

Vertrauen in etablierte Nachrichtenquellen: Eine Studie basierend auf dem Reuters Institute Digital News Survey

Behre, Julia; Möller, Judith; Hölig, Sascha

Erstveröffentlichung / Primary Publication

Arbeitspapier / working paper

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Behre, J., Möller, J., & Hölig, S. (2024). *Vertrauen in etablierte Nachrichtenquellen: Eine Studie basierend auf dem Reuters Institute Digital News Survey*. (Arbeitspapiere des Hans-Bredow-Instituts, 71). Hamburg: Verlag Hans-Bredow-Institut. <https://doi.org/10.21241/ssoar.93328>

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer CC BY Lizenz (Namensnennung) zur Verfügung gestellt. Nähere Auskünfte zu den CC-Lizenzen finden Sie hier:

<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.de>

Terms of use:

This document is made available under a CC BY Licence (Attribution). For more information see:

<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0>



LEIBNIZ-INSTITUT
FÜR MEDIENFORSCHUNG
HANS-BREDOW-INSTITUT

Julia Behre / Judith Möller / Sascha Hölig

VERTRAUEN IN ETABLIERTE NACHRICHTENQUELLEN

Eine Studie basierend auf dem Reuters Institute Digital News Survey

Arbeitspapiere des Hans-Bredow-Instituts | Projektergebnisse Nr. 71



Behre, Julia; Möller, Judith; Hölig, Sascha (2024): Vertrauen in etablierte Nachrichtenquellen. Eine Studie basierend auf dem Reuters Institute Digital News Survey. Hamburg: Verlag Hans-Bredow-Institut, März 2024 (Arbeitspapiere des Hans-Bredow-Instituts | Projektergebnisse Nr. 71)

DOI: <https://doi.org/10.21241/ssoar.93328>

ISSN 1435-9413

ISBN 978-3-87296-185-3



Dieses Werk ist lizenziert unter einer Creative Commons Namensnennung 4.0 International Lizenz CC BY 4.0. Die Hefte der Schriftenreihe „Arbeitspapiere des Hans-Bredow-Instituts“ finden sich zum Download auf der Website des Instituts.

Leibniz-Institut für Medienforschung | Hans-Bredow-Institut (HBI), Hamburg

Das Leibniz-Institut für Medienforschung | Hans-Bredow-Institut (HBI) erforscht den Medienwandel und die damit verbundenen strukturellen Veränderungen öffentlicher Kommunikation. Medienübergreifend, interdisziplinär und unabhängig verbindet es Grundlagenwissenschaft und Transferforschung und schafft so problemrelevantes Wissen für Politik, Wirtschaft und Zivilgesellschaft. Eine derartige Medienforschung setzt Kooperation voraus: Mit Partnern in vielen Ländern werden international vergleichende Fragestellungen bearbeitet. Mehr unter www.leibniz-hbi.de.

Das Institut bedankt sich für die institutionelle Förderung durch die Freie und Hansestadt Hamburg (Behörde für Wissenschaft, Forschung, Gleichstellung und Bezirke BWFG) und die Bundesrepublik Deutschland (Bundesministerium für Bildung und Forschung BMBF).

Die Autorinnen und Autoren

Julia Behre, M.A., ist Junior Researcher am Leibniz-Institut für Medienforschung | Hans-Bredow-Institut (HBI) in Hamburg, Prof. Dr. Judith Möller ist Inhaberin der gemeinsamen Professur für empirische Kommunikationsforschung an der Universität Hamburg und dem HBI, Dr. Sascha Hölig ist Senior Researcher am HBI.

Projekt „Vertrauen in etablierte Nachrichtenquellen“

Wie informiert sich die Bevölkerung und welche Voraussetzungen sind damit für die gesellschaftliche Meinungs- und Willensbildung gegeben? Das Projekt, gefördert vom Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF), untersucht die Zusammenhänge zwischen genutzten Nachrichtenquellen und dem entgegengebrachten Vertrauen in Nachrichten. Die Daten für die Analyse stammen aus dem Reuters Institute Digital News Survey, einer umfangreichen Befragung, die – koordiniert vom Reuters Institute for the Study of Journalism in Oxford – seit 2012 in inzwischen 46 Ländern durchgeführt wird. Das HBI ist seit 2013 als Kooperationspartner verantwortlich für die deutsche Teilstudie; es wird dabei von den Landesmedienanstalten und dem ZDF unterstützt.

GEFÖRDERT VOM



Bundesministerium
für Bildung
und Forschung

Verlag

Leibniz-Institut für Medienforschung | Hans-Bredow-Institut (HBI)

Rothenbaumchaussee 36 | 20148 Hamburg / Germany | Tel.: (+49 40) 450 217-0 | info@leibniz-hbi.de |

www.leibniz-hbi.de





Inhaltsverzeichnis

Überblick über die wichtigsten Ergebnisse.....	5
1. Zielsetzung und Stichprobe	8
2. Theoretische Grundlagen und aktueller Stand der Forschung	10
2.1. Vertrauen in Nachrichten	10
2.2. Individuelle und kulturelle Einflüsse auf das Vertrauen in Nachrichten	11
2.3. Vertrauen in Nachrichten und Nachrichtennutzung	13
2.4. Zwischenfazit und Forschungsfragen	15
3. Vertrauen in Nachrichten im Zeitverlauf	17
4. Individuelle Einflüsse auf das Vertrauen in Nachrichten	29
5. Nutzung digitaler Nachrichtenquellen.....	36
5.1. Zugangsbezogene Nachrichtenrepertoires.....	36
5.2. Anbieterbezogene Nachrichtenrepertoires	41
6. Zusammenhang zwischen dem Vertrauen in Nachrichten und der Nutzung digitaler Nachrichtenquellen.....	44
6.1. Zusammenhang zwischen dem Vertrauen in Nachrichten und zugangsbezogenen Nachrichtenrepertoires	44
6.2. Zusammenhang zwischen dem Vertrauen in Nachrichten und anbieterbezogenen Nachrichtenrepertoires.....	51
6.3. Zusammenhang zwischen dem Vertrauen in Nachrichtenmarken und ihrer Nutzung	55
7. Fazit und Diskussion	59
Quellenverzeichnis.....	62
Abbildungs- und Tabellenverzeichnis	67







Überblick über die wichtigsten Ergebnisse

- „Vertrauen in Nachrichten“ ist ein hoch komplexes, nur schwer greifbares Phänomen, das sich im Zusammenspiel mit verschiedenen kulturellen und individuellen Faktoren entfaltet. Dies zeigen aktuelle Forschungsergebnisse und theoretische Arbeiten. Die vorliegende Sonderauswertung der Daten des Reuters Institute Digital News Surveys 2023 stellt das Nachrichtenvertrauen in Deutschland auf den Prüfstand. Im Fokus der Analyse steht der Zusammenhang zwischen individuell genutzten Nachrichtenrepertoires und dem entgegengebrachten Vertrauen in Nachrichten.
- Mit 43 Prozent der erwachsenen Internetnutzenden in Deutschland waren im Jahr 2023 so wenige wie nie zuvor der Ansicht, man könne dem Großteil der Nachrichten in Deutschland meist vertrauen. Im Vergleich mit den anderen 45 Ländern, die am Reuters Institute Digital News Survey teilnehmen, belegt Deutschland den 14. Platz. Damit befindet sich das Nachrichtenvertrauen hierzulande auf einem vergleichsweise hohen Niveau.
- Seit 2015 lässt sich jedoch eine rückläufige Tendenz des allgemeinen Nachrichtenvertrauens in Deutschland beobachten. Das Vertrauen in diejenigen Nachrichten, die die Befragten tatsächlich nutzen, weist in der Langzeitbetrachtung eine stabilere Entwicklung auf; erst in jüngsten Jahren zeichnen sich auch hier leichte Verluste ab.
- Zur Einordnung dieser Entwicklung wurde ein exemplarischer Vergleich zwischen Deutschland, Finnland, Italien, Griechenland und den USA vorgenommen – fünf Länder mit unterschiedlichen Ausprägungen im Nachrichtenvertrauen und Mediensystemen. Obwohl sich das Nachrichtenvertrauen in diesen Ländern teils sehr unterschiedlich entwickelt hat, ist es im Corona-Jahr 2021 in den meisten Ländern gestiegen. Dieser Vertrauenszuwachs konnte sich in den Folgejahren allerdings nur in Finnland verfestigen, das im Jahr 2023 zugleich das größte Nachrichtenvertrauen unter den 46 Ländern aufwies.
- In Deutschland kann Vertrauen am besten durch das *Alter* erklärt werden: Ältere Internetnutzende schenken den Nachrichten tendenziell mehr Vertrauen als jüngere. Unterschiede ergeben sich auch im Hinblick auf die politische Orientierung: Befragte, die ihre politische Orientierung als rechts bzw. konservativ einordnen, stehen den Nachrichten im Allgemeinen skeptischer gegenüber als jene, die sich am linken äußeren Spektrum oder in der politischen Mitte einordnen. Darüber hinaus geht ein höherer formaler Bildungsabschluss tendenziell mit einem höheren Vertrauen in die Nachrichten einher.
- In den USA und Griechenland wird Vertrauen vorrangig durch die *politische Orientierung* beeinflusst. Während in den USA vor allem Menschen mit einer rechten politischen Orientierung den Nachrichten allgemein mit Skepsis begegnen, sind es in Griechenland insbesondere Menschen mit einer linken politischen Orientierung.
- Insgesamt haben die individuellen Faktoren Alter, Geschlecht, formale Bildung und politische Orientierung jedoch nur einen sehr geringen Einfluss auf das allgemeine Nachrichtenvertrauen. Zudem unterscheiden sich die gefundenen Zusammenhänge im Hinblick auf das „Vertrauen in Nachrichten im Allgemeinen“ und das „Vertrauen in die genutzten Nachrichten“ kaum.





- Die Mehrheit der erwachsenen Internetnutzenden in Deutschland kombiniert verschiedene Mediengattungen in ihr Nachrichtenrepertoire, anstatt sich ausschließlich auf eine Quelle zu verlassen. Insbesondere soziale Medien werden von vielen genutzt. Allerdings stellen diese nur für 12 Prozent die *wichtigste* Quelle für Nachrichten dar und sechs Prozent erhalten Nachrichten *ausschließlich* in sozialen Medien. In der Social-Media-affinen Gruppe der 18- bis 24-Jährigen liegt der Anteil der hauptsächlichlichen Nutzung sozialer Medien als Nachrichtenquelle bei 30 Prozent und der Anteil der exklusiven Nutzung bei 15 Prozent.
- Um bestimmte Berichte oder Artikel im Internet zu finden, griff im Jahr 2023 insgesamt die Hälfte der erwachsenen Internetnutzenden in Deutschland in einer gewöhnlichen Woche direkt auf das Angebot einer Nachrichtenmarke zu, indem sie die dazugehörige Website oder App besuchten oder den Namen einer Marke in die Suchmaschine eingaben. Mit einem Anteil von 24 Prozent ist der *ausschließlich* direkte, markenbasierte Zugang sogar der am häufigsten verwendete Weg, um auf digitale Nachrichten zuzugreifen. Weitere 16 Prozent der Befragten stoßen ausschließlich auf algorithmisierten Wegen, d. h. via soziale Medien, Aggregatoren oder die Themensuche in Suchmaschinen, auf Online-Nachrichten. In der jüngsten Altersgruppe der 18- bis 24-Jährigen liegt dieser Anteil bei 27 Prozent. Es ist folglich davon auszugehen, dass weitestgehend Algorithmen darüber entscheiden, welche Nachrichteninhalte diese Personen im Internet sehen (und welche nicht).
- Nach der Art der genutzten Nachrichtenanbieter in den Bereichen Rundfunk, Presse und Online-Angebote gefragt, geben 81 Prozent der Internetnutzenden in Deutschland ab 18 Jahren an, mindestens eines der in unserer Liste abgefragten *Rundfunkangebote* (z. B. tagesschau, RTL aktuell, heute.de, öffentlich-rechtliche und private Radiosender) in ihr wöchentliches Nachrichtenrepertoire aufgenommen zu haben - unabhängig davon, ob der Zugang zu diesem Angebot offline oder online erfolgte. Anteilig die meisten Befragten informieren sich aus einer Kombination von Rundfunk- und *Pressenachrichten* (z. B. eine regionale Tageszeitung, Frankfurter Allgemeine Zeitung, Spiegel Online)(27 %). Ähnlich weit verbreitet ist die Kombination von Nachrichteninhalten von Rundfunk-, Presse- und *Online-Only*-Anbietern (z. B. t-online, web.de)(26 %). Elf Prozent haben keine der in der Analyse berücksichtigten Nachrichtenangebote innerhalb einer Woche genutzt.
- Menschen, die mindestens einmal pro Woche auf klassische lineare Radio- und Fernsehnachrichten sowie Printnachrichten zugreifen, schenken den Nachrichten im Allgemeinen anteilig das größte Vertrauen: 54 bis 56 Prozent stimmen der Aussage zu, den Nachrichten im eigenen Land in der Regel vertrauen zu können.
- Im Vergleich dazu weisen Menschen, die soziale Medien als eine verwendete Quelle für Nachrichten angeben, ein deutlich geringeres Vertrauen in Nachrichten *im Allgemeinen* auf - besonders dann, wenn soziale Medien die wichtigste oder einzige Nachrichtenquelle darstellen. Unter denjenigen, die Nachrichten *hauptsächlich* in sozialen Medien erhalten, sind 26 Prozent der Ansicht, den Nachrichten im Allgemeinen vertrauen zu können; unter denjenigen, die diese *ausschließlich* dort erhalten, sind es lediglich 19 Prozent. Gleichzeitig begegnen diejenigen, die ausschließlich Social-Media-Angebote als Nachrichtenquelle nutzen, auch den dortigen Informationen eher mit Skepsis.





- Betrachtet man die verschiedenen Zugangswege zu Online-Nachrichten, dann zeigt sich, dass Menschen, die Online-Nachrichten in der vergangenen Woche sowohl auf direktem Wege als auch infolge einer erhaltenen Benachrichtigung abgerufen haben, anteilig das höchste Vertrauen in Nachrichten aufweisen. Gleiches gilt für Nutzende, die Online-Nachrichten zusätzlich noch auf algorithmisierten Kanälen gefunden haben. Werden Online-Nachrichten hingegen ausschließlich durch von Algorithmen vermittelte Zugangswege empfangen, dann geht dies mit einem geringeren Anteil an Vertrauenden einher (37 %); allerdings fällt das Vertrauen mit einem Anteil von 31 Prozent unter diejenigen noch geringer aus, die in der vergangenen Woche keine Online-Nachrichten bzw. keine der genannten Zugangswege genutzt haben.
- Diejenigen, bei denen Angebote des öffentlich-rechtlichen oder privaten Rundfunks ein elementarer Bestandteil des Nachrichtenrepertoires darstellen, vertrauen den Nachrichten in Deutschland im Allgemeinen stärker. Ein deutlich geringeres Vertrauen in die Nachrichtenmedien in Deutschland weisen Befragte auf, die keines der genannten Nachrichtenangebote genutzt haben: Während von diesen Befragten lediglich 16 Prozent der Aussage zustimmen, den Nachrichten im Allgemeinen meist vertrauen zu können, lehnen 47 Prozent diese Aussage ab.
- Auf der Ebene konkreter Nachrichtenmarken zeigt sich, dass die Nutzung einer Nachrichtenquelle auch mit einem höheren Vertrauen verbunden ist und umgekehrt. Erwachsene Internetnutzende in Deutschland, die angegeben haben, eine der zur Auswahl stehenden Nachrichtenquellen (z. B. tagesschau, RTL aktuell, Bild) in der vergangenen Woche genutzt zu haben, stufen die Vertrauenswürdigkeit dieser Quelle als signifikant höher ein als Befragte, die die entsprechenden Nachrichteninhalte nicht genutzt haben. Ein Vergleich der Vertrauenswerte zwischen den Nutzer:innen und Nicht-Nutzer:innen dieser Angebote verdeutlicht jedoch, dass Menschen den Inhalten einer Nachrichtenquelle nicht automatisch ein uneingeschränktes Vertrauen entgegenbringen, auch wenn sie diese regelmäßig nutzen.





1. Zielsetzung und Stichprobe

Eine gut informierte Bevölkerung ist eine elementare Voraussetzung für das Funktionieren einer Demokratie. In digitalen Medienumgebungen stehen den Nutzer:innen neben etablierten Nachrichtenangeboten zahlreiche Angebote zur Verfügung, die Informationen über das aktuelle Geschehen in Deutschland und der Welt anbieten. Zunehmend personalisierte digitale Informationsangebote erschweren die Vorstellung einer geteilten Öffentlichkeit, welches das Vertrauen in Nachrichtenquellen zu einem entscheidenden Faktor für die Meinungsbildung und das Informationsverhalten der Bürger:innen macht. In den vergangenen Jahren ist im öffentlichen Diskurs jedoch häufig von einer sogenannten Vertrauenskrise in Bezug auf die Medien und andere gesellschaftliche Systeme die Rede (Schweiger, 2017, S. 69ff.). So sind mit 43 Prozent der erwachsenen Internetnutzenden in Deutschland im Jahr 2023 so wenige wie nie zuvor der Ansicht, man könne dem Großteil der Nachrichten in Deutschland meist vertrauen (Behre et al., 2023). Da nicht alle verfügbaren Nachrichten gleichermaßen vertrauenswürdig sind, ist Vertrauen in Nachrichten jedoch auch mit Risiken behaftet, sodass ein gesundes Misstrauen mitunter sinnvoll sein kann (Jakobsson & Stiernstedt, 2023, S. 480). Das gilt besonders in Zeiten, in denen echt anmutende Inhalte, sogenannte Deepfakes, mithilfe von künstlicher Intelligenz (KI) erstellt werden und Nutzer:innen potenziell täuschen können (Rech, 2023). Doch wie viel Vertrauen bzw. Misstrauen ist aus einer demokratisch-normativen Perspektive wünschenswert? Wann werden Vertrauensverluste zu einer Gefahr für die Demokratie?

Inwiefern Bürger:innen ein gesundes Misstrauen „zugetraut“ werden kann, ist von ihren individuell vorhandenen Nutzungsgewohnheiten und Kompetenzen im Umgang mit Nachrichten abhängig (Jakobsson & Stiernstedt, 2023, S. 480). Um folglich Aufschluss darüber zu bekommen, über welche Angebote sich die Bevölkerung informiert, wie es um ihr Vertrauen in Nachrichten bestellt ist und welche Voraussetzungen damit für die gesellschaftliche Meinungs- und Willensbildung gegeben sind, bedarf es vertiefender Studien, die die Gesamtheit der für Nachrichten nutzbaren Medien- und Kommunikationswege auf dem jeweils aktuellen Stand der technischen Entwicklung abdecken. Hier setzt das Projekt „Vertrauen in etablierte Nachrichtenquellen und sein Einfluss auf die Auswahl digitaler Informationsmöglichkeiten – eine Studie basierend auf dem Reuters Institute Digital News Survey“ an, welche die Zusammenhänge zwischen genutzten Nachrichtenquellen und dem entgegengebrachten Vertrauen in Nachrichten untersucht.

Die Daten für die Analyse stammen aus dem „Reuters Institute Digital News Survey“, eine umfassende Befragung, die unter Koordination des in Oxford (UK) ansässigen Reuters Institute for the Study of Journalism zeitgleich in mittlerweile 46 Ländern¹ auf sechs Kontinenten durchgeführt wird, um generelle Trends, aber auch nationale Besonderheiten in der Nachrichtennutzung erkennen zu können. Pro Land wurden 2023 rund 2.000 Personen befragt. Insgesamt basiert die Studie in der elften Wiederholung auf den Antworten von 93.895 Befragten. Die Feldarbeit in Deutschland wurde zwischen dem 10. und dem 31. Januar 2023 vom Umfrageinstitut YouGov

1 Argentinien, Australien, Belgien, Brasilien, Bulgarien, Chile, Dänemark, Deutschland, Finnland, Frankreich, Griechenland, Großbritannien, Hongkong, Indien*, Indonesien*, Irland, Italien, Japan, Kanada, Kenia*, Kolumbien, Kroatien, Malaysia*, Mexiko, Niederlande, Nigeria*, Norwegen, Österreich, Peru, Philippinen*, Polen, Portugal, Rumänien, Schweden, Schweiz, Singapur, Slowakei, Spanien, Südafrika*, Südkorea, Taiwan, Thailand*, Tschechien, Türkei, Ungarn, USA (*eingeschränkte Repräsentativität der Stichprobe)





durchgeführt, das auf der Basis von Online-Access-Panels Stichproben zog, die für Internetnutzende² der beteiligten Länder ab 18 Jahren repräsentativ sind.

Die vorgelegten Resultate sind somit repräsentativ für die deutsche Bevölkerung im Alter ab 18 Jahren mit Internetzugang im Jahr 2023.³ Repräsentativ meint, dass die Stichprobe ein strukturgleiches Abbild der internetnutzenden Bevölkerung hinsichtlich der Variablen Alter, Geschlecht, Region und Bildung darstellt bzw. dementsprechend gewichtet wurde. Generell ist bei der Interpretation der Ergebnisse stets zu berücksichtigen, dass es bei der Stichprobenziehung aus Online-Access-Panels zu Resultaten kommen kann, die Aspekte der Internetaffinität und die Nutzung des Social Web etwas überschätzen (Dreyer & Wachenfeld-Schell, 2017; Liljeberg & Krambeer, 2012). Der Standardfehler der angegebenen Werte bewegt sich in der Regel in einem Bereich zwischen einem und drei Prozent. Im Gegensatz zu den vorhergehenden Befragungswellen werden seit 2021 die Teilnehmerinnen und Teilnehmer, die innerhalb des vergangenen Monats keine Nachrichten genutzt haben, ebenfalls befragt und bleiben Bestandteil der Stichprobe. Ihr Anteil betrug in Deutschland in den vorherigen Jahren etwa 1,5 Prozent, weshalb die Auswirkungen auf die Vergleichbarkeit der Gesamtergebnisse zu den Vorjahren als gering einzuschätzen sind.

Das Leibniz-Institut für Medienforschung | Hans-Bredow-Institut ist seit 2013 als Kooperationspartner für die deutsche Teilstudie verantwortlich; die Erhebung im Jahr 2023 wurde dabei von den Landesmedienanstalten und dem Zweiten Deutschen Fernsehen (ZDF) unterstützt.

Um ein gemeinsames Verständnis zu schaffen, was in der ländervergleichenden Untersuchung mit dem Begriff „Nachrichten“ gemeint ist, wurden die Befragten zu Beginn darüber informiert, dass damit „nationale, internationale, regionale/lokale Nachrichten und sonstige aktuelle Informationen gemeint [sind], die über ein beliebiges Medium bereitgestellt werden (Radio, Fernsehen, Zeitungen oder online)“.

2 Laut internetworldstats.com galten 2022 94,4 Prozent der deutschen Bevölkerung als Internetnutzende. Internetnutzend ist: „Anyone currently in capacity to use the Internet“ [07.06.2023].

3 Ergebnisse aus den Jahren seit 2013 können unter www.leibniz-hbi.de/de/publikationen/arbeitspapiere abgerufen werden.



2. Theoretische Grundlagen und aktueller Stand der Forschung

2.1. Vertrauen in Nachrichten

Vertrauen ist ein komplexes soziales Konstrukt, welches je nach fachlichem Zugang und Forschungstradition unterschiedlich definiert wird (Engelke, 2018, S. 129; Osterloh & Weibel, 2006, S. 35). Einig sind sich die verschiedenen Definitionen im Kern in folgenden Merkmalen (vgl. auch Blöbaum et al., 2020, S. 9; Engelke, 2018, S. 140f.; Hanitzsch et al., 2018, S. 5; Osterloh & Weibel, 2006, S. 35; Mayer et al., 1995, S. 712; Prochazka, 2020, S. 39ff.): Zunächst entsteht Vertrauen in einer wechselseitigen Beziehung zwischen einem Vertrauenssubjekt, welches Vertrauen schenkt, und einem Vertrauensobjekt, dem Vertrauen geschenkt wird. Das Vertrauen basiert dabei auf bestimmten Erwartungen des Vertrauenssubjekts in Bezug auf das zukünftige Verhalten des Vertrauensobjekts. Da das Vertrauenssubjekt das erwartete Verhalten des Vertrauensobjekts nicht kontrollieren kann, setzt Vertrauen allerdings die Bereitschaft des Vertrauenssubjekts voraus, ein Risiko einzugehen und sich verletzlich zu zeigen, indem es seine zukünftigen Handlungen am erwarteten Verhalten des Vertrauensobjekts ausrichtet.

Überträgt man diese theoretischen Definitionen auf das Vertrauen in Nachrichten, dann können Nachrichten bereits von Natur aus als *Vertrauensgüter* verstanden werden: Schließlich befinden sich Inhalte der Nachrichtenberichterstattung in der Regel außerhalb der Alltagswelten der meisten Bürger:innen, sodass sie den Wahrheitsgehalt von Nachrichten nur selten selbst verifizieren können (Schweiger, 2017, S. 71f.). Indem sie sich auf die Nachrichtenberichterstattung verlassen, sind Rezipient:innen folglich einem Risiko ausgesetzt, da möglicherweise nicht alle für die Nutzung vorhandenen Nachrichteninhalte von hoher Qualität sind (Hanitzsch et al., 2018, S.5). Eine bekannte und vielzitierte Arbeit von Kohring und Matthes (2004) definiert Vertrauen in Journalismus anhand von vier Kriterien, die sich auf traditionell-journalistische Qualitätsmerkmale beziehen: 1.) Vertrauen in die Auswahl relevanter Themen für die Berichterstattung (*Vertrauen in Themenselektivität*), 2.) Vertrauen in die angemessene Kontextualisierung von Ereignissen (*Vertrauen in Faktenselektivität*), 3.) Vertrauen in die Belegbarkeit der entsprechenden ausgewählten Fakten (*Vertrauen in die Richtigkeit von Beschreibungen*) und 4.) Vertrauen in die Nachvollziehbarkeit von journalistischen Kommentaren und Bewertungen (*Vertrauen in explizite Bewertungen*). Jenseits dieser spezifischen Erwartungen an die Qualität der Berichterstattung umfasst Vertrauen in Journalismus „die Bereitschaft einer Person, journalistische Informationen in das eigene Meinungs-, Einstellungs- und Verhaltensspektrum zu übernehmen“ (Prochazka, 2020, S. 43). Dies kann sich beispielsweise darin äußern, dass eine Person sich auf der Grundlage von Nachrichten eine eigene Meinung bildet, Informationen aus der Nachrichtenberichterstattung in politische Diskussionen einbringt oder auf der Basis der Berichterstattung eine politische Wahlentscheidung trifft (Prochazka, 2020, S. 43).

Darüber hinaus kann Vertrauen in Medien je nach Grad der Spezifizierung auf verschiedenen Ebenen analysiert werden (vgl. auch Prochazka, 2020, S. 44ff.; Kohring, 2001, S. 72; Blöbaum, 2018, S. 603; Strömbäck et al., 2020, S. 147ff.): Auf der Makroebene kann sich Vertrauen an ein gesamtes Mediensystem (z. B. die Nachrichtenmedien in Deutschland) oder den Journalismus im Allgemeinen richten. Auf der Mesoebene kann zwischen dem Vertrauen in unterschiedliche Medieninstitutionen bzw. -organisationen unterschieden werden (z. B. öffentlich-rechtlicher Rundfunk,



soziale Medien). Schließlich kann sich Vertrauen auf der Mikroebene etwa auf einzelne Medienmarken, Nachrichtensprecher:innen oder Medienbeiträge beziehen. Diese Unterscheidungen sind nicht nur von rein analytischer Natur. Auch empirisch zeigt sich, dass die gemessenen Vertrauenswerte für unterschiedliche Bezugsobjekte teils erheblich variieren. So fällt das Vertrauen in Bezug auf die Nachrichtenmedien oder den Journalismus im Allgemeinen niedriger aus als das Vertrauen in spezifische Mediengattungen oder -marken (Blöbaum, 2018, S. 605; Hasebrink & Hölzig, 2020, S. 298; siehe auch Kapitel 6.3). Zudem bleibt das Medienvertrauen in Deutschland im Langzeitverlauf insbesondere in Bezug auf das öffentlich-rechtliche Fernsehen auf einem hohen Niveau – im Jahr 2022 erachteten es 62 Prozent der Bürger:innen ab 18 Jahren als vertrauenswürdig (Schultz et al., 2023, S. 6). Dabei sind auch kurzfristige zeitliche Schwankungen im allgemeinen Medienvertrauen, bedingt durch außergewöhnliche Ereignisse wie die Corona-Pandemie oder der Ukraine-Krieg, zu beachten (Schultz et al., 2023, S. 3f.).

Im Hinblick auf *Nachrichten* fällt allerdings auf, dass die analytische Differenzierung verschiedener hierarchischer Bezugsobjekte des Vertrauens an ihre Grenzen kommt. Werden Nachrichten als spezifische Medieninhalte bzw. -beiträge verstanden, könnte das Nachrichtenvertrauen auf der Mikroebene angesiedelt werden und sich beispielsweise je nach Thema oder Sendung des Nachrichtenbeitrags unterscheiden (Blöbaum, 2018, S. 603; Strömbäck et al., 2020, S. 47ff.). Zudem ist Nachrichtenvertrauen in den Vorstellungen über die Professionalität, Integrität und Motivationen der Personen, die in den Nachrichtenmedien arbeiten, verwurzelt (Toff et al., 2020, S. 8), und daher möglicherweise nicht eindeutig vom Vertrauen in den oder die Verfasser:in bzw. die dazugehörige Medieninstitution zu trennen. Darüber hinaus gehören Nachrichten als journalistische Artefakte einer journalistischen Kultur und dem dazugehörigen Mediensystem an (Hantzsch et al., 2019, S. 34), sodass das Vertrauen in Nachrichten möglicherweise eng mit dem Vertrauen in das System Journalismus bzw. in das länderspezifische Mediensystem zusammenhängt. Infolge der Digitalisierung und den veränderten Mediennutzungsgewohnheiten befindet sich das gesellschaftliche Verständnis von Nachrichten jedoch in einem fortlaufenden Wandel (Edgerly & Vraga, 2020). Insbesondere junge, Social-Media-affine Menschen verbinden mit Nachrichten nicht mehr ausschließlich journalistische Akteure bzw. traditionelle Medien, sondern verstehen darunter sämtliche Inhalte, die neu bzw. für sie persönlich interessant sind und die von vielfältigen Akteuren wie Influencer:innen, Freund:innen oder Familienmitgliedern verbreitet werden (Kümpel, 2020, S. 22f.; Hasebrink et al., 2021, S. 11ff.; Wunderlich & Hölzig, 2023, S. 38f.). Bei Jugendlichen und jungen Erwachsenen mit einem geringen Interesse an aktuellen Informationen lassen sich zudem große Wissensdefizite darüber beobachten, was Journalismus eigentlich ist, oftmals verbunden mit negativen Einstellungen gegenüber den Nachrichten in traditionellen Medien (Wunderlich & Hölzig, 2023, S. 33ff.). Aus diesem Grund widmet sich der folgende Abschnitt der Frage, inwiefern Unterschiede im Nachrichtenvertrauen durch individuelle und kulturelle Faktoren erklärt werden können.

2.2. Individuelle und kulturelle Einflüsse auf das Vertrauen in Nachrichten

Da Vertrauen sich stets in der wechselseitigen Beziehung zwischen mindestens zwei Akteuren entfaltet, wird es sowohl von den Eigenschaften des Vertrauensobjekts (z. B. Journalismus, Medien, Nachrichten) als auch des Vertrauenssubjekts, das Vertrauen schenkt (z. B. Rezipient:in-



nen, Bürger:innen) bestimmt (Kohring, 2004, S. 139). Auch wenn Personen mit hohem und niedrigem Vertrauen grundsätzlich in allen Bevölkerungsschichten zu finden sind (Jackob et al., 2017, S. 127f.), können individuelle Einflussfaktoren wie z. B. politische Einstellungen zu einem großen Teil erklären, warum manche den Nachrichtenmedien mehr Vertrauen schenken als andere Menschen (Tsfati & Ariely, 2014, S. 769; Kalogeropoulos, et al., 2019, S. 3684).

In der Tendenz weisen ältere Menschen ein höheres Medienvertrauen auf als jüngere (Hanitzsch et al., 2018, S. 14; Kalogeropoulos, et al., 2019, S. 3681; Prochazka, 2020, S. 206; Suiter & Fletcher, 2020, S. 494). Mit Blick auf das Geschlecht finden manche Studien unter Frauen ein höheres Medienvertrauen (Kalogeropoulos, et al., 2019, S. 3681; Suiter & Fletcher, 2020, S. 494; Tsfati & Ariely, 2014, S. 770), manche unter Männern (Schultz et al., 2017, S. 257), und andere können keinen oder nur einen sehr schwachen Zusammenhang beobachten (Abdenour et al., 2021, S. 340; Prochazka, 2020, S. 207). Für die formale Bildung ergeben sich ebenfalls negative (Kalogeropoulos, et al., 2019, S. 3681; Tsfati & Ariely, 2014, S. 770), positive (Abdenour et al., 2021, S. 340) oder gar keine Effekte (Schultz et al., 2017, S. 257) auf Medienvertrauen, welches möglicherweise darauf zurückzuführen ist, welches Bezugsobjekt des Vertrauens betrachtet wurde: Während beispielsweise ein hohes Vertrauen in öffentlich-rechtliche Medien sowie in das Internet allgemein mit einer höheren formalen Bildung assoziiert ist, ist der Anteil derjenigen, die Social-Media-Angeboten vertrauen, unter Personen mit einem geringeren formalen Bildungsabschluss erheblich größer als unter Personen mit Mittlerer Reife, Abitur oder Studium (Ziegele et al., 2018, S. 153).

Weitaus eindeutiger ist hingegen die Befundlage zu den Einflüssen von politikbezogenen Merkmalen. So zeigt sich etwa, dass Menschen mit konservativeren politischen Einstellungen ein signifikant geringeres Vertrauen in Nachrichten(-medien) aufweisen (Abdenour et al., 2021, S. 339; Lee, 2010, S. 12f.). Gleiches gilt für Personen, die sich nicht in der politischen Mitte, sondern am linken oder rechten Teil der Skala positionieren (Kalogeropoulos et al., 2019, S. 3681). Auf Parteebene findet sich unter Anhänger:innen der Grünen das höchste und unter Anhänger:innen der AfD das niedrigste Medienvertrauen (Ziegele et al., 2018, S. 153; Prochazka, 2020, S. 209f.). Gleichzeitig weisen Befragte mit einer AfD-Wahlpräferenz die niedrigsten Werte in Bezug auf das Vertrauen in den öffentlich-rechtlichen Rundfunk auf und verlassen sich anteilig stärker auf Nachrichten in sozialen Netzwerken, Weblogs, Videoplattformen und alternativen Nachrichtenwebsites (Ziegele et al., 2018, S. 153, 156). Auf der Ebene konkreter Nachrichtenmarken wird der Einfluss der Parteizugehörigkeit zusätzlich von der politischen Ausrichtung des jeweiligen Angebots bestimmt, sodass wenig überrascht, dass das Vertrauen in den US-amerikanischen Fernsehsender CNN unter Anhänger:innen der Demokratischen Partei deutlich höher ist als unter Befürworter:innen der Republikanischen Partei (Toff et al., 2021a, S. 18).

