus der Soziologie und geht davon aus, dass der Mensch besonders in der frühen Lebensphase geprägt wird. Somit spielen Faktoren wie die Medienumgebung, Einfluss der historischen Erfahrungen oder Generationen und auch die Vorbildrolle der Eltern eine große Rolle. Wissenschaftlich wird untersucht, ob sich bestimmte Gewohnheiten historisch gebildet haben und ob die Medienumgebung auch eine entscheidende Rolle spielt- (vgl. Meyen 2004, S. 32ff).

Für die vorliegende Arbeit ist es relevant einen kurzen Überblick zu geben welche drei Hauptperspektiven es in der Mediennutzforschung gibt. Alle drei Perspektiven werden im nachfolgenden Kapitel kurz vorgestellt werden.

4.3.2 Perspektiven der Mediennutzforschung

Im Folgenden werden die drei Hauptgruppen der Mediennutzforschung erläutert, welche sich auf drei unterschiedliche Leitfragen beziehen. So gliedert Wolfgang Schweiger zum einen die funktionale Perspektive, die nach dem „Warum Menschen Medien nützen“ fragt. Die zweite Perspektive ist die prozessuale Perspektive, die danach fragt wie Menschen mit den Medien umgehen und die dritte Perspektive ist die strukturelle Perspektive die danach fragt unter welchen Bedingungen Menschen Medien nutzen (vgl. Schweiger: 2007: S. 21.).

Tabelle 1: Mediennutzung-Perspektiven

	Funktionale Perspektive	Prozessuale Perspektive	Strukturelle Perspektive
Leitfrage	Warum nutzen Menschen Medien? <ul style="list-style-type: none"> • Kognitive • Affektive • Sozial • Identität • Zeit 	Wie gehen Menschen mit Medien um? Medium (Inhalt, Darstellung, Handhabung, Glaubwürdigkeit usw.)	Unter welchen Bedingungen nutzen Menschen Medien? <ul style="list-style-type: none"> • Individuum • Soziales Umfeld • Gesellschaft • Mediensystem
Ursache	Individuelle Bedürfnisse	Situative Einflüsse	Unterschiedliche Bedingungen
Wirkungen	Medienpräferenzen und Mediennutzungsmuster	typische Mediennutzungsepisoden mit Selektions- und Rezeptionsprozessen	Mediendiffusion, -aneignung, -nutzung, Publikumsstruktur

Quelle nachgebildet n. Schweiger 2007: Perspektiven Der Mediennutzforschung S.21.

Wie die oben angeführte Grafik zeigt, beschäftigt sich die funktionale Perspektive mit der Ursache der individuellen Mediennutzung. Es soll die Ursache geklärt werden warum Individuen eine bestimmte Mediengattung, ein Mediengenre oder ein bestimmtes Medienprodukt nutzen. Im Kern steht hier die Beschreibung von Bedürfnissen bzw. Motiven als funktionale Ursache persönlicher Mediennutzung. Viele Jahre wurde diese Perspektive vom Uses & Gratification Ansatzes überwogen (vgl. Schweiger:2007.S. 20f).

EXKURS: U& G Ansatz

Die Kernthese des Uses & Gratifikation Ansatzes ist, dass der Rezipient massenmediale Inhalte deshalb verfolgt, weil er sich eine Art Belohnung erwartet. Die Belohnungen können hier aber weitgehend als inhaltsunabhängig verstanden werden. Deshalb ist es möglich, dass Menschen aus den unterschiedlichsten Gründen ein- und dasselbe Medium

konsumieren. Der Ansatz analysiert welche Belohnungen Menschen erhalten wenn sie sich Medien zuwenden (vgl. Burkart 2002, S. 222 / Meyen, 2004 S.16).

Der Uses & Gratifikation Ansatz wurde wie kaum ein anderer Ansatz sehr stark kritisiert. Zum einen wird die Methode der Befragung in Frage gestellt mit der bei diesem Ansatz fast nur gearbeitet wird. Durch die Vorgaben der Forscher werden die Ergebnisse verzerrt. Zum anderen wird Mediennutzung nicht immer rational bestimmt sondern auch durch Gewohnheiten. Ein wichtiger Punkt ist auch noch die Einseitigkeit, da der Ansatz nur den Rezipienten berücksichtigt und Medieninhalte sowie gesellschaftliches Umfeld ausblende (vgl. Meyen 2004, S. 16ff).

Die Hauptfrage der prozessualen Perspektive der Mediennutzung ist, nach welchen Regeln entscheiden sich Menschen für welche Medien? Diese Perspektive bewegt sich auf der Mikroperspektive und geht der Frage nach wie Entscheidungen getroffen werden. An dieser Stelle fließt eine große Menge an psychologischen Grundlagen und Fragestellungen mit ein. Medien sind Umweltreize mit denen - aus der Sicht der Psychologen - das Individuum interagiert. Jeder Mensch ist deshalb gezwungen, aus dem nahezu unbegrenzten Repertoire der Umweltreize eine selektive Auswahl zu treffen. Jede Wahrnehmungsstufe beinhaltet Selektionsprozesse (vgl. Schweiger.2007. S. 137).

Ganz anders die strukturelle Perspektive die sich mit den Bedingungen, unter denen Mediennutzung erfolgt, befasst. Im Zentrum stehen hier sämtliche Aspekte des Medieumgangs, es wird der Fokus auf die längerfristigen Bedingungen gelegt. Diese Bedingungen können wiederum abhängig sein vom Individuum, seinem sozialen Umfeld, der Gesellschaft oder dem Mediensystem. (Siehe Grafik XY) Diese Perspektive setzt sich mit der Medienentwicklung und der damit verbundenen strukturellen Veränderung der Mediennutzung im Zeitverlauf auseinander (vgl. Schweiger.2007.S. 222).

Weiteres gibt es nicht immer eine klare Unterscheidung in den jeweiligen

Perspektiven und viele Ansätze beziehen sich auf mehr als eine Perspektive. Fast immer wird aber ein Schwerpunkt gesetzt (vgl. Meyen 2004, S. 45ff).

Die vorliegende Arbeit ist in der strukturellen Perspektive einzuordnen, da bei dieser der Fokus auf den Medienumgang gelegt wird. Vor allem das soziale Umfeld spielt eine wesentliche Rolle. Demnach wird die Gruppe der Erstwähler durch ihr gleiches Alter und durch das gleiche Mediensystem ähnliche Nutzungspräferenzen aufzeigen und haben.

Hinzufügend definiert Schweiger (2007) den Gegenstandsbereich der Mediennutzforschung wie folgt:

„Die Mediennutzforschung umfasst alle Forschungsansätze, die Mediennutzungsepisoden, Mediennutzungsmuster oder Medienbewertungen/ Kompetenzen von Individuen, sozialen Gruppen oder Medienpublika beschreiben oder anhand einschlägiger Faktoren erklären“ (zit. nach Schweiger 2007, S.32).

Abschließend ist noch anzumerken, dass die Mediennutzforschung eine sehr komplexe Forschung ist, bei der es nicht die EINE Theorie gibt auf die man sich stützen kann. Deshalb wird im folgenden Kapitel auf das Konzept der Selektivität eingegangen. Das Konzept der Selektion soll verdeutlichen wie Rezipienten eine Auswahlentscheidung bei der Vielfalt an Informationen treffen.

4.3.3 Konzept der Selektivität (am Beispiel Internet)

„Leben ist aussuchen“

Kurt Tucholsky

Im Umgang mit Medien sind wir tagtäglich mit Auswahlentscheidungen konfrontiert. Abonniere ich den Standard? Schaue ich eine Talk-Show oder einen Krimi? Wo lese ich meine Onlinenachrichten, auf www.orf.at oder doch besser auf www.kurier.at? – Durch das Internet hat sich die ganze Medienlandschaft sehr verändert und ein regelrechter „Selektionsdruck“ ist entstanden. Das Internet stellt eine regelrechte Flut an Informationen bereit (vgl. Wirth/Schweiger 1999, S. 7).

Durch die ständige Zunahme an Medienangeboten und vor allem durch die Erweiterung der digitalen Angebote wird der Umfang des Anteils der nicht genutzten Informationen am Gesamtvolumen immer größer. Ein steigender „Selektionsdruck“ ist die Folge. Eilders (1999) fügt weiter an, dass schon vor Beginn des „Informationszeitalters“ nur ein Bruchteil des Angebots tatsächlich genutzt werden konnte und die menschliche Wahrnehmung über Mechanismen zur Komplexitätsreduktion verfügt (vgl. Eilders 1999, S. 13f).

Die zweifellos bekannteste Theorie in der Selektionsforschung ist die Theorie der kognitiven Dissonanz. Das Interesse der Wissenschaft an der Nachrichtenauswahl ergab sich durch die Politik und die damit verbunden politischen Nachrichten in den Medien. Die politischen Inhalte in Massenmedien unterlagen einer viel strengeren Beobachtung als die nicht-politischen (vgl. Eilders 1999, S. 16ff).

In der Kommunikationswissenschaft hat die Studie „The People’s Choice von Lazarsfeld, Berelson & Gaudet (1944) eine Erklärung der individuellen Meinungsbildung. In der Folge wurde die Selektion besonders in der politischen Kommunikation verwendet (vgl. Wirth/Schweiger, 1999 S. 44).

EXKURS Wahlforschung:

Ab Mitte der 20. Jahrhunderts begann die Forschung sich intensiver mit dem Wählerverhalten auseinanderzusetzen. Die Forschung begann Theorien des Wählerverhaltens zu entwickeln und dabei flossen wichtige Impulse von den Sozialwissenschaften mit ein. Es wurden Theorien erstellt, die das menschliche Verhalten im Kontext auf politische Wahlen erklären sollen. Noch heute lassen sich diese Einflüsse in den klassischen Erklärungsansätzen der Wahlsoziologie erkennen (vgl. Schoen2009, S. 182).

Mehrere theoretische Ansätze versuchen, die Faktoren zu bestimmen, die zu einem individuellen Wahlverhalten bzw. zu einer Wahlentscheidung führen. Grundsätzlich werden drei Theoriebereiche unterschieden, die chronologisch und zum Teil auch inhaltlich aufeinander aufbauen (vgl. Perlot/Zandonella 2009, S. 428).

- Soziologischer Ansatz (mikrosoziologischer Erklärungsansatz
makrosoziologischer Erklärungsansatz)
- Sozialpsychologische Ansätze
- Rational Choice Ansätze (vgl. ebd.).

Im Folgenden wird ein kurzer Überblick über die Studie „The People´s Choice“ gegeben, da sie als eine Pionierarbeit der Mediennutzforschung gilt.

Die Panel-Studie fand in Erie County im Bundesstaat Ohio statt, wo 600 Wahlberechtigte im Zeitraum von Mai bis November (1940) jeden Monat einmal befragt wurden um die Entstehung der individuellen Meinungsbildung besser dokumentieren zu können (vgl. Lazarsfeld et al 1960, S. 3).

Paul Lararsfeld und seine Kollegen haben in ihrer Untersuchung herausgefunden, dass das Wahlverhalten abhängig von sozialen Faktoren ist. Das Individuum ist in gesellschaftlichen Kontexten eingebunden und gehört sozialen Gruppen an. Je fester ein Individuum in einer Gruppe verankert ist, desto stabiler ist sein Wahlverhalten. Somit lässt sich auf eine Korrelation

zwischen dem Wahlverhalten und der Verankerung in sozialen Milieus rückschließen (vgl. Perlot/Zandonella, 2009 S. 420).

In dem Buch: „The People´s Choice“ weisen Paul Lazarsfeld und seine Kollegen noch einmal darauf hin, dass Gruppen ein homogenes Wahlverhalten nachgewiesen werden konnte. Konstante Zugehörigkeit zu sozialen Gruppen erzeugt politisches homogenes Verhalten.

„...This represents another formulation of our statement that voting is essentially a group experience. People who work or live or play together are likely to vote for the same candidates...“ (zit. nach Paul Lazarsfeld et al. 1960, S. 135).

Mehrere Studien beeinflussten die Interpretationen der Ergebnisse Lazarsfelds u.a. Zum einen die Studie von André Siegfried (1913)¹, die ergeben hatten, dass Kontexteinflüsse in ländlichen Regionen sehr hoch sind, aber in urbanen Regionen eher abnehmen. Daran angeknüpft hat Stuart Rice (1928), der zeigte, dass die Wahlergebnisse abhängig sind von dem jeweiligen Einsatz der Parteien. Rice konnte nachweisen, dass Transport- und neue Kommunikationswege die Ausbreitung von neuen politischen Ideen am stärksten entlang der großen Kommunikationswege (Hauptverkehrsstraßen, Eisenbahn, Postweg...) ermöglichen. Vor diesem Hintergrund war es Paul Lazarsfeld u.a., ein Anliegen nach Faktoren zu suchen die die politische Orientierung auf der Ebene des individuellen Wählers weitergeben. Aufbauend auf der Theorie von Georg Simmel (1890) „Theorie der sozialen Kreise“. Diese Theorie basiert auf der Annahme, dass sich jeder Wähler in mehreren sozialen Kreisen befindet. Jedes Individuum strebt danach mit seiner Umwelt in einem spannungsfreien Verhältnis zu leben (vgl. Bürklin/Klein 1998, S. 54f).

Berelson et al (1954) bestätigte in seinen Folgestudien die empirischen Befunde von Lazarsfeld, dass der einzelne versucht, sein soziales Umfeld homogen zu erhalten. Zudem glaubten die Autoren Anhaltspunkte gefunden

¹ André Siegfried ist ein französischer Wahlforscher und begründete die Wahlbiographie 1913 mit seinem Buch: „Tableau Politique de la France de l'Ouest Sous la IIIe République“. Sein Werk ist zum Standardwerk der französischen Wahlforschung geworden (vgl. Bürklin/Klein 1998, S. 25).

zu haben, dass Freunde und Bekannte nach politischen Präferenzen ausgesucht werden. Schlussendlich führt dies nach Dieter Roth (2008) dazu, dass auch den bevorzugten Kandidaten passende Standpunkte zugeschrieben werden und politische Informationen daher nur selektiv wahrgenommen werden können um nicht die Harmonie zu zerstören. Kommt man wieder zurück zur Wahlforschung hat Berelson die Theorie der kognitiven Dissonanz, die Festinger 1957 formuliert, schon vorweggenommen (vgl. Roth 2008, S. 31).

Ein großer Kritikpunkt an diesem Modell ist, dass die kurzfristigen Änderungen des Wahlverhaltens nicht ausreichend erklärt werden (vgl. Eith/Mielke 2012, S. 304).

Dieser kurze Exkurs sollte nur gesamt zum Verständnis beitragen. In der Kommunikationswissenschaft sowie auch der Wahlforschung ist es wichtig herauszufinden wie die Menschen aus der großen Anzahl von Informationen die wichtigen herausfiltern und warum sie diese nützen und nicht andere. Das Hauptaugenmerk in der Arbeit wird auf das Internet gelegt, deshalb wird anschließend die Selektion im Internet genauer analysiert.

4.3.4 Selektion im Internet

Die kommunikationswissenschaftliche Forschung widmete sich seit Jahren der Frage, wie Rezipienten aus der großen Anzahl von Informationen auswählen. Mit Aufkommen des Internets kommt zu den klassischen Medien wie Fernsehen und Print aufgrund der Hypertextualität mit der Linkauswahl eine stärker auf den Inhalt bezogene Selektion dazu (vgl. Wirth/ Schweiger 1999, S. 43f).

Donsbach (1991) definierte den Selektionsbegriff in der Massenkommunikation in seinem Werk *„Medienwirkung trotz Selektion wie“* folgt:

„Auf allgemeinsten Ebene handelt sich bei der Selektion um ein Verhalten, bei dem eine Organismus aus einer praktisch unendlichen Vielfalt von Reizen jene auswählt, die er aufnehmen und

gegebenenfalls weiterverarbeiten will. ... Sensorische Organe sind so angelegt, daß (sic!) sie nur von solchen Reizen stimuliert werden, die von irgendeiner Bedeutung für den Organismus sind. Die Selektion von Reizen kann man somit als einen Prozeß (sic!) zur sinnvollen Reduktion der Umweltreize ansehen, mit dem Ziel den Organismus mit dem für ihn lebensnotwendigen Informationen zu versehen“ (zit. nach Donsbach 1991, S. 23).

Donsbach teilte den Selektionsprozess in vier Phasen und konzipierte so sein Modell der Einteilung der Selektionsphasen für den Printbereich. Phase eines trifft eine Vorauswahl des Mediums und Phase zwei wählt das Redaktionelle Angebot aus. In Phase drei selektiert man die einzelnen Informationen und wertet die redaktionellen Angebote. In der letzten Phase (postkommunikative Phase) erinnert man sich an Fakten und Argumente sowie Informationen die gelesen wurden. Die in Phase drei gemachte Wertung der Information spielt in Phase vier eine große Rolle, weil nur die Informationen wieder ins Gedächtnis gerufen werden die von Bedeutung waren (vgl. Donsbach 1991, S. 26f).

Wirth und Schweiger (1999) verwendeten das von Donsbach angefertigte Modell der Einteilung der Selektionsphasen und adaptierten es für das Internet. Es gibt drei Phasen des Selektionsprozesses die sich in präkommunikative Phase, kommunikative Phase und postkommunikative Phase einteilen lassen (vgl. Wirth/Schweiger 1999, S. 50).

Tabelle 2: Kategorisierung von Selektionsprozessen

Präkommunikative Phase		Kommunikative Phase			Postkommunikative Phase
Phase 0 Auswahl eines Mediums oder Internetmodus	Phase 1 Auswahl eines Medienprodukts	Phase 2 Auswahl redaktioneller bzw. kommunikativer Angebote	Phase 3 Selektive Verarbeitung von Informationseinheiten	Phase 4 Selektive Erinnerung von Informationseinheiten	

Quelle: in Anlehnung Wirth/ Schweiger 1999, S. 50, ihrerseits auch in Anlehnung an Donsbach 1991: 26

Dieses Modell von Donsbach (1991) kann auch als Grundlage der Erforschung der Selektion im Internet angesehen werden. Anhand der vorliegenden Tabellen kann rückgeschlossen werden, dass die präkommunikative Phase (1) die Phase vor der Zuwendung der Mediennutzung ist. Diese Phase beinhaltet auch die Auswahl des Medienprodukts bzw. des Internet-Modus. Damit ist trivial gemeint, die Entscheidung für zum Beispiel einschalten eines Fernsehprogramms oder kaufen einer Zeitung. Der Rezipient kann sich in dieser Phase auch dafür entscheiden, kein Medium zu nützen. Grundvoraussetzung wenn man sich für das Internet entscheidet ist, dass die technische Ausstattung vorhanden sein muss. Des Weiterem hat das Internet eine Sonderstellung, weil es verschiedene Nutzungsangebote anbietet. (Chats, E-Mail oder Informations- und Unterhaltungsangebote). Problematischer wird es eher bei der Einordnung des E-Mails/Chats da es sich hier um interpersonale Kommunikation handelt und somit es keinen Anbieter gibt (vgl. Wirth/Schweiger 1999, S. 49ff).

Die kommunikative Phase, dies ist die Phase der eigentlichen Medienzuhwendung, gliedert sich in zwei Bereiche. Zum einen die redaktionellen bzw. kommunikativen Angebote, damit ist gemeint wenn sich der Rezipient beispielsweise für eine Zeitung entschließt, das Blättern innerhalb des entsprechenden Mediums; oder das Umherschalten im Fernsehen. Der zweite Teil der kommunikativen Phase ist die selektive Verarbeitung der Kommunikation innerhalb des redaktionellen Angebotes (vgl. Wirth/Schweiger 1999, S. 49ff).

In der postkommunikativen Phase wird die vorher aufgenommene Information gründlich selektiert und später wieder ins Gedächtnis erinnert. Der Unterschied zwischen den Phasen davor ist, dass sich diese Phase zeitlich nicht eingrenzen lässt. Diese Phase kann von dem Aufnehmen der Information bis zum Hirntot eines Rezipienten dauern. Weiters erfolgt die letzte Phase eher unbewusst im Gegensatz zu den beschriebenen Phasen davor, wo eine bewusste Auswahl getroffen wird (vgl. Wirth/Schweiger 1999, S. 49ff).

Entscheidet man sich nun für das Internet, gibt es nur kleine Unterschiede zu den herkömmlichen klassischen Medien. Schaut man sich Phase 1 und 2 an so ist diese zum Beispiel bei den Zeitungen klar trennbar. Hingegen bei dem Medium Fernsehen und Internet fallen diese beiden Phasen oft zusammen und sind nicht mehr klar trennbar. So wechselt man beim Fernsehen oft den Kanal und surft im Internet auf mehreren Seiten umher ohne genau zu wissen, dass der Anbieter gewechselt wurde. Eine Besonderheit im Gegensatz zu den klassischen Medien ist, dass es die Möglichkeit der Parallelnutzung von mehreren Websites möglich macht. Beispielsweise ist es denkbar während des Suchens Musik „Youtube“ zu hören und gleichzeitig einen Onlineartikel zu lesen. Schwer lassen sich in diesem Modell auch Chats und E-Mails einordnen, da diese primär für soziale interaktive Kommunikation genutzt werden. Das Phasenmodell eignet sich hauptsächlich für einseitige massenmediale Kommunikation. Wirth und Schweiger (1999) merken abschließend noch an, dass es keinen großen Unterschied zwischen den klassischen Medien gibt, außer dass sich die Selektionsfrage mit deutlich mehr Intensität stellt als bei anderen Medien (vgl. Schweiger 1999, S. 52ff).

Warum nützen aber nun nicht alle Rezipienten die Möglichkeiten der Angebote gleichermaßen? Es gilt hier also die Frage zu klären, wodurch sich die Nutzer zu den Nicht-Nutzern unterscheiden?

4.3.5 Internet Selektionsentscheidungen

Im Folgenden werden die vier wichtigsten Kriterien beschrieben wie sich internetspezifische Selektionsentscheidungen (Medienmerkmale, Personenmerkmale, Merkmale der Situation im engeren Sinn sowie Kontextfaktoren) beschreiben lassen. Dazu wurde von Wirth & Schweiger eine Grafik angefertigt die wie folgt aussieht.



Abbildung 5: Kriterien zur Beschreibung von Selektionssituationen
Quelle: Wirth/ Schweiger 1999, S. 62

Medienmerkmale

Das erste zu Nennende sind die Medienmerkmale, und die damit verbundene Anzahl der Optionen (a) und der Attribute (b). Die Anzahl der Optionen meint, wie viele Links zum gesuchten Inhalt verfügbar sind. Attribute meint hier Kurzbeschreibung und liefert Informationen zu dem Ziel eines Links. Komplexität (c) gibt die Anzahl der Optionen an, je mehr Optionen es gibt desto mehr steigt auch die Komplexität. Strukturierung (d) meint eine strukturierte Anordnung der Links (a) sowie deren Beschreibung (Attribute). Wenn der Nutzer die Optionen kennt, kann das die Komplexität mildern. (Bsp. Aktualität, Umfang der Zielliste, Relevanz etc.) Mit der Modalität (f) ist die Darstellung der Optionen und Attribute gemeint. Sie können zum Beispiel

ikonisch (visuell), semantisch oder numerisch sein. Die Darbietung der Modalität hat einen Einfluss auf den Nutzer (vgl. Wirth/Schweiger 1999, S. 58).

Personenmerkmale

Wie schnell sich Nutzer im Internet entscheiden ist auch sehr von der Habitualisierung und der damit verbundenen Vertrautheit mit dem Medium abhängig. Auch sehr bedeutend sind motivationale Faktoren (Motivation, Involvement, Interesse) um den Entscheidungsprozess voranzutreiben. Zudem sind Persönlichkeit und kognitiver Stil auch zu berücksichtigen, denn auch sie beeinflussen Selektion – und Entscheidungssituationen. Individuell werden nur vereinzelt Informationen wahrgenommen aber die ganze Website, alle diese Stilmerkmale beeinflussen die Selektionssituation.

Merkmale der Situation im engeren Sinne

Wirth und Schweiger sprechen in diesem Sinne von Transparenz: *„Eine Situation ist transparent, wenn dem Rezipienten alle Informationen, die für eine effiziente Entscheidung erforderlich sind, bekannt sind“* (vgl. zit. nach Schweiger/Wirth 1999, S. 58f) Orientierungs- und Strukturierungshilfen erleichtern die Entscheidung und es kommt an dieser Stelle stark auf die Usability einer Internetseite an. Anders als bei den anderen Medien ist der Nutzer im Internet einer hohen Situationskontrolle ausgesetzt. Lesen und Betrachten kann demnach individuell bestimmt werden. Es werden dadurch alle Selektionsentscheidungen viel bewusster getroffen. Ein weiterer Begriff an dieser Stelle ist die Reversibilität; demnach kann der Nutzer irrtümlich gemachte Entscheidungen wieder rückgängig machen ohne auf diverse Informationen zu verzichten. Der Rezipient hat zudem einen kognitiven Aufwand, der die Arbeit bezeichnet die er aufbringen muss um die entscheidungsrelevante Information zu verarbeiten. Dieser Aufwand nimmt mit der Zahl der Optionen und Attribute zu und nimmt ab, wenn der Strukturierungsgrad hoch ist. Als letztes Merkmal nennen hier Wirth und Schweiger den Verhaltensaufwand. Da ein Mausklick reicht, um ein anderes Angebote auszuwählen ist er sehr gering (vgl. Wirth/Schweiger 1999, S. 58).

Kontextfaktoren

Unter Kontextfaktoren sind jene Faktoren zu verstehen die mit den finanziellen Kosten (Anschaffung eines Endgeräts) sowie dem Zeitaufwand (damit ist die Länge des Entscheidungsweges gemeint um die gewünschte Information zu bekommen) verbunden sind. An dieser Stelle ist noch anzumerken, dass erfahrene Nutzer viel weniger Zeit in Anspruch nehmen müssen als unerfahrene Nutzer. Weiteres ist in diesem Zusammenhang noch die Optionsdichte zu nennen, die angibt wie viele Optionen für jede zu treffende Entscheidung zur Verfügung stehen. Durch die hohe Anzahl der Links, kann diese als sehr hoch eingestuft werden und daraus resultiert auch ein sehr hoher Selektionsdruck (vgl. Schweiger 1999, S. 60f).

Schweiger merkt abschließend an, dass sich nun folgendes Bild anhand dieser vier Kriterien ergibt.

„Nutzer haben oftmals wenig Informationen, wohin Links führen (geringe Transparenz, hohe Unsicherheit), sie können die Verarbeitungsgeschwindigkeit und den Verarbeitungsmodus weitgehend selbst bestimmen (Kontrolle). Der mit der Selektion verbundene Verhaltensaufwand ist gering, und die Reversibilität des Systems ist hoch, man kann also jederzeit die Ausgangssituation wieder herstellen. Hinzu kommt der medial bedingte hohe Selektionsdruck, der sich in Form langer Entscheidungswege und einer hohen Optionsdichte bemerkbar macht. Alle anderen Kriterien können niedrig oder hoch ausgeprägt sein“ (zit. nach Wirth/Schweiger 1999, S. 62).

Dieses Modell ist gerade hinter den Blickwinkel der Erstwähler interessiert. Es erklärt wie der Mensch im Internet Entscheidungen treffen, inwiefern werden welche Onlineangebote genutzt und welche nicht? Medien sind die häufigste Informationsquelle um sich politisch zu informieren. Im nächsten Abschnitt wird der Punkt Medien und Politik genauer durchleuchtet.

5 Medien und Politik

Bevor jetzt im weiteren auf Medien und Politik eingegangen wird, wird zuerst der Medienbegriff definiert. Für die vorliegende Forschungsarbeit ist dieser Begriff von großer Bedeutung. Medium zählt als ein Grundbegriff der Kommunikationswissenschaft. Die gebräuchlichste Definition von dem Begriff: Medium kommt von dem Kommunikationswissenschaftler Ulrich Saxer (1997) der den Medienbegriff wie folgt beschreibt:

„Medien sind komplexe institutionalisierte Systeme um organisierte Kommunikationskanäle von spezifischem Leistungsvermögen.“
(Saxer 1997, S. 21).

Klaus Beck merkt dazu an, dass die Definition von Ulrich Saxer auch noch mehr als zwanzig Jahre später die neuen Medien definieren kann. Beck merkt weiter an, dass an Anlehnung an Saxer's Definition Medien als technisch basiertes Zeichensystem verstanden, als Organisation und drittens als Institution verstanden werden können. Diese drei Kriterien lassen im Hinblick auf dem Terminus Medium als hinreichende Beschreiben (vgl. Beck 2003, S. 74)

Ab Mitte der 90er Jahre haben sich die sogenannten „neuen Medien“ in der Gesellschaft etabliert. Neue Medien waren beispielsweise in den 80er Jahren Videorekorder oder Bildplattenspieler, wovon heute natürlich nicht mehr die Rede sein kann. Wenn hier im Folgenden von neuen Medien bzw. Massenmedien die Rede sein wird handelt es sich um Medien, welche Text, Grafik, Bild und Ton kombinieren können, und dazu gehört das Internet (vgl. Luginbühl 2005, S. 425).

Die Massenmedien lassen sich zentral mit Politik in Verbindung bringen. Wie in den vorigen Kapiteln erläutert wurde, hat sich mit der Zunahme der Medien nicht nur das Wahlverhalten verändert, sondern auch die Politik vom privaten in den öffentlichen Raum verlagert. Eine unüberschaubare Menge an Informationen, Meinungen und Bildern kann über die Medien zum Ausdruck gebracht werden. Gerade in Wahlkampfzeiten ist die Informationsdichte enorm und die Wähler sind oft reizüberflutet, was es noch schwieriger macht, den Wähler zu erreichen (vgl. Merschitz 2008, S. 42).

Als Schnittstelle zwischen Vertretern der Politik und den Bürgern kommt den Medien eine wichtige Funktion innerhalb der Gesellschaft zu. Manch einer sagt sogar über Medien, sie seien - neben Legislative, Exekutive und Judikative - die „vierte Gewalt“ in einem Land. Medien machen politische Inhalte transparent und schützen uns vor Machtmissbrauch. Auf der anderen Seite aber greifen sie auch aktiv in das Geschehen ein, da sie bewusst mit Themen und Schwerpunkten politische Meinungen bilden. Medien versuchen die Realität objektiv und kritisch zu erfassen, was aber, wenn man es ganz genau nimmt, nicht zu 100 Prozent möglich ist (vgl. Filzmaier 2007, S. 4).

Steinmaurer (2012) geht in seinem Bericht Medien und Medienpolitik in Österreich noch genauer auf die Funktionen der Massenmedien in der Gesellschaft ein. Dadurch, dass Massenmedien wie Hörfunk, Fernsehen oder Tageszeitungen öffentlich zugänglich sind und damit ein Forum für eine funktionierende Demokratie bereitstellen, verfügen sie über eine zentrale Stellung. Der öffentlich-rechtliche Rundfunk (ORF) hat zudem einen Bildungs- und Kulturauftrag zu erfüllen und so der Gesellschaft ein vielfältiges Angebot zur Verfügung zu stellen. Seit geraumer Zeit geht eine verstärkte Wirkung von den Medien auf die Politik aus und es sind zunehmend die Medien, die der Politik Themen aufzwingen und sie unter Druck setzen. Die Politik braucht die Medien für den Wettstreit um Aufmerksamkeit des Publikums, um in der Folge den Wähler zu gewinnen. Ein Trend geht dahin, dass die Politik die „Logik“ übernimmt. Die Politik läuft Gefahr sich von der „Realpolitik“ abzuwenden und

zu einer „symbolischen Scheinpolitik“ zu werden, in welcher man sich medial gewinnbringend in Szene setzt (vgl. Steinmaurer 2010, S. 5ff).

5.1 Politikvermittlung durch Massenmedien

Dass die Massenmedien eine zentrale Rolle in der Vermittlung zwischen Staat und Gesellschaft einnehmen ist schon lange kein Geheimnis mehr. Besonders die reichweitenstarken elektronischen Medien setzen auf das Vermittlungsprinzip, das der heutigen komplexen Gesellschaft angemessen ist; Schlagwort: *kommunikative Erreichbarkeit*. Sehr wenige gesellschaftliche Bedürfnisse können direkt an die Entscheidungsträger herangetragen werden und so ist der Kontakt zwischen der politisch-administrativen Elite und den Bürgern eher selten (vgl. Marcinkowski 1996, S. 203)

An dieser Stelle erwähnt Schulz in seinem Werk: Politische Kommunikation die Begriffe der „Mediatisierung der Politik“ und „Mediendemokratie“- damit meint er den großen und immer wachsenden Begriff der den Anteil der politischen Kommunikation ausmacht.

„Aufgrund der Vielzahl an empirischen Befunden kann man davon ausgehen, dass er in letzter Zeit stark zugenommen hat und in Zukunft weiter zunimmt.“ (zit. nach Schulz S. 30)

Die Gesellschaft hat sich gewandelt; es herrscht eine zunehmende Individualisierung und eine abnehmende Bindungskraft von Kirchen, Parteien und Gewerkschaften. Massenmedien beschleunigen diesen Prozess des sozialen Wandels und dies wiederum bestärkt die Mediatisierung. Medien werden somit zur Quelle der Orientierung in der Sinnstiftung herangezogen (vgl. Schulz 2011, S. 30f).

Zudem beobachtet Schulz eine mediale Politik-Substitution. Schulz merkt an, dass schon seit längeren zu beobachten ist, dass die Verlagerung des politischen Diskurses aus Versammlungen, Parteigremien, Pressekonferenzen etc. in die Massenmedien wie zum Beispiel in Fernsehtalkshows und TV-Duelle verlagert wird. Im Hinblick auf den Wahlkampf kann dies enorm

auffällig beobachtet werden. Im Prozess der Mobilisierung sowie der Meinungsbildung der Wähler, haben sich die Funktionen der Parteien auf die Medien übertragen. Somit kann festgehalten werden, dass auch in der politischen Kommunikation mit den Bürgern der Anteil der medialen Kommunikation zunimmt (vgl. Schulz 2011, S. 34f).

5.1.1 Mediatisierung

Deshalb sind für Winfried Schulz Massenmedien eine wichtige und oft auch notwendige Instanz um politische Prozesse zu vermitteln. Verschiedene Vermittlungsleistungen werden unter dem Begriff Mediatisierung zusammengefasst:

- Politische Informationen werden durch Aufmerksamkeitsregeln von den Massenmedien selektiert und dann an ein großes, unbegrenztes Publikum weiter gegeben.
- Massenmedien entscheiden nach relevanten Gesichtspunkten über den Zugang politischer Akteure zur Öffentlichkeit. Durch dies bestimmen sie das Handeln und Einflussvermögen der Akteure.
- Zudem bewerten und interpretieren Massenmedien in einer medienspezifischen Weise das politische Geschehen.
- Massenmedien interagieren bei der Berichterstattung mit dem politischen Geschehen und schaffen dadurch „Pseudo-Ereignisse“, sowie Realitätskonflikte, die wiederum dann zur Grundlage des politischen Handelns werden (vgl. Schulz 1997, S. 22).

5.1.2 Politisches Informationsverhalten Massenmedien

2002 haben Plasser und Ulram eine empirische Bestandsaufnahme des österreichischen Politikverständnisses gemacht. Um auch einen kurzen Rückblick in das politische Informationsverhalten zu gewähren, folgen zentrale Ergebnisse. Hierbei soll der Wandel in der Aneignung von Information untermauert werden. Die Erhebungen erfolgten über das Institut Fessel-GfK.

Die tagesaktuellen Nachrichtensendungen sind 2001 für 79 Prozent der Österreicher die primäre Informationsquelle gewesen. Im Vergleich dazu waren es vor 40 Jahren nur 11 Prozent, die das Fernsehen als wichtige Informationsquelle angegeben haben. An zweiter Stelle wurden die Tageszeitungen genannt - 2001 mit 52 Prozent - und für 45 Prozent war auch das Radio eine unverzichtbare Informationsquelle, um sich politisch zu informieren. Lediglich vier Prozent haben 2001 ihre politischen Informationen über das Internet generiert. Die Tageszeitung hat im Vergleich zu 1961 an Relevanz verloren, sie wurde damals um ca. 10 Prozent mehr genutzt als im Jahre 2001. Diese auffallende Veränderung im politischen Informationsverhalten widerspiegelt zum ersten Mal die enorme Veränderung des informationstechnologischen Wandels des Mediensystems. Es wächst die Angebotsvielfalt und es verschärft sich dadurch auch die Wettbewerbssituation unter den Medien im österreichischen Mediensystem (vgl. Plasser/ Ulram 2002, S. 38ff).

Seit Mitte der 1990er -Jahre wird das traditionelle politische Informationsverhalten durch das Internet ergänzt. Zum Zeitpunkt der Erhebung hatten 48 Prozent der Bevölkerung die Option, auf das Internet oder andere Online-Informationendienste zuzugreifen. Damals war der Zugang zum Internet enorm von sozioökonomischen Faktoren bestimmt. So verfügten beispielsweise 88 Prozent der Maturanten oder Akademiker über eine Zugangschance zum Internet und lediglich 43 Prozent der Fachschulabsolventen. Es wurde auch die Häufigkeit der Nutzungsmöglichkeiten des Internets zur politischen Information abgefragt. 75 Prozent der Personen gaben an dass sie politische Informationsangebote des Internets fast nie nutzen. Traditionelle Formen der Berichterstattung sind 2001 eindeutig bevorzugt und klarer „Gewinner“ unter den Massenmedien ist das Fernsehen gewesen (vgl. Plasser/Ulram 2002, S. 44).

5.1.3 politisches Informationsverhalten Massenmedien 2008

2010 brachten Plasser und Ulram wieder einen gesammelten Beitrag heraus, der das politische Verhältnis von Bürgern und Politik in Österreich analysierte. An dieser Stelle wurde wieder auf das politische Informationsverhalten

eingegangen. Neue Befunde dazu ergaben, dass die Teilnahme an dem politischen Geschehen auf zwei Ebenen stattfindet. Zum einen wird hier das kommunikative Handeln (Gespräche über politische Ereignisse) genannt und zum anderen die Nutzung politischer Informationsangebote tagesaktueller Massenmedien. 43 Prozent der Österreicher beteiligen sich häufig an politischen Gesprächen in der Familie und mit Bekannten. Der Anteil derer, die sich nie über politische Themen unterhalten bzw. informieren liegt seit Jahrzehnten bei circa einem Drittel (vgl. Plasser/ Ulram 2010, S. 169).

Sehr intensiv nutzen die Österreicher die Angebote der Massenmedien. Noch immer oder wieder an erster Stelle ist die Fernseh- Berichterstattung zu nennen. 80 Prozent gaben an dieser Stelle an, sich primär über das Fernsehen politisch zu informieren. Auf Platz zwei findet sich wieder die Tageszeitung mit 60 Prozent; für 46 Prozent erfüllt das Radio eine unverzichtbare Informationsquelle. Bereits 18 Prozent der oberen Bildungsschicht geben an dieser Stelle an, dass das Internet ihre primäre Informationsquelle ist (vgl. Plasser/ Ulram 2010, S. 169).

Geschlechterunterschiede ergeben sich auch hinsichtlich der audiovisuellen Massenmedien. Männer nützen öfter Tageszeitungen als Frauen, die aus Zeitknappheit und wegen der Überbelastung durch Alltagspflichten weniger häufig Zeitungen lesen. Dies betrifft auch die Nutzung des Internets für politische Informationen. Männer suchen doppelt so häufig im Internet nach politischen Informationen als Frauen. Auch altersspezifisch ergeben sich klare Unterschiede, so werden - mit Ausnahme des Internets - massenmediale Informations- und Nachrichtenangebote von den mittleren und insbesondere von den älteren Menschen überdurchschnittlich häufig genutzt. Insgesamt können 60 Prozent der Österreicher als aktive Nutzer von massenmedialen Informationsangeboten klassifiziert werden (vgl. Plasser/Ulram 2010, S. 169f).

5.2 Das Internet zur Aneignung politischer Informationen

Im Internet können mit wenig Geld möglichst viele Menschen erreicht werden. Völlig neue Möglichkeiten haben sich durch das WWW ergeben. Politische Parteien und Initiativen haben schon lange das Internet für sich entdeckt und

nutzen es um den Bürger politisch zu informieren. Das Internet ermöglicht so eine neue Form des politischen Diskurses, der sich aber erst als nachhaltig erweisen muss (vgl. Heigl/ Hacker 2010, S. 125).

Die Online-Medien haben gegenüber herkömmlichen Medien einige spezifische Vorzüge bei der Verwendung und Verbreitung von politischer Information. Hagen erläutert hier umfassend, dass die Informationen jederzeit und weltweit verfügbar sind. Nutzer können sie abrufen wann immer sie wollen. Zudem können die Informationen häufig und schnell aktualisiert werden und die Kapazität des „Mediums“ ist enorm (vgl. Hagen 1998, S. 11).

Nutzer haben dadurch die Möglichkeit Nachrichtendatenbanken oder ganze Bibliotheken bereitzuhalten und verfügen somit über eine unvorstellbare Fülle an Quellen mit den verschiedensten Informationen. Durch Suchmaschinen kann eine relativ gezielte und schnelle Suche erfolgen. Internet und die Online-Dienste sind nicht nur Verteilmedien, sondern ermöglichen auch Rückmeldungen. Anschließend führt Hagen noch den Punkt an, dass der Nutzerzugang so offen und reglementiert ist wie bei keinem anderen Kommunikationskanal (vgl. Hagen 1998, S. 11).

Seit Mitte der 1990er -Jahre ist das Internet in unserem Kommunikationsverhalten vollständig etabliert und schnell stellte sich auch die Frage, welchen Einfluss das Internet auf die politische Beteiligung hat. Das Internet bietet doppeltes Potenzial denn es konvergierte die „alten“ Medien (interpersonaler Kommunikation sowie Massenkommunikation) mit neuen Anwendungen und es veränderte gleichzeitig die Formen und Bedeutung von „klassischen“ Medien. Eine Reihe von „neuen Medien“, sind durch das Internet ermöglicht worden, es kommen zusätzliche Kanäle hinzu wie beispielsweise Chats, Instand Messenger oder auch Blogs. Es zeigte sich danach ein schneller Konvergenzprozess der etablierten Medien und der „neuen Medien“. Fernsehen, Radio und auch die Printmedien wuchsen schlichtweg mit dem Internet zusammen und neue Anwendungen und neue Nutzungsumgebungen kommen auf. Es ergeben sich im Anbetracht dessen verschiedene Thesen: Das plötzlich uneingeschränkte Angebot von Informationen könnte zu einer

Abkehr von Politik führen, da der Nutzer nun in der Lage ist sich intensiver der Unterhaltung sowie seinen rein privaten Interessen zuzuwenden. Stärker drängt sich allerdings die Hypothese auf, die einen grundsätzlich positiven Effekt erzielen kann. Das Wegfallen räumlicher und zeitlicher Einschränkungen ist ein enormer Vorteil, sowie auch die politische Öffentlichkeit jenseits des „Gatekeeper“. Natürlich darf auch nicht außer Acht gelassen werden dass das Internet - wie schon vorher erwähnt - durch die selektive Nutzung zu einer größeren Spaltung der Gesellschaft führt. Die Nutzergruppe der Onliner und Offliner beispielsweise und die Nutzung der Kommunikationsoptionen könnte eine weitere Kluft in der Gesellschaft hervorbringen (vgl. Emmer 2013, S. 141).

Es ergeben sich also im Hinblick auf die neuen Medien und in Bezug für den demokratischen Prozess drei Hauptfragen:

1. Was können neue Medien? – Welche demokratischen Potentiale haben sie?
2. Wer nutzt die neuen Medien und wozu? (Verbreitung / Verwendung)
3. Was bewirken die Medien? (Folge Demokratiegewinne oder Verluste?)
(vgl. Schulz, 2015 S. 210).

