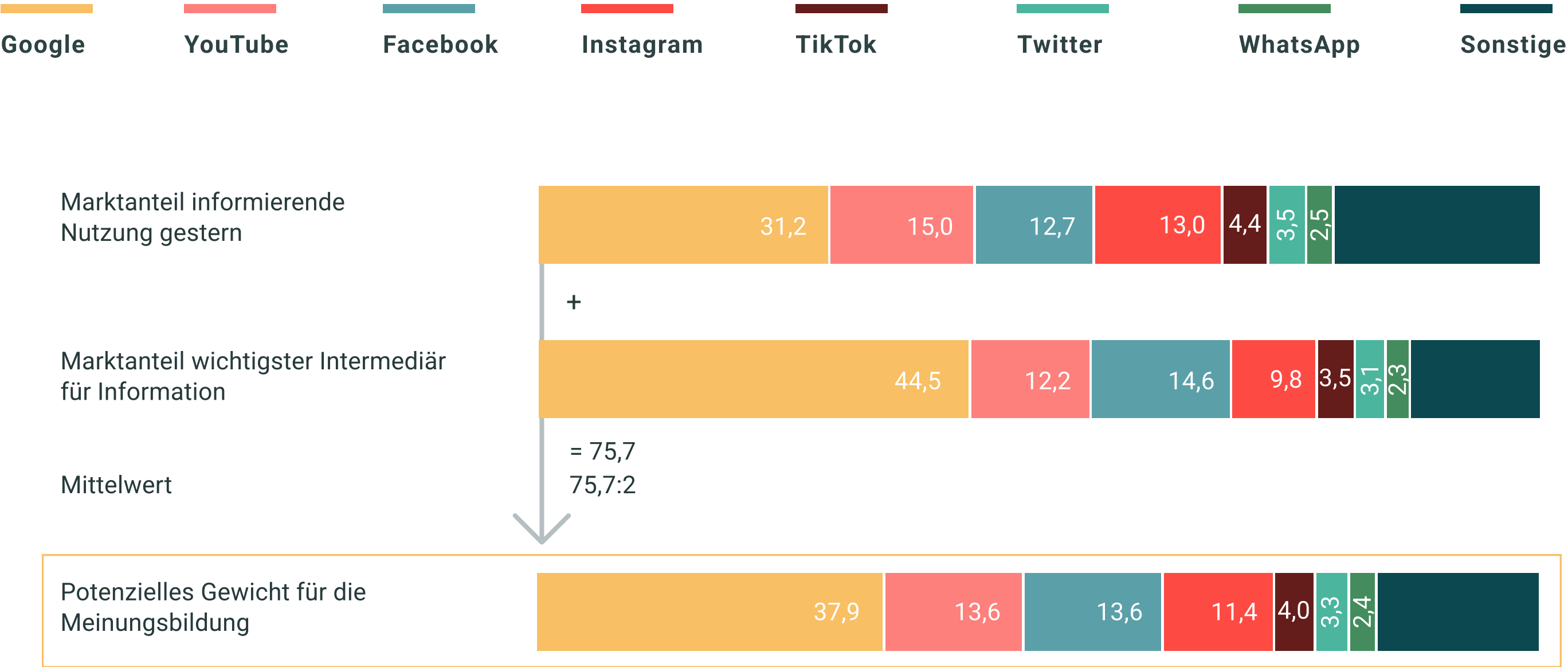


■ Beispiel für eine Gewichtung der Meinungsbildungsrelevanz von Intermediären



* Angaben in Prozent;
Basis: 30,454 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die gestern mindestens einen Intermediär informierend genutzt haben, n=1.809