Zusätzlich zu interpersonellen Faktoren können Unterschiede im Nachrichtenvertrauen zumindest teilweise durch Einflüsse auf der Makroebene, d. h. auf der Ebene verschiedener Länder erklärt werden (Tsfati & Ariely, 2014, S. 771; Kalogeropoulos et al., 2019, S. 3683). Beispiele hierfür sind das Vorhandensein eines öffentlich-rechtlichen Rundfunks, der Grad der Demokratie, das Bruttoinlandsprodukt oder die Ausprägung kultureller Werte (z. B. Postmaterialismus). So ist das durchschnittliche Vertrauen in Nachrichtenmedien in nicht-demokratischen Ländern mit staatlichen Fernsehsendern vergleichsweise gering ausgeprägt, wohingegen das Vorhandensein derartiger Angebote in demokratisch geprägten Ländern tendenziell mit einem höheren Medienvertrauen verbunden ist (Tsfati & Ariely, 2014, S. 771).



Folglich scheint für das Vertrauen in Nachrichten nicht unerheblich zu sein, welche Nachrichtenangebote der Bevölkerung innerhalb eines Mediensystems zur Verfügung stehen. Aufgrund der vorangegangenen theoretischen Überlegungen zum Nachrichtenvertrauen ist davon auszugehen, dass die Frage, was Nutzer:innen unter Nachrichten verstehen und welche Bedeutung sie diesen in ihrem Alltag beimessen, ihr Vertrauen in ebendiese prägt. Aus diesem Grund beleuchtet der folgende Abschnitt den aktuellen Stand der Forschung zum Zusammenhang zwischen dem Vertrauen in Nachrichten und Nachrichtennutzung.

2.3. Vertrauen in Nachrichten und Nachrichtennutzung

Der Zusammenhang zwischen dem Vertrauen in Nachrichten und Nachrichtennutzung basiert auf der theoretischen Annahme des Nutzen- und Belohnungsansatzes (engl.: *Uses and Gratifications Approach*, siehe z. B. Schweiger, 2007), wonach Menschen sich vorrangig jenen Medien zuwenden, von denen sie erwarten, dass diese ihre Bedürfnisse erfüllen. Im Kontext der Informationsaufnahme und politischen Meinungsbildung zählt das Erhalten verlässlicher und relevanter Informationen zu den entscheidenden Gratifikationen, weshalb es auf den ersten Blick wenig sinnvoll erscheint, dass Bürger:innen regelmäßig auf Nachrichtenangebote zugreifen, denen sie nicht vertrauen (Blöbaum et al., 2020, S. 18f.).

Allerdings ist Nachrichtennutzung ein komplexes Phänomen, das nicht immer auf rationalen Entscheidungen beruht, sondern aus vielfältigen Gründen wie Unterhaltung, Anschlusskommunikation oder Umweltbeobachtung erfolgen kann, sodass Menschen mitunter auf bestimmte Nachrichtenangebote zugreifen, obwohl sie diese als nicht vertrauenswürdig erachten (Schwarzenegger, 2020, S. 371; Tsati & Cappella, 2005, S. 263f.). Denn auch wenn Menschen den Nachrichtenmedien insgesamt zu einem gewissen Grad skeptisch gegenüberstehen mögen, sind sie gezwungen, ausgewählten Quellen zu vertrauen, damit eine Orientierung in der komplexen Realität möglich ist (Schwarzenegger, 2020, S. 374). Darüber hinaus kann Misstrauen auch zu einer verstärkten Interaktion mit Nachrichteninhalten führen, indem etwa versucht wird, bestimmte Informationen zu verifizieren (Jakobsson & Stiernstedt, 2023, S. 484). Gerade junge Menschen nutzen oftmals Angebote, die sie als nicht vertrauenswürdig bewerten, und treffen ihre Einschätzungen dabei anhand von pragmatischen Heuristiken wie Familiarität, Quellenreputation und Design (Swart & Broersma, 2022, S. 411). Nachrichtenvertrauen ist demnach als ein komplexes Phänomen zu verstehen, welches sich auch jenseits von Vorstellungen über Richtigkeit und Faktizität entfaltet.

Umgekehrt ist Nachrichtennutzung nicht nur als Konsequenz, sondern auch als Ursache von Vertrauen in Betracht zu ziehen, da Vertrauen auf den individuell gesammelten Erfahrungen des Vertrauenssubjekts mit dem Vertrauensobjekt basiert (Kohring, 2001, S. 69, vgl. auch Kapitel 2.1). Ein häufiger Befund ist dabei, dass die Nutzung alternativer Informationsquellen, welche etwa eine andere Perspektive auf relevante gesellschaftliche Themen vermitteln als traditionelle Angebote, eine gewisse Skepsis gegenüber traditionellen Nachrichtenmedien auslösen oder weiter verstärken kann (Blöbaum et al., 2020, S. 20; Strömbäck et al., 2020, S. 146f.). Da Studien in diesem Forschungsbereich in der Regel auf Querschnittsdaten beruhen, verbieten sich allerdings allgemeingültige Aussagen über die Richtung von Kausalzusammenhängen; vielmehr ist von wechselseitigen, sich selbst verstärkenden Zusammenhängen zwischen Nutzung und Vertrauen auszugehen (Blöbaum et al., 2020, S. 20; Strömbäck et al., 2020, S. 146f.).



Der theoretisch angenommene Zusammenhang zwischen Nachrichtennutzung und -vertrauen wird zunächst durch den Befund gestützt, dass das Vertrauen in die selbst genutzten Nachrichtenangebote in der Regel höher ist als das Vertrauen in die Nachrichtenmedien insgesamt (Hasebrink & Hölig, 2020, S. 298; Suiter & Fletcher, 2020, S. 490; Wagner & Boczkowski, 2019, S. 875). So zeigt sich, dass sich Nutzer:innen bei ihrem Vertrauen in Nachrichten an subjektiven Heuristiken wie Familiarität und Geschmack orientieren, sodass die Höhe des Vertrauens von der individuellen Bindung der Nutzer:innen an ein Nachrichtenangebot abhängt (Toff et al., 2021b, S. 10ff.). Einig ist sich die Mehrheit der Studien zudem darin, dass ein geringes Medienvertrauen mit der Nutzung von nicht-traditionellen bzw. alternativen Medien assoziiert ist, während Menschen mit hohem Vertrauen sich signifikant häufiger traditionellen Medien wie Fernsehen und Tageszeitungen zuwenden (Fletcher & Park, 2017, S. 1291; Prochazka, 2020, S. 236ff.; Schultz et al., 2017, S. 257; Tsfati & Ariely, 2014, S. 769f.; Tsfati & Cappella, 2003, S. 514). Zusammenhänge zwischen Vertrauen in Nachrichten und Nachrichtennutzung lassen sich zudem auf der Ebene konkreter Mediengattungen feststellen (Nelson & Kim, 2021, S. 358f.): Ein hohes Vertrauen in Zeitungen ist mit einer signifikant häufigeren Nutzung von gedruckten Zeitungen assoziiert, während Personen, die Fernsehnachrichten ein großes Vertrauen schenken, signifikant seltener Zeitungen lesen. Zudem geht ein hohes Vertrauen in Nachrichten-Aggregatoren mit einer häufigeren Rezeption von Nachrichten auf diesen Plattformen einher.

Bei der Interpretation dieser Befunde ist zu beachten, dass die meisten Studien in diesem Forschungsfeld auf Befragungsmethoden beruhen. Vergleiche mit technischen Messungen zeigen jedoch, dass Studienteilnehmer:innen ihr selbst eingeschätztes Nutzungsverhalten in Befragungen tendenziell überschätzen (Brest & Cordonier, 2023). Dies hat wiederum Auswirkungen auf die gefundenen Zusammenhänge zwischen Vertrauen und Nutzung. Eine in Frankreich durchgeführte Studie kombiniert Befragungsdaten mit technisch erhobenen Web-Trackingdaten und kommt zu dem Ergebnis, dass Menschen, die einer konkreten Nachrichtenquelle Vertrauen schenken, signifikant häufiger angeben, diese auch regelmäßig zu nutzen (Brest & Cordonier, 2023, S. 16f.). Allerdings ist der Einfluss des Vertrauens auf die tatsächlich gemessene Nutzung deutlich geringer, welches darauf hindeutet, dass die Teilnehmer:innen sich vermutlich stärker an die Nutzung einer Quelle erinnern, wenn sie diese als vertrauenswürdig einschätzen (Brest & Cordonier, 2023, S. 16f.). Vertrauen kann demnach als eine sinnstiftende Heuristik dienen, auf deren Basis Menschen ihr Nachrichtennutzungsverhalten rekonstruieren. So konnte eine in den USA durchgeführte Web-Trackingstudie beobachten, dass Menschen eine Nachrichtenquelle, der sie besonders vertrauen, im Durchschnitt zwar nicht signifikant häufiger oder länger nutzen, aber die dazugehörige Nachrichtenwebsite häufiger direkt aufrufen, welches als intentionale Nutzung interpretiert werden kann (Taneja & Yaeger, 2019, S. 7). Neben der Nutzungshäufigkeit scheint also relevant für das Vertrauen zu sein, welche Bedeutung ein bestimmtes Angebot für das Informationsverhalten eines Individuums einnimmt – stellt es eine regelmäßig genutzte Quelle neben anderen Informationsangeboten dar oder bildet es die wichtigste oder gar einzig genutzte Quelle?



2.4. Zwischenfazit und Forschungsfragen

Der aktuelle Stand der Forschung lässt erahnen, dass das Vertrauen in Nachrichten ein hoch komplexes, nur schwer greifbares Phänomen ist, welches sich im Zusammenspiel mit verschiedenen individuellen und kulturellen Faktoren entfaltet. Die folgende Analyse möchte daher eine tiefergehende Antwort auf die Frage geben, wie es um das Nachrichtenvertrauen der Bevölkerung in Deutschland bestellt ist und wie die Entwicklung des Nachrichtenvertrauens vor dem Hintergrund der sich wandelnden Nachrichtennutzungsgewohnheiten zu bewerten ist.

Als Reaktion auf den oftmals konstatierten Vertrauensverlust beschäftigt sich der erste Teil der Analyse mit der Entwicklung des Nachrichtenvertrauens in Deutschland im Zeitraum von 2015 bis 2023 unter Berücksichtigung der jeweiligen gesellschaftlichen, medialen und politischen Gegebenheiten (Kapitel 3). Diese wird mit der Entwicklung des Nachrichtenvertrauens in anderen ausgewählten Ländern verglichen, um länderspezifische Besonderheiten, aber auch potenzielle länderübergreifende Einflussfaktoren auf das Vertrauen herauszuarbeiten:

1. Wie entwickelte sich das Vertrauen in Nachrichten in Deutschland im Zeitverlauf und inwiefern unterscheidet sich diese Entwicklung von ausgewählten Ländern?

Aufbauend auf den Ausführungen im Kapitel 2.2. untersuchen wir im zweiten Teil der Studie, inwiefern das Vertrauen in etablierte Nachrichtenquellen durch individuelle Einflussfaktoren beeinflusst wird und ob sich dahingehend Unterschiede zwischen den ausgewählten Ländern beobachten lassen (Kapitel 4):

2. Inwiefern beeinflussen soziodemographische Faktoren wie Alter, Geschlecht, Bildung und politische Orientierung das Vertrauen in Nachrichten und inwiefern unterscheiden sich diese Einflüsse zwischen verschiedenen ausgewählten Ländern?

Das Herzstück der Studie bildet die Untersuchung des komplexen Zusammenhangs zwischen dem Nachrichtenvertrauen und der Nutzung etablierter Nachrichtenquellen. Hierfür wird in einem ersten Schritt analysiert, welche verschiedenen Nachrichtenangebote die erwachsene Online-Bevölkerung in Deutschland regelmäßig verwendet, um sich über das aktuelle Geschehen vor der eigenen Haustür, in Deutschland und in der Welt zu informieren (Kapitel 5). Aufbauend auf den Forschungsstand zum Zusammenhang zwischen Vertrauen und Nutzung (Kapitel 2.3.) wird dabei ein ganzheitlicher Blick auf Nachrichtennutzung geworfen, indem die Gesamtheit aller Nachrichtenquellen betrachtet wird, die eine Person regelmäßig nutzt (*Nachrichtenrepertoire*) (Hasebrink & Domeyer, 2012, S. 758; Hasebrink & Popp, 2006, S. 369):

3. Welche Nachrichtenrepertoires nutzt die erwachsene Online-Bevölkerung in Deutschland, um sich über aktuelle Geschehnisse auf dem Laufenden zu halten?

Diese ganzheitliche Perspektive auf Nachrichtennutzung ermöglicht es uns, die informationsbezogene Rolle etablierter Nachrichtenquellen im Zusammenhang mit verschiedenen digitalen Verbreitungswegen von Nachrichten (z. B. soziale Medien, Suchmaschinen, Nachrichtenaggregatoren) (Kapitel 5.1.) und unter der Berücksichtigung verschiedener miteinander konkurrierender Nachrichtenanbieter (z. B. öffentlich-rechtlicher Rundfunk, Verlage, Online-Only Anbieter) (Kapitel 5.2.) zu analysieren.

Auf der Grundlage der ermittelten Nachrichtenrepertoires in Deutschland wird schließlich der Zusammenhang zwischen Nachrichtennutzung und -vertrauen untersucht:





4. Inwiefern hängt die Nutzung verschiedener Nachrichtenrepertoires mit dem Vertrauen in Nachrichten zusammen?

Ziel dieser umfassenden Analyse soll es sein, eine Einschätzung darüber zu ermöglichen, welche Rolle etablierte Nachrichtenquellen im Verhältnis zu anderen Quellen für das Vertrauen und damit auch für demokratische Prozesse der Informiertheit und Meinungsbildung spielen. Damit verbunden ist zudem die Frage, inwiefern das Vertrauen in etablierte Nachrichtenquellen die Nutzung dieser Quellen beeinflusst und ob ein höheres Vertrauen in eine Quelle (z. B. ARD Tagesschau) mit einer höheren Nutzung dieser Quelle verbunden ist.

Nach einer kurzen Zusammenfassung der wichtigsten Ergebnisse werden abschließend mögliche Implikationen und Handlungsempfehlungen für die Medienpraxis, Gesellschaft und Politik diskutiert.





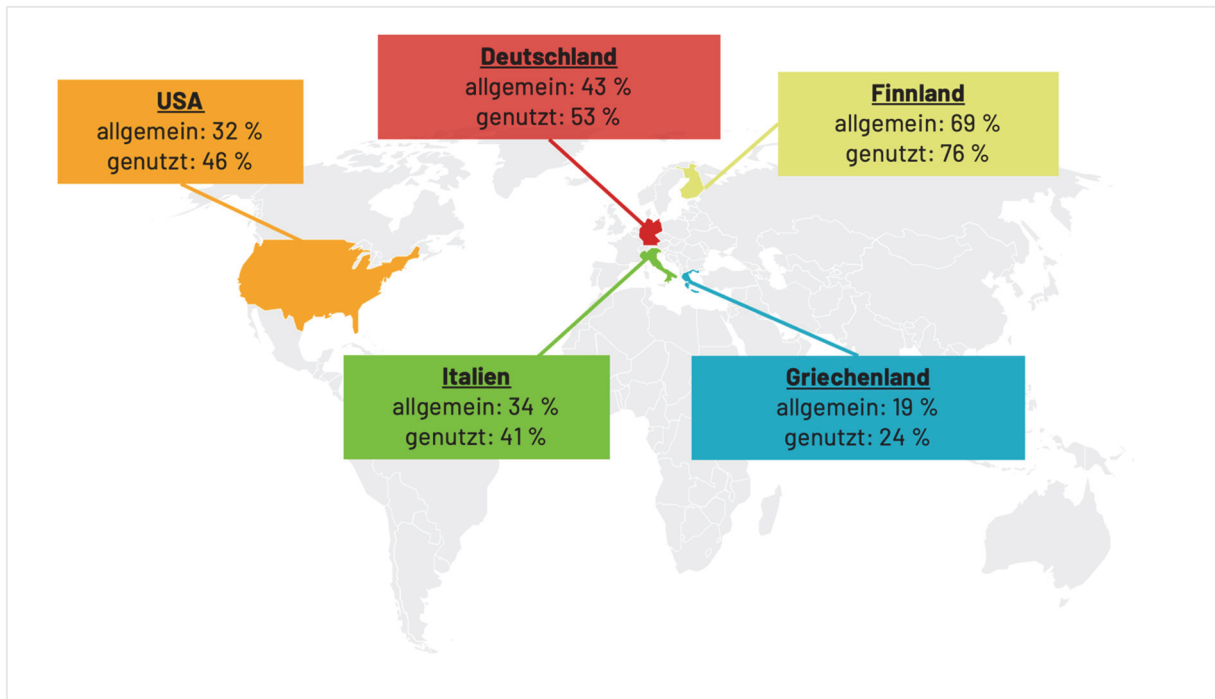
3. Vertrauen in Nachrichten im Zeitverlauf

In diesem Kapitel soll die Frage beantwortet werden, wie sich das Vertrauen in Nachrichten in Deutschland entwickelt hat und inwiefern sich diese Entwicklung von der in anderen Ländern unterscheidet. Lässt sich der in öffentlichen Debatten oftmals erwähnte Vertrauensverlust in die Medien im Langzeitverlauf empirisch beobachten oder ist die Entwicklung dynamischer?

Im Reuters Institute Digital News Survey wird das Vertrauen in Nachrichten seit 2015 anhand der Frage gemessen, inwiefern die Befragten glauben, „dem Großteil der Nachrichten“ im eigenen Land sowie „dem Großteil der Nachrichten, die ich nutze“ meistens vertrauen zu können. Die Befragten können ihre Zustimmung dabei auf einer Likert-Skala von 1 („Stimme überhaupt nicht zu“) über 3 („Stimme weder zu noch nicht zu“) bis 5 („Stimme voll und ganz zu“) angeben. Da keine Ausweichoptionen (z. B. „Ich weiß nicht“ oder „Keine Angabe“) existieren, sind die Befragten zu einer Beantwortung der Fragen gezwungen – der neutrale Skalenmittelpunkt könnte allerdings als alternative Ausweichoption verstanden werden. Darüber hinaus bleibt aufgrund der allgemeinen Frageformulierung offen, welche konkreten Angebote die Befragten jeweils mit den Nachrichten in Deutschland bzw. den selbst genutzten Nachrichten assoziieren. Insgesamt ist daher zu betonen, dass es sich bei den in der Studie erfassten Daten zum Nachrichtenvertrauen um aggregierte, subjektive Bewertungen der Befragten handelt und nicht um „objektive“ Messungen der Nachrichtenqualität (Newman et al., 2023, S. 24). Veränderungen im Nachrichtenvertrauen in den teilnehmenden Ländern sind somit auch vor dem Hintergrund politischer, wirtschaftlicher und sozialer Faktoren sowie des jeweiligen Mediensystems zu bewerten, wenngleich selbstverständlich keine kausalen Schlüsse aus einzelnen Ergebnissen gezogen werden können (Newman et al., 2023, S. 24). Um diese Faktoren auf der Systemebene angemessen berücksichtigen zu können, wird die folgende Analyse zum Nachrichtenvertrauen im Zeitverlauf exemplarisch für fünf Länder vorgenommen: Finnland, Italien, USA, Griechenland und Deutschland. Diese Länder wurden ausgewählt, da sie eine hinreichende Variation in Bezug auf das in der Studie gemessene Nachrichtenvertrauen sowie die in Kapitel 2.2. erwähnten Systemfaktoren darstellen.



Abbildung 1: Vertrauen in Nachrichten im Allgemeinen und in die genutzten Nachrichten 2023 (Zustimmung in Prozent)



Frage Q6: Wir möchten Sie nun zu Ihrem Vertrauen in Nachrichten befragen. Zuerst würden wir gerne erfahren, wie sehr Sie den Nachrichten in Ihrem Land im Allgemeinen vertrauen. Dann möchten wir gerne erfahren, wie sehr Sie den Nachrichten vertrauen, die Sie nutzen. Bitte geben Sie an, inwieweit Sie den folgenden Aussagen zustimmen. „Ich glaube, man kann dem Großteil der Nachrichten meist vertrauen.“ „Ich glaube, ich kann dem Großteil der Nachrichten, die ich nutze, meistens vertrauen.“ (Antwortmöglichkeiten: Stimme überhaupt nicht zu; Stimme eher nicht zu (Stimme nicht zu); Stimme weder zu noch nicht zu (Unentschieden); Stimme eher zu; Stimme voll und ganz zu (Stimme zu); Basis Finnland n=2027; Deutschland n=2012; Italien n=2106; USA n=2081; Griechenland n=2023).

Deutschland

Im Jahr 2023 stimmten im Durchschnitt 40 Prozent der Befragten über alle 46 an der Studie teilnehmenden Länder hinweg der Aussage zu, den Nachrichten im eigenen Land meist vertrauen zu können (Newman et al., 2023, S. 24). In Deutschland lag dieser Anteil bei 43 Prozent, welches im Ländervergleich Platz 14 von 46 entspricht. Seit der erstmaligen Aufnahme der Frage zum Nachrichtenvertrauen im Jahr 2015 ist jedoch eine rückläufige Tendenz zu beobachten: Lag der Anteil der Zustimmenden 2015 noch bei 60 Prozent, sind es 2023 lediglich 43 Prozent (Abbildung 2). Das Vertrauen in die Nachrichten, die die Befragten nutzen, weist eine vergleichsweise stabilere Entwicklung auf; stattdessen zeichnen sich hier erst in jüngsten Jahren leichte Verluste ab (Abbildung 3). Die Nachrichtennutzung der Bevölkerung wird dabei noch immer weitestgehend von traditionellen Medienangeboten dominiert: Insbesondere lineare Fernsehnachrichten stellen noch immer eine wichtige Quelle für aktuelle Informationen dar, wohingegen soziale Medien wie Instagram oder TikTok zwar mittlerweile von vielen Menschen genutzt werden, jedoch nicht primär im Kontext von Nachrichten (Behre et al., 2023). In der aktuellen Rangliste zur Pressefreiheit von Reporter ohne Grenzen belegt Deutschland den 21. Platz von insgesamt 180; damit kann die Lage der Pressefreiheit in Deutschland als zufriedenstellend eingestuft werden (Reporter ohne Grenzen, 2023).

Ein detaillierterer Blick auf das allgemeine Nachrichtenvertrauen im Zeitverlauf lässt einen besonders deutlichen Rückgang um minus acht Prozentpunkte von 2015 auf 2016 erkennen (Abbildung 2). So fanden im Verlauf des Jahres 2015 breite Debatten in der deutschen Öffentlichkeit



zum Vertrauen in Journalismus statt, etwa im Zusammenhang mit der Berichterstattung zum Ukraine-Konflikt 2015, zur Fluchtbewegung sowie den Ereignissen der Silvesternacht 2015/16 in Köln. Unter dem Schlagwort „Lügenpresse“ wurden Journalist:innen einer fehlerhaften, unvollständigen oder einseitigen Berichterstattung beschuldigt, insbesondere von Anhänger:innen der rechten, nationalkonservativen Organisation Pegida (Dick, 2015; Reinemann & Fawzi, 2016). Trotz des erkennbaren Rückgangs befand sich das Nachrichtenvertrauen in Deutschland 2016 im Ländervergleich jedoch auf einem hohen Niveau.

Seit der Bundestagswahl 2017 hat der Einzug der AfD als drittstärkste Partei im deutschen Bundestag zu intensiven Diskussionen darüber geführt, wie die Medien über ihre oft extremen politischen Ansichten berichten sollten. Während einige argumentieren, dass eine hohe Medienpräsenz – insbesondere durch Einladungen in politischen Talkshows – ungerechtfertigte Aufmerksamkeit erzeuge, waren andere der Meinung, dass die wachsende öffentliche Unterstützung derartiger Parteien nicht ignoriert werden dürfe (Markwardt, 2017). Nichtsdestotrotz zeigen die Daten des Reuters Institute Digital News Surveys, dass die öffentlich-rechtlichen Hauptnachrichtensendungen ein vergleichsweise hohes Vertrauen unter den Befragten in Deutschland genießen. Allerdings bringen gerade Anhänger:innen der AfD den Medien im Allgemeinen sowie dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk im Speziellen ein geringes Vertrauen entgegen (Ziegele et al., 2018, S. 153). 2019 ist das allgemeine Nachrichtenvertrauen ebenfalls leicht, um minus drei Prozentpunkte auf 47 Prozent, im Vergleich zum Vorjahr gesunken. Dies könnte möglicherweise unter anderem auf den Ende 2018 aufgedeckten Betrugsskandal um den ehemaligen Spiegel-Reporter Claas Relotius zurückgeführt werden, dessen vielfach ausgezeichneten Reportagen sich zum großen Teil als gefälscht oder frei erfunden herausstellten (Fichtner, 2018).

Im Jahr 2020 wurde mit einem Anteil von 45 Prozent der zweitniedrigste Wert des allgemeinen Nachrichtenvertrauens in Deutschland gemessen. Hierbei ist jedoch zu beachten, dass die Datenerhebung im Jahr 2020 bereits im Januar und Februar stattfand. Eventuelle Auswirkungen der weltweiten Corona-Pandemie lassen sich in den Daten von 2020 somit nur sehr bedingt ablesen, sondern sind erst in der Befragungswelle von 2021 erkennbar. In diesem „Corona-Jahr“ 2021 ließ sich in fast allen an der Studie teilnehmenden Ländern ein Anstieg des Vertrauens beobachten, der vermutlich auf das gesteigerte Bedürfnis nach verlässlichen Informationen und die herausragende Orientierungsleistung der Medien während der Corona-Krise zurückzuführen ist. Auch in Deutschland ist das Vertrauen in Nachrichten im Allgemeinen um acht Prozentpunkte angestiegen, während Nachrichten in sozialen Medien weitestgehend misstraut wird (Hölzig et al., 2021, S. 26f.). Allerdings nahmen gewaltsame Angriffe auf Journalist:innen zu, die vor allem im Rahmen von Protesten gegen Corona-Beschränkungen stattfanden, welches in einer Absenkung des Pressfreiheitsindex für Deutschland durch Reporter ohne Grenzen resultierte (Reporter ohne Grenzen, 2022). Als Reaktion auf die Black-Lives-Matter-Bewegung in den USA und dem gesteigerten Interesse an Themen zur Gleichstellung und Geschlechtergerechtigkeit nahmen Diskussionen um die Diversität in deutschen Nachrichtenredaktionen zu, welche unter anderem in der vereinzelt Verwendung einer geschlechterneutralen Sprache Berücksichtigung fanden (Newman et al., 2021, S. 80). Diese ist in manchen gesellschaftlichen Teilgruppen umstritten, wobei die Daten des Reuters Institute Digital News Surveys 2021 darauf hindeuten, dass sich insbesondere Menschen mit einer konservativen, rechten politischen Einstellung nicht ausreichend in den deutschen Medien repräsentiert fühlen (Hölzig et al., 2021, S. 33f.).



Der 2021 beobachtbare Anstieg im allgemeinen Nachrichtenvertrauen konnte sich in den Folgejahren nicht fortsetzen, stattdessen befindet sich das Vertrauen wieder auf dem Niveau vor Corona. Am stärksten ist das allgemeine Nachrichtenvertrauen von 2022 auf 2023 gesunken (-7 Prozentpunkte). Auch das Vertrauen in die Nachrichten, die die Befragten nutzen, hat in den vergangenen zwei Jahren leicht abgenommen. Diese Entwicklung könnte möglicherweise als Begleiterscheinung der zunehmenden Nachrichtenmüdigkeit in Deutschland bewertet werden (Behre et al., 2023). Zu Beginn des Ukraine-Krieges im März und April 2022 hat die Tendenz, Nachrichten zumindest manchmal aktiv zu vermeiden, zugenommen (Newman et al., 2022, S. 35). Einer der Gründe hierfür ist die Wahrnehmung, dass die Nachrichten negative Auswirkungen auf die persönliche Stimmung haben. Insgesamt war die Mehrheit der Befragten (55 %) der Meinung, dass die Nachrichtenmedien in Deutschland eine gute Arbeit dabei leisten, wenn es darum geht, die Menschen in Bezug auf aktuelle Entwicklungen des Krieges auf dem Laufenden zu halten. Etwas kritischer wurde die Leistung der Medien darin beurteilt, die weiteren Auswirkungen des Krieges zu erläutern (46 %) sowie verschiedene Perspektiven auf den Konflikt zu beleuchten (44 %)(Newman et al., 2022, S. 36).

Darüber hinaus haben die Affären beim RBB rund um die ehemalige Intendantin und ARD-Vorsitzende Patricia Schlesinger neue Reformdebatten über die Zukunft des öffentlich-rechtlichen Rundfunks in Deutschland angestoßen (Kühn & Rainer, 2023). Es ist nicht auszuschließen, dass derartige Skandale zum sinkenden Nachrichtenvertrauen beigetragen haben könnten, wenngleich sich das Nachrichtenvertrauen in Deutschland, wie bereits erwähnt, im Ländervergleich weiterhin auf einem hohen Niveau befindet. Folglich bleibt abzuwarten, ob sich der in der Tendenz erkennbare, leichte Abwärtstrend langfristig fortsetzt.

Finnland

Das anteilig höchste Nachrichtenvertrauen in der Studie lässt sich mit 69 Prozent Zustimmung in Finnland beobachten (zur Erinnerung: der Durchschnittswert über alle teilnehmenden Länder hinweg liegt bei 40 Prozent). Auffällig ist, dass Finnland bereits seit einigen Jahren die obersten Plätze im ländervergleichenden Ranking des Nachrichtenvertrauens belegt (Abbildung 2). Das Gleiche gilt für das Vertrauen in die Nachrichten, die die Befragten nutzen, welches sogar in der Langzeitbetrachtung leicht angestiegen ist (Abbildung 3). Dabei ist das finnländische Mediensystem gekennzeichnet durch einen starken öffentlich-rechtlichen Rundfunk, eine weit verbreitete regionale Presse sowie eine im Ländervergleich hohe Bereitschaft, für Online-Nachrichten zu bezahlen (Newman et al., 2023, S. 72f.). In der Rangliste der Pressefreiheit belegte Finnland im Jahr 2023 Platz 5 von 180 und zählt somit im weltweiten Vergleich zu den Ländern mit den freiesten Medien weltweit (Reporter ohne Grenzen, 2023).

Betrachtet man die Anteile der Personen mit hohem Nachrichtenvertrauen im Zeitverlauf von 2015 bis 2023, dann ergibt sich jedoch ein differenzierteres Bild (Abbildung 2). So ließ sich in Finnland bis vor einigen Jahren noch eine rückläufige Tendenz der vertrauenden Anteile beobachten, die ihren Tiefpunkt im Jahr 2020 erreichte. 2015 beschäftigte sich Finnland im Zuge der Krim-Krise verstärkt mit außenpolitischen Sicherheitsfragen und begann, sich stärker an die NATO anzunähern (Bigalke, 2015). Gleichzeitig ist das Land von wirtschaftlichen Problemen und einer hohen Arbeitslosigkeit betroffen (Breitschuh, 2015). Die Parlamentswahlen im Jahr 2015 brachten

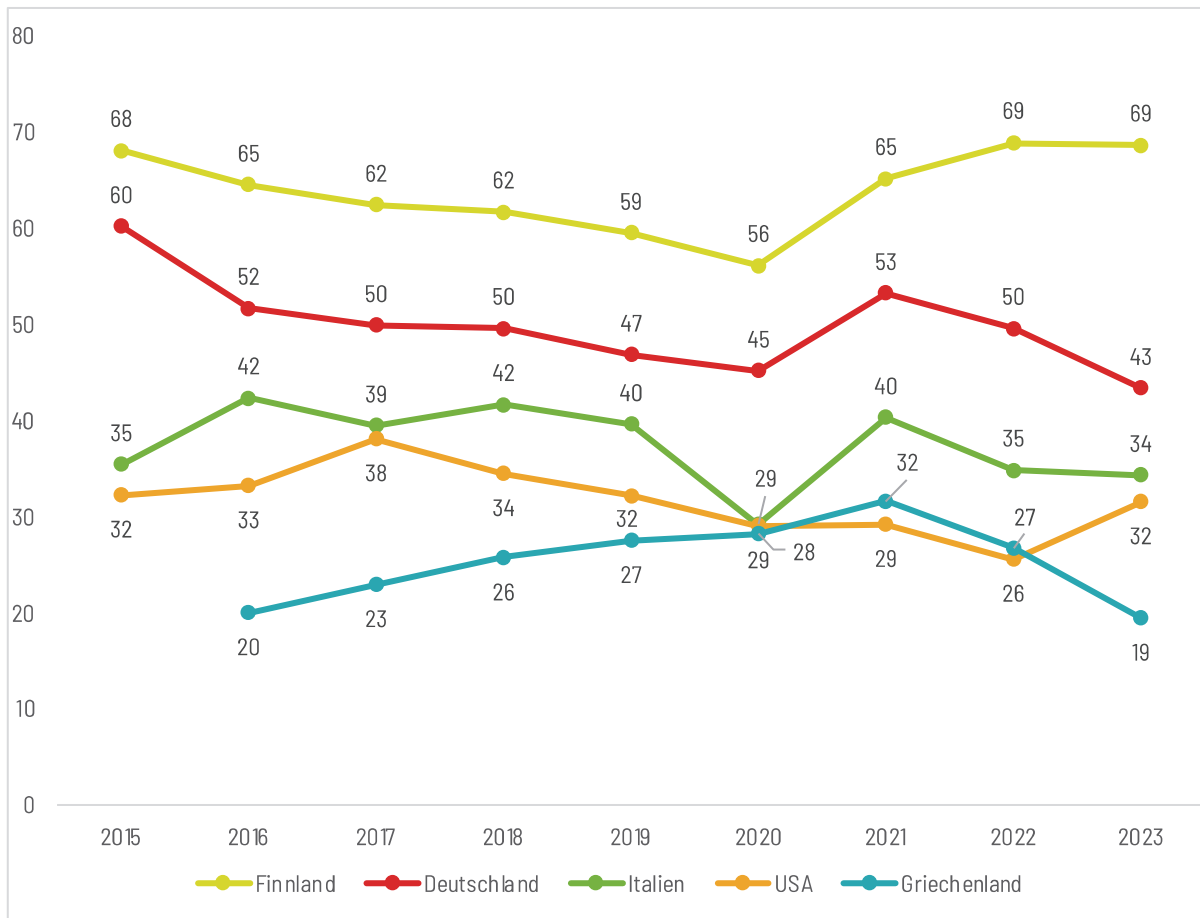


einen Regierungswechsel hin zu einer neuen Regierungskoalition aus Konservativen, Zentrums- und der rechtspopulistischen Partei der „Finnen“ (Bosse, 2015). Als Reaktion auf die Aufnahme von Geflüchteten in Finnland formierten sich teilweise nationalistische Bewegungen, die gegen die Aufnahme protestierten und selbsternannte Bürgerwehren gründeten (Trimborn, 2016). Hitzige Debatten über die Einwanderungspolitik haben das Vertrauen in die Neutralität der Medien auf die Probe gestellt, gleichzeitig aber auch die Rolle der Nachrichtenmedien als vertrauenswürdige Alternative zu Desinformationen im Internet unterstrichen (Newman et al., 2016, S. 53). 2017 verließ die rechtspopulistische Partei infolge eines Koalitionsstreits die Regierung (Schmiester, 2017). Der Wahlkampf um die finnische Präsidentschaft 2018 wurde von drängenden Fragen internationaler Beziehungen dominiert, insbesondere die Haltung zu Russland und die Annäherung an die NATO (bpb, 2018). Polarisierende Debatten zu verschiedenen sozialen Themen wie Migration sowie die zunehmende Sorge um Desinformation führten in der Tendenz zu abnehmendem Vertrauen in die etablierten Medien, insbesondere unter Anhänger:innen der rechtspopulistischen Partei (Newman et al., 2019, S. 82). Im Zuge der Parlamentswahlen 2019 kam es zu einem erneuten Regierungswechsel mit einer neuen, von jungen Frauen dominierten Koalition aus Sozialdemokraten, Linke, Grüne, Zentrum und der liberalen Schwedischen Volkspartei (Der Spiegel, 2019).