5.2.1 Studie Bürger Online 2011

Martin Emmer, Gerhard Vowe und Jens Wolling haben 2011 ein Werk herausgebracht, welches die Entwicklung der politischen Online-Kommunikation in Deutschland repräsentiert. Das Buch bildet eine 6 –jährige Forschungsstudie (2002-2008), deren Hauptaugenmerk darauf gelegt wurde den Einfluss des Internet auf die politische Kommunikation des Nutzers/Bürgers zu erheben. Das Internet ist demnach für die Mehrheit seiner Nutzer eine wichtige Informationsquelle. Im gesamten Untersuchungszeitraum haben sich jeweils zwischen 60 und 65 Prozent der Online-User mehrmals pro Woche Informationen im Internet gesucht. An dieser Stelle merken Emmer, Vowe und Wolling an, dass es nicht nur Zugangsklüfte gibt sondern auch Nutzungsklüfte bei der Suche nach Information. Diese Klüfte sind bei dem Alter, dem Geschlecht und den Bildungsgruppen zu verzeichnen. Auffallend

ist zudem, dass die Nutzungsklüfte tendenziell bei den jeweiligen Gruppen während des Untersuchungszeitraumes noch größer geworden sind. Zu Beginn der Erhebung suchten um 4 Prozent mehr Junge Informationen im Internet, am Ende der Untersuchung waren es 25 Prozent. Nicht so ganz drastisch stellte es sich bei dem Bildungsunterschied dar, 2002 informierten sich die Menschen mit Matura um 11 Prozent mehr im Internet als diejenigen mit einem Hauptschulabschluss. Sechs Jahre später konnte eine Spanne von 25 Prozent erhoben werden. Unter den Geschlechtern liegt der Unterschied ziemlich konstant bei 15 Prozent zum Vorteil der Männer. Generell kann noch gesagt werden, dass Personen die ein hohes politisches Interesse haben sich eher über das Internet informieren (vgl. Emmer/ Vowe/Wolling 2011 S. 104f).

Die Befunde der interpersonalen Kommunikation ergeben ein weitaus nüchterneres Ergebnis, sie werden nur von einer sehr kleinen Gruppe der Onliner genutzt. Bei den älteren Gruppen sind nahezu alle Ergebniswerte mit null Prozent zu verzeichnen. Bei den Männern sind die Nutzeranteile in fast allen Jahren doppelt so hoch (vgl. Emmer/Vowe/Wolling 2011, S. 106ff)

Für die vorliegende Arbeit ist zudem noch das Ansehen von politischen Videos relevant. Hier kam die Längsschnittuntersuchung zu folgenden Ergebnissen: Politische Videos werden im Vergleich zu anderen Angeboten deutlich geringer genutzt, jedoch mit einer steigenden Tendenz. Vor allem die junge Generation kann man damit gut erreichen (vgl. Emmer/Vowe/Wolling 2011 S. 139).

Zusammengefasst kann festgehalten werden, dass die Befunde zur politischen Online-Informationskommunikation folgende Hauptergebnisse liefern. Politische Informationsangebote werden unterschiedlich in Hinblick auf soziodemographische Gruppen genutzt. Jüngere, männliche und formal besser gebildete Menschen weisen eine durchgängig höhere Nutzung auf. Zudem informieren sich auch politisch interessierte Menschen häufiger über das Internet. Menschen die eine positive Einstellung zur Demokratie und zur Politik haben informieren sich zudem auch häufiger über das Internet. Die Nutzung des Internets als Quelle für politische Information verzeichnet zudem

seit Beginn der Untersuchung einen Anstieg, der auch auf den Anstieg der Onliner zurückzuführen ist (vgl. Emmer/Vowe/Wolling 2011, S. 115f).

An dieser Stelle wird noch angemerkt, dass der aktuelle Forschungsstand zur Nutzung und Wirkung des Internets sehr lückenhaft ist und noch weitaus mehr Forschungen benötigt werden um klare aussagekräftige Ergebnisse und kausale Zusammenhänge zu diagnostizieren. Die Analyse der vorliegenden Paneldaten zeigt, dass nach dem Zutritt zum Internet – der in der Forschung bereits als direkte Ursache positiver Effekte identifiziert wurde – auch in langfristiger zeitlicher Perspektive überwiegend eine Zunahme der politischen Kommunikation zu beobachten (vgl. Emmer/Vowe/Wolling 2010, S. 104).

Bernhard, Dohle und Vowe stellten 2014 in der Fachzeitschrift *Media Perspektiven* ihre Ergebnisse der Studie 2012 bei denen 771 Bürger telefonisch befragt wurden, vor. Die Autoren gingen der Frage nach wie Medien zur politischen Information genutzt und wahrgenommen werden. Die Ergebnisse deckten sich oft mit den vorher vorgestellten Ergebnissen der Studie *Bürger online*. Fernsehen und Zeitungen lagen klar an erster Stelle. Bei dieser Studie wurde auch genauer nach den Internetpräferenzen zur Aneignung politischer Informationen gefragt. 32,2 Prozent gaben an dass sie sich häufig Nachrichtenseiten im Internet anschauen. Im Vergleich zu den regelmäßigen Zeitungslesern mit rund 64,3 Prozent ist das noch immer ein sehr kleiner Prozentsatz. Weiter hinten waren Social-Media-Angebote wie Facebook, Twitter und YouTube; sie spielten im politischen Informationsrepertoire der Deutschen nur eine sehr kleine Rolle. Am ehesten wird von den Social-Media-Angeboten noch Facebook genutzt, mit 6,4 Prozent. Weniger überraschend ist allerdings, dass das Online Angebot von den jüngeren Befragten (Altersgruppe der 16- bis 29- Jährigen) deutlich häufiger genutzt wird als von den älteren Bevölkerungsgruppen. Von den unter 30- Jährigen werden Nachrichtenseiten im Internet nahezu gleich häufig genutzt wie Zeitungen. Auch Facebook und YouTube werden viel häufiger von den unter 30- Jährigen genutzt als von den Älteren; hingegen spielt Twitter weder bei den Jüngeren noch bei der älteren Bevölkerungsgruppe eine große Rolle. Die Wissenschaftler untersuchten auch noch ob es kausale

Zusammenhänge im Hinblick auf das politische Interesse gibt. Je höher das Interesse an Politik ist, desto höher der Anteil derer, die sich häufig über Fernsehen, Zeitungen und auch Nachrichtenseiten über das Internet informieren. Im Hinblick auf Social Mediaangebote lassen sich keine großen Unterschiede zeigen. Zudem befanden die befragten Personen, dass bei den Onlineangeboten im Internet Nachrichtenseiten als die geeignetste Quelle angesehen werden könnte. Facebook, YouTube und Twitter werden nur von einer Minderheit als geeignet erachtet (vgl. Bernhard/ Dohle/Vowe 2014, S. 161ff).

Eindeutig ist aber, dass besondere Bedeutung dem Internet zugewiesen werden kann, da es einen spielerischen Zugang zu politischen Themen bieten kann. Zudem hat es eine große, wenn nicht enorme Breitenwirkung und ist im Vergleich zu anderen Medien sehr kostengünstig (vgl. Filzmaier 2007, S. 50).

Vergleichsweise wenige Studien und Befunde gibt es zur Wahrnehmung der einzelnen Medien für Politikinformationen. Folgende Ergebnisse lassen sich dennoch festhalten. Fernsehen und Zeitungen sind nach wie vor die bedeutendste Informationsquelle um sich politisch zu informieren. Bei den Medien zeigen sich klare sozioökonomische Unterschiede im Hinblick auf Geschlecht, Alter und Bildung. Gerade bei den Jüngeren zeigen sich klare Präferenzen zu Onlineangeboten. Im Punkt 6 aktueller Forschungsstand wird noch genauer analysiert wie die Jugendlichen sich politisch informieren und wie es um ihr politisches Interesse steht. Diese beiden Punkte sind essentiell, da sie auch in der Befragung die zwei Hauptpunkte sind.

5.3 E-Partizipation

Um zu protestieren, Unterschriften zu sammeln oder Flugblätter zu verteilen muss heute nicht mehr auf die Straße gegangen werden. Durch das Internet können mit wenigen Mausklicks mehr Menschen erreicht werden als beispielsweise in den meisten Fußgängerzonen. Die Partizipation von jungen Menschen findet sich immer häufiger in Fachdiskussionen wieder und das auch zu recht. Im Kontext dieser Untersuchung spielt e-Partizipation eine große Rolle, deshalb wird im Folgenden auch erklärt was mit dem Begriff

gemeint ist. Partizipation von Kindern und Jugendlichen hat einen besonderen Stellenwert im Partizipationsdiskurs. Als Grundlage der Erziehung ist Mitbestimmung essentiell, gerade auch deshalb, weil die nachwachsende Generation für den Weiterbestand der Gesellschaft eine große Bedeutung hat (vgl. Moser 2010, S. 74).

5.3.1 Begriff E-Partizipation

Der Begriff Partizipation kommt vom lateinischen Wort „*particeps*“, was soviel heißt wie an etwas teilzunehmen. Damit ist gemeint an etwas teilzuhaben, mitzuwirken oder mitzubestimmen. Was Partizipation braucht, ist das Engagement von Menschen und es ist ein Erfahrungsprozess in dem alle Beteiligten viel lernen. Auch deshalb, weil durch die Beteiligung vielleicht etwas riskiert werden kann. Eigene neue Ideen und Einstellungen können sich dadurch entwickeln (vgl. Turek 2012, S. 3).

Der Fachterminus e-Partizipation meint demnach im engeren Sinne, eine Einbeziehung der Bevölkerung in die Entscheidungsfindung von Parlament, Regierungen und Behörden über elektronische Kommunikationswege. Im weiteren Sinne kann darunter jede Form der Beteiligung mittels elektronischer Medien verstanden werden (vgl. BMI 2014, o. S.).

Das Internet fordert die Beteiligung aufgrund der technischen Struktur. Anders als bei den klassischen Medien ist eine Interaktion möglich. Beispielsweise wäre bereits das Kommentieren von Nachrichtenseiten, Weblogs, sowie Kommentare bei Facebook postings eine Form der Beteiligung. E-Partizipation macht es also möglich neben den klassischen Formen der Beteiligung auch das Internet miteinzubeziehen (vgl. BMI 2008, S. 3f).

5.3.2 Gouvernement 2 Citizen & Citizen 2 Citizen

Im Idealfall dient e-Partizipation einer beidseitigen Information, Kommunikation und auch Vernetzung mit dem Ziel Politik transparenter und auch leichter

zugänglich zu machen. Es werden Unterscheidungen zwischen den Kommunikationswegen zwischen der Regierung und den Bürgern gemacht.

Government to Citizen (G2C); damit ist die einfachste Form der e-Partizipation gemeint. Die staatlichen Organe stellen Informationsangebote an ihre Bürger und machen somit den politischen Alltag transparenter und durchsichtiger. Durch die frühzeitige Einbindung der Bürger, können sich Ideen der Bürgerschaft mit einbeziehen und eventuelle Vorbehalte abbauen lassen (vgl. Bengesser 2011, S. 3).

Citizen to Citizen (C2C) meint hingegen das Mitwirken der Bürger in Form von Anliegen oder Beschwerden die sie an die Politik herantragen. Beispielweise kann dies über Onlineportale geschehen. Facebook, Twitter und auch Google machen e-Partizipation möglich und deshalb ist es wichtig nicht zu vergessen, dass gerade bei Web 2.0 der Missbrauch der Information und der Wahrheitsgehalt kritisch hinterfragt werden sollte (vgl. Bengesser 2011, S. 3f).

Während bei den traditionellen Medien nur eine sehr eingeschränkte Möglichkeit zur erfolgreichen Beteiligung besteht, gibt es dafür eine Fülle an Möglichkeiten im Internet. Gelungene Partizipation ist von vielen Faktoren abhängig. Stichwortartig seien in diesem Zusammenhang folgende Aspekte zu erwähnen:

- *Sozialisation, Bildung*
- *Zeit*
- *Soziale Sicherheit*
- *Würdigung von Beteiligungsengagement*
- *Förderndes soziales Umfeld – Partizipationskultur*
- *Bedürfnis nach Beteiligung*
- *Niedrige Investitionskosten für die Veränderung* (zit. nach BMI 2008, S. 5).

Zusammenfassend ist zu sagen, dass sich der Partizipationsbegriff in der vorliegenden Arbeit nur auf die politische Beteiligung bezieht. Gemeint sind sämtliche Formen politischer Teilhabe, bei denen man sich elektronischer Kommunikations- und Informationstechnologien bedient, um mit politischen

Prozessen in Kontakt zu treten. Im Nachfolgenden wird nun näher auf zwei Modelle der Partizipation eingegangen und diese näher erläutert.

5.3.3 Pyramidenmodell der Partizipation nach Maier-Rabler/Hartwig

Die Partizipation kann unterschiedlich stattfinden und die Wissenschaftler Maier-Rabler und Hartwig haben ein Pyramidenmodell entwickelt um die verschiedenen Intensitätsgrade der Partizipation in Form von unterschiedlichen Ebenen darzustellen. Das Modell soll den Begriff der Partizipation untermauern und zu einer noch besseren Verständlichkeit beitragen.

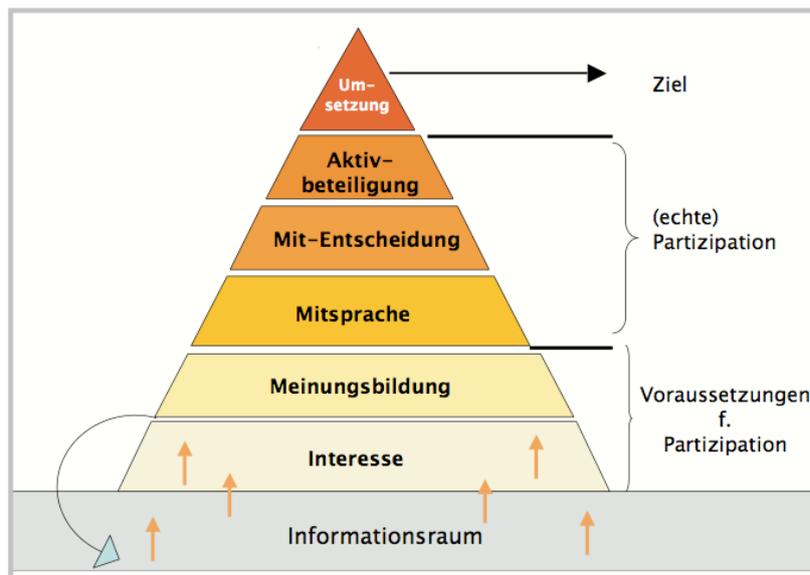


Abbildung 6: Pyramidenmodell der Partizipation
Quelle: Maier-Rabler/Hartwig 2007, S. 23

Die Informationen werden immer im Hinblick auf die Interessen und den persönlichen Erfahrungshintergrund ausgewählt. Jeder kann sowohl Produzent als auch Empfänger von Information sein. Einen zentralen Stellenwert haben Interesse und Information, da sie die Voraussetzung für Meinungsbildung sind. Meinungsbildung ist wiederum die Voraussetzung für Partizipation, damit ist die aktive Teilnahme an sozialen Prozessen am gesellschaftlichen Geschehen gemeint. Die Basis ist also der Informationsraum des Pyramidenmodells von Maier-Rabler und Hartwig. Interesse macht die bewusste Aufnahme von Informationen möglich; woraus

im Idealfall dann die Meinung gebildet werden kann. Dies kann als Vorstufe zur echten Partizipation angesehen werden. Bei einem Diskurs kann die eigene Meinung kundgetan werden und somit aktive Mitsprache stattfinden. Partizipation hat zudem nur einen langfristigen Sinn, wenn die Ideen, Vorschläge, Projekte etc., die in einem demokratischen Prozess entwickelt wurden, auch Chancen zur Umsetzung haben. Die vorliegende Grafik veranschaulicht den idealen Durchlauf kognitiver Stufen, beginnend bei der Grundvoraussetzung bis hin zur Teilnahmebereitschaft. All diese Stufen lassen sich mit elektronischen Mitteln unterstützen (vgl. Maier-Rabler/ Hartwig 2007, S. 23).

Die Autoren des Pyramidenmodells merken weiter an, dass, je mehr Energie, Geld und Zeit man in eine Sache investieren muss, desto geringer die Anzahl derer sein wird, die sich aktiv an einer Sache beteiligen. Deshalb wird mit dem steigenden Partizipationsgrad zugleich die Gruppe der Mitwirkenden kleiner (vgl. Maier-Rabler/ Hartwig 2007, S. 24).

5.3.4 Phasenmodell nach Moser 2010

Sonja Moser beschreibt in ihrem Werk „Beteiligt sein - Partizipation aus der Sicht von Jugendlichen“ ein dreistufiges Phasenmodell. Ähnlich wie bei Maier-Rabler/Hartwig beginnt die Autorin auch mit Information als Grundlage.

1. Information über Partizipationsmöglichkeiten als Grundlage der Beteiligung (Information so zu gestalten das sie leicht zugänglich ist)
2. Beteiligung unter Berücksichtigung der persönlichen Ressource (Individuelle persönliche Ressourcen und Stärken)
3. Reflexion der Einflussnahme durch Partizipation (Beteiligung muss rückgemeldet werden, und eine Reflexion stattfinden damit sich der Akteur weiter entwickeln kann) (vgl. Moser 2010,S. 73f).

5.3.5 Guidelines für e-Partizipation

Um erfolgreich e-Partizipationsprozesse zu entwickeln und umzusetzen hat die Fachstelle für Internationale Jugendarbeit in Deutschland ein Projekt namens: youthpark ins Leben gerufen. Die Guidelines sind das Ergebnis eines

Projekts das sich intensiv mit der e-Partizipation von Jugendlichen und deren Entscheidungsprozessen auf lokaler, regionaler, nationaler und europäischer Ebene beschäftigt hat. Demnach werden im Weiteren die allgemeinen Grundsätze/Guidelines für e-Partizipation erläutert.

Wichtige Punkte um Jugendliche zu einer Beteiligung zu motivieren sind zum einen, dass sich e-Partizipationsprozesse an den Lebensrealitäten der Jugendlichen orientieren sollen. Das bezieht sich auf Inhalte, Information und auch auf das Design und die technische Umsetzung. Der ganze Prozess sollte so erarbeitet sein, dass es das Interesse der Jugendlichen weckt und sie zum dauerhaften Mitmachen animiert. Zudem ist es ganz wichtig, dass e-Partizipationsprozesse ein sichtbares Ergebnis erzielen. Der gesamte Prozess sollte für alle transparent sein. Damit sind alle Informationen, die den Prozess betreffen, sowie die Software und auch die Tools gemeint. Es ist wichtig, dass die Jugendlichen in alle Prozesse durchgehend involviert sind und somit auch ein Feedback zu jedem erdenklichen Zeitpunkt geben können. Ausreichende Ressourcen (Expertise, Zeit, finanzielle Ausstattung, sowie personelle Ressourcen) sind auch von großer Bedeutung (vgl. IJAB 2015, S. 5).

5.3.6 ARGE Partizipation 2012

Die „Arbeitergemeinschaft Partizipation Österreich“, kurz ARGE Partizipation setzt sich seit 1991 intensiv mit den Beteiligungsmöglichkeiten der jungen Menschen österreichweit auseinander. Darunter ist ein Expertengremium zu verstehen, das kontinuierlich die eigenen Erfahrungen austauscht. Am 6. November 2012 haben sich rund 90 Experten getroffen um über das Thema e-Partizipation im Rahmen der Kinder- und Jugendarbeit zu diskutieren. Zentrale Ergebnisse und neue Erkenntnisse werden im Folgenden kurz erläutert, da sie für die vorliegende Arbeit relevant sind.

Es darf nicht außer Acht gelassen werden, dass die Voraussetzungen für e-Partizipation nicht gerade klein sind. Man benötigt Zugang zu einem Computer, Internetzugang, das Wissen, wo es Partizipationsmöglichkeiten gibt und nicht zu vergessen das Know-how um die entsprechenden Dienste verwenden zu können. Es sollte daher mehr über die

Partizipationsmöglichkeiten kommuniziert werden, denn wer nicht davon erfährt kann sich auch nicht mit einbringen (vgl. ARGE 2012, S. 16).

Als hinderlich für die neue Form der Beteiligung wären auf alle Fälle fehlende Transparenz, kompliziertes Feedback, keine Umsetzung der gesammelten Ergebnisse und kein konkreter Alltagsbezug sowie ständig wechselnde Plattformen zu nennen. Gut wäre wenn das Bundesministerium zum Beispiel Motivation und Neugierde weckt sowie Know-how aufbaut, somit neue Ressourcen schafft (vgl. ARGE 2010, S. 22).

Wie schon bei den Guidelines der e-Partizipation im vorigen Kapitel geschildert, haben auch die Experten der Arbeitergemeinschaft die Bedingungen für gelungene e-Partizipation zusammengefasst. Besonders im Bezug auf Online- Verfahren sind folgende Punkte wichtig:

- Erstens: Es gibt etwas zu entscheiden!
- Fragestellung ist thematisch eindeutig
- Lebensweltbezug zu den Adressanten ist vorhanden
- Lokaler Bezug ist da
- Verfahren ist transparent
- Vertrauen muss aufgebaut werden
- Spielregeln sind eindeutig und verbindlich, Regeln für die Kommunikation sind vereinbart
- Es macht Spaß (vgl. ARGE 2012, S. 30).

Alles in Allem ist zu sagen, dass e-Partizipation zu einem wichtigen Indikator von Demokratie werden kann und in gewissen Maßen auch schon ist. Nicht vergessen werden sollten aber auch die negativen Seiten der e-Partizipation. Das vollständige Potential des WWW ist definitiv noch nicht genützt.

5.3.7 Defizite E-Partizipation

Maier-Rabler, Huber und Schmid machen in ihren Beitrag darauf aufmerksam, dass die politische Partizipation im Internet gelernt werden muss. Die meisten Massenmedienberichte gehen an der Jugend mehr oder weniger vorbei. Um

die Herausbildung eines neuen Eliteninstruments zu verhindern, ist es wichtig Kinder und Jugendlichen zu lernen wie sie mit den neuen Medien umgehen. Außer Frage steht, dass große Potentials des WWW. Anstelle von wenigen die Nachrichten an viele Aussendungen, kommunizieren jetzt viele Menschen miteinander. (many-to-many).

Es ist daher essentiell Maßnahmen für Jugendliche und Erwachsene, in der politischen Bildung zu setzen, die auf die Vermittlung der neuen Potenziale und Chancen der E-Partizipation verweisen. Das größte Hindernis der Ausschöpfung der neuen Medien der Zugang zum Internet. Die größte Herausforderung ist daher die jungen Menschen die Nutzungsmöglichkeiten der neuen IKT näher zu bringen und mit ihnen gemeinsam ihr großes Potential zu erkennen (vgl. Maier-Rabler/ Huber/Schmid 2012, S. 17-24).

Um einen noch genauer Überblick über die Situation Jugend, Politik und Medien zu bekommen wird im nächsten Abschnitt der aktuelle Forschungsstand anhand von fünf Studien erläutert. Diese Studien beziehen sich im Folgenden nur mehr auf die Gruppe der Jugendlichen und vertiefen somit die oben angeführten Erkenntnisse noch detaillierter.

6 Aktueller Forschungsstand und Studien Ergebnisse

In diesem Kapitel wird anhand von bedeutenden aktuellen Studien der derzeitige Stand der Forschung zum Thema: Erstwähler, politisches Interesse und die Rolle des Internets als politische Informationsquelle näher erörtert. Da es in Österreich nur eine begrenzte Anzahl von repräsentativen Studien gibt, werden an dieser Stelle auch deutsche Untersuchungen mit einfließen, die wichtige Erkenntnisse auch für Österreich liefern. Für die bessere und einfache Lesbarkeit werden die einzelnen Studien separat in kurze Kapitel zusammengefasst und anschließend die wichtigsten Ergebnisse gebündelt dargestellt.

6.1 Shell Jugendstudie 2010 – Jugend und Politik

Bereits seit 1953 beauftragt Shell in Deutschland unabhängige Forschungsinstitute mit der Erstellung von Studien, um Sichtweisen, Stimmungen und Erwartungen von Jugendlichen zu analysieren und zu dokumentieren. Als Langzeitberichterstattung ermöglicht sie es, Entscheidern eine Grundlage für gesellschaftliches und politisches Handeln bereitzustellen. Die 16. Shell Jugendstudie 2010 stützt sich auf eine repräsentativ zusammengesetzte Stichprobe von 2.604 Jugendlichen im Alter von 12 bis 25 Jahren aus den alten und neuen Bundesländern in Deutschland. Die Erhebung fand auf Grundlage eines standardisierten Fragebogens im Zeitraum von Mitte Januar bis Ende Februar 2010 statt (vgl. Shell 2014, o. S.).

Die meist diskutiertesten Ergebnisse der Shell-Jugendstudie sind die, welche das politische Interesse und das Vertrauen in die politischen Institutionen beschäftigen. Die Shell Jugendstudie ist nur eingeschränkt als Sekundäranalyse geeignet, da sie zunächst einmal auf Quotenstichproben basiert und daher nicht unbedingt zur Gänze als repräsentativ angesehen werden kann. Darüber hinaus beinhaltet die Studie nur sehr wenige politische Indikatoren, und zeichnet sich durch eine frappante Diskontinuität der forschungsleitenden Fragestellungen aus. Hoffmann-Lange meint weiter, dass die Shell-Jugend Studie fast auf allen Veranstaltungen zitiert wird, die sich mit

dem Thema Jugend beschäftigen. Demnach kann man die Studie als einen augenblicklichen Zustand der Jugend angesehen werden (vgl. Hoffmann-Lange 2006, S. 55f).

Interessant für die vorliegende Arbeit sind nachfolgende Ergebnisse: Zum einen wurde bei der Shell Jugendstudie die Selbsteinschätzung der Jugendlichen zu ihrem Interesse an Politik abgefragt. Mit 42 Prozent sind 2010 mehr männliche Jugendliche an Politik interessiert, als weibliche Jugendliche mit 31 Prozent. Das Interesse steigt zudem mit dem Alter und auch mit der Höhe der Bildung. Weitere 33 Prozent gaben an, sich aktiv in den Medien über Politik zu informieren. Je interessierter man ist, desto aktiver informiert man sich auch über Politik. (vgl. Schneekloth, 2010: S. 130ff)

Welche Informationsquellen nutzen Jugendliche um sich aktiv über Politik zu informieren? Im Hinblick auf die letzten beiden Studien wurde wieder das Fernsehen als erstes genannt. 27 Prozent der Befragten gaben an, sich darüber aktiv über Politik zu informieren. 20 Prozent nutzen gezielt das Internet und ebenfalls 20 Prozent lesen zu diesem Zwecke eine Tageszeitung. Auch hier korreliert das aktive sich-informieren mit politischem Interesse, Geschlecht, Bildung und Alter. So kann gesagt werden, dass 15 Prozent der Personen mit einem Hauptabschluss sich aktiv über Politik informieren und 26 Prozent der befragten Personen, die eine Matura haben, informieren sich am häufigsten aktiv über politische Themen (vgl. Schneekloth 2010, S. 134f).

Für eine funktionierende Demokratie braucht man die Beteiligung der Bürger. Damit meint Schneekloth die Bereitschaft, sich an den für die Demokratie konstitutiven Wahlen zu beteiligen. In seiner Studie macht er auf die hoch ausgeprägte Distanz zwischen Jugendlichen und Politik aufmerksam. Weiterhin bleibt es für Jugendliche charakteristisch, dass „Politik machen“ out ist und dass - trotz der leichten Bedeutungszunahme im Interesse - noch kein echter Stimmungsumschwung in Richtung Politik zu verzeichnen ist (vgl. Schneekloth 2010, S. 142f).

6.2 ORF- Studie: Jugend und Gesellschaftspolitik 2011

Ausgangslage der Studie war, dass Medien im Alltag von Jugendlichen fest verankert sind. Im Blick auf die Politik trifft dies aber nicht im gleichen Maße zu. Viele Jugendliche fühlen sich nicht einbezogen in die Politik und sind demnach auch schwer über Politik und Gesellschaft zu erreichen. Das Institut für Jugendkulturforschung wurde vom ORF beauftragt und die Studie von Beate Großegger durchgeführt. Es sollte herausgefunden werden wie junge Menschen als Mediennutzer sozusagen „ticken“. Als zu untersuchende Gruppe wurde die Altersgruppe der 14- bis 29-Jährigen festgelegt. Das Studiendesign ist modular aufgebaut worden und beinhaltet eine sekundäranalytische Basis als auch qualitative empirische Untersuchungen. Ziel der Studie war es einen Überblick über das junge Publikum zu gewinnen sowie tiefere Erkenntnisse über die informationsorientierte Mediennutzung junger Zielgruppen zu gewinnen (vgl. Großegger 2011, S.4).

Im Weiteren werden nun folgende Key Facts der Studie erläutert die für die vorliegende Arbeit von Relevanz sind. Zum einen hat man gleich wie bei der Shell Studie herausgefunden, dass das Verhältnis der 14- bis 29-Jährigen zur Politik mehrheitlich distanziert ist. Die Wertungen, welche die Befragten vorgenommen haben, waren überwiegend Negativzuschreibungen. Vor allem Lehrlinge reagieren oft mit offen kommunizierter Ablehnung und zeigen geringes politisches Interesse. Die jungen Erwachsenen sind zum Großteil begeisterte, aber passive Demokraten. Medien nehmen eine tragende Säule der jugendlichen Alltagskulturen ein und die jungen Mediennutzer sind in diese Medienwelt auch sozialisiert, sowie gewohnt aus der Vielfalt von Medienangeboten bedürfnisorientiert auszuwählen (vgl. Großegger 2011, S. 9ff).

Zurückkommend zur Mediengesellschaft und den neuen Technologien ist zu sagen, dass viele Bereiche des Alltags von Jugendlichen medial überformt werden. Im Bereich der medialen Freizeitbeschäftigung der jungen Österreicher zählen Fernsehen mit 63,9 Prozent, Internetnutzung mit 63,9 Prozent und Radiohören mit 51 Prozent zu den häufigsten Medienaktivitäten. Im Gegensatz zu den klassischen Rezeptionsmedien TV und Radio können

die Jungen im Internet selbst entscheiden, in welche Richtung die Information und/oder Unterhaltung gehen soll. Durch den tiefgreifenden Wandel des Medienverhaltens, werden junge Erwachsene eigenständig durch ihr mediales Umfeld sozialisiert. Die Mediengeneration wählt bedürfnisorientiert aus den vielen Angeboten, die zu ihrer Verfügung stehen (vgl. Großegger 2011, S. 24ff).

6.3 JIM –Studie 2014

Die JIM (Jugend-Information-(Multi)-Media) Studie ist eine Basisstudie die seit 1998 im jährlichen Turnus erscheint. Herausgegeben wird die Studie von dem Medienpädagogischen Forschungsverbund Südwest unter der Leitung von Peter Behrens und Thomas Rathgeb. Es wird der Umgang mit Medien und Information in der Altersgruppe der 12-bis 19-Jährigen untersucht und jährlich wären dafür gut 1.200 Jugendliche telefonisch befragt. Relevant für die vorliegende Arbeit ist der Bereich Computer und Internet sowie Online-Communities (vgl. MPF 2014, S. 3f)

Wie die JIM-Studie 2014 zeigt, gehören in der Altersgruppe von 12- bis 19 Jahren Computer und Internet zur technischen Grundausstattung. Was zählte nun aber zu den beliebtesten Internetangeboten der jugendlichen Online-Nutzer? – An erster Stelle nannten die Jugendlichen die Videoplattform YouTube mit 30 Prozent, danach wurde Facebook mit 23 Prozent genannt sowie WhatsApp mit 11 Prozent, das streng genommen kein Internetangebot ist sondern eine Kommunikationsplattform. Fast die Hälfte konnte keine favorisierte Plattform nennen. Teilt man die Online-Aktivitäten der Internet-Nutzer in vier Kategorien: Kommunikation (E-Mail, Chat, Nutzung von Online-Communities), Unterhaltung (Angebote und Dienste von Musik, Bildern oder Videos), Information (Suche nach Informationen, Recherchieren im Internet) und Spiele (Onlinespiele), so zeigt sich ein stetiges Bild. Wie in den Jahren zuvor haben die befragten Personen an erster Stelle mit 44 Prozent den Bereich „Kommunikation“ genannt. Fast ein Viertel nannte den Bereich der „Unterhaltung“, gefolgt von den Spielen mit 18 Prozent und an vierter Stelle wurde die „Informationssuche“ angegeben (vgl. MPFS 2014, S. 25ff).

Interessant für die vorliegende Forschungsarbeit ist der Bereich: „Informationssuche“ dieser wird noch genauer betrachtet werden. Dreiviertel der Jugendlichen nutzen als Informationsmedium das Internet in erster Linie in Form einer Suchmaschine. Danach wurde mit 40 Prozent das Online-Lexikon Wikipedia genannt. Nachrichtenportale und Zeitungen werden von Jugendlichen nur noch halb so viel genutzt. Jeder zehnte Jugendliche hilft sich mit Video-Tutorials aus bzw. sieht sich „how-to-do“ Videos an. Newsgroups, Nachrichtenportale und Weblogs sprechen nur eine sehr kleine Anzahl von den befragten Personen an (vgl. MPFS, S. 28ff).

Wenn sich Jugendliche über fremde Länder/Kulturen informieren, dann geschieht das bei fast der Hälfte der Befragten über das Internet, gefolgt vom Fernsehen mit rund 30 Prozent. Bücher, Zeitungen und vor allem das Radio wurden von den Befragten nicht oft genannt (vgl. MPFS 2014, S. 36).

Das Mediennutzverhalten von Jugendlichen unterliegt einem Wandel. Ein Beispiel dafür ist, dass immer weniger Jugendliche Facebook nutzen. Waren es 2012 noch 87 Prozent der 12-bis 19-Jährigen so sind es 2014 nur mehr 74 Prozent. Der Rückgang fällt bei den Geschlechtern gleichermaßen aus. Es zeigen sich aber Unterschiede in den Altersgruppen, von den 12- bis 13-Jährigen nutzen weniger als die Hälfte soziale Netzwerke. Zudem gibt es Einbrüche in der Regelmäßigkeit der Nutzung der sozialen Netzwerke. Bis auf die 18 Jährigen haben alle Altersgruppen Einbußen erlitten. Auf die Frage welche Communities die Jugendlichen überhaupt nutzen, ist Facebook nach wie vor uneinholbar an der Spitze. Die zwei „Newcomer“ bei den sozialen Netzwerken sind Instagram und der Messenger-Dienst WhatsApp. Die Jugendlichen nutzen regelmäßig die Anwendung des Verschicken von Nachrichten, das Chatten und auch des Äußerns von Gefallens-Bemerkungen in Form von „Liken“. Ein deutlicher Rückgang ist allerdings bei dem spielen in Sozialen Netzwerken und dem posten von Befindlichkeiten zu verzeichnen (vgl. MPFS 2014, S. 35f).

Wie die vorliegenden Studien zum Mediennutzverhalten gut zeigt weisen die Jugendlichen eine hohe Mediennutzung auf und es herrscht eine weit

verbreitete Nutzung mit Internetdiensten. Geschlecht, Alter und Bildung zeigen einen Unterscheid in Nutzung und Gebrauch auf. Ein einheitliche Nutzung der Altersgruppe von den 16-18 Jährigen ist demnach nicht zu gliedern.

6.4 Bericht zur Jugend-Wertestudie 2012

Die Jugend-Wertestudie wurde von der Arbeiterkammer Wien in Auftrag gegeben und die Studie zeichnet ein umfassendes Bild davon ab, wie junge Österreicher im Alter von 14 bis 29 Jahren heute leben. Im Weiterführenden werden die forschungsrelevanten Ergebnisse der österreichischen Jugend-Wertestudie beschrieben. Wichtig ist demnach der Punkt des politischen Interesses und Informationsverhaltens. In diesem Kapitel wird der Zusammenhang zwischen Interesse an Politik und der Bereitschaft zur politischen Beteiligung erörtert. Es wird die These aufgestellt, dass, je höher das Politikinteresse, desto höher ist auch die Wahrscheinlichkeit, sich selbst politisch einzubringen. Im Hinblick auf das Interesse an der Politik kommt auch die Jugend-Wertestudie zu dem Ergebnis, dass Männer interessierter sind als Frauen. Die Studie stellt weiter fest, dass grundsätzlich das Interesse an Politik mit zunehmendem Alter ansteigt. Vergleicht man die Jugend-Wertestudie 1990 mit der von 2011 lässt sich ein deutlicher Anstieg feststellen² (vgl. Heinzlmaier/ Ikrath 2011, S.54f).

Zudem kommt die Studie noch zu folgendem Ergebnis: Der Bildungsstand eines Menschen entscheidet darüber, ob man politisch artikuliert oder nicht. So gehört es zum Beispiel bei den höher gebildeten Menschen zum „guten Ton“ sich für Politik zu interessieren. Gegenteilig ist es bei Jugendlichen aus bildungsfernen Elternhäusern, wo die Jugendlichen eine eher desinteressierte Grundhaltung gegenüber der Politik übernehmen. Ein sehr ähnliches Bild ergibt sich auch, wenn das Politikinteresse mit dem Bildungshintergrund gekreuzt wird. Lediglich 9 Prozent der Befragten ohne Matura bzw. Ausbildung, bzw. im Vergleich 22 Prozent mit Matura bzw. Ausbildung gaben

² Hier ist zusätzlich noch zu bedenken, dass im Jahre 1990 in Österreich die Nationalratswahlen stattfanden, ein Umstand, der allgemein zu einem gesteigerten Politikinteresse führt. Wäre also im Jahre 2011 auch gewählt worden, könnte man sogar von einem noch höheren Interessensniveau ausgehen.

an, ein sehr starkes Interesse an Politik zu haben (vgl. Heinzlmaier/Ikrath, 2011, S. 56).

Neben Eltern sind es vor allem die Medien, die Jugendliche und junge Erwachsene heranziehen um sich über Politik zu informieren. Der Freundeskreis und die werden diesbezüglich selten als Informationsquelle genannt. Die Ergebnisse der Gruppendiskussionen zeigen, dass gerade in der Schule im Unterrichtsfach der politischen Bildung vor allem die Funktionsweisen des politischen Systems fokussiert unterrichtet werden und nicht über tagesaktuelle Themen diskutiert wird (vgl. Heinzlmaier/Ikrath 2011, S. 57).

Welche Medien ziehen Jugendliche und junge Erwachsene in Österreich heran, um sich politisch zu informieren? – In vorderster Reihe stehen die klassischen Medien (Fernsehen, Zeitungen, Radio) sind die mit Abstand die wichtigsten Informationsquellen zu politischen Themen. Die Angebote von den Parteien, wie Internetseiten, Werbemedien, politische Blogs, Plakate und Broschüren, werden kaum genutzt. Wenn man sich über Politik im Internet informiert, dann findet dies meistens „one-way“ statt, das heißt, dass man hier Informationen eher passiv konsumiert. Das spiegelt sich auch in den Ergebnissen der Befragung wider, wo man sieht, dass sich Blogs und Foren noch nicht richtig durchgesetzt haben (vgl. Heinzlmaier/Ikrath 2011, S. 57).

Welche Medien nun aber von wem genutzt werden, korreliert stark mit dem Alter und dem Bildungshintergrund. Ältere Personen und Personen mit höheren Bildungsabschlüssen nutzen vor allem Printmedien. Das Radio wird von jungen Erwachsenen häufiger genutzt als von Jugendlichen. Internetcommunitys wie Facebook variieren stark mit dem Alter. Hier gilt die Regel, je jünger die befragten Personen desto eher informieren sie sich über Politik auf diesen Communitys. Nichts desto trotz spielen soziale Netzwerke wie Facebook eine untergeordnete Rolle im Bereich der Politikinformation (vgl. Heinzlmaier/ Ikrath, 2011, S. 57ff).

6.5 Studie: Sprichst du Politik

„Words Tend to Be Inadequate.“ Jenny Holzer

Die Autoren der Studie „Sprichst du Politik?“ haben sich die Aufgabe gestellt herauszufinden, wie die Sprache von Politikern und politischen Institutionen sein muss, damit sie Erstwähler verstehen können. Die Studie fragt sich: Was geht in den Köpfen der jungen Menschen vor, wenn sie mit Politik konfrontiert werden? Ein zentrales Element in der Studie ist die Sprache. Die Studie fand 2011 in Deutschland statt und es wurde die Altersgruppe der 16- bis 19-Jährigen untersucht. Zuerst wurden Gruppeninterviews an Berliner Schulen durchgeführt und im Weiteren wurden daraus standardisierte Fragebogen geformt. Diese Fragebogen waren insgesamt rund sechs Wochen 2010/11 online zugänglich. Den wissenschaftlichen Forschungsrahmen bildete die „Grounded Theory“ (vgl. Arnold/ Fackelmann/Graffius 2011, S.10).

Wie in den oben angeführten Studien wird auch bei dieser Studie nur auf die relevanten Ergebnisse, sprich die quantitativen Ergebnisse der Onlineumfrage, eingegangen. Die wichtigsten Zahlen ergaben demnach, dass das Interesse an Politik vorhanden ist, jedoch sich klare Unterschiede zwischen Männern und Frauen aufzeigen. 53,1 Prozent der Frauen und 76,3 Prozent der Männer gaben an, ein hohes Interesse an politischen Themen zu haben. Mehr als die Hälfte der befragten Personen (66,2%) stimmten der Aussage zu: „Es kostet Zeit und Mühe, um sich in den politischen Themen zurechtzufinden“ (vgl. Arnold/ Fackelmann / Graffius, 2011, S. 38).

Über das Informationsverhalten können anhand der Online-Umfrage folgende Aussagen getroffen werden. Wenige Jugendliche informieren sich bewusst über das Thema Politik. Tendenziell unterhalten sich mehr Männer über Politik mit Freunden oder Familie, als Frauen. Knapp 30 Prozent engagiert sich nicht für Politik, weil die Personen der Meinung sind, dass sie sowieso nichts verändern können, mehr als die Hälfte aber verneinte diese Aussage.

Personen mit einem höheren Schulabschluss sehen mehr Chancen in der Mitwirkung an der Politik als Personen mit niedrigen Schulabschlüssen. Die Studie fasst hier eine erste Conclusio zusammen, dass das Interesse und die Verantwortung an Politik durchwegs gegeben sind. Den Medien aber gelingt es nicht ausreichend, die abgehobene Sprache der Politik zu vermitteln. Obendrein spielt der Bildungsgrad eine große Rolle bei den Medien. Höher gebildete Personen sehen die Kritik an den Medien weniger negativ als niedriger gebildete Personen (vgl. Arnold/Fackelmann/Graffius 2011, S. 40f).

Weitere essentielle Ergebnisse der Studie für die vorliegende Arbeit sind: Nutzung von Onlinemedien für politische Themen. Neben Schule, Familie, Freunden und klassischen Medien wie Fernsehen und Zeitung, sind Onlinemedien nur nachgelagert wichtig für die Vermittlung von Inhalten. Dieser Aspekt ist daher vor allem interessant, wenn man die hohe Onlineaffinität der Altersgruppe betrachtet. Die Altersgruppe am häufigsten mit politischen Themen im Internet in Berührung kommt ist, dass häufig aufgesuchte Push-Medium der E-Mail-Startseite mit 37,9 Prozent, nur knapp hinter dem Onlinenews-Portalen mit 40,7 Prozent. Soziale Netzwerke (schülerVZ, facebook, etc.) werden mit 23 Prozent (weniger als einmal die Woche) sehr gering aufgesucht. Bei mehr als der Hälfte der Befragten findet dieser Kontakt sogar weniger als einmal im Monat statt. Diese Studie kommt zu dem Schluss, dass dies wahrscheinlich auf das zu geringe Angebot - außer in den Wahlkampfzeiten - zurückzuführen ist. Angesichts dieser Beliebtheit der Netzwerke ist das dies allerdings eine vertane Chance (vgl. Arnold/Fackelmann/ Graffius, 2011, S. 46).

