

Die medienanstalten | Transparenz-Check

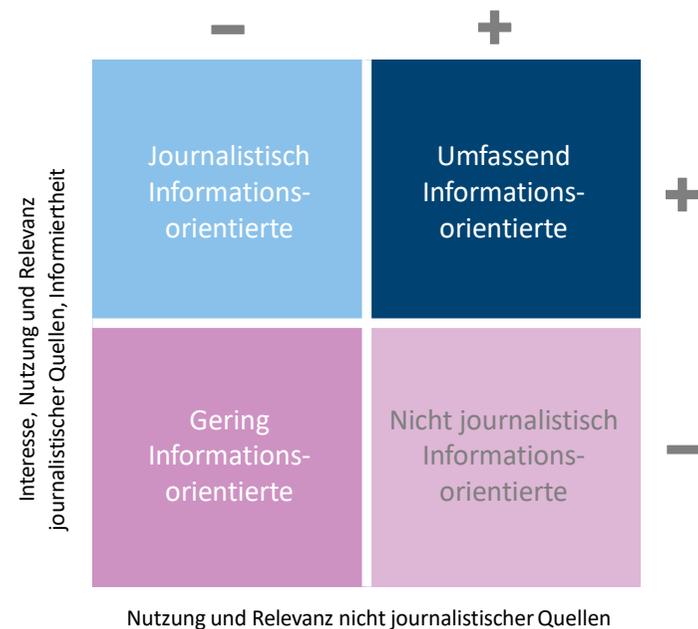
Wirkt die Kennzeichnung von Medieninhalten?



Informationstypen, Medienvertrauen und Medienwissen im Detail

Informationstypen: Typenbildung nach der #UseTheNews-Studie

Nutzung, Relevanz, Interesse und Informiertheit – vier Dimensionen, die im Zusammenspiel vier Typen der Information- und Nachrichtenorientierung unterscheiden lassen.

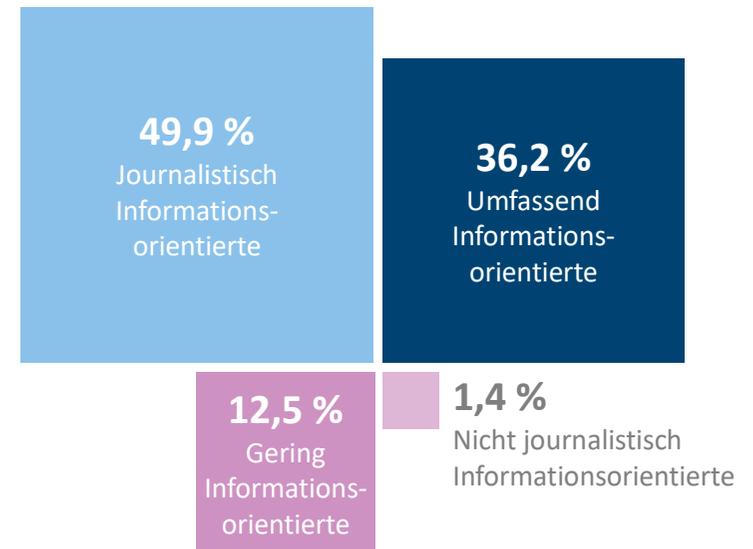


Quelle: #UseTheNews / Leibniz-Institut für Medienforschung | Hans-Bredow-Institut

Informationstypen: Online-Bevölkerung ab 16 Jahre

Information ist nicht dem Journalismus vorbehalten. Bei über einem Drittel gehören auch andere Quellen zum Infopertoire. Über ein Zehntel ist allerdings gar nicht am aktuellen Geschehen interessiert.

- Nutzung**
von journalistischen und nicht-journalistischen Quellen
- Interesse**
bzgl. Informationen zum aktuellen Geschehen
- Meinungsbildungsrelevanz**
von journalistischen und nicht-journalistischen Quellen
- Informiertheit**
(Selbsteinschätzung)

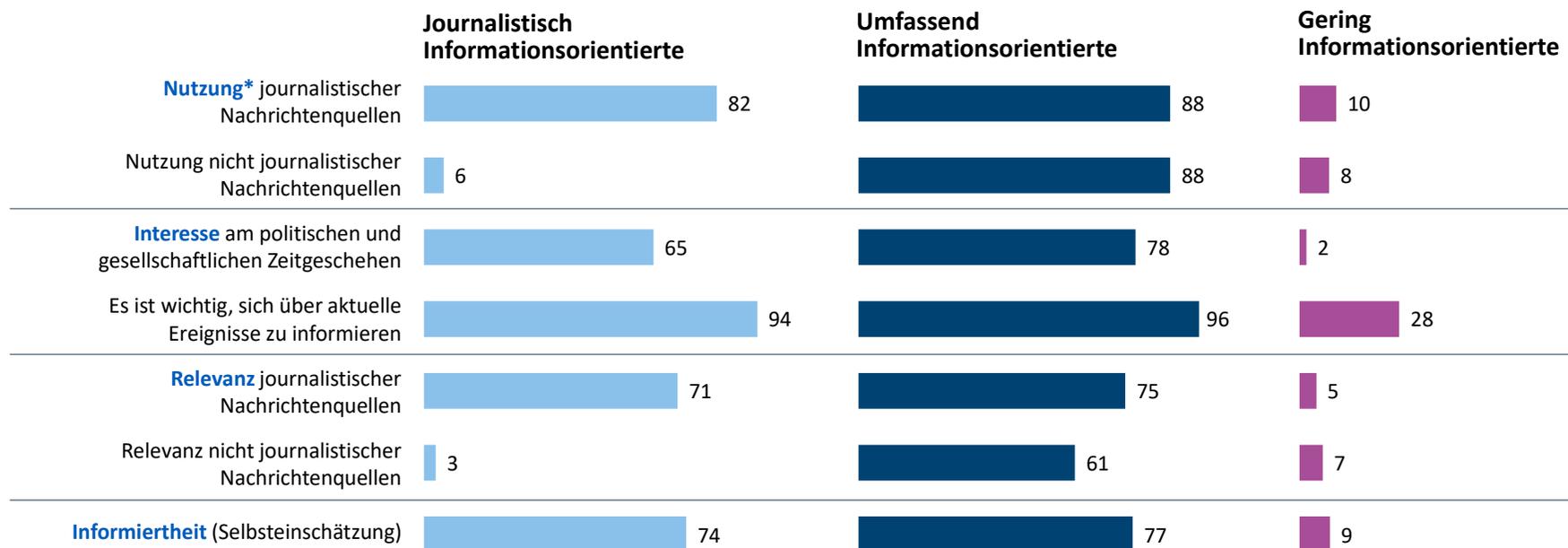


→ Im Folgenden als „gering Informationsorientierte“ zusammengefasst

Quelle: #UseTheNews / Leibniz-Institut für Medienforschung | Hans-Bredow-Institut; Basis: Online-Bevölkerung ab 16 Jahre in Deutschland, n=3.877