Im Jahr 2020 wurde schließlich der bisher niedrigste Wert des Nachrichtenvertrauens in Finnland mit einem Anteil von 56 Prozent Zustimmung beobachtet, wobei erneut darauf verwiesen werden muss, dass eventuelle Auswirkungen der Pandemie erst in der darauffolgenden Befragungswelle ablesbar sind. Wie in den meisten an der Studie teilnehmenden Ländern kam es auch in Finnland entgegen dem rückläufigen Trend zu einem deutlichen Anstieg derjenigen, die den Nachrichten im Allgemeinen meist vertrauen (plus neun Prozentpunkte). Bereits zu einem frühen Zeitpunkt der Pandemie reagierte die finnische Regierung mit einem raschen, umfangreichen Lockdown, welches dazu beitrug, dass Finnland im europäischen Vergleich eine der geringsten Sterberaten aufwies (Höppner, 2020). Insgesamt trafen die Maßnahmen auf weniger Widerstand als in anderen EU-Ländern, und der finnischen Regierung wurde ein hohes Vertrauen entgegengebracht (Höppner, 2020). In den darauffolgenden zwei Jahren konnte sich der Zuwachs im Nachrichtenvertrauen, anders als in den meisten Ländern, weiter verfestigen. Eine mögliche Erklärung hierfür könnte sein, dass der Ukraine-Krieg sowie der Prozess des NATO-Beitritts Finnlands innerhalb weiter Teile der Bevölkerung mit einem gesteigerten Vertrauen in öffentliche Institutionen einherging (Newman et al., 2023, S. 73).

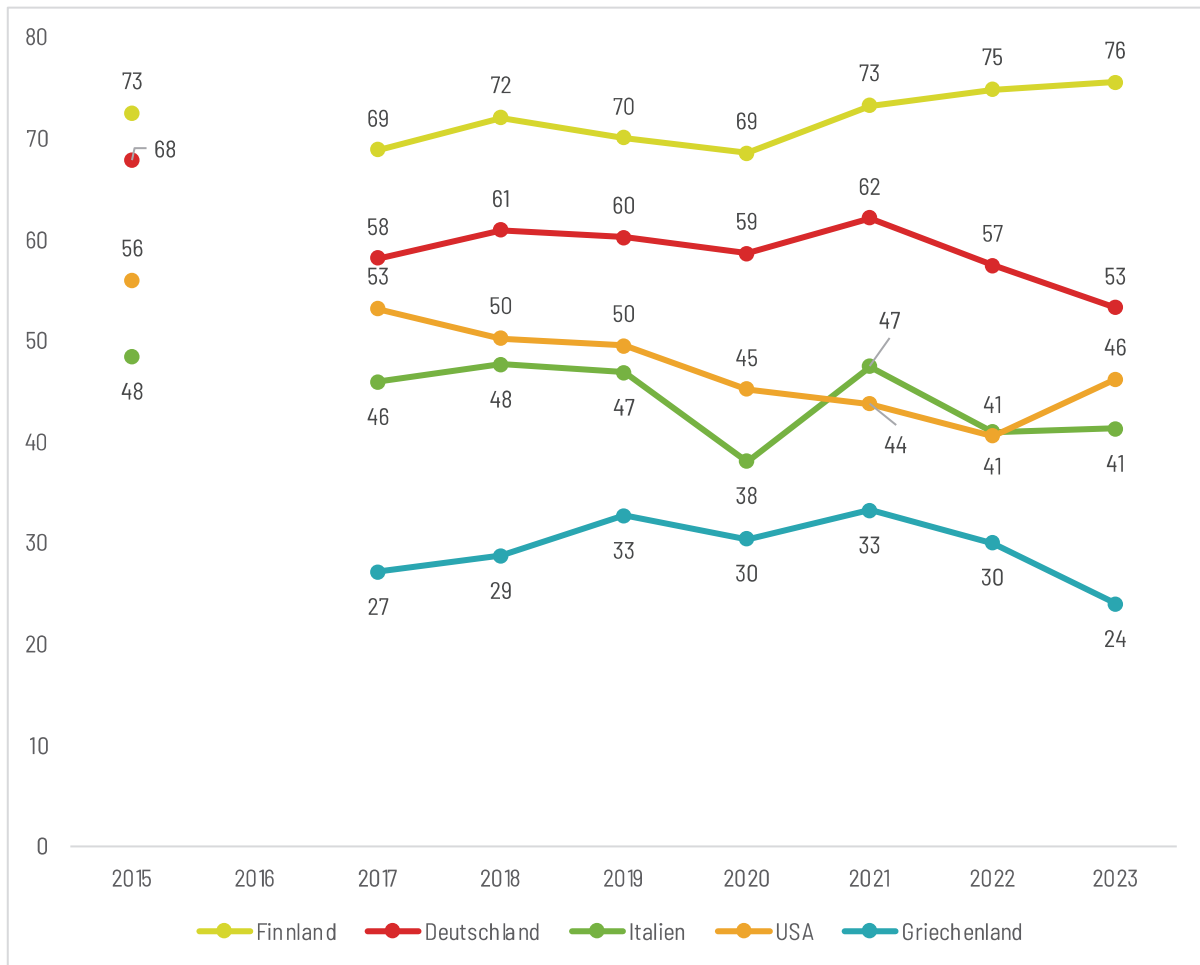


Abbildung 2: Vertrauen in Nachrichten im Allgemeinen seit 2015 (Zustimmung in Prozent)



Reuters Institute Digital News Report 2023 / Leibniz-Institut für Medienforschung | Hans-Bredow-Institut

Frage Q6: Wir möchten Sie nun zu Ihrem Vertrauen in Nachrichten befragen. Zuerst würden wir gerne erfahren, wie sehr Sie den Nachrichten in Ihrem Land im Allgemeinen vertrauen. Dann möchten wir gerne erfahren, wie sehr Sie den Nachrichten vertrauen, die Sie nutzen. Bitte geben Sie an, inwieweit Sie den folgenden Aussagen zustimmen. „Ich glaube, man kann dem Großteil der Nachrichten meist vertrauen.“ (Antwortmöglichkeiten: Stimme überhaupt nicht zu; Stimme eher nicht zu (Stimme nicht zu); Stimme weder zu noch nicht zu (Unentschieden); Stimme eher zu; Stimme voll und ganz zu (Stimme zu); Basis Finnland 2015 n=1509; 2016 n=2041; 2017 n=2007; 2018 n=2012; 2019 n=2009; 2020 n=2050; 2021 n=2009; 2022 n=2064; 2023 n=2027; Deutschland 2015 n=1969; 2016 n=2035; 2017 n=2062; 2018 n=2038; 2019 n=2022; 2020 n=2011; 2021 n=2011; 2022 n=2002; 2023 n=2012; Italien 2015 n=2006; 2016 n=2195; 2017 n=2011; 2018 n=2040; 2019 n=2006; 2020 n=2015; 2021 n=2010; 2022 n=2004; 2023 n=2106; USA 2015 n=2278; 2016 n=2181; 2017 n=2259; 2018 n=2399; 2019 n=2012; 2020 n=2055; 2021 n=2001; 2022 n=2036; 2023 n=2081; Griechenland 2016 n=2036; 2017 n=2002; 2018 n=2014; 2019 n=2018; 2020 n=2015; 2021 n=2017; 2022 n=2004; 2023 n=2023)


Abbildung 3: Vertrauen in genutzte Nachrichten seit 2015* (Zustimmung in Prozent)


Reuters Institute Digital News Report 2023 / Leibniz-Institut für Medienforschung | Hans-Bredow-Institut

Frage Q6: Wir möchten Sie nun zu Ihrem Vertrauen in Nachrichten befragen. Zuerst würden wir gerne erfahren, wie sehr Sie den Nachrichten in Ihrem Land im Allgemeinen vertrauen. Dann möchten wir gerne erfahren, wie sehr Sie den Nachrichten vertrauen, die Sie nutzen. Bitte geben Sie an, inwieweit Sie den folgenden Aussagen zustimmen. „Ich glaube, ich kann dem Großteil der Nachrichten, die ich nutze, meistens vertrauen.“ (Antwortmöglichkeiten: Stimme überhaupt nicht zu; Stimme eher nicht zu (Stimme nicht zu); Stimme weder zu noch nicht zu (Unentschieden); Stimme eher zu; Stimme voll und ganz zu (Stimme zu); Basis Finnland 2015 n=1509; 2016 n=2041; 2017 n=2007; 2018 n=2012; 2019 n=2009; 2020 n=2050; 2021 n=2009; 2022 n=2064; 2023 n=2027; Deutschland 2015 n=1969; 2016 n=2035; 2017 n=2062; 2018 n=2038; 2019 n=2022; 2020 n=2011; 2021 n=2011; 2022 n=2002; 2023 n=2012; Italien 2015 n=2006; 2016 n=2195; 2017 n=2011; 2018 n=2040; 2019 n=2006; 2020 n=2015; 2021 n=2010; 2022 n=2004; 2023 n=2106; USA 2015 n=2278; 2016 n=2181; 2017 n=2259; 2018 n=2399; 2019 n=2012; 2020 n=2055; 2021 n=2001; 2022 n=2036; 2023 n=2081; Griechenland 2016 n=2036; 2017 n=2002; 2018 n=2014; 2019 n=2018; 2020 n=2015; 2021 n=2017; 2022 n=2004; 2023 n=2023) * 2016 nicht erhoben

Italien

Das Nachrichtenvertrauen in Italien bewegt sich seit 2015 auf einem niedrigen Niveau. Mit einem Anteil von 34 Prozent Zustimmung belegte Italien 2023 Platz 31 im Ranking der 46 an der Studie teilnehmenden Länder (Newman et al., 2023, S. 85). In der Langzeitbetrachtung fällt auf, dass sowohl das Vertrauen in Nachrichten im Allgemeinen (Abbildung 2) als auch in die genutzten Nachrichten (Abbildung 3) einigen Schwankungen unterworfen ist, wobei sich eine leicht rückläufige Tendenz erst in jüngeren Jahren andeutet. Ein Blick auf das Mediensystem zeigt, dass der italienische Journalismus von einer hohen politischen Parteilichkeit geprägt ist; zudem steht die politische und wirtschaftliche Einflussnahme auf die Berichterstattung an der Tagesordnung (Newman et al., 2023, S. 85). Reporter ohne Grenzen (2023) stuft die Pressefreiheit in Italien im weltweiten Vergleich auf Platz 41 von 180 ein. Darüber hinaus ist das italienische Mediensystem



durch eine historisch starke Position des Fernsehens gekennzeichnet; lineare Fernsehsendungen stellen mit einem Anteil von 69 Prozent wöchentlicher Nutzung noch immer eine wichtige Quelle für Nachrichten dar (Newman et al., 2023, S. 85). Printnachrichten verlieren kontinuierlich an Reichweite und werden mittlerweile lediglich von einem Bruchteil der Online-Bevölkerung (16 %) genutzt. Stattdessen lässt sich eine zunehmende digitale Transformation des italienischen Mediensystems beobachten, die sich beispielsweise in neuen, speziell auf jüngere Zielgruppen zugeschnittenen Social-Media-Formate und einer im Ländervergleich hohen Verbreitung sozialer Medien als Nachrichtenquelle (42 %) äußert. Besonders das rein digitale Nachrichtenangebot „Fanpage“, welches aus einer ehemaligen Facebook-Seite heraus entstanden ist, erfreut sich einer hohen Popularität, wird aber von der Mehrheit der Befragten als wenig vertrauenswürdig erachtet. Für vereinzelte Nachrichtenquellen wie z. B. die italienische Nachrichtenagentur ANSA, die für eine geringere Parteilichkeit bekannt ist, lassen sich hingegen verhältnismäßig hohe Vertrauenswerte beobachten (Newman et al., 2023, S. 85).

Ein Blick auf die Ereignislage der vergangenen Jahre zeigt, dass Italien regelmäßig von Korruptionsskandalen und organisiertem Verbrechen erschüttert wurde, die die gesellschaftliche Wahrnehmung des Staates und anderer öffentlicher Institutionen prägen (Schlamp, 2015). So ist Politikverdrossenheit in der italienischen Bevölkerung weit verbreitet (Süddeutsche Zeitung, 2022). Seit 2015 gehört Italien zu den Ländern in Europa, die am meisten Geflüchtete über das Mittelmeer aufnehmen, sodass öffentliche Debatten von Themen wie Migration, Sicherung der Außengrenzen und Seenotrettung beherrscht werden (Hoffmann, 2015). Bei der Parlamentswahl 2018 kam es zu einer großen Verschiebung zugunsten populistischer Parteien, welche möglicherweise von den zahlreichen wirtschaftlichen Problemen des Landes und den Folgen der Globalisierung begünstigt wurde (Ripperger, 2018). Die Regierungsbildung gestaltete sich lange als schwierig; letztlich entstand eine Koalition aus der linkspopulistischen Partei Cinque Stelle und der recht nationalen Partei Lega (Meiler, 2018). Zur Verbreitung ihrer anti-elitären und migrationsfeindlichen Ansichten setzten die Regierungsparteien vor allem auf die sozialen Medien; gleichzeitig nahmen dortige Angriffe auf italienische Journalist:innen zu (Newman et al., 2018, S. 94). Insbesondere die rechte Partei Lega gewann in der Bevölkerung an Beliebtheit (Ladurner, 2019). Nach zahlreichen innenpolitischen Spannungen kam es 2019 zur Auflösung der Koalition, welches eine neue, linksgerichtete Regierung ohne Neuwahlen zur Folge hatte (Zeit Online, 2019).

Im Januar und Februar 2020 wurde in Italien der bisher niedrigste Wert im Nachrichtenvertrauen gemessen (Abbildung 2; Abbildung 3). Mit Ausbruch der Pandemie im März 2020 verzeichnete das Land die mit Abstand höchsten Infektions- und Sterberaten in Europa (Reuning, 2020). Es folgte einer der härtesten Lockdowns in Europa, der ab Mai schrittweise gelockert wurde (Seisselberg, 2020). Als Reaktion auf das hohe Informationsbedürfnis der Bevölkerung haben italienische Medien ihre Nachrichtenberichterstattung deutlich ausgeweitet; insbesondere Fernseh- und Online-Nachrichten konnten gesteigerte Reichweiten beobachten (Newman et al., 2021, S. 88). Wie in den meisten an der Studie teilnehmenden Ländern, erholte sich das Nachrichtenvertrauen auch in Italien im Jahr 2021. Dieser kurzfristige Anstieg konnte bis zum jetzigen Zeitpunkt allerdings nicht aufrechterhalten werden, sodass das Nachrichtenvertrauen auf einem niedrigen Niveau blieb. So stimmten in der Befragung im Jahr 2022 nur 13 bzw. 15 Prozent der Befragten in Italien der Aussage zu, dass die Nachrichtenmedien in ihrem Land unabhängig von politischem



und wirtschaftlichem Einfluss seien (Newman et al., 2022, S. 89). Im weiteren Verlauf der Pandemie wurde der Fokus der italienischen Berichterstattung verstärkt auf Spekulationen zu möglichen Änderungen von Corona-Beschränkungen gelegt, anstatt auf tatsächlich getroffene politische Entscheidungen oder auf neue wissenschaftliche Erkenntnisse, wie etwa zur Impfung (Newman et al., 2021, S. 88). Die damit verbundene sensationalistische und oftmals widersprüchliche Berichterstattung sowie die Verbreitung von Desinformation in den sozialen Medien könnte zur Unzufriedenheit des Nachrichtenpublikums und einem weiter sinkenden Vertrauen in die Nachrichten beigetragen haben (Newman et al., 2021, S. 88).

Nach weiteren Regierungskrisen im Zusammenhang mit den sich verschärfenden wirtschaftlichen Problemen des Landes kam es 2022 zu Neuwahlen (Grieß, 2022). Eindeutige Wahlsiegerin war die Fratelli d'Italia, eine rechtsradikale Partei mit faschistischen Wurzeln, deren Vorsitzende Giorgia Meloni als erste weibliche Ministerpräsidentin in der Geschichte der Republik vereidigt wurde (Kronthaler, 2022). Meloni ist unter anderem bekannt für ihre streng migrationsfeindliche Haltung sowie für die Ablehnung von Abtreibungsrechten und LGBTQ+-Rechten (Deutschlandfunk, 2022; Süddeutsche Zeitung, 2022). Inwiefern dieser politische Rechtsruck potenzielle Auswirkungen auf das Nachrichtenvertrauen in Italien haben könnte, lässt sich zum derzeitigen Zeitpunkt noch nicht ablesen, zumal sich dahingehende Kausalaussagen ohnehin verbieten.

USA

Das Mediensystem der USA ist gekennzeichnet durch eine hohe Kommerzialisierung, Fragmentierung und politische Polarisierung (Newman et al., 2015, S. 22). Seit Beginn der Studie sind die USA neben Griechenland eines der Länder mit dem geringsten Nachrichtenvertrauen. Im Jahr 2023 stimmten 32 Prozent der erwachsenen Internetnutzenden in den USA der Aussage zu, den Nachrichtenmedien in ihrem Land meist vertrauen zu können (Abbildung 1) – dies entspricht Platz 36 von 46. Das Vertrauen in die Nachrichten, die die Befragten nutzen, ist mit einem Anteil von 46 Prozent im Vergleich höher ausgeprägt. Dies ist möglicherweise auf die Parteilichkeit einiger Nachrichtenangebote und die damit einhergehende Polarisierung des Nachrichtenpublikums zurückzuführen, wonach Menschen sich vorrangig denjenigen Nachrichtenangeboten zuwenden, die ihre persönliche politische Meinung unterstützen (Newman et al., 2017, S. 102f.). Laut Reporter ohne Grenzen (2023) ist die Pressefreiheit in den USA als zufriedenstellend zu bewerten (Platz 45/180).

Im Kontext der Präsidentschaftswahlen und dem überraschenden Wahlsieg Donald Trumps im Jahr 2016 stieg die Sorge um die Verbreitung von Desinformation im Internet, wodurch möglicherweise der Wert des professionellen Journalismus unterstrichen wurde (Newman et al., 2017, S. 103). So wurde die Nachrichtenberichterstattung von den zahlreichen Widersprüchlichkeiten und Falschbehauptungen des US-Präsidenten dominiert (Denkler, 2017). Der sogenannte Trump Bump zeigte sich unter anderem in einer gesteigerten Zahlbereitschaft für Online-Nachrichten (Newman et al., 2017, S. 102). Diese Entwicklungen könnten zu einem (kurzfristigen) Anstieg des Nachrichtenvertrauens beigetragen haben (Abbildung 2). Mit einem Anteil von insgesamt 38 Prozent Zustimmung im Jahr 2017 zu der Aussage, man könne den Nachrichten im eigenen Land meist vertrauen, handelt es sich bis zum jetzigen Zeitpunkt um den höchsten Wert, der in der Studie für die USA beobachtet wurde. Im Vergleich zu anderen Ländern war das Vertrauen der US-amerikanischen Online-Bevölkerung in die Nachrichtenquellen, die sie selbst nutzen, zu dem



Zeitpunkt zwar immer noch gering, aber deutlich höher ausgeprägt (53 %) als das Vertrauen in die Nachrichten im Allgemeinen (Abbildung 3).

In den Folgejahren setzte sich der rückläufige Trend des Nachrichtenvertrauens in den USA fort. Internationales Aufsehen erregten die Ermittlungen um die versuchte Einflussnahme Russlands auf die Präsidentschaftswahl 2016 in sozialen Netzwerken wie Twitter, YouTube, Facebook und Instagram zugunsten Trumps und der Republikanischen Partei (Zeit Online, 2018). Darüber könnten Trumps zahlreiche „Fake News“-Anschuldigungen auf traditionelle Nachrichtenmedien sowie das insgesamt raue politische Klima während seiner Amtsdauer zum sinkenden Nachrichtenvertrauen beigetragen haben (Newman et al., 2018, S. 113). Insbesondere unter Befragten mit einer rechten politischen Orientierung kommt es zu deutlichen Rückgängen auf einen Anteil von lediglich neun Prozent Zustimmung zu der Aussage, man könne den Nachrichtenmedien im eigenen Land meist vertrauen (Newman et al., 2019, S. 119).

In der Corona-Pandemie verzeichnete die USA früh hohe Inzidenzen und Todeszahlen; gleichzeitig verharmloste Trump die Folgen des Virus, zweifelte wissenschaftliche Erkenntnisse an und verbreitete Fehlinformationen (Gensing, 2020). Die wirtschaftlichen Folgen der Corona-Pandemie trafen auch die ohnehin geschwächte kommerzielle Medienindustrie der USA schwer; Schätzungen zufolge gingen rund 30.000 Stellen verloren (Newman et al., 2021, S. 112). Gleichzeitig wurde die Berichterstattung von sich überschlagenden Ereignissen herausgefordert: George Floyds Tod und die daraus resultierenden Demonstrationen gegen Polizeigewalt und Rassismus, die Präsidentschaftswahl, der Wahlsieg Joe Bidens und der später folgende Angriff auf das Kapitol durch Trump-Anhänger:innen (Newman et al., 2021, S. 112). Weitere Rückgänge im Nachrichtenvertrauen sind daher möglicherweise auch vor dem Hintergrund einer zunehmenden Nachrichtenmüdigkeit in der US-Bevölkerung zu sehen, die sich in geringeren Nutzungshäufigkeiten und einem sinkenden Nachrichteninteresse äußerte (Newman et al., 2021, S. 112) und sich im darauffolgenden Jahr noch weiter fortsetzte (Newman et al., 2022, S. 112). Mit nur 26 Prozent Zustimmung wurde 2022 der niedrigste Vertrauenswert in den USA gemessen (Abbildung 2). Im Kontext der weiter andauernden Corona-Pandemie fanden hoch polarisierte öffentliche Gesundheitsdebatten statt, etwa zu Corona-Schutzmasken oder -Impfungen. Zudem sahen sich die Journalist:innen mit Desinformationskampagnen zu Corona-Impfungen konfrontiert (Newman et al., 2022, S. 112).

2023 lässt sich erstmals wieder ein leichter Anstieg des Nachrichtenvertrauens um sechs Prozentpunkte beobachten (Abbildung 2). Auch das Vertrauen in die genutzten Nachrichten ist um fünf Prozentpunkte gewachsen (Abbildung 3). Gleichzeitig wurde der Trend zur Nachrichtenmüdigkeit etwas abgeschwächt (Newman et al., 2023, S. 108). Mit Blick auf die anstehende Präsidentschaftswahl 2024 bleibt abzuwarten, ob sich der kurzfristige Anstieg des Nachrichtenvertrauens stabilisiert oder ob sich der in der Langzeitbetrachtung erkennbare Abwärtstrend weiter fortsetzt.

Griechenland

Mit lediglich 19 Prozent Zustimmung ist das Nachrichtenvertrauen in Griechenland das geringste, das im Jahr 2023 im Reuters Institute Digital News Survey beobachtet wurde (Newman et al., 2023, S. 78f.). Bereits im Jahr 2016, als Griechenland erstmalig in die Studie aufgenommen wurde,



stellte es das Land mit dem geringsten Vertrauen dar, etwa weil viele Befragte den Eindruck hatten, dass (manche) griechische Journalist:innen und Nachrichtenmedien in politische und wirtschaftliche Korruption verwickelt seien (Newman et al., 2016, S. 71). Unter den abgefragten Nachrichtenmarken wird lokalen und regionalen Zeitungen das größte Vertrauen entgegengebracht und kommerziellen Tageszeitungen sowie Boulevardnachrichten das geringste. Dies unterstreicht, dass das geringe Nachrichtenvertrauen in Griechenland teilweise auf eine wahrgenommene Parteilichkeit in den Nachrichtenmedien zurückgeführt werden kann (Newman et al., 2023, S. 79). Im Pressefreiheitsindex von Reporter ohne Grenzen belegt Griechenland Platz 107 von 180 („erkennbare Probleme“) und liegt damit in der Bewertung sogar unter einigen nicht-demokratischen Ländern (Reporter ohne Grenzen, 2023).

Das Nachrichtenvertrauen in Griechenland entwickelte sich zwar zwischen 2017 und 2021 in der Tendenz leicht steigend, bewegte sich jedoch auf einem äußerst geringen Niveau, wobei der höchste Wert mit 32 Prozent Zustimmung im Jahr 2021 beobachtet werden konnte (Abbildung 2). Selbst das Vertrauen in die Nachrichten, die die Befragten regelmäßig nutzen, ist sehr gering und weist anders als in den meisten an der Studie teilnehmenden Ländern nur marginal höhere Werte auf als das allgemeine Nachrichtenvertrauen (Abbildung 3). Diese bewegen sich im Bereich von 24 bis 33 Prozent Zustimmung.

Durch die Finanz- und Eurokrise wurde die griechische Medienindustrie sehr hart getroffen; insbesondere die ohnehin schwach repräsentierte Zeitungswirtschaft hat in der Folge stark an Reichweiten verloren (Newman et al., 2016, 70). Insgesamt lässt sich eine hohe Fragmentierung des griechischen Medienmarktes, insbesondere im digitalen Bereich, beobachten (Newman et al., 2023, S. 78): Zunächst existiert in Griechenland eine Vielzahl an Fernsehsendern und Tageszeitungen, die für sich genommen jeweils nur eine geringe Reichweite erzielen. Die Fülle der Nachrichtenangebote in Griechenland kann dadurch erklärt werden, dass vereinzelte wirtschaftliche Akteure versuchen, mit diesen Angeboten die politische Agenda zu beeinflussen oder Einnahmen aus staatlicher Werbung zu erzielen (Newman et al., 2019, S. 88). Darüber hinaus werden im Vergleich zu anderen Ländern sehr viele verschiedene Nachrichtenquellen pro Woche genutzt, welches auch auf die traditionell hohe Verbreitung sozialer Medien als Nachrichtenquelle zurückzuführen ist (Newman et al., 2023, S. 78). So kamen im Jahr 2023 61 Prozent der Befragten regelmäßig in sozialen Medien mit Nachrichten in Kontakt, welches wiederum mit einer geringen Zahlungsbereitschaft für Online-Nachrichten verbunden ist. Neben sozialen Medien erfreuen sich rein digitale Marken, die über keinen Ableger in der traditionellen Offline-Welt verfügen, großer Beliebtheit unter den Internetnutzer:innen in Griechenland – ein weiteres Indiz für das geringe Vertrauen in traditionelle Nachrichtenmedien (Newman et al., 2018, S. 82). Allerdings sind diese Online-Only-Angebote teilweise durch einen hohen Grad an Sensationalismus, Clickbaiting oder die Verbreitung von Desinformation gekennzeichnet (Newman et al., 2018, S. 82).

Das politische Klima in Griechenland ist tendenziell von einer hohen Polarisierung und einem geringen Vertrauen in die Politik geprägt, welche vor dem Hintergrund der Finanzkrise, der hohen (Jugend-)Arbeitslosigkeit, Armut und sozialer Ungleichheit zu betrachten sind (Diekmann, 2016; Geers & Lehmann, 2018). Die Mehrheit der Bevölkerung lehnte die Reformprogramme sowie die damit verbundene Sparpolitik der Regierung ab, begleitet von Frust und breiten Protesten (Seravidou, 2017). In der Parlamentswahl 2019 wurde schließlich die linke Regierungspartei Syriza un-



ter Alexis Tsipras von der konservativen Oppositionspartei Nea Dimokratia unter Kyriakos Mitsotakis überholt (Schlötzer, 2019). Das raue politische Klima spiegelte sich auch in der griechischen Medienlandschaft wider: 2018 boykottierte die Regierungspartei den größten Nachrichtensender Skai aufgrund seiner kritischen Berichterstattung; im Dezember desselben Jahres erlitt der Sender einen terroristischen Anschlag auf sein Funkhaus, welcher der linksextremistischen politischen Sphäre zugeordnet wird (Papadimitriou, 2018; Newman et al., 2019, S. 88).

Wie in den meisten untersuchten Ländern des Reuters Institute Digital News Surveys kam es während der Corona-Pandemie auch in Griechenland zu einem leichten Anstieg des Nachrichtenvertrauens; 2021 wurde mit einem Anteil von 32 Prozent Zustimmung der höchste Wert jemals gemessen (Abbildung 2); gleiches gilt für das Vertrauen in die genutzten Nachrichten (33 %, Abbildung 3). Dank frühzeitiger Notfallpläne und strikter Corona-Maßnahmen, die von weiten Teilen der Bevölkerung mitgetragen wurden, kam das Land vergleichsweise sehr gut durch die Corona-Pandemie. Neue Daten und Entwicklungen berichtete der Virologe und Corona-Sonderbeauftragte der Regierung, Sotiris Tsiodras, täglich im linearen Fernsehen (Höhler, 2020). Gleichzeitig sorgte im Frühjahr 2020 eine Regierungskampagne unter dem Titel „Menoume spiti“ (deutsch: wir bleiben zuhause) für Aufsehen, da die Regierung für deren Verbreitung auf intransparente Art und Weise insgesamt 20 Millionen Euro an diverse Medienanbieter vergab, darunter auch kleine digitale Nachrichtenwebsites, die unter anderem mit einzelnen Politiker:innen in Verbindung gebracht werden konnten (Newman et al., 2021, S. 82; Aswestopoulos, 2020).

2021 wurde angesichts der niedrigen Impfquote eine Impfpflicht für Menschen im Gesundheits- und Pflegewesen sowie für über 60-Jährige eingeführt, welche zu teils ausschreitenden Protesten führte (Deutsche Welle, 2021; Bali, 2021). Als Reaktion auf Falschinformationen zu Impfungen in den sozialen Medien verabschiedete das Parlament ein umstrittenes Gesetz, das die Verbreitung von Besorgnis oder Angst auslösender Falschinformationen unter Strafe stellte (Newman et al., 2022, S. 82; Aswestopoulos, 2021). Im Reuters Institute Digital News Survey 2022 waren lediglich sieben bzw. acht Prozent der Befragten in Griechenland der Meinung, dass die Nachrichtenmedien in ihrem Land frei von politischen oder wirtschaftlichen Einflüssen seien (Newman et al., 2022, S. 82). Gleichzeitig sank das Vertrauen in Nachrichten im Allgemeinen um minus fünf Prozentpunkte im Vergleich zu 2021 (Abbildung 2).

2023 kam es schließlich zu einem weiteren Verlust um acht Prozentpunkte. Diese Entwicklung ist vor dem Hintergrund von Diskussionen über den Stand der Pressefreiheit in Griechenland und vermuteten politischen und wirtschaftlichen Einflüssen auf die Presse zu bewerten; beispielsweise sank der Pressfreiheitsindex für Griechenland im Mai 2022 um minus 38 Positionen im Vergleich zum Vorjahr (Newman et al., 2023, S. 78). Darüber hinaus wurde das EU-Parlament im Dezember 2022 von einem weitreichenden Korruptionsskandal rund um die damalige griechische Vizepräsidentin Eva Kaili erschüttert, die daraufhin ihren Posten räumen musste (Lüdke, 2022). Ebenfalls an die Öffentlichkeit gelang ein Abhörskandal vonseiten des griechischen Geheimdienstes, von dem hochrangige griechische Politiker:innen, Journalist:innen und Militärs betroffen waren (Zick, 2022). Trotz potenzieller Schäden für das ohnehin geringe Vertrauen in öffentliche Institutionen bleibt positiv hervorzuheben, dass der Skandal entgegen diverser struktureller Widerstände erfolgreich von griechischen Investigativreporter:innen aufgedeckt werden konnte (Newman et al., 2023, S. 78).



4. Individuelle Einflüsse auf das Vertrauen in Nachrichten

Auch wenn sich kausale Rückschlüsse aus bestimmten Einzelereignissen verbieten, verdeutlichen die zuvor beschriebenen Entwicklungen, dass länderspezifische Unterschiede im Nachrichtenvertrauen zumindest teilweise von Faktoren auf der Systemebene erklärt werden. Hierzu zählen politische, wirtschaftliche und (medien-)kulturelle Besonderheiten sowie Ereignisse von besonderer Tragweite wie etwa die Corona-Pandemie. In diesem Kapitel soll nun die Frage beantwortet werden, inwiefern die Unterschiede im Nachrichtenvertrauen durch individuelle Faktoren wie Alter, Geschlecht, formale Bildung und politische Orientierung erklärt werden können. Wer schenkt den Nachrichten mehr Vertrauen, wer weniger? Darüber hinaus wird untersucht, ob diese individuellen Eigenschaften in den ausgewählten fünf Ländern ähnlich wirken oder ob die zuvor genannten systemischen Faktoren möglicherweise einen stärkeren Einfluss auf das Nachrichtenvertrauen haben.

In Finnland, Deutschland, Italien und Griechenland zeigt sich, dass ältere Menschen den Nachrichten im Allgemeinen stärker vertrauen als jüngere (Abbildung 4). Dieser Zusammenhang ist jedoch nicht streng linear: Besonders in Deutschland stimmen die mittleren Altersgruppen der 25- bis 34-Jährigen und 35- bis 44-Jährigen anteilig am wenigsten der Aussage zu, den Nachrichtenmedien in ihrem Land meist vertrauen zu können (28 % bzw. 33 %). Das größte Vertrauen weisen allerdings Befragte im Alter ab 55 Jahren auf. Der Unterschied zwischen diesen und den jüngeren Altersgruppen ist erneut in Deutschland am größten; hier schenkt mehr als die Hälfte (55%) der über 54-Jährigen den Nachrichten meist Vertrauen. In den USA unterscheidet sich die Höhe des Nachrichtenvertrauens kaum zwischen den Altersgruppen, wobei sich die 35- bis 44-Jährigen mit 30 Prozent Zustimmung als am skeptischsten erweisen.