Ganze Dreiviertel der Frauen und fast die Hälfte der Männer kommen im Freundeskreis kaum (also maximal dreimal pro Monat) mit politischen Themen in Berührung. Das heißt, es findet also kein freiwilliger Austausch über politische Themen statt. Es kann aber davon ausgegangen werden, dass die Diskussion politischer Inhalte im eigenen Alltag das politische Interesse fördert. Findet jedoch kein Austausch statt, so wird das Interesse noch weiter schwinden. Hier zeigt sich in der Folge ein Erklärungsansatz auf, warum die Jugend sich eben nicht für Politik interessiert. Zudem zeigt sich erneut, dass

Männer häufiger am Geschehen im eigenen Alltag teilhaben als Frauen (vgl. Arnold/Fackelmann/Graffius 2011, S. 51f).

6.6 Nationalratswahl 2013

Der 25. November 1945 war ein Schicksalstag für viele Österreicher. Erstmals nach 15 Jahren nationalsozialistischer Gewaltherrschaft durften die Österreicher wieder ihren Nationalrat in der 2. Republik Österreichs wählen. Mit 94,3 Prozent lag die Wahlbeteiligung am 25. November 1945 in einer in Österreich noch nie zuvor erreichten Höhe und das lange entbehrt Wahlrecht war in seinem Wert wieder erkannt worden (vgl. Parlament 2014, o. S.).

Am 9. Oktober 1949 hat das österreichische Volk seine Volksvertretung neu bestellt und Dr. Karl Renner hat die Bedeutung dieser Wahlen mit folgenden Worten gekennzeichnet:

„Jeder erwachsene Österreicher, Mann und Frau, ist aufgerufen, in voller Freiheit, völlig unbeeinflusst (sic!) durch äußeren Zwang, einzig und allein nach seinem Urteil mitzubestimmen, wie sein Vaterland, die Republik Österreich, in Bund und Ländern endgültig eingerichtet und regiert werden soll. Bisher besaß er dieses Bestimmungsrecht nur in verkümmertem Ausmaß (sic!). Durch Monate haben Vorkämpfer aller im Volke waltenden Überzeugungen Gelegenheit gehabt, für ihre Sache in Wort und Schrift zu werben...Keine Gewaltherrschaft mehr einer Minderheit über eine niedergehaltene Mehrheit! Keine gesetzlose, der Kontrolle der Minderheit entratende Führung durch eine Mehrheit! Kein Dauerregime unter Ausschluß (sic!) der Berufung an die letztinstanzliche Entscheidung des Volkes selbst! ...“ (vgl. Dr. Karl Renner BMI, 2014, o. S.).

Seither gab es in Österreich bis zum Jahr 2013 21³ weitere Nationalratswahlen. In Österreich besteht der Nationalrat aus 183

³ Anm. d. Verfasserin 21 Nationalratswahlen gerechnet ab dem Zeitpunkt der 2. Republik Österreich

Abgeordneten und wird spätestens alle fünf Jahre neu gewählt. Der Nationalrat wird direkt vom Volk gewählt und die verteilten Stimmen entscheiden, wie viele Parteimitglieder der jeweiligen Partei in den Rat kommen. Die Gesetzesperiode endet spätestens nach fünf Jahren; der Nationalrat kann aber auch zu jedem früheren Zeitpunkt mit einfacher Mehrheit seine eigene Auflösung beschließen. Zudem hat der Bundespräsident auch das Recht auf einen Vorschlag der Bundesregierung. Grundsätzlich beginnt die Tagung des Nationalrates Mitte September und dauert bis Mitte Juli des darauf folgenden Jahres. Aufgrund des Beitritts Österreichs zur Europäischen Union mit 1. Jänner 1995 ist der Nationalrat verpflichtet, Teile seiner Gesetzgebungen an die Europäische Union abzutreten, dafür wurden ihm in der Verfassung viele Möglichkeiten eingeräumt, an der Willensbildung der EU mitzuwirken (vgl. Parlament, 2014, o. S.).

Auf dem Stimmzettel sind die wahlwerbenden Parteien angeführt, die im Vorfeld die Liste mit ihren Kandidaten eingereicht haben. Es gibt auch Vorzugsstimmen, mit der die Wähler eine Reihung innerhalb der Parteiliste ändern können. Diese Art des Wählens nennt man Listenwahlrecht. Die Teilnahme der 183 Abgeordneten an den Sitzungen des Nationalrates und der Ausschüsse, denen sie angehören ist verpflichtend. Die zentralen Aufgaben der Abgeordneten sind die Beratung, Vorbereitung und die Beschlussfassung von Gesetzen, Kontrolle der Regierung und auch das Rollenverständnis, insbesondere im eigenen Wahlkreis Kontakt mit der Bevölkerung zu halten (vgl. Parlament, 2014, o. S.).

Die Aufgaben des Nationalrates sind unter anderen das Überprüfen der Arbeit der Bundesregierung, das Vorschlagen neuer Gesetze sowie ihre Diskussion und ihre Beschließung. Nicht zu vergessen an dieser Stelle ist die wichtige Funktion der Transparentmachung von politischen Prozessen und Entscheidungen. Deswegen sind in der Regel auch alle Sitzungen öffentlich zugänglich. Gesetzesvorschläge können von der Regierung, den Abgeordneten selbst, dem Bundesrat und auch von den Bürgern in Form eines Volksbegehrens eingebracht werden (vgl. Parlament, 2014, o. S.).

6.7 Ergebnisse Nationalratswahl 2013

Die Nationalratswahl 2013 fand am 29. September 2013 statt und war somit die erste Wahl nach der Änderung der Länge der Legislaturperiode im Jahr 2007 von vier auf fünf Jahre. Das amtliche Ergebnis zur Nationalratswahl fiel wie folgt aus. Insgesamt gab es 6.384.311 Wahlberechtigte davon haben 4.782.563 ihre Stimme abgeben. Ungültige Stimmen machten 89.656 Stimmen aus somit kam man auf ein Endergebnis von 4.692.907 gültigen Stimmen (vgl. Nationalratswahl 2013, o. S.).

Stimmenstärkste Partei wurde mit 26,8 Prozent die Sozialdemokratische Partei Österreichs (SPÖ) mit Spitzenkandidat Werner Faymann. Zweitplatzierte Partei war die Österreichische Volkspartei mit 24 Prozent. Das Ergebnis der Wahl 2013 hat bezüglich der Großkoalition nichts geändert, da sie wieder die absolute Mehrheit erzielt haben. Dennoch erlitten beide Parteien (SPÖ/ÖVP) Verluste – die SPÖ verlor ganze 2,4 Prozent und die ÖVP büßte 2 Prozent ein. Dieses Wahlergebnis war das schlechteste welches die beiden Großparteien seit Beginn der 2. Republik erzielt haben. Grund dafür könnten die vielen Skandale und Korruptionsvorwürfe vor und während des Wahlkampfes sein. Viele Wähler haben deshalb beschlossen neue Parteien zu wählen und so konnten die NEOS, die das erste Mal bei der Nationalratswahl antraten, bereits mit 5 Prozent das sind 9 Abgeordnetensitze - ins Parlament einziehen. Ein weiterer Gewinner der Wahl war die FPÖ, die einen Zuwachs von 3,1 % auf nun insgesamt 20,5% verzeichnen konnte. Zudem konnten auch die Grünen einen Zuwachs von 1,9% erzielen und wurden somit insgesamt von 12,4% der Wahlberechtigten gewählt. Eine weitere neue Partei war das Team Stronach, das mit 5,7% und somit 11 Sitzen im Parlament vertreten ist. Die übrigen weiteren Parteien (KPÖ, BZÖ, Piraten etc.) konnten keinen Sitz im Parlament erobern (vgl. BMI 2014, o. S).

6.7.1 Ergebnisse Erstwähler

Die Senkung des Wahlalters auf 16 Jahre hat viel Aufmerksamkeit von Politik und Medien in Österreich bekommen. Da Österreich weiterhin eine

Vorreiterrolle im europäischen Raum hat, ist es umso wichtiger aus den gemachten Erfahrungen in Österreich zu lernen und zu profitieren. Durch die Analyse der letzten Wahl können wichtige Erkenntnisse gewonnen werden und so auch die Erstwähler besser verstanden werden (vgl. Kritzinger/Zeglovits/Oberluggauer 2013, S. 4ff).

Die in Folge präsentierte Studie wurde von der Parlamentsdirektion in Auftrag gegeben und als Ergänzung der Österreichischen Nationalen Wahlen von AUTNES durchgeführt. Die Projektleitung hatten Sylvia Kritzinger, Eva Zeglovits und Patricia Oberluggauer. Die Stichprobe setzt sich aus 382 Jugendlichen zusammen die bei der Nationalratswahl 2013 zum ersten Mal wahlberechtigt waren. Somit sind sie zu dem Zeitpunkt mindestens 16 Jahre alt und jünger als 21. Nach der Wahl gab es eine Wiederholungsbefragung, für die leider nur weniger als die Hälfte der Teilnehmer (n=148) der Vorwahlbefragung gewonnen werden konnten. Als Vergleichsstichprobe werden die n=435 Männer und Frauen aus der Vorwahlstichprobe herangezogen, die unter 30 Jahre alt sind und bei der Nationalratswahl 2008 schon wahlberechtigt waren. Die Feldzeit der Nachwahlbefragung begann am 1. Oktober und dauerte rund 2 Monate. Es wurden Personen aus allen Bundesländern von Österreich befragt. Die bislang positiv gesammelten Erfahrungen mit Erstwählern werden in der Studie genau unter die Lupe genommen und analysiert. Ein wichtiger Punkt in der Studie ist auch die Vorbereitung auf die Wahl. Die Erstwähler können sich an vielen Orten politisch informieren, zu den wichtigsten zählen aber mit Sicherheit die Schule und das Elternhaus (vgl. Kritzinger/Zeglovits/Oberluggauer 2013, S. 4ff).

Vor allem die Schule ist ein Ort, wo Wissen vermittelt wird und das gesellschaftliche Zusammenleben erlernt werden sollte. In Österreich findet politische Bildung aber nicht in einem eigenen Unterrichtsfach statt, sondern kann in verschiedenen Fächern vorkommen. Politische Aktivitäten in der Schule sind essentiell, da sie das Interesse an Politik steigern können (vgl. Kritzinger/Zeglovits/Oberluggauer 2013, S. 12f).

6.7.2 Politisches Interesse Nationalratswahl 2013

Ein zentraler Punkt ist das politische Wissen und das politische Interesse der Erstwähler. Wie im Kapitel 3 genauer erörtert wurde ist das Interesse ausschlaggebend für die Wahlbeteiligung. Wie steht es um die Selbsteinschätzung des Wissens der Erstwähler?

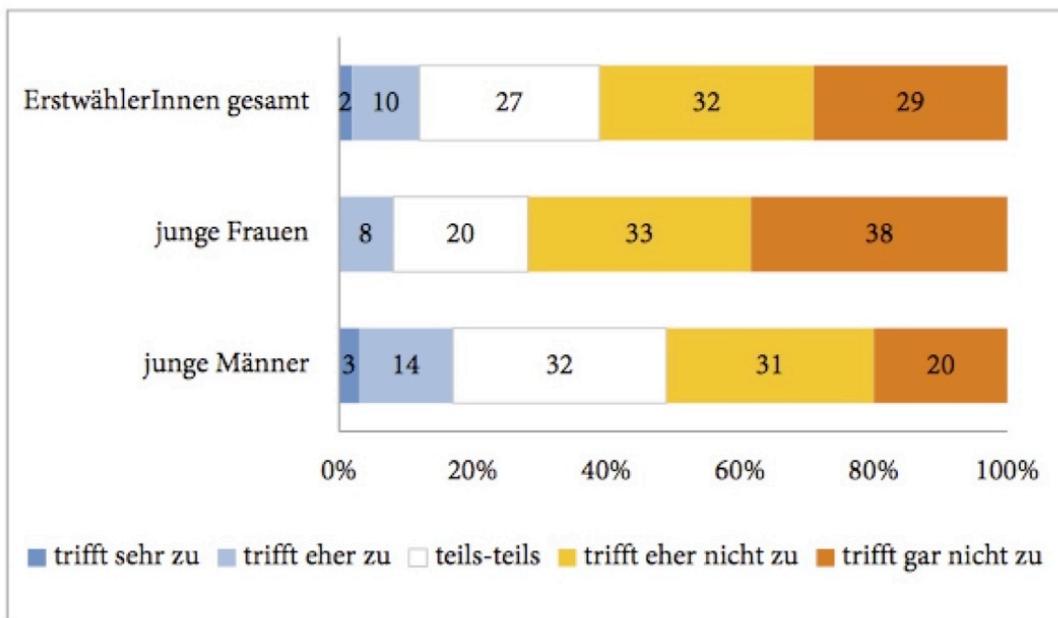


Abbildung 7 Zustimmung vor der Wahl zur Aussage: "Im Allgemeinen weiß ich recht viel über Politik"

Quelle: Studie AUTNES; Anmerkung: Daten gewichtet, in Prozent, gerundet, n=378 Erstwähler der Vorwahlstudie

Gut erkennen kann man an der Grafik, dass Frauen kritischer sind bei der politischen Selbsteinschätzung ihres Interesses an Politik. Es ergibt sich also ein Gender-Gap innerhalb der Erstwähler. Obwohl in der Studie hervor geht, dass Frauen bei den Wissensfragen nicht schlechter abgeschnitten haben, bewerten sie ihre Selbsteinschätzung schlechter als die Männer es tun (vgl. Kritzinger/Zeglovits/Oberluggauer 2013, S. 23ff).

Dieses Ergebnis untermauert eindeutig die Erkenntnisse des vorher angeführten Forschungsstandes, da in den angeführten Studien die Männer sich nahezu immer als politisch interessierter und wissender einschätzen als Frauen. Umso wichtiger ist es, eine Erhebung unter den Schülern in Wien durchzuführen, weil es dazu noch keine aktuellen Zahlen und Fakten gibt. Um noch einen genaueren differenzierter Blick auf das Interesse der Jungwähler zu werfen, wird im Folgenden das politische Interesse nach Altersgruppen angegeben.

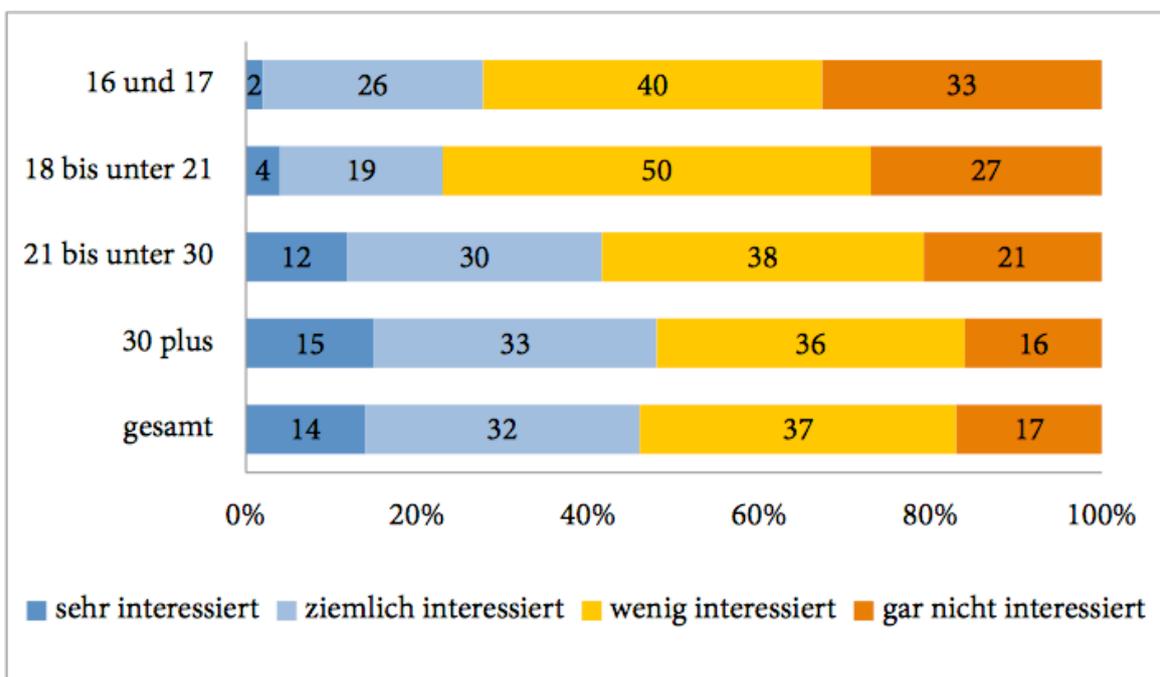


Abbildung 8: Selbsteinstufung politisches Interesse

Quelle: Studie AUTNES: Anmerkung Daten gewichtet, in Prozent, gerundet, n=3266 Befragte der Vorwählerhebung

Mangelndes politisches Interesse wird sehr oft im Zusammenhang mit Jugendlichen diskutiert. Es konnte in Österreich durch die Wahlalter-Senkung gezeigt werden, dass das Interesse der jungen Menschen größer war als vor der Senkung des Wahlalters. Wie man aus der Grafik schön erkennen kann, zeigte sich bei der Nationalratswahl 2013 ein deutlich niedrigeres Interesse an Politik von jüngeren Menschen als bei älteren Personen. Kein eindeutiger Unterschied konnte zwischen den jungen und alten Erstwählern erhoben werden. Zudem wurde die Annahme, dass Frauen sich als weniger politisch interessiert bezeichnen, auch in dieser Umfrage bestätigt.

Ausschlaggebend für die vorliegende Arbeit ist auch die berichtete Wahlteilnahme. An dieser Stelle muss darauf hingewiesen werden, dass es bei berichteten Wahlteilnahmen immer zu Verzerrungen kommen kann (sozial erwünschtes Verhalten).

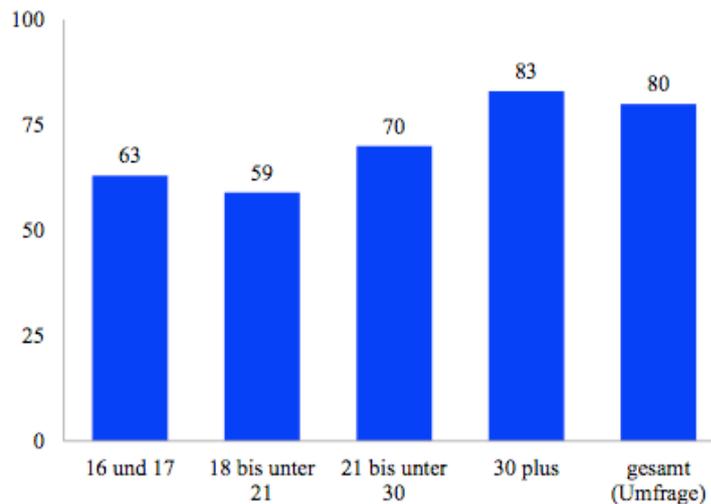


Abbildung 9: Berichtete Wahlteilnahme, nach Alter
Quelle: Studie AUTNES: Anmerkung: Daten gewichtet in Prozent gerundet, n=1498 Befragte der Nachwählerhebung

Die selbstberichtete Wahlbeteiligung lag bei der Nationalratswahl 2013 von den 16- bis 17-Jährigen bei knapp 63 Prozent, somit knapp über der Wahlbeteiligung der etwas älteren Erstwähler. Nicht zu vergessen ist aber, dass die berichtete Wahlteilnahme auch der 18- bis unter 20- Jährigen mit 59% deutlich niedriger ist als die berichtete Wahlbeteiligung aller Befragten. Die Befunde sind also nicht mehr als so euphorisch und eindeutig wie bei früheren Studien anzusehen. Die Autoren merken an dieser Stelle an, dass dies auch methodische Ursachen haben könnte (etwa dass jüngere Wähler eher zugeben nicht gewählt zu haben, als ältere). Oder auch, dass die positive Wahlteilnahme kurz nach der Senkung des Wahlalters (Nationalratswahl 2008) dadurch beeinflusst wurde, dass die Wahlalter Senkung neu war. In dieser Zeit wurde viel diskutiert und debattiert und den Ernstwählern sehr viel Aufmerksamkeit geschenkt. (Vgl. Kritzingers/Zeglovits/Oberluggauer: 2013 S. 30ff)

Die Studie wurde im Parlament am Dienstag, dem 25.03.2014 präsentiert und sehr ausgiebig diskutiert. Auch von dieser Seite geht hervor, dass die Politik und die Medien den Erstwählern bei der Nationalratswahl 2013 nicht sehr viel Aufmerksamkeit geschenkt haben (vgl. Parlament 2014, o. S.).

Zudem merkt Kommunikationswissenschaftler Matthias Karmasin an, dass sich das Mediennutzverhalten unter den Jugendlichen in den letzten Jahren stark verändert hat. Das Fernsehen ist bei jungen Menschen nicht mehr primäre Informationsquelle, sondern vom Internet inklusive sozialen Medien abgelöst worden. Infolge dessen misst Karmasin den Medienkompetenzen der Jugendlichen eine zentrale Bedeutung zu. Es hat sich laut ihm gezeigt, dass Jugendliche, die Medienkompetenz haben, sich stärker für Politik interessieren und weniger politische Entfremdung empfinden. Weiters meint Karmasin, dass es empirisch belegt ist, dass die politischen Einstellungen durch das Mediennutzverhalten beeinflusst werden. Zudem sieht er die Politik insofern gefordert den Bürgern das Gefühl zu geben, dass sie Mitautoren der Gesetze sind (vgl. Parlament 2014, o. S.). Ein dritter wichtiger Punkt ist noch die Wahlteilnahme; gerade bei den jungen Erwachsenen macht es Sinn sich die Ergebnisse nach den sozialen Gruppen anzuschauen.

Wie sieht das Ganze nun bei den sozialen Gruppen aus?

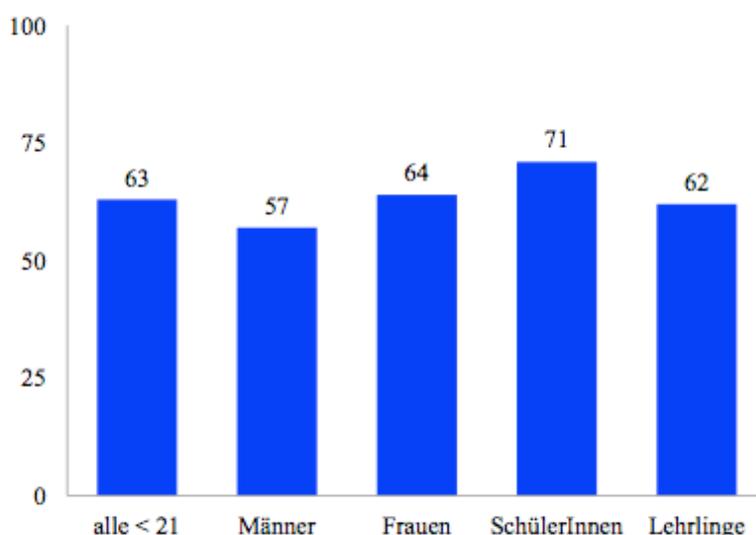


Abbildung 10: Berichtete Wahlteilnahme, nach sozialen Gruppen
Quelle: Studie AUTNES: Anmerkung: Daten gewichtet, in Prozent, gerundet, n=146 Erstwähler der Nachwählerhebung Unterschiede sind nicht signifikant

Wie man erkennen kann, sind die Unterschiede nicht groß genug um als systematisch (statistisch signifikant) bezeichnet zu werden. Für eine Überraschung sorgte allerdings, dass junge Frauen über eine höhere Wahlteilnahme berichteten als junge Männer. Entsprechend den Erwartungen war das Ergebnis, dass Schüler von einer höheren Wahlteilnahme berichteten als Lehrlinge.

Statistisch signifikant waren aber die Unterschiede nach den Indikatoren der Vorbereitung auf die Wahl. Ein zentrales Ergebnis war hier, wer interessiert ist, geht eher wählen und wer sein Wissen als besser einschätzt, geht auch eher wählen. Dies unterstreicht die Wichtigkeit, dass es sinnvoll ist im Sinne der Wahlbeteiligung Jugendliche vor der ersten Wahl für Politik zu begeistern und ihnen Kompetenzen zu vermitteln (vgl. Kritzinger/Zeglovits/Oberluggauer 2013, S. 32).

6.7.3 Wahlentscheidung Erstwähler

Vor der Wahl lagen die Parteien SPÖ, Grüne und ÖVP etwa gleich auf in der Chance, jeweils von den Erstwählern gewählt zu werden, danach folgte die FPÖ. Das BZÖ lag noch weiter abgeschlagen als das Team Stronach, das die meisten Erstwähler nicht einschätzen konnten und deshalb mit „weiß ich nicht“ beantworteten. Die Wahlentscheidung am Wahltag selbst fiel dann etwas anders aus. Das Problem ist, dass aufgrund der niedrigen Beteiligung an der Nachwahlbefragung die absolute Zahl nur noch 75 Personen umfasste und die Aussagekraft deshalb enorm eingeschränkt ist.

Abbildung 12: Wahlentscheidung, in Prozent der gültig deklarierten Stimmen (eingeschränkte Aussagekraft)

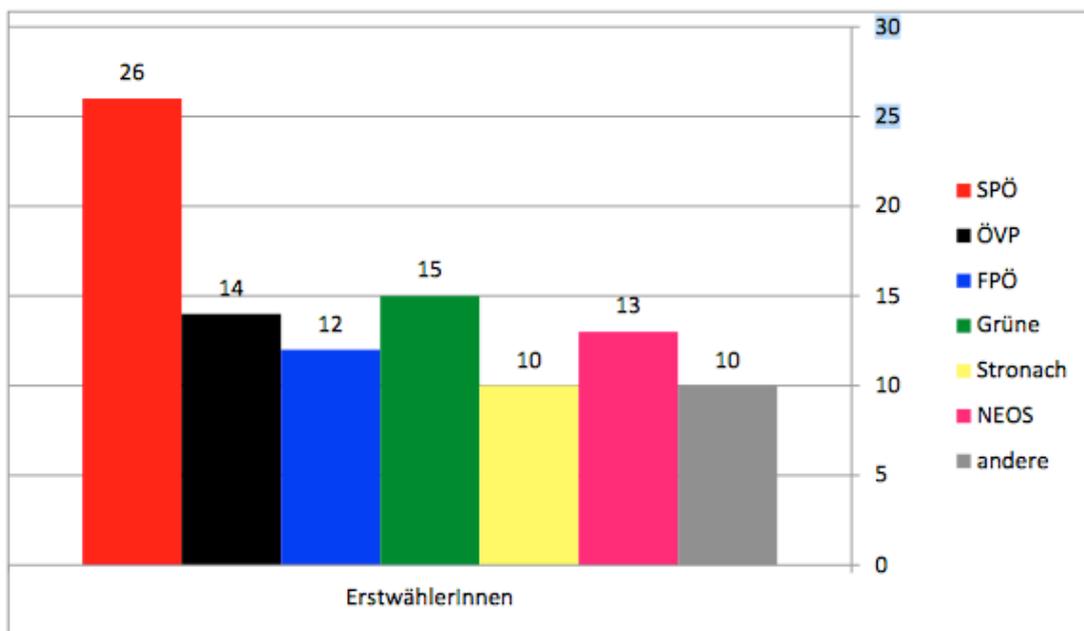


Abbildung 12: Wahlentscheidung, in Prozent der gültigen Stimmen

Quelle: Studie AUTNES: Anmerkung: Daten gewichtet in Prozent gerundet, Wahlergebnis n=75 der Nachwählerhebung

An erster Stelle lag bei den Erstwähler die SPÖ, gefolgt von den Grünen und den NEOS. An vierter Stelle die FPÖ. Durch die enorm kleine Stichprobe ist dieses Ergebnis mit Vorsicht zu genießen.

6.7.4 Zusammenfassung

Wenn man die Ergebnisse von Wissen, Interesse und Wahlteilnahme als Indikatoren dafür nimmt, ob die Wahlalter Senkung nun erfolgreich war, sind die Ergebnisse der zweiten Nationalratswahl eher ernüchternd zu sehen. Die jüngeren stehen im Vergleich zu den „älteren“ Erstwählern nicht schlechter da. Das Interesse ist bei ihnen auch während der Wahl am stärksten gestiegen (stärker als das der älteren Erstwähler). Weiteres gibt es soziale Unterschiede vor allem zwischen Schülern und Lehrlingen. In sehr jungen Jahren tut sich hier schon eine bemerkenswerte gesellschaftliche Kluft zwischen diesen beiden Gruppen auf. Nennenswert ist auch der geschlechterspezifische Unterschied, der in den vorigen Studien auch schon sehr hervorgestochen ist. Die Ergebnisse der Analyse lassen jedoch keine eindeutigen Schlüsse zu, was auch auf die kleine Anzahl von befragten Personen zurück zu führen ist (vgl. Kritzinger/Zeglovits/Oberluggauer 2013, S. 36)

Der Blick in den aktuellen Forschungsstand, der für die Untersuchung von zentraler Bedeutung ist, hat ein wichtiges Ergebnisse gebracht. Zum einen, dass Jugend und ihre Aneignung von politischen Informationen noch sehr am Rande steht und auf alle Fälle noch mehr geforscht werden muss. Umso wichtiger erscheint in diesem Sinne die vorliegende Forschungsarbeit, die zu ergründen sucht, aus welchen Onlineangeboten die Erstwähler auswählen um sich politisch informieren. Der nächste Große Teil der Arbeit beschäftigt sich nun mit der empirischen Untersuchung der Arbeit.

7 EMPIRISCHER TEIL

„Keine Partei wird ohne politische Meinungsfrage in den Wahlkampf ziehen, kein Parlament erlässt wichtige Gesetze, ohne vorher die Einstellungen der Bürger durch Umfragen zu erkunden. Unternehmen, Gewerkschaften, Kirchen und Verbände bedienen sich in steigendem Maße repräsentativer Meinungsforschung. Weder Politik noch Markt sind heute ohne empirischer Sozialforschung denkbar...“ (zit. nach: Atteslander 2006, S.3)

Nachdem im theoretischen Teil mit Hilfe von Literatur alle Zugänge und wichtigen Fakten sowie auch der Forschungsstand genau analysiert und erläutert wurde. Wird jetzt die empirische Untersuchung im folgenden Kapiteln näher dargestellt werden.

Mit Hilfe der empirischen Sozialforschung sollen nun sozialen Tatbestände systematisch erfasst und im weiteren Sinne gedeutet werden (vgl. Atteslander, 2006 S. 3)

Empirische Sozialforschung meint aber nicht nur die bloße subjektive Beschreibung von sozialen Verhältnissen, sondern sie muss bestimmten Kriterien der Wissenschaft genügen. Das Kriterium der Objektivität wird angestrebt und das Erfassen von gesellschaftlichen Daten muss intersubjektiv nachvollziehbar sein. Ein unabhängiger Dritter muss in der Lage sein, die sozialen Tatbestände sowie ihre Deutung zu kontrollieren (vgl. Atteslander 2006 , S. 6).

7.1 Methode

Im wissenschaftlichen Forschungsprozess (unabhängig davon welches Erhebungsverfahren eingesetzt wird), beginnt der Wissenschaftler mit der Frage: Welche Probleme und Unstimmigkeiten gibt es? Diese Fragen wurden im Kapitel 2 genauer erläutert und dargestellt. Im weiteren geht es jetzt um die Wahl des Erhebungsinstrumentes. In der Medien- und Kommunikationswissenschaft sind Inhaltsanalysen, Befragungen,

Experimente und Beobachtungen die gebräuchlichsten Methoden. Bietet der Untersuchungsgegenstand weder Inhaltsanalysen noch Beobachtungen an, so wählt man die Methode der Befragung. Die große Stärke der Befragung ist es Einstellungen, Meinungen, Gründe und Wünsche oder Gefühle anhand von standardisierten Fragebogen zu messen (vgl. Möhring/Schlütz 2003, S. 16).

Zur Überprüfung der Hypothesen wurde eine schriftliche Befragung durchgeführt. Der Soziologe Atteslander definiert in seinem Werk: Methoden der empirischen Sozialforschung, Befragung als solche:

„Die Befragung bedeutet Kommunikation zwischen zwei oder mehreren Personen. Durch verbale Stimuli (Fragen) werden verbale Reaktionen (Antworten) hervorgerufen. (...) Die Antworten beziehen sich auf erlebte und erinnerte soziale Ereignisse, stellen Meinungen und Bewertungen dar“ (zit. nach Atteslander 2006, S. 114).

7.1.1 Vorteile und Nachteile von schriftlichen Befragungen

Schriftliche Befragungen haben mehrere Vorteile. Zum einen sind sie kostengünstig und können in einer möglichst kurzen Zeit durchgeführt werden. Ein weiterer Vorteil ist der geringe Personalaufwand, so kann die Autorin die Umfrage ohne Probleme alleine durchführen. Wie bei fast allen Dingen auf der Welt, gibt es aber auch Nachteile bei der Befragung. So ist beispielsweise die Befragungssituation kaum hinreichend kontrollierbar. Teilnehmer könnten zudem von anderen Teilnehmern abgelenkt und beeinflusst werden. Eine weitere Problematik stellt zudem die Fragestellung dar, die zweifelsfrei verständlich sein muss. Oft gibt es auch ein großes Risiko, dass die Menschen den Fragebogen nicht ausfüllen oder nicht korrekt ausfüllen und mit einer großen Zahl von Ausfällen gerechnet werden muss. Ausnahmen bilden an dieser Stelle geschlossene homogene Gruppen. Ein weiterer wichtiger Punkt ist die gründliche Organisation und auch der Hinweis, dass die Befragung anonym ist darf auf keinen Fall fehlen. Um die Zahl der Ausfälle zu

minieren soll der Fragebogen leicht zurück zu schicken sein (vgl. Atteslander 2000, S. 147).

All diese Punkte hat die Autorin bei der Konzeption ihres Fragebogens beachtet und auch vorbeugende Maßnahmen getroffen den Schwächen des Fragebogens entgegenzuwirken. So war sie beispielsweise Großteils Ihrer Befragung selbst anwesend und konnte die ausgefüllten Fragebogen gleich wieder mit nehmen, um so eine große Ausfallszahl verhindern.

7.1.2 Fragebogen

Das Instrument des Fragebogens eignet sich am besten für die Arbeit, da damit eine größere Stichprobe erzielt und die Anwendung statistischer Prüfverfahren gut zur Messung und Quantifizierung des Sachverhaltes passt. Damit können objektive Daten gewonnen werden. Da das Verhalten und vor allem die Meinung der Jugendlichen analysieren werde soll, kann dies am besten mittels einer Befragung gemacht werden. Die Daten sind somit vergleichbar über die Zeit und es ist möglich später einmal wieder eine vergleichende Befragung zu machen.

7.1.3 Güterkriterien der Befragung

Güterkriterien wissenschaftliche Methoden und dazu zählt auch die Befragung sind nach Möhring und Schlütz Reliabilität und Validität. Diese zwei Kriterien stehen im engeren Bezug zur Analyse. Unter den zwei Begriffen/Kriterien versteht man Folgendes.

1. Reliabilität

Reliabilität ist die Messgenauigkeit oder die Zuverlässigkeit einer Messung. Bei wiederholter Messung eines Sachverhaltes mit dem gleichen Messinstrument sollen die gleichen Ergebnisse heraus kommen. Die Reliabilität kann man berechnen und mittels eines Koeffizienten quantifizieren. Je näher dieser bei 1 liegt, desto genauer ist das Instrument. Es gibt unterschiedliche Arten, wie man diese Werte ermitteln kann. Zum Beispiel mittels einen „Re-Test“ (Möhring/Schlütz 2010, S. 18).

2. Validität

Mit Validität meint man die Gültigkeit einer Messung. Misst das Werkzeug tatsächlich das, was es messen soll? Die Validität ist zudem abhängig von der Reliabilität und nur wenn alle Schritte einer Untersuchung valide sind, gilt das auch für die gesamte Untersuchung (vgl. Möhring/Schlütz 2010, S. 19).

Wichtig bei der Erhebung sind neben den Güterkriterien auch die Formulierungen der Fragen auf die im nächsten Abschnitt kurz eingegangen wird.

7.1.4 Frageformulierung

Der Fragebogen sollte zum einen so gestalten sein, dass er für Schüler verständlich ist und zum anderen war es auch wichtig, dass er nicht zu viel Zeit in Anspruch nahm. Damit der zeitliche Umfang der Befragung nicht zu einer Ablehnung der Teilnahme an der Umfrage führte wurde somit der Fragebogen sehr kurz und knapp gehalten. Entsprechendes gilt auch bei den Frageformulierungen. Der Einleitungstext sollte ein Hinweis an die Schüler sein, dass der Fragebogen anonym ist und es sich hier um keinen Test handelt. Dieser Einleitungstext war deshalb wichtig, damit die Schüler ohne bedenken ihre Meinung äußern konnten da die Anonymität gewährt ist.

Wie vorhin bereits erwähnt, ist vor allem die Frageformulierung sehr wichtig. Die Kommunikationswissenschaftler, Möhring und Schlütz führen in ihrem Werk eine Reihe von Faustregeln für die Frageformulierung abgegeben, welche die Forscherin auch bei ihren Fragebogen beachtet hat.

1. Verstehbarkeit / Verständlichkeit

Fragen sollten verständlich formuliert sein. Keine Verwendung von Fachwörtern oder Anglizismen. Vermeidung von Dialekten und die Frageformulierung sollte an die Zielgruppe angepasst werden.

2. Auskunftsfähigkeit

Die Fragen sollten nicht mehrdimensional sein, sondern einfach zu beantworten. Es sollte bedacht werden, ob die Leute überhaupt in der Lage sind eine Auskunft zu geben. Sind sie sozusagen den Sachverhalt bewusst?

3. Auskunftswilligkeit

Achtung vor dem Phänomen der „sozialen Erwünschtheit“, wo Menschen unter gewissen Umständen nicht wahrheitsgemäß antworten. Zudem gerade bei Themen wo Sanktionen drohen könnten, Menschen nicht korrekt antworten. Hier kann man Abhilfe schaffen indem bestimmte Fragetechniken verwendet werden (vgl. Möhring/Schlütz 2003 S. 27f).

7.1.5 Methodisches Vorgehen

Damit die vorliegende Arbeit verständlicher zu verstehen und vor allem transparenter ist, wird im Folgendem Absatz die Zusammensetzung der Stichprobe sowie die Vorgehensweise der Erhebung erläutert. Die Untersuchung der politischen Aneignung von Informationen der Erstwähler im Internet soll im Bundesland Wien stattfinden. Wien wurde deshalb ausgewählt, da einerseits die Autorin selbst in Wien lebt und sich in Wien auch die meisten Schulen und auch Schüler befinden.

7.1.6 Stichprobe

Die Stichprobe wird durch eine einfache Zufallsauswahl getroffen. Dadurch hat jedes Element der Grundgesamtheit die gleich Wahrscheinlichkeit, für die Stichprobe ausgewählt zu werden. Es gibt zudem verschiedene Auswahlverfahren die sich dadurch unterscheiden, ob die Merkmalsträger durch Zufall durch den Forscher in die Stichprobe gelangen oder nicht (vgl. Behnke/Behnke 2006, S. 282).

Wichtig ist es zu Beginn eine Grundgesamtheit zu definieren. Die Grundgesamtheit ist die Gesamtheit an Subjekten (Fälle – bei Befragungen also Personen), über die man eine Aussage treffen will. Die Grundgesamtheit wird meistens mit n definiert (vgl. Möhring/Schlütz 2003, S. 28).

Um die genaue Anzahl der Grundgesamtheit zu ermitteln bekam die Autorin Hilfe vom Dezernat Statistik Wien MA 23. Die Stichprobengröße wurde aus der Grundgesamtheit der Schüler aus Wien zusammengestellt und die sich im Alter zwischen 16 – und 18 Jahren waren. Zudem gibt es in ganz Österreich gibt es laut Statistik Austria 2012/2013 6 049 Schulen, davon befinden sich 688 Schulen in Wien. Die relevanten Schulen für die vorliegende Arbeit sind. (vgl. Statistik Austria 2014, o.S.) Laut Statistik Austria (Volkszählung 2011) Leben in Wien 51.090 Personen in der Altersgruppe von 16-18 Jahren sie teilen sich wie folgt auf:

- 16 Jahre – 16 245
- 17 Jahre – 16 934
- 18 Jahre – 17 911

Die Anzahl der Schüler aus Wien die für die Erhebung relevant sind beträgt somit **51.090 Personen**. Die Stichprobengröße wurde mit der Formel der Stichprobenvarianz berechnet. Um eine annähernd repräsentative Stichprobengröße zu erzielen liegt die Grenze der Stichprobengröße bei 270 Personen.

7.3. Der Pretest

Vor Beginn der Befragung wurde ein Pretest an einer Schule gemacht, um herauszufinden ob der Test auch verständlich und keine Fehlinterpretationen aufweist. Der Fragebogen wurde deshalb eines Pretest unterzogen werden, damit man auf mögliche Unverständlichkeiten aufmerksam wird. Mayer führt dazu folgende Punkte an die überprüft werden sollen:

- Prüfung der Verständlichkeit von Fragen
- Eindeutigkeit und Vollständigkeit der Fragen
- Antwortvorgabe

- Ermittlung der Befragungsdauer (vgl. Mayer 2013, S. 99).

Die Forscherin machte den Pretest am 10. Februar 2014 in einer Schule im 13. Bezirk in Wien. Eine Schulklasse (25 Personen) wurde der Forscherin zur Verfügung gestellt um ihren Pretest zu machen. Die Befragten Personen wurden gebeten den Fragebogen äußerst kritisch unter die Lupe zu nehmen. Nach Beendigung der Befragung wurde den Teilnehmern die Frage gestellt ob sie etwas nicht verstanden haben. Die Schüler waren sehr offen und haben die Forscherin auf folgende Fehlerquellen hingewiesen. Zum einen wussten viele nicht was genau bei Frage eins neue Gesetzesänderungen Punkt NOVA STEUER gemeint war. Bei dieser Frage wurde dann zusätzlich noch KFZ (Kraftfahrzeug) angeführt um die Frage verständlicher zu gestalten. Zum anderen wurde auf einen Rechtschreibfehler im Text aufmerksam gemacht dieser auch im Zuge dessen bereinigt wurde. Auch in Bezug auf die Vollständigkeit gab es einen Fehler bei Frage zwei im Fragebogen, woher sie von den neuen Gesetzesänderungen gehört haben. Hier wurde das Medium Radio vergessen. Ansonsten verstanden die Teilnehmer sehr gut was die Forscherin erheben wollte.

7.1.7 Die Erhebung

Zwischen dem Zeitraum Februar und Mai 2014 wurden insgesamt 549 Schüler anhand eines schriftlichen Fragebogens befragt. Die Durchführung erfolgte Großteiles Klassenweise unter der Anweisung des jeweiligen Lehrers und im Beisein von der Autorin. Zwei Schulen wollten die Befragung eigenständig durchführen und sendeten die Ausgefüllten Fragebogen per Post zurück. Dies führt aber zu keinem verfälschen der Ergebnisse, da vorab ein langes ausführliches Gespräch am Telefon stattgefunden hat mit genauen Anweisungen und Hilfestellungen.

