

1. Die wichtigsten Ergebnisse im Überblick

Nachrichtenquellen

Die beiden meist genannten Nachrichtenquellen sind TV-Nachrichtenprogramme (63,3%; als Hauptnachrichtenquelle: 32%) und Radio-Nachrichtenprogramme (57,3%; als Hauptnachrichtenquelle: 16%). Im Vergleich zu den Vorjahren, lässt sich dieses Jahr ein starker Anstieg bei der Radionutzung erkennen (+11,8 Prozentpunkte allgemein, +4,1 Prozentpunkte bei der Hauptnachrichtenquelle). Ein Anstieg wurde auch bereits in den Radiotest-Erhebungen festgestellt, die DNR-Daten bestätigen diese Entwicklung.

Ein Unterschied lässt sich auch zwischen den verschiedenen Altersgruppen erkennen: während ältere Befragte Nachrichten eher aus traditionellen Nachrichtenquellen konsumieren, geben jüngere Altersgruppen vermehrt soziale Medien als Hauptnachrichtenquelle an (18-24: 68,5%; 25-34: 63,2%).

Regional- und Lokalnachrichten werden von den Befragten gerne genutzt und stellen eine wesentliche Nachrichtenquelle dar, an erster Stelle liegen Regional-/Lokalzeitungen. Hier gab mehr als die Hälfte (54,4%) der Befragten an, in der letzten Woche eine Regional-/Lokalzeitung oder deren Online-Angebot genutzt zu haben.

Nachrichtenaffinität

Bei der Nachrichtenaffinität der Österreicherinnen und Österreicher konnte keine große Veränderung bemerkt werden. Etwa 26 % der Befragten zählen zu den Nachrichten-Enthusiasten. Nachrichten besitzen bei dieser Gruppe einen hohen Stellenwert. Die Anzahl der Schlagzeilen-Folger sinkt dezent: rund 61 % der Befragten zeigen als Schlagzeilen-Folger großes Interesse an Nachrichten und nutzen diese ein bis fünfmal täglich. Als Gelegenheits-Nutzerinnen und Nutzer können – genau wie im Vorjahr – rund 12,5 % der Befragten bezeichnet werden.

Digital gegenüber traditionell

Insgesamt zeigen die Zahlen, dass die digitale Nutzung steigt. Über die Hälfte der Befragten (51,2%) geben an, Nachrichten „gemischt“ zu nutzen. Diese Nutzungsform beinhaltet eine Kombination aus dem Konsum von Online und Offline-Medien, auf verschiedenen Geräten. Die traditionelle Nutzung sinkt, die digitale Nutzung steigt kontinuierlich. Die langfristige Entwicklung hin zu digital bedeutet jedoch nicht, dass traditionelle Quellen obsolet werden. So sieht man etwa auch bei der jüngsten Altersgruppe der 18-24-Jährigen einen Anstieg von 2,7 Prozentpunkten bei der Nutzung traditioneller Medien.

Nachrichtenmarken

Die starke Fernseh- und Radionutzung bei den Nachrichtenquellen zeigt sich auch in den jeweiligen Nachrichtenmarken. Die ersten drei Plätze nehmen die Angebote des ORF ein (ORF Eins, ORF 2, Ö3), die meistgenutzte Nachrichtenquelle für alle Kategorien ist ORF 2. Einen sehr starken Zuwachs verzeichnet Ö3, erhebliche Nutzungsverluste verzeichnen die deutschen öffentlich-rechtlichen Angebote ARD und ZDF. Bei den Privat-TV-Sendern wurde Servus TV im Vergleich zum Vorjahr stärker genutzt, einen leichten Anstieg gab es auch bei Puls 4. Die Programme von ATV wurden etwas weniger genutzt. Neben insgesamt sechs Rundfunk-Nachrichtenmarken befinden sich vor allem auch die drei großen Boulevard-Tageszeitungen in den meistgenutzten Offlinemarken (Kronen Zeitung, Heute, Österreich). Im Onlinebereich verzeichnet wiederum das ORF Network die größte Nutzung, gefolgt von den Angeboten krone.at, GMX und derstandard.at. Letzteres Angebot konnte ebenso wie kurier.at, oe24.at und die Online-Portale der Regionalmedien Austria um mehr als einen Prozentpunkt in der Nutzung dazugewinnen.

