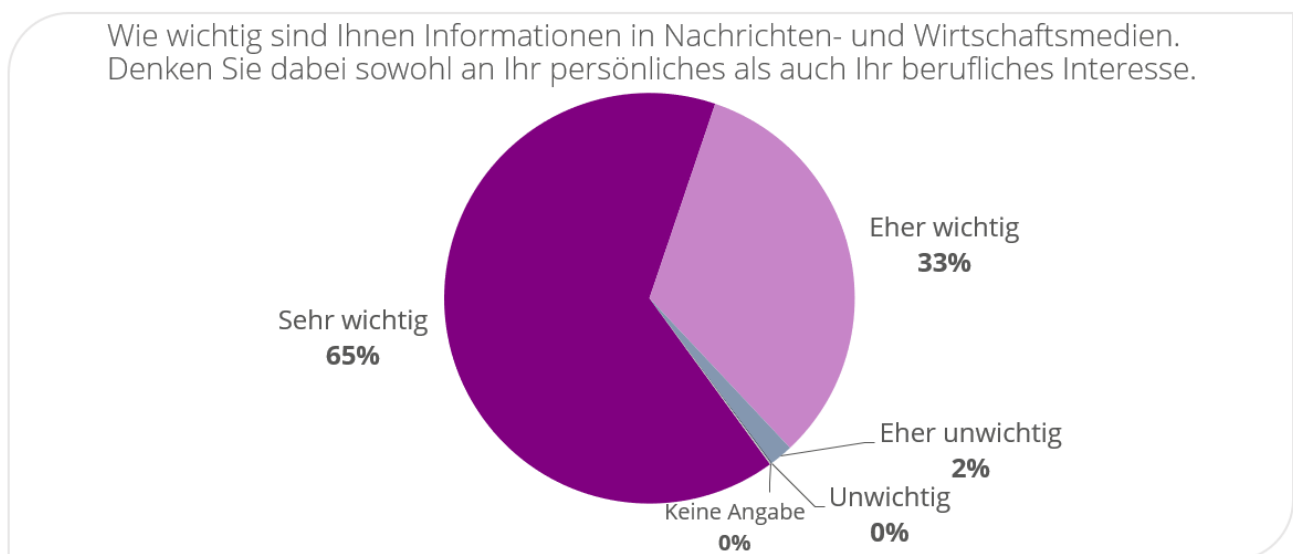


Führungskräfte schätzen Qualitätsmedien

Eine aktuelle Befragung von über 1.000 Entscheidenden in Wirtschaft und Verwaltung zeigt die große Bedeutung etablierter Nachrichten- und Wirtschaftsmedien für die aktuelle Information und Meinungsbildung. Dies gilt auch für die digitalen Übertragungskanäle. Soziale Netzwerke werden dagegen sehr kritisch gesehen. Ebenso wird ein generell sinkendes Vertrauen in Medien konstatiert, das aber nicht auf die eigenen Informationsmedien übertragen wird. Für durch KI erzeugte Beiträge wird eine Kennzeichnungspflicht einhellig als wichtig angesehen.