Die Bedenken dahin, dass es schwierig wird Schulen bzw. Lehrer zu finden die sich bereit erklären an einer solchen Umfrage teilzunehmen und ein wenig ihrer Zeit opfern hat sich mehr als richtig herausgestellt. Um bürokratische und langwierige Wege über den Stadtschulrat bzw. den Landesschulrat sich zu ersparen, wurden Direktoren der zwei verschiedenen Schultypen telefonisch

und / oder schriftlich per email kontaktiert. Wenn die Direktor/in die Bewilligung erteilt hatte, wurde mein Anliegen per Mail an die Lehrer weiter geleitet. Jene die sich dafür interessierten setzen sich dann in Kontakt mit mir und wir machten einen Termin für die Befragung aus. Die meisten Schulen wollten an der Umfragen wegen folgenden Gründen nicht mitmachen:

- -keinen Mehrwert für die Schüler
- -kein Interesse
- -keine Zeit
- -fehlende Bewilligung des Stadtschulrates

Zu erwähnen ist an dieser Stelle noch, dass die meisten Befragungen im Unterrichtsfach Geschichte statt gefunden haben. Es gibt keinen einheitlichen Lehrplan in den Schulen und vieles wird schulautonom jeweils vom Schultyp unterschiedlich gestaltet. Vor allem in den Berufsbildenden Höheren Schulen gibt es unterschiedliche Schwerpunkte (HAK, HBLA, HTL etc.) und daher wird Politische Bildung auch meistens in unterschiedliche Fächer miteinbezogen. Viele Lehrer haben auch über die Schwierigkeiten berichtet die dies mit sich bringt. Zum einen da Politische Bildung meist gekoppelt mit Sozialkunde und Geschichte unterrichtet wird zum anderen da es durch die verschiedensten Kulturen und Religionen die in vielen Schulen vorhanden sind es auch für die Lehrer selbst eine Herausforderung ist Schüler für Politik zu begeistern.

Weiters war es leider nicht möglich eine von den 23 Berufsschulen in Wien zu motivieren an meiner Befragung teilzunehmen. Die meisten Direktoren gaben an das es schon zu viele Befragungen in der letzten Zeit gab und sie nicht die Schüler überfordern möchten. Da die Erhebung zeitlich begrenzt war durch die bevorstehende Europawahl die am 25.05.2014 stattgefunden hat, musste der Schultyp Berufsschule zur Gänze ausgeschlossen werden.

Schlussendlich wurde in folgenden Schulen Erstwähler im Alter von 16-18 Jahren per schriftlichen Fragbogen interviewt:

- Gymnasium Wien, 1. Bezirk
- Gymnasium Wien, 23. Bezirk
- Gymnasium Wien, 15. Bezirk

- Gymnasium Wien, 15. Bezirk
- HTL Wien, 16. Bezirk
- HBLA Wien, 13. Bezirk
- HAK Wien, 21. Bezirk

Fast 650 Fragebögen wurden für die Befragung der Schüler vorbereitet und gedruckt. Um für alle Schüler die gleichen Voraussetzungen zu schaffen, gab es vor dem Ausfüllen eine kurze Einleitung, es konnten Fragen beantwortet und Missverständnisse aufgeklärt werden. Sehr interessant war das große Interesse, das die Jugendlichen der Umfrage entgegenbrachten. Es gab sogar Diskussionen nach der Befragung mit den Jugendlichen, die es erlaubt haben, einen Einblick in das Denken und die Lebenswelt der Jugendlichen ermöglicht haben. Am häufigsten wurde ich gefragt, warum ich das genau mache, was ich damit erreichen will und auch wie ich meine Erhebung genau durchführe. Einige stellten sogar genaue Fragen über das Auswerten meiner Umfrage bis hin zu meinem Studium und weiteren Werdegang. Dies könnte darauf zurückzuführen sein, dass viele der Befragten vor ihrem Abschlussprojekt stehen und sich auch bald entscheiden müssen, was sie nach ihrem Schulabschluss weiter machen möchten.

7.1.8 Auswertung

Um die gewonnenen Daten auch richtig auszuwerten, wird der Fragebogen mit dem Statistikprogramm SPSS ausgewertet. Deshalb entschied sich auch die Autorin diesen Weg zu gehen und wertete ihre Fragebögen mittels SPSS Programm aus. Vorab wurden die Daten aber codiert, um sie in die Datenfiles übertragen zu können. Die Daten müssen für eine statistische Analyse aufbereitet und im Zuge dessen auch einer Fehlerkontrolle unterzogen. Mit Aufbereitung ist die Umformung der Variablen, die Neubildung der Variablen sowie die Skalen- und Indexbildung gemeint. Um die ausgefüllten Fragebögen mit dem Computer auszuwerten, ist es zudem notwendig, die Antworten in Zahlen umzuwandeln. (siehe Anhang: Codieranweisung des Fragebogens) Es wurde für die Eingabe der Daten eine Datenmaske angelegt und alle 549 Fragebögen in den SPSS Daten-Editor eingegeben. Zudem bekommt jeder Fragebogen eine eigene Nummer. Schwieriger gestaltet sich die Umwandlung

von offenen Fragen, diese in neue Kategorien zusammengefasst werden müssen um messbar gemacht zu werden (vgl. Mayer 2013, S. 106f).

Unter messen versteht man die Zuschreibung von Eigenschaften zu einem Objekt. Bei diesem Schritt macht man die Variablen messbar. Je nachdem was genau gemessen werden soll, wird in Praxis von unterschiedlichen Mess-Skalen gesprochen. Es wird unterschieden zwischen Nominal,- Ordinal,- Intervall,-Verhältnis- und Absolutskalen (vgl. Behnke/Behnke 2006 S. 34ff).

Die Hauptaufgabe der Statistik ist es, unübersichtliche Datenwürste in eine übersichtliche Form zu bringen. Deshalb wurde im nächsten Schritt, mit Hilfe der deskriptiven Statistik, die Daten beschrieben und in eine gut erfassbare Form gebracht. Dadurch wurden die Daten so abgebildet, dass man auf einen Blick erkennen kann was „Sache“ ist. Zudem lassen sich demnach Vermutungen und Zusammenhänge zwischen den Daten herleiten. (vgl. Behnke/Behnke 2006, S. 105)

Die Analyse erfolgte zum einen mit Häufigkeitstabellen, womit eine Zuordnung von einer Häufigkeit zu allen sich voneinander unterscheidenden Ausprägungen eines oder mehreren statischer Merkmale einer statischen Gesamtheit oder Teilgesamtheit in Form einer Tabelle gemeint ist (vgl. Eckstein 1997, S. 53).

Üblicherweise werden die nominal- und ordinal Daten im Zusammenhang mit Kreuztabellen dargestellt, so auch bei der vorliegenden Arbeit. Atteslander erklärt Kreuztabellen vollgendermaßen.

„... Die einfachste Möglichkeit ist die Gegenüberstellung zweier dichotomer Variablen, also von Merkmalen mit jeweils nur zwei Merkmalausprägungen, damit liegt der einfachste Fall einer zweidimensionalen Kreuztabelle vor“ (zit. nach Atteslander 2006, S. 333).

Die Autorin hat für die Darstellung der Kreuztabellen Balken, sowie Kreisdiagramme verwendet. Diese Unterschiede sagen aber noch nicht sehr

viel über die Stichprobe aus. Deshalb wird der Qui-Quadrat-Test herangezogen, der die Null Hypothese überprüft und etwaige Zusammenhänge analysiert. Der Qui-Quadrat-Test gibt somit Auskunft ob mit ausreichender Wahrscheinlichkeit für die Grundgesamtheit der Zusammenhang vermutet werden kann(vgl. Atteslander 2006, S. 335).

8 Darstellung und Ergebnisse

Zu Beginn werden die soziodemographischen Merkmale geschildert um einen noch besseren Überblick über die Stichprobe zu erhalten. Darauf folgt die Darstellung von Häufigkeitsverteilungen zu den einzeln gestellten Fragen. Sie werden in Verbindung mit den konkreten Zusammenhängen und Ergebnissen statistischer Tests angeführt und somit können die Hypothesen operationalisiert werden. Besonders aufgefallen bei der durchgeführten Befragung ist, dass unter den Erstwählern an sieben Schulen in Wien nahezu alle Fragebogen gültig ausgefüllt wurden. Das kann darauf zurück zu führen sein, dass die Autorin persönlich (außer bei zwei Schulen) anwesend war und so Fragen und Missverständnissen vorbeugen konnte.

8.1 Demographische Zusammensetzung

Frage: Wie alt sind Sie?

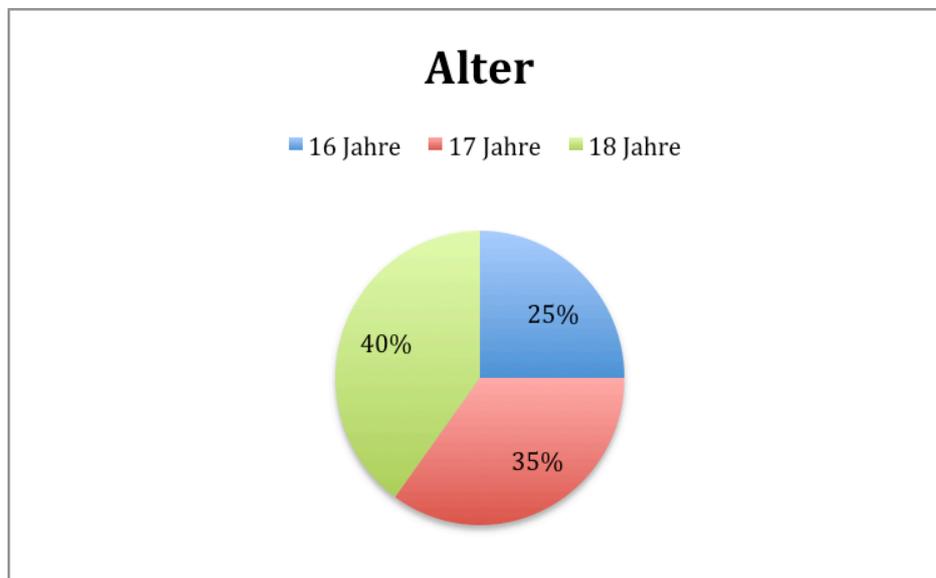


Abbildung 13: Alter
Quelle: Datensatz: Nachwahlbefragung NR 2013 N=549
Alter der Befragten Personen in Prozent

Das Alter der befragten Personen erstreckt sich von 16 bis 18 Jahren. Das Kreisdiagramm zeigt, dass 40 Prozent der Jugendlichen zum Zeitpunkt der Befragung 18 Jahre alt waren. Weitere 35 Prozent waren 17 Jahre alt und 25 Prozent 16 Jahre alt.

Frage: Welche Schule besuchen Sie derzeit?

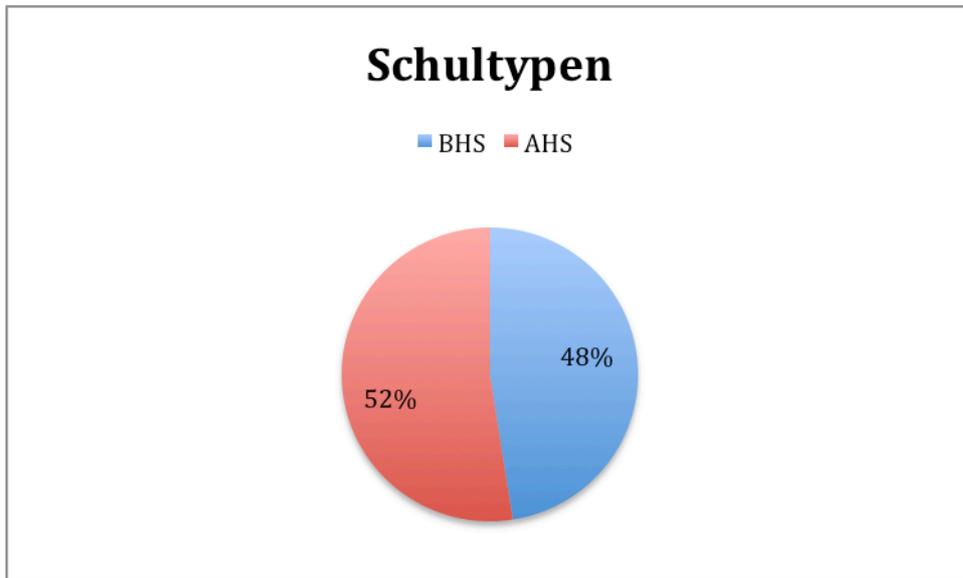


Abbildung 14: Schultyp
Quelle: Datensatz: Nachwahlbefragung NR 2013 N=549 Aufteilung des besuchten Schultyps, Angaben in Prozent

Insgesamt wurden 549 Schüler befragt. Die befragten Personen besuchten zu 52 Prozent - das sind 284 Personen - die Berufsbildenden Höheren Schulen und zu 48 Prozent - das sind 265 Personen - die Allgemeinbildenden Höheren Schulen. Das vorliegende Ergebnis zeigt das durch diese ausgewogene Verteilung die verschiedenen Schultypen gut miteinander verglichen werden können.

Frage: Welches Geschlecht sind sie?

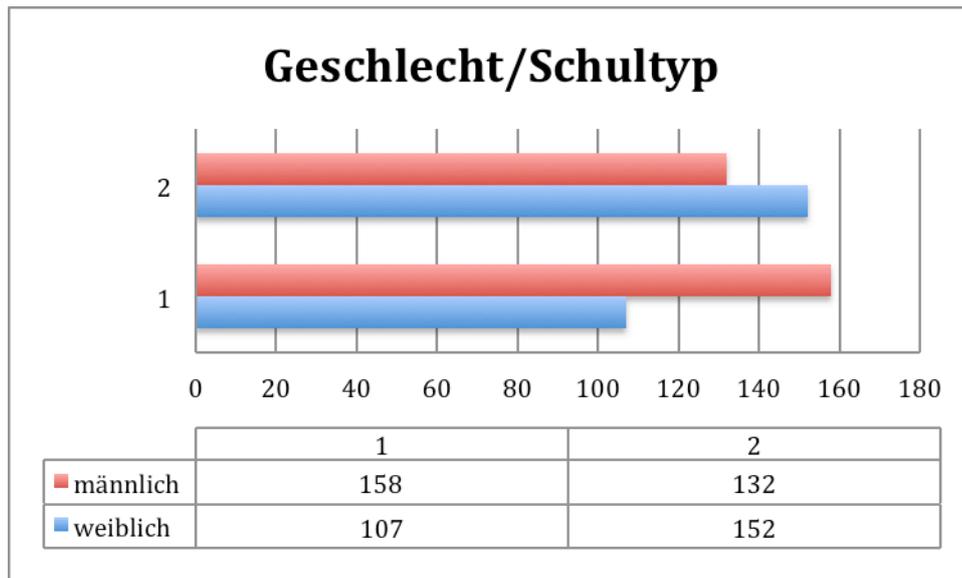


Abbildung 15: Geschlecht/Schultyp

Quelle: Datensatz Nachwahlbefragung 2013 N=549 Aufteilung des besuchten Schultyps in Personen, Angaben in Personen

Die Verteilung nach Schultyp und Geschlecht ist wie folgt ausgefallen. In der Allgemeinbildenden Höheren Schule haben 158 männliche Personen an der Befragung teilgenommen und 107 weibliche Personen. Anders in der Berufsbildenden Höheren Schule wo der weibliche Anteil mit 152 Personen überwogen hat und 132 männliche Personen an der Umfrage teilnahmen.

Ort der Befragungen

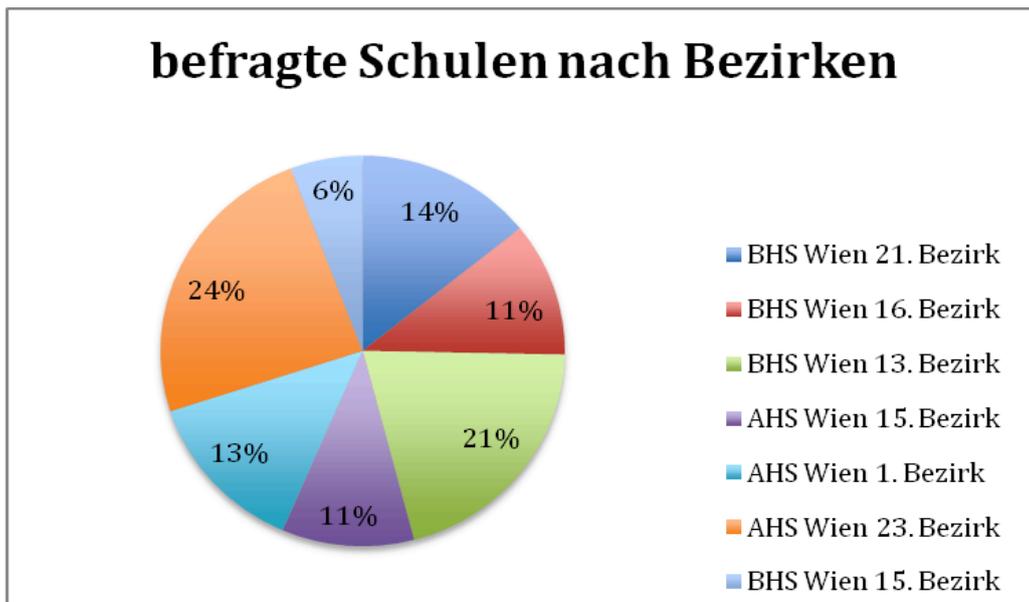


Abbildung 16: Schulen nach Bezirk

Quelle: Datensatz Nachwahlbefragung NR 2013 N=549, befragte Schüler nach Wiener Gemeindebezirken in Prozent (n=549)

Die Verteilung der Befragung gliedert sich wie folgt. Vorab ist noch zu erwähnen, dass aus Gründen der mit den Schulen vereinbarten Anonymität die Schulen nicht direkt genannt werden sondern nur der Bezirk in dem sie ansässig sind genannt wird. Um ein zuverlässigeres Ergebnis zu erzielen und um eine Verfälschung der Ergebnisse zu vermeiden wurde bei der Zufallsauswahl der Schulen darauf geachtet aus möglichst vielen verschiedenen Bezirken eine Schule zu finden. Unter den 7 befragten Schulen ist lediglich eine im selben Bezirk. Deshalb kann die Stichprobe als annähernd repräsentativ angesehen werden.

8.2 Überprüfung und Diskussion der Hypothesen

Zur Vollständigkeit wird die deskriptive Analyse der erhobenen Daten gemeinsam und ergänzend mit der Überprüfung der Hypothesen gemacht. Anfänglich hat interessiert, ob die Befragten grundsätzlich über aktuelle politische Geschehnisse informiert sind. Als Einstiegsfrage wurden daher vier neue Gesetzesänderungen aufgelistet.

1. Frage: Die Regierung diskutiert und beschließt gerade neue Gesetzesänderungen, die in den nächsten Monaten/Wochen umgesetzt werden sollen. Haben Sie von folgenden Dingen gehört?

Die Befragten Personen, hatten folgende Antwortmöglichkeiten zur Auswahl:

- Nova Steuer /KFZ
- Sektsteuer
- Tabaksteuer
- Familienbeihilfe
- keine

Zudem war eine mehrfache Auswahl der Antwortmöglichkeiten zulässig.

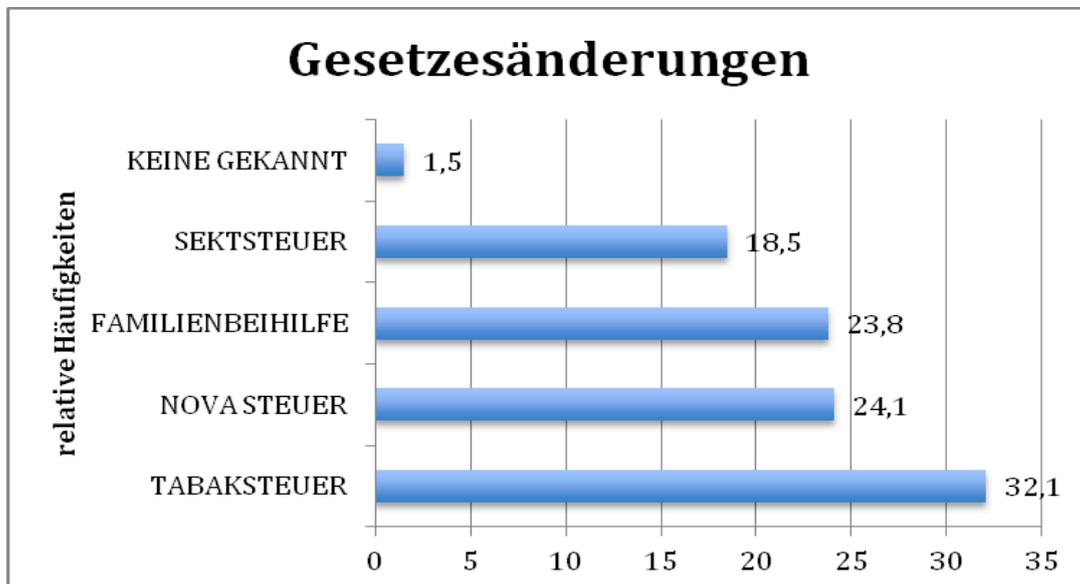


Abbildung 17: Gesetzesänderungen

Quelle: Datensatz Nachwahlbefragung NR 2013, N=549 (Gesamtanzahl der Nennungen = 1251 = 100%-Basis)

Unter insgesamt 1251 Nennungen liegt das Gesetz zur Tabaksteuer an erster Stelle mit rund 32 Prozent (n=401), darauf folgt mit rund 24 Prozent (n=302) die Gesetzesänderung zur Nova Steuer. Anschließend wurde die neue

Gesetzesänderung der Familienbeihilfe genannt mit 23,8 Prozent (n=302) gefolgt von der Sektsteuer mit 18,5 Prozent (n=231). Lediglich 1,5 Prozent (n=19) haben von keiner dieser neuen Gesetzesänderungen gewusst.

8.2.1 Ergebnisdarstellung Hypothese 1.a

Hypothese 1.a: Politisch interessierte sind über mehrere Gesetzesänderungen informiert als politisch uninteressierte.

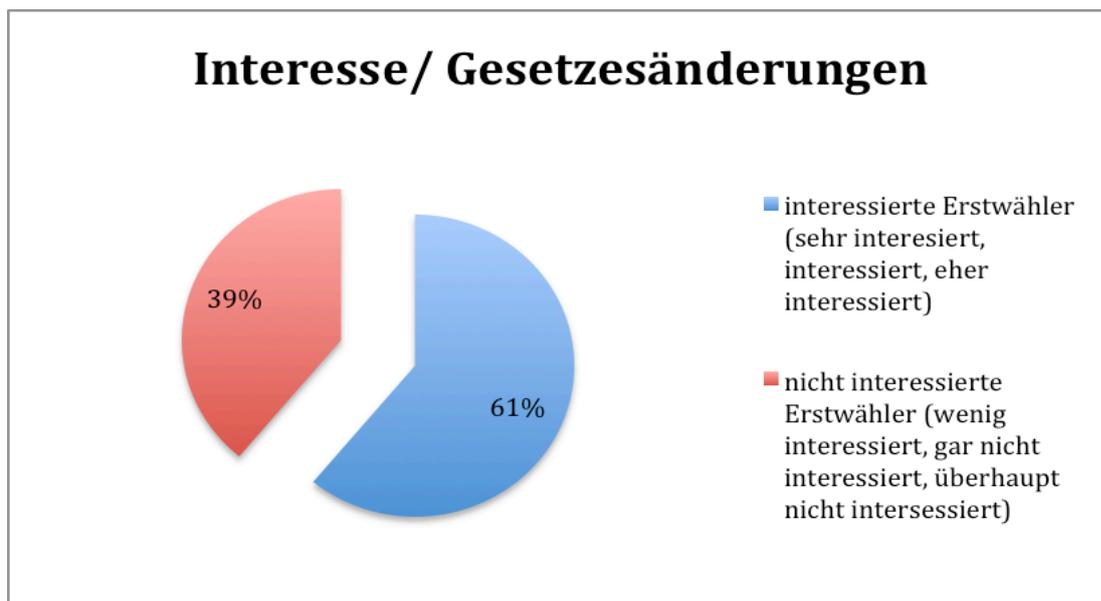


Abbildung 18: Interesse / Gesetzesänderungen

Quelle: Datensatz Nachwahlbefragung NR 2013, N=539 (10 fehlend) – neuer Item Summe der Gesetzesänderung

Für die Überprüfung der Hypothese wurde die Summe der Gesetzesänderungen mit der Selbsteinstufung des politischen Interesses anhand einer Kreuztabelle im SPSS Programm errechnet. Zudem wurden zwei Gruppen gebildet, die der interessierten Erstwähler (sehr interessiert, interessiert, eher interessiert) und die der uninteressierten Erstwähler (wenig interessiert, gar nicht interessiert, überhaupt nicht interessiert). Die Hypothese stützt sich auf die These, dass mit dem politischen Interesse auch der Grad der Informiertheit steigt. (siehe Kapitel 6. aktueller Forschungsstand) Diese Hypothese hat sich wie zu erwarten bestätigt. Unter den Befragten zeigt sich ein hoch signifikanter Zusammenhang zwischen politischem Interesse und der Anzahl genannter Gesetzesänderungen, über die die Befragten informiert waren (Chiquadrat-Test $p=0,000$ /Gamma: $-0,32$; $p=0,000$). Dabei zeigt sich,

dass Personen, die sich für sehr politisch interessiert halten, auch über mehrere Gesetzesänderungen informiert waren. Für die vorliegende Fragestellung waren in diesem Zusammenhang besonders die Informationsquellen zu politischen Geschehnissen interessant. Daher wurden die Teilnehmer im Anschluss nach den Informationskanälen/Medien, die sie genutzt haben, befragt.

2. Frage: Wenn ja, wo haben Sie davon gehört?

Bei der nächsten Frage soll darauf eingegangen werden, woher die Erstwähler von den neuen Gesetzesänderungen gehört haben. Zur Auswahl gab es die Möglichkeiten: Internet, TV, Zeitungen, Freunde, Lehrer, Eltern, Radio oder sonstiges. Jedoch hat keiner von den 549 befragten Personen eine andere Informationsquelle als die vorhin genannten bei der offenen Frage `sonstiges` angeführt. Weiters gab es nicht die Möglichkeit einer Mehrfachnennung.

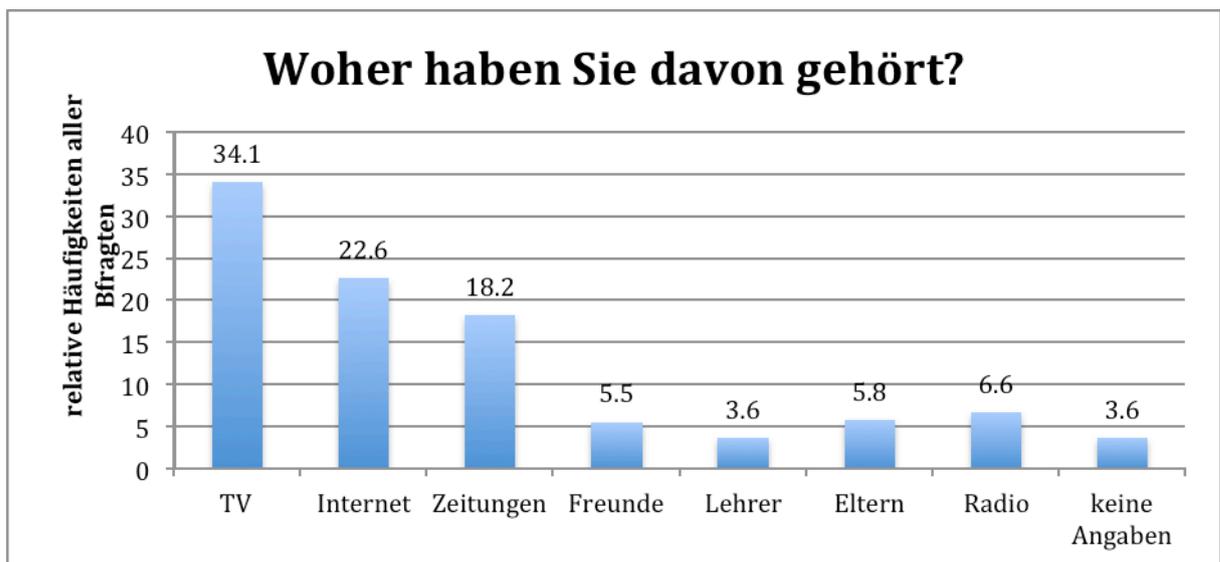


Abbildung 19: Woher haben Sie davon gehört?

Quelle: Datensatz Nachwahlbefragung NR 2013 Verteilung der genannten Informationsquellen der neuen Gesetzesänderungen N=549, keine Angabe: 3,6 %

Die am häufigsten genannten Informationsquellen waren das Fernsehen mit 34,1 Prozent, das Internet mit 22,6 Prozent und die Zeitungen mit 18,2 Prozent. Das Radio ist von den Befragten lediglich von 6,6 Prozent genannt worden. Sehr schlecht abgeschnitten haben auch Eltern mit 5,8 Prozent, Freunde mit 5,5 Prozent sowie Lehrer mit 3,6 Prozent. Keine Angaben dazu machten 3,6 Prozent der Befragten. Vor dem Hintergrund diverser Studien zu

politischen Meinungsbildungsprozessen, die gezeigt haben, dass insbesondere das soziale Umfeld, Eltern, Schule, Freunde beeinflussende Faktoren darstellen, überrascht dieses Ergebnis nicht (vgl. Studie: Bericht zur Jugend-Wertestudie 2012, Kapitel 6.4) Massenmedien wie TV und Internet nehmen einen sehr hohen Stellenwert in der Informationsbeschaffung zu politischen Geschehnissen ein. Hierin bestätigt sich vor allem auch die Etablierung des Internets für Meinungsbildungsprozesse - als besonders relevante Informationsquelle heutiger Jugendlicher. Schon im theoretischen Teil Kapitel 4.1 Mediale Informationsaneignung Jugendlicher sowie im Kapitel 6.5 JIM- Studie 2014 wurden viele Zahlen und Daten angeführt um die häufige Nutzung und Bedeutung von Internet darzustellen. Um näher auf das Internet-Nutzungsverhalten einzugehen, wurde den Befragten folgende Frage gestellt:

3.Frage: Wie häufig nutzen Sie das Internet?

Bei der Frage wie oft die Erstwähler das Internet benützen gab es folgende Antwortmöglichkeiten: mehrmals täglich, täglich, mehrmals die Woche, seltener und nie. Zudem war keine Mehrfachnennung möglich.

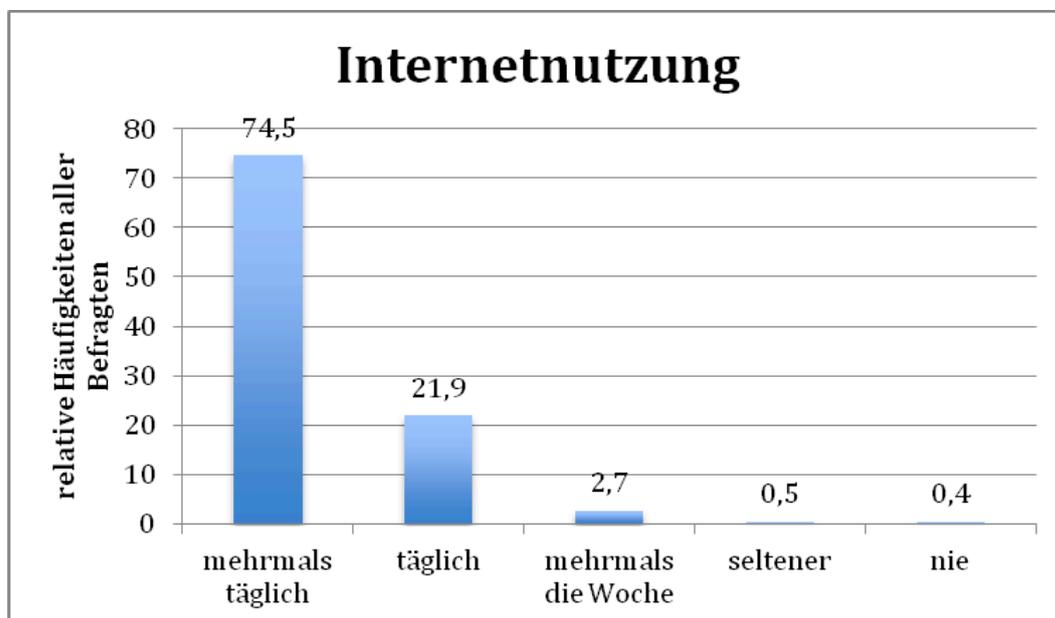


Abbildung 20: Internetnutzung
Quelle: Datensatz Nachwahlbefragung NR 2013, N=549 Angaben in Prozent

Wenig überraschend waren die Antworten auf die Frage der Internetnutzung. Der Großteil der Befragten gaben an das Internet mehrmals täglich zu benützen mit 74,5 Prozent. 21,9 Prozent gaben an es täglich zu nutzen. Lediglich 2,7 Prozent das sind 15 Personen gab an es mehrmals die Woche

zu nutzen und 3 gaben an es seltener zu nutzen und nur zwei Personen antworten auf die Frage mit nie. Im Kapitel 4. 1 mediale Informationsaneignung von Jugendlichen und 4.2. Internetnutzung von Jugendlichen können die genauen Daten und Fakten von den Jugendlichen in Österreich nachgelesen werden. Zudem untermauert im Kapitel 6. Aktueller Forschungsstand die Jugend-Information-(Multi)-Media Studie 2014 auch noch das Ergebnis. Die Jugendlichen in Österreich weisen eine sehr hohe Affinität zum Internet auf. Internet-Nutzung bedeutet nicht, dass dieses Medium zur politischen Informationsbeschaffung genutzt wird (oder nicht hauptsächlich). Wie gut informiert bzw. wie politisch interessiert Jugendliche sind, musste demnach zusätzlich erhoben werden.

Frage 4: Wenn Sie sich selbst einschätzen müssten, wie interessiert sehen Sie sich an Politik?

Um anschließend Zusammenhänge ziehen zu können war es wichtig nach der Selbsteinschätzung des Interesses an Politik zu fragen. Zu dieser Antwort gab es die Möglichkeiten: sehr interessiert, interessiert, eher interessiert, wenig interessiert, gar nicht interessiert, überhaupt nicht interessiert sowie weiß ich nicht. Bei dieser Frage waren keine Mehrfachnennungen möglich.

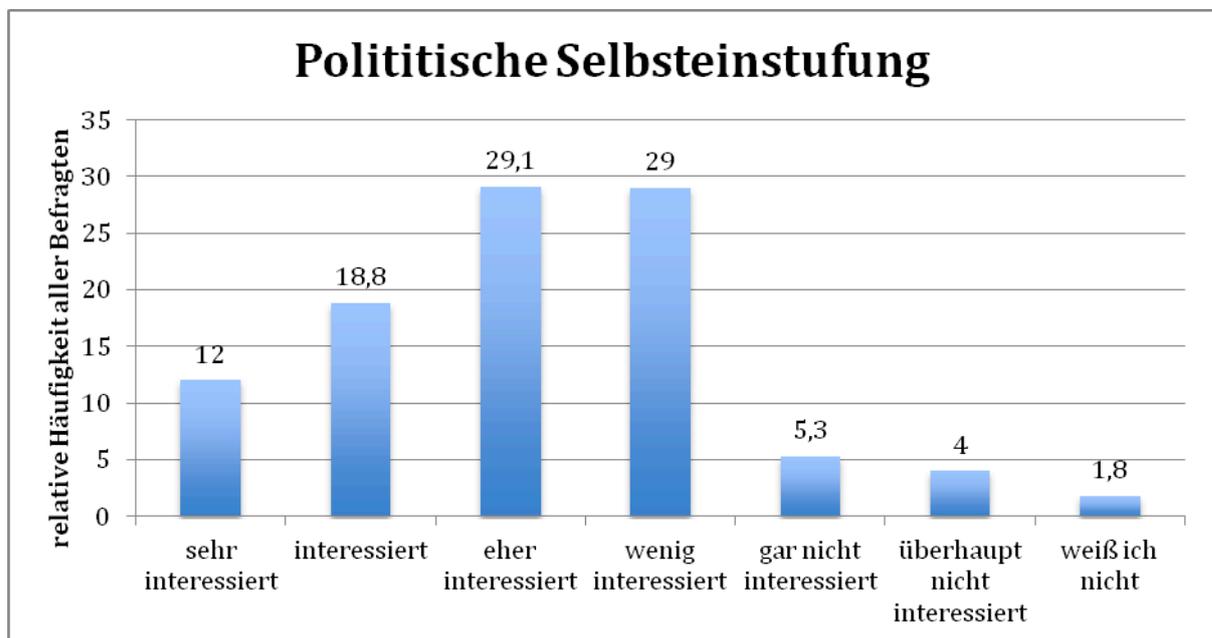


Abbildung 21: Politische Selbsteinstufung Interesse

Quelle: Datensatz Nachwahlbefragung NR 2013 N=549 Angaben in Prozent, Wie hoch ist das Interesse der befragten Jugendlichen an Politik.

Die am Häufigsten genannten Antworten waren: eher interessiert 29,1 Prozent und wenig interessiert 29 Prozent, 18,8 Prozent gaben an, interessiert zu sein und 12 Prozent stufen sich selbst als sehr interessiert ein. Lediglich 5,3 Prozent gaben an gar nicht interessiert zu sein und 4 Prozent gaben an überhaupt nicht interessiert zu sein. Zudem gaben 1,8 Prozent an nicht zu wissen, wie sie ihr Interesse an Politik selbst einstufen würden. Die Verteilung zeigt demnach eine Häufung um die Skalenmitte. Die befragten Jugendlichen sind insgesamt eher mittelmäßig an Politik interessiert. Dies spiegelt auch die erläuternde Literatur wider, in Kapitel 3.2.1. Jugend von heute: Politikverdrossenheit? Die Jugendlichen empfinden demnach eher eine

Distanz zur Politik und das politische Interesse fehlt bei vielen (vgl. Ammerer 2008 /Heinzlmaier 2008/Ullrich 1995 in Kapitel 5 und 6)

Das zeigt wiederum, dass eine häufige Internetnutzung per se , wie sie unter den Befragten vorliegt, nicht darauf verweist, dass diese Personen das Internet stark zur politischen Informationsbeschaffung nutzen. Dennoch kann es sein, dass sie zwar das Internet nicht hauptsächlich für politische Infos nutzen, dennoch all jene politischen Informationen, die sie besitzen, vom Internet bezogen werden. Nahezu alle Studien, die sich mit Politik befassen, erheben das politische Interesse. Im Hinblick auf die Erstwähler wurde daher genauer analysiert ob die männlichen Befragten mehr interessiert an Politik sind, als die weiblichen Befragten.

8.2.2 Ergebnisdarstellung Hypothese 1.b

Hypothese 1.b: Männliche Erstwähler sind eher politisch interessiert, als weibliche Erstwähler.

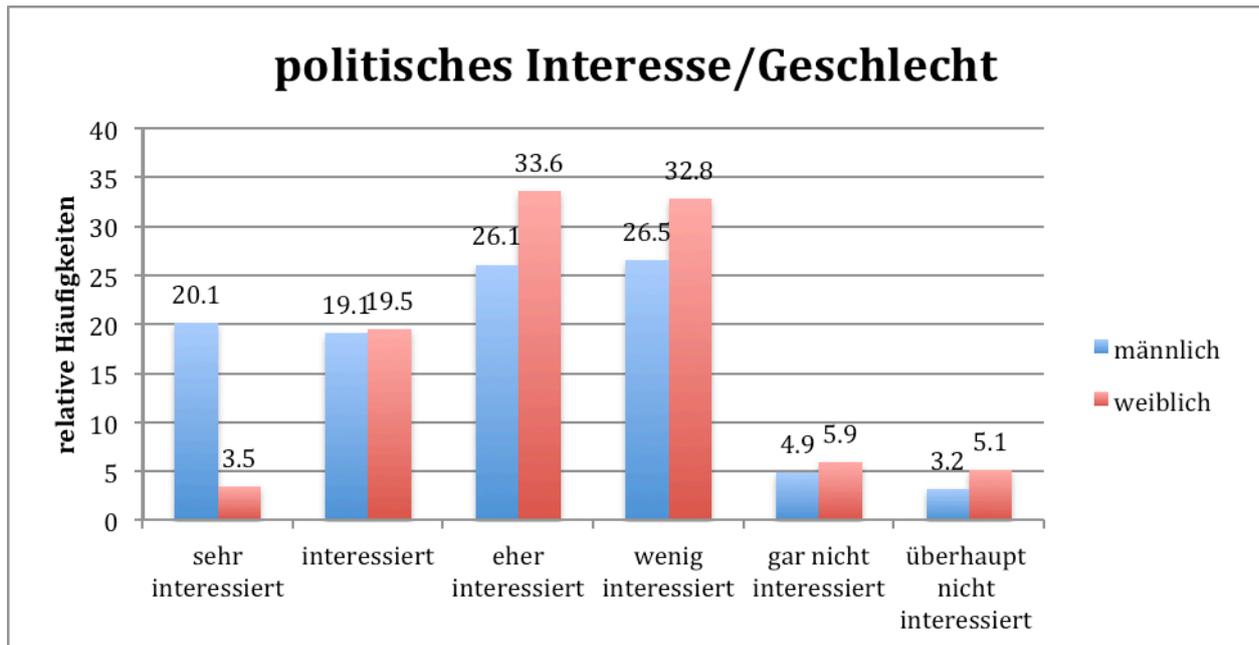


Abbildung 22: politisches Interesse/Geschlecht

Quelle: Datensatz Nachwahlbefragung NR 2013, N=539 (Anmerkung: Die Befragten die mit „weiß ich nicht“ geantwortet haben, sind bei diesem Diagramm nicht mit einbezogen worden)

Operationalisiert wurde die Hypothese mit der Selbsteinstufung des Interesses an Politik und dem Geschlecht. Die Hypothese leitete die Forscherin aus der Literatur des aktuellen Forschungsstandes ab, welcher in Punkt 6 erläutert wurde. Nahezu in allen angeführten Studien über Jugendliche (vgl. Shell Jugend Studie 2010/Bericht zur Jugend-Wertestudie 2012) waren die männlichen jungen Erwachsenen interessierter an Politik als die weiblichen. Hypothese 1.b ist somit bestätigt.

Tabelle: Politisches Interesse

Diese Hypothese hat sich zumindest in Bezug auf die befragten Personen bestätigt, hier besteht ein hochsignifikanter Zusammenhang (Chi-Quadrat, $p=0,000$ / Gamma: + 0,26, $p=0,000$). Die männlichen Befragten schätzen sich eher politisch interessiert ein als die weiblichen Befragten. Dieses Ergebnis

fürhte zu keiner großen Überraschung, jedoch war es wichtig zu erfragen um weitere Zusammenhänge zu operationalisieren.

8.2.3 Ergebnisdarstellung Hypothese 1.c

Hypothese 1.c: Schüler der Allgemeinbildenden Höheren Schule sind eher politisch interessiert, als Schüler der Berufsbildenden Höheren Schulen.

