

#11 - Mai 2019

VERTRAUEN IN MEDIEN

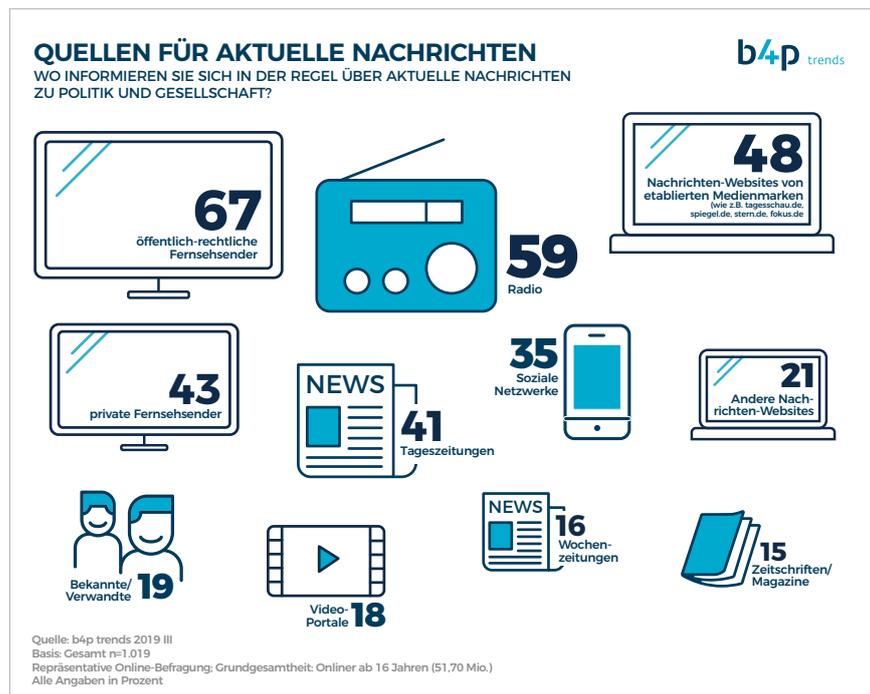
WELCHEN NEWS-QUELLEN VERTRAUEN DIE ONLINER?

Fake News verbreiten sich im Web rasend schnell und werden laut der neuesten Welle von „b4p trends“ von über 80 % als eine Gefahr für die Demokratie eingestuft. Gerade die sozialen Netzwerke assoziieren viele mit Hetze und Beleidigungen. Darum vertrauen acht von zehn Befragten auf das Handwerk der Journalisten und halten die Informationen aus journalistischen Medienangeboten für glaubwürdiger als News auf Facebook, Twitter & Co. Die Herkunft der Nachrichten spielt damit eine entscheidende Rolle.



80%
der Befragten achten darauf, aus welchen Quellen bestimmte Informationen stammen.

Wenn es um aktuelle News rund um die Themen Politik und Gesellschaft geht, informiert sich die Mehrheit der deutschen Onliner über die öffentlich-rechtlichen TV-Sender (66,6 %) oder via Radio (59,4 %). Knapp die Hälfte setzt bei der Nachrichtenversorgung auf die Websites von bekannten Medienmarken (47,7 %) wie tagesschau.de, spiegel.de, stern.de oder focus.de. Private Fernsehsender werden dafür von 42,6 % angeschaltet. Die klassische Tageszeitung wird immer noch von mehr als 40 % der befragten Onliner als Informationsquelle genutzt. Soziale Medien wie Facebook, Twitter und Instagram sind nur für etwa ein Drittel (34,8 %) der Befragten das Mittel der Wahl. Wöchentlich erscheinende Zeitungen und Zeitschriften spielen bei der Recherche nach aktuellen Nachrichten aufgrund ihrer Frequenz eine untergeordnete Rolle (16,1% bzw. 15,4 %).



Während ältere Personen ab 50 Jahren in Hinblick auf Nachrichten vorzugsweise klassische Medien wie öffentlich-rechtliches Fernsehen (82,7%), Radio (65,5 %) und Zeitungen (51,7 %) konsumieren, haben digitale Medien bei den Unter-30-Jährigen eine gleichwertige Bedeutung. So werden Nachrichten-Websites bekannter Medienmarken und Social Media Plattformen von jeweils mehr als 50% dieser Zielgruppe genutzt (54,4% bzw. 51,8%). Mehr als ein Drittel (35,1%) der Unter-30-Jährigen bezieht aktuelle Nachrichten außerdem über Videoportale wie Youtube oder Vimeo.