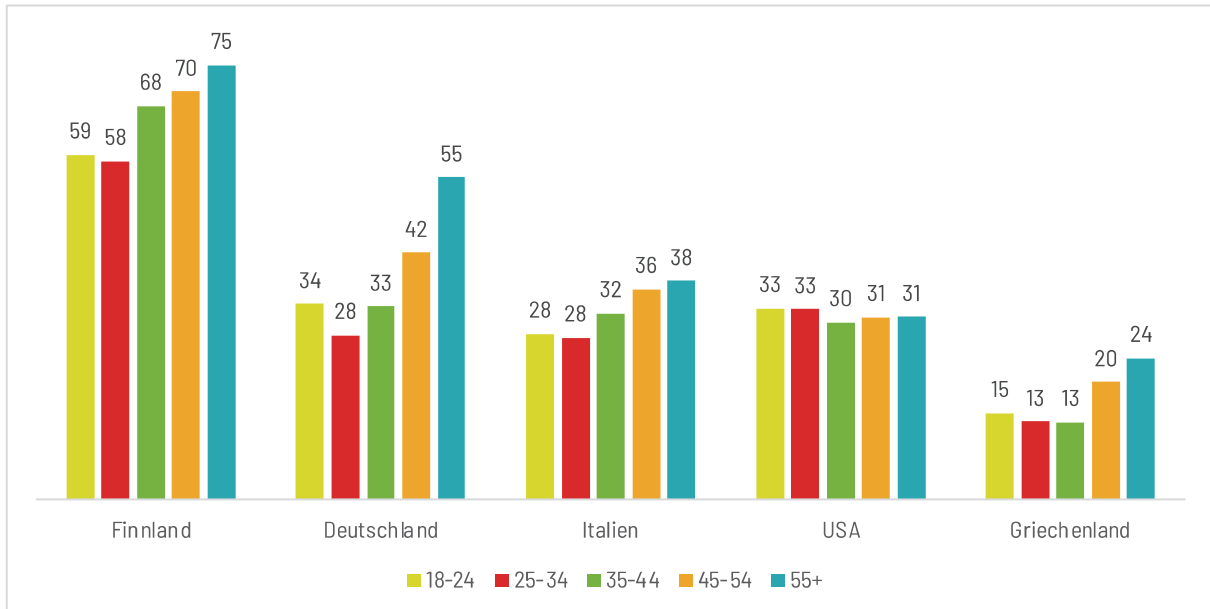
Geht es um die Nachrichten, die die Befragten selbst nutzen, dann ergibt sich für manche Länder ein etwas anderes Bild. Zwar zeigt sich auch hier, dass die älteste Altersgruppe das größte Vertrauen in die genutzten Nachrichten hat – dieses gilt nun auch für die USA (51 %)(Abbildung 5). In Deutschland zeigt sich anders als beim allgemeinen Nachrichtenvertrauen nicht mehr unter den mittleren Altersgruppen, sondern innerhalb der zwei jüngsten Altersgruppen das geringste Vertrauen in die genutzten Nachrichten (18-24 J.: 44 %; 25-34 J.: 41 %). Ein U-förmiger Zusammenhang deutet sich hingegen in den USA, Italien und Griechenland an, d. h. Befragte mittleren Alters stehen den genutzten Nachrichten misstrauischer gegenüber als die jüngste oder älteste Altersgruppe.

Darüber hinaus lässt sich ein Zusammenhang zwischen dem Nachrichtenvertrauen und der individuellen politischen Orientierung beobachten, wobei sich die Muster erheblich zwischen den Ländern unterscheiden. In den hoch polarisierten USA haben Befragte, die sich selbst dem konservativen, rechten Flügel des politischen Spektrums zuordnen, ein deutlich geringeres Vertrauen in die Nachrichtenmedien (23 %) als Befragte in der Mitte (33 %) oder am linken Flügel des politischen Spektrums (44 %)(Abbildung 6). Auch in Deutschland vertrauen Menschen mit einer rechten politischen Orientierung den Nachrichten anteilig am wenigsten (28 %); das größte Vertrauen weisen jedoch Menschen in der politischen Mitte auf, d. h. sowohl eine extremere rechte als auch linke politische Orientierung geht mit einer allgemein skeptischeren Haltung gegenüber den Nachrichten einher. Dieses Muster lässt sich, wenn auch weniger stark, zudem in Italien und Finnland beobachten. In Finnland hat die politische Orientierung nur einen sehr geringen Einfluss



auf das Nachrichtenvertrauen, wobei sich hier ebenfalls ein leicht umgekehrter U-förmiger Zusammenhang andeutet. Besonders heraus sticht Griechenland: Während Befragte mit einer rechten politischen Orientierung den Nachrichten im eigenen Land hier anteilig am meisten Vertrauen schenken (28 %), ist es unter Personen, die sich dem linken politischen Flügel zugehörig fühlen, nur etwa jeder neunte (11 %).

Abbildung 4: Vertrauen in Nachrichten im Allgemeinen (nach Alter, Zustimmung in Prozent)



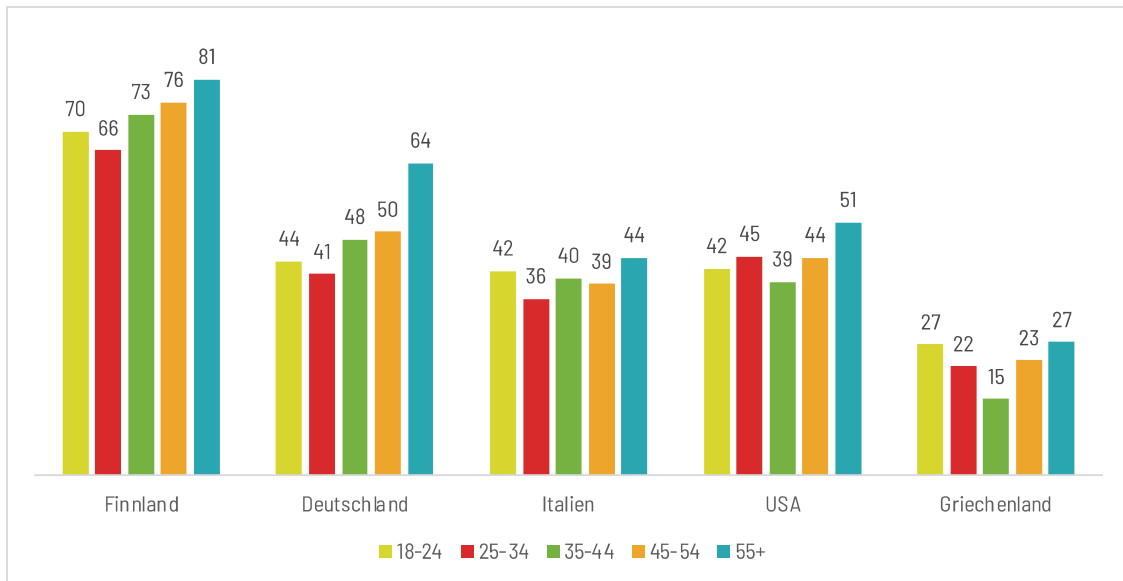
Reuters Institute Digital News Report 2023 / Leibniz-Institut für Medienforschung | Hans-Bredow-Institut

Frage Q6: Wir möchten Sie nun zu Ihrem Vertrauen in Nachrichten befragen. Zuerst würden wir gerne erfahren, wie sehr Sie den Nachrichten in Ihrem Land im Allgemeinen vertrauen. Dann möchten wir gerne erfahren, wie sehr Sie den Nachrichten vertrauen, die Sie nutzen. Bitte geben Sie an, inwieweit Sie den folgenden Aussagen zustimmen. „Ich glaube, man kann dem Großteil der Nachrichten meist vertrauen.“ (Antwortmöglichkeiten: Stimme überhaupt nicht zu; Stimme eher nicht zu (Stimme nicht zu); Stimme weder zu noch nicht zu (Unentschieden); Stimme eher zu; Stimme voll und ganz zu (Stimme zu); Basis Deutschland n=2012; Finnland n=2027; Italien n=2106; USA n=2081; Griechenland n=2023).

Mit Blick auf das Vertrauen in die genutzten Nachrichten zeigen sich erneut die größten Unterschiede in den USA (Abbildung 7). So haben Menschen mit einer linken politischen Orientierung ein deutlich größeres Vertrauen in ihre regelmäßig genutzten Nachrichtenmedien (65 %); zwischen Personen in der politischen Mitte sowie am rechten politischen Rand ergeben sich jedoch keine signifikanten Unterschiede im Vertrauen (jeweils 45 %). In Deutschland schenken Personen mit einer rechten politischen Orientierung den genutzten Nachrichten anteilig das geringste Vertrauen (44 %), während Menschen in der politischen Mitte sowie am linkspolitischen Flügel dieselben Vertrauenswerte aufweisen (jeweils 58 %). In Griechenland zeigt sich erneut, dass ein geringeres Vertrauen tendenziell mit einer linken politischen Orientierung assoziiert ist, während für Italien das Gegenteil der Fall ist. In Finnland bewegt sich das Vertrauen in die genutzten Nachrichten unabhängig von der politischen Orientierung der Befragten auf einem sehr hohen Niveau, wobei sich erneut ein leichter umgekehrter U-förmiger Zusammenhang andeutet.



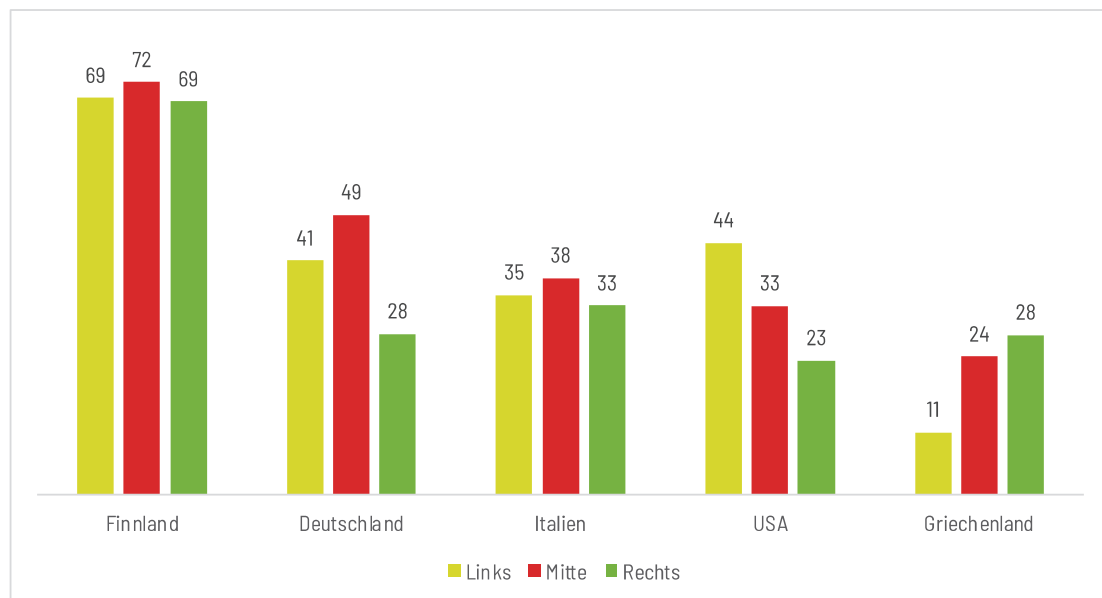
Abbildung 5: Vertrauen in genutzte Nachrichten (nach Alter, Zustimmung in Prozent)



Reuters Institute Digital News Report 2023 / Leibniz-Institut für Medienforschung | Hans-Bredow-Institut

Frage Q6: Wir möchten Sie nun zu Ihrem Vertrauen in Nachrichten befragen. Zuerst würden wir gerne erfahren, wie sehr Sie den Nachrichten in Ihrem Land im Allgemeinen vertrauen. Dann möchten wir gerne erfahren, wie sehr Sie den Nachrichten vertrauen, die Sie nutzen. Bitte geben Sie an, inwieweit Sie den folgenden Aussagen zustimmen. „Ich glaube, ich kann dem Großteil der Nachrichten, die ich nutze, meistens vertrauen.“ (Antwortmöglichkeiten: Stimme überhaupt nicht zu; Stimme eher nicht zu (Stimme nicht zu); Stimme weder zu noch nicht zu (Unentschieden); Stimme eher zu; Stimme voll und ganz zu (Stimme zu); Basis Deutschland n=2012; Finnland n=2027; Italien n=2106; USA n=2081; Griechenland n=2023).

Abbildung 6: Vertrauen in Nachrichten im Allgemeinen (nach politischer Orientierung, Zustimmung in Prozent)



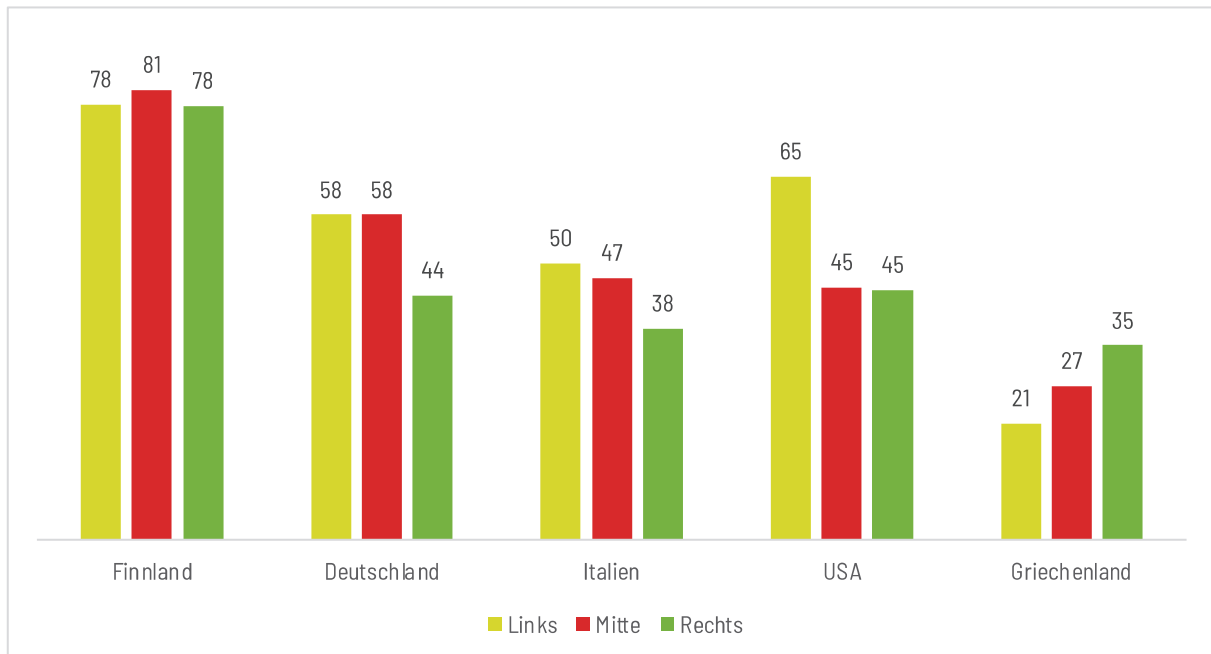
Reuters Institute Digital News Report 2023 / Leibniz-Institut für Medienforschung | Hans-Bredow-Institut

Frage Q6: Wir möchten Sie nun zu Ihrem Vertrauen in Nachrichten befragen. Zuerst würden wir gerne erfahren, wie sehr Sie den Nachrichten in Ihrem Land im Allgemeinen vertrauen. Dann möchten wir gerne erfahren, wie sehr Sie den Nachrichten vertrauen, die Sie nutzen. Bitte geben Sie an, inwieweit Sie den folgenden Aussagen zustimmen. „Ich glaube, man kann dem Großteil der Nachrichten meist vertrauen.“ (Antwortmöglichkeiten: Stimme überhaupt nicht zu; Stimme eher nicht zu (Stimme nicht zu); Stimme weder zu noch nicht zu (Unentschieden); Stimme eher zu; Stimme voll und ganz zu (Stimme zu)).

Frage Q1f: Einige Menschen verwenden zur Beschreibung von Parteien und Politikern die Begriffe „links“, „rechts“ und „Mitte“. Allgemein werden sozialistische Parteien als zum linken Flügel gehörig betrachtet, während konservative Parteien eher dem rechten Flügel zugeordnet werden. Wenn Sie an diese Begriffe denken, wo würden Sie sich auf der folgenden Skala selbst einordnen? (Antwortmöglichkeiten: Stark links; Ziemlich links; Etwas links von der Mitte; Mitte; Etwas rechts von der Mitte; Ziemlich rechts; Stark rechts; Ich weiß nicht; Basis (Fehlend: Ich weiß nicht) Deutschland n=1737; Finnland n=1609; Italien n=1596; USA n=1739; Griechenland n=1543).



Abbildung 7: Vertrauen in genutzte Nachrichten (nach politischer Orientierung, Zustimmung in Prozent)



Reuters Institute Digital News Report 2023 / Leibniz-Institut für Medienforschung | Hans-Bredow-Institut

Frage Q6: Wir möchten Sie nun zu Ihrem Vertrauen in Nachrichten befragen. Zuerst würden wir gerne erfahren, wie sehr Sie den Nachrichten in Ihrem Land im Allgemeinen vertrauen. Dann möchten wir gerne erfahren, wie sehr Sie den Nachrichten vertrauen, die Sie nutzen. Bitte geben Sie an, inwieweit Sie den folgenden Aussagen zustimmen. „Ich glaube, ich kann dem Großteil der Nachrichten, die ich nutze, meistens vertrauen.“ (Antwortmöglichkeiten: Stimme überhaupt nicht zu; Stimme eher nicht zu (Stimme nicht zu); Stimme weder zu noch nicht zu (Unentschieden); Stimme eher zu; Stimme voll und ganz zu (Stimme zu)).

Frage Q1f: Einige Menschen verwenden zur Beschreibung von Parteien und Politikern die Begriffe „links“, „rechts“ und „Mitte“. Allgemein werden sozialistische Parteien als zum linken Flügel gehörig betrachtet, während konservative Parteien eher dem rechten Flügel zugeordnet werden. Wenn Sie an diese Begriffe denken, wo würden Sie sich auf der folgenden Skala selbst einordnen? (Antwortmöglichkeiten: Stark links; Ziemlich links; Etwas links von der Mitte; Mitte; Etwas rechts von der Mitte; Ziemlich rechts; Stark rechts; Ich weiß nicht; Basis (Fehlend: Ich weiß nicht) Deutschland n=1737; Finnland n=1609; Italien n=1596; USA n=1739; Griechenland n=1543).

Eine lineare Regressionsanalyse kann Aufschluss darüber geben, wie wichtig individuelle Faktoren wie Alter, Geschlecht, formale Bildung⁴ und politische Orientierung jeweils in Relation zueinander für das Nachrichtenvertrauen sind. Aufgrund des Querschnittsdesigns der Studie sind diese Aspekte jedoch nicht als kausale Einflussfaktoren zu verstehen; stattdessen können lediglich Aussagen darüber getroffen werden, ob ein Zusammenhang zwischen soziodemographischen Faktoren und dem Vertrauen in Nachrichten besteht und inwiefern sich diese Zusammenhänge zwischen den ausgewählten Ländern unterscheiden. Die angegebenen standardisierten Beta-Koeffizienten repräsentieren dabei den relativen Einfluss der Faktoren Alter, Geschlecht, formale Bildung sowie politische Orientierung auf das Vertrauen in Nachrichten im Allgemeinen (Tabelle 1) und in die genutzten Nachrichten (Tabelle 2). Das korrigierte R^2 gibt an, wie viel Prozent der Varianz des Nachrichtenvertrauens jeweils durch die genannten Variablen erklärt werden kann. Die Anteile bewegen sich im Bereich von 0,7 Prozent (Italien) bis 7,1 Prozent (USA) für das

4 Die formale Bildung wurde auf Basis der International Standard Classification of Education (ISCED) erfasst: „Was ist Ihr höchster Bildungsabschluss? Falls Sie sich derzeit in einer Vollzeitausbildung befinden, geben Sie bitte die höchste Qualifikation an, die Sie bislang erreicht haben. (Antwortmöglichkeiten: Ich habe keinen formalen Bildungsabschluss; Vorschule; Grundschule; Sekundarbereich I (Hauptschul-/Realschul-Abschluss, Berufsvorbereitungsjahr); Sekundarbereich II (Gymnasium, Integrierte Gesamtschule, Fachoberschule, Berufsschule); Postsekundäre, nicht-tertiäre Ausbildung (berufliche/fachliche Qualifikation von 1 bis 2 Jahren, z. B. Abendgymnasium, Zweitausbildung an Berufsschule); Kurze tertiäre Ausbildung (Berufsausbildung und Schulungen, Berufsschule für einen nicht-akademischen Bildungsabschluss, z. B. Meisterausbildung); Bachelor oder ein ähnlicher Abschluss; Master oder ein ähnlicher Abschluss; Promotion oder ein ähnlicher Abschluss)“



Vertrauen in Nachrichten im Allgemeinen (Tabelle 1) sowie im Bereich von 0,9 Prozent (Griechenland) bis 4,5 Prozent (USA) für das Vertrauen in die genutzten Nachrichten (Tabelle 2). Dies deutet darauf hin, dass das Alter, das Geschlecht, die formale Bildung sowie die politische Orientierung nur einen sehr geringen Einfluss auf das Nachrichtenvertrauen haben. Mit anderen Worten: Die Frage, ob eine Person den Nachrichten im Allgemeinen bzw. den genutzten Nachrichten eher Vertrauen schenkt oder nicht, ist ein sehr komplexes individuelles Phänomen und hängt sehr wahrscheinlich überwiegend mit anderen Aspekten zusammen, die in der Regressionsanalyse nicht berücksichtigt werden konnten (wie z. B. Nachrichtennutzung, siehe Kapitel 6).

Zudem wird deutlich, dass sich die erkennbaren Muster teils erheblich zwischen den fünf Ländern unterscheiden. Während die Wahrscheinlichkeit, dass den Nachrichten im Allgemeinen eher vertraut wird, in Deutschland, Finnland, Griechenland und Italien mit zunehmendem Alter der Befragten steigt, zeigt sich in den USA dahingehend kein signifikanter Zusammenhang (Tabelle 1). Dies deckt sich weitestgehend mit dem Forschungsstand (vgl. Kapitel 2.2) sowie den vorrangegangenen Beobachtungen, wobei erneut darauf hinzuweisen ist, dass der Zusammenhang zwischen Alter und Vertrauen besonders in Deutschland nicht streng linear ist, da die mittleren Altersgruppen eine vergleichsweise skeptischere Haltung zum Ausdruck bringen (Abbildung 4). Ein potenzieller Zusammenhang mit dem Geschlecht deutet sich lediglich in Italien, Finnland und den USA an – hier schenken Frauen den Nachrichten etwas mehr Vertrauen als Männer. Zudem geht eine höhere formale Bildung in der Tendenz mit einem höheren Nachrichtenvertrauen einher; signifikante Effekte lassen sich allerdings nur für Finnland, Griechenland und Deutschland beobachten. Wie bereits erwähnt, ergeben sich besonders deutliche Unterschiede zwischen den Ländern im Hinblick auf die politische Orientierung. In den USA schenken Menschen mit einer rechten politischen Orientierung den Nachrichten hochsignifikant weniger Vertrauen als jene, die sich eher am linken Ende des politischen Spektrums einordnen. Deutlich weniger stark, aber noch immer signifikant, ist dieser Zusammenhang in Deutschland und Finnland, wobei zu beachten ist, dass der Effekt nicht linear verläuft, da Menschen in der politischen Mitte ein höheres allgemeines Nachrichtenvertrauen haben als jene, die ihre politische Orientierung an den äußeren Rändern einordnen (Abbildung 6). In Griechenland hingegen ist die Wahrscheinlichkeit, dass den meisten Nachrichten in der Regel vertraut wird, unter Menschen mit einer rechten politischen Orientierung größer als unter Menschen mit einer linken politischen Orientierung.

Zusammenfassend fällt auf, dass das Alter in Finnland, Deutschland und Italien von allen berücksichtigten Faktoren den stärksten Einfluss auf das allgemeine Nachrichtenvertrauen hat, d. h. hier schenken ältere Befragte den Nachrichten in der Tendenz mehr Vertrauen als jüngere. In den USA und Griechenland hängt das Vertrauen hingegen am stärksten von der politischen Orientierung ab, wobei Menschen, die sich selbst innerhalb des konservativen, rechten politischen Spektrums einordnen, in den USA ein geringeres Vertrauen aufweisen, während in Griechenland das Gegenteil der Fall ist.



Tabelle 1: Einflussfaktoren auf das Vertrauen in Nachrichten im Allgemeinen

	Finnland	Deutschland	Italien	USA	Griechenland
	β (stand.)	β (stand.)	β (stand.)	β (stand.)	β (stand.)
Alter	0,157***	0,196***	0,067*	-0,009	0,094***
Geschlecht (<i>weiblich</i>)	0,054*	-0,01	0,065**	0,048*	0,02
Bildung	0,089***	0,056*	0,022	0,035	0,075**
Politische Orientierung (<i>rechts</i>)	-0,05*	-0,076**	-0,043	-0,259***	0,184***
R ²	0,036	0,046	0,01	0,074	0,052
korr. R ²	0,034	0,044	0,007	0,071	0,05
n	1609	1737	1596	1739	1543

Reuters Institute Digital News Report 2023 / Leibniz-Institut für Medienforschung | Hans-Bredow-Institut

* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$ **Methodische Erläuterungen und Lesebeispiele:**

β (stand.), der standardisierte β -Koeffizient, gibt an, um wie viele Standardabweichungen das allgemeine Nachrichtenvertrauen durchschnittlich steigt, wenn die entsprechende Variable um eine Standardabweichung höher ist und alle sonstigen Variablen unverändert bleiben (unter sonst gleichen Bedingungen). Eine Standardabweichung ist die durchschnittliche Abweichung der Befragten in der Stichprobe vom Mittelwert (arithmetischen Mittel) und wird hier als Einheit angegeben, um den Einfluss ansonsten aufgrund verschiedener Einheiten nicht vergleichbarer Variablen auf das Nachrichtenvertrauen zu messen. Ein höherer Betrag von β (stand.) spricht hier für einen durchschnittlich stärkeren Zusammenhang. Dabei deutet ein positives Vorzeichen auf einen positiven Zusammenhang hin (je größer x , desto größer y), während ein negatives Vorzeichen einen negativen Zusammenhang anzeigt (je größer x , desto kleiner y).

Lesebeispiel für Finnland: Ist das Alter der Befragten um eine Standardabweichung höher, so ist auch das Vertrauen in die Nachrichten allgemein um durchschnittlich 0,157 Standardabweichungen größer, unter sonst gleichen Bedingungen (also bei unverändertem Geschlecht, Bildung und politischer Orientierung). Das bedeutet, dass ältere Internetnutzer:innen in Finnland den Nachrichten im Allgemeinen mehr Vertrauen schenken als jüngere.

Die **Sternchen** geben an, ob die Werte der β -Koeffizienten signifikant sind. Signifikanz ist gegeben, wenn die Wahrscheinlichkeit, dass die ermittelten Zusammenhänge auf Zufall basieren, geringer ist als 5 %, respektive 1 % und 0,1 %, womit verschiedene Signifikanzniveaus ausgedrückt werden.

Im Hinblick auf das Vertrauen in die genutzten Nachrichten verlaufen die Muster tendenziell in eine ähnliche Richtung (Tabelle 2). In Finnland zeichnet sich im Vergleich zum allgemeinen Nachrichtenvertrauen ein etwas stärkerer Bildungseinfluss ab, sodass Menschen mit einer höheren formalen Bildung den Nachrichten, die sie selbst nutzen, ein höheres Vertrauen entgegenbringen als Menschen mit einer geringeren formalen Bildung. Gleiches gilt, wenn auch etwas schwächer, für Deutschland und die USA. Unter den berücksichtigten Einflussvariablen kann das Vertrauen in die genutzten Nachrichten in Deutschland jedoch erneut am besten durch Altersunterschiede erklärt werden, wohingegen es in den USA und Griechenland vor allem von der politischen Orientierung der Befragten beeinflusst wird.



Tabelle 2: Einflussfaktoren auf das Vertrauen in genutzte Nachrichten^x

	Finnland β (stand.)	Deutschland β (stand.)	Italien β (stand.)	USA β (stand.)	Griechenland β (stand.)
Alter	0,104***	0,15***	0,058*	0,042	0,048
Geschlecht (weiblich)	0,042	-0,014	0,067**	0,01	0,006
Bildung	0,118***	0,08**	0,02	0,074**	0,021
Politische Orientierung (rechts)	-0,05	-0,107***	-0,083**	-0,204***	0,087**
R ²	0,027	0,039	0,014	0,048	0,011
korr. R ²	0,025	0,037	0,011	0,045	0,009
n	1609	1737	1596	1739	1543

Reuters Institute Digital News Report 2023 / Leibniz-Institut für Medienforschung | Hans-Bredow-Institut

* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

^xFür methodische Erläuterungen und Lesebeispiele vgl. analog hierzu Tabelle 1.

*



5. Nutzung digitaler Nachrichtenquellen

Das folgende Kapitel beschäftigt sich mit den Nachrichtenrepertoires der erwachsenen Internetnutzer:innen in Deutschland im Jahr 2023. Ein besonderes Augenmerk liegt dabei auf der Frage, welchen Stellenwert digitale Nachrichtenquellen im Verhältnis zu anderen Quellen für das Informationsverhalten der Bevölkerung einnehmen.

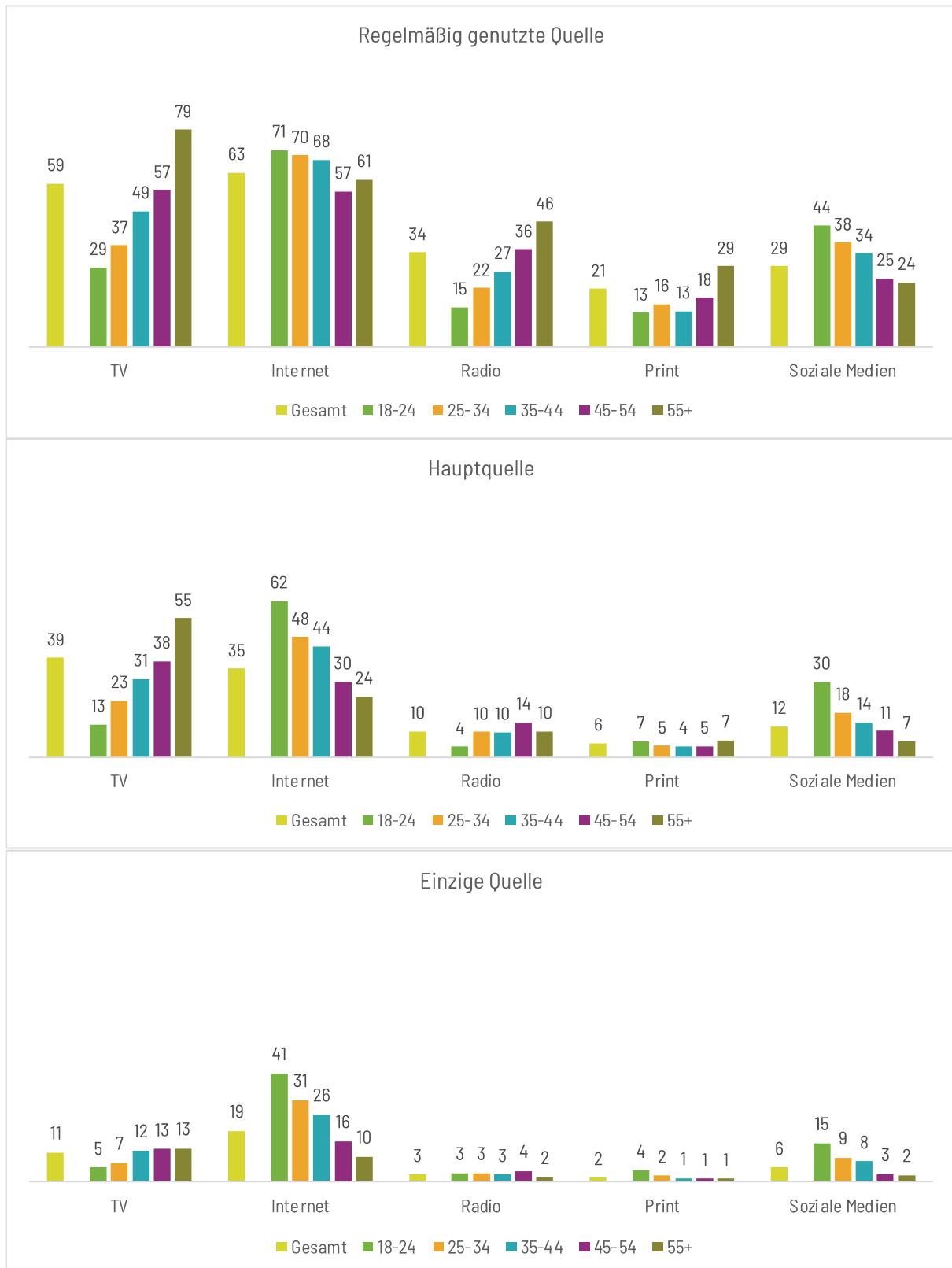
In Anlehnung an den Repertoire-Ansatz (Hasebrink & Popp, 2006; Hasebrink & Domeyer, 2012) beschreiben Nachrichtenrepertoires die Gesamtheit aller Nachrichtenangebote, die eine Person regelmäßig nutzt. Da Menschen in der Regel auf mehrere Quellen zurückgreifen, um sich über das aktuelle Geschehen vor der eigenen Haustür, im eigenen Land und in der Welt zu informieren, stellen Nachrichtenrepertoires empirisch betrachtet *Kombinationen* aus unterschiedlichen regelmäßig verwendeten Nachrichtenquellen dar. Um dem stark ausdifferenzierten Nutzungsverhalten in digitalen Nachrichtenumgebungen gerecht zu werden, sollten die genutzten Nachrichtenquellen dabei sowohl auf der Ebene technischer Verbreitungs- bzw. Zugangswege (z. B. lineares Fernsehen, Nachrichtenwebsites, soziale Medien) als auch auf der Ebene der Quellen bzw. Akteure, die Nachrichten produzieren und anbieten (z. B. öffentlich-rechtlicher Rundfunk, nicht-journalistische Akteure), erfasst werden (vgl. auch Prochazka, 2020, S. 19f.; Schweiger et al., 2019, S. 13; Hasebrink & Hölig, 2019, S. 70f.). Aus diesem Grund differenziert die folgende Analyse zur digitalen Nachrichtennutzung in Deutschland zwischen *zugangsbezogenen* (Kapitel 5.1.) und *anbieterbezogenen Nachrichtenrepertoires* (Kapitel 5.2.).

5.1. Zugangsbezogene Nachrichtenrepertoires

Der am häufigsten verwendete Weg, um Nachrichten zu lesen, anzuhören oder anzuschauen, ist das Internet. Im Jahr 2023 haben 63 Prozent der erwachsenen Internetnutzenden in Deutschland angegeben, mindestens einmal pro Woche Online-Nachrichten auf den Websites bzw. in den Apps von Zeitungen, Nachrichtenmagazinen, Rundfunkanbietern, anderen Nachrichtenquellen oder in sozialen Medien zu konsumieren (Abbildung 8). In der jüngsten Altersgruppe der 18- bis 24-Jährigen liegt dieser Anteil bei 71 Prozent. Im Vergleich dazu sehen sich 59 Prozent der Online-Bevölkerung ab 18 Jahren regelmäßig Nachrichtensendungen im klassischen linearen Fernsehen an. Eine immer wichtigere Rolle für die Nachrichtennutzung nehmen zudem soziale Medien und Messenger-Dienste wie Instagram, Facebook, TikTok, YouTube oder WhatsApp ein. 29 Prozent aller Befragten und 44 Prozent der 18- bis 24-Jährigen haben im Jahr 2023 angegeben, wöchentlich auf derartigen Plattformen mit Nachrichteninhalten in Kontakt zu kommen.