Nachrichten- und Informationsorientierung im Detail

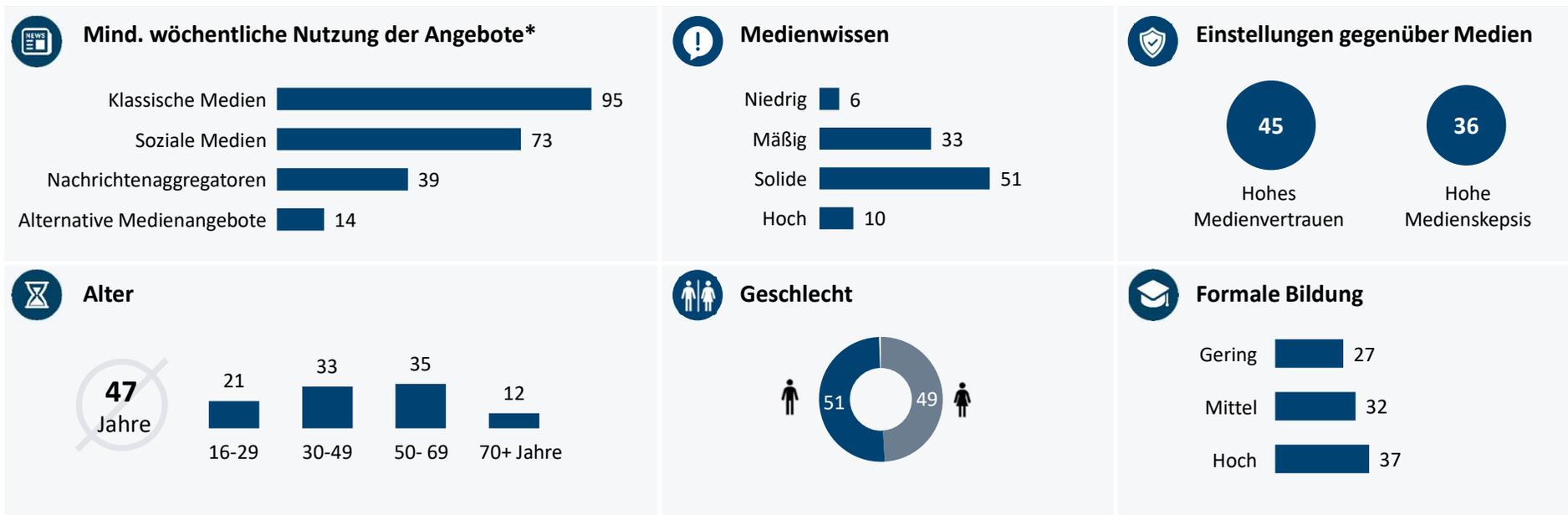
Journalistisch und umfassend Informationsorientierte liegen bei Nachrichtennutzung und Informationsinteresse nah beieinander – außer in Bezug auf nicht journalistische Nachrichtenquellen.



* Nutzung: mehrmals täglich oder täglich; Interesse: äußerst/sehr bzw. stimme (sehr) zu; Relevanz: äußerst/sehr wichtig; Informiertheit: sehr/eher gut; Basis: n=3.877; Typen der Informationsorientierung: Journalistisch (n=1.955); umfassend (n=1.355); gering (n= 567); Angaben in %.

Mediennutzung, -wissen und -vertrauen in der Bevölkerung – ein Überblick

Klassische und Soziale Medien sind die relevantesten Infoquellen. Rund die Hälfte verfügt über ein solides Medienwissen, fast ebenso viele haben Vertrauen in die journalistische Berichterstattung. Über ein Drittel steht dieser aber auch skeptisch gegenüber.

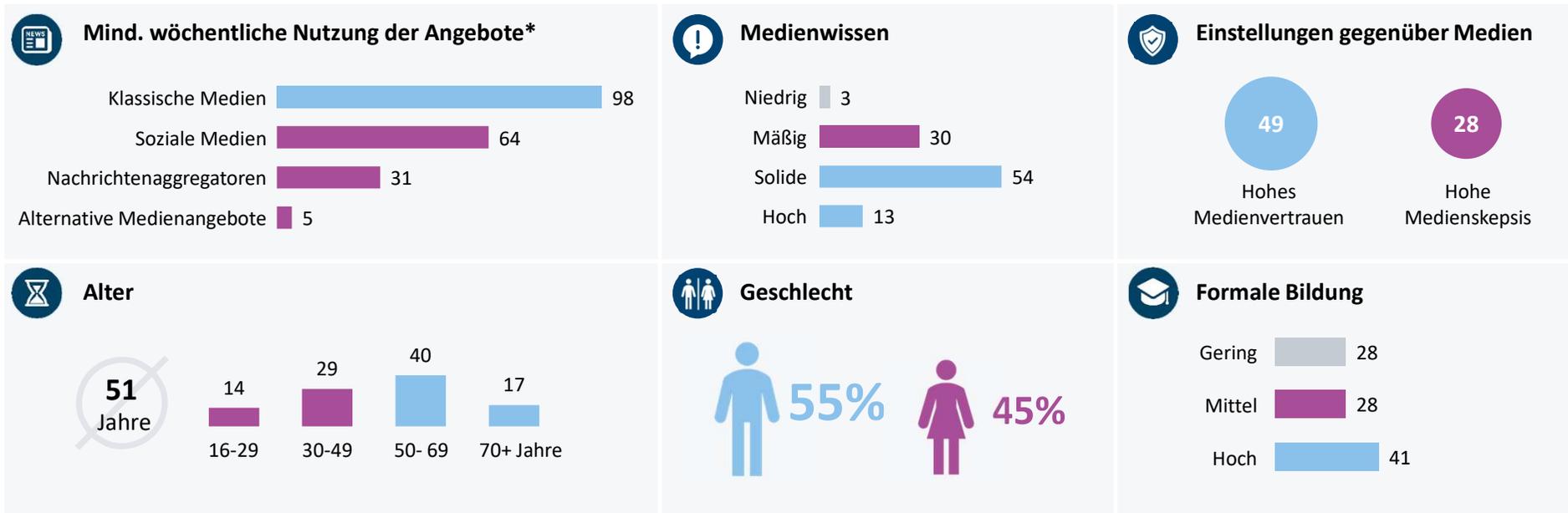


* Klassische Medien: Rundfunk- und Printangebote etablierter Medienhäuser; Soziale Medien: Soziale Netzwerke, Messengerdienste oder Videosharing Websites; Nachrichtenaggregatoren: News Apps wie Google News, Bundle News oder News Republic; Alternative Medienangebote: wie z.B. Epoch Time, Tichys Einblick, RT Deutsch, PI-News, Indymedia); Basis: n=3.877

Journalistisch Informationsorientierte im Überblick

Für journalistisch Info-Orientierte spielen klassische Medien eine herausragende Rolle. Medienwissen und -vertrauen sind überdurchschnittlich hoch – ebenso der Anteil an Personen 50+ und mit formal hoher Bildung.

■ Abweichung von $\geq +3\%$ -Pkt. vom Durchschnitt ■ Abweichung von $\geq -3\%$ -Pkt. vom Durchschnitt