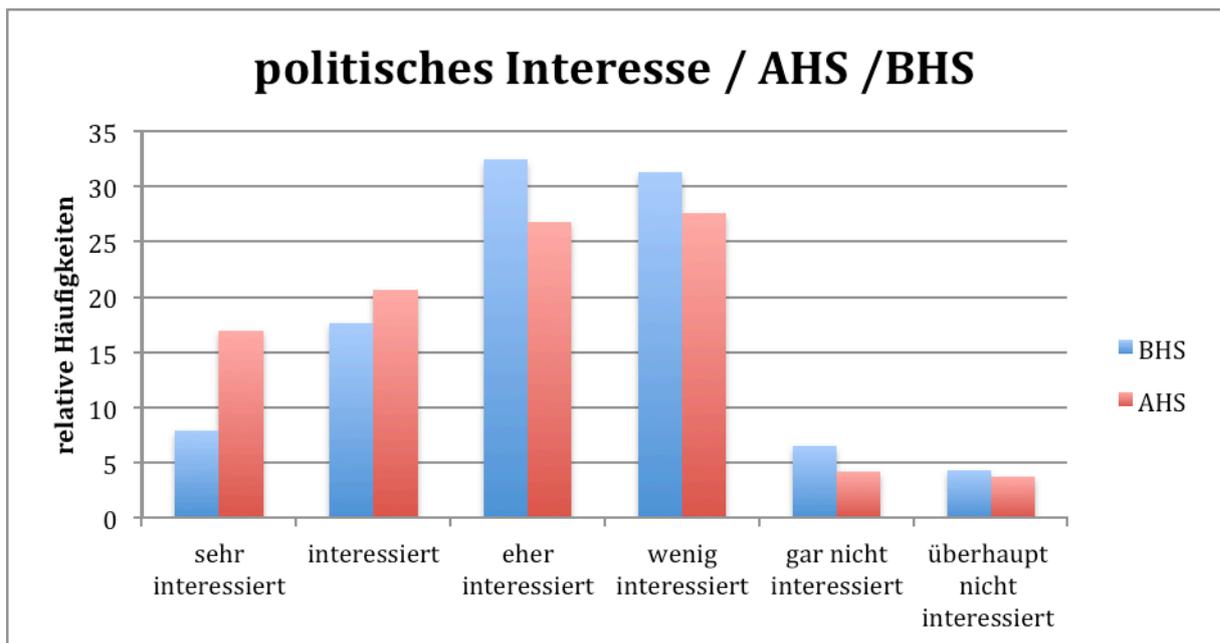


Abbildung 23: Politisches Interesse/ AHS/ BHS

Quelle: Datensatz Wahlen 2013, n=539 (Anm. die Befragten die „weiß ich nicht“ angaben wurden bei der Auswertung nicht mit einbezogen)

Überprüft wurde dieser Hypothese mit einer Kreuztabelle, wo die Selbsteinstufung des Interesses mit dem Schultyp verglichen wird. An dieser Stelle ist zu sagen, dass sich die Hypothese auf eine große Anzahl von Literatur stützt. Nahezu in allen Altersgruppen gab es in Studien (Studie Bürger Online 2011/Shell Jugendstudie 2010/ Bericht zur Jugend-Wertestudie 2012) Zusammenhänge mit den beiden Variablen Bildung und Interesse an Politik. (vgl. Kapiteln 3, 5 und 6) Hypothese 1.c ist somit verifiziert.

Auch in Bezug auf den Schultyp zeigt sich ein signifikanter, aber schwacher Zusammenhang (Chi-Quadrat, $p < 0,05$ / Gamma: -1,8; $p < 0,05$ / dichotome nominale Variable wurde als „quasi-metrisch“ behandelt). Die Abbildung zeigt, dass eher mehr befragte AHS-Schüler sich als politisch interessiert einstufen als BHS Schüler.

Frage 5: Versuchen Sie sich jetzt an die letzte Nationalratswahl 2013 im September zu erinnern: Haben Sie sich ihre politischen Informationen über das Internet geholt?

Um nun darauf einzugehen ob die Jugendlichen ihre politischen Informationen vor der Nationalratswahl im September 2013 über das Internet geholt haben wurde die oben genannte Frage gestellt. Es gab die Antwortmöglichkeiten ja oder nein. Es war keine Mehrfachnennung möglich. Die Frage diente auch als nochmalige Kontrollfrage, ob denn das Internet für konkrete politische Entscheidungen herangezogen wird.

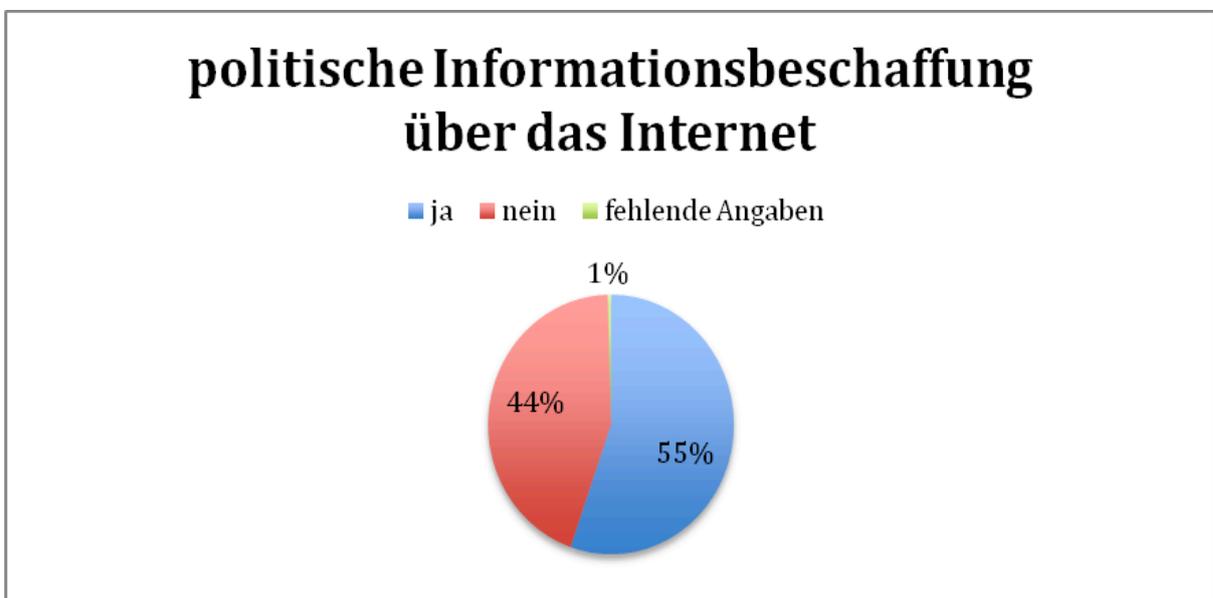


Abbildung 24: Politische Informationsbeschaffung über das Internet
Quelle: Datensatz Wahlen2013, N=549 Angaben in Prozent. Verteilung ob man sich über das Internet politisch informiert hat.

304 Erstwähler (55 Prozent) gaben an sich über das Internet vor der letzten Nationalratswahl politisch informiert zu haben. 44 Prozent gaben an sich nicht über das Internet informiert zu haben. Die Gründe warum sie sich nicht über das Internet informiert haben folgen im nächsten Diagramm. Demnach hat sich rund jeder zweite der Befragten über das Internet informiert. Damit wird nochmals die relevante Rolle des Internets für politische Entscheidungsfindungsprozesse hervorgehoben, auch wenn das politische Interesse grundsätzlich bei dieser Zielgruppe eher mittelmäßig ausgeprägt ist. Dieses Ergebnis spiegelt die Studien sehr gut wider und unterstreicht zugleich

wie wichtig es ist, sich mehr mit der Forschung bezüglich Erstwähler und politischer Informationsaneignung über das Internet auseinanderzusetzen. Wie Emmer, Vowe, Wolfing 2011 analysiert haben, ist vor allem für die Jugendlichen das Internet um sich politisch zu informieren sehr relevant. (vgl. Kapitel 5) Eindeutig ist, dass das Internet unter den Jugendlichen wahrgenommen wird und somit auch Bedeutung hat. Gerade die junge Generationen haben bei den Studien immer häufiger das Internet herangezogen um sich politisch zu informieren, als die älteren Generationen. (vgl. Kapitel 5 im genaueren: Emmer, Vowe, Wolling / vgl. Bernhard/Dohle/Vowe) Da sich mehr als die Hälfte der Befragten über das Internet informieren ist die Relevanz der durchgeführten Erhebung auf alle Fälle gegeben.

All jene, die nicht das Internet als Informationsquelle herangezogen haben, wurden nach ihren Motiven gefragt. Die anderen wurden bei der Auswertung der folgenden Ergebnisse nicht mehr berücksichtigt und erst wieder ab der Frage 9 miteinbezogen.

6. Frage: Warum haben Sie sich nicht über politische Themen vor der Nationalratswahl 2013 im Internet über Online-Informationsquellen informiert?

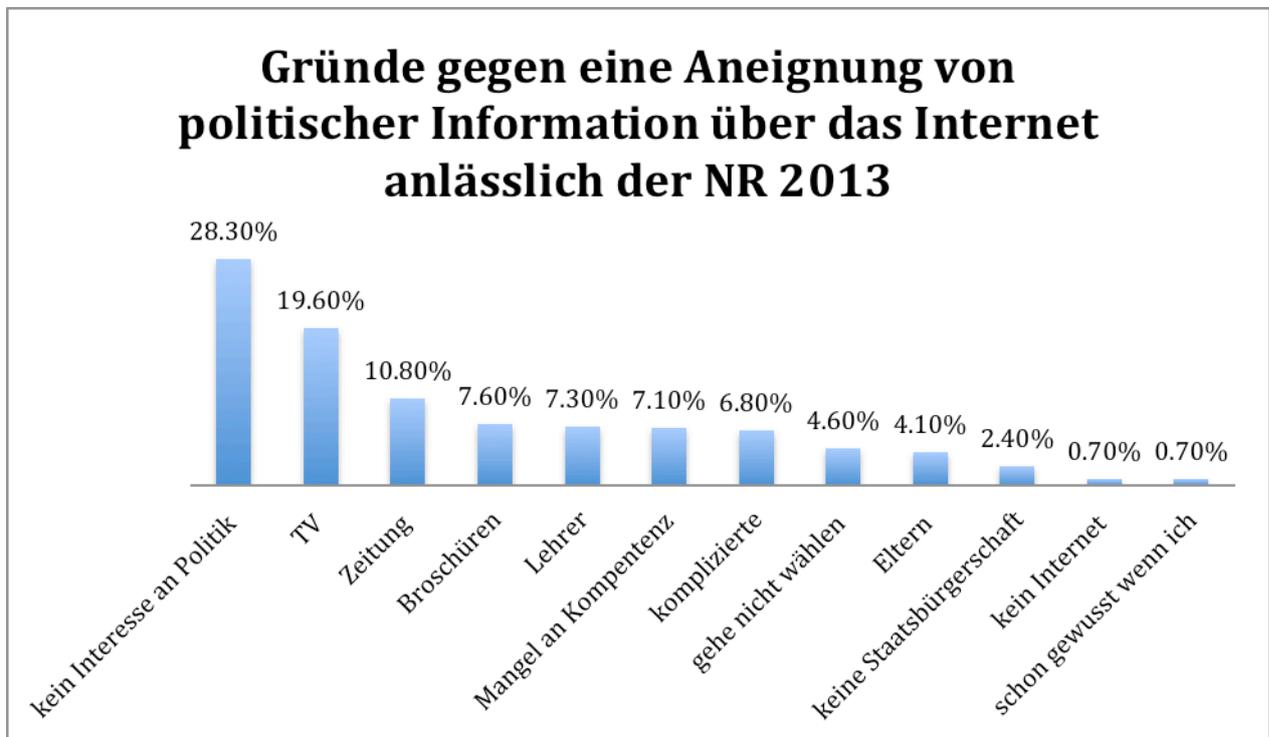


Abbildung 25: Gründe gegen politische Informationsaneignung im Internet
 Quelle: Datensatz Nachwahlbefragung NR 2013, n=243, Insgesamt 410 Nennungen der Gründe warum man nicht das Internet als politische Informationsquelle herangezogen hat (Skip Frage: 304, fehlen: 2, Angaben in %)

Die Frage wurde offen gestellt. Das hatte den Hintergrund, dass die Befragten selbst den Grund nennen sollten und nicht von geschlossenen Fragen verleitet werden sollen, etwas anzukreuzen was nicht der Wahrheit entsprach. Die offene Frage sollte den Teilnehmern die Möglichkeit bieten frei und unbeeinflusst alle Motive zu Papier zu bringen, die für sie relevant waren. Die nachfolgende Grafik bildet die am häufigsten genannten Motive in sinnvoll zusammengefassten Kategorien ab. Zuerst wurden alle 549 Fragebogen angeschaut und gesichtet, was die Befragten bei den offenen Kategorien aufgeschrieben haben. Diese Wörter wurden dann zu Papier gebracht und nach der Besichtigung und Zusammenfassung von sinnvollen Kategorien in das Statistikprogramm SPSS eingetragen. BSP: Warum haben Sie sich nicht über politische Themen vor der Nationalratswahl 2013 im Internet über Online-Informationsquellen informiert? – Antworten: kein Interesse/ interessiert mich nicht/mir ist das egal/Politik interessierte mich noch nie,

fehlendes Interesse, kein Interesse vorhanden, Politik ist uninteressant und deshalb informiere ich mich gar nicht etc. – Kategorie: kein Interesse.

Die Frage nach dem Grund warum das Internet nicht als politische Online-Informationsquelle herangezogen wurde, beinhaltet nur diejenigen die vorab die Frage 5 mit nein beantwortet haben. (n=243)

8.2.4 Ergebnisdarstellung Hypothese 2.a

Hypothese 2.a: Aufgrund von fehlendem politischen Interesse nehmen Erstwähler keine politische Informationsbeschaffung im Internet vor.

Unter den insgesamt 410 Nennungen, die das Internet nicht als politische Online-Informationsquelle heranzuziehen, lag an erster Stelle das fehlende Interesse an Politik mit 28,3 Prozent (n=116). Diese Hypothese wurde aufbauend auf die vorherigen Forschungsfragen bezüglich des Interesses gemacht. Die Forscherin zog den logischen Schluss, dass sich viele Jugendliche nicht für Politik interessieren und deshalb diesen Grund an erster Stelle nannten. Wieder wird an dieser Stelle auf den Punkt 6 aktueller Forschungsstand in der Arbeit verwiesen. Hypothese 2.a ist somit bestätigt.

8.2.5 Ergebnisdarstellung Hypothese 2.b

Hypothese 2.b: Ein weiterer Grund von Erstwähler sich gegen eine politische Informationsbeschaffung im Internet zu entscheiden sind die klassischen Medien (Zeitung und TV) die genug Informationen bieten.

Wie die vorgestellten Studien gezeigt haben, gehören Fernsehen und Zeitung zu den am häufigsten genutzten Informationsquellen um sich politisch zu informieren. Die befragten Personen, die sich nicht über das Internet politisch informieren, werden somit mit großer Wahrscheinlichkeit die klassischen Medien wie Fernsehen und Zeitung nennen. Die Untersuchung hat diese Annahme bestätigt. Die klassischen Medien wie Fernsehen wurden mit 19,6 Prozent (80) und Zeitung 10,8 Prozent (n=44) als häufige Gründe genannt, sich nicht über das Internet zu informieren. Die Erstwähler waren der Meinung,

dass Fernsehen und Zeitungen genug Informationen vermitteln/anbieten. Hypothese 2.a kann somit als bestätigt angesehen werden. Zeitungen und Fernsehen zählen zu den Hauptinformationsquellen um sich politisch zu informieren, die Forscherin nimmt darauf in Kapitel 5 Bezug.

Gefolgt wurden die klassischen Medien von den jeweiligen Broschüren der Parteien. Rund 7,6 Prozent der Befragten nannten als Grund, sich nicht über das Internet zu informieren, dass die Broschüren genug Informationen beinhaltet haben.

8.2.6 Ergebnisdarstellung Hypothese 2.c

Hypothese 2.c: Kein Grund für Erstwähler sich gegen eine politische Informationsbeschaffung im Internet zu entscheiden sind Lehrer, die im Unterrichtsfach schon genügend Informationen geliefert haben.

Lediglich 7,3 Prozent (n=31) nannten die Lehrer/Schule als Grund, die ihnen schon genug Informationen über das politische Großereignis der Nationalratswahl 2013 vermittelt haben. Dieses Ergebnis ist interessant, da alle befragten Personen in der Schule an der Erhebung teilgenommen haben und zudem immer in einem Unterrichtsfach, wo Politik unterrichtet wurde. Deutlich zeigt dieses Ergebnis den Nachholbedarf in den Unterrichtsfächern. Gerade Lehrer in den Schulen sollten ihren Schülern (die das erste Mal wählen dürfen!) vor einem politischen Großereignis wie die Nationalratswahl 2013 genug Informationen zur Verfügung stellen. Zudem stützt sich diese Hypothese im Weitesten auch auf den Bericht der Jugend-Werte-Studie 2012 die erforscht hat, dass sich junge Erwachsene in Österreich in vorderster Reihe ihre politischen Informationen über Massenmedien (Fernsehen, Zeitung, Hörfunk) verschaffen. Sehr selten werden in diesem Zusammenhang Schulen und Lehrer genannt. (vgl. Kapitel 6) Interessant ist auch, dass 7,1 Prozent (n=29) dem Internet einen Mangel an Kompetenz zuschieben und sich daher woanders politisch informierten. Auch die komplizierte Informationsbeschaffung wurde als Grund gegen eine Internetnutzung um sich politisch zu informieren von 6,8 Prozent (n=28) genannt. .

Als weiterer Grund wurde von den Erstwählern genannt, dass sie nicht zur Wahl gehen mit 4,6 Prozent (n= 19) und sich daher vorher auch nicht politisch informieren brauchen. Zudem wurden auch die Eltern als Grund angegeben, die genug politisch informierten mit 4,1 Prozent (n=17). Die fehlende österreichische Staatsbürgerschaft wurde von 2,4 Prozent (n=10) genannt. Am seltensten wurde der Grund, kein Internet zu haben 0,7 Prozent (n=3) und der Grund dass die Befragten schon von vornherein gewusst haben wen sie wählen und sich daher nicht mehr politisch informieren müssten mit ebenfalls 0,7 Prozent (n=3) genannt. Hier zeigt sich, dass auch bei jenen, die das Internet nicht zur politischen Meinungsbildung herangezogen haben, das soziale Umfeld eher wenig Bedeutung für politische Meinungsbildung besitzt.

Denjenigen Erstwählern, die ihre Informationen vor der letzten Nationalratswahl 2013 über das Internet geholt hatten, wurde im Folgenden die Frage gestellt woher sie diese Informationen hatten. Somit wurden in der Befragung nur diejenigen weiter befragt, die sich auch aktiv über das politische Geschehen im Internet vor der Wahl 2013 informiert haben. Dieser Teil ist der Kern der vorliegenden Arbeit.

Frage 7.) Welche Informationsquellen nutzen Sie, um sich über die Nationalratswahl 2013 zu informieren?

Dazu gab es 8 geschlossene Antwortmöglichkeiten.

- **Onlinezeitungen**
- **Social Media**
- **Websites von Parteien**
- **Youtube**
- **Blogs**
- **Foren**
- **ORFthek**
- **Sonstiges**
-

Die jeweilige Antwortmöglichkeit konnte mit ja oder nein beantwortet werden. Wenn man sie mit ja beantwortete wurde die offene Frage gestellt, von welchem Onlineangebot genau man sich politisch informiert hat. Die offenen Angaben wurden nachträglich in sinnvolle Kategorien (wie bei Frage 6) zusammengefasst und so operationalisierbar gemacht. Keiner der befragten Personen nannte eine andere Möglichkeit bei sonstiges, somit wird diese Möglichkeit auch bei der unten folgenden Grafik nicht miteinbezogen. Vorab wird zuerst grafisch dargestellt wie sich die politische Informationsbeschaffung auf diesen sieben vorgegeben Rubriken verteilt.

Hypothese 3.a: Erstwähler nutzen am häufigsten die Onlinezeitungen im Internet um sich politisch zu informieren.

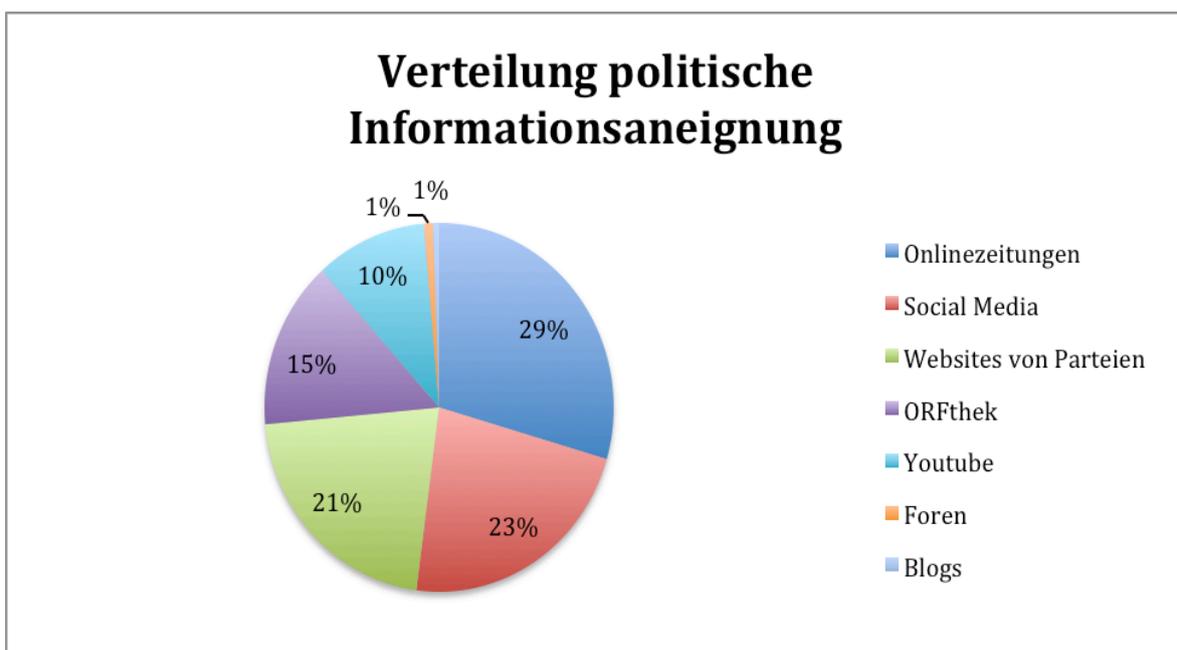


Abbildung 26: Verteilung politischer Informationsaneignung

Quelle: Datensatz Nachwahlbefragung NR 2013, N=304 (Anm: jene, die diese Frage überhaupt gestellt bekommen haben), Gesamtanzahl der Nennungen = 718= 100%-Basis)

Diese Hypothese leitete die Forscherin aus dem Forschungsstand, der schon vorher angeführt wurde ab. Operationalisiert wurde diese Hypothese mit der Häufigkeitsauszählung der vorher angeführten Rubriken im Fragebogen. Aufgrund der angeführten Daten kann erkannt werden, dass die Forscherin mit der Annahme richtig lag und deshalb gilt diese Hypothese als bestätigt.

Die insgesamt 718 Nennungen haben sich wie folgt verteilt. An erster Stelle mit rund 29 Prozent (n= 212) wurden Onlinezeitungen genannt gefolgt von Social Media Plattformen mit 23 Prozent (n=162). Die Websites von Parteien spielten unter den Befragten auch eine große Rolle; insgesamt haben sie 21 (n=154) genannt. Am Vierthäufigsten wurde die ORFthek genannt mit 18,7 Prozent (n= 106) als Quelle für politische Informationen, gefolgt von der Plattform YouTube mit 13,5 Prozent (n=74). Sehr selten wurden Blogs und Foren genannt mit sechs Nennungen sowie vier Nennungen. Hier zeigt sich bereits, dass Medienhäuser (Zeitungen) nach wie vor die vorherrschende Rolle (bzw. eine wichtige Rolle) für politische Informationsbeschaffung innehaben. Die Zeitungen waren auch früher die wesentlichen Kanäle für politische Information, nun könnte man eventuell von einer „Digitalisierung“ dieser Informationsträger sprechen – Ort der politischen Informationssuche bleibt also gleich (renommierte Zeitungen etc.), doch in digitalisierter Form.

Frage 7) Zusatzfrage: Onlinezeitungen - Wenn ja, welche....

8.2.7 Ergebnisdarstellung Hypothese 3.b

Hypothese 3.b: Erstwähler die sich über Onlinezeitungen politisch informieren, tun dies über große Medienhäuser wie zum Beispiel den Österreichischen Rundfunk (ORF).

Wie schon vorhin erwähnt wird jetzt genauer auf die einzelnen Onlineangebote eingegangen. Da es sich hier um offene Fragen gehandelt, die beim Auswerten zu Kategorien umgewandelt wurden, waren mehrfache Nennungen möglich.

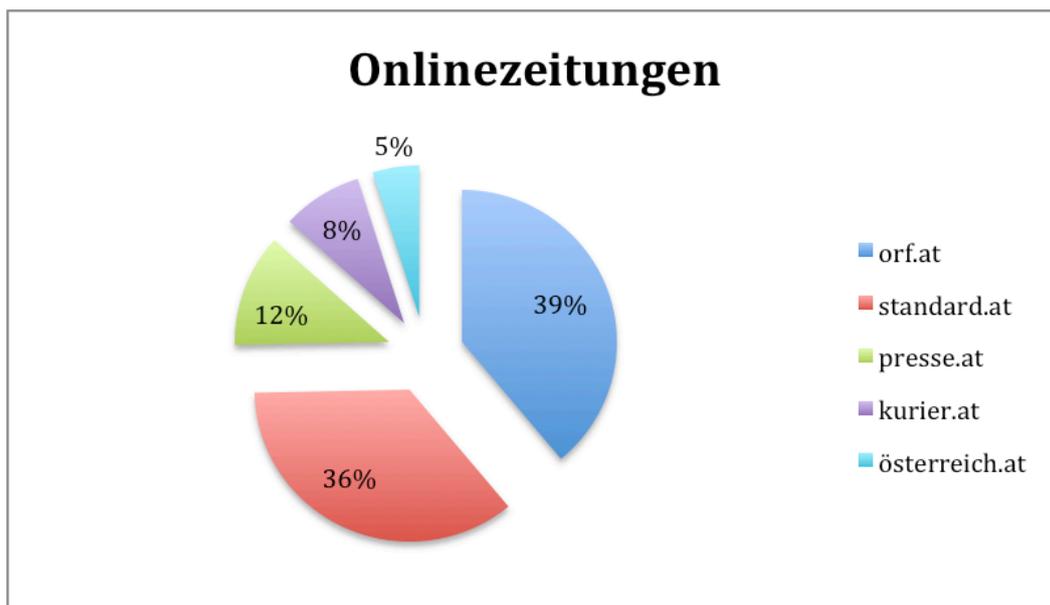


Abbildung 27: Verteilung Onlinezeitungen

Quelle: Datensatz Nachwahlbefragung NR 2013, N=304 (Anm: jene, die diese Frage überhaupt gestellt bekommen haben), Gesamtanzahl der Nennungen = 308= 100%-Basis)

Diese Hypothese wurde deshalb aufgestellt, weil der ORF das größte Medienhaus in Österreich ist und deshalb auch am bekanntesten und am weitverbreitetsten ist. Unter den insgesamt 308 Nennungen befand sich an erster Stelle die Onlinezeitung orf.at mit 39 Prozent (n=120) gefolgt von standard.at mit 36 Prozent (n=110), An dritter Stelle mit 12 Prozent (n=37) wurde die presse.at genannt. Anschließend wurde die Seite des kurier mit 8

Prozent (n=26) genannt. Nur wenige der Befragten informierten sich auf der Seite von der Zeitung Österreich mit 5 Prozent (n=15). Diese Hypothese kann aufgrund der Auszählungen somit auch bestätigt werden. Jedoch darf nicht außer Acht gelassen werden, dass das Ergebnis nicht sehr ausgeprägt war. Auf alle Fälle kann gesagt werden, dass Onlinezeitungen von jungen Erwachsenen genutzt werden um sich politisch zu informieren.

Frage 7: Zusatzfrage Social Media – Wenn ja, welche...

8.2.8 Ergebnisdarstellung Hypothese 3.c

Hypothese 3.c: Erstwähler die sich über Social Media Angebote informieren, tun dies am häufigsten über Facebook.

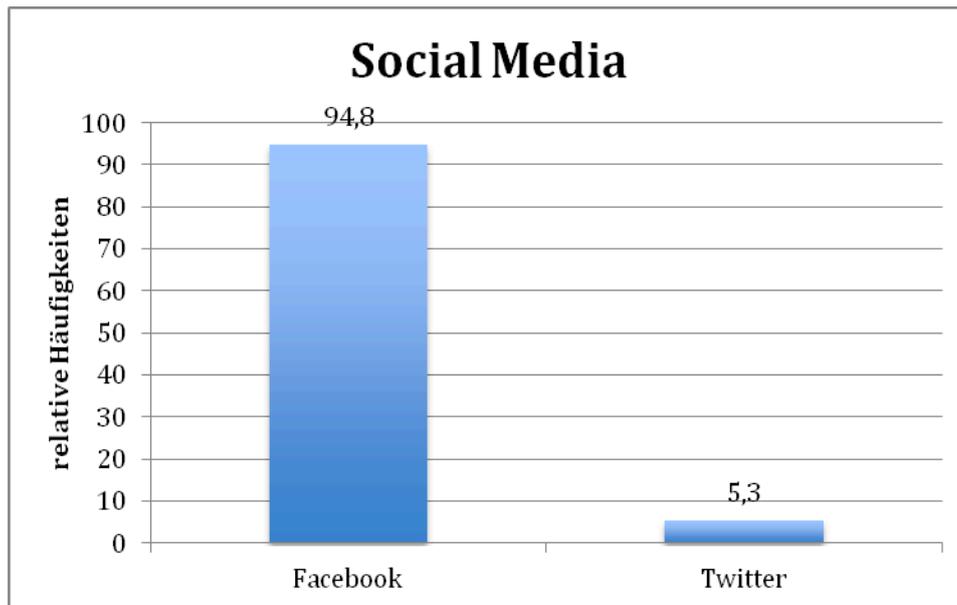


Abbildung 28: Verteilung Social Media

Quelle: Datensatz Nachwahlbefragung NR 2013, N=304 (Anm: jene, die diese Frage überhaupt gestellt bekommen haben), Gesamtanzahl der Nennungen = 169= 100%-Basis)

Abgeleitet wurde diese Hypothese aus den Ergebnissen des Medienpädagogischen Forschungsverbands Südwest. (vgl. Kapitel Forschungsstand 6.3.) Facebook spielt bei den Jugendlichen eine große Rolle, wobei seit 2012 ein leichter Rückgang verzeichnet werden konnte. Jedoch steht Facebook unter den Social Media Angeboten noch immer an erster Stelle.

Auf die Frage welche Social Media Plattformen die Erstwähler zur politischen Information herangezogen haben fiel die Antwort sehr eindeutig aus. Es wurden nur zwei Social Media Plattformen von den Erstwählern genannt. Man erkennt an der Auswertung deutlich, dass fast alle von den 169 Nennungen Facebook nannten 94,8 Prozent (n=160). Twitter wurde von den Erstwähler

nur von 5,3Prozent (n=9) genannt. Diese Hypothese ist somit als bestätigt anzusehen.

Frage 7: Zusatzfrage: Homepages von Parteien – Wenn ja, welche...

8.2.9 Ergebnisdarstellung Hypothese 3.d

Hypothese 3.d: Erstwähler die sich über Websites von Parteien informieren, tun dies am häufigsten über die Websites von den Neos, Grünen und der FPÖ.

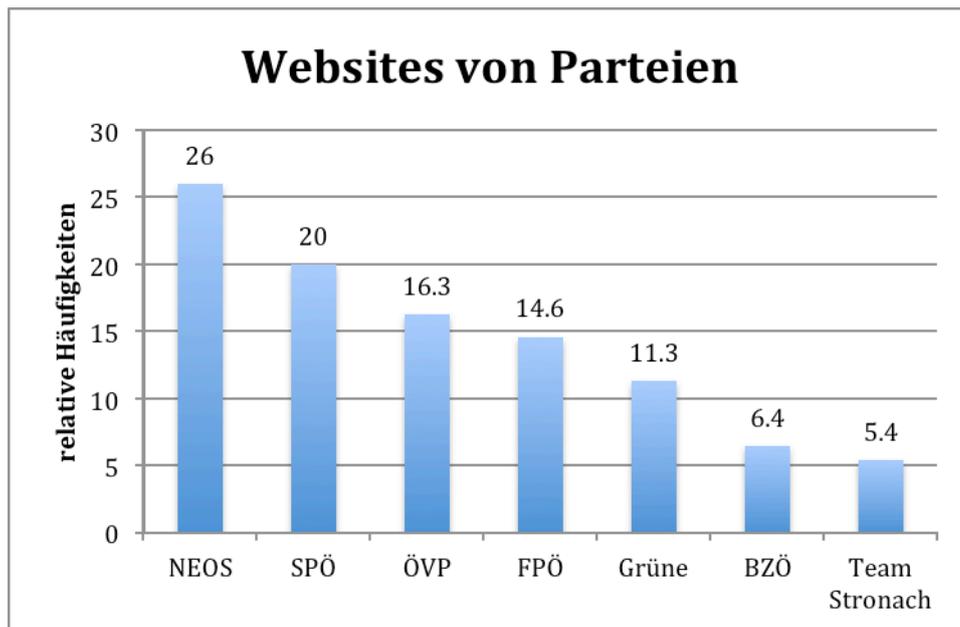


Abbildung 29: Verteilung Websites von Parteien

Quelle: Datensatz Nachwahlbefragung NR 2013, N=304 (Anm: jene, die diese Frage überhaupt gestellt bekommen haben), Gesamtanzahl der Nennungen = 424= 100%-Basis)

Die Grafik zeigt, auf welchen Websites von Parteien sich Erstwähler vor der Nationalratswahl politisch informiert haben. Auf diese Annahme ist die Forscherin deshalb gekommen, da Filzmaier/Perlot/Beyr 2010 eine Erhebung gemacht haben, die sich mit den Präferenzen der Jungwähler beschäftigte. Ein Ergebnis daraus war, dass die FPÖ und die Grünen sozusagen die jungen Parteien sind und Junge Leute sich eher für diese Parteien entscheiden als für die beiden Großparteien (vgl. Kapitel 3.2.). Da die Neos das erste Mal 2013 kandidiert sind und ihr Wahlkampfprogramm sehr auf die jüngeren Generationen zugeschnitten war, nahm die Forscherin an, dass sich die Jungwähler sehr für diese Partei besonders interessieren werden. Das sich so viele der Befragten für die beiden Großparteien ÖVP und SPÖ interessieren

werden, deckt sich mit den Ergebnissen der Nachwählerhebung von AUTNES die Aufgrund der enorm kleinen Stichprobe mit Vorsicht betrachtet werden muss. (vgl. Kapitel 6.7.3) Diese Hypothese ist somit nur zum Teil bestätigt. An erster Stelle nannten die Befragten die Websites der NEOS mit 26 Prozent (n=110) gefolgt von der SPÖ Homepage mit 20% (n=85). Danach wurden die Homepage der ÖVP mit 16,3 Prozent (n=69) genannt und die Homepage der FPÖ 14,6 Prozent (n=62) genannt. Selten wurde die Homepage der BZÖ mit 6,4 Prozent (n=27) sowie das Team Stronach mit 5,4 Prozent (23) genannt.

Weiteres hat die Forscherin interessiert, welche Beiträge Erstwähler auf Youtube vorrangig anschauen.

Frage 7: Zusatzfrage: Youtube– Wenn ja, was haben Sie angeschaut?

8.2.10 Ergebnisdarstellung Hypothese 3.e

Hypothese 3.e: Erstwähler die sich über Youtube politisch informieren, schauen dort vorrangig Interviews mit Politiker an.“

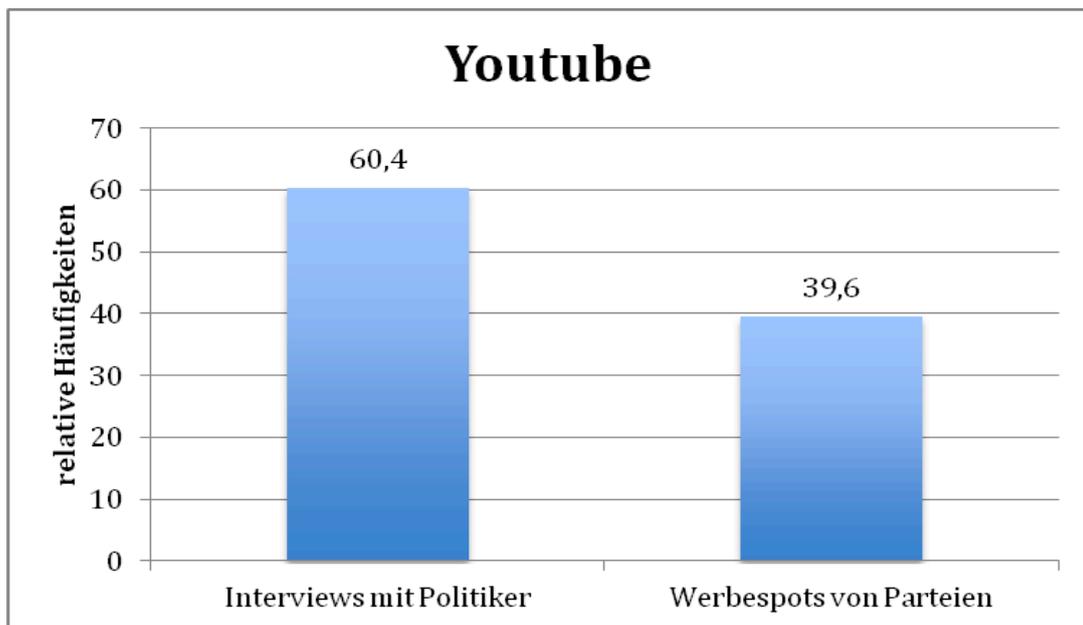


Abbildung 30: Verteilung Youtube

Quelle: Datensatz Nachwahlbefragung NR 2013 N=304 (Anm: jene, die diese Frage überhaupt gestellt bekommen haben), Gesamtanzahl der Nennungen = 101= 100%-Basis)

Die Internetplattform Youtube wurde von der Erstwählern am Vierthäufigsten genannt. Laut der YIM –Studie 2014 (vgl. Kapitel 6) ist das beliebteste Onlineangebot unter den Jugendlichen Youtube. Deshalb durfte auch das Onlineangebot auf keinen Fall bei der Untersuchung fehlen. Auf die Frage, was die Erstwähler, was sie dort genau angeschaut haben antwortet zu 60.4 Prozent (n=61) „Interviews mit Politikern“ sowie „verschiedene Werbespots der jeweiligen Parteien“ mit 39,6 Prozent (n=40). Leider ging aus der Befragung nicht hervor, welche Werbespots damit gemeint sind (von welcher Partei, Titel des Werbespots etc.) und welche politische Interviews vor der Nationalratswahl angeschaut wurden, da die Frage offen gestellt wurde. Die JIM-Studie 2014 machte in ihrer Erhebung auch darauf aufmerksam, dass Youtube zu einem der beliebtesten Onlineangebote der jungen Generation

gehört. (vgl. Kapitel 6.5.) Im Mittelpunkt der Partei steht meist eine Person und diese polarisiert auch vorrangig in den Medien. Gerade vor der Nationalratswahl liegt es deshalb nahe, dass Erstwähler sich Interviews mit den einzelnen Politikern anschauen um sich politisch zu informieren. Zu einer größeren Überraschung führte die Angabe von Werbespots auf Youtube.

Frage 7: Zusatzfrage: Blogs– Wenn ja, in welchen Blogs haben Sie sich informiert?

8.2.11 Ergebnisdarstellung Hypothese 3.f

Hypothesen: 3.f: Erstwähler nehmen am seltensten das Onlineangebot von Blogs und Foren in Anspruch, um sich politisch zu informieren.

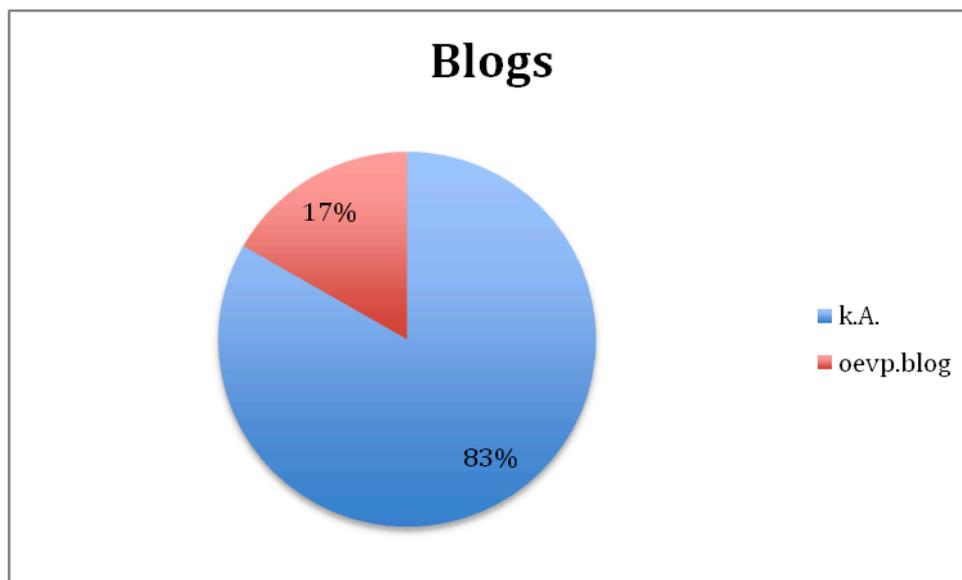


Abbildung 31: Verteilung Blogs

Quelle: Datensatz Nachwahlbefragung NR 2013, N=304 (Anm: jene, die diese Frage überhaupt gestellt bekommen haben), Gesamtanzahl der Nennungen = ACHTUNG! 6 = 100%-Basis)

Wenig überraschend ist das vorliegende Ergebnis bezüglich der Verwendung von Blogs, um sich politisch zu informieren. Lediglich 6 Personen haben Blogs als politische Informationsquelle genannt. Nur einer der Befragten nannte aber einen Blog der oevp.at, die restlichen 5 Personen machten keine Angaben zu der offenen Frage.

Frage 7: Zusatzfrage: Foren– Wenn ja, in welchen Foren haben Sie sich informiert?