Hohe Bedeutung von Nachrichten- und Wirtschaftsmedien

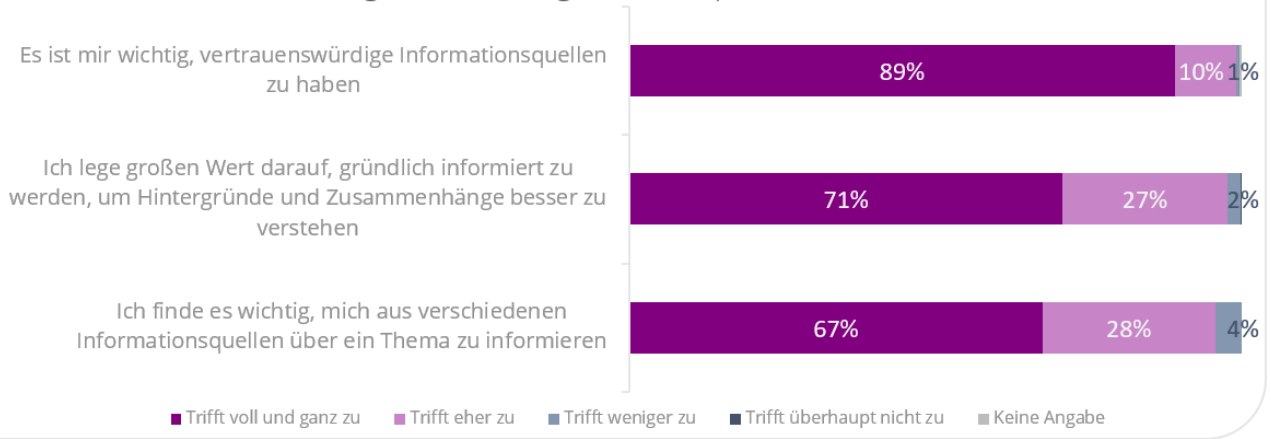
Für 98 Prozent der befragten Führungskräfte in Wirtschaft und Verwaltung sind Informationen aus Nachrichten- und Wirtschaftsmedien wichtig, 65 Prozent finden sie sehr wichtig.



Dabei geht es vor allem um Themen wie Wissenserweiterung, unabhängige Meinungsbildung und die Voraussetzung dafür „mitreden zu können“. Anregungen sind ebenfalls wichtig. Um direkt beruflich voranzukommen, werden Medien dagegen weniger benötigt. Hier sind die Führungskräfte schon angekommen.

Vertrauen ist der oberste Wert, wenn es um Medienberichterstattung geht, wobei es für Führungskräfte auch um Gründlichkeit, um Hintergründe und Zusammenhänge geht. Dabei hilft die Information aus unterschiedlichen Informationsquellen.

Wenn Sie einmal darüber nachdenken, wofür Sie Medien wie z.B. Zeitungen/ Zeitschriften, Internet, Fernsehen, Radio etc. nutzen und was Sie von ihnen erwarten, inwieweit treffen die folgenden Aussagen auf Sie persönlich zu?



Sinkendes Vertrauen der Öffentlichkeit

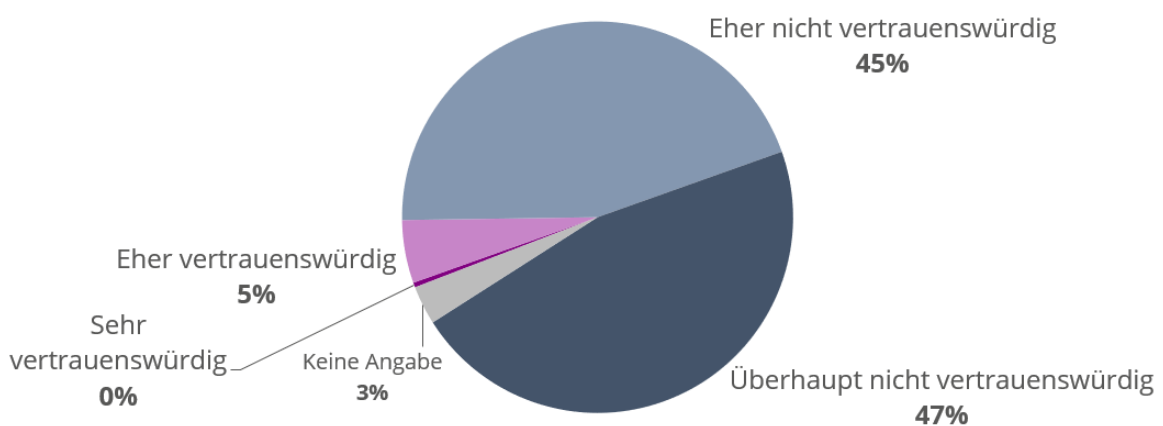
Die Entscheidenden nehmen eine zunehmend kritischere Einstellung gegenüber Medien wahr. 69 Prozent meinen, das Vertrauen in Medien habe im vergangenen Jahr abgenommen.

