

Vorwort	5
Einleitung	6
Methodisches Vorgehen	8
Segmentierung	10
Politisches Informationsverhalten	12
Politische Informationsnutzung	13
Bewertung des Informationsangebots: Glaubwürdigkeit & Verständlichkeit	20
Bewertung des Informationsangebots: Themen	23
Erwartung an die Kommunikation von Politik	25
Fazit	28
Erstens: Es gibt keine allgemeine Glaubwürdigkeitskrise der Medien	28
Zweitens: Politik muss besser und einfacher erklärt werden	29
Drittens: Print ist nicht mehr der Maßstab	29
Viertens: Einheitlich über verschiedene Kanäle kommunizieren	29
Fünftens: Die Themen ansprechen, die Bürger_innen bewegen	29
Sechstens: Aktiv kommunizieren	29
Literaturverzeichnis	30
Abbildungsverzeichnis	30
Die Autoren	31