

die medienanstalten-Pressemitteilung 11/2021 • Berlin 29.04.2021

Informierende Mediennutzung so hoch wie nie – Internetnutzung legt weiter zu

Mediengewichtungsstudie der Medienanstalten analysiert Informationsnutzung in Corona-Zeiten

Im Corona-Jahr 2020 stieg das Informationsbedürfnis der Deutschen auf Rekordniveau. Neun von zehn Personen ab 14 Jahre haben sich täglich in TV und Radio, Online oder in Printmedien über das aktuelle Zeitgeschehen informiert. Dies ist der höchste Wert seit Beginn der Veröffentlichung der Mediengewichtungsstudie durch die Medienanstalten im Jahr 2015, wie die jetzt veröffentlichte Auswertung für den Zeitraum des zweiten Halbjahrs 2020 zeigt.

Rundfunk spielt nach wie vor eine zentrale Rolle zur Information über das Zeitgeschehen in Politik, Wirtschaft und Kultur aus Deutschland und aller Welt. Der bisherige Spitzenreiter Fernsehen konnte seinen Vorsprung um mehr als fünf Prozentpunkte gegenüber 2019 ausbauen, das Radio gewinnt ebenfalls fünf Prozentpunkte zusätzliche Tagesreichweite. Satte 12 Prozentpunkte hat die informierende Internetnutzung zugelegt. Jeder Zweite (51%) greift mittlerweile täglich auf Onlineangebote zurück.

„Fernsehen und Radio liefern in Krisenzeiten verlässliche Informationen und werden dafür stark nachgefragt. Gleichzeitig wächst durch den Corona-bedingten Digitalisierungsschub die Bedeutung von Onlineangeboten für die Meinungsbildung stark weiter. Um Chancengleichheit und Transparenz für Anbieter und Mediennutzende herzustellen, werden die Medienanstalten konsequent ihre neuen Aufsichtstätigkeiten aus dem Medienstaatsvertrag zur Sicherung von Meinungsvielfalt im digitalen Medienraum wahrnehmen,“ sagt Dr. Wolfgang Kreißig, Vorsitzender der Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten.

Zugelegt hat im letzten Jahr die Nutzung von Onlineangeboten der Fernsehsender (+7 Prozentpunkte), Zeitungsverlagen und Portalen (jeweils +5 Prozentpunkte). Allerdings werden diese oft nicht direkt im Netz angesteuert, sondern immer häufiger der Weg über Suchmaschinen und soziale Netzwerke genommen. Fast jeder zweite (45%) nutzt mittlerweile täglich Suchmaschinen, soziale Netzwerke und Instant-Messenger-Dienste, um sich über das Zeitgeschehen zu

Gesellschafter

Landesanstalt für Kommunikation
Baden-Württemberg (LFK)
Bayerische Landeszentrale für neue Medien
(BLM)
Medienanstalt Berlin-Brandenburg (mabb)
Bremsche Landesmedienanstalt (brema)
Medienanstalt Hamburg/Schleswig-Holstein
(MA HSH)
Hessische Landesanstalt für privaten Rundfunk
und neue Medien (LPR Hessen)
Medienanstalt Mecklenburg-Vorpommern
(MMV)
Niedersächsische Landesmedienanstalt (NLM)
Landesanstalt für Medien NRW
Medienanstalt Rheinland-Pfalz
Landesmedienanstalt Saarland (LMS)
Sächsische Landesanstalt für privaten Rundfunk
und neue Medien (SLM)
Medienanstalt Sachsen-Anhalt
Thüringer Landesmedienanstalt (TLM)

informieren. Die informierende Tagesreichweite von Intermediären ist damit um 13 Prozentpunkte gestiegen.

Google, Facebook und Co. werden immer wichtiger als Kontakthersteller zu professionellen journalistisch-redaktionellen Inhalten. Für mehr als die Hälfte der 14 bis 29-Jährigen bestimmen Google Search, Youtube, Facebook, Intragram und Whatsapp, welche Informationen zum Zeitgeschehen aus Deutschland und der Welt wahrgenommen werden. Zugelegt hat insbesondere Instagram. Das Soziale Netzwerk belegt unter den 14 - 29-Jährigen mittlerweile die zweite Position hinter Google bei der informierenden Nutzung und lässt selbst Facebook und YouTube in der jüngeren Alterskohorte hinter sich.

Hintergrund Medienvielfaltsmonitor und Mediengewichtungsstudie

Mit dem Medienvielfaltsmonitor untersuchen und dokumentieren die Medienanstalten kontinuierlich die Entwicklung der Rundfunk- und Medienlandschaft in Deutschland. Vor dem Hintergrund der fortschreitenden Konvergenz wird die Entwicklung des Medien- und Meinungsmarkts empirisch beobachtet. Dafür werden die Ergebnisse der Mediengewichtungsstudie, der Mediendatenbank und anerkannte Reichweitenstudien in Bezug gesetzt und anschaulich und transparent in einem Meinungsmarktmodell zusammengeführt.

Den aktuellen Report und eine detaillierte sowie nach Gattungsmärkten und Konzernen differenzierte Darstellung der Ergebnisse des Medienvielfaltsmonitors finden Sie auf der interaktiven Website www.medienvielfaltsmonitor.de sowie unter <https://www.die-medienanstalten.de/themen/forschung/medienvielfaltsmonitor>
Alle Ergebnisse der Mediengewichtungsstudie und vertiefender Schwerpunktstudien finden Sie unter <https://www.die-medienanstalten.de/themen/forschung/mediengewichtungsstudie>

Weitere Informationen über die Medienanstalten finden Sie unter: www.die-medienanstalten.de

Kontakt bei Medien-Rückfragen

Dr. Anja Bundschuh
Gemeinsame Geschäftsstelle der Medienanstalten
Telefon: +49 30 2064690-22
Mail: presse@die-medienanstalten.de

www.die-medienanstalten.de