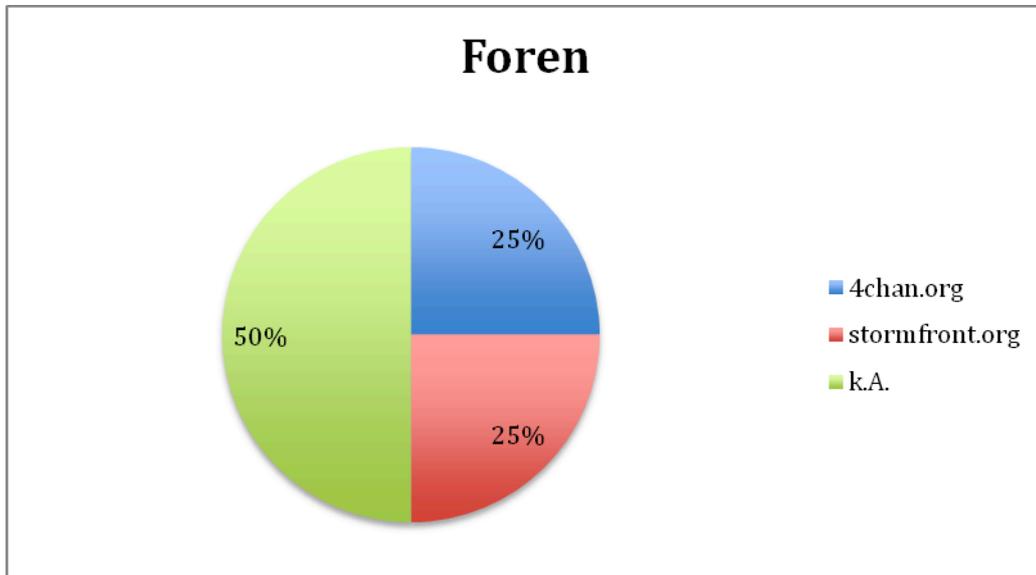


Abbildung 32: Verteilung Foren

Quelle:., Datensatz Nachwahlbefragung NR 2013 N=304 (Anm: jene, die diese Frage überhaupt gestellt bekommen haben), Gesamtanzahl der Nennungen = ACHTUNG! 4 = 100%-Basis)

Nicht sehr viel anders als bei der Informationsquelle Blogs, sieht es bei den Foren aus. Es wurde lediglich 4 mal die Informationsquelle der Foren genannt, wobei zwei von den Befragten keine Angabe zur genaueren Frage: „Wenn ja, in welchen Foren haben Sie sich informiert?“ machten. 4chan.org ist ein Forum wo man Kommentare zu Bildern schreiben und Bilder posten kann. Es ist einer Vielzahl von Themen gewidmet. Die meisten beziehen sich aber auf japanische Animations- und Videospiele Kultur, Musik und Fotografie.⁴ Das andere genannte Forum ist ein Forum für rassistische und neonazistische Ideologien. Die Seite besteht aus verschiedenen Unterbereichen wie zum Beispiel: Ideologie und Philosophie; Selbstverteidigung, Rechtliche Probleme etc. Die Beiträge sind rassistische Beiträge und häufig wird von einer Überlegenheit der weißen Rasse gegenüber der schwarzen propagiert.⁵ In der vorliegenden Arbeit im Kapitel 6 gibt es genug Hinweise darauf, dass Jugendliche sich eher selten über Blogs und Foren politisch informieren. Heinzlmaier/Ikrath weisen in diesem Zusammenhang darauf hin, dass die

⁴ <http://www.4chan.org>

⁵ <https://www.stormfront.org/forum/>

Erstwähler ihre Information eher passiv konsumieren und sich deshalb Blogs und Foren noch nicht wirklich durchgesetzt haben. (vgl. Kapitel 6) Die Hypothese kann somit als bestätigt angesehen werden.

Frage 7: Zusatzfrage: ORFthek – Wenn ja, welche Sendungen haben Sie dort angeschaut?

8.2.12 Darstellungsergebnis Hypothese 3.g

Hypothese 3.g: Erstwähler die Onlinedienste der ORFthek in Anspruch nehmen, schauen dort am häufigsten TV-Duelle zwischen Politikern an.

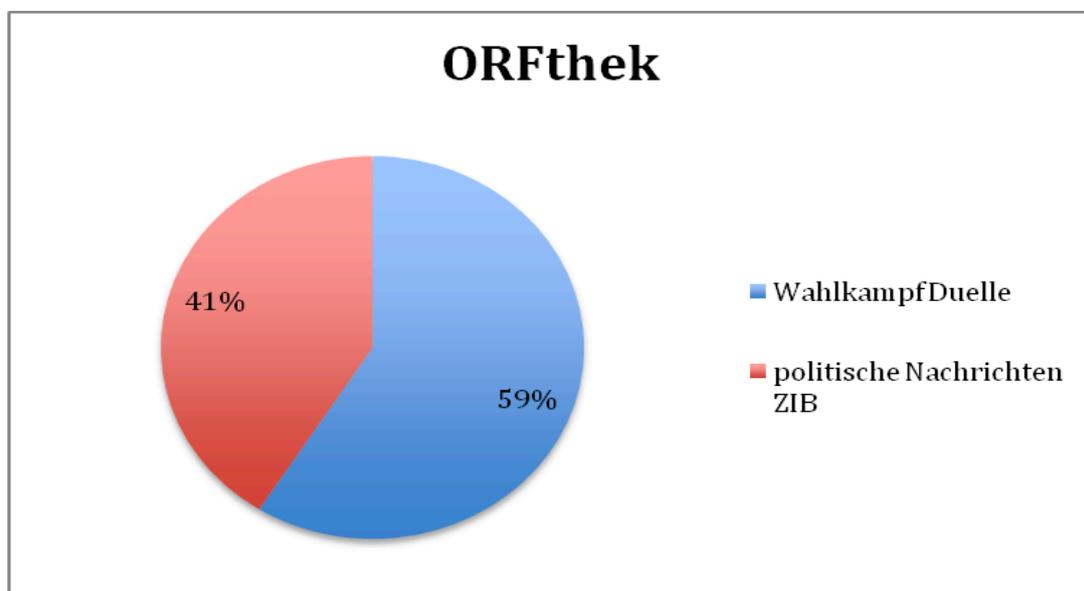


Abbildung 33: Verteilung ORFthek

Quelle: Befragung NRW 2013, N=304 (Anm: jene, die diese Frage überhaupt gestellt bekommen haben), Gesamtanzahl der Nennungen = 131= 100%-Basis

Aufbauend auf den Erläuterungen im Kapitel 5 wurde die Hypothese gebildet, dass Erstwähler sich am häufigsten TV-Duelle auf Youtube anschauen werden. Schulz spricht von einer Mediatisierung und immer mehr politische Diskurse werden in die Medien umgelagert. Zudem wird Parteipolitik immer mehr zu einer Personenpolitik und gewisse Politiker rücken in den Vordergrund. (vgl. Kapitel 5) Auch bei der Frage, was die Teilnehmer auf der Videoplattform Youtube anschauen, standen einzelne Politiker im Vordergrund. Die Annahme kann bestätigt werden, aber Nachrichten spielen

noch immer eine sehr große Rolle in der Informationsaneignung unter den Erstwählern.

Die insgesamt 131 Nennungen haben sich auf zwei verschieden genannte Sendungen aufgeteilt. Zum einen wurden die Wahlkampf Duelle/Konfrontationen mit 59 Prozent (n=85) genannt und zum anderen wurden die politischen Nachrichten (ZIB) mit 41 Prozent (n=46) genannt. Auch an dieser Stelle, gab es das Problem, dass die Befragten bei der offenen Frage nicht weiter ins Detail gegangen sind. Es wurden meistens einzelne Wörter wie TV-Duelle, TV-Konfrontationen, ZIB, politische Nachrichten genannt. Diese zwei Kategorien konnten anhand der Antworten gebildet werden.

Betrachtet man die Nutzung verschiedenster Internetplattformen zur Informationsbeschaffung je nach politischem Interesse einer Person, dann zeigt sich folgende Verteilung

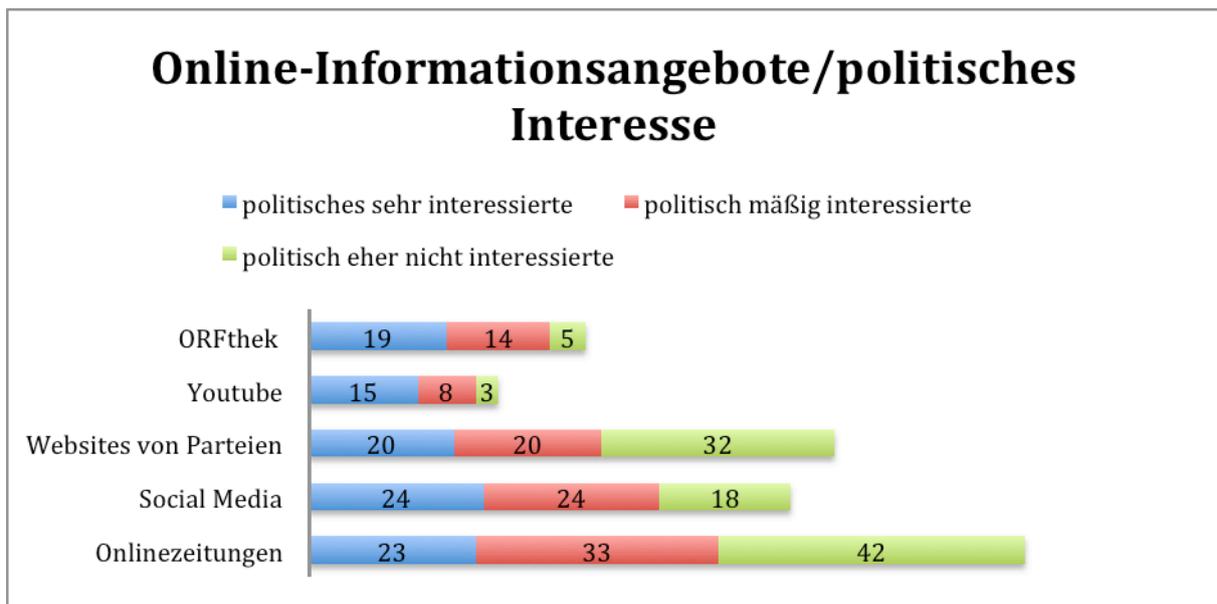


Abbildung 34: Online-Informationsangebote/politisches Interesse

Quelle: Datensatz Nachwahlbefragung NR 2013 Item „Politisches Interesse: die insgesamt 6 Antwortmöglichkeiten wurden in 3 sinnvolle Kategorien zusammengefasst); 100%-Basis bildet jeweils die Nennungs-Summe der drei Kategorien „politisch sehr interessiert“ N=344; „politisch mäßig interessiert“ n=249; „politisch eher nicht interessiert“ n=111 → Foren, Blogs nicht abgebildet, da nur marginal bedeutsam

8.2.13 Ergebnisdarstellung Hypothese 4.a

Hypothese 4.a: Politisch interessierte Erstwähler nützen eher die Vielfalt der Onlineangebote um sich politisch zu informieren, als politisch uninteressierte Erstwähler.

Diese Hypothese basiert auf dem logischen Verständnis einerseits und aus der Fachliteratur andererseits. Je größer das Interesse an Politik ist, desto unterschiedlichere Quellen zieht man sozusagen heran um sich zu informieren. (vgl. Kapitel 3 und 5) Diese Annahme hat sich bestätigt.

8.2.14 Ergebnisdarstellung Hypothese 4.b

Hypothese 4.b: Politisch uninteressierte informieren sich eher über Social Media Angebote wie zum Beispiel Facebook.

Die Forscherin merkt an dieser Stelle an, dass es sehr wenige Erhebungen gibt, die so spezifisch das politische Mediennutzverhalten von Erstwählern in Österreich analysiert haben. Logisch erschien der Autorin der Zusammenhang mit politischem Interesse und Youtube, da auf Youtube spezifisch nach Videos gesucht werden muss. Nur Menschen die sich wirklich für Politik interessieren, würden sich somit die Mühe antun danach zu suchen und Begriffe einzugeben. Diese Annahme hat sich bestätigt und ist somit verifiziert.

Grundsätzlich zeigt sich, dass sich unter den politisch sehr interessierten Personen der Anteil der Nennungen auf alle Internetplattformen mehr oder weniger gleich verteilt (zwischen 15 Prozent und 24 Prozent). Besonders deutliche Unterschiede je nach Internetplattform zeigen sich bei der Kategorie „politisch eher nicht interessiert“. Die ORFthek und Youtube wurden kaum als Online-Informationsquellen genutzt. Onlinezeitungen – renommierte Medienhäuser/Zeitungen waren unter dieser Gruppe besonders relevant, gefolgt von Websites der Parteien. Zur näheren Betrachtung, ob tatsächlich Zusammenhänge unter der befragten Gruppe bestehen wurden dem Datenniveau gemäß Chi-Quadrat-Tests angewandt. Dabei zeigten sich für Social Media (Chi-Quadrat, $p=0,000$ / Kontingenz $C=0,26$, $p=0,000$), Youtube

(Chi-Quadrat, $p=0,000$ / Kontingenz $C=0,33$) und die ORFthek (Chi-Quadrat, $p=0,000$ / Kontingenz $C=0,33$, $p=0,000$) hoch signifikante Zusammenhänge. In diesen Fällen weist die Nutzung der Onlineangebote für politische Infobeschaffung Auffälligkeiten je nach politischem Interesse der Befragten auf. Insbesondere die Nutzung der ORFthek und Youtube als politische Informationsquellen hängen tendenziell mit dem politischen Interesse der befragten Personen zusammen. Politisch sehr Interessierte nutzen diese Quellen ebenso wie andere. Politisch kaum Interessierte schließen diese Quellen nahezu vollständig aus. Wie schon oben erwähnt, könnte das damit zusammenhängen, dass auf Youtube spezifisch gesucht werden muss, genauso wie bei der ORFthek muss man Begriffe eingeben um dann den gewünschten Beitrag zu sehen. Bei den anderen Angeboten ist das nicht der Fall.

Im Folgenden soll nicht nur die politische Informationsbeschaffung sondern auch die aktive Beteiligung an einem politischen Diskurs betrachtet werden.

Frage 8.) Haben Sie während des Wahlkampfes Ihre Meinung zu einem politischen Thema im Internet veröffentlicht bzw. geäußert?

Weiteres wurden die Erstwähler gefragt, die bei Frage 5 mit ja geantwortet haben, ob sie während des Wahlkampfes ihre Meinung im Internet veröffentlicht haben. Man konnte mit ja oder nein antworten. Die Befragten die mit ja antworteten wurden danach gefragt wenn ja, wo genau sie ihre Meinung veröffentlicht haben. Im Folgendem wird zuerst ein Diagramm gezeigt, welches die geschlossene Frage darstellt.



Abbildung 35: Meinungsveröffentlichung im Internet
Quelle:., Datensatz Nachwahlbefragung NR 2013, N=304 Meinungsveröffentlichung im Internet in Prozent (Anm: jene, die diese Frage überhaupt gestellt bekommen haben)

Das Ergebnis ist sehr eindeutig; die meisten der Befragten - 92 Prozent - haben angegeben ihre Meinung zu einem politischen Thema nicht veröffentlicht zu haben. Lediglich 8 Prozent, das sind 23 befragte Personen gaben an, ihre Meinung wo geäußert zu haben.

Zusatzfrage 8: Wenn ja, wo ...?

Die Frage war offen gehalten und es wurden wie bei Frage 6 und 7 im Vorfeld Kategorien gebildet.

8.2.15 Ergebnisdarstellung Hypothese 5.a

Hypothese 5.a: Erstwähler nützen am häufigsten das Onlineangebot Facebook um ihre politische Meinung zu veröffentlichen.

8.2.16 Ergebnisdarstellung Hypothese 5.b

Hypothese 5.b.: Männliche Erstwähler veröffentlichen eher ihre politische Meinung im Internet als weibliche Erstwähler.



Abbildung 36: Wo genau haben Sie ihre Meinung geäußert?

Quelle: Datensatz Nachwahlbefragung NR 2013, N=23 Wo haben sie ihre Meinung zu einem politischen Thema geäußert, Daten in Prozent

Operationalisiert wurde diese Hypothese mit der Häufigkeitsauszählung der gegebenen Antworten. Es kam zu einem sehr eindeutigen Ergebnis und die Hypothese ist somit bestätigt.

Wie man an diesem Diagramm gut erkennen kann, haben fast alle Erstwähler, die ihre Meinung geäußert haben, es in Facebook 90 Prozent (n=21) getan. Jeweils eine Person hat angegeben dies auf standard.at bzw. studivz.net getan zu haben. Auch hier zeigt sich, wie zu erwarten, ein tendenzieller

Zusammenhang zwischen politischem Interesse (kategorisiert) und politischer Beteiligung im Internet (Chi-Quadrat, $p=0,000$ / Kontingenz-C: 0,4, $p=0,000$). Personen, die also politisch sehr interessiert sind, haben sich auch am ehesten an politischem Diskurs beteiligt. Grundsätzlich waren es sehr wenige Erstwähler die ihre Meinung im Internet geäußert haben. Wie schon oben erwähnt, scheint es so, dass Erstwähler eher passiv im Internet nach Informationen suchen und nicht aktiv. Nach dem Prinzip „many-to-one“ lassen sie sich eher von den Informationen berieseln als aktiv in Foren/Blogs/Social Media Angebote mitzuwirken und mitzudiskutieren. Zudem waren Großteils der Befragten Personen männlich die ihre Meinung im Internet geäußert haben. Dies kann in Verbindung gebracht werden, dass männliche Erstwähler ihr Interesse an Politik als höher Einstufen als weibliche. Mehr Interesse führt auch zu mehr Beteiligung wie es in den Kapiteln 5 und 6 ausführlich erläutert wurde. Die Kluft zwischen den weiblichen und männlichen Erstwählern sollte eine näheren genaueren Analyse unterzogen werden. An dieser Stelle wäre es sinnvoll eine weitere Forschungsarbeit über das Gender-Gap zwischen den Geschlechtern mit Fokus auf die Erstwähler zu konzipieren.

Zudem zeigt die Forschung, dass Jugendliche sich immer weiter von der Politik entfernen und es zu immer mehr Distanz zwischen Politik und den Jugendlichen kommt. Das schon immer schwierige Verhältnis, verschlechterte sich seit den letzten Jahren noch intensiver. (vgl. Kapitel 3)

Abschließend konnten die Befragten verschiedenen Aussagen rund um das Internet als Plattform politischen Austausches und als Online-Informationsquelle zustimmen. Leider konnten keine kausalen Zusammenhänge erforscht werden, deshalb wird zur Vollständigkeit eine kurze deskriptive Darstellung der Ergebnisse folgen.

Frage 9.) Es gab zur Auswahl: trifft zu, trifft eher zu, trifft nicht zu, trifft überhaupt nicht zu und weiß ich nicht. Insgesamt gab es fünf verschiedene Statements zur Informationsquelle Internet. Es kam zu folgenden Ergebnissen:

Aussage1: Das Internet bietet genug politische Informationen, die man auch leicht und einfach abrufen kann.

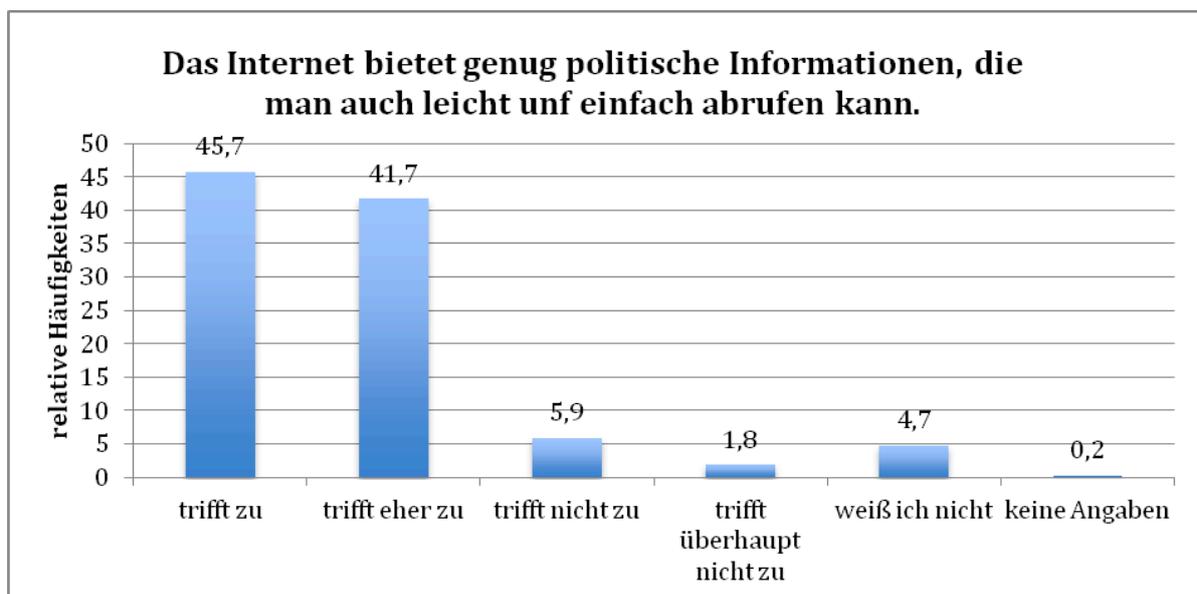


Abbildung 37: Internet bietet genug politische Informationen

Quelle: Datensatz Nachwahlbefragung NR 2013, N=549, Angaben in Prozent (keine Angaben 0,2 %)

Der Großteil der Befragten war der Ansicht, dass das Internet genug politische Informationen anbietet, die man auch leicht abrufen kann. „Trifft zu“ - 45,7 Prozent gefolgt von „trifft eher zu“ - 41,7 Prozent. Nur 5,9 Prozent stimmten dieser Aussage nicht zu und 1,8 Prozent stimmten überhaupt nicht zu. 4,7 Prozent wussten nicht ob das Internet genügend politische Informationen anbietet die man auch leicht und einfach abrufen kann

Aussage 2: Das Internet bietet die Möglichkeit politisch aktiv zu sein.

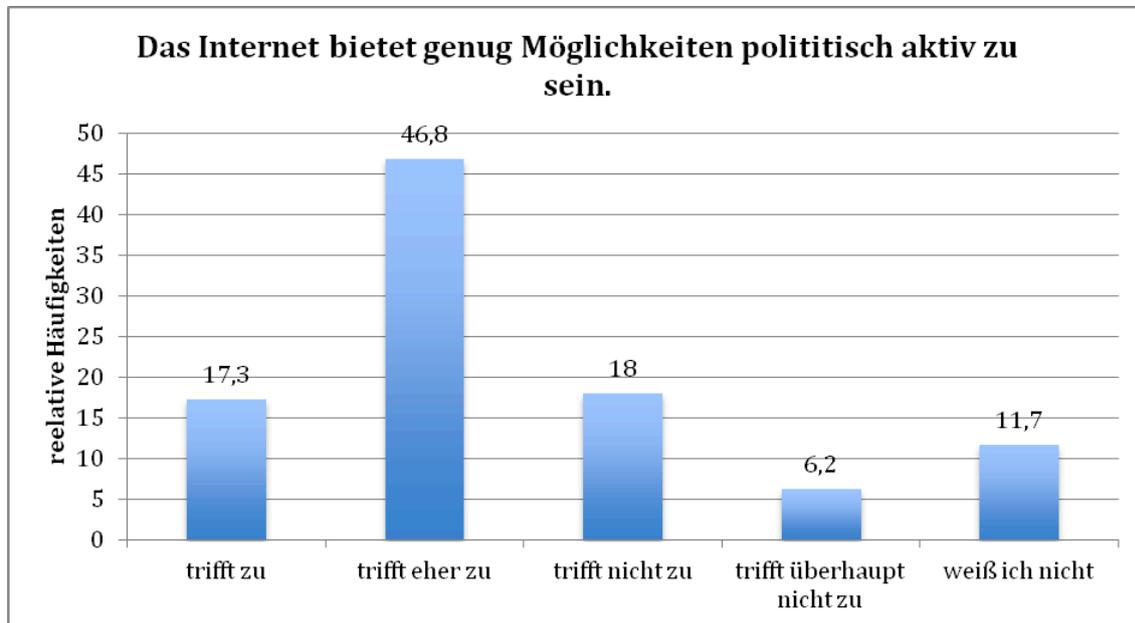


Abbildung 38: Internet bietet die Möglichkeit politisch aktiv zu sein
Quelle:., Datensatz Nachwahlbefragung NR 2013 N=549, Angaben in Prozent

Das vorliegende Diagramm zeigt, dass die Erstwähler bei dieser Frage schon etwas kritischer waren. 46,8 Prozent stimmten der Aussage eher zu und 17,3 Prozent stimmten ihr ganz zu. 18 Prozent waren der Meinung, dass das nicht zutrifft und 6,2 Prozent stimmten dem überhaupt nicht zu. Zudem wussten 11,7 Prozent nicht ob man sich im Internet politisch aktiv beteiligen kann.

Aussage 3: Das Internet sollte Jugendlichen mehr Angebote liefern, um sich an einem politischen Diskurs zu beteiligen.

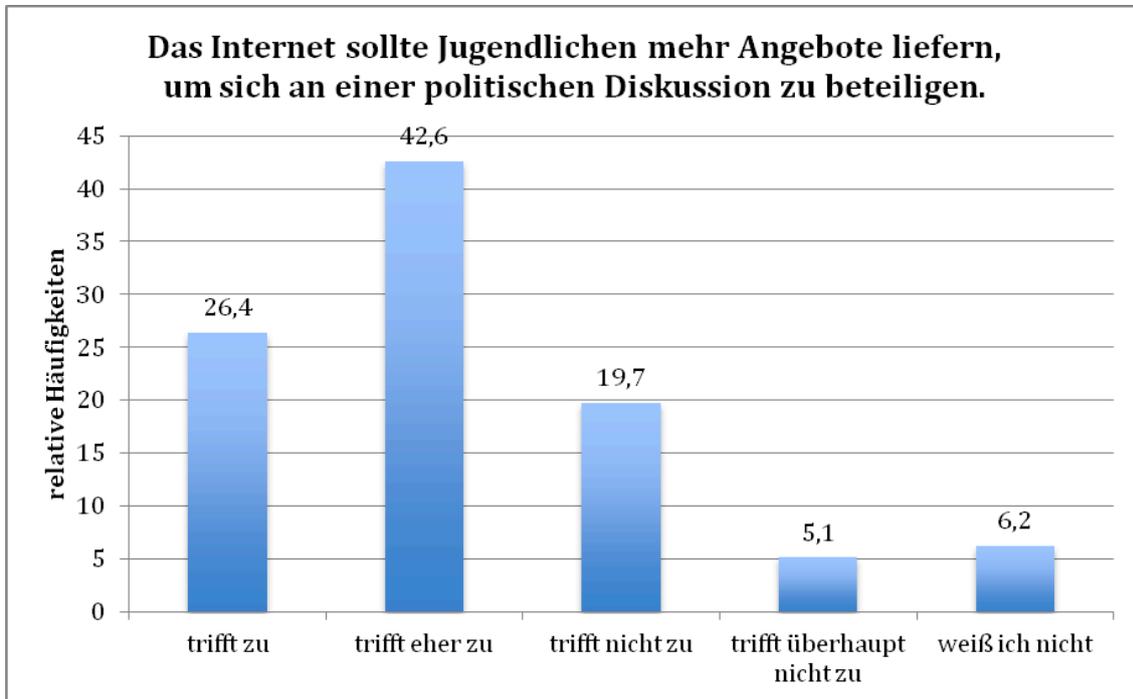


Abbildung 39: Mehr Angebot für eine politische Beteiligung im Internet
Quelle: Datensatz Nachwahlbefragung NR 2013 , N=549, Angaben in Prozent

Das vorliegende Säulendiagramm zeigt, dass sich 26,4 Prozent der Erstwähler mehr Angebote für eine politische Beteiligung im Internet wünschen würden. Die Mehrheit der Erstwähler stimmt dieser Aussage eher zu und 19,7 Prozent haben mit „trifft nicht zu“ geantwortet. 5,1 Prozent der Befragten findet, dass diese Aussage überhaupt nicht zutrifft und 6,2 Prozent wissen nicht ob es mehr Angebote für Jugendliche geben sollte.

Aussage 4: Das Internet beeinflusst meine politische Einstellung sehr.

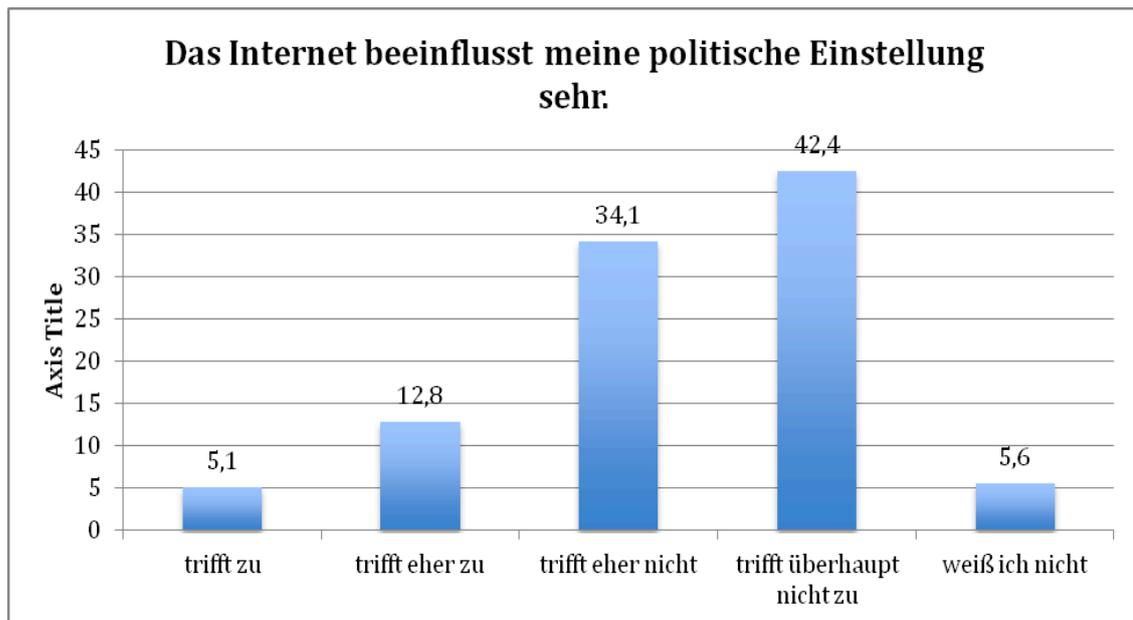


Abbildung 40: Internet beeinflusst politische Einstellung sehr
Quelle: Datensatz Nachwahlbefragung NR 2013, N=549, Angaben in Prozent

Wie die Abbildung zeigt, hat fast die Hälfte der Erstwähler (42,4 Prozent) dieser Aussage überhaupt nicht zugestimmt. 34,1 Prozent antworteten mit „trifft eher nicht zu“. 12,8 Prozent stimmten eher zu und nur 5,1 Prozent antworten mit „trifft zu“. 5,6 Prozent wollten dazu keine Meinung abgeben und haben mit „weiß ich nicht“ geantwortet.

Aussage 5: Das Internet ist die einzige Informationsquelle die ich heranziehe um mich politisch zu informieren.

Abbildung: Internet Informationsquelle

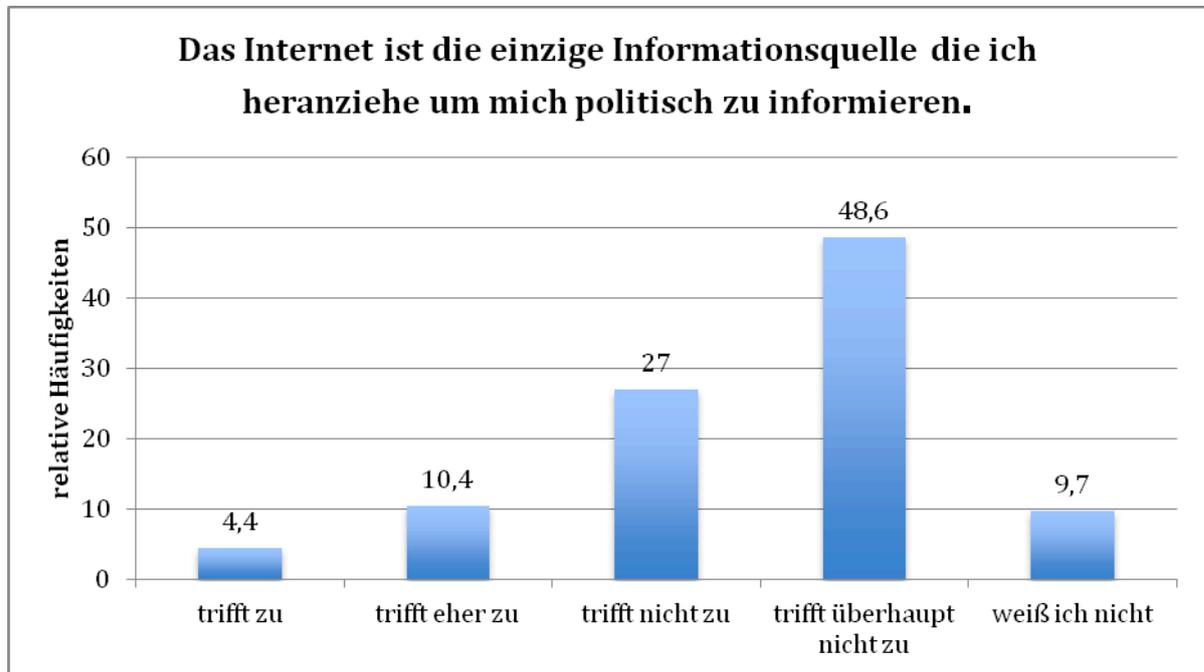


Abbildung 41: Internet einzige Informationsquelle
Quelle: Datensatz Nachwahlbefragung NR 2013 N=549, Angaben in Prozent

Dieser Aussage stimmten die meisten Erstwähler nicht zu. 48,6 Prozent gaben an, dass diese Aussage überhaupt nicht zutrifft und weitere 27 % kreuzten „trifft nicht zu“ an. Lediglich 4,4 Prozent antworteten mit „trifft zu“ und 10,5 Prozent mit „trifft eher zu“. 9,7 Prozent antwortete mit „weiß ich nicht“.

Alle 5 Aussagen zum Stellenwert des Internets in Bezug auf politisches Engagement/Interesse haben hinsichtlich Geschlecht, Alter, besuchten Schultyp, Häufigkeit der Internetnutzung oder politisches Interesse keine oder nur sehr schwache Zusammenhänge ergeben (Chi-Quadrat Test ungültig oder signifikant bei sehr geringer Stärke des Zusammenhangs).

Frage : 10 Frage: Kennen Sie folgende Onlineplattformen?

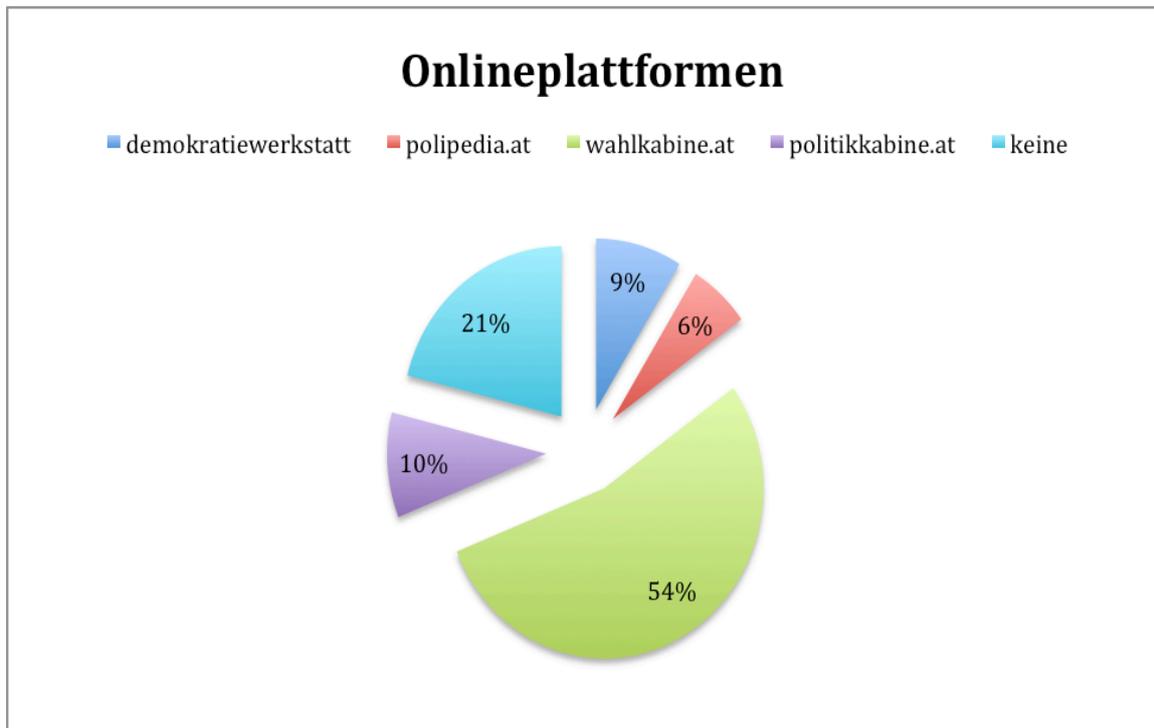


Abbildung 42: Verteilung Onlineplattformen

Quelle: Datensatz Nachwahlbefragung NR 2013, N=549, Angaben in Prozent , Insgesamt 673 Nennungen

Am häufigsten wurde unter den politischen Onlineplattformen die wahlkabine.at mit 54 Prozent (n=363) genannt. Gefolgt von der politikkabine.at mit 10 Prozent (n=67) und der demokratiewerkstatt.at mit 9 Prozent (n=59). Die Plattform polipedia.at wurde lediglich von 6 Prozent genannt (n=42). Auffallend ist, dass ganze 21 Prozent (n=142) der befragten Personen keine der angeführten Onlineplattformen gekannt haben. Der große Unterschied zwischen der Bekanntheit der Onlineplattformen liegt höchstwahrscheinlich daran, weil die wahlkabine.at Kooperationen mit Schulen hatte. Es zeigt sich jedoch, dass die Onlineplattformen auf alle Fälle auf Zustimmung unter den Erstwählern treffen, wenn sie richtig kommuniziert werden. Mehr als die Hälfte wussten über die Informationsplattform wahlkabine.at bescheid. Es wäre auf alle Fälle Wünschenswert wenn es mehr solcher Projekte geben würde, die das Interesse der Erstwähler auf sich ziehen. Eine genaue Erklärung und Definition jeder einzelnen Onlineplattform und der ganzen Onlineangebote ist im Glossar angeführt.

8.3 Zusammenhangsanalyse

Anhand der Umfrage konnte einige zentralen Ergebnisse generiert werden. Zum einen wenig überraschend, dass die Internetnutzung unter den Jugendlichen sehr hoch ist und sie demnach ihre politischen Informationen über das Internet holen. Mehr als die Hälfte der Gruppe der Erstwähler gab an sich politisch über das Internet zu informieren. Die junge Generation kann somit auf alle Fälle über das Internet sehr gut erreicht werden. Nicht außer Acht lassen dürfen jedoch auch die klassischen Medien, sie waren der zweithäufigste Grund der Erstwähler sich gegen eine politische Aneignung von Informationen im Internet zu entscheiden. An erster Stelle wurde von den Teilnehmern das fehlende Interesse genannt. Das spiegelt sich auch im Ergebnis der Selbsteinstufung des politischen Interesses wieder. Jugendlichen waren demnach eher mittelmäßig interessiert. Wie die Studien in Kapitel 5 und 6 gezeigt haben, gibt es einen Unterschied hinsichtlich Geschlecht und Bildung. Beim Alter konnten keine signifikanten Unterschiede festgestellt werden, was die Forscherin darauf zurück führt, da die Altersspanne anscheinend zu klein war. Männliche Erstwähler stuften sich selbst interessierter an Politik ein als weibliche es taten. Auch die Schüler einer Allgemeinbildenden Höheren Schule, stuften ihr Interesse an Politik als höher ein als Schüler einer Berufsbildenden Höheren Schule. Dies führt die Forscherin auf die Lehrpläne der Schulen zurück. Beispielsweise haben die Schüler die eine Allgemeinbildende Höhere Schule besucht haben, mehr Stunden pro Woche die sich mit politischer Bildung beschäftigen als jene die eine Berufsbildende Höhere Schule besuchen. An dieser Stelle ist noch einmal darauf hinzuweisen, dass es leider nicht möglich war die Direktoren der Berufsschule zu mobilisieren an der Umfrage teilzunehmen. Sehr interessant wäre der Vergleich unter diesen drei Schultypen gewesen.

Diejenigen Erstwähler die sich über das Internet politisch informieren, nützten am Häufigsten Onlinezeitungen, gefolgt von Social Media Angeboten und Websites von Parteien. Hier zeigte sich, dass große Medienhäuser wie der Österreichische Rundfunk noch immer eine sehr vorherrschende Rolle spielen

für die politische Informationsbeschaffung und das auch in der Gruppe der Erstwähler. Am häufigsten wurden Onlinezeitungen von renommierten Medienhäusern herangezogen. (orf.at, standard.at, presse.at) Klarer Favorit bei den Social Mediaangeboten war Facebook mit 95 Prozent. Die häufige Nennung der Websites der Parteien führte zu einem eher überraschenden Ergebnis. Die Websites spielten demnach unter den Befragten eine große Rolle. Am Häufigsten wurde in diesem Zusammenhang die der NEOS genannt. Bei der ORFthek wurden voranging Wallkampf Duelle angeschaut um sich politisch zu informieren. Blogs und Foren wurden von den Erstwählern nahezu gar nicht wahrgenommen und verwendet. Wie schon in der Ergebnisdiskussion angemerkt, nützen Erstwähler eher Angebote die das Prinzip „one-to-many“ verfolgen. Erstwähler wollen sich eher berieseln lassen von Informationen als selbst welche zu teilen.

Ein zentrales Kernergebnis der Befragung ist: Wenn ein Erstwähler politisch interessiert sind, dann nutzt er die Vielfalt des Internets. Grundsätzlich zeigte sich, dass sich unter den politisch sehr interessierten Personen der Anteil der Nennungen auf alle die Onlineangebote sehr gleich verteilt (zwischen 15 Prozent und 24 Prozent) ausfiel.

Wenn jemand eher wenig politisch interessiert ist, dann bevorzugt er Info-„Seiten“ im klassischen traditionellen Sinne z.B. web-Auftritt von Zeitungen oder Website der Parteien direkt. Während besonders deutlich wurde, dass Videos mit politischen Inhalten (ORFthek und Youtube) von weniger Interessierten kaum bis gar nicht genutzt werden. Insbesondere die Nutzung der ORFthek und Youtube als politische Informationsquelle hängt tendenziell mit dem Interesse zusammen. Anders als bei den anderen Angeboten muss an dieser Stelle nach den Videos/Beiträgen gezielt gesucht werden.

Eindeutig ist das ein Großteil der Erstwähler ihre politische Meinung vor einem Großereignis nicht im Internet veröffentlichen. Über 90 Prozent haben diese Frage mit nein beantwortet. Die wenigen 23 Befragten die ihre Meinung vor der Nationalratswahl 2013 im Internet veröffentlicht haben, taten das mit 90 Prozent im sozialen Netzwerk Facebook. Männliche Erstwähler sind noch eher

bereit ihre politische Meinung im Internet zu äußern. Diese kleine Anzahl kann mit dem fehlenden Interesse an Politik gut erklärt werden. Zudem war ein Großteil der Befragten der Meinung, dass das Internet genug Informationen bietet um sich politisch zu informieren. Ob das Internet genug Möglichkeiten bietet um politisch aktiv zu sein, sahen die Erstwähler schon etwas kritischer. Fast die Hälfte meinte, dass dies eher zutrifft und ganze 18 Prozent gaben an, dass dies nicht zu trifft. Die Mehrheit der Erstwähler stimmte der Aussage, dass das Internet mehr Angebote liefern sollte um sich an einen politischen Diskurs zu beteiligen. Ob das Internet zur politischen Meinungsbildung herangezogen wird, beantworten mehr als die Hälfte der Teilnehmer mit trifft überhaupt nicht zu. Passend dazu verneinten die Erstwähler auch Großteils die Frage ob das Internet ihre einzige Quelle ist um sich politisch zu informieren. An dieser Stelle ist noch einmal auf die klassischen Medien zu verweisen, die auch als Grund genannt worden um sich politisch nicht zu informieren.