Abbildung 8: Genutzte, wichtigste und einzige Nachrichtenquelle 2023 (nach Alter, in Prozent)



Reuters Institute Digital News Report 2023 / Leibniz-Institut für Medienforschung | Hans-Bredow-Institut

Frage Q3: Welche der folgenden Nachrichtenquellen haben Sie letzte Woche genutzt, falls überhaupt eine? Bitte wählen Sie alle zutreffenden Antworten aus. (Basis n=2012)

Frage Q4: Sie haben angegeben, dass Sie diese Nachrichtenquellen letzte Woche genutzt haben. Welche davon würden Sie als Ihre HAUPT-Nachrichtenquelle bezeichnen? (Basis n=2012)



Die Mehrheit der erwachsenen Internetnutzenden in Deutschland kombiniert dabei verschiedene Mediengattungen in ihrem Nachrichtenrepertoire, anstatt sich ausschließlich auf eine Quelle zu verlassen. Zwar stellen Online-Nachrichtenangebote für 35 Prozent die wichtigste Quelle dar, um sich auf dem Laufenden zu halten; lediglich 19 Prozent informieren sich jedoch ausschließlich im Internet. Mit 41 Prozent ist der Anteil derjenigen, die ausschließlich online mit Nachrichteninhalten in Kontakt kommen, unter den 18- bis 24-Jährigen am größten, im Vergleich zu den Vorjahren jedoch etwas gesunken. Insbesondere soziale Medien werden von vielen genutzt, allerdings stellen diese lediglich für zwölf Prozent aller Befragten die wichtigste Quelle für Nachrichten dar und sechs Prozent erhalten Nachrichten ausschließlich in sozialen Medien. In der Social-Media-affinen Gruppe der 18- bis 24-Jährigen liegt der Anteil der hauptsächlichen Nutzung bei 30 Prozent und der Anteil der exklusiven Nutzung bei 15 Prozent.

Zum tieferen Verständnis aktueller Phänomene der digitalen Nachrichtennutzung erweist sich darüber hinaus eine Differenzierung der technischen Wege, über die auf Online-Nachrichten zugegriffen werden kann, als hilfreich. Um bestimmte Berichte oder Artikel im Internet zu finden, greifen im Jahr 2023 insgesamt 50 Prozent der Befragten in einer gewöhnlichen Woche *direkt* auf das Angebot einer Nachrichtenmarke zu, indem sie die dazugehörige Website oder App besuchen oder den Namen einer Marke in die Suchmaschine eingeben (Abbildung 9). Für 37 Prozent war dies sogar der hauptsächlich verwendete Weg und 24 Prozent finden Online-Nachrichten ausschließlich über den direkten Zugang. Bei einem Anteil von 43 Prozent der Befragten entscheiden hingegen Algorithmen wie beispielsweise personalisierte Empfehlungssysteme darüber, welche Online-Nachrichten sie empfangen. Dieser *algorithmisierte* Zugang umfasst die Themensuche in Suchmaschinen, die Nutzung von Nachrichten in sozialen Medien oder via Aggregatoren, die verschiedene Nachrichtenquellen zusammenfassen. 27 Prozent geben an, diesen Zugangsweg hauptsächlich zu nutzen, und für 16 Prozent stellt dieser den einzigen Weg zum Auffinden von Online-Nachrichten dar. *Benachrichtigungen* in Form eines Nachrichtenalarms bzw. einer Push-up-Meldung auf dem Smartphone oder Desktop-PC oder via E-Mail-Newsletter verwenden vergleichsweise wenige Befragte, um auf Nachrichten zuzugreifen (23 %).

In der Differenzierung nach Alter fällt auf, dass ältere Internetnutzende ab 55 Jahren anteilig häufiger direkt auf Online-Nachrichten zugreifen (51 %) als jüngere im Alter von 18 bis 24 Jahren (43 %). Dieser Altersunterschied spiegelt sich auch in der hauptsächlich und einzigen Nutzung dieses Zugangsweges wider. Gleichzeitig wird der regelmäßige Kontakt mit Online-Nachrichten in dieser jüngsten Altersgruppe stärker durch Algorithmen vermittelt (53 %) als dies bei älteren Internetnutzenden der Fall ist; für 40 Prozent der 18- bis 24-Jährigen stellt dies die wichtigste und für 27 Prozent die einzig genutzte Art und Weise dar, um Online-Nachrichten zu finden. Eine Benachrichtigung zu Online-Nachrichten erhalten vorrangig Internetnutzende im Alter ab 55 Jahren (30 %). Für 15 Prozent dieser Altersgruppe waren Benachrichtigungen der hauptsächlich genutzte und für acht Prozent der ausschließliche Weg, um auf Online-Nachrichten zuzugreifen.



Abbildung 9: Genutzt, wichtigster und einziger Zugangsweg zu Online-Nachrichten 2023 (nach Alter, in Prozent)



Reuters Institute Digital News Report 2023 / Leibniz-Institut für Medienforschung | Hans-Bredow-Institut

Frage Q10: Bitte denken Sie nun an die Nachrichten, die Sie vergangene Woche online abgerufen haben (über einen Computer, ein Mobilgerät oder ein sonstiges Gerät). Wie sind Sie auf bestimmte Artikel und Berichte gestoßen? Bitte wählen Sie alle zutreffenden Antworten aus. (Antwortmöglichkeiten: Habe direkt auf eine Webseite oder App für Nachrichten zugegriffen (z. B. tagesschau.de, Bild.de, ntv Nachrichten); Eine Suchmaschine (z. B. Google, Bing) genutzt und einen Suchbegriff eingegeben, der zum Namen einer bestimmten Website gepasst hat; Eine Suchmaschine (z. B. Google, Bing) genutzt und einen Suchbegriff eingegeben, der zu einem bestimmten Nachrichtenthema gepasst hat; Eine Newsreader-Seite oder App genutzt, die verschiedene Nachrichtenquellen zusammenfasst (z. B. Google News, Flipboard, News Republic, Upday); Soziale Netzwerke verwendet und auf diese Art Nachrichten gefunden (z. B. Facebook, Twitter, YouTube); Nachrichten über einen E-Mail-Newsletter oder eine E-Mail-Benachrichtigung erhalten; Einen Nachrichtenalarm auf meinem Mobiltelefon/Tablet-PC erhalten (z. B. über SMS, App, Lockscreen (Sperrbildschirm), Benachrichtigungszentrum); Sonstiges; Ich weiß nicht; Ich habe in der vergangenen Woche keine Online-Nachrichten verwendet; Basis n=2012)

Frage Q10a_new2017_rc: Welcher von diesen war der HAUPTSÄCHLICHE Weg, über den Sie innerhalb der letzten Woche auf die Nachrichten zugegriffen haben? Basis n=2012)



In einem nächsten Schritt wurden sämtliche mögliche Kombinationen aus diesen drei regelmäßig genutzten Zugangswegen zu Online-Nachrichten bestimmt. Diese stellen zugangsbezogene Nachrichtenrepertoires dar und können zumindest vereinfacht darüber Aufschluss geben, welche verschiedenen Zugangswege für die digitale Nachrichtennutzung einer individuellen Person relevant sind (Abbildung 10). Mit einem Anteil von 24 Prozent ist der ausschließlich direkte, markenbasierte Zugang der am häufigsten verwendete Weg, um auf digitale Nachrichten zuzugreifen. Weitere 16 Prozent der Befragten stoßen ausschließlich auf *algorithmisierten Wegen*, d. h. via soziale Medien, Aggregatoren oder die Themensuche in Suchmaschinen, auf Online-Nachrichten. Es ist folglich davon auszugehen, dass weitestgehend Algorithmen darüber entscheiden, welche Nachrichteninhalte diese Personen im Internet sehen und welche nicht. Für 14 Prozent der Befragten stellt die Kombination aus beiden Zugangswegen eine regelmäßige Art des Auffindens von Nachrichten dar. Demnach greift die Mehrheit der erwachsenen Internetnutzenden in Deutschland für gewöhnlich entweder direkt und/oder vermittelt durch Algorithmen auf Online-Nachrichten zu. Die Kombination aus allen drei Zugangswegen (direkt, algorithmisiert und via Benachrichtigung) wird hingegen wöchentlich nur von einem Bruchteil (8 %) genutzt. Weitere acht Prozent der Befragten haben angegeben, in der vergangenen Woche *keine* Online-Nachrichten oder andere Zugangswege als die genannten Optionen genutzt zu haben. Ein nicht unwesentlicher Anteil von 16 Prozent sagt zudem, nicht genau zu wissen, auf welche Art und Weise sie regelmäßig auf Online-Nachrichten zugreifen.

Abbildung 10: Zugangsbezogene Nachrichtenrepertoires 2023 (in Prozent)



Reuters Institute Digital News Report 2023 / Leibniz-Institut für Medienforschung | Hans-Bredow-Institut.

Frage Q10: Bitte denken Sie nun an die Nachrichten, die Sie vergangene Woche online abgerufen haben (über einen Computer, ein Mobilgerät oder ein sonstiges Gerät). Wie sind Sie auf bestimmte Artikel und Berichte gestoßen? Bitte wählen Sie alle zutreffenden Antworten aus. (Antwortmöglichkeiten: Habe direkt auf eine Webseite oder App für Nachrichten zugegriffen (z. B. tagesschau.de, Bild.de, ntv Nachrichten); Eine Suchmaschine (z. B. Google, Bing) genutzt und einen Suchbegriff eingegeben, der zum Namen einer bestimmten Website gepasst hat; Eine Suchmaschine (z. B. Google, Bing) genutzt und einen Suchbegriff eingegeben, der zu einem bestimmten Nachrichtenthema gepasst hat; Eine Newsreader-Seite oder App genutzt, die verschiedene Nachrichtenquellen zusammenfasst (z. B. Google News, Flipboard, News Republic, Upday); Soziale Netzwerke verwendet und auf diese Art Nachrichten gefunden (z. B. Facebook, Twitter, YouTube); Nachrichten über einen E-Mail-Newsletter oder eine E-Mail-Benachrichtigung erhalten; Einen Nachrichtenalarm auf meinem Mobiltelefon/Tablet-PC erhalten (z. B. über SMS, App, Lockscreen (Sperrbildschirm), Benachrichtigungszentrum); Sonstiges; Ich weiß nicht; Ich habe in der vergangenen Woche keine Online-Nachrichten verwendet; Basis n=2012)



5.2. Anbieterbezogene Nachrichtenrepertoires

Neben der Betrachtung auf der Verbreitungsebene ist die Bestimmung anbieterbezogener Nachrichtenrepertoires von großem Interesse, weil klassische Nachrichtenanbieter, die ihre Ursprünge im Fernsehen, Radio oder Druckerzeugnissen haben, ihre Inhalte auch über digitale Distributionskanäle verbreiten. Aus diesem Grund wird im Folgenden die Ebene der Anbieter – unabhängig vom jeweils gewählten Zugang – betrachtet. In dieser Analyse umfasst die Nutzung eines Angebots demnach sowohl die Verwendung von Offline-Kanälen (z. B. lineares Fernsehen, gedruckte Zeitung) als auch von Online-Kanälen (z. B. Websites, Apps, Mediatheken, soziale Medien). Konkret wurde den Befragten eine Liste von insgesamt 60 ausgewählten, reichweitenstarken Angeboten (z. B. tagesthemen, Süddeutsche Zeitung, Bild, Zeit Online) vorgelegt, von denen sie jene Angebote auswählen sollten, die sie innerhalb der vergangenen Woche genutzt haben, um auf Nachrichten zuzugreifen. Diese Offline- und Online-Marken wurden in einem nächsten Schritt unabhängig vom jeweiligen Verbreitungsweg zu verschiedenen Anbieterkategorien zusammengefasst. Diese Kategorien bestehen folglich aus einer Auswahl von reichweitenstarken Marken und können somit nicht die Gesamtheit aller verfügbaren Angebote innerhalb einer Kategorie (z. B. alle Angebote des öffentlich-rechtlichen Rundfunks) abbilden. In der Konsequenz unterscheiden sich die hier ermittelten Daten von technologisch gemessenen Reichweiten wie beispielsweise der AGF-Videoforschung.

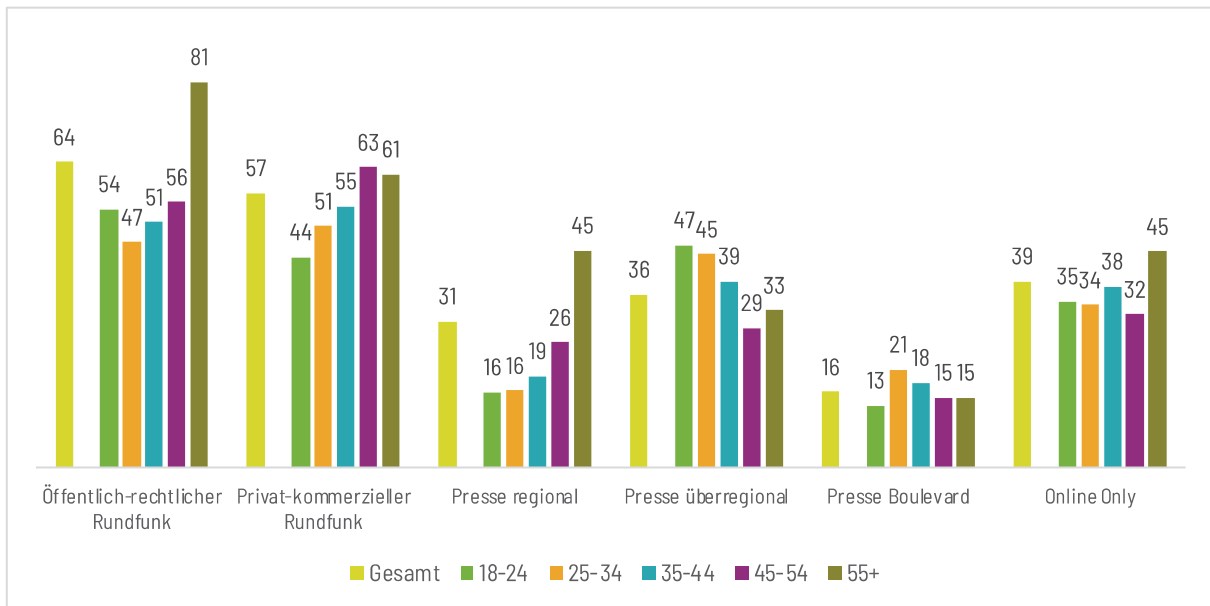
Die Kategorie „Rundfunk“ umfasst Nachrichtenangebote im Fernsehen, im Radio und ihre entsprechenden Online-Verbreitungswege. Hierbei wird ferner zwischen dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk (z. B. tagesschau, öffentlich-rechtliche regionale Radionachrichten, Heute.de, funk) und dem privat-kommerziellen Rundfunk (z. B. RTL aktuell, n-tv.de, WELT (ehemals N24)) unterschieden. Die Kategorie „Presse“ berücksichtigt die gedruckten Erzeugnisse, also Tageszeitungen und Nachrichtenmagazine, sowie deren Pendant im Internet, wobei zwischen regionaler Presse (z. B. ein unabhängiger Stadtanzeiger, eine Regional- oder Lokalzeitung), überregionaler Presse (z. B. Süddeutsche Zeitung, Zeit, Spiegel) und Boulevard-Presse (Bild/Bild am Sonntag, bild.de) unterschieden wird. Als „Online-Only“-Angebote werden Inhalte von reinen Online-Anbietern bezeichnet, die über kein Gegenstück in der traditionellen Medienwelt verfügen. Hierzu zählen Aggregatoren und Startseiten von E-Mail-Portalen (z. B. t-online, web.de). Ausländische Nachrichtenangebote (z. B. BBC News, New York Times) werden in dieser Analyse vernachlässigt, da das Hauptaugenmerk der Studie auf dem Vertrauen in die Nachrichtenmedien in Deutschland und damit verbundene Nachrichtennutzungsgewohnheiten liegt.

Insgesamt erreichen Nachrichtenangebote des öffentlich-rechtlichen Rundfunks 64 Prozent der erwachsenen Internetnutzenden in Deutschland in einer gewöhnlichen Woche (Abbildung 11). Für privat-kommerzielle Rundfunknachrichten liegt dieser Anteil bei 57 Prozent. Dabei ist jedoch ein positiver Zusammenhang mit dem Alter zu erkennen. Das gilt besonders für öffentlich-rechtliche Nachrichten, die in der Altersgruppe ab 55 Jahren eine wöchentliche Reichweite von 81 Prozent verzeichnen, wohingegen sich die Reichweite in den entsprechend jüngeren Altersgruppen im Bereich von 47 Prozent (25-34 Jahre) bis 56 Prozent (45-54 Jahre) bewegt. Auf regionale Presseangebote greifen 31 Prozent der Internetnutzenden ab 18 Jahren unabhängig vom Verbreitungsweg mindestens einmal pro Woche zu. Während dies jedoch auf 45 Prozent der Befragten ab 55 Jahren zutrifft, sind es in den zwei jüngsten Altersgruppen nur 16 Prozent. Umgekehrt werden überregionale Pressenachrichten, insbesondere die Süddeutsche Zeitung, Zeit und Frankfurter



Allgemeine Zeitung, bevorzugt von den unter 35-Jährigen genutzt. Insgesamt greifen 16 Prozent der erwachsenen Online-Bevölkerung in Deutschland wöchentlich auf Nachrichtenangebote der Boulevardpresse zu, die in den mittleren Altersgruppen anteilig etwas höhere Reichweiten erzielen. Mit Nachrichten von Online-Only-Anbietern kommen insgesamt 39 Prozent regelmäßig in Kontakt, insbesondere Internetnutzende ab 55 Jahren (45 %).

Abbildung 11: Regelmäßig genutzte Nachrichtenanbieter offline und online 2023 (nach Alter, in Prozent)

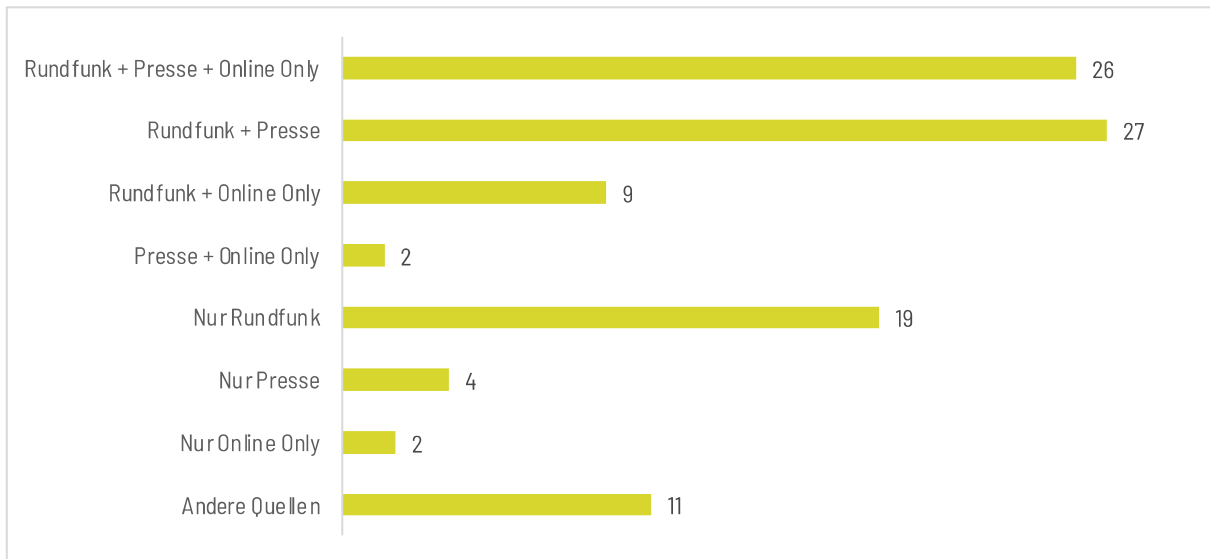


Reuters Institute Digital News Report 2023 / Leibniz-Institut für Medienforschung | Hans-Bredow-Institut

Frage Q5A: Welche der folgenden Kanäle haben Sie innerhalb der letzten Woche verwendet, um offline auf Nachrichten zuzugreifen (also Fernsehen, Druckmedien und andere traditionelle Medien)? Wählen Sie bitte alle zutreffenden Antworten aus. (Basis n=2012)

Frage Q5B: Welche der folgenden Kanäle haben Sie innerhalb der letzten Woche verwendet, um online auf Nachrichten zuzugreifen (also Webseiten, Apps, soziale Medien und andere Formen über das Internet)? Wählen Sie bitte alle zutreffenden Antworten aus. (Basis n=2012)

In einem nächsten Schritt lassen sich nun vereinfachte anbieterbezogene Nachrichtenrepertoires bestimmen, die sämtliche Kombinationen der drei genannten Anbieterkategorien Rundfunk, Presse und Online Only beschreiben – unabhängig davon, ob der Zugang zu diesen online oder offline erfolgte. Die meisten Internetnutzenden in Deutschland ab 18 Jahren informieren sich dabei aus einer Kombination von Nachrichten des Rundfunks und der Presse (27 %) (Abbildung 12). Ähnlich weit verbreitet ist die Nutzung von Nachrichteninhalten aus allen drei Anbieterkategorien (26 %). Knapp jede fünfte befragte Person nutzt hingegen ausschließlich Nachrichten, die von Rundfunkanbietern stammen (19 %) und neun Prozent nutzen Nachrichteninhalte von Rundfunk- und Online-Only-Anbietern. Insgesamt kombinieren somit 81 Prozent der Befragten mindestens ein Rundfunkangebot in ihr regelmäßiges Nachrichtenrepertoire. Elf Prozent haben hingegen keine dieser Nachrichtenangebote innerhalb einer gewöhnlichen Woche genutzt. Dies muss jedoch nicht bedeuten, dass die jeweiligen Personen in der vergangenen Woche mit gar keinen Nachrichten in Kontakt gekommen sind; stattdessen könnten hierzu Inhalte von ausländischen Nachrichtenanbietern oder andere Quellen zählen, die nicht in der Analyse berücksichtigt wurden (z. B. soziale Kontakte).

**Abbildung 12: Anbieterbezogene Nachrichtenrepertoires 2023 (in Prozent)**

Reuters Institute Digital News Report 2023 / Leibniz-Institut für Medienforschung | Hans-Bredow-Institut

Frage Q5A: Welche der folgenden Kanäle haben Sie innerhalb der letzten Woche verwendet, um offline auf Nachrichten zuzugreifen (also Fernsehen, Druckmedien und andere traditionelle Medien)? Wählen Sie bitte alle zutreffenden Antworten aus. (Basis n=2012)

Frage Q5B: Welche der folgenden Kanäle haben Sie innerhalb der letzten Woche verwendet, um online auf Nachrichten zuzugreifen (also Webseiten, Apps, soziale Medien und andere Formen über das Internet)? Wählen Sie bitte alle zutreffenden Antworten aus. (Basis n=2012)



6. Zusammenhang zwischen dem Vertrauen in Nachrichten und der Nutzung digitaler Nachrichtenquellen

Die vorangegangene Analyse hat gezeigt, dass Menschen in der Regel über verschiedene Wege auf Nachrichten zugreifen und sich dabei nicht nur auf Nachrichteninhalte von einem einzelnen Anbieter verlassen. Dies hat wiederum vermutlich einen Einfluss darauf, wie sie die Nachrichtenlandschaft in Deutschland wahrnehmen und welchen Nachrichten sie Vertrauen schenken, sodass der Zusammenhang zwischen dem Nachrichtenvertrauen und Nachrichtennutzung auf verschiedenen Ebenen betrachtet werden muss. Um einschätzen zu können, welche Rolle etablierte Nachrichtenquellen im Verhältnis zu anderen Quellen für das Vertrauen und damit auch für demokratische Prozesse der Informiertheit und Meinungsbildung spielen, wird im Folgenden der Einfluss verschiedener Nachrichtenrepertoires auf der Verbreitungsebene (Kapitel 6.1.) und auf der Anbieterebene (Kapitel 6.2.) auf das Vertrauen in Nachrichten im Allgemeinen und in die genutzten Nachrichten untersucht. Im Speziellen werden wir unter Berücksichtigung ausgewählter etablierter Nachrichtenmarken in Deutschland analysieren, ob ein höheres Vertrauen in eine Quelle (z. B. tagesschau) mit einer höheren Nutzung dieser Quelle verbunden ist.

6.1. Zusammenhang zwischen dem Vertrauen in Nachrichten und zugangsbezogenen Nachrichtenrepertoires

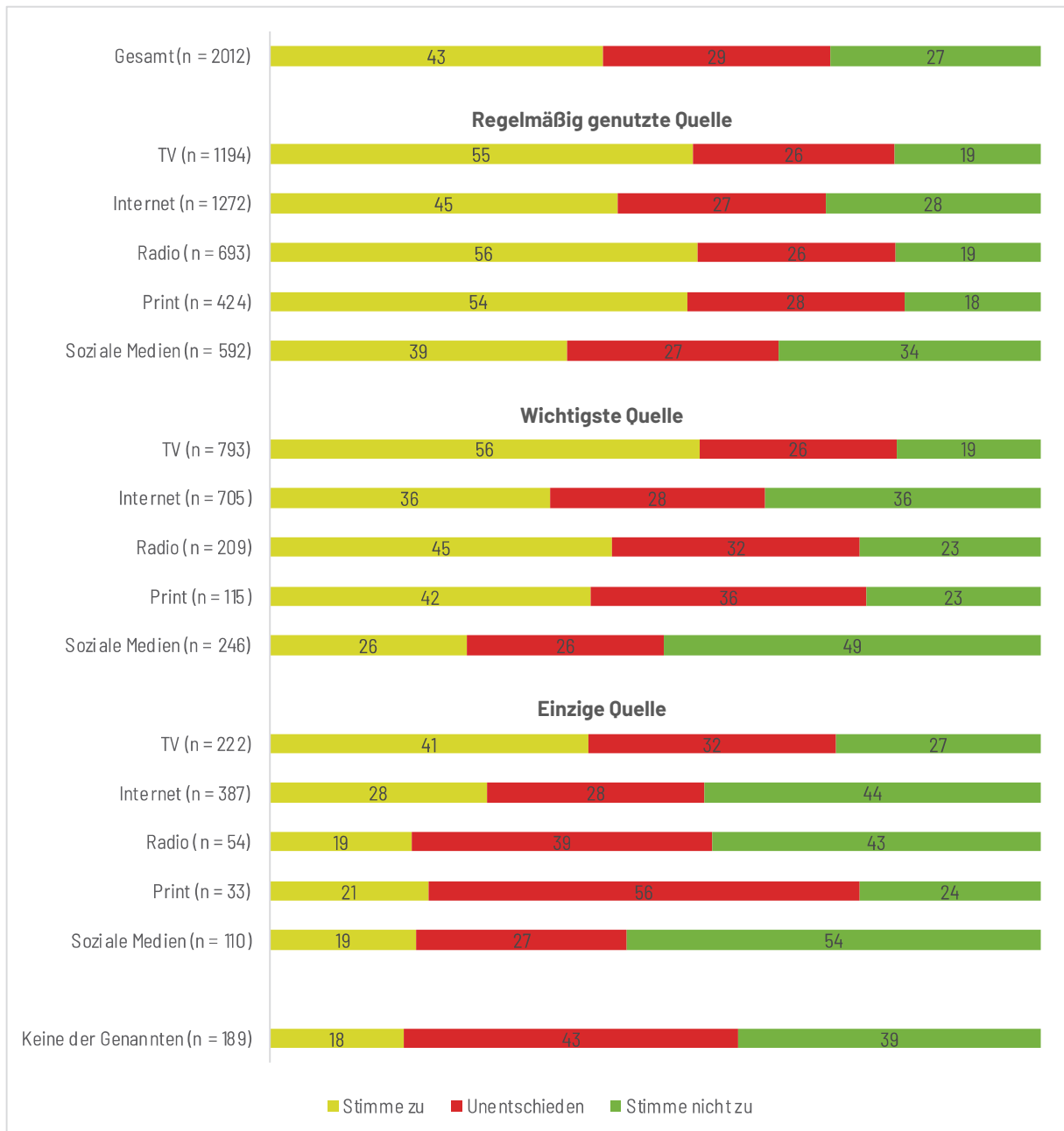
Der aktuelle Stand der Forschung kommt weitestgehend zu dem Schluss, dass Menschen, die sich in ihrer Suche nach verlässlichen Informationen vor allem auf traditionelle Medien verlassen, den Medien insgesamt auch ein größeres Vertrauen entgegenbringen (vgl. Kapitel 2.3.). Ähnlich können unsere Daten zur Nachrichtennutzung in Deutschland 2023 zeigen, dass die regelmäßige Nutzung von klassisch linearen Radio- und Fernsehnachrichten sowie von Printnachrichten mit einem höherem Nachrichtenvertrauen einhergeht. Während insgesamt 43 Prozent aller Internetnutzenden in Deutschland der Ansicht sind, den Nachrichten im eigenen Land im Allgemeinen vertrauen zu können, liegt dieser Anteil bei den regelmäßigen Nutzer:innen von Radio-, TV- und gedruckten Nachrichten im Bereich von 54 bis 56 Prozent (Abbildung 13). Eine im Vergleich geringere Zustimmung zeigt sich hingegen bei den Befragten, die (auch) in sozialen Medien mit Nachrichteninhalten in Kontakt kommen (39 %).

Noch deutlichere Unterschiede kristallisieren sich heraus, wenn nicht die regelmäßige, sondern die hauptsächliche Nutzung einer Quelle im Fokus der Betrachtung steht. Unter den Befragten, die das lineare Fernsehen als ihre Hauptnachrichtenquelle bezeichnen, stimmen 56 Prozent der Aussage zu, den Nachrichtenmedien in Deutschland eher oder voll und ganz zu vertrauen (Abbildung 13). Deutlich weniger dieser Ansicht sind Nutzende, die sich hauptsächlich im Internet über die Nachrichten informieren (36 %). Insbesondere diejenigen, die Nachrichten weitestgehend in sozialen Medien erhalten, lassen eine misstrauische Haltung erkennen, wobei knapp die Hälfte (49 %) von ihnen angibt, den meisten Nachrichten eher nicht oder überhaupt nicht zu vertrauen. Stellen soziale Medien die einzige Quelle für Nachrichten dar, wird den Nachrichten im Allgemeinen sogar noch weniger Vertrauen geschenkt (19 % Zustimmung, 54 % Ablehnung). Ein ähnlich geringes Vertrauen weisen Befragte auf, die keine der genannten Quellen in der vergangenen Woche genutzt haben (n=189); allerdings haben von diesen Personen auch anteilig deutlich mehr an-



gegeben, den Nachrichten weder noch zu vertrauen. In der Tendenz geht ein geringes Nachrichtenvertrauen vor allem mit der ausschließlichen Nutzung einer Quelle einher – anders als bei Menschen, deren Nachrichtenrepertoire aus mehreren verschiedenen Quellen besteht.

Abbildung 13: Vertrauen in Nachrichten im Allgemeinen nach genutzter, wichtigster und einziger Nachrichtenquelle 2023 (in Prozent)



Reuters Institute Digital News Report 2023 / Leibniz-Institut für Medienforschung | Hans-Bredow-Institut

Frage Q3: Welche der folgenden Nachrichtenquellen haben Sie letzte Woche genutzt, falls überhaupt eine? Bitte wählen Sie alle zutreffenden Antworten aus. (Basis n=2012)

Frage Q4: Sie haben angegeben, dass Sie diese Nachrichtenquellen letzte Woche genutzt haben. Welche davon würden Sie als Ihre HAUPT-Nachrichtenquelle bezeichnen? (Basis n=2012)

Frage Q6: Wir möchten Sie nun zu Ihrem Vertrauen in Nachrichten befragen. Zuerst würden wir gerne erfahren, wie sehr Sie den Nachrichten in Ihrem Land im Allgemeinen vertrauen. Dann möchten wir gerne erfahren, wie sehr Sie den Nachrichten vertrauen, die Sie nutzen. Bitte geben Sie an, inwieweit Sie den folgenden Aussagen zustimmen. „Ich glaube, man kann dem Großteil der Nachrichten meist vertrauen.“ (Antwortmöglichkeiten: Stimme überhaupt nicht zu; Stimme eher nicht zu (Stimme nicht zu); Stimme weder zu noch nicht zu (Unentschieden); Stimme eher zu; Stimme voll und ganz zu (Stimme zu); Basis n=2012)



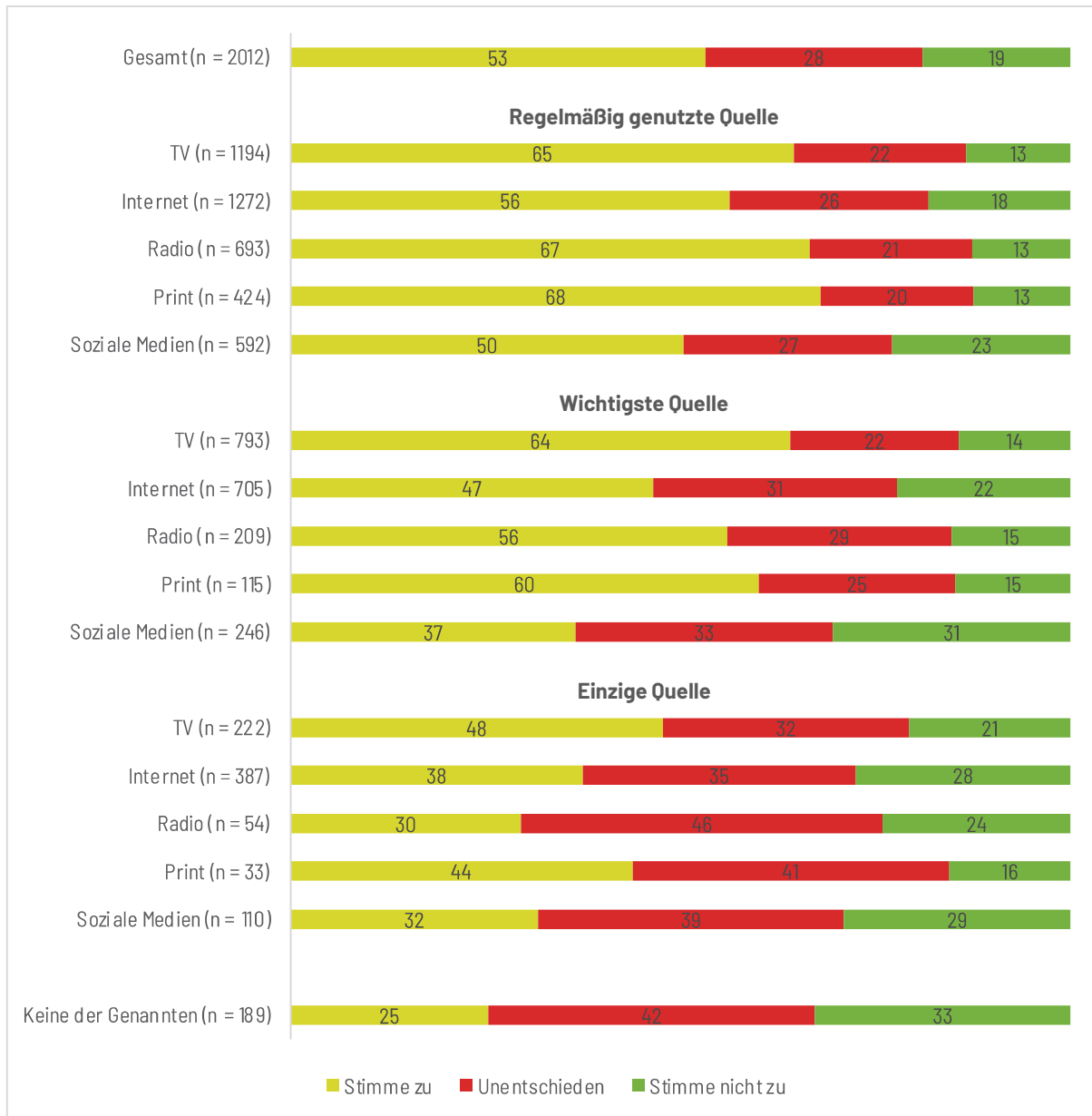
Im Vergleich dazu befindet sich das Vertrauen in die regelmäßig genutzten Nachrichten durchweg auf einem höheren Niveau. Davon abgesehen verhalten sich die Muster in den Zusammenhängen jedoch ähnlich. Das größte Vertrauen in die genutzten Nachrichten weisen erneut diejenigen auf, für die TV-, Radio- oder Printnachrichten eine regelmäßige und wichtige Nachrichtenquelle darstellen (Abbildung 14). Menschen, die soziale Medien als eine Quelle für Nachrichten angeben, schenken nicht nur den Nachrichten im Allgemeinen, sondern auch den Nachrichten, die sie nutzen, tendenziell weniger Vertrauen – besonders dann, wenn diese die wichtigste oder einzige Nachrichtenquelle darstellen. Insgesamt ist die ausschließliche Nutzung einer Quelle mit einem geringeren Vertrauen in die genutzten Nachrichten verbunden, wobei die Werte zur Nutzung von Radio oder Print als einzige Quelle aufgrund der geringen Fallzahlen nicht überinterpretiert werden sollten. Das geringste Vertrauen in die genutzten Nachrichten weisen Befragte auf, die keine der genannten Quellen innerhalb einer gewöhnlichen Woche genutzt haben.