Für sich selbst sieht die Mehrheit der Führungskräfte ein gleichbleibendes (52 Prozent) oder zunehmendes (2 Prozent) Vertrauen in die Medienlandschaft und 45 Prozent ein abnehmendes. Nach den Gründen sinkenden Vertrauens gefragt, nennen viele eine als einseitig, nicht als ausgewogen empfundene Berichterstattung, zu viel „Fake News“, zu viel Meinung im Gegensatz zu Fakten.

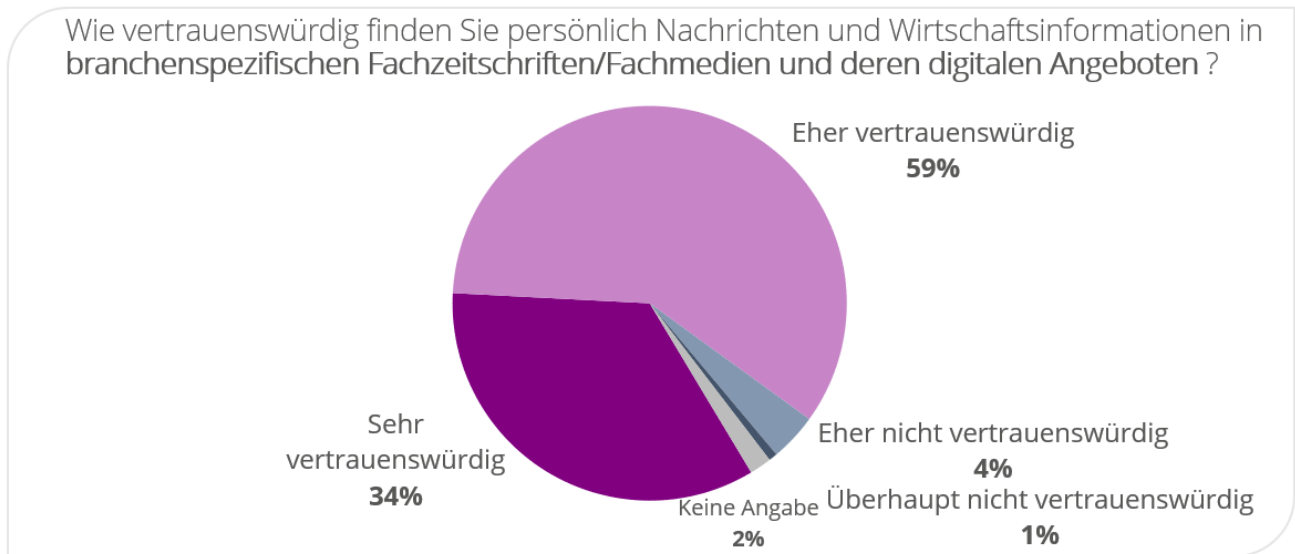
Hohes Vertrauen in Wirtschafts- und Nachrichtenmedien, kein Vertrauen in soziale Netzwerke

Soziale Netzwerke stehen an letzter Stelle in der Vertrauensliste abgefragter Medienangebote. Kaum jemand findet sie auch nur ein wenig vertrauenswürdig. Dies ist ein sehr eindeutiges Ergebnis.

Wie vertrauenswürdig finden Sie persönlich Nachrichten und Wirtschaftsinformationen in sozialen Netzwerken?