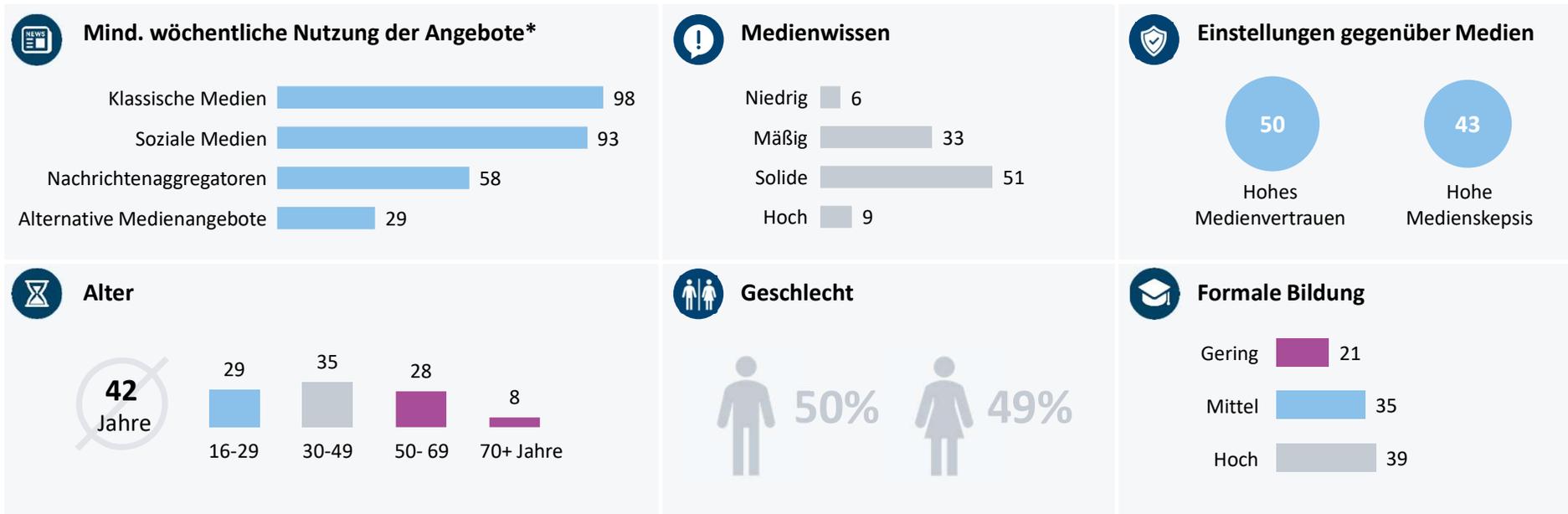


* Klassische Medien: Rundfunk- und Printangebote etablierter Medienhäuser; Soziale Medien: Soziale Netzwerke, Messengerdienste oder Videosharing Websites; Nachrichtenaggregatoren: News Apps wie Google News, Bundle News oder News Republic; Alternative Medienangebote: wie z.B. Epoch Time, Tichys Einblick, RT Deutsch, PI-News, Indymedia); Basis: Journalistisch Informationsorientierte ($\cong 49,9\%$ der Online-Bev. ab 16 J. in Deutschland), n=1.955; Angaben in %.

Umfassend Informationsorientierte im Überblick

Klassisch, sozial, aggregiert oder alternativ: Umfassend Informationsorientierte nutzen ein vielfältiges Info-repertoire. Höchster Wert für Vertrauen neben überdurchschnittlicher Skepsis belegen die Diversität des Typs.

■ Abweichung von $\geq +3\%$ -Pkt. vom Durchschnitt ■ Abweichung von $\geq -3\%$ -Pkt. vom Durchschnitt

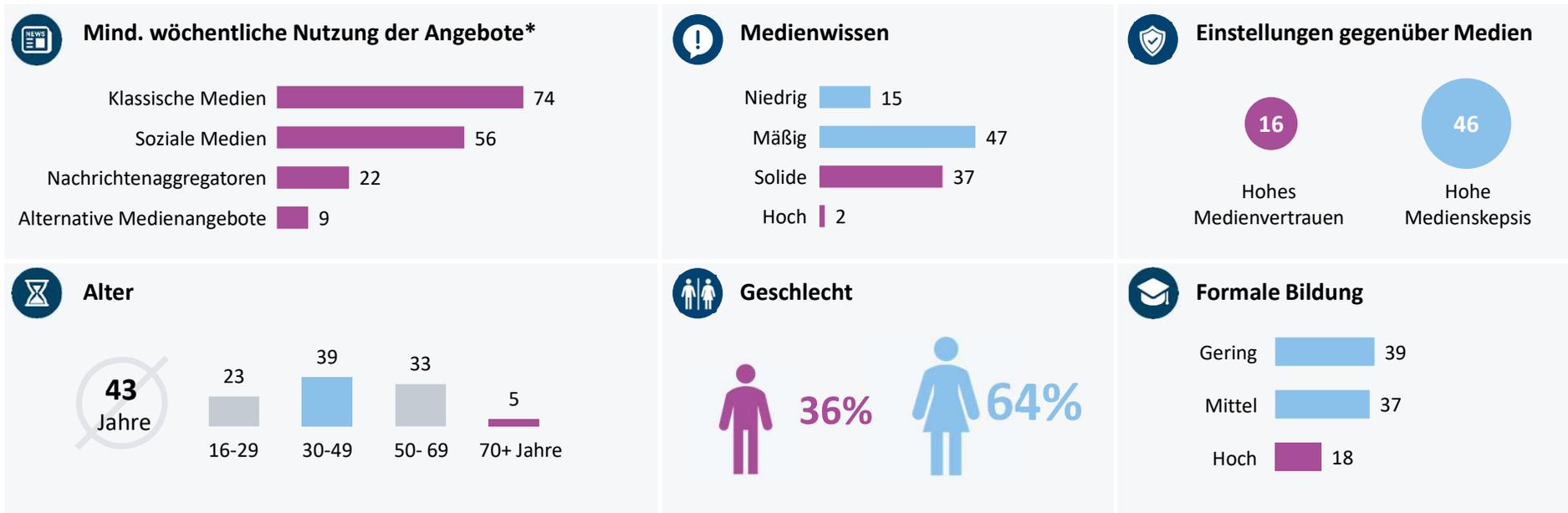


* Klassische Medien: Rundfunk- und Printangebote etablierter Medienhäuser; Soziale Medien: Soziale Netzwerke, Messengerdienste oder Videosharing Websites; Nachrichtenaggregatoren: News Apps wie Google News, Bundle News oder News Republic; Alternative Medienangebote: wie z.B. Epoch Time, Tichys Einblick, RT Deutsch, PI-News, Indymedia); Basis: Umfassend Informationsorientierte ($\approx 36,2\%$ % der Online-Bev. ab 16 J. in Deutschland), n= 1.355; Angaben in %.

Gering Informationsorientierte im Überblick

Top-Wert bei Medienskepsis: Basis oder Folge der Infoabstinz? Nutzung, Wissen und Vertrauen in Medien sind konsistent unterdurchschnittlich. Frauen und Personen mit max. mittlerem Bildungsabschluss überwiegen.

■ Abweichung von $\geq +3\%$ -Pkt. vom Durchschnitt ■ Abweichung von $\geq -3\%$ -Pkt. vom Durchschnitt



* Klassische Medien: Rundfunk- und Printangebote etablierter Medienhäuser; Soziale Medien: Soziale Netzwerke, Messengerdienste oder Videosharing Websites; Nachrichtenaggregatoren: News Apps wie Google News, Bundle News oder News Republic; Alternative Medienangebote: wie z.B. Epoch Time, Tichys Einblick, RT Deutsch, PI-News, Indymedia); Basis: Gering Informationsorientierte ($\approx 13,9\%$ der Online-Bev. ab 16 J. in Deutschland), n=567; Angaben in %.

Informationstypen: Einstellungen gegenüber journalistischer Berichterstattung

Bemerkenswert: Bei umfassend Info-Orientierten schneidet die journalistische Medienberichterstattung in vielen Punkten am besten ab. Den gering Info-Interessierten ist es vor allem zu viel vom selben.

Stimme zu (Top 2 von 5):

Die journalistische Medienberichterstattung...

bringt Themen, über die ich auch Freunden/Bekanntem rede.

hilft mir, gesellschaftliche und pol. Zusammenhänge einzuordnen.

ist vertrauenswürdig.

berücksichtigt unterschiedliche Meinungen und Sichtweisen.

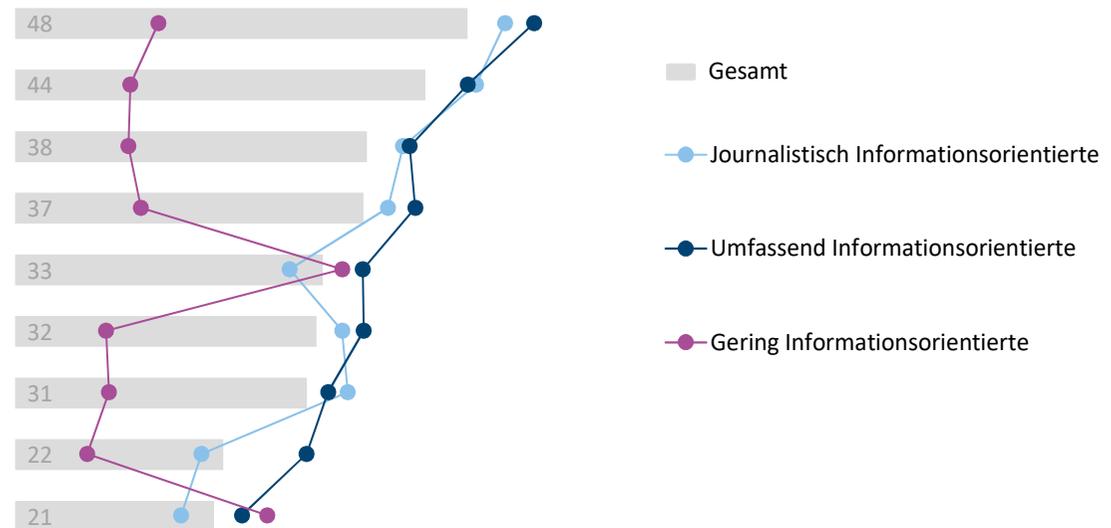
berichtet immer dasselbe.

zeigt ein realistisches Bild von Deutschland und den Menschen.

ist alles in allem ausgewogen.

gibt Menschen wie mir eine Stimme.