Interesse an Nachrichten

Das Nachrichteninteresse in Österreich ist generell immer noch hoch (allgemeines Interesse: 95,2%) und steigt in diesem Jahr auch noch an. Besonders der Wert der „äußerst Interessierten“ ist im Vergleich zum Wert aus dem Vorjahr gestiegen, die Werte zu „sehr“ und „einigermaßen interessiert“ gingen leicht zurück. Vor allem ein Großteil der älteren Befragten (69,3%) weist ein hohes Nachrichteninteresse auf.

Soziale Medien

Soziale Medien werden kontinuierlich relevanter. Österreich schließt damit an den wesentlich ausgeprägteren internationalen Trend an: 11,3% der Befragten benennen soziale Medien als deren Hauptnachrichtenquelle; für die 18-24-Jährigen bilden diese die beliebteste Hauptnachrichtenquelle (36%). Darüber hinaus fungieren Soziale Medien als wichtige Onlinequelle für Nachrichtenartikel und -berichte. 16,6% der Befragten nutzen Soziale Medien, um Nachrichten zu finden und zu konsumieren.

Partizipation

Der passive Nachrichtenkonsum steigt: 51,2 % der Befragten nutzen Nachrichten auf passive Art. Im Vergleich dazu nehmen reaktive und aktive Nutzungsformen ab. Als aktiv Partizipierende können 23,7 % der Befragten bezeichnet werden: sie kommentieren und publizieren Onlineberichte. Das Teilen und Weiterleiten dieser Berichte fällt unter die „reaktive Partizipation“ und wird von beinahe einem Viertel der Österreicherinnen und Österreicher durchgeführt (24,8%). Besonders die jüngeren Altersgruppen handeln aktiv, beziehungsweise reaktiv partizipierend.

Online-Zahlungsbereitschaft

Langsam, aber stetig. Insgesamt lässt sich, wie auch in den Vorjahren, ein Anstieg der Zahlungswilligen verzeichnen; etwa 10,6 % der Befragten geben an, für Online-Nachrichten zu zahlen. Besonders bei den jungen Altersgruppen findet sich eine gesteigerte Zahlungsbereitschaft: hier liegen die Werte über dem Durchschnitt (18-24: 17,7%; 24-35: 14,9%). Die häufigsten Formen für die Bezahlung sind ein digitales Abo mit regelmäßigen Zahlungen (34,7%), sowie die Kombination eines digitalen Zugangs mit einem Print-Abo (33,1%).

Spezifische Aspekte der Nachrichtennutzung

Nachdem das allgemeine Nachrichtenvertrauen seit Beginn der Erhebung 2017 in Österreich kontinuierlich gesunken ist, zeigt sich 2020 erstmals ein leichter Anstieg (+1 Prozentpunkt). Dies kann zum Teil darauf zurückgeführt werden, dass in Nachrichtennutzungsgruppen mit zuvor ausgeprägten Verlusten, wieder mehr Befragte den Nachrichten im Allgemeinen vertrauen. Das Ausgangsniveau wird jedoch noch nicht erreicht. Dieser Trend lässt sich deutlich an der Vertrauensentwicklung politischer Nachrichtennutzungsgruppen nachzeichnen. Nach einem ungewöhnlichen Hoch 2019 verlieren 2020 vermehrt Befragte, die sich selbst politisch rechts verorten (-4,8 Prozentpunkte), an allgemeinem Nachrichtenvertrauen. Umkehrt zeigen sich, nach einem ausgeprägten Einbruch im Vorjahr, Zugewinne bei politisch links (+3,4 Prozentpunkte) oder in der Mitte (+0,9 Prozentpunkte) positionierten Nachrichtennutzerinnen und -nutzern. Insgesamt weist die Entwicklung des allgemeinen Nachrichtenvertrauens politischer

Nutzungsgruppen Parallelen zum innenpolitischen Geschehen Österreichs der letzten Jahre auf. Als vertrauenswürdige Nachrichtenmarken gelten weiterhin der ORF und Titel der Qualitätspresse.

Die wichtige Rolle des unabhängigen Journalismus in Österreich wird kaum infrage gestellt (90,9%). Mehr als die Hälfte der Befragten (54,3%) sprechen sich gegen politische Werbung auf Facebook, Google und Twitter aus, und sehen diese in der Verantwortung, die Verbreitung unwahrer politischer Informationen über ihre Plattformen zu verhindern (56,4%). Bedenken über den Wahrheitsgehalt von Informationen aus dem Internet bestehen bei Österreicherinnen und Österreichern insbesondere, wenn diese von politischen Akteuren (heimisch 29,2%, ausländisch 16,4%, Aktivistinnen bzw. Aktivisten 16,2%) stammen und über Social Media-Plattformen (46,3%) gefunden werden.