

die medienanstalten-Pressemitteilung 23/2021 • Berlin 26.10.2021

Relevanz von Google, Facebook & Co. für die Meinungsbildung steigt weiter

Medienanstalten präsentieren Studie „Intermediäre und Meinungsbildung“ im Rahmen der Vorstellung des aktuellen Vielfaltsberichts

Seit Jahren belegen die Ergebnisse der Studie „Intermediäre und Meinungsbildung“ der Medienanstalten die zunehmende Relevanz von Angeboten wie Google, Facebook & Co. beim Informationsverhalten und der Meinungsbildung der Bevölkerung. Die heute im Rahmen der Vorstellung des fünften Vielfaltsberichts anlässlich der Medientage München präsentierten aktuellen Daten der Studie unterstreichen diese Entwicklung.

Mehr als 46 Prozent der Personen ab 14 Jahren in Deutschland informieren sich an einem Durchschnittstag, indem sie die Medienintermediäre nicht nur als Kontakthersteller nutzen, sondern auch Informationen direkt auf den Diensten wahrnehmen. Mit einem Plus von 44 Prozent gegenüber 2019 zeigt die Informationsnutzung über Medienintermediäre sogar einen deutlich stärkeren Zuwachs als die Informationsnutzung über die crossmedialen Angebote klassischer Medien und das Internet gesamt (38 bzw. 36 Prozent).

„Die Sicherung von Medienvielfalt auch im digitalen Raum ist unverzichtbar für unsere Demokratie. Dabei tragen Medienintermediäre als Torwächter für Informationen gegenüber der Gesellschaft Verantwortung für bestimmte Entscheidungen mit potenziellen Auswirkungen auf die Meinungsvielfalt. Vor diesem Hintergrund ist es richtig, Medienintermediäre unter dem Gesichtspunkt des Schutzes der Meinungsvielfalt regulatorisch in den Fokus zu nehmen. Der Medienstaatsvertrag spielt hier mit den Regelungen zur Transparenz von Suchalgorithmen und zur Diskriminierungsfreiheit für journalistisch-redaktionelle Inhalte eine Vorreiterrolle. Aufgrund der klar medienrechtlich, und zwar die Meinungsvielfalt sichernden Ausrichtung der Regulierung steht diese selbständig neben den aktuellen Gesetzesinitiativen auf

Gesellschafter
Landesanstalt für Kommunikation
Baden-Württemberg (LFK)
Bayerische Landeszentrale für neue Medien
(BLM)
Medienanstalt Berlin-Brandenburg (mabb)
Bremische Landesmedienanstalt (bema)
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)

europäischer Ebene,“ betont Dr. Wolfgang Kreißig, Vorsitzender der Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten (DLM) mit Blick auf die aktuellen Diskussionen in Brüssel zum Digital Services Act und Digital Media Act.

Am häufigsten kommen Suchmaschinen zu informierenden Zwecken zum Einsatz. Googles Suchmaschine liegt in allen Altersgruppen an erster Stelle mit 32,7 Prozent, gefolgt von YouTube, das sich mit einer informierenden Tagesreichweite von 12,1 Prozent erstmals knapp vor Facebook mit 11,9 Prozent platziert.

Kernbefunde der aktuellen Studie „Intermediäre und Meinungsbildung“

Informierende Mediennutzung auch gegen Ende der Corona Krise überdurchschnittlich

- Die informierende Mediennutzung in Deutschland ist weiterhin überdurchschnittlich. 89 Prozent der Personen in Deutschland haben sich gestern im TV, Internet, Radio, in Tageszeitungen oder in Zeitschriften über das Zeitgeschehen informiert.
- Die höchste informierende Tagesreichweite verzeichnet nach wie vor das Fernsehen (56 Prozent), gefolgt vom Internet (53 Prozent) und Radio, dass von gut 47 Prozent der deutschsprachigen Bevölkerung ab 14 Jahren täglich genutzt wird, um sich über das Zeitgeschehen zu informieren.

Nutzungsschub des Internets bei der informierenden Nutzung

- Das Internet erfährt im Corona-Jahr 2020 den größten „Nutzungsschub“ und wächst weiter. Um 14 Prozentpunkte ist seine informierende Tagesreichweite seit 2019 gestiegen. Der Abstand zum „Info-Leitmedium“ Fernsehen schrumpft auf 2,9 Prozentpunkte. Nach dem subjektiv wichtigsten Informationsmedium gefragt, ist das Internet das am häufigsten genannte Infomedium (38,1 Prozent).
- Einen Teil der wachsenden Bedeutung als Informationsquelle verdankt das Internet der crossmedialen Nutzung klassischer Medienangebote. Für 2020 ist ein pandemiebedingter Nutzungsschub erkennbar. Aktuell informiert sich deutlich mehr als ein Drittel der Bevölkerung ab 14 Jahren in Deutschland pro Tag über die Onlineangebote klassischer Medien (37,4 Prozent). Das sind 26,5 Mio. Personen ab 14 Jahren.

Intermediäre entscheiden mit, welche Informationen Nutzende im Internet sehen

- Fast jeder Zweite (46 Prozent) / 33 Mio. Personen ab 14 Jahren nutzen täglich Suchmaschinen, soziale Netzwerke und Instant-Messenger-Dienste, um sich über das Zeitgeschehen zu informieren. Google ist in allen Altersklassen meistgenutzter Intermediär, gefolgt von Youtube, Facebook und Instagram.
- Bei den Jüngeren spielen Intermediäre eine noch wichtigere Rolle für die Information. Für Drei Viertel (75 Prozent) der 14 bis 29-Jährigen bestimmen Medienintermediäre mit, welche Informationen zum Zeitgeschehen aus Deutschland und der Welt im Internet wahrgenommen werden. Instagram belegt mittlerweile die zweite Position hinter Google bei der informierenden Nutzung. YouTube und Facebook folgen auf Rang 3 und 4.

Intermediäre sind wichtige Gatekeeper und Kontakthersteller für Informationsangebote

- Bei mittlerweile mehr als jedem vierten ab 14-Jährigen in Deutschland führt der Weg zu den Online-Infoquellen über Medienintermediäre (27,9 Prozent). Eine herausragende Rolle als Kontakthersteller spielen dabei Suchmaschinen. Rund jeder Zweite, der die Webangebote klassischer Medien oder originäre Onlineangebote als Infoquelle nutzt, gelangt aktuell über eine Suchmaschine dorthin. Das entspricht weit mehr als einem Fünftel der Bevölkerung ab 14 Jahren (22,3 Prozent).

Die Studie „Intermediäre und Meinungsbildung“ finden Sie unter:

<https://www.die-medienanstalten.de/themen/forschung/intermediaere-und-meinungsbildung>

Der fünfte Vielfaltsbericht steht auf der Webseite der Medienanstalten zum Download bereit: <https://www.die-medienanstalten.de/publikationen/vielfaltsbericht/vielfaltsbericht-der-medienanstalten-2021>.

Er bietet die aktuellen Zahlen des Medienvielfaltsmonitors und beleuchtet im zweiten Pandemie-Jahr und Superwahljahr 2021 den Themenbereich der Umsetzung der neuen Regulierung von Online-Medien und -Plattformen.

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