...ist mir einfach zu viel, ich fühle mich überfordert.



Basis: n=3.877; Typen der Informationsorientierung: Journalistisch (n=1.955); umfassend (n=1.355); gering (n= 567); Angaben in %.

Wie wurden Medienskepsis und Medienvertrauen gemessen?

Zur Ermittlung der Medienskepsis und des Medienvertrauens der Befragten wurde die **Zustimmung zu vier Aussagen über die journalistische Medienberichterstattung** in Deutschland berücksichtigt – zwei davon **positiv**, zwei **negativ** formuliert:

Medienvertrauen

Die journalistische Medienberichterstattung in Deutschland...

- ... ist vertrauenswürdig.
- ...ist alles in allem ausgewogen.

Medienskepsis

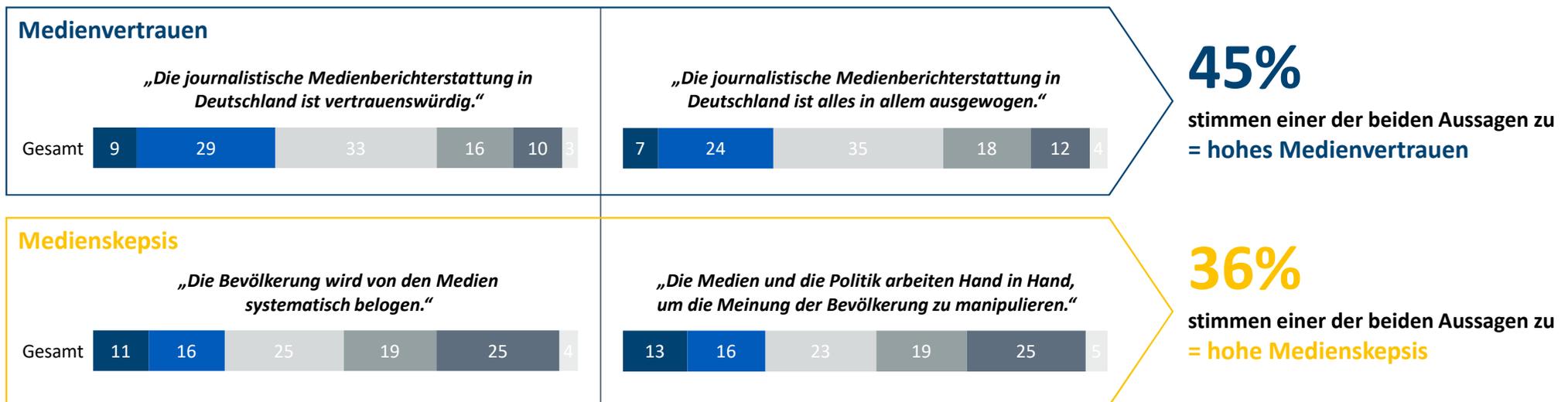
- Die Bevölkerung wird von den Medien systematisch belogen.
- Die Medien und die Politik arbeiten Hand in Hand, um die Meinung der Bevölkerung zu manipulieren.

Darauf basierend wurden **vier Subgruppen** gebildet:

- **Hohes Medienvertrauen** – Zustimmung (Top 2 von 5) zu mindestens einer der beiden positiven Aussagen
- Geringes Medienvertrauen – keine Zustimmung zu beiden positiven Aussagen
- **Hohe Medienskepsis** – Zustimmung (Top 2 von 5) zu mindestens einer der beiden negativen Aussagen
- Geringe Medienskepsis – keine Zustimmung zu beiden negativen Aussagen

Medienvertrauen und Medienskepsis

Knapp die Hälfte hält die Medienberichterstattung für vertrauenswürdig oder ausgewogen. Über ein Drittel zweifelt aber auch an der Wahrheit oder Unabhängigkeit journalistischer Information.

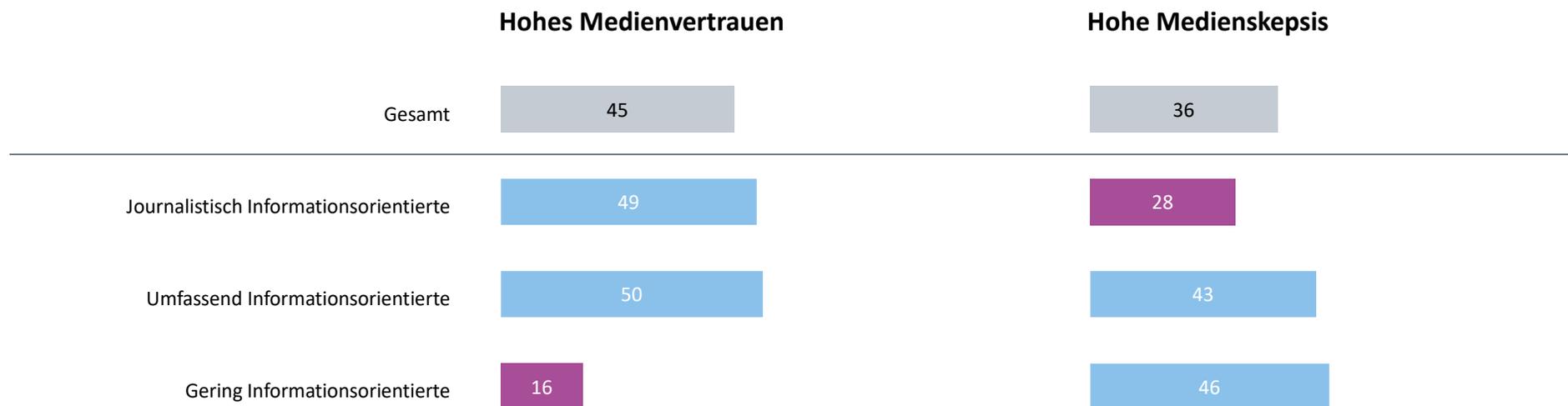


■ (1) Stimme voll und ganz zu ■ 2 ■ 3 ■ 4 ■ (5) Stimme gar nicht zu ■ Weiß nicht

Frage: Im Folgenden sehen Sie einige Aussagen zur journalistischen Medienberichterstattung in Deutschland. Bitte geben Sie an, wie sehr Sie persönlich der jeweiligen Aussage zustimmen.
Basis: Online-Bevölkerung ab 16 Jahren in Deutschland; n=3.877; Angaben in %.

Medienvertrauen und Medienskepsis: Informationstypen

Klein, aber auffällig: Höchste Ausschläge nach „oben“ und „unten“ bei gering Info-Orientierten. Vertrauen und Skepsis können aber auch nebeneinander bestehen wie bei den umfassend Info-Orientierten.