Der vertiefende Fokus auf die technischen Zugangswege zu Online-Nachrichten ergibt ein weniger eindeutiges Bild. In der Tendenz weisen Internetnutzende, die direkt oder via Benachrichtigung auf Online-Nachrichten zugreifen, ein leicht höheres Nachrichtenvertrauen auf als die Gesamtheit aller erwachsenen Internetnutzenden in Deutschland (Abbildung 15). Dabei ist unerheblich, ob dieser Zugang nur auf regelmäßiger Basis oder hauptsächlich genutzt wurde (direkt: jeweils 48 % Zustimmung, Benachrichtigung: jeweils 50 % Zustimmung). Im Vergleich der drei Zugangswege ist der algorithmisierte Zugang via Social Media, Themeneingabe in Suchmaschinen oder Aggregatoren tendenziell mit einem geringeren Nachrichtenvertrauen verbunden. Unterschiede zur Gesamtstichprobe werden jedoch erst deutlich, wenn dies den einzig genutzten Weg zu Online-Nachrichten darstellt: Unter den Befragten, deren Zugang zu Online-Nachrichten ausschließlich durch Algorithmen vermittelt wird, geben 37 Prozent an, den Nachrichten meist zu vertrauen; 31 Prozent sind dahingehend unentschieden und 32 Prozent vertrauen (eher) nicht.

Im Hinblick auf das Vertrauen in die Nachrichten, die die Befragten selbst nutzen, werden die beschriebenen Muster in Abhängigkeit der digitalen Zugangswege noch schwächer. Zwar zeigt sich auch hier, dass Befragte, deren einzig genutzter Zugangsweg zu Online-Nachrichten algorithmisiert erfolgt, anteilig das geringste Vertrauen aufweisen (49 % Zustimmung); dies sind jedoch nur vier Prozentpunkte weniger als die Zustimmung in der Gesamtheit aller Internetnutzenden in Deutschland ab 18 Jahren (53 %)(Abbildung 16).



Abbildung 14: Vertrauen in genutzte Nachrichten nach genutzter, wichtigster und einziger Nachrichtenquelle 2023 (in Prozent)



Reuters Institute Digital News Report 2023 / Leibniz-Institut für Medienforschung | Hans-Bredow-Institut

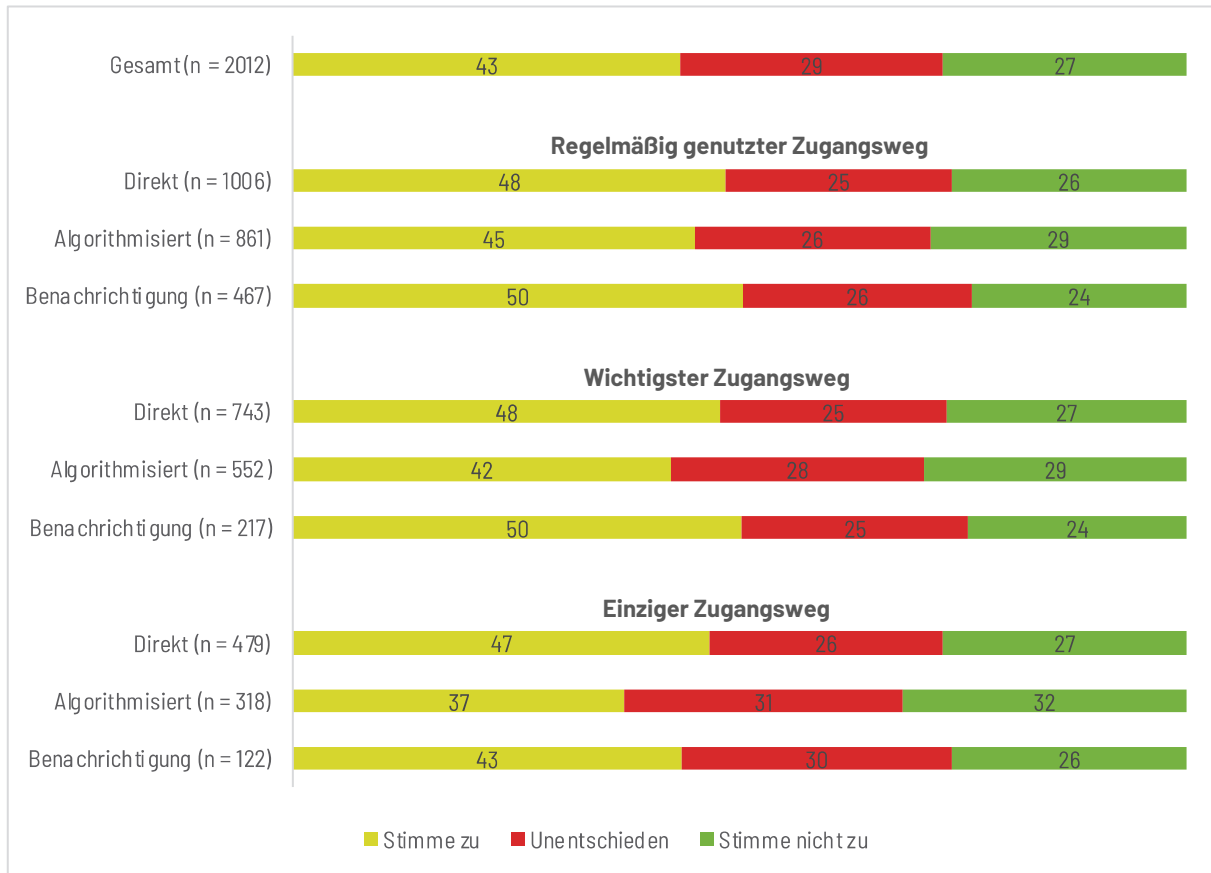
Frage Q3: Welche der folgenden Nachrichtenquellen haben Sie letzte Woche genutzt, falls überhaupt eine? Bitte wählen Sie alle zutreffenden Antworten aus. (Basis n=2012)

Frage Q4: Sie haben angegeben, dass Sie diese Nachrichtenquellen letzte Woche genutzt haben. Welche davon würden Sie als Ihre HAUPT-Nachrichtenquelle bezeichnen? (Basis n=2012)

Frage Q6: Wir möchten Sie nun zu Ihrem Vertrauen in Nachrichten befragen. Zuerst würden wir gerne erfahren, wie sehr Sie den Nachrichten in Ihrem Land im Allgemeinen vertrauen. Dann möchten wir gerne erfahren, wie sehr Sie den Nachrichten vertrauen, die Sie nutzen. Bitte geben Sie an, inwieweit Sie den folgenden Aussagen zustimmen. „Ich glaube, ich kann dem Großteil der Nachrichten, die ich nutze, meistens vertrauen.“ (Antwortmöglichkeiten: Stimme überhaupt nicht zu; Stimme eher nicht zu (Stimme nicht zu); Stimme weder zu noch nicht zu (Unentschieden); Stimme eher zu; Stimme voll und ganz zu (Stimme zu); Basis n=2012)



Abbildung 15: Vertrauen in Nachrichten im Allgemeinen nach genutztem, wichtigstem und einzigem Zugangsweg zu Online-Nachrichten 2023 (in Prozent)



Reuters Institute Digital News Report 2023 / Leibniz-Institut für Medienforschung | Hans-Bredow-Institut

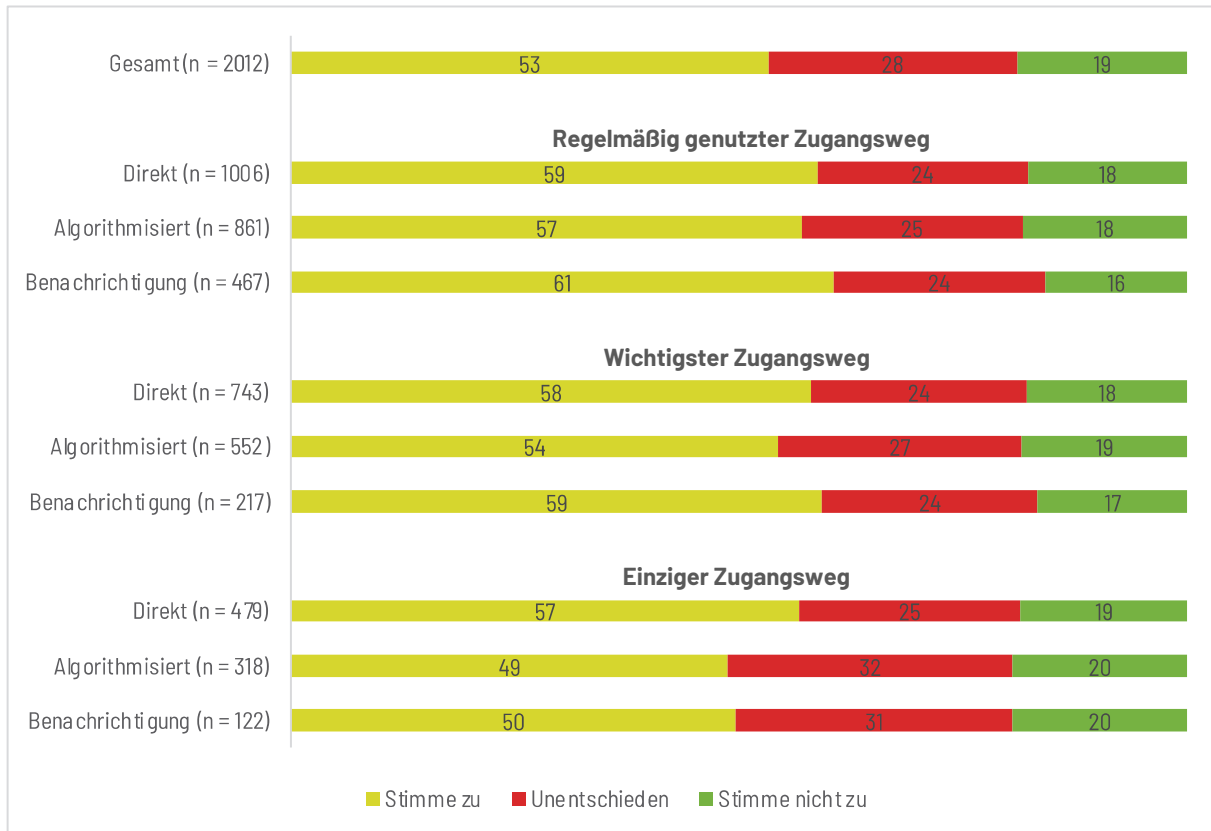
Frage Q10: Bitte denken Sie nun an die Nachrichten, die Sie vergangene Woche online abgerufen haben (über einen Computer, ein Mobilgerät oder ein sonstiges Gerät). Wie sind Sie auf bestimmte Artikel und Berichte gestoßen? Bitte wählen Sie alle zutreffenden Antworten aus. (Antwortmöglichkeiten: Habe direkt auf eine Webseite oder App für Nachrichten zugegriffen (z. B. tagesschau.de, Bild.de, ntv Nachrichten); Eine Suchmaschine (z. B. Google, Bing) genutzt und einen Suchbegriff eingegeben, der zum Namen einer bestimmten Website gepasst hat; Eine Suchmaschine (z. B. Google, Bing) genutzt und einen Suchbegriff eingegeben, der zu einem bestimmten Nachrichtenthema gepasst hat; Eine Newsreader-Seite oder App genutzt, die verschiedene Nachrichtenquellen zusammenfasst (z. B. Google News, Flipboard, News Republic, Upday); Soziale Netzwerke verwendet und auf diese Art Nachrichten gefunden (z. B. Facebook, Twitter, YouTube); Nachrichten über einen E-Mail-Newsletter oder eine E-Mail-Benachrichtigung erhalten; Einen Nachrichtenalarm auf meinem Mobiltelefon/Tablet-PC erhalten (z. B. über SMS, App, Lockscreen (Sperrbildschirm), Benachrichtigungszentrum); Sonstiges; Ich weiß nicht; Ich habe in der vergangenen Woche keine Online-Nachrichten verwendet; Basis n=2012)

Frage Q10a_new2017_rc: Welcher von diesen war der HAUPTSÄCHLICHE Weg, über den Sie innerhalb der letzten Woche auf die Nachrichten zugegriffen haben? Basis n=2012)

Frage Q6: Wir möchten Sie nun zu Ihrem Vertrauen in Nachrichten befragen. Zuerst würden wir gerne erfahren, wie sehr Sie den Nachrichten in Ihrem Land im Allgemeinen vertrauen. Dann möchten wir gerne erfahren, wie sehr Sie den Nachrichten vertrauen, die Sie nutzen. Bitte geben Sie an, inwieweit Sie den folgenden Aussagen zustimmen. „Ich glaube, man kann dem Großteil der Nachrichten meist vertrauen.“ (Antwortmöglichkeiten: Stimme überhaupt nicht zu; Stimme eher nicht zu (Stimme nicht zu); Stimme weder zu noch nicht zu (Unentschieden); Stimme eher zu; Stimme voll und ganz zu (Stimme zu); Basis n=2012)



Abbildung 16: Vertrauen in genutzte Nachrichten nach genutztem, wichtigstem und einzigem Zugangsweg zu Online-Nachrichten 2023 (in Prozent)



Reuters Institute Digital News Report 2023 / Leibniz-Institut für Medienforschung | Hans-Bredow-Institut

Frage Q10: Bitte denken Sie nun an die Nachrichten, die Sie vergangene Woche online abgerufen haben (über einen Computer, ein Mobilgerät oder ein sonstiges Gerät). Wie sind Sie auf bestimmte Artikel und Berichte gestoßen? Bitte wählen Sie alle zutreffenden Antworten aus. (Antwortmöglichkeiten: Habe direkt auf eine Webseite oder App für Nachrichten zugegriffen (z. B. tagesschau.de, Bild.de, ntv Nachrichten); Eine Suchmaschine (z. B. Google, Bing) genutzt und einen Suchbegriff eingegeben, der zum Namen einer bestimmten Website gepasst hat; Eine Suchmaschine (z. B. Google, Bing) genutzt und einen Suchbegriff eingegeben, der zu einem bestimmten Nachrichtenthema gepasst hat; Eine Newsreader-Seite oder App genutzt, die verschiedene Nachrichtenquellen zusammenfasst (z. B. Google News, Flipboard, News Republic, Upday); Soziale Netzwerke verwendet und auf diese Art Nachrichten gefunden (z. B. Facebook, Twitter, YouTube); Nachrichten über einen E-Mail-Newsletter oder eine E-Mail-Benachrichtigung erhalten; Einen Nachrichtenalarm auf meinem Mobiltelefon/Tablet-PC erhalten (z. B. über SMS, App, Lockscreen (Sperrbildschirm), Benachrichtigungszentrum); Sonstiges; Ich weiß nicht; Ich habe in der vergangenen Woche keine Online-Nachrichten verwendet; Basis n=2012)

Frage Q10a_new2017_rc: Welcher von diesen war der HAUPTSÄCHLICHE Weg, über den Sie innerhalb der letzten Woche auf die Nachrichten zugegriffen haben? Basis n=2012)

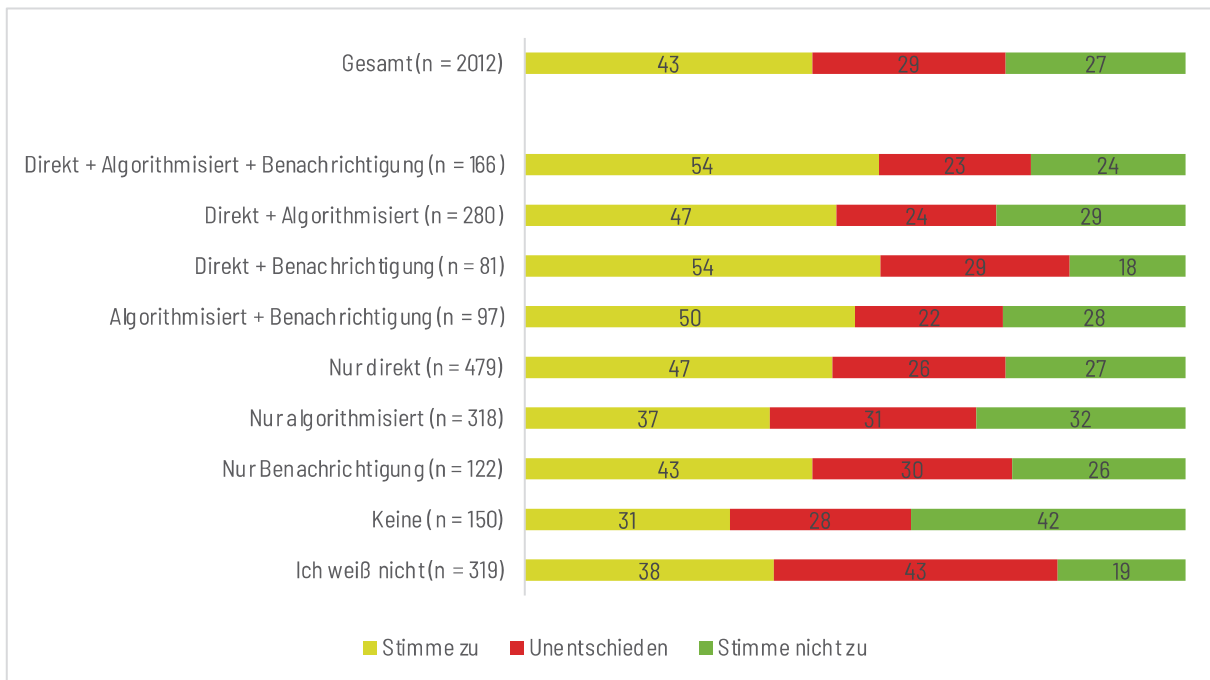
Frage Q6: Wir möchten Sie nun zu Ihrem Vertrauen in Nachrichten befragen. Zuerst würden wir gerne erfahren, wie sehr Sie den Nachrichten in Ihrem Land im Allgemeinen vertrauen. Dann möchten wir gerne erfahren, wie sehr Sie den Nachrichten vertrauen, die Sie nutzen. Bitte geben Sie an, inwieweit Sie den folgenden Aussagen zustimmen. „Ich glaube, ich kann dem Großteil der Nachrichten, die ich nutze, meistens vertrauen.“ (Antwortmöglichkeiten: Stimme überhaupt nicht zu; Stimme eher nicht zu (Stimme nicht zu); Stimme weder zu noch nicht zu (Unentschieden); Stimme eher zu; Stimme voll und ganz zu (Stimme zu); Basis n=2012)

Einen differenzierteren Blick auf den Zusammenhang zwischen Nachrichtenvertrauen und -nutzung erlauben die in Kapitel 5.1. ermittelten zugangsbezogenen Nachrichtenrepertoires, da diese die Gesamtheit aller verwendeten Zugangswege zu Online-Nachrichten berücksichtigen und folglich über die Frage der regelmäßigen, hauptsächlichen und ausschließlichen Nutzung einer Quelle hinausgehen. Dabei zeigt sich in der Tendenz, dass Kombinationen, an denen der direkte Zugang oder der Zugang via Benachrichtigung beteiligt sind, mit einem höheren Nachrichtenvertrauen assoziiert sind (Abbildung 17). So weisen Menschen, die Online-Nachrichten in der vergangenen Woche sowohl auf direktem Wege als auch infolge einer erhaltenen Benachrichtigung abgerufen haben, insgesamt die höchsten Vertrauenswerte auf (54 % Zustimmung). Gleiches gilt für Nutzende, die Online-Nachrichten zusätzlich noch auf algorithmisierten Kanälen gefunden



haben. Der bereits oben beschriebene Befund, dass der ausschließlich durch Algorithmen vermittelte Zugang zu Online-Nachrichten mit einem vergleichsweise geringen Vertrauen einhergeht, zeigt sich in dieser Betrachtung erneut; allerdings fällt das Vertrauen mit einem Anteil von 31 Prozent Zustimmung unter denjenigen noch geringer aus, die in der vergangenen Woche keine Online-Nachrichten bzw. keine der genannten Zugangswege genutzt haben.

Abbildung 17: Vertrauen in Nachrichten im Allgemeinen nach zugangsbezogenen Nachrichtenrepertoires 2023 (in Prozent)



Reuters Institute Digital News Report 2023 / Leibniz-Institut für Medienforschung | Hans-Bredow-Institut

Frage Q10: Bitte denken Sie nun an die Nachrichten, die Sie vergangene Woche online abgerufen haben (über einen Computer, ein Mobilgerät oder ein sonstiges Gerät). Wie sind Sie auf bestimmte Artikel und Berichte gestoßen? Bitte wählen Sie alle zutreffenden Antworten aus. (Antwortmöglichkeiten: Habe direkt auf eine Webseite oder App für Nachrichten zugegriffen (z. B. tagesschau.de, Bild.de, ntv Nachrichten); Eine Suchmaschine (z. B. Google, Bing) genutzt und einen Suchbegriff eingegeben, der zum Namen einer bestimmten Website gepasst hat; Eine Suchmaschine (z. B. Google, Bing) genutzt und einen Suchbegriff eingegeben, der zu einem bestimmten Nachrichtenthema gepasst hat; Eine Newsreader-Seite oder App genutzt, die verschiedene Nachrichtenquellen zusammenfasst (z. B. Google News, Flipboard, News Republic, Upday); Soziale Netzwerke verwendet und auf diese Art Nachrichten gefunden (z. B. Facebook, Twitter, YouTube); Nachrichten über einen E-Mail-Newsletter oder eine E-Mail-Benachrichtigung erhalten; Einen Nachrichtenalarm auf meinem Mobiltelefon/Tablet-PC erhalten (z. B. über SMS, App, Lockscreen (Sperrbildschirm), Benachrichtigungszentrum); Sonstiges; Ich weiß nicht; Ich habe in der vergangenen Woche keine Online-Nachrichten verwendet; Basis n=2012)

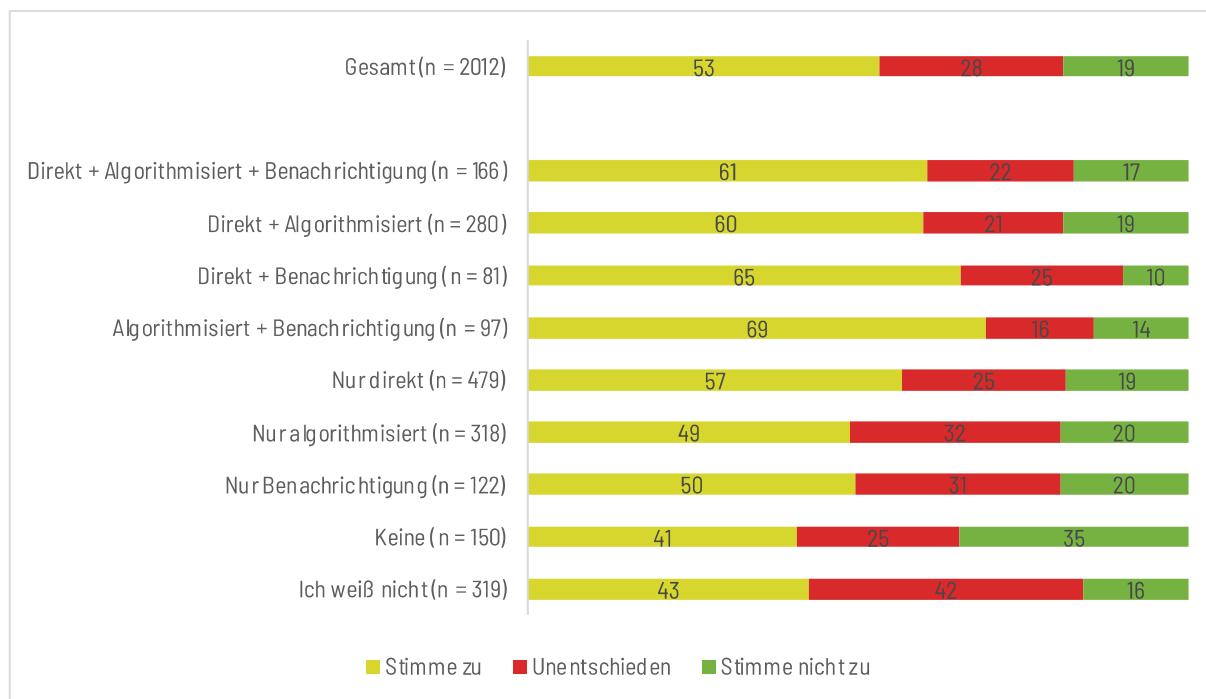
Frage Q6: Wir möchten Sie nun zu Ihrem Vertrauen in Nachrichten befragen. Zuerst würden wir gerne erfahren, wie sehr Sie den Nachrichten in Ihrem Land im Allgemeinen vertrauen. Dann möchten wir gerne erfahren, wie sehr Sie den Nachrichten vertrauen, die Sie nutzen. Bitte geben Sie an, inwieweit Sie den folgenden Aussagen zustimmen. „Ich glaube, man kann dem Großteil der Nachrichten meist vertrauen.“ (Antwortmöglichkeiten: Stimme überhaupt nicht zu; Stimme eher nicht zu (Stimme nicht zu); Stimme weder zu noch nicht zu (Unentschieden); Stimme eher zu; Stimme voll und ganz zu (Stimme zu); Basis n=2012)

Ein anteilig höheres Vertrauen in die genutzten Nachrichten weisen ebenfalls jene Befragten auf, die entweder den Zugang via Benachrichtigung oder auf direktem Wege in der Kombination mit anderen Zugängen verwenden. So stimmen 69 Prozent mit dem Repertoire „Algorithmisiert + Benachrichtigung“ der Aussage zu, den meisten Nachrichten voll und ganz zu vertrauen, gefolgt vom Repertoire „Direkt + Benachrichtigung“ mit 65 Prozent (Abbildung 18). Hierbei ist allerdings zu beachten, dass diese beiden Repertoires lediglich von einem Bruchteil der Befragten genutzt werden, sodass die Daten angesichts geringer Fallzahlen nicht belastbar sind. Vergleichsweise weniger Vertrauen schenken Befragte den von ihnen genutzten Nachrichten, wenn sie ausschließ-



lich algorithmisierte Zugangswege verwenden, um auf Online-Nachrichten zu stoßen (49 % Zustimmung), oder wenn sie keine der genannten Zugangswege bzw. gar keine Online-Nachrichten nutzen (41 % Zustimmung).

Abbildung 18: Vertrauen in genutzte Nachrichten nach zugangsbezogenen Nachrichtenrepertoires 2023 (in Prozent)



Reuters Institute Digital News Report 2023 / Leibniz-Institut für Medienforschung | Hans-Bredow-Institut

Frage Q10: Bitte denken Sie nun an die Nachrichten, die Sie vergangene Woche online abgerufen haben (über einen Computer, ein Mobilgerät oder ein sonstiges Gerät). Wie sind Sie auf bestimmte Artikel und Berichte gestoßen? Bitte wählen Sie alle zutreffenden Antworten aus. (Antwortmöglichkeiten: Habe direkt auf eine Webseite oder App für Nachrichten zugegriffen (z. B. tagesschau.de, Bild.de, ntv Nachrichten); Eine Suchmaschine (z. B. Google, Bing) genutzt und einen Suchbegriff eingegeben, der zum Namen einer bestimmten Website gepasst hat; Eine Suchmaschine (z. B. Google, Bing) genutzt und einen Suchbegriff eingegeben, der zu einem bestimmten Nachrichtenthema gepasst hat; Eine Newsreader-Seite oder App genutzt, die verschiedene Nachrichtenquellen zusammenfasst (z. B. Google News, Flipboard, News Republic, Upday); Soziale Netzwerke verwendet und auf diese Art Nachrichten gefunden (z. B. Facebook, Twitter, YouTube); Nachrichten über einen E-Mail-Newsletter oder eine E-Mail-Benachrichtigung erhalten; Einen Nachrichtenalarm auf meinem Mobiltelefon/Tablet-PC erhalten (z. B. über SMS, App, Lockscreen (Sperrbildschirm), Benachrichtigungszentrum); Sonstiges; Ich weiß nicht; Ich habe in der vergangenen Woche keine Online-Nachrichten verwendet; Basis n=2012)

Frage Q6: Wir möchten Sie nun zu Ihrem Vertrauen in Nachrichten befragen. Zuerst würden wir gerne erfahren, wie sehr Sie den Nachrichten in Ihrem Land im Allgemeinen vertrauen. Dann möchten wir gerne erfahren, wie sehr Sie den Nachrichten vertrauen, die Sie nutzen. Bitte geben Sie an, inwieweit Sie den folgenden Aussagen zustimmen. „Ich glaube, ich kann dem Großteil der Nachrichten, die ich nutze, meistens vertrauen.“ (Antwortmöglichkeiten: Stimme überhaupt nicht zu; Stimme eher nicht zu (Stimme nicht zu); Stimme weder zu noch nicht zu (Unentschieden); Stimme eher zu; Stimme voll und ganz zu (Stimme zu); Basis n=2012)

6.2. Zusammenhang zwischen dem Vertrauen in Nachrichten und anbieterbezogenen Nachrichtenrepertoires

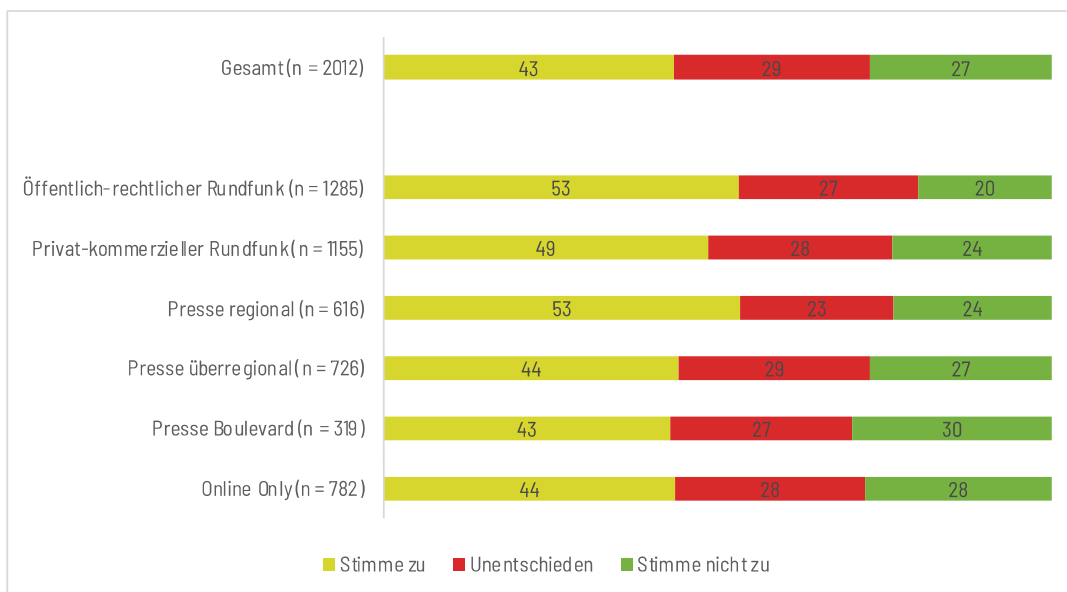
In digitalisierten Mediumgebungen werden Nachrichten über eine Vielzahl verschiedener Kanäle verbreitet, sodass die Nutzung eines bestimmten Kanals wenig darüber aussagt, mit welchen konkreten Inhalten die betroffene Person in Kontakt gekommen ist. Theoretisch ist jedoch davon auszugehen, dass die Qualität der genutzten Nachrichteninhalte das Vertrauen in Nachrichten prägt (vgl. auch Kapitel 2.1.). Um folglich den Zusammenhang zwischen Nachrichtenvertrauen und -nutzung verstehen zu können, muss zusätzlich zur zugangsbezogenen Perspektive in der Analyse berücksichtigt werden, von welchen Anbieter:innen die regelmäßig genutzten Nachrichteninhalte stammen (vgl. Kapitel 5.2.).



Im Vergleich verschiedener Nachrichtenanbieter wird deutlich, dass erwachsene Internetnutzer:innen in Deutschland, die mindestens eines der in der Befragung zur Auswahl stehenden öffentlich-rechtlichen Nachrichtenangebote – unabhängig vom jeweiligen Verbreitungsweg – genutzt haben, anteilig das größte Nachrichtenvertrauen aufweisen. 53 Prozent innerhalb dieser Gruppe stimmen der Aussage zu, den Nachrichten in Deutschland im Allgemeinen vertrauen zu können; 20 Prozent lehnen die Aussage ab und 27 Prozent sind dahingehend unentschieden (Abbildung 19). Ein ebenfalls leicht überdurchschnittliches Vertrauen äußern Befragte, die regelmäßig auf Offline- und/oder Online-Nachrichtenangebote der regionalen bzw. lokalen Presse sowie des privaten Rundfunks zugreifen. Die Vertrauenswerte der Nutzer:innen von überregionalen Pressenachrichten, Boulevardpressenachrichten oder Online-Only-Nachrichten unterscheiden sich nicht wesentlich vom durchschnittlichen Vertrauen der erwachsenen Online-Bevölkerung in Deutschland.

Geht es um die Nachrichten, die die Befragten selbst nutzen, dann weist das Publikum von regionalen Pressenachrichten anteilig das größte Vertrauen auf (65 % Zustimmung), dicht gefolgt von Nutzer:innen öffentlich-rechtlicher Rundfunknachrichten (63 % Zustimmung) (Abbildung 20). Ein leicht größerer Anteil der Zustimmenden im Vergleich zur Gesamtstichprobe zeigt sich zudem erneut unter den Befragten, die mindestens ein Nachrichtenangebot des privat-kommerziellen Rundfunks innerhalb einer durchschnittlichen Woche genutzt haben.