Klar ersichtlich ist aber auch, dass das Internet einen zentrale Rolle im Leben der Erstwähler spielt und auch für die Aneignung von politischen Informationen als äußerst wichtig angesehen werden sollte. Ein Beispiel für eine erfolgreiche Annahme einer politischen Onlineplattform ist die Seite der wahlkabine.at. Gerade vor einem politischen Großereignis informieren sich sehr viele Erstwähler auf dieser Onlineplattform. 54 Prozent, das sind 363 Erstwähler gaben an diese Seite zu kennen. Wahlkabine.at hatte eine Kooperation mit den Schulen in Wien. Das heißt, politische Angebote im Internet wird von den Erstwählern angenommen und wahrgenommen. Noch näher sollte die einzelnen Angebote im Internet analysiert werden und auch die Dauer und die genaue Häufigkeit der Nutzung wäre ein guter Punkt für eine nächste Befragung.

9 Resümee

9.1 Schlussfolgerungen

Durch das Herabsetzen des Wahlalters auf 16 Jahre ist eine neue und vor allem junge Gruppe von potentiellen Wählern entstanden. Das politische Interesse ist eher mittelmäßig angesiedelt. Männer stufen sich tendenziell stärker politisch interessiert ein als dies bei Frauen der Fall ist. Gezeigt werden konnte zudem, dass es Unterschiede hinsichtlich des Schultyps gibt. Schüler der Allgemeinbildenden Höheren Schule stufen sich selbst als politisch interessierter ein als Schüler der Berufsbildenden Höheren Schule.

Das Internet spielt eine zentrale Rolle im Leben der jungen Erwachsenen. Mehr als die Hälfte der befragten Personen hat sich vor der Nationalratswahl 2013 im Internet politisch informiert. Das nicht vorhandene Interesse sowie die klassischen Medien wurden als häufigste Gründe angeführt, um das Internet nicht als Informationsquelle für politische Informationen heranzuziehen. Dass die Schule bzw. die Lehrer schon genug informierten und somit keine politische Aneignung von Informationen im Internet nötig ist, wurde von den Erstwählern so gut wie nie als Grund angeführt.

Neben den Eltern sind es vor allem die Medien, die Jugendliche auf ihrem Weg zum Erwachsenwerden begleiten. Klassische Medien wie Zeitungen und Fernsehen spielen auch im Leben der jungen Erwachsenen eine große Rolle, um sich politisch zu informieren. Genutzt werden hierfür vorrangig Onlinezeitungen, Social Mediaangebote (Facebook) und Websites von Parteien. Renommierete Medienhäuser werden von Jungwählern ebenso wie von Erwachsenen bevorzugt. Ein zentrales neues Ergebnis ist, dass wenn Erstwähler politisch interessiert sind, sie Kanäle wie Youtube und die ORFtheke bevorzugen. Diese beiden Onlineangebote werden vor allem von jenen Personen genutzt, die sehr politisch interessiert sind. Zudem nützen die

Erstwähler, wenn sie sich politisch informieren, verschiedene Angebote des Internets gleichermaßen.

Die untersuchten Medien zeigen keinen neuen Zugang zu den Erstwählern auf, etwa durch spezielle auf sie geschürte Art der Inhalte oder spezielle Berichterstattung, um das Interesse zu wecken. Es entspricht dem Credo der E-Partizipation, dass die Jugendlichen durch spezifisch auf sie geschnittene Inhalte zu einem umfassenderen politischen Interesse bewegt werden sollen und können. Nach dem Pyramidenmodell der Partizipation nach Maier-Rabler/Hartwrig (vgl. Kapitel 5) werden Informationen meist im Hinblick auf Erfahrungen und Interesse ausgewählt. Information ist hierbei die Voraussetzung für Meinungsbildung, und diese wiederum für die politische Beteiligung. Das spiegelt auch die Ergebnisse der vorliegenden Untersuchung wider. Erst das Interesse kann eine bewusste Aufnahme von Information ermöglichen und aus dieser dann im Idealfall die Meinung gebildet werden. Nur Erstwähler, die politisch sehr interessiert waren, haben ihre Meinung im Internet geäußert. Dies kann zur Vorstufe der Partizipation angesehen werden. All diese wichtigen Grundvoraussetzung (Interesse steigern, Meinungsbildung, Beteiligung) lassen sich mit Hilfe elektronischer Mittel unterstützen. Die E-Partizipationsprozesse sollten an den Lebenswelten der Jugendlichen angepasst und orientiert sein. Auch das Design sowie die technische Umsetzung spielt hierbei eine wichtige Rolle. Die Untersuchung konnte auch zeigen, dass die politischen Informationsplattformen (außer die wahlkabine.at) von den Erstwählern nicht wirklich wahrgenommen wurden. Die Arbeitergemeinschaft Partizipation Österreich, beschäftigt sich schon seit langem mit den Beteiligungsmöglichkeiten junger Menschen. Wichtige Guidelines sind demnach die richtige Fragestellung, Lebensweltbezug, lokaler Bezug, Transparenz und Freude.

E-Partizipation und die damit verbunden Grundvoraussetzungen (Information und Interesse) zählen zu einem enorm wichtigen Indikator von Demokratie. Es ist essentiell den jungen Erwachsenen zu lernen, wie sie richtig mit neuen Medien umgehen. Das Internet lässt anders als die klassischen Medien eine Interaktion auf beiden Seiten zu.

Ein weiteres zentrales Ergebnis ist, dass sich Jungwähler einerseits politische Informationen über das Internet holen und es andererseits einen Zusammenhang zwischen dem Schultyp und dem Geschlecht gibt. Die Erstwähler nutzen nach wie vor die klassischen Medien, um sich politisch zu informieren. Der am häufigsten verwendete Informationskanal ist das Internet.

Wie Maier-Rabler, Huber und Schmid (2012) bereits adressiert haben, ist es enorm wichtig das neue Potenzial und die Chance der E-Partizipation zu erkennen und zu nutzen. Die vorliegende Studie konnte einen Beitrag dazu leisten. Für das Weiterbestehen der Gesellschaft und vor allem der Demokratie sollten aufbauend auf dieser Forschungsarbeit, weitere und vertiefende Studien durchgeführt werden.

9.2 Ausblick

Politik und Jugendliche stellen für die Zukunft weiterhin eine große Herausforderung dar, da es nur sehr schwer gelingt, ihr Interesse an Politik zu steigern. Während der Umfrage hat sich ein distanzierteres Verhältnis auch zwischen den Lehrern und ihren Schülern gezeigt, wenn es um das Thema Politik geht. Wenige Schulen haben sich aktiv mit den Schülern über die Nationalratswahl 2013 im Vorfeld unterhalten und wenige Schüler wussten über Fakten der Wahl bescheid. Umso wichtiger ist es, sich aktiv mit den Jungwählern auseinanderzusetzen. Gerade in der Schule sollte gelehrt werden, wie im Internet nach politischen Informationen gesucht werden kann und soll.

Wie schon im Kapitel 3.2.5 erwähnt wurde, kann das Interesse an Politik gesteigert werden, wenn die Erstwähler über ihre „Medien“ angesprochen werden. Eine Integration des WWW in den Unterricht kann somit sehr positive Auswirkungen auf den Unterricht und die Lernerfolge erzielen. Onlineangebote sorgen für Aktualität. Damit könnten viele Jugendliche begeistert werden. Veraltete Politikbücher sollten überdacht und durch neue elektronische Möglichkeiten ersetzt werden. Wie die Plattform wahlkabine.at zeigt, können Onlineplattformen große Erfolge erzielen. Viele der Schüler wussten davon und sprachen auch darüber. Die Jugendlichen müssen in ihrer Lebenswelt stärker abgeholt und in die Politik aktiv mit einbezogen werden. Der Trend geht weg von der institutionalisierten Politik und neue Formen der Partizipation werden sich etablieren. Die Lehrer und Schulen müssen neue zusätzliche Maßnahmen finden, um die Jugendlichen wieder für Politik zu begeistern. Ein Umdenken sollte auf mehreren Ebenen stattfinden, vor allem in Hinblick auf das Bildungssystem.

Glossar

Internet

Das Internet ist ein Welt umspannendes Netz, welches es möglich macht, dass wir online miteinander kommunizieren können. Es bietet eine Reihe von Angeboten und verschiedenen Diensten an.

Onlinezeitung

Unter Onlinezeitung wird in der vorliegenden Arbeit eine Internet-Zeitung verstanden, die im Internet veröffentlicht wird. Meist stehen Internet-Zeitungen auch in Verbindung mit Print-Zeitungen. Duden definiert eine Onlinezeitung, als eine online abrufbare Version einer elektronischen Zeitung.

Social Media

Social Media oder „Soziale Netzwerke“ im Internet haben den Zweck Menschen miteinander zu verknüpfen. Meistens muss man sich registrieren um mit anderen Menschen in Kontakt treten zu können. Die Plattformen machen den Austausch von Meinungen, Erfahrungen und Informationen möglich. Die wohl bekanntesten Social Media Plattformen sind: Facebook, Twitter, MySpace, Xing, StudiVZ.

Website

Das Wort Website ist ein zusammengesetztes Wort aus Web und Site. Damit ist ein Internetauftritt gemeint. Eine Website besteht meist aus mehreren Internetseiten. Websites werden meist von Unternehmen oder Privat Anbietern genutzt, um über das Internet zu kommunizieren. Jede Partei hat beispielsweise ihre eigene Website auf der sie sich präsentiert und Informationen mit ihren Bürgern austauscht.

YouTube

YouTube ist ein Videoportal des amerikanischen Unternehmens Google. Auf dem Portal befinden sich eine riesen Anzahl von Film-und Fernsehausschnitten, Musikvideos sowie selbst gemachte Videos. Duden definiert YouTube ganz einfach als Videoportal für Videofilme. Es ist auch

möglich Bewertungen und Kommentare abzugeben um so mit anderen Usern in Kontakt zu treten.

Blogs

Ein Blog ist ein elektronisches Tagebuch im Internet. In einem Blog kann ein Blogger über beliebige Themen schreiben. Die meisten Blogs sind darüber hinaus öffentlich zugänglich. Der Blogger ist Hauptverfasser des Inhaltes. Meist bestehen Blogs aus Texteinträgen in Kombination mit Bildern. Üblicherweise können zu den Blog-Einträgen auch Kommentare geschrieben werden.

Foren

Da lateinische Wort Forum heißt in der Übersetzung im weitesten Sinne „Marktplatz“. Foren sind somit virtuelle Marktplätze in denen zu einem bestimmten Thema Meinungen, Gedanken oder Erfahrungen ausgetauscht werden. Üblicherweise haben Foren bestimmte Oberthemen. Bsp: Autoforen, Selbsthilfeforen, Mutterforen etc...

ORFthek

Kann gut mit einer „Gratis online-Videothek“ verglichen werden. Es ist möglich die im Fernsehen gesendeten Beiträge (Filme, Nachrichten etc...) online im Internet anzuschauen. Der ORF (österreichische Rundfunk) hat dazu eine eigene Website erstellt und bietet einen „livestream“ an, um das aktuelle Programm zu sehen. Bis zu sieben Tage nach der Ausstrahlung können Verbraucher noch die gesendeten Filme, Nachrichten und Beiträge anschauen.

Demokratiewerkstatt.at

Ist ein Onlineportal gegründet von dem österreichischen Parlament für Kinder und Jugendliche. Die Themen beschäftigen sich mit Politik, Demokratie, Gesetze und Wahlen. Diese Seite wurde speziell für Kinder und Jugendliche konzipiert und versucht das Interesse der Jugendlichen an Politik zu wecken und zu steigern. Es werden viele Workshops angeboten sowie Führungen durchs Parlament.

Polipedia.at

Polipedia ist eine Onlineplattform die es sich zur Aufgabe gemacht hat, Besucher über Demokratie, Politik und Partizipation zu informieren. Es gibt viele Videos zur Ansicht, in denen Jugendliche für Jugendliche erklären, was sie unter Politik verstehen. Nach einer Anmeldung ist jeder Benutzer eingeladen auch aktiv Wiki-Beiträge zu schreiben. Zudem kann in den Foren gepostet oder gebloggt werden. Das Ziel ist, ein Online-Lehrbuch zum Thema politischer Bildung entstehen zu lassen, in den Jugendliche aktiv mitwirken.

Wahlkabine.at

Wahlkabine stellt wichtige Stichwörter und Politikbegriffe bereit, und gibt Auskunft über wichtige Themen der Politik. Die Onlineplattform wird ständig erweitert und vor der Wahl besteht die Möglichkeit mittels eines Schnelltests zu erfragen, welche Partei zu den eigenen Einstellungen und Ansichten passt. Wahlkabine.at ist in Österreich seit 2002 etabliert, und stellte anlässlich der Nationalratswahl 2013 aktuelle Materialien und Informationen zur Verfügung.

Politikkabine.at

Politikkabine ist eine Online-Orientierungshilfe mit dem Ziel, die Auseinandersetzung mit politischen Themen zu fördern. Auf der Website können Fragen beantwortet werden. Danach wird ermittelt, welche Partei die eigene Meinung am besten repräsentiert. Die Plattform soll als Orientierung

10 Quellenverzeichnis

10.1 Literatur

Ammerer, Heinrich (2008): Jugend und Politik: ein schwieriges Verhältnis? – In: Forum Politische Bildung (Hrsg.): Jugend – Demokratie – Politik 51 Informationen zur Politischen Bildung Bd. 28, Innsbruck-Bozen-Wien. 17-24.

Atteslander, Peter (2006a): Methoden der empirischen Sozialforschung. 11. Überabreite Auflage. Berlin: Verlag Erich Schmidt

Atteslander, Peter (2003b): Methoden der empirischen Sozialforschung. 9. Überabreite Auflage. Berlin: Verlag Erich Schmidt

Beck, Klaus: Neue Medien – neue Theorien?. Klassische Kommunikations- und Medienkonzepte im Umbruch. In: Löffelholz, Martin/Quand, Thorsten: Die neue Kommunikationswissenschaft. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag. S. 71-88

Behnke, Joachim /**Behnke**, Nathalie (2006): Grundlagen der statistischen Datenanalyse. Eine Einführung für Politikwissenschaftler. Wiesbaden: Lehrbuch. VS Verlag

Bernhard, Ulli/ **Dohle**, Marco/ **Vowe** Gerhard: Wie werden Medien zur politischen Information genutzt und wahrgenommen? in: Media Perspektive 3 S. 159- 168

Beyrl, Maria/**Filzmaier**, Peter/**Perlot**, Flooh (2010): Trends im Wahlverhalten in Österreich 2009/10, in: Zeitschrift für Politikberatung (ZPB) - Journal for Political Consulting and Policy Advice, Heft 2 Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. S. 49-62

Breunig, Christian / **Hoffsümmer**, Karl-Heinz / **Schröter**, Christian (2014): Funktionen und Stellenwert der Medien – das Internet im Kontext von TV, Radio und Zeitung. In: Mediaperspektiven 3/2014. S. 122-144

Burkart, Roland (2002): Kommunikationswissenschaft. Grundlagen und Problemfelder. Umriss einer interdisziplinären Sozialwissenschaft. 4. Überarbeitete Auflage. Wien/Köln/Weimar: Böhlau Verlag

Bürklin, Wilhelm/ **Klein**, Markus (1998): Wahlen und Wahlverhalten. Eine Einführung. 2. Auflage. Opladen: Leske und Budrich.

Chan, Tak Wing/**Clayton**, Matthew (2006): Should the Voting Age be Lowered to Sixteen? Normative and Empirical Considerations. Political Studies, 54, S. 533–558

Donsbach, Wolfgang (1991): Medienwirkung trotz Selektion. Einflussfaktoren auf die Zuwendung zu Zeitungsinhalten. Wien: Böhlau Verlag

Eckstein, Peter P (1997): Angewandte Statistik mit SPSS. Wiesbaden: Gabler Verlag

Eilders, Christian (1999): Zum Konzept der Selektivität: Auswahlprozesse bei Medien und Publikum.in: Wirth, Werner (Hrsg.) (1999): Selektion im Internet: empirische Analyse zu einem Schlüsselkonzept. Opladen: Westdeutscher Verlag. S. 13-41

Eith, Ulrich/ **Mielke**, Gerd (2012): Politische Soziologie: Zur Bedeutung und Methodik empirischer Sozialforschung am Beispiel der Wahlforschung. In: Lauth, Hans-Joachim/Wagner, Christian (Hrsg.): Politikwissenschaft Eine Einführung. 7.überarbeitete Auflage. Deutschland: Ferdinand Schöningh Verlag. S. 294-321

Emmer, Martin (2013): Evolution oder Revolution? Das Internet und die neue Rolle der Bürger in der Politik. In: Roessing, Thomas/Podschuweit, Nicole (Hrsg.): Politische Kommunikation in Zeiten des Medienwandels. Baden-Baden: Nomos. S.137-161

Emmer, Martin/ Vowe, Gerhard/ Wolling, Jens (2011) : Bürger online. Die Entwicklung der politischen Online-Kommunikation in Deutschland. Konstanz: UVK

Emmer, Martin/Vowe, Gerhard/Wolling, Jens (2010): Ein Medium wird erwachsen: Die Entwicklung der politischen Online-Nutzung der Deutschen 2002 – 2008. In: Emmer, Martin/Seifert, Markus/Wolling, Jens (Hrsg.): Politik 2.0? Die Wirkung computervermittelter Kommunikation auf den politischen Prozess. Baden-Baden: Nomos. 146-168

Farin, Klaus: Aus Politik und Zeitgeschichte, 27/ 2010 5 Juli. Beilage zur Wochenzeitung. Das Parlament. S. 3-7

Feldmann, Klaus (2006) : Soziologie Kompakt. Eine Einführung 4., überarbeitete Auflage. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften

Fend, Helmut (2000): Entwicklungspsychologie des Jugendalters. Ein Lehrbuch für pädagogische und psychologische Berufe. Opladen: Leske und Budrich

Filzmaier, Peter (2007): Rahmen und Grundregeln politischer Kommunikation in Österreich. In: Peter Filzmaier/Karl Duffek/Peter Plaikner, Mediendemokratie Österreich, Wien: Böhlau-Verlag. S. 13-36

Filzmaier, Peter (2007): Ein unaufhaltbarer Sinkflug? Wahlbeteiligung in Österreich und anderswo. In: Informationen zur Politischen Bildung, Heft 27/2007, Wien: Studienverlag, S. 44-49

Filzmaier, Peter (2007): Kurzbericht zur Pilotstudie "Jugend und politische Bildung. Einstellungen und Erwartungen von 14- bis 24-jährigen". Wien: Donau Universität Krems

Filzmaier, Peter/Hajek, Peter (2005): Das österreichisches Wahljahr 2004, in: SWS- Rundschau, Heft 1/2005, Wien: Elbemühl-Verlag, S. 6-36

Franklin, Mark N. (2004): Voter turnout and the dynamics of electoral competition in established democracies since 1945. Cambridge [u.a.]: Cambridge University Press. S. 3-41

Großegger, Beate (2010): Jugend zwischen Partizipation und Protest. In: Aus Politik und Zeitgeschichte 27. S. 8-12

Hagen, Lutz M. (Hg.) (1998): Online-Medien als Quellen politischer Information: Empirische Untersuchungen zur Nutzung von Internet und Online-Diensten. Opladen: Westdeutscher Verlag

Hausknost, Daniel (2015): Die Welt verändert sich auch ohne mich! „Jugend zwischen Konsum, Protest und Pragmatismus“. In: Peter Filzmaier/ Peter Plaikner/ Christina Hainzl/ Daniela Ingruber/ Karl A. Duffek (Hrsg) : Jugend und Politik. Generationsdialog oder Gesellschaftskonflikt. Wien: Facultas Verlag. S. 21-34

Heigl, Andrea/ Hacker, Philipp (2010): Politik 2.0. Demokratie im Netz. Wien: Verlags GmbH

Heinzlmaier, Bernhard: Nachwahlanalyse (2010): In: "Wiener Jugend zwischen Engagement und Resignation. Institut für Jugendkulturforschung

Hugger, Kai-Uwe (Hrsg.) (2014): Digitale Jugendkulturen. 2. Auflage. Wiesbaden: Springer Verlag

Hurrelmann, Klaus (1994): Lebensphase Jugend: Eine Einführung in die sozialwissenschaftliche Jugendforschung. 6. Auflage. Weinheim: Juventa-Verlag

Karlhofer, Ferdinand (2007): Wählen mit 16. Erwartungen und Perspektiven. In: Der WählerInnenwille. Forum Politische Bildung. Bd 27. Innsbruck-Bozen/Wien. S. 37-44

Kozeluh, Ulrike/Nitsch, Sigrid (2006): Wählen heißt erwachsen werden! Analyse des Wahlverhaltens Jugendlicher 16 und 18 Jahren bei der Wiener Landtagswahl 2005. In: SWS- Rundschau(46 Jg.) Heft 2. Wien: S.126-149

Kritzinger, Sylvia/ Zeglovits, Eva und Oberluggauer Patricia (2013): Wählen mit 16 bei der Nationalratswahl 2013.Wien

Lazarsfeld, Paul et al (1960): The Peopl's Choice. How the Voter Makes up his Mind in a Presidential Campaign. Fifth Printing. New York: Columbia University press.

Luginbühl, Martin (2005): „Massenmedien“ in den „Neuen Medien“. In: Burger, Harald: Mediensprache. Eine Einführung in Sprache und Kommunikationswissenschaft der Massenmedien. 3.,völlig neu überarbeitet Auflage. S. 425-460

Maier-Rabler, Ursula/ Huber, Stefan/ Schmid, Astrid (2012): Demokratieförderung durch soziale Online-Netzwerke. Politische Partizipation lernen im Web 2.0. Forum Politische Bildung: Bd. 35, Innsbruck –Wien-Bozen S.17-24

Marcinkowski, Frank (1996): Formenwandel der massenmedialen Politikvermittlung. In: Otfried **Jarren**, Heribert **Schatz** und Hartmut **Wessler** (Hrsg.): Medien und politischer Prozess. Politische Öffentlichkeit und massenmediale Politikvermittlung im Wandel. Opladen: Westdeutscher Verlag. S. 201-212

Massing, Peter/ Breit, Gotthard (Hrsg.) (2002): Demokratietheorien. Von der Antike bis zur Gegenwart. Texte und Interpretationen. 2. Auflage. Schwalbach: Wochenschau Verlag

Mayer, Horst Otto (2013): Interview und schriftliche Befragung: Grundlagen und Methoden empirischer Sozialforschung. Grundlagen und Methoden der empirischen Sozialforschung. 6. Auflage. München: Oldenburg Verlag

Merschitz, Peter (2008): Politische Einstellungen von Jungwählern und Jungwählerinnen in Österreich. Eine empirische Studie. Wien: Transparenz Verlag

Meyen Michael (2004): Mediennutzung, Medienfunktionen, Nutzungsmuster. 2. Überarbeitete Auflage. Konstanz: UVK Verlag

Möhring, Wiebke/ Schlütz, Daniela (2010): Die Befragung in der Medien- und Kommunikationswissenschaft. Eine praxisorientierte Einführung 2., überarbeitete Auflage. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften

Möhring, Wiebke/ Schlütz, Daniela (2003b): Die Befragung in der Medien- und Kommunikationswissenschaft. Eine praxisorientierte Einführung 1. Auflage. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften

Moser, Sonja (2010): Beteiligt sein. Partizipation aus der Sicht von Jugendlichen. 1. Auflage. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaft

Perlot, Flooh/ Zandonella, Martina (2009): Wählen mit 16 – Jugendliche und Politik in Österreich. In: SWS –Rundschau (49. Jg.) Heft 4: 420-445

Pelinka, Anton/ Plasser, Fritz/ Meixner, Wolfgang (Hrsg.) (2000): Die Zukunft der österreichischen Demokratie. Trends, Prognosen und Szenarien (Schriftenreihe des Zentrums für Angewandte Politikforschung, Band 22). Wien: Signum-Verlag S. 169-202

Plasser, Fritz/ Ullram, Peter (2010): Bürger und Politik in Österreich. In: Oscar W. Gabriel /Fritz Plasser (Hrsg.): Deutschland, Österreich und die Schweiz im neuen Europa. Bürger und Politik. Studien zur Wahl- und Einstellungsforschung. Baden-Baden: Nomos Verlag. S. 147-216

Plasser, Fritz/ Ullram, Peter (2002): Das österreichische Politikverständnis. Von der Konsens- zur Konfliktkultur. Wien: Verlag Facultas

Plutzer, Eric (2002) : Becoming a Habitual Voter. Interia, Ressources and Growth in Young Adulthood. In: American Political Science Review. Vol. 96 Nr. 1 S.41-56

Prammer, Barbara/ Rosenberg, Barbara/ Duffek, Karl. A. (Hrsg.) (2011): Die Qualität der Demokratie. Kriterien. Befunde, Herausforderungen. Wien: Löcker

Roth, Dieter (2008): Empirische Wahlforschung. Ursprung, Theorien, Instrumente und Methoden. 2., aktualisierte Auflage. Lehrbuch. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaft.

Saxer, Ulrich (1997): Konstituenten einer Medienwissenschaft. In: **Schanze**, Helmut /**Ludes**, Peter (1997): Qualitative Perspektiven des Medienwandels. Positionen der Medienwissenschaft im Kontext „Neue Medien“ Opladen: Westdeutscher Verlag. S. 15-26

Schäfers, Bernhard (1998): Soziologie des Jugendalters. 6. Auflage. Opladen: Leske und Budrich Verlag

Scherr, Albert (2009): Jugendsoziologie. Einführung in Grundlagen und Theorien 9., erweiterte und umfassend überarbeitete Auflage. Verlag für Sozialwissenschaften .Wiesbaden.

Schneekloth, Ulrich (2010): Jugend und Politik: Aktuelle Entwicklungstrends und Perspektiven. In: Shell Deutschland Holding (Hg.): Jugend 2010. Eine pragmatische Generation behauptet sich (16. Shell Jugendstudie), Frankfurt am Main. 129-164

Schoen, Harald (2009): Wahlsoziologie. In: **Kaina**, Viktoria/ **Römmele**, Andrea (Hrsg.) : Politische Soziologie. Ein Studienbuch. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaft. 181-209

Schulz, Winfried (2011) : Politische Kommunikation. Theoretische Ansätze und Ergebnisse empirischer Forschung. 3. Überarbeitet Auflage. Wiesbaden: VS Verlag

Schulz, Winfried (2015): Folgen „neuer Medien“ für demokratische Prozesse“. In: Media Perspektive 4. S. 210- 214

Schulz, Winfried (1997): Politische Kommunikation. Theoretische Ansätze und Ergebnisse empirischer Forschung. Opladen/Wiesbaden: Westdeutscher Verlag

Schweiger, Wolfgang (2007): Theorien Mediennutzung. Eine Einführung. Lehrbuch. Wiesbaden: VS Verlag

Stark, Birgit (2009): Konstanten und Veränderungen der Mediennutzung in Österreich. Empirische Befunde aus den Media-Analyse-Daten (1996–2007) in: SWS Rundschau. 49. Jg/ Heft 2. S. 130-153

Steinmaurer, Thomas (2012): Medien und Medienpolitik in Österreich - ein Überblick. In: Forum politische Bildung: Medien und Politik Bd. 35, Innsbruck-Wien-Bozen

Tapscott, Don (1998): Net Kids: die digitale Generation erobert Wirtschaft und Gesellschaft. Growing up digital. Wiesbaden: Gabler Verlag

Tenschner, Jens/ **Scherer**, Philipp: Jugend, Politik und Medien. Politische Orientierung und Verhaltensweisen von Jugendlichen Rheinland-Pfalz. Studie zur politischen Kommunikation. Bd. 4.2012 Berlin/Wien/London: LIT Verlag

Ullram, Peter A (1995) : Jugend Heute. Politikverständnis. Wertehaltungen. Lebensrealitäten. In: Forum zur politischen Bildung. Nr. 9. Bundesministerium für Unterricht und kulturelle Angelegenheiten

Wagner, Ulrike (2010): Das Medienhandeln der Jugendgeneration – Potentiale zur Verstärkung oder zum Aufbrechen von Benachteiligung. In: Theunert, Helga (Hg.): Medien. Bildung. Soziale Ungleichheit. Differenzen und Ressourcen im Mediengebrauch Jugendlicher. München 2010, S. 81-96.

Wagner, Ulrike/ **Eggert**, Susanne (2014): Das Medienhandeln von Heranwachsenden - Konstanten und Veränderungen. In:

Sachverständigenkommission 14. Kinder- und Jugendbericht (Hg.): Kinder- und Jugendhilfe in neuer Verantwortung. S. 122-144

Wirth, Werner (Hrsg.) (1999): Selektion im Internet: empirische Analyse zu einem Schlüsselkonzept. Opladen: Westdeutscher Verlag

Wirth, Werner/ **Schweiger**, Wolfgang (1999): Selektion neu betrachtet: Auswahlentscheidung im Internet. In: Wirth, Werner (Hrsg.) (1999): Selektion im Internet: empirische Analyse zu einem Schlüsselkonzept. Opladen: Westdeutscher Verlag. S. 43-74

10.2 Onlinestudien

ARGE- Arbeitergemeinschaft Partizipation Österreich (2012): E-Partizipation: Konzepte und Konsequenzen, Tools und Technik. Wien. Online im Internet unter:

www.jugendbeteiligung.cc.
(Abgerufen: 23.03.2015)

Arnold, Nina/**Fackelmann**, Bettina/**Graffius**, Michael (2011): Sprichst du Politik? In: Friedrich –Ebert-Stiftung (Hrsg.): Forum Politik und Gesellschaft. Berlin: Media Print. Online im Internet unter:

<http://library.fes.de/pdf-files/do/08234.pdf>
(Abgerufen: 14.11.2014)

Bengesser, Cathrin (2011): Im Blickpunkt: E-Partizipation. Ministerium für Bundesangelegenheiten, Europa und Medien. Medienland Nordrhein-Westfalen: Grimme-Institut. Online im Internet unter:

http://www.grimme-institut.de/imblickpunkt/pdf/imblickpunkt_e-partizipation.pdf (Abgerufen: 03.03.2015)

BMWFJ (2008) – Bundesministerium für Gesundheit, Familie und Jugend: Abteilung Jugendpolitik: Jugendbeteiligung und digitale Medien. e-Partizipation in der Jugendarbeit. Wien. Online im Internet unter:

http://www.partizipation.at/fileadmin/media_data/Downloads/Zukunftsdiskurse-Studien/jugendbeteiligung_und_digitale_medien_neu.pdf

(Abgerufen: 03.02.2015)

Götzenbrucker, Gerit (2005): Jugend im Netz? Effekte mobiler Kommunikation im jugendlichen Alltag. Eine qualitative Studie im Ballungsraum Wien. In: kommunikation@gesellschaft Jg. 6 Online im Internet unter:

http://www.soz.uni-frankfurt.de/K.G/B3_2005_Goetzenbrucker.pdf

(Abgerufen: 10.03.2015)

Großegger, Beate (2015): Wenn alle senden, denk niemand mehr nach. Onlinekommunikation als Chance und Herausforderung für die Pädagogik. Online im Internet unter:

http://jugendkultur.at/wp-content/uploads/Digital_lernen_Kommentar_Grossegger_2013.pdf

(Abgerufen 15.01.2015)

Großegger, Beate/ **Rohrer** Matthias (2015) : Jugend und Politik: Eigenstudie des Instituts für Jugendkulturforschung. Online im Internet unter:

http://jugendkultur.at/wp-content/uploads/Studie_Jugend_und_Politik_Presstext.pdf

(Abgerufen: 05.05.2015)

Großegger, Beate: ORF (Hg.) (2011): ORF-Public-Value-Studie “Jugend und Gesellschaftspolitik – 14- bis 29-jährige als Zielgruppe”, gekürzter Berichtsband – Studie des Institut für Jugendkulturforschung im Auftrag des ORF/Berichtslegung: Wien. Online im Internet unter:

http://zukunft.orf.at/show_content.php?hid=32&pvi_id=979

(Abgerufen: 11.02.2015)

Heinzlmaier, Bernhard/**Ikrath**, Philipp (2012): Bericht zur Jugendwertestudie 2011. Institut für Jugendforschungs. Online im Internet unter:

http://jugendkultur.at/wp-content/uploads/Bericht_Jugendwertestudie_2011.pdf

(Abgerufen: 13.07.2014)

Imaier, Bernd (2008): Vom Schwinden der Lust am Erwachsenwerden: Jugend und Jugendbilder am Beginn des 3. Jahrhunderts. Themenschwerpunkt: „Jugend heute“, Wien, Juni 2008. Online im Internet unter:

www.jugendkultur.at

(Abgerufen: 14.10.2014)

JAB- Fachstelle für Internationale Jugendarbeit der Bundesrepublik Deutschland (2014): Guidelines für gelingende Partizipation Jugendlicher. Online im Internet unter:

https://www.ijab.de/uploads/tx_ttproducts/datasheet/Guidelines_eParticipation_dt.pdf

(Abgerufen: 15.02.2015)

Kozeluh, Ulrike/Schwarzer, Flooh/Zandonella, Steve/Zeglovits, Martina (2009): Junge Wählerinnen und Wähler bei der Nationalratswahl 2008. Wien: SORA Institut. Online im Internet unter:

http://www.sora.at/fileadmin/downloads/wahlen/2009_waehlen-mit-16_presseunterlage.pdf

(Abgerufen: 25.04.2014)

Kozeluh, Ulrike (2009): Junge Wählerinnen und Wähler bei der Nationalratswahl 2008. Online im Internet unter: Online im Internet unter:

http://www.sora.at/fileadmin/downloads/wahlen/2009_waehlen-mit-16_zusammenfassung.pdf

(Abgerufen: 13.01.2015)

Maier- Rabler, Ursula/ Hartwig, Christiana (2007). ePartizipation – „Jugend aktiv“, ICT&S Center der Universität Salzburg. Online im Internet unter:

<http://icts.sbg.ac.at/media/pdf/pdf1317.pdf>

(Abgerufen: 15.01.2015)

Turek, Elisabeth: Partizipation von Kindern und Jugendlichen. Polis aktuell. Nr. 4. 2012. Online im Internet unter:

http://www.partizipation.at/fileadmin/media_data/Downloads/themen/polis_partizipationvonkindernundjugendlichen_4_12.pdf

(Abgerufen: 15.04.2015)

10.3 Internet

AIM – Austria Monitor /Integral (2014): Internet Monitor. Online im Internet unter:

http://www.integral.co.at/downloads/Internet/2014/06/AIM-C_-_Q1_2014.pdf

(Abgerufen: 15.08.2014)

BMFI (Bundesministerium für Familie und Jugend) (2015): Jugendbegriff – Altersdefinition. Online im Internet unter:

<http://www.bmfj.gv.at/ministerium/jugendpolitik/fakten-begriffe/der-jugendbegriff-altersdefinition.html>

(Abgerufen: 15.03.2015)

BMFI (Bundesministerium für Familie und Jugend): Wählen mit 16. Online im Internet unter:

<http://www.bmfj.gv.at/jugend/jugendbeteiligung/waehlen-mit-16.html>

(Abgerufen: 20.12.2013)

BMI (Bundesministerium für Inneres: Nationalratswahl) (2013): – Wahltag, Stichtag, vorläufiges Gesamtergebnis nach Auszählung sämtlicher Stimmen. Online im Internet unter:

http://www.bmi.gv.at/cms/BMI_wahlen/nationalrat/2013/Vorl_Erg_Gesamt.aspx

(Abgerufen: 15.06.2014)

(BMI) Bundesministerium für Inneres (2014): Geschichte Nationalratswahl.

Online im Internet unter:

http://www.bmi.gv.at/cms/BMI_wahlen/nationalrat/files/Geschichte/nationalratswahl_9101949.pdf

(Abgerufen: 05.05.2014)

BMWFI (Bundesministerium für Wissenschaft, Forschung und Wirtschaft): Jugendbeteiligung. Wählen mit 16. Online unter:

<http://www.bmwfj.gv.at/Jugend/Jugendbeteiligung/waehlenmit16/Seiten/default.aspx>

(Abgerufen: 08.12.2013)

Duden (2015): Erstwähler. Online im Internet unter:

<http://www.duden.de/suchen/dudenonline/Erstwähler>

(Abgerufen: 01.04.2014)

GFK (Marktforschungsinstitut Austria) (2014): http://www.e-government.steiermark.at/cms/dokumente/10103295_34808287/b8a4cf27/gfk_online_monitor_4_qu_stand_Juni_2012.pdf)

(Abgerufen: 03.10.2014)

Help.GV (Bundeskanzleramt) (2014): Wahlrecht. Online im Internet unter:

<https://www.help.gv.at/Portal.Node/hlpd/public/content/262/Seite.2620000.html>

(Abgerufen: 04.8.2014)

Kurier.at (2014): FPÖ stürzt bei den Erstwählern ab. Online im Internet unter:

<http://kurier.at/chronik/wien/fpoe-stuerzt-bei-den-erstwaehlern-ab/812.641>

(Abgerufen: 10.01.2014)

Nationalratswahl (2014): Ergebnisse der Nationalratswahl 2013. Online im Internet unter:

<http://www.nationalratswahl.at/ergebnisse.html>

(Abgerufen: 13.05.2014)

ORF (Österreichischer Rundfunk) (2014): Junge, sehr flexible Wähler.

Online im Internet unter:

<http://orf.at/stories/2198507/2197479/>

(Abgerufen: 10.01.2014)

Parlament (2014): Parlamentskorrespondenz Nr. 241. Online im Internet unter:

http://www.parlament.gv.at/PAKT/PR/JAHR_2014/PK0241/index.shtml,

(Abgerufen: 25.03.2014)

Parlament (2014): Republik Österreich Parlament: Schicksalswahl 1945.

Online unter:

http://www.parlament.gv.at/ZUSD/PDF/2005_schicksalswahl_1945.pdf

(Abgerufen: 07.05.2014)

Parlament (2014): Abgeordneten zum Nationalrat. Online im Internet unter:

<http://www.parlament.gv.at/PERK/NRBRBV/NR/ABGNR/index.shtml>

(Abgerufen: 06.07.2014)

Standard.at (2014): Grüne stärkste Partei unter den Jungwählern. Online im

Internet unter: <http://derstandard.at/1379292172933/Gruene-staerkste-Partei-unter-Jungwaehlern>

(Abgerufen: 10.01.2014)

Statistik Austria (2014): Informationsgesellschaft. Online im Internet unter:

http://www.statistik.gv.at/web_de/statistiken/informationsgesellschaft/index.html

(Abgerufen: 26.08.2014)

Abbildungsverzeichnis

Abbildungen – und Tabellenverzeichnis

Abbildung 1: Internet Nutzung seit 1996	39
Abbildung 2: Internet nach Zielgruppen	40
Abbildung 3: Internetnutzzwecke	42
Abbildung 4: Internetnutzung im Generationsvergleich	43
Abbildung 5: Kriterien zur Beschreibung von Selektionssituationen	57
Abbildung 6: Pyramidenmodell der Partizipation	73
Abbildung 7 Zustimmung vor der Wahl zur Aussage: "Im Allgemeinen weiß ich recht viel über Politik"	91
Abbildung 8: Selbsteinstufung politisches Interesse	92
Abbildung 9: Berichtete Wahlteilnahme, nach Alter	93
Abbildung 10: Berichtete Wahlteilnahme, nach sozialen Gruppen	94
Abbildung 11: Wahlentscheidung, in Prozent der gültig deklarierten Stimmen (eingeschränkte Aussagekraft)	96
Abbildung 12: Wahlentscheidung, in Prozent der gültigen Stimmen	96
Abbildung 13: Alter	109
Abbildung 14: Schultyp	110
Abbildung 15: Geschlecht/Schultyp	111
Abbildung 16: Schulen nach Bezirk	112
Abbildung 17: Gesetzesänderungen	113
Abbildung 18: Interesse / Gesetzesänderungen	114
Abbildung 19: Woher haben Sie davon gehört?	115
Abbildung 20: Internetnutzung	116
Abbildung 21: Politische Selbsteinstufung Interesse	118
Abbildung 22: politisches Interesse/Geschlecht	120
Abbildung 23: Politisches Interesse/ AHS/ BHS	121
Abbildung 24: Politische Informationsbeschaffung über das Internet	122
Abbildung 25: Gründe gegen politische Informationsaneignung im Internet	124
Abbildung 26: Verteilung politischer Informationsaneignung	128
Abbildung 27: Verteilung Onlinezeitungen	130
Abbildung 28: Verteilung Social Media	132
Abbildung 29: Verteilung Websites von Parteien	134
Abbildung 30: Verteilung Youtube	136
Abbildung 31: Verteilung Blogs	137
Abbildung 32: Verteilung Foren	138
Abbildung 33: Verteilung ORFthek	139
Abbildung 34: Online-Informationsangebote/politisches Interesse	140
Abbildung 35: Meinungsveröffentlichung im Internet	143
Abbildung 36: Wo genau haben Sie ihre Meinung geäußert?	144
Abbildung 37: Internet bietet genug politische Informationen	146
Abbildung 38: Internet bietet die Möglichkeit politisch aktiv zu sein	147
Abbildung 39: Mehr Angebot für eine politische Beteiligung im Internet	148
Abbildung 40: Internet beeinflusst politische Einstellung sehr	149
Abbildung 41: Internet einzige Informationsquelle	150
Abbildung 42: Verteilung Onlineplattformen	151
Tabelle 1: Mediennutzung-Perspektiven	47
Tabelle 2: Kategorisierung von Selektionsprozessen	54

11 Anhang



11.1 Anhang: Fragebogen

Teilnehmer/in ,

mein Name ist Sara Bräunlich und im Rahmen meiner Abschlussarbeit für das Studium Publizistik- und Kommunikationswissenschaft an der Universität Wien führe ich eine Studie über **die Rolle des Internets vor der letzten Nationalratswahl** durch.

Es handelt sich hier weder um einen Test noch um eine Prüfung. Es gibt auch keine falschen oder richtigen Antworten. Mich interessiert Ihre persönliche Meinung zu diesem Thema. Deshalb bitte ich Sie auch den Fragebogen alleine auszufüllen und sich jede einzelne Frage genau durchzulesen. Natürlich ist der Fragebogen anonym.

Vielen Dank für Ihre Mithilfe!

1.) Die Regierung hat vor kurzem neue Gesetzesänderungen beschlossen, die in den nächsten Monaten auch umgesetzt werden. Haben Sie von folgenden Dingen gehört? (Mehrfachnennungen möglich!)

Erhöhung der,

- NOVA Steuer/ KFZ
- Sektsteuer
- Tabaksteuer
- Familienbeihilfe
- keine

2. Wenn ja, wo haben Sie davon gehört? (Bitte nur eines ankreuzen!)

- Internet
- TV
- Zeitungen
- FreundInnen
- LehrerInnen
- Eltern
- Radio
- Sonstiges_____

3. Wie häufig nutzen Sie das Internet? (Bitte nur eines ankreuzen!)

- Mehrmals täglich
- Täglich
- Mehrmals die Woche
- Mehrmals im Monat
- Seltener
- Nie

4. Wenn Sie sich selbst einschätzen müssten, wie interessiert sehen Sie sich an Politik? (Bitte nur eines ankreuzen!)

- Sehr interessiert

- Interessiert
- Eher interessiert
- Wenig interessiert
- Gar nicht interessiert
- Überhaupt nicht interessiert
- Weiß ich nicht

5. Versuchen Sie sich jetzt an die Letzte Nationalratswahl im September 2013 zu erinnern: Haben Sie sich ihre politische Informationen über das Internet geholt?