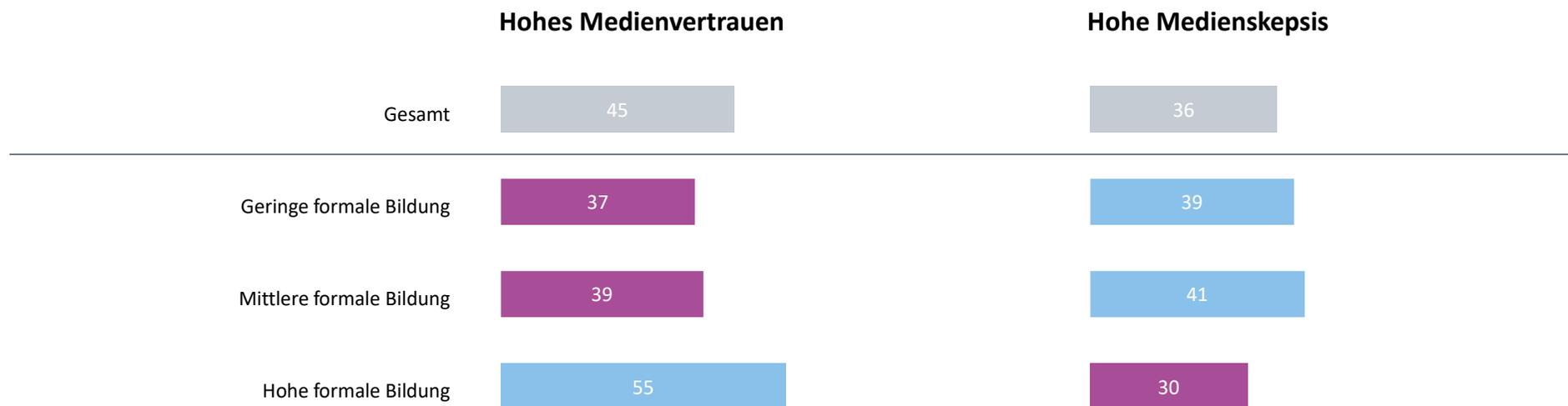


■ Abweichung von $\geq +3\%$ -Pkt. vom Durchschnitt ■ Abweichung von $\geq -3\%$ -Pkt. vom Durchschnitt

Basis: Online-Bevölkerung ab 16 Jahren in Deutschland, n=3.877; Typen der Informationsorientierung: journalistisch (n=1.955); umfassend (n=1.355); gering (n= 567); Angaben in %.

Medienvertrauen und Medienskepsis: Formale Bildung

Zwar nicht linear, aber ein Zusammenhang zur formalen Bildung ist durchaus erkennbar: Höchstes Medienvertrauen und geringste Medienskepsis bei Personen mit formal hohem Bildungsabschluss.

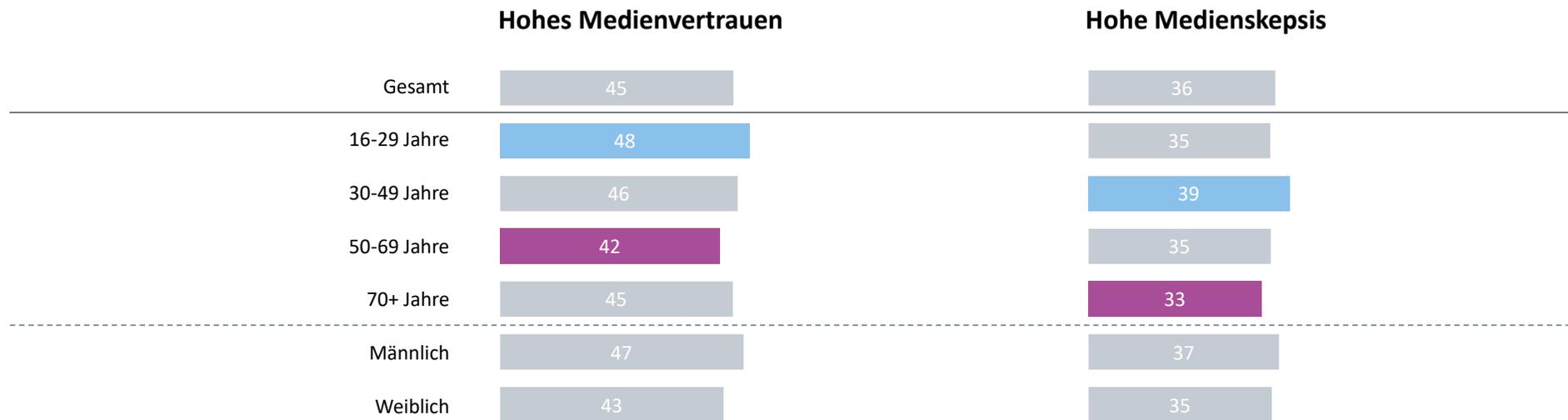


■ Abweichung von $\geq +3\%$ -Pkt. vom Durchschnitt ■ Abweichung von $\geq -3\%$ -Pkt. vom Durchschnitt

Basis: Online-Bevölkerung ab 16 Jahren in Deutschland, n=3.877; Formale Bildung: Gering (n=1.143); mittel (n=1.042); hoch (n=1.618); Angaben in %.

Medienvertrauen und Medienskepsis: Alter und Geschlecht

Wenig Unterschied nach Alter und Geschlecht. Tendenziell sind Vertrauen in und Skepsis gegenüber Medien bei unter 50-Jährigen und unter Männern etwas stärker ausgeprägt.



■ Abweichung von $\geq +3\%$ -Pkt. vom Durchschnitt ■ Abweichung von $\geq -3\%$ -Pkt. vom Durchschnitt

Basis: Online-Bevölkerung ab 16 Jahren in Deutschland, n=3.877; Alter 16-29 Jahre (n=770), 30-49 (n=1.262), 50-69 (n=1.439), 70+ Jahre (n=406); Geschlecht männlich (n=1.928), weiblich (n=1.937); Angaben in %.

Wie wurde Medienwissen gemessen?

Um das **Medienwissen** der Befragten spielerisch zu ermitteln, wurde ein **Quiz mit 14 Aussagen** erarbeitet – die Befragten wurden gebeten, die Aussagen als wahr oder falsch einzuordnen.

Die Aussagen umfassen die folgenden **Bereiche**:

- Allgemeines zum Journalismus (Grundsätze und öffentlich-rechtliche Medien)
- Werbung & Targeting
- Soziale Medien
- Suchmaschinen

Beispiel: Befragte wurden gebeten, 14 Aussagen über die Medienlandschaft als korrekt oder nicht korrekt zuzuordnen.

Es gibt einen Pressekodex, der die Grundsätze der Arbeit von Journalist:innen festlegt.

Korrekt/wahr

Google kann meinen Standort nutzen, um die Suchergebnisse anzupassen.

Soziale Medien, z.B. Facebook, können (meine) Beiträge löschen, wenn sie gegen ihre Regeln verstoßen.

Nicht korrekt/falsch

Die ersten 10 Ergebnisse der Google-Suche werden von Google-Mitarbeiter:innen genau geprüft.

Ich kann Werbung von einzelnen Anbietern im Internet ausschließen.

Weiß nicht

Medienwissen: Allgemeines zum Journalismus – Gesamt und Informationstypen

Pressekodex sowie Rechte und Pflichten der Öffentlich-Rechtlichen sind mehrheitlich bekannt. Gering Informationsorientierte wissen deutlich weniger Bescheid.