Abbildung 19: Vertrauen in Nachrichten im Allgemeinen nach regelmäßig genutzten Nachrichtenanbietern offline und online 2023 (in Prozent)



Reuters Institute Digital News Report 2023 / Leibniz-Institut für Medienforschung | Hans-Bredow-Institut

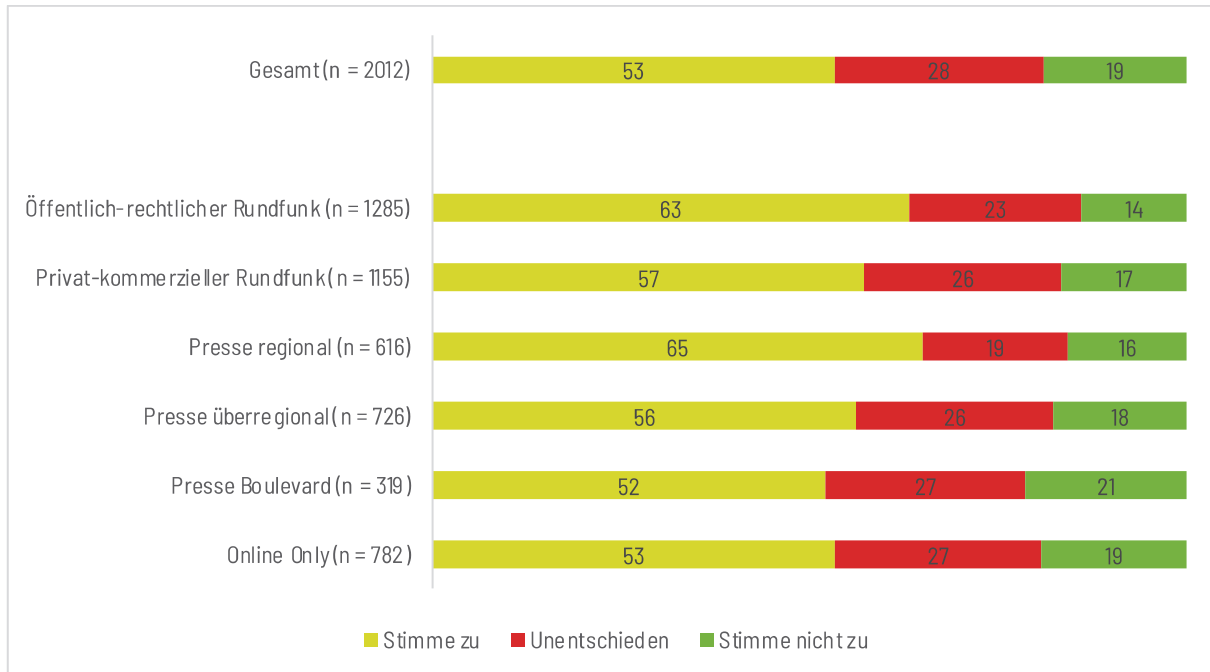
Frage Q5A: Welche der folgenden Kanäle haben Sie innerhalb der letzten Woche verwendet, um offline auf Nachrichten zuzugreifen (also Fernsehen, Druckmedien und andere traditionelle Medien)? Wählen Sie bitte alle zutreffenden Antworten aus. (Basis n=2012)

Frage Q5B: Welche der folgenden Kanäle haben Sie innerhalb der letzten Woche verwendet, um online auf Nachrichten zuzugreifen (also Webseiten, Apps, soziale Medien und andere Formen über das Internet)? Wählen Sie bitte alle zutreffenden Antworten aus. (Basis n=2012)

Frage Q6: Wir möchten Sie nun zu Ihrem Vertrauen in Nachrichten befragen. Zuerst würden wir gerne erfahren, wie sehr Sie den Nachrichten in Ihrem Land im Allgemeinen vertrauen. Dann möchten wir gerne erfahren, wie sehr Sie den Nachrichten vertrauen, die Sie nutzen. Bitte geben Sie an, inwieweit Sie den folgenden Aussagen zustimmen. „Ich glaube, man kann dem Großteil der Nachrichten meist vertrauen.“ (Antwortmöglichkeiten: Stimme überhaupt nicht zu; Stimme eher nicht zu (Stimme nicht zu); Stimme weder zu noch nicht zu (Unentschieden); Stimme eher zu; Stimme voll und ganz zu (Stimme zu); Basis n=2012)



Abbildung 20: Vertrauen in genutzte Nachrichten nach regelmäßig genutzten Nachrichten Anbietern offline und online 2023 (in Prozent)



Reuters Institute Digital News Report 2023 / Leibniz-Institut für Medienforschung | Hans-Bredow-Institut

Frage Q5A: Welche der folgenden Kanäle haben Sie innerhalb der letzten Woche verwendet, um offline auf Nachrichten zuzugreifen (also Fernsehen, Druckmedien und andere traditionelle Medien)? Wählen Sie bitte alle zutreffenden Antworten aus. (Basis n=2012)

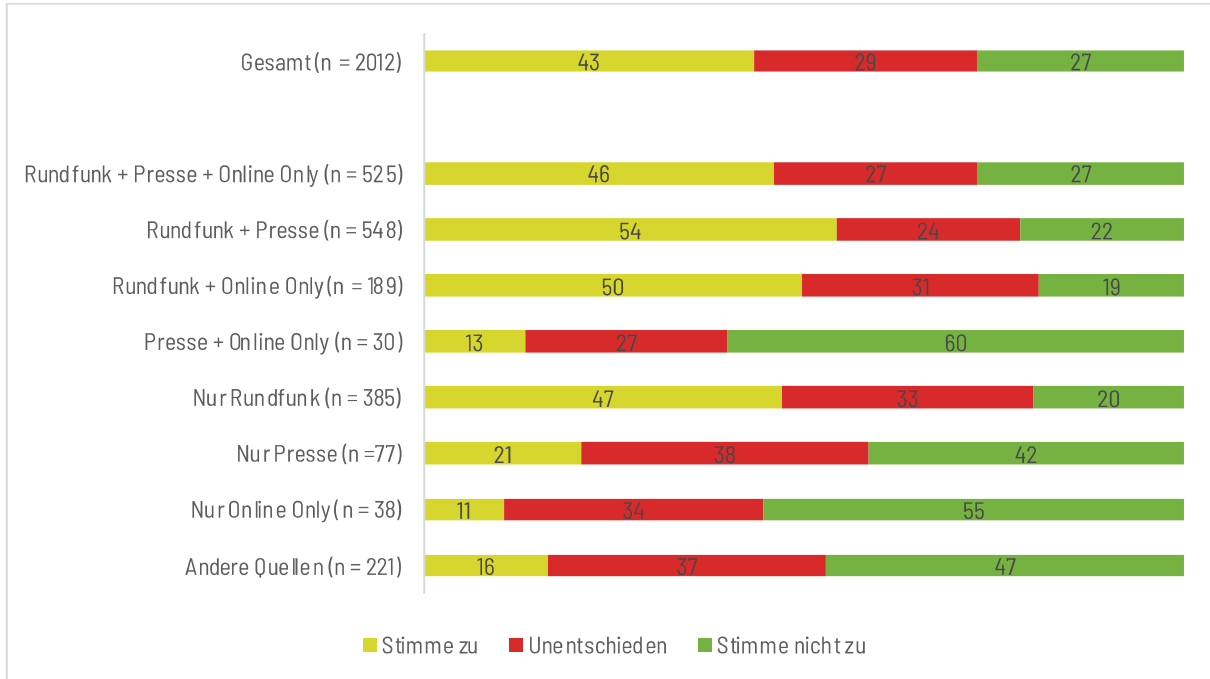
Frage Q5B: Welche der folgenden Kanäle haben Sie innerhalb der letzten Woche verwendet, um online auf Nachrichten zuzugreifen (also Webseiten, Apps, soziale Medien und andere Formen über das Internet)? Wählen Sie bitte alle zutreffenden Antworten aus. (Basis n=2012)

Frage Q6: Wir möchten Sie nun zu Ihrem Vertrauen in Nachrichten befragen. Zuerst würden wir gerne erfahren, wie sehr Sie den Nachrichten in Ihrem Land im Allgemeinen vertrauen. Dann möchten wir gerne erfahren, wie sehr Sie den Nachrichten vertrauen, die Sie nutzen. Bitte geben Sie an, inwieweit Sie den folgenden Aussagen zustimmen. „Ich glaube, ich kann dem Großteil der Nachrichten, die ich nutze, meistens vertrauen.“ (Antwortmöglichkeiten: Stimme überhaupt nicht zu; Stimme eher nicht zu (Stimme nicht zu); Stimme weder zu noch nicht zu (Unentschieden); Stimme eher zu; Stimme voll und ganz zu (Stimme zu); Basis n=2012)

In einem nächsten Analyseschritt wird das Nachrichtenvertrauen im Zusammenhang mit anbieterbezogenen Nachrichtenrepertoires betrachtet. Hierfür wurden sämtliche Kombinationen in der Nutzung der drei Anbieterkategorien Rundfunk, Presse und Online Only ermittelt, um einen ganzheitlichen Blick auf Nachrichtennutzung jenseits der Reichweite einzelner Quellen zu erlangen (für Details siehe Kapitel 5.2). Die Befunde deuten darauf hin, dass Menschen den Nachrichten in Deutschland im Allgemeinen stärker vertrauen, wenn Angebote des öffentlich-rechtlichen oder privaten Rundfunks ein elementarer Bestandteil ihres Nachrichtenrepertoires sind (Abbildung 21). Dies ist für die überwiegende Mehrheit der Befragten der Fall, da zusammengenommen insgesamt 81 Prozent der Befragten regelmäßig auf Rundfunknachrichten zugreifen – unabhängig von der Art des Verbreitungsweges (vgl. Kapitel 5.2.). Wurde hingegen keines der genannten Nachrichtenangebote genutzt bzw. sich auf andere Quellen wie z. B. ausländische Nachrichtenangebote oder soziale Kontakte verlassen, dann geht dies tendenziell mit einem geringeren Vertrauen in die Nachrichtenmedien in Deutschland einher. Gleiches gilt für Befragte, deren Nachrichtenrepertoire ausschließlich aus Online-Only-Nachrichten oder Pressenachrichten besteht. Aufgrund von geringen Fallzahlen sollten einzelne Prozentangaben jedoch nicht überinterpretiert werden. Weitestgehend gleiche Muster zeigen sich auch für das Vertrauen in die genutzten Nachrichten (Abbildung 22).



Abbildung 21: Vertrauen in Nachrichten im Allgemeinen nach anbieterbezogenen Nachrichtenrepertoires 2023 (in Prozent)



Reuters Institute Digital News Report 2023 / Leibniz-Institut für Medienforschung | Hans-Bredow-Institut

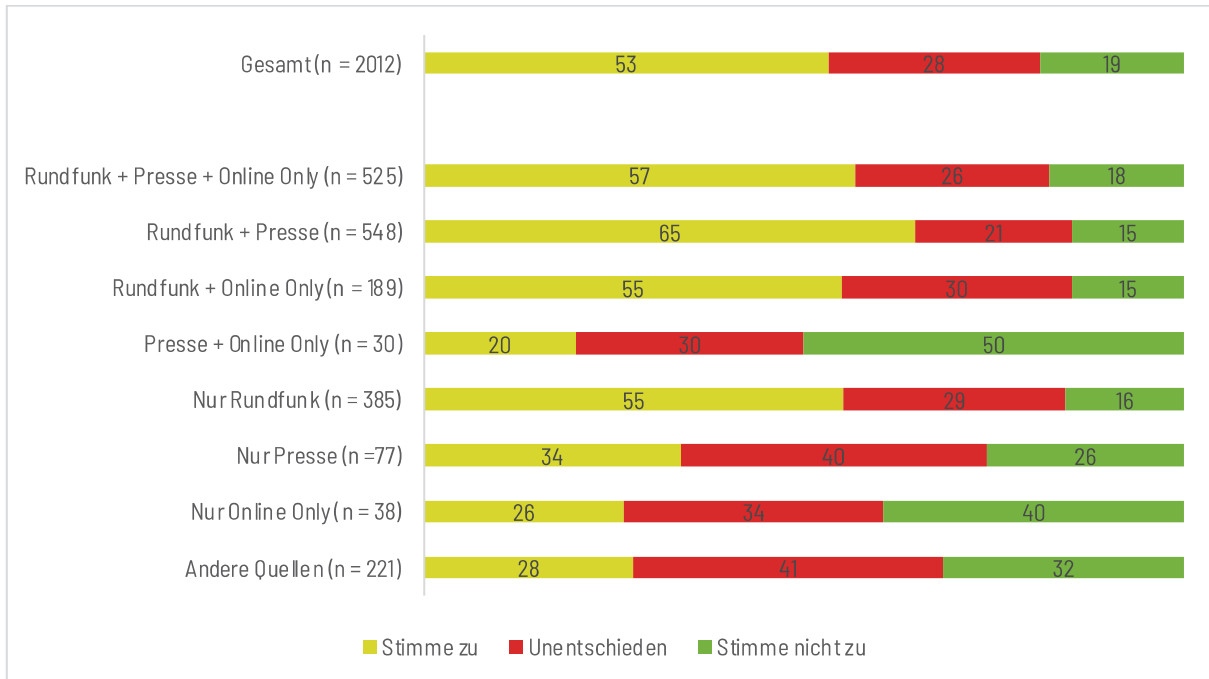
Frage Q5A: Welche der folgenden Kanäle haben Sie innerhalb der letzten Woche verwendet, um offline auf Nachrichten zuzugreifen (also Fernsehen, Druckmedien und andere traditionelle Medien)? Wählen Sie bitte alle zutreffenden Antworten aus. (Basis n=2012)

Frage Q5B: Welche der folgenden Kanäle haben Sie innerhalb der letzten Woche verwendet, um online auf Nachrichten zuzugreifen (also Webseiten, Apps, soziale Medien und andere Formen über das Internet)? Wählen Sie bitte alle zutreffenden Antworten aus. (Basis n=2012)

Frage Q6: Wir möchten Sie nun zu Ihrem Vertrauen in Nachrichten befragen. Zuerst würden wir gerne erfahren, wie sehr Sie den Nachrichten in Ihrem Land im Allgemeinen vertrauen. Dann möchten wir gerne erfahren, wie sehr Sie den Nachrichten vertrauen, die Sie nutzen. Bitte geben Sie an, inwieweit Sie den folgenden Aussagen zustimmen. „Ich glaube, man kann dem Großteil der Nachrichten meist vertrauen.“ (Antwortmöglichkeiten: Stimme überhaupt nicht zu; Stimme eher nicht zu (Stimme nicht zu); Stimme weder zu noch nicht zu (Unentschieden); Stimme eher zu; Stimme voll und ganz zu (Stimme zu); Basis n=2012)



Abbildung 22: Vertrauen in genutzte Nachrichten nach anbieterbezogenen Nachrichtenrepertoires 2023 (in Prozent)



Reuters Institute Digital News Report 2023 / Leibniz-Institut für Medienforschung | Hans-Bredow-Institut

Frage Q5A: Welche der folgenden Kanäle haben Sie innerhalb der letzten Woche verwendet, um offline auf Nachrichten zuzugreifen (also Fernsehen, Druckmedien und andere traditionelle Medien)? Wählen Sie bitte alle zutreffenden Antworten aus. (Basis n=2012)

Frage Q5B: Welche der folgenden Kanäle haben Sie innerhalb der letzten Woche verwendet, um online auf Nachrichten zuzugreifen (also Webseiten, Apps, soziale Medien und andere Formen über das Internet)? Wählen Sie bitte alle zutreffenden Antworten aus. (Basis n=2012)

Frage Q6: Wir möchten Sie nun zu Ihrem Vertrauen in Nachrichten befragen. Zuerst würden wir gerne erfahren, wie sehr Sie den Nachrichten in Ihrem Land im Allgemeinen vertrauen. Dann möchten wir gerne erfahren, wie sehr Sie den Nachrichten vertrauen, die Sie nutzen. Bitte geben Sie an, inwieweit Sie den folgenden Aussagen zustimmen. „Ich glaube, ich kann dem Großteil der Nachrichten, die ich nutze, meistens vertrauen.“ (Antwortmöglichkeiten: Stimme überhaupt nicht zu; Stimme eher nicht zu (Stimme nicht zu); Stimme weder zu noch nicht zu (Unentschieden); Stimme eher zu; Stimme voll und ganz zu (Stimme zu); Basis n=2012)

6.3. Zusammenhang zwischen dem Vertrauen in Nachrichtenmarken und ihrer Nutzung

Die vorangegangene Analyse hat gezeigt, dass Menschen den Nachrichten eher Vertrauen schenken, wenn sie regelmäßig mit Nachrichtenangeboten von etablierten Rundfunk- oder Presseanbietern in Kontakt kommen. Onliner, die Nachrichten ausschließlich in sozialen Medien erhalten, begegnen den Nachrichten hingegen deutlich häufiger mit Misstrauen. Allerdings ist bei der Interpretation dieser Befunde zu beachten, dass sich das Nachrichtenvertrauen im Verständnis des Reuters Institute Digital News Surveys auf den Großteil der Nachrichten in Deutschland bzw. auf die von den Befragten genutzten Nachrichten bezieht, sodass offen bleibt, welche konkreten Angebote individuell damit assoziiert werden. Gleichzeitig wissen wir aus den jährlichen Ergebnissen der Studie, dass sich die Vertrauensbewertungen von etablierten Nachrichtenmarken teils erheblich unterscheiden (Behre et al., 2023, S. 33). Dies führt uns zu der Frage, inwiefern ein höheres Vertrauen in eine bestimmte Quelle auch mit einer höheren Nutzung dieser Quelle verbunden ist. Dabei ist jedoch zu betonen, dass mit dieser Analyse keine Aussagen hinsichtlich einer möglichen Kausalrichtung getroffen werden können: Wendet sich eine Person einem bestimmten Angebot zu, weil sie deren Inhalte als besonders vertrauenswürdig erachtet, oder schenkt sie dem Angebot Vertrauen, weil sie bereits regelmäßig damit in Kontakt gekommen ist



und folglich mit den Inhalten besonders gut „vertraut“ ist? Kausalaussagen verbieten sich auch ausdrücklich deshalb, weil nicht für alle denkbaren Einflussfaktoren kontrolliert werden kann.

Zur Ermittlung des Vertrauens in Nachrichtenmarken wurde den Befragten eine Liste von insgesamt 15 ausgewählten reichweitenstarken Nachrichtenquellen⁵ vorgelegt, für die sie jeweils die Vertrauenswürdigkeit auf einer Skala von 0 (überhaupt nicht vertrauenswürdig) bis 10 (äußerst vertrauenswürdig) bewerten sollten. Dabei wurde den beiden Hauptnachrichten der öffentlich-rechtlichen Rundfunksender („tagesschau“ und „ZDF heute“) im Jahr 2023 durchschnittlich das größte Vertrauen entgegengebracht, dicht gefolgt von den Nachrichten regionaler bzw. lokaler Tageszeitungen (Behre et al., 2023, S. 33). Die geringsten Vertrauenswerte unter den zur Auswahl stehenden Quellen erzielten Nachrichten von „web.de“ sowie „Bild“. Es ist jedoch zu betonen, dass es sich hierbei um subjektive Vertrauenseinschätzungen der Befragten handelt, die nicht den Anspruch erheben, ein Ranking zur Vertrauenswürdigkeit aller Nachrichtenmarken in Deutschland abzubilden. Generalisierende Aussagen hinsichtlich des am meisten oder am wenigsten vertrauten Nachrichtenangebots in Deutschland verbieten sich daher ausdrücklich. Mit Ausnahme von den reinen Online-Only-Anbietern „t-online“ und „web.de“ beziehen sich die Vertrauenswerte zudem auf sämtliche Nachrichteninhalte, die von der jeweiligen Quelle verbreitet werden, weil in der Abfrage nicht zwischen analogen und digitalen Angeboten differenziert wurde.⁶ Befragte, die eine bestimmte Quelle nicht kennen und folglich auch nicht in der Lage sind, deren Vertrauenswürdigkeit valide einzuschätzen, wurden aus der Analyse ausgeschlossen.

Analog dazu wurde die wöchentliche Nutzung der jeweiligen Nachrichtenquellen anhand einer Liste von 60 reichweitenstarken Offline- und Online-Nachrichtenangeboten in Deutschland berechnet, auf die bereits für die Analyse der anbieterbezogenen Nachrichtenrepertoires in Kapitel 5.2. zurückgegriffen wurde. Dieses Vorgehen ist mit der methodischen Einschränkung verbunden, dass die erhobenen Daten nicht das gesamte Angebotsspektrum einer Nachrichtenmarke abbilden können, sondern auf einer begrenzten Auswahl von Angeboten beruhen, wodurch die tatsächlichen Reichweiten möglicherweise unterschätzt werden. Die Nutzung der Nachrichtenmarke „ARD Tagesschau“ setzt sich beispielsweise aus den Antwortoptionen „ARD Tagesschau“, „ARD Tagesthemen“ und „Tagesschau.de“ zusammen, sodass aus den Daten nicht hervorgeht, welche weiteren Inhalte der „ARD Tagesschau“ darüber hinaus genutzt wurden (beispielsweise in sozialen Medien).⁷ Darüber hinaus ist zu beachten, dass sich die Größe der zu vergleichenden Gruppen („Angebot genutzt“ versus „Angebot nicht genutzt“) teilweise erheblich unterscheidet.

5 Für die Ermittlung des Vertrauens in Nachrichtenmarken standen in der Befragung zur Auswahl: „ARD Tagesschau“, „ZDF heute“, „RTL aktuell“, „n-tv“, „Der Spiegel“, „Die ZEIT“, „Stern“, „Focus“, „Süddeutsche Zeitung“, „Bild“, „FAZ“, „Eine Regional- oder Lokalzeitung“, „t-online“, „WELT“ und „web.de“.

6 Frühere Befunde der Studie haben gezeigt, dass sich die Vertrauenswerte für die analogen und digitalen Angebote einer Nachrichtenmarke nicht signifikant voneinander unterscheiden.

7 Die Zusammensetzung der einzelnen Nutzungsvariablen im Detail: „ARD Tagesschau“ = „ARD Tagesschau“, „ARD Tagesthemen“, „Tagesschau.de (bzw. ard.de, daserste.de, tagesthemen.de)“; „ZDF heute“ = „ZDF heute Xpress“, „ZDF heute-journal“, „ZDF heute-journal update“, „ZDF heute“, „Heute.de (bzw. zdf.de, heute Xpress, heute journal)“; „RTL aktuell“ = „RTL aktuell“, „RTL direkt“, „RTL Nachtjournal“, „rtl.de“; „n-tv“ = „n-tv“, „n-tv.de“; „Der Spiegel“ = „Der Spiegel“, „Spiegel Online“; „ZEIT“ = „Die ZEIT“, „ZEIT online“; „Stern“ = „Stern“, „Stern.de“; „Focus“ = „Focus“, „Focus online“; „Süddeutsche Zeitung“ = „Süddeutsche Zeitung“, „Sueddeutsche.de“; „Bild“ = „Bild/Bild am Sonntag“, „Bild TV“, „Bild.de“; „FAZ“ = „Frankfurter Allgemeine Zeitung/Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung“, „FAZ.net“; „Regional-/Lokalzeitung“ = „Eine Regional- oder Lokalzeitung“, „Internetangebote von Regional-/Lokalzeitungen“; „t-online“ = „t-online“; „WELT“ = „Die Welt/Die Welt am Sonntag“, „WELT (ehemals N24)“, „Welt.de“; „web.de“ = „web.de“.



Dies betrifft insbesondere die Nachrichtenangebote von „Die ZEIT“, „Stern“, „Süddeutsche Zeitung“ und „FAZ“, da diese im Verhältnis von weniger Befragten auf einer wöchentlichen Basis genutzt wurden und dementsprechend kleinere Fallzahlen aufweisen.

Ungeachtet dieser methodischen Einschränkungen deutet die Analyse auf einen positiven Zusammenhang zwischen dem Vertrauen in eine Nachrichtenquelle und ihrer regelmäßigen Nutzung hin: Erwachsene Internetnutzende in Deutschland, die angegeben haben, eine der zur Auswahl stehenden Nachrichtenquellen in der vergangenen Woche genutzt zu haben, stufen die Vertrauenswürdigkeit dieser Quelle als signifikant höher ein als Befragte, die die entsprechenden Nachrichteninhalte nicht genutzt haben (Abbildung 23). Die Unterschiede in den Vertrauensmittelwerten sind in allen Fällen statistisch signifikant und am größten im Hinblick auf die „tagesschau“. Regelmäßige Nutzer:innen von Nachrichten der „tagesschau“ schenken diesen ein signifikant höheres Vertrauen ($M = 7,6$, $SD = 2,27$, $n = 959$) als Personen, die nicht innerhalb einer Woche auf die in der Befragung erhobenen Angebote zugegriffen haben ($M = 5,1$, $SD = 3,12$, $n = 1017$). Ähnlich starke Unterschiede ergeben sich in Bezug auf „RTL aktuell“ (nicht genutzt: $M = 4,6$, $SD = 2,63$, $n = 1393$; genutzt: $M = 7,0$, $SD = 2,22$, $n = 580$) sowie „Bild“ (nicht genutzt: $M = 3,4$, $SD = 2,70$, $n = 1628$; genutzt: $M = 5,5$, $SD = 2,62$, $n = 341$). Am geringsten, aber immer noch signifikant, sind die Vertrauensunterschiede zwischen den (Nicht-)Nutzer:innen von Nachrichten der „FAZ“ (nicht genutzt: $M = 5,7$, $SD = 2,64$, $n = 1703$; genutzt: $M = 6,6$, $SD = 2,41$, $n = 130$) sowie von Nachrichten von „Die ZEIT“ (nicht genutzt: $M = 5,8$, $SD = 2,66$, $n = 1702$; genutzt: $M = 6,8$, $SD = 2,45$, $n = 192$).

Insgesamt lässt sich schlussfolgern, dass die Nutzung einer Nachrichtenquelle mit einem höheren Vertrauen in ebendiese einhergeht, wobei erneut betont werden muss, dass keine Aussagen über die Wirkrichtung des Zusammenhangs zwischen Nachrichtennutzung und -vertrauen getroffen werden können, sondern vielmehr von wechselseitigen Einflüssen auszugehen ist. Es wird jedoch deutlich, dass Menschen den Inhalten einer Nachrichtenquelle nicht automatisch ein uneingeschränktes Vertrauen entgegenbringen, auch wenn sie diese regelmäßig nutzen. So stufen selbst die wöchentlichen Nutzer:innen von „Bild“-Nachrichten deren Vertrauenswürdigkeit noch als vergleichsweise gering ein. Auch die Nachrichten der rein digitalen Marken „t-online“ und „web.de“, die über kein Pendant in der Offline-Welt verfügen, werden von ihren Nutzer:innen im Vergleich mit den anderen Quellen als weniger vertrauenswürdig bewertet.



Abbildung 23: Vertrauen in Nachrichtenmarken nach Nutzung 2023 (Mittelwerte)


Reuters Institute Digital News Report 2023 / Leibniz-Institut für Medienforschung | Hans-Bredow-Institut

Frage Q6: Wie vertrauenswürdig sind Ihrer Meinung nach die Nachrichten aus den folgenden Quellen? Verwenden Sie bitte die nachfolgende Skala, auf der 0 „Überhaupt nicht vertrauenswürdig“ und 10 „Äußerst vertrauenswürdig“ bedeutet. (Basis ARD Tagesschau: nicht genutzt n = 1017; genutzt n = 959; ZDF heute: nicht genutzt n = 1182; genutzt n = 790; Regional-/Lokalzeitung: nicht genutzt n = 1468; genutzt n = 483; n-tv: nicht genutzt n = 1463; genutzt n = 475; Süddeutsche Zeitung: nicht genutzt n = 1725; genutzt n = 177; Die ZEIT: nicht genutzt n = 1702; genutzt n = 192; Der Spiegel: nicht genutzt n = 1654; genutzt n = 301; FAZ: nicht genutzt n = 1703; genutzt n = 130; WELT: nicht genutzt n = 1595; genutzt n = 324; Focus: nicht genutzt n = 1667; genutzt n = 272; Stern: nicht genutzt n = 1749; genutzt n = 197; RTL aktuell: nicht genutzt n = 1393; genutzt n = 580; t-online: nicht genutzt n = 1577; genutzt n = 318; web.de: nicht genutzt n = 1598; genutzt n = 249; Bild: nicht genutzt n = 1628; genutzt n = 341).



7. Fazit und Diskussion

Nachrichten informieren uns in der Regel gerade über die Dinge, die wir selbst nicht aus eigener Erfahrung wissen können. Die regelmäßige Nutzung von und das Vertrauen einer Gesellschaft in medienvermittelte Nachrichten schafft somit die Grundlage für ein kollektiv geteiltes Verständnis von Wirklichkeit. Auf Basis des Reuters Institute Digital News Survey wurde daher untersucht, wie es um das Nachrichtenvertrauen der Bevölkerung in Deutschland bestellt ist und inwiefern die genutzten Nachrichtenquellen mit dem entgegengebrachten Vertrauen in Nachrichten zusammenhängen. Die Ergebnisse deuten darauf hin, dass das Nachrichtenvertrauen ein hochkomplexes soziales Phänomen ist, das sowohl von allgemeineren Kontextvariablen als auch von individuellen Aspekten abhängt. Dabei unterscheiden sich die gefundenen Muster in den Zusammenhängen im Hinblick auf das Vertrauen in Nachrichten im Allgemeinen und das Vertrauen in die genutzten Nachrichten nur gering.

Das Vertrauen, das den Nachrichten im Allgemeinen sowie den regelmäßig genutzten Nachrichten geschenkt wird, unterscheidet sich deutlich zwischen den untersuchten Ländern und hat sich dort im Zeitverlauf zudem sehr unterschiedlich entwickelt. Im Ländervergleich steht Deutschland gut da, jedoch zeichnet sich hierzulande langfristig ein sinkendes Vertrauen in die Nachrichten ab, welches möglicherweise auch vor dem Hintergrund der zunehmenden Nachrichtenmüdigkeit zu bewerten ist. Weitere potenzielle Einflussfaktoren auf das Nachrichtenvertrauen in den Ländern sind die jeweiligen länderspezifischen politischen Gegebenheiten sowie die Eigenschaften des Mediensystems (z. B. politische Polarisierung, Grad der Pressefreiheit). Umso bemerkenswerter ist die Beobachtung, dass die Corona-Pandemie und die damit verbundene Wertschätzung der Nachrichtenmedien durch weite Teile der Bevölkerung in den meisten Ländern einen vertrauensstiftenden Effekt hatte (siehe auch Newman et al., 2021). Das in dieser Studie untersuchte Nachrichtenvertrauen kann somit als ein subjektiver Indikator dafür gewertet werden, wie die Qualität der etablierten Nachrichtenmedien im eigenen Land vom Durchschnitt der Bevölkerung wahrgenommen wird und welche gesellschaftliche Bedeutung diesen tendenziell beigemessen wird.

Insgesamt haben die individuellen Faktoren Alter, Geschlecht, Bildung und politische Orientierung nur einen geringen Einfluss auf das Nachrichtenvertrauen. Es wird jedoch deutlich, dass sich das Vertrauen in keinem der untersuchten Länder so stark zwischen den Altersgruppen unterscheidet wie in Deutschland, wobei die Digital Natives den Nachrichten signifikant weniger Vertrauen schenken als Internetnutzer:innen im Alter ab 55 Jahren. Auch wenn aufgrund des Querschnittsdesigns der Studie nicht beantwortet werden kann, ob die Altersunterschiede auf einen Alters- oder Generationeneffekt zurückgeführt werden können, verweisen sie doch auf die wichtige Rolle der Erfahrungen, die Menschen im Laufe ihres Lebens mit der Nachrichtenberichterstattung in Deutschland machen. Ein besonderes Augenmerk der Studie lag dabei auf der Nutzung digitaler Nachrichtenquellen. Erfolgt der Zugang zu Online-Nachrichten ausschließlich über Algorithmen vermittelte Kanäle wie soziale Medien oder Suchmaschinen, geht dies tendenziell mit einer skeptischen Haltung gegenüber den Nachrichten einher. Ein geringes Nachrichtenvertrauen ist jedoch besonders unter denjenigen zu finden, die Nachrichten hauptsächlich oder gar ausschließlich in sozialen Medien erhalten. Das gilt nicht nur für das Vertrauen in Nachrichten im Allgemeinen, sondern auch für das Vertrauen in die regelmäßig genutzten Nachrichten. In der



Studie kann leider nicht erfasst werden, welche konkreten Nachrichteninhalte in sozialen Medien empfangen und genutzt werden. Dennoch deuten die Ergebnisse darauf hin, dass Menschen, die von aktuellen Ereignissen ausschließlich in den sozialen Medien erfahren, vermutlich andere Erfahrungen mit Nachrichteninhalten machen als Menschen, die sich darüber hinaus noch auf anderen Kanälen informieren. Zwar stellen soziale Medien nur für einen Bruchteil der Bevölkerung die einzig genutzte Nachrichtenquelle dar (6 %); in der jüngsten Altersgruppe der 18- bis 24-Jährigen ist dieser Anteil mit 15 Prozent jedoch am größten.

Für das Nachrichtenvertrauen ist somit nicht entscheidend, ob eine Person ein Angebot regelmäßig nutzt, sondern welche Bedeutung dieses im Vergleich zu anderen Quellen in ihrem individuellen Nachrichtenrepertoire einnimmt. Hierbei gilt die Devise: Die Mischung macht's. So deuten die Studienergebnisse darauf hin, dass Menschen, deren individuelles Nachrichtenrepertoire aus verschiedenen Nachrichtenangeboten und Zugangswegen besteht – was für die Mehrheit der erwachsenen Internetnutzenden in Deutschland der Fall ist – tendenziell ein höheres Nachrichtenvertrauen haben als jene, die nur eine einzige oder gar keine der genannten Nachrichtenquellen innerhalb einer Woche genutzt haben. Umgekehrt gilt: Menschen, die dem Großteil der Nachrichten in der Regel vertrauen, nutzen mit höherer Wahrscheinlichkeit eine Vielzahl an verschiedenen Nachrichtenangeboten und digitalen Zugangswegen. Indem sie Informationen aus verschiedenen Quellen gegenüberstellen können, sind sie vermutlich auch besser gegenüber Desinformation gewappnet.

Auf der Ebene konkreter Nachrichtenmarken (z. B. tagesschau, RTL aktuell, Bild) zeigt sich ebenfalls, dass die Nutzung einer Quelle mit einem signifikant höheren Vertrauen in diese Quelle verbunden ist. Allerdings bringen Menschen den Inhalten einer Nachrichtenquelle nicht automatisch ein uneingeschränktes Vertrauen entgegen, wenn sie diese regelmäßig nutzen. Schließlich ist der Zusammenhang zwischen Nachrichtenvertrauen und Nachrichtennutzung keine Kausalfrage, weil Nachrichten aus ganz verschiedenen Gründen genutzt werden, etwa um sich die Zeit zu vertreiben, mitreden zu können, sich mit gegenteiligen Meinungen und Weltvorstellungen auseinanderzusetzen oder schlichtweg aus Gewohnheit. Insgesamt lässt sich aus den Ergebnissen jedoch ableiten, dass sich ein sinkendes Nachrichtenvertrauen auf lange Sicht in geringeren Reichweiten von Nachrichten niederschlagen kann und vice versa. Damit steigen Risiken der Desinformation und kollektives Handeln, welches informierte Bürger:innen voraussetzt, wird erschwert.