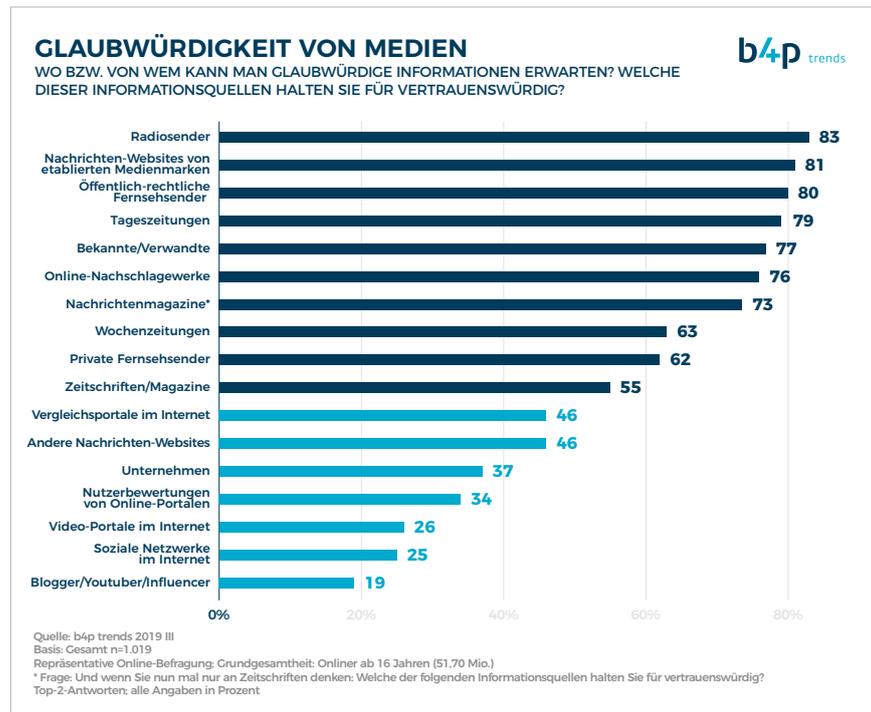
Gerade in Zeiten von fake news und hate speech spielt bei der Bezugsquelle von Nachrichten die Glaubwürdigkeit des Absenders eine besonders wichtige Rolle. Und das Bewusstsein für diese Problematik ist mittlerweile auch bei den meisten Menschen vorhanden: Um sich möglichst breit zu informieren und Fake News zu entlarven, halten es fast alle deutschen Onliner (94,2 %) für ratsam, nach Möglichkeit mehrere Informationsquellen zu checken. Zudem prüfen die meisten die Herkunft der News, um Rückschlüsse auf deren Wahrheitsgehalt zu ziehen (80,3 %). Etablierte Medienmarken erhalten hier einen Vertrauensvorschuss: So gehen die meisten Onliner (84,4%) davon aus, dass die Informationen aus journalistischen Medienangeboten wie Stern, Focus, Welt, ARD, ZDF oder Spiegel online vor Veröffentlichung auf ihre Richtigkeit geprüft wurden.



Generell halten knapp zwei Drittel der deutschen Onliner (62,1%) die Informationen in den deutschen Medien grundsätzlich für glaubwürdig. Lediglich rund ein Fünftel (21,2 %) zweifelt am Wahrheitsgehalt dieser. Dabei spielt auch die Bildung der Befragten eine große Rolle: Je höher der Bildungsgrad, desto höher das Vertrauen in die Medien. Aber auch regional zeigen sich Unterschiede: So haben die Nutzer aus den alten Bundesländern (64,4 %) ein deutlich höheres Vertrauen in die Medienlandschaft als aus den neuen Bundesländern (53,4 %).

Bei näherer Betrachtung der einzelnen Kanäle sind es insbesondere Radiosender (82,8 %), Nachrichtenwebsites etablierter Medienmarken (80,7 %), öffentlich-rechtliche Fernseh-Sender (80,4 %), sowie Tageszeitungen (78,6 %) und Nachrichtenmagazine (73,1 %), die sich einer hohen Glaubwürdigkeit unter den deutschen Onlinern erfreuen. Nur wenige halten dagegen Influencer (19,2 %), soziale Netzwerke (24,5 %) und Videoportale wie Youtube (25,8 %) für glaubwürdig. Bemerkenswert hier ist, dass einerseits mehr als die Hälfte der jungen Menschen unter 30 Jahren soziale Netzwerke für aktuelle Nachrichten heranzieht, dennoch

für diese an der Glaubwürdigkeit solcher Plattformen ähnliche Zweifel bestehen wie bei den älteren Onlinern (26,2% Unter-30 vs. 23,0% Ü-50).



Vor die Wahl gestellt, wem sie eher glauben würden, sollten über ein Ereignis sehr unterschiedliche Informationen auf Nachrichten-Websites und sozialen Netzwerken verbreitet werden, würde die Mehrheit der deutschen Onliner ganz klar den Nachrichten auf den News-Seiten ihren Glauben schenken. Wichtigstes Kriterium dabei: Dass es sich um Websites etablierter Medienmarken wie Stern, Spiegel, Focus & Co. handelt (67,3%). Lediglich 4% bedienen sich bei der Nachrichtenversorgung lieber bei anderen Nachrichten-Sites (wie z.B. web.de, buzzfeed.de, t-online.de) als bei den sozialen Medien und halten diese Infos für glaubwürdiger. 6,5% würden eher den sozialen Netzwerken vertrauen. 19,5% sind generell misstrauisch gegenüber Nachrichten-Websites und sozialen Medien.

Gesetzt den Fall, dass unterschiedliche Informationen zu einem Ereignis vorliegen, würden 10% den Informationen auf Facebook am ehesten glauben, gefolgt von Youtube (8,9%), Twitter (5,9%) und Instagram (2,0%). 5,8% der Befragten finden diese Netzwerke gleichermaßen glaubwürdig. Zwei Drittel (67,5%) vertrauen keiner dieser Plattformen so richtig.

Basis: n=1.019 Personen, repräsentativ für die deutsche Online-Gesamtbevölkerung gewichtet nach Alter, Geschlecht, Bildung laut ma Presse 2019 (Onliner in den letzten 3 Monaten).
 Befragungszeitraum: 28.03. - 04.04.2019