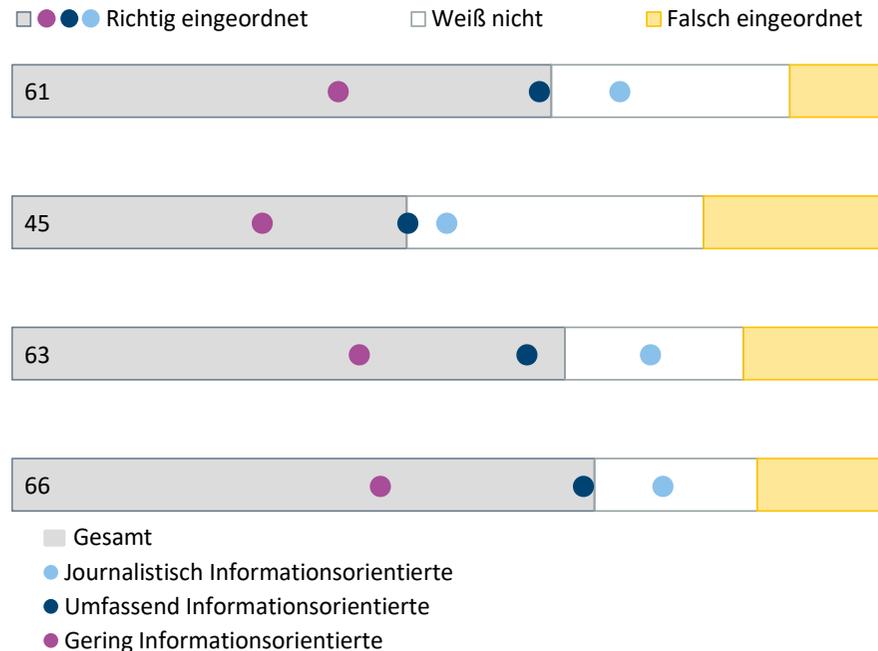
ALLGEMEINES ZUM JOURNALISMUS

Es gibt einen Pressekodex, der die Grundsätze der Arbeit von Journalist:innen festlegt. *[richtig]*

Eine Nachricht über eine/n Bundesminister:in darf nur nach Genehmigung durch das Ministerium veröffentlicht werden. *[falsch]*

Politiker:innen, die im Bundestag sitzen, können entscheiden, worüber der öffentlich-rechtliche Rundfunk berichtet. *[falsch]*

Der öffentlich-rechtliche Rundfunk ist gesetzlich verpflichtet, ausgewogen über Politik zu berichten und unterschiedliche Meinungen zu zeigen. *[richtig]*



Basis: Online-Bevölkerung ab 16 Jahren in Deutschland, n=3.877; Typen der Informationsorientierung: Journalistisch (n=1.955); umfassend (n=1.355); gering (n= 567); Angaben in %.

Medienwissen: Werbung & Targeting – Gesamt und Informationstypen

Grundsätzliches zu Werbung online weiß rund die Hälfte der Befragten – umfassend Informierte schneiden hier tendenziell am besten ab.

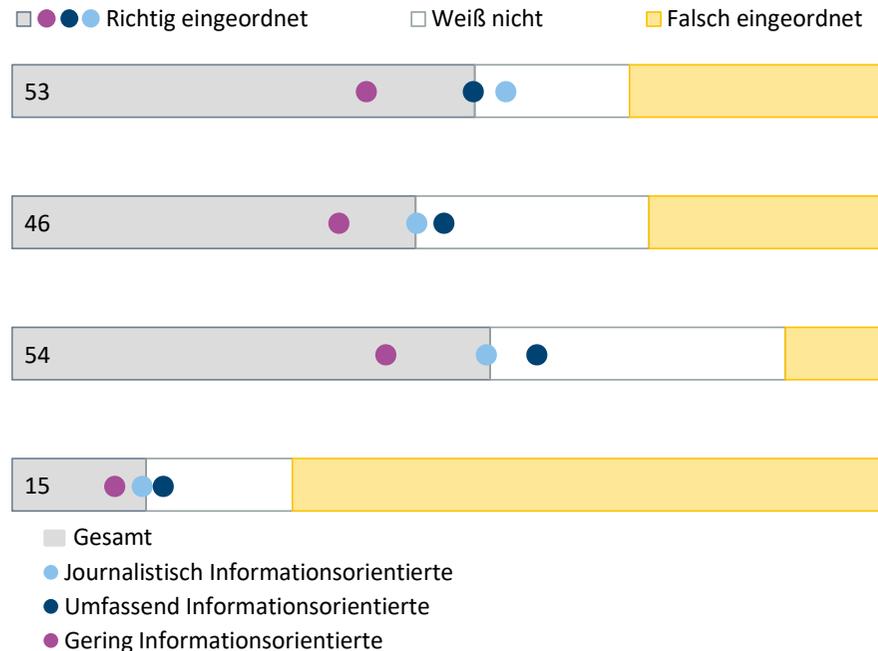
WERBUNG & TARGETING

Die Werbung, die ich online sehe, sehen alle anderen auch.
[falsch]

Ich kann Werbung von einzelnen Anbietern im Internet ausschließen.
[richtig]

Politische Werbung ist auf Facebook und Instagram nicht erlaubt.
[falsch]

Politische Werbung im Radio oder Fernsehen ist immer erlaubt, sie muss nur klar gekennzeichnet sein.
[falsch]



Basis: Online-Bevölkerung ab 16 Jahren in Deutschland, n=3.877; Typen der Informationsorientierung: Journalistisch (n=1.955); umfassend (n=1.355); gering (n= 567); Angaben in %.

Medienwissen: Soziale Medien – Gesamt und Informationstypen

Dass Soziale Medien eigene Hausregeln durchsetzen können, weiß die überwiegende Mehrheit. Gering Info-Orientierte sind mit den Funktionen von Sozialen Medien aber weniger gut vertraut.

SOZIALE MEDIEN

Richtig eingeordnet Weiß nicht Falsch eingeordnet

Soziale Medien, z.B. Facebook, können (meine) Beiträge löschen, wenn sie gegen ihre Regeln verstoßen. *[richtig]*



Wenn ich einen Beitrag in Sozialen Medien als Falschinformation melde, wird dieser in jedem Fall innerhalb eines Tages gelöscht. *[falsch]*



Wenn ich bei Facebook einen Beitrag der Tagesschau kommentiere, können andere meine Kommentare sehen. *[richtig]*



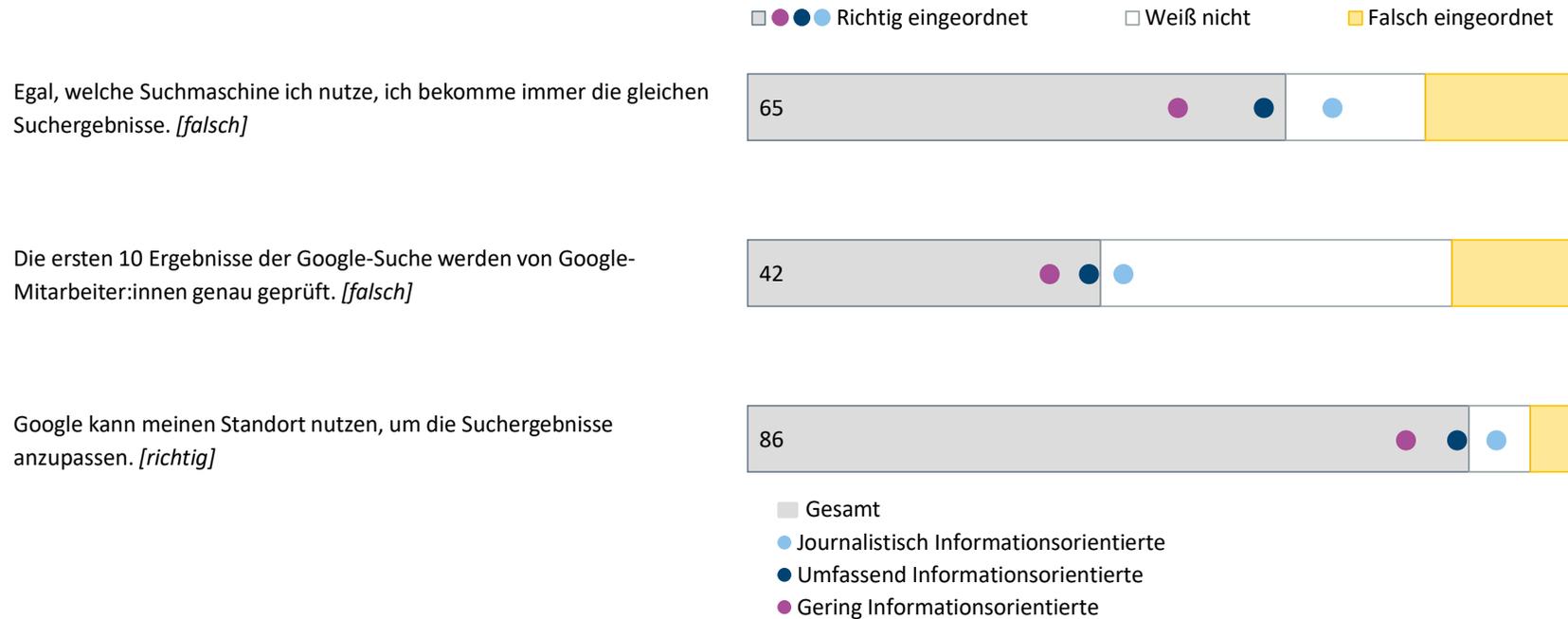
Gesamt
 Journalistisch Informationsorientierte
 Umfassend Informationsorientierte
 Gering Informationsorientierte

Basis: Online-Bevölkerung ab 16 Jahren in Deutschland, n=3.877; Typen der Informationsorientierung: Journalistisch (n=1.955); umfassend (n=1.355); gering (n= 567); Angaben in %.

