

Digital News Report 2023: Nachrichtennutzung wird digitaler

Die weltgrößte Studie zu Nachrichtenkonsum zeigt: Social Media spielt größere Rolle, Vertrauen ist zum Teil geschädigt.

SALZBURG. Der Trend zeigte sich international schon seit Langem: Der Nachrichtenkonsum verlagert sich immer mehr ins Digitale. „Das kommt nun endlich auch in Österreich an“, fasst Stefan Gadringer, Kommunikationswissenschaftler an der Uni Salzburg, die Ergebnisse des Digital News Report (DNR) zusammen. Der Report ist die weltgrößte Studie zum Nachrichtennutzungsverhalten, das Institut von Stefan Gadringer und Josef Trappel ist für die Auswertung der Österreich-Ergebnisse zuständig.

TV-Nachrichtenprogramme liegen als Hauptnachrichtenquelle auf Platz eins, allerdings mit einem Verlust von 4,3 Prozentpunkten ge-

genüber dem Vorjahr. Gedruckte Zeitungen bleiben bei der Nutzung als Hauptquelle konstant bei 11,5 Prozent, für die Onlineangebote von Tageszeitungen und Radionachrichten ergibt sich ein leichter Zugewinn von einem Prozentpunkt auf 14,6 Prozent. „Das hängt auch stark mit dem Alter zusammen“, sagt Gadringer. Vor allem 25- bis 45-Jährige nutzten die Onlineangebote der etablierten Medienmarken, bei den Jüngeren werde Social Media immer beliebter.

Insgesamt gaben 13,6 Prozent an, ihre Nachrichten hauptsächlich von sozialen Medien zu beziehen. „Die Abfrage bezieht sich generell auf Nachrichten, aber traditionelle

Medienhäuser sind hier sehr prominent“, erklärt Gadringer. Bei der Altersgruppe der 18- bis 24-Jährigen



BILD: SNAPPLUS/DAXENBICHLER

„Junge zahlen für digitale Inhalte eher.“

Stefan Gadringer, Universität Salzburg

ist dieser Wert am höchsten mit 38,1 Prozent. Facebook bleibt mit 23,7 Prozent an vorderster Stelle, „wobei die Plattform seit Jahren einen Rückgang verzeichnet“. TikTok wird erst seit vier Jahren erhoben und schaffte es in der aktuellen Er-

hebungstermals unter die Top 5 (5,8 Prozent). Gemeinsam mit Instagram (12,6 Prozent) und Snapchat (2,6 Prozent) werden diese Plattformen vor allem von jungen Befragten für Nachrichten genutzt.

Ebenfalls auffällig: Die Zahlungsbereitschaft der digitalen Nutzerinnen und Nutzer hat zugenommen. „Vor allem bei den Altersgruppen der 18- bis 24-Jährigen und der 25-34-Jährigen sind mehr als 20 Prozent bereit, für digitale Inhalte zu zahlen.“ Das sei sogar mehr als im globalen Durchschnitt.

Einbußen gab es laut Bericht in puncto Vertrauen: Der Anteil jener Österreicherinnen und Österreicher, die den Nachrichten im Allge-

meinen vertrauen, liegt bei 38,3 Prozent. Nach dem sprunghaften Anstieg 2021 sei das ein Rückgang, sagt Gadringer. Die Gründe wurden nicht abgefragt. „Wir sehen aber, dass sich etwa bei politischen Änderungen wie Rücktritten etc. das Vertrauen ändert.“ Das und auch die Pandemie oder der Ukraine-Krieg hätten sehr wahrscheinlich Einfluss auf das gesunkene Vertrauen. Das Vertrauen in österreichische Nachrichtenmarken war jedoch im Vergleich zum Vorjahr konstant und verzeichnete leichte Zugewinne. Für den aktuellen DNR wurden in Österreich 2029 Personen befragt. Erhebungszeitraum war Jänner bis Mitte Februar 2023. **glas**