

## Politiker und digitale Medien: Was muss, das muss

19.12.2011, 09:55 | IT, New Media & Software

Pressemitteilung von: *digital intelligence institute*

Presseagentur: *denkfabrik groupcom GmbH*

---

(Hürth/Köln, 19.12.2011) Für die Bundestags- und Landtagsabgeordneten sind die digitalen Medien zwar sehr wichtig für ihre praktische politische Arbeit geworden, die große Liebe dazu ist aber nicht entstanden. Nach einer Studie des digital intelligence institute (dii) sind zwei von fünf der Volksvertreter bei Facebook unterwegs und kommunizieren zwei Drittel per SMS, die große Mehrheit sieht sich aber als digitale Pragmatiker. An der Befragung hatten 415 der insgesamt mehr als 2.100 Abgeordneten aus Bund und Ländern teilgenommen.

Danach urteilen drei Viertel von ihnen, dass die digitalen Medien im politischen Geschäft zu einem äußerst wichtigen Instrument geworden sind. Weitere 19 Prozent erachten sie zwar als wichtig, aber nicht als unersetzlich. In ähnlicher Größenordnung sind die Abgeordneten der Auffassung, ihre Nutzungsintensität der digitalen Techniken habe in den letzten zwei Jahren deutlich zugenommen. Nur ein kleiner Teil von 6 Prozent meint, ihr Nutzen werde überschätzt oder dass man weitgehend ohne sie auskommen könne.

Zu den bevorzugten elektronischen Geräten gehört kaum überraschend für neun von zehn Politikern der Laptop, an zweiter Stelle rangiert noch vor dem klassischen PC das Smartphone (74 Prozent). Auch die Tablet PCs bzw. das iPad haben schon in großer Breite die Gunst der Volksvertreter erreicht. Solche Geräte werden bereits von 40 Prozent genutzt. Dagegen verwenden sie Handys entsprechend ihrer Ursprungsbedeutung, also rein zum Telefonieren, nur in der Minderheit.

Beim Thema E-Mail herrscht hingegen eine fast hundertprozentig einheitliche Meinung. Auf diesem Weg kommunizieren praktisch alle Politiker gerne, gefolgt von der SMS. Zwei Drittel der Abgeordneten mögen es, Kurznachrichten zu verschicken. Auch die sozialen Netzwerke gewinnen zunehmend an Bedeutung in der politischen Arbeit, allerdings wird Facebook erst von 40 Prozent genutzt. Noch geringer fällt das Twittern für sie ins Gewicht. Lediglich 15 Prozent nutzen diesen Kommunikationskanal, das Bloggen beschränkt sich sogar auf lediglich acht Prozent.

Insofern ist es kaum verwunderlich, dass unter den Politikern nur wenige zu finden sind, die sich als digital Begeisterte bewerten, weil sie Facebook und Smartphones für ihr Lebensgefühl brauchen. Mit 19 Prozent ist diese Gruppe der digital sehr affinen Abgeordneten deutlich in der Minderheit. Stattdessen herrscht ein Selbstverständnis vor, das sich mit einem: „Was muss, das muss“ beschreiben lässt. Positiv ist jedoch, dass sich auch praktisch keine Skeptiker unter den Volksvertretern finden lassen, die befürchten, der Einfluss der modernen Technologien nehme Überhand.

### Portrait

Über das dii:

Das digital intelligence institute (dii) unter der wissenschaftlichen Leitung von Prof. Dr. Ayelt Komus verfolgt das Ziel, praxisnahe Hilfestellungen für die Nutzung digitaler Technologien in Unternehmen und öffentlichen Institutionen zu entwickeln. Dabei werden nicht nur eigene wissenschaftliche Methoden und Verfahren entwickelt. Sondern indem es aktive Kooperationen mit anderen wissenschaftlichen Einrichtungen sucht, nutzt das dii zusätzlich ein Netzwerk zur

Weiterentwicklung intelligenter digitaler Lösungskonzepte. [www.di-i.org](http://www.di-i.org)

---

News-ID: 595084 • Views: 607 (Stand: 11.08.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/595084/Politiker-und-digitale-Medien-Was-muss-das-muss.html>