Medienwissen: Suchmaschinen – Gesamt und Informationstypen

Personalisierung über den Standort ist Allgemeinwissen. Wie die Suchergebnisse genau entstehen, ist dagegen weniger gut bekannt – vor allem bei gering und umfassend Info-Orientierten.

SUCHMASCHINEN



Basis: Online-Bevölkerung ab 16 Jahren in Deutschland, n=3.877; Typen der Informationsorientierung: Journalistisch (n=1.955); umfassend (n=1.355); gering (n= 567); Angaben in %.

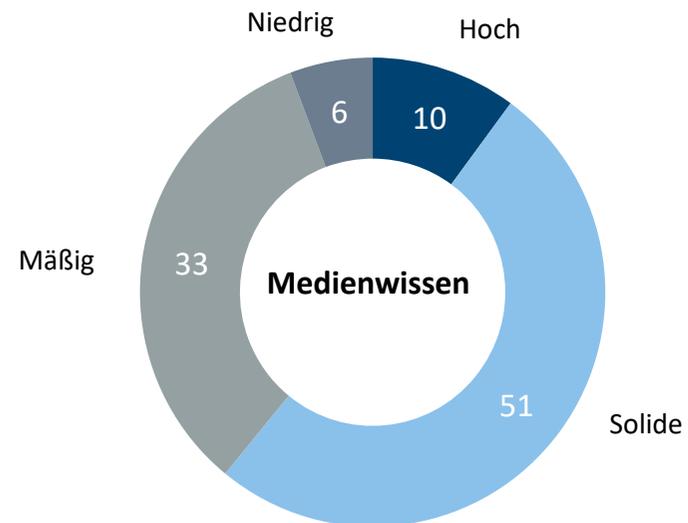
Medienwissen – Bildung und Verteilung der vier Gruppen

Die Online-Bevölkerung ab 16 Jahren in Deutschland verfügt mehrheitlich über ein solides bis hohes Medienwissen. Über ein Drittel hat allerdings maximal die Hälfte der Fragen richtig beantwortet.

Um das **Medienwissen** der Befragten spielerisch zu ermitteln, wurde ein **Quiz mit 14 Aussagen** erarbeitet.

Je nach Anzahl der korrekt zugeordneten Aussagen wurden **vier Gruppen mit unterschiedlichem Medienwissen** ermittelt:

- **Niedriges** Medienwissen (0-3 korrekte Antworten)
- **Mäßiges** Medienwissen (4-7 korrekte Antworten)
- **Solides** Medienwissen (8-11 korrekte Antworten)
- **Hohes** Medienwissen (12-14 korrekte Antworten)

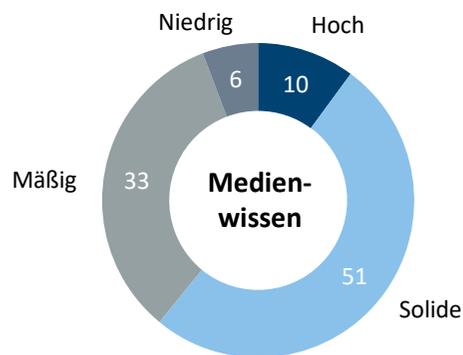


Basis: Online-Bevölkerung ab 16 Jahren in Deutschland, n=3.877; Angaben in %.

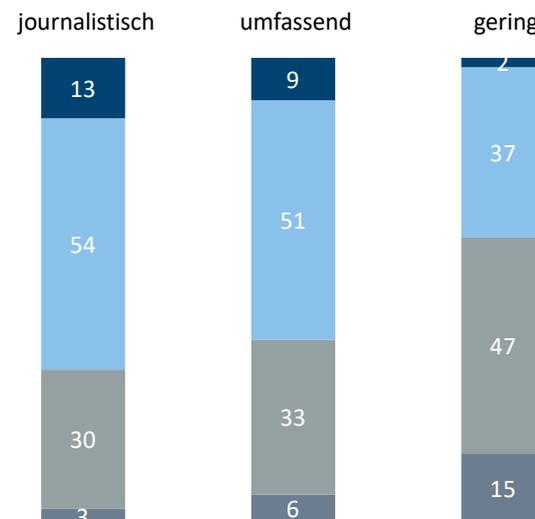
Medienwissen: Informationstypen und formale Bildung

Journalistisch Informationsorientierte und Personen mit hohem formalen Bildungsabschluss weisen ein weit überdurchschnittlich Medienwissen auf.