- Ja (wenn ja dann weiter bei Frage 7)
- Nein (wenn nein Zusatzfrage 6)

6. Warum haben Sie sich nicht über politische Themen vor der Nationalratswahl 2013 im Internet über Online-Informationsquellen informiert? (danach weiter bei Frage 9)

7. Wenn Sie sich nun noch genauer zurück erinnern, welche Online-Informationsquellen nutzen sie, um sich über die Nationalratswahl 2013 zu informieren?

Onlinezeitungen Ja Nein

Wenn ja, welche _____

Social Media Ja Nein

Wenn ja, welche _____

Websites von Parteien Ja Nein

Wenn ja, welche _____

Youtube Ja Nein

Wenn ja, was haben Sie angeschaut? _____

Blogs Ja Nein

Wenn ja, in welchen Blogs haben Sie sich informiert?

Foren Ja Nein

Wenn ja, in welchen Foren haben Sie sich informiert?

ORFthek Ja Nein

Wenn ja, welche Sendungen haben Sie dort angeschaut?

Sonstiges

8. Haben Sie während des Wahlkampfes 2013 Ihre Meinung zu einem politischen Thema im Internet veröffentlicht bzw. geäußert?

- Ja
- Nein

Wenn ja, wo ?

9. Bitte bewerten Sie folgende Aussagen!

Das Internet	Trifft zu	Trifft eher zu	Trifft nicht zu	Trifft überhaupt nicht zu	Weiß ich nicht
... bietet genug an politische Informationen, die man auch leicht und einfach abrufen kann.					
... bietet die Möglichkeit politisch aktiv zu sein.					
... sollte Jugendlichen mehr Angebote liefern, um sich an einer politischen Diskussion zu beteiligen.					
... beeinflusst meine politische Einstellung sehr.					
... ist die einzige Quelle die ich heranziehe um mich politisch zu informieren.					

10. Kennen Sie folgende Online-Informationsangebote? (Mehrfachnennungen möglich!)

- demokratiewebstatt.at
- Polipedia.at
- Wahlkabine.at
- Politkkabine.at
- keine

Bitte gebe Sie ihr Geschlecht an:

- Männlich
- Weiblich

Wie alt sind Sie? ____ Jahre

Welche Schule besuchen Sie derzeit?

- Allgemeinbildende Höhere Schule (AHS)
- Berufsbildende Höhere Schulen (BHS)

11.2 Anhang: Codieranweisung für den Fragebogen

1 Nummer: Laufend Nummer: Die Fragebogen werden fortlaufend durchnummeriert und jeweils gesammelt nach Schule eingetragen.

Frage : Gesetzesänderung: (Mehrfachnennung möglich)

1 Nova Steuer / KFZ – 1 genannt/ 2 nicht genannt, 999 fehlender Wert/keine Angaben

2 Sektsteuer – 1 genannt/ 2 nicht genannt, 999 fehlender Wert/keine Angaben

3 Tabaksteuer – 1 genannt/ 2 nicht genannt, 999 fehlender Wert/keine Angaben

4 Familienbeihilfe –1 genannt/ 2 nicht genannt, 999 fehlender Wert/keine Angaben

5 Keine - 1 genannt/ 2 nicht genannt, 999 fehlender Wert/keine Angaben

7 Frage: Woher gehört? (Keine Mehrfachnennung möglich)

Internet- 1, 999, fehlender Wert/keine Angaben

TV -2, 999, fehlender Wert/keine Angaben

Zeitung 3, 999, fehlender Wert/keine Angaben

FreundInnen-4, 999, fehlender Wert/keine Angaben

LehrerInnen-5, 999, fehlender Wert/keine Angaben

Eltern-6 , 999, fehlender Wert/keine Angaben

Radio -7, 999, fehlender Wert/keine Angaben

8. Sonstiges _____ 8

9 Frage: Internetnutzung (keine Mehrfachnennung möglich)

Mehrmals täglich 1, 999, fehlender Wert/keine Angaben

Täglich 2, 999, fehlender Wert/keine Angaben

Mehrmals die Woche 3, 999, fehlender Wert/keine Angaben

Mehrmals im Monat 4, 999, fehlender Wert/keine Angaben

Seltener 5, 999, fehlender Wert/keine Angaben

Nie 6, 999, fehlender Wert/keine Angaben

10. Selbsteinstufung Interesse (keine Mehrfachnennung möglich)

Sehr interessiert 1, 999, fehlender Wert/keine Angaben

Interessiert 2, 999, fehlender Wert/keine Angaben

Eher Interessiert 3, 999, fehlender Wert/keine Angaben

Wenig Interessiert 4, 999, fehlender Wert/keine Angaben

Gar nicht interessiert 5, 999, fehlender Wert/keine Angaben

11. NR Informationen über das Internet

Ja 1

Nein 2, 999 keine fehlender Wert/ keine Angaben

12. Gründe gegen Aneignung Informationen über das Internet

_____ 999 keine
Angaben / fehlender Wert (Sinnvolle Kategorien gebildet)

Welche Onlineangebote nützen Sie?

13 Onlinezeitungen 1 Ja/ 2 Nein , 999 fehlende Wert

14 Zusatzfrage: Wenn ja welche, _____999 fehlender
Wert,

15 Social Media 1 Ja/ 2 Nein , 999 fehlende Angaben, kein Wert

16 Zusatzfrage: Wenn ja welche, _____999 fehlender
Wert

17 Websites von Parteien 1 Ja/ 2 Nein , 999 fehlende Angaben, kein Wert

18 Zusatzfrage: Wenn ja welche, _____999 fehlender
Wert

19 Youtbe 1 Ja/ 2 Nein , 999 fehlende Angaben, kein Wert

20 Wenn ja, was haben Sie angeschaut? _____999 fehlender
Wert

21 Blogs 1 Ja/ 2 Nein , 999 fehlende Angaben, kein Wert

22 Wenn ja, in welchen Blogs haben Sie sich informiert? _____999 fehlender
Wert

23 Foren 1 Ja/ 2 Nein , 999 fehlende Angaben, kein Wert

24 Wenn ja, in welchen Foren haben Sie sich informiert? _____999 fehlender
Wert

25 ORFthek 1 Ja/ 2 Nein , 999 fehlende Angaben, kein Wert

26 Wenn ja, welche Sendungen haben Sie dort angeschaut? ____999
fehlender Wert

27 Sonstiges _____999 fehlender Wert,

Meinungsveröffentlichung im Internet

28 Meinungsveröffentlichung 1Ja/ 2 Nein, 999 fehlender Wert

29 Wenn ja, wo _____999 fehlender Wert

Bewertung von Aussagen

30 Das Internet bietet genug an politischen Informationen, die man auch leicht und einfach abrufen kann. 1 trifft zu, 2 trifft eher zu, 3 trifft nicht zu, 4, trifft überhaupt nicht zu, 5 weiß ich nicht, 999 fehlender Wert

31 Das Internet bietet die Möglichkeit politisch aktiv zu sein, 1 trifft zu, 2 trifft eher zu, 3 trifft nicht zu, 4, trifft überhaupt nicht zu, 5 weiß ich nicht, 999 fehlender Wert

32 Das Internet sollte Jugendlichen mehr Angebote liefern, um sich an einer politischen Diskussion zu beteiligen. 1 trifft zu, 2 trifft eher zu, 3 trifft nicht zu, 4, trifft überhaupt nicht zu, 5 weiß ich nicht, 999 fehlender Wert

33 Das Internet beeinflusst meine politische Einstellung sehr 1 trifft zu, 2 trifft eher zu, 3 trifft nicht zu, 4, trifft überhaupt nicht zu, 5 weiß ich nicht, 999 fehlender Wert

34 Das Internet ist die einzige Quelle die ich heranziehe um mich politisch zu informieren. 1 trifft zu, 2 trifft eher zu, 3 trifft nicht zu, 4, trifft überhaupt nicht zu, 5 weiß ich nicht, 999 fehlender Wert

Kennen sie folgende Onlineplattformen?

35 demokratiewerkstatt.at 1 genannt/2 nicht genannt, 999 fehlender Wert

36 polipedia.at 1 genannt/2 nicht genannt, 999 fehlender Wert

37 Wahlkabine.at 1 genannt/2 nicht genannt, 999 fehlender Wert

38 Politikkabine.at 1 genannt/2 nicht genannt. 999 fehlender Wert

39 keine 1 genannt/2 nicht genannt. 999 fehlender Wert

40 Geschlecht

Männlich 1 Weiblich 2, 999 fehlender Wert

Alter

42 Wie alt sind sie? _____ 999 fehlender Wert

43 Schultyp 1 AHS / 2 BHS , 999 fehlender Wert

11.3 Anhang: Tabellen zur Darstellung der Ergebnisse

Häufigkeiten Alter

Statistiken

Wie alt sind Sie?

N	Gültig	549
	Fehlend	0

Wie alt sind Sie?

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozent	Kumulative Prozente
Gültig	16	136	24,8	24,8	24,8
	17	187	34,1	34,1	58,8
	18	214	39,0	39,0	97,8
	19	5	,9	,9	98,7
	15	1	,2	,2	98,9
	20	6	1,1	1,1	100,0
	Gesamtsumme	549	100,0	100,0	

Häufigkeiten Schule

Kreuztabelle Geben Sie bitte ihr Geschlecht an*Welche Schule besuchen Sie?

Anzahl

		Welche Schule besuchen Sie?		Gesamtsumme
		AHS	BHS	
Geben Sie bitte ihr	männlich	158	132	290
Geschlecht an	weiblich	107	152	259
Gesamtsumme		265	284	549

Häufigkeiten: Schule Ort

Welche Schule

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozent	Kumulative Prozente
Gültig	21 Bezirk	78	14,2	14,2	14,2
	16. Bezirk	61	11,1	11,1	25,3
	13. Bezirk	113	20,6	20,6	45,9
	15. Bezirk	58	10,6	10,6	56,5
	1. Bezirk	74	13,5	13,5	69,9
	23. Bezirk	133	24,2	24,2	94,2
	15. Bezirk	32	5,8	5,8	100,0
	Gesamtsumme	549	100,0	100,0	

Häufigkeiten Gesetzesänderung

Statistiken

Welche Schule

N	Gültig	549
	Fehlend	0

NOVA STEUER

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozent	Kumulative Prozente
Gültig	genannt	302	55,0	55,0	55,0
	nicht genannt	247	45,0	45,0	100,0
Gesamtsumme		549	100,0	100,0	

Sektsteuer

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozent	Kumulative Prozente
Gültig	genannt	231	42,1	42,1	42,1
	nicht genannt	318	57,9	57,9	100,0
Gesamtsumme		549	100,0	100,0	

Tabaksteuer

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozent	Kumulative Prozente
Gültig	genannt	401	73,0	73,0	73,0
	nicht genannt	148	27,0	27,0	100,0
Gesamtsumme		549	100,0	100,0	

Familienbeihilfe.

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozent	Kumulative Prozente
Gültig	genannt	298	54,3	54,3	54,3
	nicht genannt	251	45,7	45,7	100,0
Gesamtsumme		549	100,0	100,0	

keine Angaben

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozent	Kumulative Prozente
Gültig	nicht genannt	530	96,5	96,5	96,5
	keine Angaben	19	3,5	3,5	100,0
	Gesamtsumme	549	100,0	100,0	

Zusammenfassung der Fallverarbeitung

	Fälle					
	Gültig		Fehlend		Gesamtsumme	
	H	Prozent	H	Prozent	H	Prozent
Interesse_kat *						
Summe der Gesetzesänderungen	539	98,2%	10	1,8%	549	100,0%

Kreuztabelle: Interesse / Gesetzesänderung

Kreuztabelle Interesse_kat*Summe der Gesetzesänderungen

Anzahl

		summe der Gesetzesänderungen					Gesamtsumme
		4,00	5,00	6,00	7,00	8,00	
Interesse_kat	1,00	33	58	57	18	3	169
	2,00	18	45	61	34	2	160
	3,00	13	33	61	47	5	159
	4,00	7	6	14	17	7	51
Gesamtsumme		71	142	193	116	17	539

Chi-Quadrat-Tests

	Wert	df	Asymp. Sig. (zweiseitig)
Pearson-Chi-Quadrat	58,950 ^a	12	,000
Likelihood-Quotient	53,359	12	,000
Zusammenhang linear-mit-linear	36,884	1	,000
Anzahl der gültigen Fälle	539		

a. 1 Zellen (5,0%) haben die erwartete Anzahl von weniger als 5. Die erwartete Mindestanzahl ist 1,61.

Symmetrische Maße

		Wert	Asymp. Standardfehler r^a	Näherungsweise A ^b	Näherungsweise Sig.
Nominal bezüglich	Phi	,331			,000
Nominal	Cramer-V	,191			,000
	Gamma	,309	,049	6,245	,000
Ordinal bezüglich	Spearman-	,265	,042	6,358	,000 ^c
Ordinal	Korrelation				
Intervall bezüglich	Pearson-R	,262	,043	6,287	,000 ^c
Intervall					
Anzahl der gültigen Fälle		539			

a. Die Nullhypothese wird nicht vorausgesetzt.

b. Unter Annahme der Nullhypothese wird der asymptotische Standardfehler verwendet.

c. Basierend auf normaler Approximation.

Häufigkeiten: Woher haben Sie davon gehört?

Statistiken

Woher haben Sie davon gehört?

N	Gültig	549
	Fehlend	0

Woher haben Sie davon gehört?

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozent	Kumulative Prozente
Gültig	Internet	124	22,6	22,6	22,6
	TV	187	34,1	34,1	56,6
	Zeitungen	100	18,2	18,2	74,9
	Freunden	30	5,5	5,5	80,3
	Lehrer	20	3,6	3,6	84,0
	Eltern	32	5,8	5,8	89,8
	Radio	36	6,6	6,6	96,4
	keine Angaben	20	3,6	3,6	100,0
	Gesamtsumme	549	100,0	100,0	

Häufigkeiten: Wie häufig nutzen Sie das Internet?

Statistiken

Wie häufig nutzen Sie das Internet?

N	Gültig	549
	Fehlend	0

Wie häufig nutzen Sie das Internet?

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozent	Kumulative Prozente
Gültig	mehrmals täglich	409	74,5	74,5	74,5
	täglich	120	21,9	21,9	96,4
	mehrmals die Woche	15	2,7	2,7	99,1
	seltener	3	,5	,5	99,6
	nie	2	,4	,4	100,0
	Gesamtsumme	549	100,0	100,0	

Häufigkeiten: Selbsteinstufung Interesse an Politik

Statistiken

Interesse an Politik

N	Gültig	549
	Fehlend	0

Interesse an Politik

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozent	Kumulative Prozente
Gültig	sehr interessiert	66	12,0	12,0	12,0
	interessiert	103	18,8	18,8	30,8
	eher interessiert	160	29,1	29,1	59,9
	wenig interessiert	159	29,0	29,0	88,9
	gar nicht interessiert	29	5,3	5,3	94,2
	überhaupt nicht interessiert	22	4,0	4,0	98,2
	weiß ich nicht	10	1,8	1,8	100,0
	Gesamtsumme	549	100,0	100,0	

Kreuztabelle: Interesse / Geschlecht

Zusammenfassung der Fallverarbeitung

	Fälle					
	Gültig		Fehlend		Gesamtsumme	
	H	Prozent	H	Prozent	H	Prozent
Interesse an Politik * Geben Sie bitte ihr Geschlecht an	549	100,0%	0	0,0%	549	100,0%

Kreuztabelle Interesse an Politik *Geben Sie bitte ihr Geschlecht an

Anzahl

		Geben Sie bitte ihr Geschlecht an		Gesamtsumme
		männlich	weiblich	
Interesse an Politik	sehr interessiert	57	9	66
	interessiert	54	49	103
	eher interessiert	74	86	160
	wenig interessiert	75	84	159
	gar nicht interessiert	14	15	29
	überhaupt nicht interessiert	9	13	22
	weiß ich nicht	7	3	10
	Gesamtsumme	290	259	549

Chi-Quadrat-Tests

	Wert	df	Asymp. Sig. (zweiseitig)
Pearson- Chi- Quadrat	37,291 ^a	6	,000
Likelihood- Quotient	41,232	6	,000
Zusammen- hang linear- mit-linear	12,962	1	,000
Anzahl der gültigen Fälle	549		

a. 1 Zellen (7,1%) haben die erwartete Anzahl von weniger als 5. Die erwartete Mindestanzahl ist 4,72.

b.

Kreuztabellen: Aneignung politischer Information/Internet/Geschlecht

Kreuztabelle Geben Sie bitte ihr Geschlecht an*Haben Sie sich ihre Infos über das Internet geholt?

Anzahl

		Haben Sie sich ihre Infos über das Internet geholt?			Gesamtsumme
		ja	nein	keine Angaben	
Geben Sie bitte ihr	männlich	175	112	3	290
Geschlecht an	weiblich	128	131	0	259
Gesamtsumme		303	243	3	549

Kreuztabellen

Zusammenfassung der Fallverarbeitung

	Fälle					
	Gültig		Fehlend		Gesamtsumme	
	H	Prozent	H	Prozent	H	Prozent
Interesse an Politik *						
Welche Schule besuchen Sie?	549	100,0%	0	0,0%	549	100,0%

Kreuztabelle: Interesse an Politik *Welche Schule besuchen Sie?

Anzahl

		Welche Schule besuchen Sie?		Gesamtsumme
		AHS	BHS	
Interesse an Politik	sehr interessiert	44	22	66
	interessiert	54	49	103
	eher interessiert	70	90	160
	wenig interessiert	72	87	159
	gar nicht interessiert	11	18	29
	überhaupt nicht interessiert	10	12	22
	weiß ich nicht	4	6	10
Gesamtsumme		265	284	549

Chi-Quadrat-Tests

	Wert	df	Asymp. Sig. (zweiseitig)
Pearson-Chi-Quadrat	36,061 ^a	5	,000
Likelihood-Quotient	39,985	5	,000
Zusammenhang linear-mit-linear	19,131	1	,000
Anzahl der gültigen Fälle	539		

a. 0 Zellen (0,0%) haben die erwartete Anzahl von weniger als 5. Die erwartete Mindestanzahl ist 10,45.

Häufigkeiten

Statistiken

Haben Sie sich ihre Infos über das Internet geholt?

N	Gültig	549
	Fehlend	0

Haben Sie sich ihre Infos über das Internet geholt?

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozent	Kumulative Prozente
Gültig	ja	303	55,2	55,2	55,2
	nein	243	44,3	44,3	99,5
	3	1	,2	,2	99,6
	keine Angaben	2	,4	,4	100,0
	Gesamtsumme	549	100,0	100,0	

Häufigkeitstabelle : Gründe gegen politische Informationsaneignung über das Internet

war nicht wählen

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozent	Kumulative Prozente
Gültig genannt	19	3,5	3,5	3,5
nicht genannt	227	41,3	41,3	44,8
skip frage	303	55,2	55,2	100,0
Gesamtsumme	549	100,0	100,0	

TV

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozent	Kumulative Prozente
Gültig genannt	80	14,6	14,6	14,6
nicht genannt	166	30,2	30,2	44,8
skip frage	303	55,2	55,2	100,0
Gesamtsumme	549	100,0	100,0	

kein Interesse

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozent	Kumulative Prozente
Gültig genannt	116	21,1	21,1	21,1
nicht genannt	130	23,7	23,7	44,8
skip frage	303	55,2	55,2	100,0
Gesamtsumme	549	100,0	100,0	

Broschüren

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozent	Kumulative Prozente
Gültig genannt	31	5,6	5,6	5,6
nicht genannt	215	39,2	39,2	44,8
skip frage	303	55,2	55,2	100,0
Gesamtsumme	549	100,0	100,0	

Mangel an Glaubwürdigkeit

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozent	Kumulative Prozente
Gültig genannt	29	5,3	5,3	5,3
nicht genannt	217	39,5	39,5	44,8
skip fragen	303	55,2	55,2	100,0
Gesamtsumme	549	100,0	100,0	

Eltern

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozent	Kumulative Prozente
Gültig genannt	17	3,1	3,1	3,1
nicht genannt	229	41,7	41,7	44,8
skip frage	303	55,2	55,2	100,0
Gesamtsumme	549	100,0	100,0	

Komplizierte Informationsbeschaffung

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozent	Kumulative Prozente
Gültig genannt	28	5,1	5,1	5,1
nicht genannt	218	39,7	39,7	44,8
skip frage	303	55,2	55,2	100,0
Gesamtsumme	549	100,0	100,0	

schon gewusst wenn man wählt, keine Infos mehr nötig

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozent	Kumulative Prozente
Gültig genannt	3	,5	,5	,5
nicht genannt	243	44,3	44,3	44,8
skip frage	303	55,2	55,2	100,0
Gesamtsumme	549	100,0	100,0	

Problem Staatsbürgerschaft

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozent	Kumulative Prozente
Gültig	genannt	10	1,8	1,8	1,8
	nicht genannt	236	43,0	43,0	44,8
	skip frage	303	55,2	55,2	100,0
	Gesamtsumme	549	100,0	100,0	

Lehrer

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozent	Kumulative Prozente
Gültig	genannt	31	5,6	5,6	5,6
	nicht genannt	215	39,2	39,2	44,8
	skip frage	303	55,2	55,2	100,0
	Gesamtsumme	549	100,0	100,0	

kein Internet

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozent	Kumulative Prozente
Gültig	genannt	3	,5	,5	,5
	nicht genannt	242	44,1	44,1	44,6
	skip frage	304	55,4	55,4	100,0
	Gesamtsumme	549	100,0	100,0	

Zeitung

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozent	Kumulative Prozente
Gültig	genannt	43	7,8	7,8	7,8
	nicht genannt	203	37,0	37,0	44,8
	skip frage	303	55,2	55,2	100,0
	Gesamtsumme	549	100,0	100,0	

Häufigkeiten: Onlineangebote

Statistiken

	Onlinezeitung	Social Media	Websites von Parteien	Youtube	Blogs	Foren	ORFthek
Gültig	547	547	547	548	549	547	547
Fehlend	2	2	2	1	0	2	2
Mittelwert	395,21	395,30	395,32	394,74	397,79	395,59	395,40
Median	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00

Onlinezeitung

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozent	Kumulative Prozente
Gültig	Ja	212	38,6	38,8	38,8
	nein	92	16,8	16,8	55,6
	skip frage	243	44,3	44,4	100,0
	Gesamtsumme	547	99,6	100,0	
Fehlend	keine Angaben	2	,4		
Gesamtsumme		549	100,0		

Social Media

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozent	Kumulative Prozente
Gültig	Ja	162	29,5	29,6	29,6
	Nein	142	25,9	26,0	55,6
	skip frage	243	44,3	44,4	100,0
	Gesamtsumme	547	99,6	100,0	
Fehlend	keine Angaben	2	,4		
Gesamtsumme		549	100,0		

Websites von Parteien

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozent	Kumulative Prozente
Gültig	ja	154	28,1	28,2	28,2
	nein	150	27,3	27,4	55,6
	skip frage	243	44,3	44,4	100,0
	Gesamtsumme	547	99,6	100,0	
Fehlend	keine angaben	2	,4		
Gesamtsumme		549	100,0		

Youtube

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozent	Kumulative Prozente
Gültig	ja	74	13,5	13,5	13,5
	nein	231	42,1	42,2	55,7
	skip frage	243	44,3	44,3	100,0
	Gesamtsumme	548	99,8	100,0	
Fehlend	keine Angabe	1	,2		
Gesamtsumme		549	100,0		

Blogs

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozent	Kumulative Prozente
Gültig	genannt	6	1,1	1,1	1,1
	nicht genannt	298	54,3	54,3	55,4
	skip frage	243	44,3	44,3	99,6
	keine angaben	2	,4	,4	100,0
	Gesamtsumme	549	100,0	100,0	

Foren

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozent	Kumulative Prozente
Gültig	ja	4	,7	,7	,7
	nein	300	54,6	54,8	55,6
	skip frage	243	44,3	44,4	100,0
	Gesamtsumme	547	99,6	100,0	
Fehlend	keine angaben	2	,4		
Gesamtsumme		549	100,0		

ORFthek

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozent	Kumulative Prozente
Gültig	ja	106	19,3	19,4	19,4
	nein	198	36,1	36,2	55,6
	skip fragen	243	44,3	44,4	100,0
	Gesamtsumme	547	99,6	100,0	
Fehlend	keine angaben	2	,4		
Gesamtsumme		549	100,0		

Häufigkeitstabelle: Onlinezeitung**orf.at**

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozent
Gültig	genannt	120	21,9	21,9
	nicht genannt	186	33,8	33,8
	skip frage	243	44,3	44,3
	Gesamtsumme	549	100,0	100,0

standard.at

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozent
Gültig	genannt	110	20,0	20,0
	nicht genannt	196	35,7	35,7
	skip frage	243	44,3	44,3
	Gesamtsumme	549	100,0	100,0

Österreich

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozent
Gültig	genannt	15	2,7	2,7
	nicht genannt	291	53,0	53,0
	skip frage	243	44,3	44,3
	Gesamtsumme	549	100,0	100,0

Presse.at

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozent
Gültig	genannt	37	6,7	6,7
	nicht genannt	269	49,0	49,0
	skip frage	243	44,3	44,3
	Gesamtsumme	549	100,0	100,0

kurier.at

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozent
Gültig	genannt	26	4,7	4,7
	nicht genannt	280	51,0	51,0
	skip frage	243	44,3	44,3
	Gesamtsumme	549	100,0	100,0

Häufigkeitstabelle Social Media**Facebook**

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozent	Kumulative Prozente
Gültig	genannt	160	29,1	29,1	29,1
	nicht genannt	146	26,6	26,6	55,7
	skip frage	243	44,3	44,3	100,0
	Gesamtsumme	549	100,0	100,0	

Twitter

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozent	Kumulative Prozente
Gültig	genannt	9	1,6	1,6	1,6
	nicht genannt	297	54,1	54,1	55,7
	skip frage	243	44,3	44,3	100,0
	Gesamtsumme	549	100,0	100,0	

Statistiken

		Facebook	Twitter
N	Gültig	549	549
	Fehlend	0	0
Mittelwert		393,87	394,15
Median		2,00	2,00

Häufigkeitstabelle: Websites von Parteien

SPÖ

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozent	Kumulative Prozente
Gültig	genannt	85	15,5	15,5	15,5
	nicht genannt	221	40,3	40,3	55,7
	skip frage	243	44,3	44,3	100,0
	Gesamtsumme	549	100,0	100,0	

BZÖ

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozent	Kumulative Prozente
Gültig	genannt	27	4,9	4,9	4,9
	nicht genannt	279	50,8	50,8	55,7
	skip frage	243	44,3	44,3	100,0
	Gesamtsumme	549	100,0	100,0	

FPÖ

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozent	Kumulative Prozente
Gültig	genannt	62	11,3	11,3	11,3
	nicht genannt	244	44,4	44,4	55,7
	skip fragen	243	44,3	44,3	100,0
	Gesamtsumme	549	100,0	100,0	

NEOS

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozent	Kumulative Prozente
Gültig	genannt	110	20,0	20,0	20,0
	nicht genannt	196	35,7	35,7	55,7
	skip frage	243	44,3	44,3	100,0
	Gesamtsumme	549	100,0	100,0	

Grüne

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozent	Kumulative Prozente
Gültig	genannt	48	8,7	8,7
	nicht genannt	258	47,0	55,7
	skip frage	243	44,3	100,0
	Gesamtsumme	549	100,0	

ÖVP

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozent	Kumulative Prozente
Gültig	genannt	69	12,6	12,6
	nicht genannt	236	43,0	55,6
	skip frage	243	44,3	99,8
	999	1	,2	100,0
	Gesamtsumme	549	100,0	

Team Stronach

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozent	Kumulative Prozente
Gültig	genannt	23	4,2	4,2
	nicht genannt	283	51,5	55,7
	skip frage	243	44,3	100,0
	Gesamtsumme	549	100,0	

Häufigkeitstabelle: Verteilung Youtube

Interviews mit Politiker

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozent	Kumulative Prozente
Gültig	genannt	61	11,1	11,1
	nicht genannt	245	44,6	55,7
	skip frage	243	44,3	100,0
	Gesamtsumme	549	100,0	

Werbespots der verschiedenen Parteien

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozent	Kumulative Prozente
Gültig	genannt	40	7,3	7,3	7,3
	nicht genannt	266	48,5	48,5	55,7
	skip frage	243	44,3	44,3	100,0
	Gesamtsumme	549	100,0	100,0	

Häufigkeiten: Verteilung Blogs

Statistiken

		Blogs1	Foren1
N	Gültig	549	549
	Fehlend	0	0

Häufigkeitstabelle

Blogs1

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozent	Kumulative Prozente
Gültig	nicht genannt	300	54,6	54,6	54,6
	skip frage	243	44,3	44,3	98,9
	k.A.	5	,9	,9	99,8
	oevp.blo	1	,2	,2	100,0
	Gesamtsumme	549	100,0	100,0	

Häufigkeiten: Foren

Foren1

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozent	Kumulative Prozente
Gültig	nicht genannt	302	55,0	55,0	55,0
	4chan	1	,2	,2	55,2
	skip frage	243	44,3	44,3	99,5
	k.A.	2	,4	,4	99,8
	Stormfrong.org	1	,2	,2	100,0
	Gesamtsumme	549	100,0	100,0	

Statistiken

		Nachrichten im Parlament	politische Nachrichten ZIB / Seitenblicke	Duelle
N	Gültig	549	549	549
	Fehlend	0	0	0
Mittelwert		394,13	394,11	394,01
Median		2,00	2,00	2,00

Nachrichten vom Parlament/ZIB

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozent	Kumulative Prozente
Gültig	genannt	18	3,3	3,3	3,3
	nicht genannt	288	52,5	52,5	55,7
	skip frage	243	44,3	44,3	100,0
	Gesamtsumme	549	100,0	100,0	

politische Nachrichten ZIB

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozent	Kumulative Prozente
Gültig	genannt	29	5,3	5,3	5,3
	nicht genannt	277	50,5	50,5	55,7
	skip frage	243	44,3	44,3	100,0
	Gesamtsumme	549	100,0	100,0	

TV - Duelle

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozent	Kumulative Prozente
Gültig	genannt	85	15,5	15,5	15,5
	nicht genannt	221	40,3	40,3	55,7
	skip frage	243	44,3	44,3	100,0
	Gesamtsumme	549	100,0	100,0	

Häufigkeitstabelle: ORFthek

Statistiken

		Interviews mit Politiker	Werbespots der verschiedenen Parteien
N	Gültig	549	549
	Fehlend	0	0
Mittelwert		394,05	394,09
Median		2,00	2,00

Häufigkeitstabelle

Interviews mit Politiker

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozent	Kumulative Prozente
Gültig	genannt	61	11,1	11,1	11,1
	nicht genannt	245	44,6	44,6	55,7
	skip frage	243	44,3	44,3	100,0
	Gesamtsumme	549	100,0	100,0	

Werbespots der verschiedenen Parteien

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozent	Kumulative Prozente
Gültig	genannt	40	7,3	7,3	7,3
	nicht genannt	266	48,5	48,5	55,7
	skip frage	243	44,3	44,3	100,0
	Gesamtsumme	549	100,0	100,0	

Häufigkeitstabelle: Meinungsäußerung

Haben Sie während des Wahlkampfes Ihre Meinung zu einem politischen Thema im Internet veröffentlicht bzw. geäußert?

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozent	Kumulative Prozente
Gültig	ja	24	4,2	4,2	4,2
	nein	280	51,2	51,4	55,6
	skip frage	243	44,3	44,4	100,0
	Gesamtsumme	547	99,6	100,0	
Fehlend	keine Angaben	2	,4		
Gesamtsumme		549	100,0		

Kreuztabelle: Geschlecht / Meinungsäußerung

Haben Sie während des Wahlkampfes Ihre Meinung zu einem politischen Thema im Internet veröffentlicht bzw. geäußert? *Geben Sie bitte ihr Geschlecht an

Anzahl

		Geben Sie bitte ihr Geschlecht an		Gesamtsumme
		männlich	weiblich	
Haben Sie während des Wahlkampfes Ihre Meinung zu einem politischen Thema im Internet veröffentlicht bzw. geäußert? Gesamtsumme	ja	19	4	23
	nein	157	124	281
	skip frage	112	131	243
		288	259	547

Wenn ja wo haben Sie ihre Meinung geäußert?

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozent	Kumulative Prozente
Gültig		526	95,8	95,8	95,8
	Facebook	21	3,8	3,8	99,6
	standard.at	1	,2	,2	99,8
	studivz.net	1	,2	,2	100,0
	Gesamtsumme	549	100,0	100,0	

Kreuztabelle Interesse an Politik *Haben Sie während des Wahlkampfes Ihre Meinung zu einem politischen Thema im Internet veröffentlicht bzw. geäußert?

Anzahl

		Haben Sie während des Wahlkampfes Ihre Meinung zu einem politischen Thema im Internet veröffentlicht bzw. geäußert?			Gesamtsumme
		ja	nein	skip frage	
Interesse an Politik	sehr interessiert	10	41	16	66
	interessiert	9	64	30	103
	eher interessiert	3	109	48	160
	wenig interessiert	1	59	97	157
	gar nicht interessiert	0	6	23	29
	überhaupt nicht interessiert	0	0	22	22
	Gesamtsumme		23	279	236

Kreuztabelle Interesse_kat*Haben Sie während des Wahlkampfes Ihre Meinung zu einem politischen Thema im Internet veröffentlicht bzw. geäußert?

Anzahl

		Haben Sie während des Wahlkampfes Ihre Meinung zu einem politischen Thema im Internet veröffentlicht bzw. geäußert?			Gesamtsumme
		ja	nein	skip frage	
Interesse_kat	1,00	18	105	46	169
	2,00	3	109	48	160
	3,00	1	59	97	157
	4,00	0	6	45	51
Gesamtsumme		22	279	236	537

Chi-Quadrat-Tests

	Wert	df	Asymp. Sig. (zweiseitig)
Pearson-Chi-Quadrat	111,814 ^a	6	,000
Likelihood-Quotient	114,647	6	,000
Zusammenhang linear-mit-linear	81,008	1	,000
Anzahl der gültigen Fälle	537		

a. 1 Zellen (8,3%) haben die erwartete Anzahl von weniger als 5. Die erwartete Mindestanzahl ist 2,09.

Symmetrische Maße

		Wert	Asymp. Standardfe hler ^a	Näherungs weise A ^b	Näherungswe ise Sig.
Intervall bezüglich Intervall	Pearson-R	,389	,038	9,760	,000 ^c
Ordinal bezüglich Ordinal	Spearman-Korrelation	,400	,038	10,105	,000 ^c
Anzahl der gültigen Fälle		537			

a. Die Nullhypothese wird nicht vorausgesetzt.

b. Unter Annahme der Nullhypothese wird der asymptotische Standardfehler verwendet.

c. Basierend auf normaler Approximation.

Häufigkeitstabelle: Aussage 1

Bietet genug politische Informationen, die man auch leicht und einfach abrufen kann.

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozent	Kumulative e Prozente
Gültig	trifft zu	251	45,7	45,8	45,8
	trifft eher zu	229	41,7	41,8	87,6
	trifft nicht zu	32	5,8	5,8	93,4
	trifft überhaupt nicht zu	10	1,8	1,8	95,3
	weiß ich nicht	26	4,7	4,7	100,0
Gesamtsumme		548	99,8	100,0	
Fehlend	keine angaben	1	,2		
Gesamtsumme		549	100,0		

Häufigkeitstabelle: Aussage 2

Bietet die Möglichkeit politisch aktiv zu sein.

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozent	Kumulative Prozente
Gültig	trifft zu	95	17,3	17,3	17,3
	trifft eher zu	257	46,8	46,8	64,1
	trifft nicht zu	99	18,0	18,0	82,1
	trifft überhaupt nicht zu	34	6,2	6,2	88,3
	weiß ich nicht	64	11,7	11,7	100,0
Gesamtsumme		549	100,0	100,0	

Häufigkeitstabelle: Aussage 3

Sollte Jugendlichen mehr Angebote liefern, um sich an einer politischen Diskussion zu beteiligen.

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozent	Kumulative Prozente
Gültig	trifft zu	145	26,4	26,4	26,4
	trifft eher zu	234	42,6	42,6	69,0
	trifft nicht zu	108	19,7	19,7	88,7
	trifft überhaupt nicht zu	28	5,1	5,1	93,8
	weiß ich nicht	34	6,2	6,2	100,0
Gesamtsumme		549	100,0	100,0	

Häufigkeitstabelle: Aussage 4

Beeinflussen meine politischen Einstellung sehr

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozent	Kumulative Prozente
Gültig	trifft zu	28	5,1	5,1	5,1
	trifft eher zu	70	12,8	12,8	17,9
	trifft eher nicht	187	34,1	34,1	51,9
	trifft überhaupt nicht zu	233	42,4	42,4	94,4
	weiß ich nicht	31	5,6	5,6	100,0
	Gesamtsumme	549	100,0	100,0	

Häufigkeitstabelle: Aussage 5

Ist das einzige Medium, dass ich heranziehen um mich politisch zu informieren.

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozent	Kumulative Prozente
Gültig	trifft zu	24	4,4	4,4	4,4
	trifft eher zu	57	10,4	10,4	14,8
	trifft nicht zu	148	27,0	27,0	41,7
	trifft überhaupt nicht zu	267	48,6	48,6	90,3
	weiß ich nicht	53	9,7	9,7	100,0
	Gesamtsumme	549	100,0	100,0	

Häufigkeitstabelle: Onlineplattformen

Wahlkabine.at

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozent	Kumulative Prozente
Gültig	genannt	363	66,1	66,1	66,1
	nicht genannt	186	33,9	33,9	100,0
Gesamtsumme		549	100,0	100,0	

Politkkabine.at

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozent	Kumulative Prozente
Gültig	genannt	67	12,2	12,2	12,2
	nicht genannt	482	87,8	87,8	100,0
	Gesamtsumme	549	100,0	100,0	

keine

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozent	Kumulative Prozente
Gültig	nicht genannt	405	73,8	73,8	73,8
	keine gekannt	142	25,9	25,9	99,6
	999	2	,4	,4	100,0
	Gesamtsumme	549	100,0	100,0	

Polipedia.at

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozent	Kumulative Prozente
Gültig	genannt	42	7,7	7,7	7,7
	nicht genannt	507	92,3	92,3	100,0
	Gesamtsumme	549	100,0	100,0	

demokratiewerkstatt.at

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozent	Kumulative Prozente
Gültig	genannt	59	10,7	10,7	10,7
	nicht genannt	490	89,3	89,3	100,0
	Gesamtsumme	549	100,0	100,0	

12 Lebenslauf

Lebenslauf

Sara Maria Bräunlich

Zur Person

Geburtsort:	Deutschlandsberg
Staatsangehörigkeit:	Österreich
Familienstand:	Ledig
Wohnanschrift:	1140 Wien

Studium

2012-2015	Magisterstudium der Publizistik – und Kommunikationswissenschaft an der Universität Wien
2008-2012	Studium der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft an der Universität Wien mit Bakkalaureatsabschluss

Schule

2008	Abschluss HBLA Bergheidengasse zur Hotelfachfrau
2008-2003	Hauptschule Stainz
2003-1998	Volksschule Stainz

Berufspraxis

2014/2015	seit September Redakteurin „Barbara Karlich Show“ TALK TV Produktionsfirma
2013/2014	September /Februar Marketing – NewcomerBrand SoftSTEPHeels
2013 Mai/Juni	Ideal Agentur: Humanic Promotiontour
2012	September: ATV Reporterin Nationalratswahl 2013 Werbung für Ideal Agentur Mai Reporterin ATV Praktikum

Kenntnisse

Deutsch- Muttersprache/ Englisch – fließend in Wort und Schrift
Maschineschreiben & Textverarbeitung, Microsoft Office, SPSS

13 Abstract

Abstract

Die vorliegende Forschungsarbeit untersucht die Aneignung politischer Information über das Internet vor der Nationalratswahl 2013. Die Arbeit ist im Hinblick auf die Wahlalter Senkung zu betrachten, und deshalb wird der Fokus dabei auf junge Erwachsene gelegt, die das erste Mal 2013 wahlberechtigt waren. Wo können Erstwähler am besten erreicht werden, und über welche Onlineangebote holen sie sich ihre politischen Informationen? Diese Fragen wurden anhand einer Umfrage, die im Februar bis Mai in sieben Schulen von Wien durchgeführt wurde, genau analysiert. Über 500 Schüler wurden anhand eines schriftlichen Fragebogens befragt. Kernaussagen waren einerseits, dass das Interesse der jungen Generation an Politik eher mäßig ist, und andererseits, dass sich Männer im Vergleich zu Frauen noch immer als politisch interessierter einstufen. Die junge Generation kann sehr gut über das Internet erreicht werden. Mehr als die Hälfte der befragten Personen gab an, sich über das Internet politisch zu informieren. Diejenigen, die sich über das Internet informiert haben, nutzten am häufigsten Onlinezeitungen, Social Media Angebote und Websites von Parteien. Ein weiteres Ergebnis der Befragung ist, dass interessierte Erstwähler die große Vielfalt der Angebote im Internet nützen. Wenn jemand eher politisch interessiert ist, dann werden Info-„Seiten“ im klassischen traditionellen Sinn besucht. Hingegen Onlineangebote, die politische Videos zeigen (ORFThek und Youtube), von deutlich weniger Interessierten kaum bis gar nicht genützt werden. Gerade hier kann der Rückschluss gezogen werden, dass die Nutzung der ORFtheK und Youtube als politische Informationsquelle tendenziell mit dem Interesse zusammenhängt. Am seltensten werden Blogs und Foren von Erstwähler genützt, und auch mit der Meinungsäußerung im Internet sah es unter diesen Befragten sehr schlecht aus. Lediglich 23 Personen (8% Prozent) gaben an, ihre Meinung vor der Nationalratswahl 2013 im Internet geäußert zu haben. (davon haben 90 % die Plattform „facebook“ verwendet). Somit kann gesagt werden, dass das Internet eine zentrale Rolle im Leben der Jugendlichen spielt und auch für die politische Aneignung von Informationen eine wesentliche Rolle darstellt.

Abstract

The following Research Project explores the acquiring of political information through the use of internet before the National Parliamentary elections in 2013. The Project with regard to the voting age is facing a decrease in age which in turn has shifted the main focus to the young adolescents, who first earned the right to vote in 2013. Where and how first time voters can be reached and through which means of online offers do they get their political information. These questions have been researched and later analysed through questionnaires that have been carried out from February till May within seven different schools within Vienna. Over 500 of the students have been questioned through the means of written questionnaires. The main argument or key points that have been brought up on the one hand, claimed that the interest of the young generation in politics is rather concise, while on the other hand it is claimed that men are still showing significantly more interest in politics than women in today's society. Today's generation can however be widely reached through the means of the internet or social networks. More than a half of the people questioned have admitted to informing themselves about political matters through the web. Those who have claimed to inform themselves through the internet in many cases have done so through online articles, social media offers and certain websites of known political parties. A further result of the questionnaires is that interested first time voters use the major variety of offers throughout the internet. If someone is politically interested then they are likely to visit Information Web pages in the classical traditional manner. On the other hand, Online offers which stream political videos ORFThek and Youtube, are visited by significantly fewer interested people if even at all. As a conclusion, the use of ORFtheK and Youtube as an information source regarding politics, is closely linked to the interest on such issues. Blogs and/or forums are hardly ever used by first-time voters and the interviewees' public expression of (political) views on the internet was also very trivial. Merely 23 persons (8%) admitted to have expressed their opinion on the National Assembly elections in 2013 on the internet (of which 90% of them have used Facebook to do so). Subsequently, it is widely admitted that Internet plays an essential role in young people's lives, as it does for the political acquisition of information.