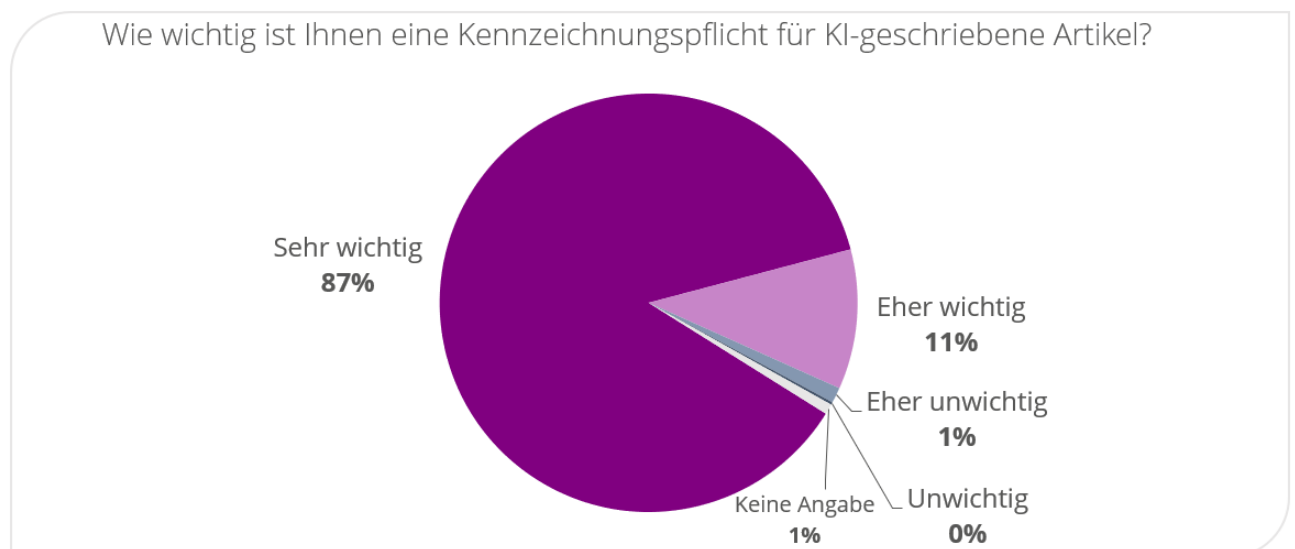
Dagegen gibt es erwartbar hohe Vertrauenswerte für Fachmedien jeder Art.



Aber auch die Nachrichten- und Wirtschaftsinformationen überregionaler Tages- und Wochenzeitungen, inklusive ihrer digitalen Angebote, erfreuen sich hoher Vertrauenspotentiale (86 Prozent sehr oder eher vertrauenswürdig). In ähnlicher Weise gilt dies auch für Angebote regionaler Tageszeitungen (81 Prozent) und für Nachrichten- und Wirtschaftsmagazine (81 Prozent), egal ob gedruckt oder digital verbreitet. Neben Kritik im Detail und einem generell zunehmenden Skeptizismus gibt es generell ein relativ hohes Vertrauen in etablierte Medien im Kontext von Nachrichten, Politik und Wirtschaft.

Kennzeichnungspflicht für KI ist obligatorisch

Die neuen Möglichkeiten, Artikel mit künstlicher Intelligenz zu erzeugen oder zu bearbeiten, werden überwiegend kritisch gesehen. Über die Hälfte der Befragten (52 Prozent) möchte solche Artikel gar nicht lesen, schon gar nicht im Umfeld von Politik und Wirtschaft (57 Prozent). Genauer nachgefragt fehlt ihnen Vertrauen und die menschliche Komponente, man sieht die Gefahren von fehlender Kontrolle und Transparenz. Insofern ist es nicht verwunderlich, dass 98 Prozent der Führungskräfte eine Kennzeichnungspflicht für KI-geschriebene Artikel wichtig finden.



Die Befragung wurde online durchgeführt im LAE-Entscheiderpanel vom 23.04.2024 bis 01.05.2024. Befragt wurden 1.051 Personen aus den Gruppen Selbstständige, Leitende Angestellte und Beamte. Das Panel stellt eine Unterstichprobe aus den jährlich stattfindenden Befragungen zur LAE dar. Durchführende Institute: Immediate, Bremen; IFAK, Taunusstein; forsa, Frankfurt a.M.

Die LAE ist die Leit-Analyse zur Mediennutzung von Entscheidenden in Wirtschaft und Verwaltung.

LAE e.V. 2024

www.lae.de