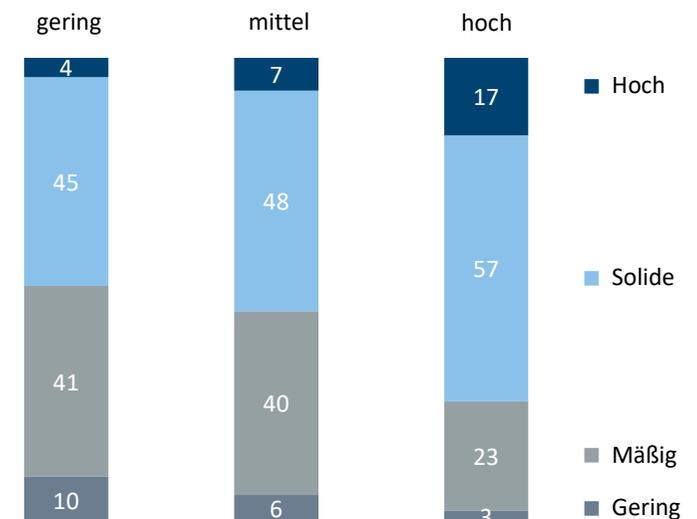
Medienwissen - Gesamt



Informationstypen



Formaler Bildungsabschluss

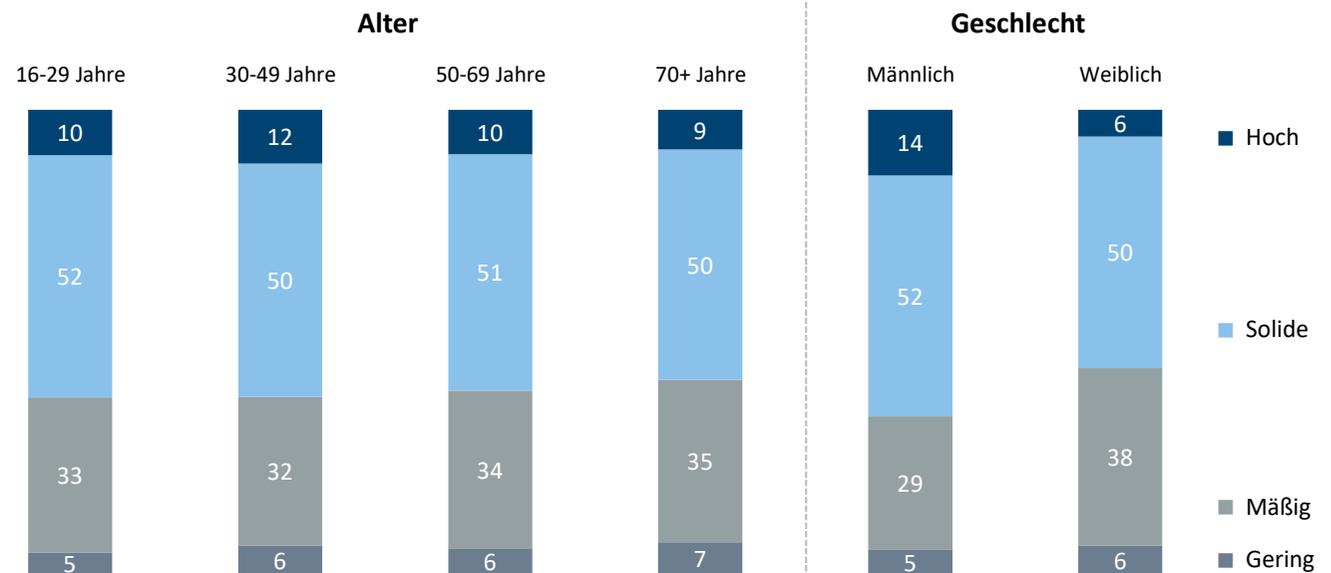
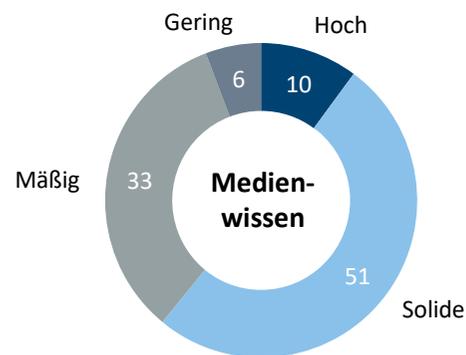


Basis: Online-Bevölkerung ab 16 Jahren in Deutschland, n=3.877; Typen der Informationsorientierung: journalistisch (n=1.955); umfassend (n=1.355); gering (n= 567); Formale Bildung: Gering (n=1.143); mittel (n=1.042); hoch (n=1.618); Angaben in %.

Medienwissen: Alter und Geschlecht

Das Alter macht kaum einen Unterschied beim Medienwissen. Aber es gibt deutlich mehr Männer, die sich sehr gut mit Medien auskennen.

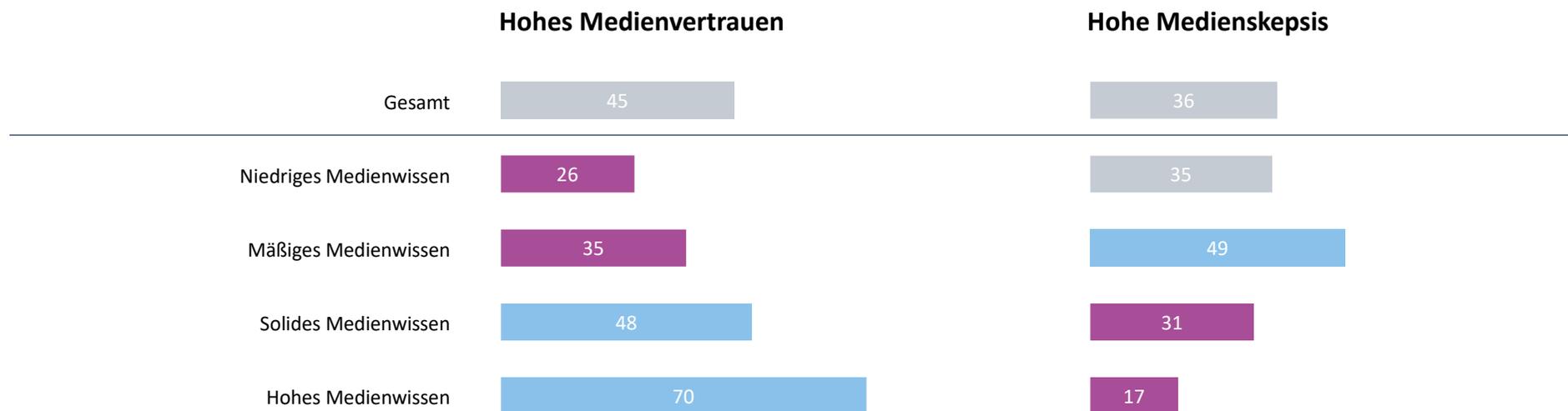
Medienwissen - Gesamt



Basis: Online-Bevölkerung ab 16 Jahren in Deutschland, n=3.877; Alter 16-29 Jahre (n=770), 30-49 (n=1.262), 50-69 (n=1.439), 70+ Jahre (n=406); Geschlecht männlich (n=1.928), weiblich (n=1.937); Angaben in %.

Medienvertrauen und Medienskepsis: Medienwissen

Klarer positiver Zusammenhang zwischen Medienwissen und Vertrauen: je größer das Wissen, desto mehr Vertrauen. Größte Skepsis herrscht unter denen mit mäßigem Medienwissen.



■ Abweichung von $\geq +3\%$ -Pkt. vom Durchschnitt ■ Abweichung von $\geq -3\%$ -Pkt. vom Durchschnitt

Basis: Online-Bevölkerung ab 16 Jahren in Deutschland, n=3.877; Medienwissen niedrig (n=229); mäßig (n=1.298); solide (n= 1.958); hoch (n=392); Angaben in %.

Daten zur Untersuchung

Auftraggeber:	Die Medienanstalten
Institut:	GIM Gesellschaft für Innovative Marktforschung mbH
Methode:	Computer Assisted Web Interviewing (CAWI)
Grundgesamtheit: Auswahlgesamtheit:	Deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 16 Jahren mit Internetzugang Online Panel
Fallzahl:	3877 Interviews inkl. Aufstockungsinterviews in Brandenburg n=750.
Stichprobe / Zielperson:	<p>CAWI: Basierend auf soziodemografischen Informationen wird eine zufällige Stichprobe aus der Grundgesamtheit der Online-Access-Panels gezogen und die Panel-Mitglieder per E-Mail zur Teilnahme an der Befragung eingeladen.</p> <p>Die Stichprobe wurde in 3 strukturgleiche Monaden geteilt. Die Steuerung und Zuweisung zu den Monaden wurde auf Basis der soziodemografischen Informationen zu Alter, Geschlecht, Bildung, Haushaltsgröße und Region in den ersten Fragen des Fragebogens gesteuert. Über die anschließende Gewichtung der Monaden wurden etwaige Ungleichheiten ausgeglichen.</p>
Fragebogen:	<p>Der Fragebogen bestand aus einem Rahmenfragebogen zu den Themen: Informationsinteresse, Informationsquellen (journalistisch/nicht journalistisch), Mediennutzung, Einstellung zum Mediensystem und Medienvertrauen sowie Kenntnis der journalistischen Grundsätze und Funktionsweise der sozialen Medien/Internet. Ein zweiter umfassender Frageblock befasste sich mit der Frage, inwieweit Kennzeichnungen Nutzer:innen dabei unterstützen, Quellen als Werbung, Meinung, Information oder Falschnachricht zu erkennen und die Glaubwürdigkeit erhöhen.</p>
Pretest:	Um den Fragebogen auf seine Verständlichkeit zu testen und das Zuordnungsverfahren zu prüfen, wurde in der Zeit vom 03.09.-06.09.2021 ein Pretest mit n=101 Interviews durchgeführt. Die Ergebnisse wurden im Pretestbericht dokumentiert und der Fragebogen entsprechend der Ergebnisse geringfügig angepasst.
Gewichtung:	Die realisierte Stichprobe der Hauptstudie wurde per Gewichtung an die Strukturen der Onlinenutzer:innen der aktuellen ma Radio angepasst. Die Aufstockungsinterviews in Brandenburg wurden für den Gesamtbericht auf ihren Bevölkerungsanteil gewichtet.
Erhebungszeitraum:	Transparenz-Check 2021: 20.09. – 5.10.2021