In der Konsequenz ist die gesamte Gesellschaft gefordert, wenn es darum geht, das Nachrichtenvertrauen der Bevölkerung zu bewahren bzw. zurückzugewinnen. Dabei ist zu berücksichtigen, dass das Nachrichtenvertrauen ein vielschichtiges Phänomen ist, dass sich auf die Nachrichtenmedien im eigenen Land, die genutzten Nachrichten, einzelne Themenfelder oder Nachrichtenmarken beziehen kann. So genießen Nachrichtenmarken mit einer hohen Reputation und langen Tradition in der linearen Medienwelt (z. B. die ARD Tagesschau) tendenziell ein höheres Vertrauen als „neuere“ Online-Only-Anbieter, die ihren Schwerpunkt in den sozialen Medien haben. Dies verweist darauf, dass sich das Vertrauen über die Zeit hinweg entwickeln und vom Publikum verdient werden muss. Eine Herausforderung für die Zukunft besteht folglich darin, vertrauensstiftende Praktiken auch ins Digitale zu überführen, wobei der Spielraum der Nachrichtenanbieter angesichts der vielfältigen Vorlieben und Nutzungsgewohnheiten des Publikums



möglicherweise begrenzt ist. Vor dem Hintergrund der theoretischen Definition des Nachrichtenvertrauens anhand traditionell journalistischer Qualitätskriterien (Kapitel 2.1.) ist vor allem zu betonen, dass sich das Vertrauen der Nutzenden durch gut recherchierten, ausgewogenen Qualitätsjournalismus erarbeitet werden muss. Dies setzt einen breiten gesellschaftlichen Diskurs über die Erwartungen an die Nachrichtenmedien sowie deren gesellschaftliche Funktion voraus.

Mit Blick auf die erwähnten Altersunterschiede im Nachrichtenvertrauen gilt es darüber hinaus, die besonderen Informationsbedürfnisse junger Menschen zu berücksichtigen (vgl. hierzu Wunderlich & Hölig, 2023). Hierzu zählen beispielsweise die verständliche Aufbereitung von Inhalten, die Einbindung verschiedener Perspektiven und Meinungen oder das Experimentieren mit verschiedenen Darstellungsweisen. Ein weiterer Ansatz könnte sein, nicht nur das Vertrauen in das Endprodukt (Nachrichteninhalte), sondern auch das Vertrauen in den journalistischen Prozess in den Blick zu nehmen, indem journalistische Qualitätsstandards und Arbeitsweisen nähergebracht werden, sei es durch konkrete, ergänzende Angebote zur Nachrichtenberichterstattung oder durch Bildungsprojekte in Schulen.

Doch auch der bzw. die einzelne Bürger:in ist gefragt, ihr bzw. sein persönliches Nachrichtennutzungsverhalten zu hinterfragen und eine kritische und differenziertere Haltung gegenüber Nachrichten zu entwickeln. Die entscheidende Grundlage hierfür ist die Etablierung vielfältiger, langfristig vertrauensstiftender Nutzungsroutinen, anstatt sich ausschließlich darauf zu verlassen, wichtige Informationen automatisch in sozialen Medien zu erhalten. Dies beinhaltet auch die Bereitschaft, für qualitativ hochwertigen Journalismus (im Internet) zu bezahlen und damit die Arbeitsbedingungen von Journalist:innen zu verbessern. Aus einer breiteren Perspektive steht die gesamte Gesellschaft in der Verantwortung, das Interesse an Nachrichten und Politik zu fördern, was auf die enorme Wichtigkeit der politischen Bildung in Erziehung und Schule verweist. Darüber hinaus gilt es weiterhin zu gewährleisten, dass durch faire Löhne sowie die vehemente Verteidigung der Pressefreiheit angemessene Rahmenbedingungen für die journalistische Arbeit geschaffen werden. Da das Nachrichtenvertrauen vermutlich eng mit der Wahrnehmung von Politik zusammenhängt, ist zudem eine geringe politische Polarisierung sowie ein hoher gesellschaftlicher Zusammenhalt wünschenswert.

Aus der Perspektive der Wissenschaft besteht weiterer Forschungsbedarf hinsichtlich der Frage, ob ein geringes Vertrauen in Nachrichten mit einer mangelnden Medienkompetenz gleichzusetzen ist oder ob (bzw. unter welchen Bedingungen) es als gesunde Skepsis interpretiert werden kann. Dies gilt auch im Zusammenhang mit denjenigen Befragten, die sich bei der Frage nach ihrem Vertrauen in Nachrichten nicht eindeutig positionierten („stimme weder zu noch nicht zu“). Besonders mit Blick auf die Etablierung generativer KI wie ChatGPT erscheint es umso wichtiger, dass online verbreitete Informationen nicht einfach unkritisch von den Nutzer:innen übernommen werden, wobei allerdings noch wenig über die Nutzung und Akzeptanz derartiger Systeme im Kontext von Nachrichten und politischen Informationen bekannt ist. Zu guter Letzt bieten die Befunde zum Zusammenhang zwischen Nachrichtenvertrauen und -nutzung, insbesondere im Hinblick auf das geringe Nachrichtenvertrauen unter Personen mit einem weniger breiten bzw. schwach ausgeprägten Nachrichtenrepertoire, weitere Anknüpfungspunkte für zukünftige Forschung zu den Ursachen und Folgen von Nachrichtenvermeidung.



Quellenverzeichnis

- Abdenour, J., McIntyre, K., & Dahmen, N. S. (2021). Seeing Eye to Eye: A Comparison of Audiences' and Journalists' Perceptions of Professional Roles and How They Relate to Trust. *Journalism Practice*, 15(3), 329–347. doi: 10.1080/17512786.2020.1716828.
- Aswestopoulos, W. (2020, Juni 16). Griechenland: Die Spur des Geldes. *Telepolis*. <https://www.telepolis.de/features/Griechenland-Die-Spur-des-Geldes-4782879.html> [15.01.2024]
- Aswestopoulos, W. (2021, Oktober 3). Griechenland: Orbanisierung der Presse. *Telepolis*. <https://www.telepolis.de/features/Griechenland-Orbanisierung-der-Presse-6206875.html> [15.01.2024]
- Bali, K. (2021, Dezember 1). Griechenland: Impfpflicht für Ü60. *Deutsche Welle*. <https://www.dw.com/de/griechenland-impfpflicht-für-ü60/a-59984556> [15.01.2024]
- Behre, J., Hölig, S., & Möller, J. (2023). *Reuters Institute Digital News Report 2023: Ergebnisse für Deutschland*. Hamburg: Verlag Hans-Bredow-Institut, Juni 2023 (Arbeitspapiere des Hans-Bredow-Instituts | Projektergebnisse Nr. 67) doi: 10.21241/SSOAR.86851
- Bigalke, S. (2015, Mai 26). Nato-Manöver: Schweden und Finnland üben den Ernstfall. *Süddeutsche Zeitung*. <https://www.sueddeutsche.de/politik/nato-manoever-schweden-und-finnland-ueben-den-ernstfall-1.2494604> [15.01.2024]
- Blöbaum, B. (2018). Bezugspunkte von Medienvertrauen: Ergebnisse einer explorativen Studie. *Media Perspektiven*, 12, 601–607.
- Blöbaum, B., Hanitzsch, T., & Badura, L. (2020). Medienskepsis in Deutschland: Zur Einführung. In B. Blöbaum, T. Hanitzsch, & L. Badura (Hrsg.), *Medienskepsis in Deutschland: Ursachen, Ausprägungen und Konsequenzen* (S. 1–28). Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden.
- Bosse, U. (2015, Mai 28). Finnland: Neue Regierung unter Beteiligung der Rechtspopulisten steht. *Deutschlandfunk*. <https://www.deutschlandfunk.de/finnland-neue-regierung-unter-beteiligung-der-100.html> [15.01.2024]
- bpb (2018, Januar 29). Präsidentschaftswahl in Finnland. *bpb*. <https://www.bpb.de/kurz-knapp/hintergrund-aktuell/263619/praesidentschaftswahl-in-finnland/> [15.01.2024]
- Breitschuh, A. (2015, September 22). Finnland: Auf dem Weg zum Armenhaus des Nordens? *Deutschlandfunk*. <https://www.deutschlandfunk.de/finnland-auf-dem-weg-zum-armenhaus-des-nordens-102.html> [15.01.2024]
- Brest, A., & Cordonier, L. (2023). Does Exposure to Online News Media Depend on Individuals' Political Attitudes and Trust in These Media? A Comparison Between Declarative and Behavioral Data. *Mass Communication and Society*, 1–30. <https://doi.org/10.1080/15205436.2023.2186246>
- Denkler, T. (2017, April 29). 100 Tage Trump: 100 Tage Wahnsinn. *Süddeutsche Zeitung*. <https://www.sueddeutsche.de/politik/100-tage-trump-100-tage-wahnsinn-1.3482642> [15.01.2024]
- Der Spiegel (2019, Dezember 10). Finnlands Regierung: Fünf Frauen an der Spitze. *Der Spiegel*. <https://www.spiegel.de/fotostrecke/finnland-fuenf-frauen-an-der-spitze-fotostrecke-171957.html> [15.01.2024]
- Deutsche Welle (2021, August 30). Gewalt bei Impfgegner-Demos in Griechenland. *Deutsche Welle*. <https://www.dw.com/de/gewalt-bei-impfgegner-demos-in-griechenland/a-59022214> [15.01.2024]
- Deutschlandfunk (2022, September 26). Wahl in Italien: Rechtsbündnis von Giorgia Meloni triumphiert. *Deutschlandfunk*. <https://www.deutschlandfunk.de/italienwahl-104.html> [15.01.2024]
- Dick, W. (2015, Oktober 10). Hat Deutschland eine „Lügenpresse“? *Deutsche Welle*. <https://www.dw.com/de/hat-deutschland-eine-luegenpresse/a-18815495> [15.01.2024]
- Diekmann, F. (2016, März 10). OECD-Bericht: So muss die Armut in Griechenland bekämpft werden – jetzt. *Der Spiegel*. <https://www.spiegel.de/wirtschaft/soziales/griechenland-oecd-fordert-kampf-gegen-armut-und-ungleichheit-a-1081580.html> [15.01.2024]
- Dreyer, M., & Wachenfeld-Schell, A. (2017). Datenqualität von Online-Panels. In: Theobald, A. (Hrsg.) *Praxis Online-Marktforschung* (S. 215–226). Wiesbaden: Springer. doi: 10.1007/978-3-658-10203-6
- Edgerly, S., & Vraga, E. K. (2020). Deciding What's News: News-ness As an Audience Concept for the Hybrid Media Environment. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 97(2), 416–434. doi: 10.1177/1077699020916808.
- Engelke, K. M. (2018). *Die journalistische Darstellung von Vertrauen, Misstrauen und Vertrauensproblemen im Kontext der Digitalisierung: Theoretische Entwicklung und empirische Erfassung von Vertrauensdimensions-Frames*. Baden-Baden: Nomos.
- Fichtner, U. (2018, Dezember 19.). Manipulation durch Reporter: SPIEGEL legt Betrugsfall im eigenen Haus offen. *Der Spiegel*. <https://www.spiegel.de/kultur/gesellschaft/fall-claas-relotius-spiegel-legt-betrug-im-eigenen-haus-offen-a-1244579.html> [15.01.2024]
- Fletcher, R., & Park, S. (2017). The Impact of Trust in the News Media on Online News Consumption and Participation. *Digital Journalism*, 5(10), 1281–1299. doi: 10.1080/21670811.2017.1279979.



- Geers, T., & Lehmann, M. (2018, August 16). EU-Hilfsprogramm endet: Von deutscher Strenge und griechischem Leid. *Deutschlandfunk*. <https://www.deutschlandfunk.de/eu-hilfsprogramm-endet-von-deutscher-strenge-und-100.html> [15.01.2024]
- Gensing, P. (2020, September 10). Trump und die Pandemie: Relativieren und verwirren. *Tagesschau*. <https://www.tagesschau.de/faktenfinder/trump-corona-121.html> [15.01.2024]
- Grieß, T. (2022, Juli 7). Regierungskrise in Italien: Politologe: „Draghi war so etwas wie die letzte Rettung Italiens“. *Deutschlandfunk*. <https://www.deutschlandfunk.de/mario-draghi-ruecktritt-italien-krise-regierung-100.html> [15.01.2024]
- Hanitzsch, T., Ahva, L., Alonso, M. O., Arroyave, J., Hermans, L., Hovden, J. F., Hughes, S., Josephi, B., Ramaprasad, J., Shapiro, I., & Vos, T. P. (2019). Journalistic Culture in a Global Context: A Conceptual Roadmap. In T. Hanitzsch, F. Hanusch, J. Ramaprasad, & A. De Beer (Hrsg.), *Worlds of Journalism* (S. 23–46). Columbia University Press. doi: 10.7312/hani18642-003
- Hanitzsch, T., Van Dalen, A., & Steindl, N. (2018). Caught in the Nexus: A Comparative and Longitudinal Analysis of Public Trust in the Press. *The International Journal of Press/Politics*, 23(1), 3–23. doi: 10.1177/1940161217740695.
- Hasebrink, U., & Domeyer, H. (2012). Media repertoires as patterns of behaviour and as meaningful practices: A multi-method approach to media use in converging media environments. *Participations. Journal of Audience & Reception Studies*, 9(2), 757–779.
- Hasebrink, U., & Hölig, S. (2019). Nachrichteninteresse und Nachrichtennutzung in der digitalen Medienumgebung. In die medienanstalten – ALM GbR (Hrsg.), *Vielfaltsbericht 2019 der Medienanstalten* (S. 60–73).
- Hasebrink, U., & Hölig, S. (2020). Audience-Based Indicators for News Media Performance: A Conceptual Framework and Findings from Germany. *Media and Communication*, 8(3), 293–303. doi: 10.17645/mac.v8i3.3191.
- Hasebrink, U., & Popp, J. (2006). Media repertoires as a result of selective media use. A conceptual approach to the analysis of patterns of exposure. *Communications*, 31(3), 369–387. Doi: 10.1515/COMMUN.2006.023.
- Hasebrink, U., Hölig, S., & Wunderlich, L. (2021). *#UseTheNews: Studie zur Nachrichtenkompetenz Jugendlicher und junger Erwachsener in der digitalen Medienwelt*. Hamburg: Leibniz-Institut für Medienforschung | Hans-Bredow-Institut (HBI), (Arbeitspapiere des Hans-Bredow-Instituts, 55). doi: 10.21241/ssoar.72822.
- Hoffmann, K. (2015, März 24). Rom fordert eine internationale Flüchtlingspolitik. *Deutschlandfunk*. <https://www.deutschlandfunk.de/italien-rom-fordert-eine-internationale-fluechtlingspolitik-100.html> [15.01.2024]
- Höhler, G. (2020, April 22). Coronavirus: Die Stunde des Sotiris Tsiodras. *Zeit Online*. <https://www.zeit.de/politik/ausland/2020-04/coronavirus-griechenland-sotiris-tsiodras-kyriakos-mitsotakis-krisenmanagement> [15.01.2024]
- Hölig, S., Hasebrink, U., Behre, J. (2021): *Reuters Institute Digital News Report 2021: Ergebnisse für Deutschland*. Hamburg: Leibniz-Institut für Medienforschung | Hans-Bredow-Institut (HBI), Juni 2021 (Arbeitspapiere des Hans-Bredow-Instituts Nr. 58). doi: 10.21241/ssoar.73637
- Höppner, S. (2020, November 19). Corona: Vorreiter Finnland. *Deutsche Welle*. <https://www.dw.com/de/warum-finnland-die-corona-krise-gut-meistert/a-55655903> [15.01.2024]
- Jackob, N., Schultz, T., Ziegele, M., Schemer, C., & Quiring, O. (2017). Medienezyniker und Medienfans. Merkmale eines gespaltenen Publikums. In M. Haller (Hrsg.), *Öffentliches Vertrauen in der Mediengesellschaft* (S. 118–138). Köln: Herbert von Halem Verlag.
- Jakobsson, P., & Stiernstedt, F. (2023). Trust and the Media: Arguments for the (Irr)levance of a Concept. *Journalism Studies*, 24(4), 479–495. doi: 10.1080/1461670X.2023.2169191
- Kalogeropoulos, A., Suiter, J., Udris, L., & Eisenegger, M. (2019). News Media Trust and News Consumption: Factors Related to Trust in News in 35 Countries. *International Journal of Communication*, 13, 3672–3693.
- Kohring, M. (2001). *Vertrauen in Medien—Vertrauen in Technologie*. Akademie für Technikfolgenabschätzung in Baden-Württemberg. doi: 10.18419/opus-8677.
- Kohring, M. (2004). *Vertrauen in Journalismus. Theorie und Empirie*. Konstanz: UVK.
- Kohring, M., & Matthes, J. (2004). Revision und Validierung einer Skala zur Erfassung von Vertrauen in Journalismus. *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 52(3), 377–385. doi: 10.5771/1615-634x-2004-3-377
- Kronthaler, R. (2022, Oktober 22). Rechtsbündnis in Italien: Meloni als Regierungschefin vereidigt. *Tagesschau*. <https://www.tagesschau.de/ausland/italien-regierung-vereidigt-101.html> [15.01.2024]
- Kühn, A. & Rainer, A. (2023, Januar 06). In aller Feindschaft: Wie sich die ARD an der Schlesinger-Affäre aufreißt. *Der Spiegel*. <https://www.spiegel.de/wirtschaft/unternehmen/ard-nach-ffaere-um-patricia-schlesinger-in-aller-feindschaft-a-93315ea9-4b55-49b8-a549-e6a59f4130f9> [15.01.2024]
- Kümpel, A. S. (2020). Nebenbei, mobil und ohne Ziel? Eine Mehrmethodenstudie zu Nachrichtennutzung und -verständnis von jungen Erwachsenen. *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 68(1–2), 11–31. doi: 10.5771/1615-634X-2020-1-2-11.
- Ladurner, U. (2019, August 9). Italien: Matteo Salvini ist kaum noch aufzuhalten. *Zeit Online*. <https://www.zeit.de/politik/ausland/2019-08/italien-matteo-salvini-lega-regierung-koalition-fuenf-sterne> [15.01.2024]





- Lee, T.-T. (2010). Why They Don't Trust the Media: An Examination of Factors Predicting Trust. *American Behavioral Scientist*, 54(1), 8–21. doi: 10.1177/0002764210376308.
- Liljeberg, H., & Krambeer, S. (2012). *Bevölkerungsrepräsentative Onlinebefragungen. Die Entdeckung des „Schwarzen Schimmel“? Planung und Analyse (Sonderdruck: Online, social, mobile: What's next?)*, 1–6.
- Lüdke, S. (2022, Dezember 11). Korruptionsaffäre um EU-Parlamentsvize Eva Kaili: Vier Haftbefehle, Säcke voller Geld und ein böser Verdacht. *Der Spiegel*. <https://www.spiegel.de/ausland/verdacht-der-bestechung-durch-katar-um-wen-es-in-der-eu-korruptionsaffaere-geht-a-7082fdb3-9a9b-42e4-97e4-94f69ddd5eca> [15.01.2024]
- Markwardt, N. (2017, September 13). AfD: Eine hysterische Bewegung. *Zeit Online*. <https://www.zeit.de/kultur/2017-09/afd-wahlkampf-alice-weidel-beatrix-von-storch-rassismus-umgang> [15.01.2024]
- Mayer, R. C., Davis, J. H., & Schoorman, F. D. (1995). An Integrative Model Of Organizational Trust. *Academy of Management Review*, 20(3), 709–734. doi: 10.5465/amr.1995.9508080335
- Meiler, O. (2018, Juni 1). Regierungsbildung in Italien: Populisten an der Macht. *Süddeutsche Zeitung*. <https://www.sueddeutsche.de/politik/italien-regierung-populisten-1.3998193> [15.01.2024]
- Nelson, J. L., & Kim, S. J. (2021). Improve Trust, Increase Loyalty? Analyzing the Relationship Between News Credibility and Consumption. *Journalism Practice*, 15(3), 348–365. doi: 10.1080/17512786.2020.1719874
- Newman, N., Fletcher, R., Eddy, K., Robertson, C. T. & Nielsen, R. K. (2023). Reuters Institute Digital News Report 2023. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism.
- Newman, N., Fletcher, R., Kalogeropoulos, A., Levy, D., & Nielsen, R. K. (2017). Reuters Institute Digital News Report 2017. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism.
- Newman, N., Fletcher, R., Kalogeropoulos, A., Levy, D., & Nielsen, R. K. (2018). Reuters Institute Digital News Report 2018. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism.
- Newman, N., Fletcher, R., Kalogeropoulos, A., Levy, D., & Nielsen, R. K. (2019). Reuters Institute Digital News Report 2019. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism.
- Newman, N., Fletcher, R., Levy, D., & Nielsen, R. K. (2016). Reuters Institute Digital News Report 2016. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism.
- Newman, N., Fletcher, R., Robertson, C. T., Eddy, K. & Nielsen, R. K. (2022). Reuters Institute Digital News Report 2022. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism.
- Newman, N., Fletcher, R., Schulz, A., Andi, S., Robertson, C. T. & Nielsen, R. K. (2021). Reuters Institute Digital News Report 2021: 10th Edition. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism.
- Newman, N., Levy, D., & Nielsen, R. K. (2015). Reuters Institute Digital News Report 2015: Tracking the future of news. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism.
- Osterloh, M., & Weibel, A. (2006). *Investition Vertrauen: Prozesse der Vertrauensentwicklung in Organisationen*. Wiesbaden: Gabler.
- Papadimitriou, J. (2018, Dezember 18). „Es war ein krimineller Akt“. *Deutsche Welle*. https://www.dw.com/de/mit-sprengstoff-gegen-unbequeme-journalisten/a-46793604?maca=de-VEU_Focus-Artikel_DE_Europa-29099-xml-media [15.01.2024]
- Prochazka, F. (2020). *Vertrauen in Journalismus unter Online-Bedingungen: Zum Einfluss von Personenmerkmalen, Qualitätswahrnehmungen und Nachrichtennutzung*. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden.
- Rech, D. (2023, November 30). Wie gefährlich sind Deepfakes? *Zeit Online*. <https://www.zeit.de/digital/2023-11/deepfakes-kuenstliche-intelligenz-erkennung-deepnudes-faq> [15.01.2024]
- Reinemann, C. & Fawzi, N. (2016, Januar 24). Analyse von Langzeitdaten: Eine vergebliche Suche nach der Lügenpresse. *Tagesspiegel*. <https://www.tagesspiegel.de/politik/analyse-von-langzeitdaten-eine-vergebliche-suche-nach-der-luegenpresse/12870672.html> [15.01.2024]
- Reporter ohne Grenzen (2022). Rangliste der Pressefreiheit 2022: Nahaufnahme Deutschland. *Reporter ohne Grenzen*. https://www.reporter-ohne-grenzen.de/fileadmin/Redaktion/Downloads/Ranglisten/Rangliste_2022/RSF_Nahaufnahme_Deutschland_2022.pdf [15.01.2024]
- Reporter ohne Grenzen (2023). Rangliste der Pressefreiheit: Weltweite Entwicklungen im Überblick. *Reporter ohne Grenzen*. <https://www.reporter-ohne-grenzen.de/rangliste/rangliste-2023-ueberblick> [15.01.2024]
- Reuning, A. (2020, März 24). Coronavirus: Warum ist die Sterberate in Italien so hoch? *Deutschlandfunk*. <https://www.deutschlandfunk.de/coronavirus-warum-ist-die-sterberate-in-italien-so-hoch-100.html> [15.01.2024]
- Ripperger, A.-L. (2018, März 3). Italien will neue Lösungen für alte Probleme. *Frankfurter Allgemeine Zeitung*. <https://www.faz.net/aktuell/politik/wahlanalyse-italien-will-neue-loesungen-fuer-alte-probleme-15479730.html> [15.01.2024]
- Schlamp, H.-J. (2015, April 5). Italiens Anti-Korruptionsgesetz: Bestechend ehrlich. *Der Spiegel*. <https://www.spiegel.de/politik/ausland/korruption-italiener-halten-italien-fuer-europameister-a-1026617.html> [15.01.2024]
- Schlötzer, C. (2019, Juli 8). Machtwechsel in Athen: Konservative siegen in Griechenland. *Süddeutsche Zeitung*. <https://www.sueddeutsche.de/politik/griechenland-wahlen-1.4514604> [15.01.2024]





- Schmiester, C. (2017, Juni 15). Regierungskrise in Finnland: Rechtsaußen verliert Machtpoker. *Deutschlandfunk*. <https://www.deutschlandfunk.de/regierungskrise-in-finnland-rechtsaussen-verliert-machtpoker-100.html> [15.01.2024]
- Schultz, T., Jakob, N., Ziegele, M., Quiring, O., & Schemer, C. (2017). Erosion des Vertrauens zwischen Medien und Publikum? Ergebnisse einer repräsentativen Bevölkerungsumfrage. *Media Perspektiven*, 5, 246–259.
- Schultz, V. T., Ziegele, M., Jakob, N., Viehmann, C., Jakobs, I., Fawzi, N., Quiring, O., Schemer, C., & Stegmann, D. (2023). Medienvertrauen nach Pandemie und „Zeitenwende“. *Media Perspektiven*, 8, 1–17.
- Schwarzenegger, C. (2020). Personal epistemologies of the media: Selective criticality, pragmatic trust, and competence–confidence in navigating media repertoires in the digital age. *New Media & Society*, 22(2), 361–377. doi: 10.1177/1461444819856919.
- Schweiger, W. (2007). *Theorien der Mediennutzung: Eine Einführung*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Schweiger, W. (2017). *Der (des)informierte Bürger im Netz: Wie soziale Medien die Meinungsbildung verändern*. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden.
- Schweiger, W., Weber, P., Prochazka, F., & Brückner, L. (2019). *Algorithmisch personalisierte Nachrichtenkanäle: Begriffe, Nutzung, Wirkung*. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden.
- Seisselberg, J. (2020, April 27). Corona-Auflagen gelockert: Italiens vorsichtiger Exit-Fahrplan. *Tagesschau*. <https://www.tagesschau.de/ausland/corona-italien-lockerung-101.html> [15.01.2024]
- Seralidou, R. (2017, Mai 18). Griechenlands neues Sparpaket: Kurzfristige Erfolge, langfristige Nöte. *Deutschlandfunk*. <https://www.deutschlandfunk.de/griechenlands-neues-sparpaket-kurzfristige-erfolge-100.html> [15.01.2024]
- Strömbäck, J., Tsifti, Y., Boomgaarden, H., Damstra, A., Lindgren, E., Vliegenthart, R., & Lindholm, T. (2020). News media trust and its impact on media use: Toward a framework for future research. *Annals of the International Communication Association*, 44(2), 139–156. doi: 10.1080/23808985.2020.1755338.
- Süddeutsche Zeitung (2022, September 26). Rechtsruck: Meloni verspricht Italien „Würde und Stolz“. *Süddeutsche Zeitung*. <https://www.sueddeutsche.de/politik/wahlen-rechtsruck-meloni-verspricht-italien-wuerde-und-stolz-dpa.urn-newsml-dpa-com-20090101-220925-99-896237> [15.01.2024]
- Suiter, J., & Fletcher, R. (2020). Polarization and partisanship: Key drivers of distrust in media old and new? *European Journal of Communication*, 35(5), 484–501. <https://doi.org/10.1177/0267323120903685>
- Swart, J., & Broersma, M. (2022). The Trust Gap: Young People’s Tactics for Assessing the Reliability of Political News. *The International Journal of Press/Politics*, 27(2), 396–416. doi: 10.1177/19401612211006696
- Taneja, H., & Yaeger, K. (2019). Do People Consume the News they Trust? *Proceedings of the 2019 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems – CHI ’19*, 1–10. doi: 10.1145/3290605.3300770.
- Toff, B., Badrinathan, S., Mont’Alverne, C., Ross Arguedas, A., Fletcher, R., & Nielsen, R. K. (2020). *What We Think We Know and What We Want to Know: Perspectives on Trust in News in a Changing World*. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism. https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2020-12/Toff_et_al_Perspectives_on_Trust_in_News_FINAL.pdf [15.01.2024]
- Toff, B., Badrinathan, S., Mont’Alverne, C., Ross Arguedas, A., Fletcher, R., & Nielsen, R. K. (2021a). *Overcoming indifference: What attitudes towards news tell us about building trust*. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2021-09/Toff%20et%20al%20-%20Overcoming%20Indifference%20FINAL.pdf> [15.01.2024]
- Toff, B., Badrinathan, S., Mont’Alverne, C., Ross Arguedas, A., Fletcher, R., & Nielsen, R. K. (2021b). *Listening to what trust in news means to users: Qualitative evidence from four countries*. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism. https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2021-04/Toff_et_al_Listening_to_What_Trust_in_News_Means_to_Users_FINAL.pdf [15.01.2024]
- Trimborn, M. (2016, Januar 13). Dein Nachbar, der hilfsbereite Rassist: Bürgerwehren in Finnland. *Der Spiegel*. <https://www.spiegel.de/politik/ausland/finnland-dein-nachbar-der-hilfsbereite-rassist-a-1071385.html> [15.01.2024]
- Tsfati, Y., & Ariely, G. (2014). Individual and Contextual Correlates of Trust in Media Across 44 Countries. *Communication Research*, 41(6), 760–782. doi: 10.1177/0093650213485972.
- Tsfati, Y., & Cappella, J. N. (2003). Do People Watch what they Do Not Trust? Exploring the Association between News Media Skepticism and Exposure. *Communication Research*, 30(5), 504–529. doi: 10.1177/0093650203253371.
- Tsfati, Y., & Cappella, J. N. (2005). Why Do People Watch News They Do Not Trust? The Need for Cognition as a Moderator in the Association Between News Media Skepticism and Exposure. *Media Psychology*, 7(3), 251–271. doi: 10.1207/S1532785XMEP0703_2.
- Wagner, M. C., & Boczkowski, P. J. (2019). The Reception of Fake News: The Interpretations and Practices That Shape the Consumption of Perceived Misinformation. *Digital Journalism*, 7(7), 870–885. doi: 10.1080/21670811.2019.1653208.
- Wunderlich, L., & Hölzig, S. (2023). „Verständlicher, nicht so politisch“—Einblicke in die Bedürfnisse und Nutzungspraktiken gering informationsorientierter junger Menschen. Hamburg: Verlag Hans-Bredow-Institut, Oktober 2023 (Arbeitspapiere des Hans-Bredow-Instituts Nr.69). <https://doi.org/10.21241/SSOAR.90067>





- Zeit Online (2018, Dezember 18). Forscher weisen Russland Einmischung in US-Wahlkampf nach. *Zeit Online*.
<https://www.zeit.de/politik/ausland/2018-12/us-wahl-2016-russland-einmischung-soziale-medien> [15.01.2024]
- Zeit Online (2019, September 5). Regierungskoalition: Neue Regierung in Italien vereidigt. *Zeit Online*.
<https://www.zeit.de/politik/ausland/2019-09/regierungskoalition-italien-fuenf-sterne-bewegung-sozialdemokraten-vereidigung> [15.01.2024]
- Zick, T. (2022, November 7). Griechenland: Abhörskandal weitet sich aus. *Süddeutsche Zeitung*. <https://www.sueddeutsche.de/politik/griechenland-abhoerskandal-mitsotakis-1.5688715> [15.01.2024]
- Ziegele, M., Schultz, T., Jakob, N., Granow, V., Quiring, O., & Schemer, C. (2018). Mainzer Langzeitstudie „Medienvertrauen“: Lügenpresse-Hysterie ebbt ab. *Media Perspektiven*, 4, 150–162.





Abbildungs- und Tabellenverzeichnis

Abbildung 1:	Vertrauen in Nachrichten im Allgemeinen und in die genutzten Nachrichten 2023 (Zustimmung in Prozent).....	18
Abbildung 2:	Vertrauen in Nachrichten im Allgemeinen seit 2015 (Zustimmung in Prozent).....	22
Abbildung 3:	Vertrauen in genutzte Nachrichten seit 2015* (Zustimmung in Prozent).....	23
Abbildung 4:	Vertrauen in Nachrichten im Allgemeinen (nach Alter, Zustimmung in Prozent).....	30
Abbildung 5:	Vertrauen in genutzte Nachrichten (nach Alter, Zustimmung in Prozent).....	31
Abbildung 6:	Vertrauen in Nachrichten im Allgemeinen (nach politischer Orientierung, Zustimmung in Prozent).....	31
Abbildung 7:	Vertrauen in genutzte Nachrichten (nach politischer Orientierung, Zustimmung in Prozent).....	32
Abbildung 8:	Genutzte, wichtigste und einzige Nachrichtenquelle 2023 (nach Alter, in Prozent)	37
Abbildung 9:	Genutzter, wichtigster und einziger Zugangsweg zu Online-Nachrichten 2023 (nach Alter, in Prozent)	39
Abbildung 10:	Zugangsbezogene Nachrichtenrepertoires 2023 (in Prozent)	40
Abbildung 11:	Regelmäßig genutzte Nachrichtenanbieter offline und online 2023 (nach Alter, in Prozent).....	42
Abbildung 12:	Anbieterbezogene Nachrichtenrepertoires 2023 (in Prozent).....	43
Abbildung 13:	Vertrauen in Nachrichten im Allgemeinen nach genutzter, wichtigster und einziger Nachrichtenquelle 2023 (in Prozent).....	45
Abbildung 14:	Vertrauen in genutzte Nachrichten nach genutzter, wichtigster und einziger Nachrichtenquelle 2023 (in Prozent).....	47
Abbildung 15:	Vertrauen in Nachrichten im Allgemeinen nach genutztem, wichtigstem und einzigem Zugangsweg zu Online-Nachrichten 2023 (in Prozent)	47
Abbildung 16:	Vertrauen in genutzte Nachrichten nach genutztem, wichtigstem und einzigem Zugangsweg zu Online-Nachrichten 2023 (in Prozent)	49
Abbildung 17:	Vertrauen in Nachrichten im Allgemeinen nach zugangsbezogenen Nachrichtenrepertoires 2023 (in Prozent).....	50
Abbildung 18:	Vertrauen in genutzte Nachrichten nach zugangsbezogenen Nachrichtenrepertoires 2023 (in Prozent).....	51
Abbildung 19:	Vertrauen in Nachrichten im Allgemeinen nach regelmäßig genutzten Nachrichtenanbietern offline und online 2023 (in Prozent).....	52
Abbildung 20:	Vertrauen in genutzte Nachrichten nach regelmäßig genutzten Nachrichtenanbietern offline und online 2023 (in Prozent).....	53
Abbildung 21:	Vertrauen in Nachrichten im Allgemeinen nach anbieterbezogenen Nachrichtenrepertoires 2023 (in Prozent).....	54
Abbildung 22:	Vertrauen in genutzte Nachrichten nach anbieterbezogenen Nachrichtenrepertoires 2023 (in Prozent).....	55
Abbildung 23:	Vertrauen in Nachrichtenmarken nach Nutzung 2023 (Mittelwerte)	58
Tabelle 1:	Einflussfaktoren auf das Vertrauen in Nachrichten im Allgemeinen.....	34
Tabelle 2:	Einflussfaktoren auf das Vertrauen in genutzte Nachrichten	35

