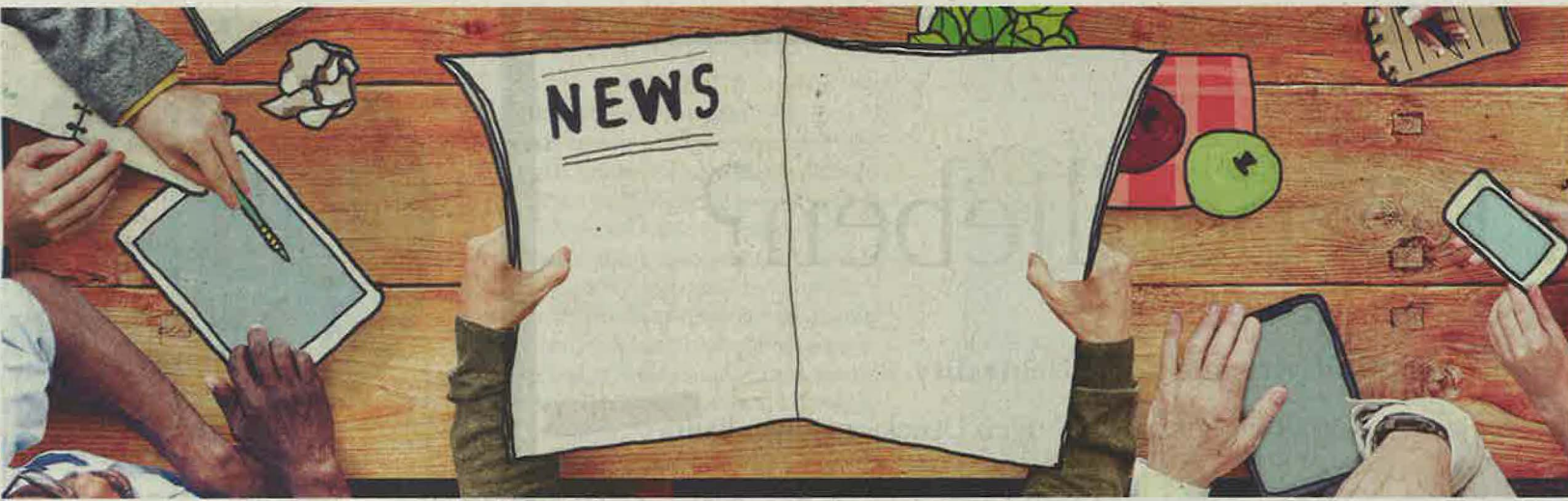




# „Beim Nachrichtenkonsum ist Österreich gut aufgestellt“

Neue Zahlen zur Mediennutzung zeigen unerwartete Tendenzen. Einer der Studienautoren erklärt, wie es um das Vertrauen in Medien, Zahlungswillen und Information auf Social Media bestellt ist.

**RALF HILLEBRAND**

Es ist die weltgrößte Studie zum Nachrichtenkonsum: Der „Digital News Report“ des Reuters Institute an der Uni Oxford erhebt seit 2012 Daten in mittlerweile 48 Ländern. Für die Auswertung der Ergebnisse hierzulande ist ein Team am Fachbereich Kommunikationswissenschaft der Uni Salzburg zuständig. Und diese vor Kurzem präsentierten Erkenntnisse (die SN berichteten) waren durchaus frappant: Die Zahlungsbereitschaft für Onlinenachrichten ist von 13,7 auf 22 Prozent geklettert, auch das Interesse an Nachrichten stieg deutlich (von 16,1 auf 21,5 Prozent). Der Leiter des Fachbereichs Kommunikationswissenschaft und einer der Co-Autoren der Studie, Josef Trappel, sagt, was man aus den Daten schließen kann,

**SN: Herr Trappel, dem Report zufolge ist die Zahlungsbereitschaft für Onlinenachrichten derart gestiegen, dass Sie die Zahlen gar in einer zweiten Befragungsrunde überprüfen ließen. Haben Sie eine Erklärung für das auffällige Plus?**

**Josef Trappel:** Die Annahme ist, dass es stark mit dem Vertrauen in Medien zusammenhängt. Die Vertrauenswerte sind ja auch gestiegen, was ebenso überraschend war. In der Detailauswertung haben wir auch festgestellt, dass es eine Altersgruppe gibt – die 25- bis 34-Jäh-

rigen –, die bei beiden Vektoren besonders signifikant ausgeschlagen hat, also beim Vertrauen und der Zahlungsbereitschaft. Zudem könnte der Zeitpunkt der Erhebung eine Rolle spielen: Das war im Jänner und Februar dieses Jahres, als gerade die neue Bundesregierung gebildet wurde. Und da war die Verunsicherung, ob es eine FPÖ-Regierungsbeteiligung oder gar eine FPÖ-Regierung gibt, groß.



„Österreich ist ein Printland.“

**Josef Trappel,**  
Universität Salzburg

**SN: Aber gab es diese Verunsicherung die vergangenen Jahre nicht permanent? Durch die Pandemie, den Ukraine-Krieg, den Konflikt in Nahost. Wieso schlägt die Verunsicherung nur jetzt durch?**

Die Verunsicherung hat sich auch in anderen Phasen ausgewirkt. Zwar nicht auf die Zahlungsbereitschaft, wohl aber auf das Vertrauen: Im ersten Jahr der Coronakrise etwa ist das Vertrauen auch signifikant gestiegen – in die klassischen Qualitätsmedien. Wir sehen da also schon ein Muster.

**SN: Parallel stieg das Interesse an Nachrichten im Allgemeinen.**

**Hat Sie das überrascht?**

Nein, da ich das Nachrichtenverhalten der Österreicherinnen und Österreicher kenne: Österreich ist im internationalen Vergleich relativ gut aufgestellt, was das Interesse an Nachrichten betrifft. Und dass sich das jetzt ausgeprägt zeigt, hat mich nicht überrascht, sondern ist schlicht eine Trendfortschreibung.

**SN: Trotz dieser aus Sicht der klassischen Medien positiven Trends ist nicht von der Hand zu weisen, dass sich ein großer Teil des Nachrichtenkonsums weiterhin auf Social Media abspielt. Wie bedenklich ist das aus Sicht des Kommunikationswissenschaftlers?**

Das ist aus meiner Sicht tatsächlich eine problematische Entwicklung – vor allem deshalb, weil ja auf Social Media nur zum Teil die Inhalte der klassischen Medien wiedergegeben werden. Was wiederum bedeutet, dass der große Teil der sogenannten Information, die man auf Social Media konsumiert, einen nicht redaktionellen Hintergrund hat. Sie basiert oft auf Interessen, die gesteuert sind, sie kommt von Menschen, die wenig Nachrichtenkompetenz aufweisen – man denke nur an die Vielzahl an Influencern. Und dieses Gemisch ist für Menschen, die sich nicht bewusst sind, was sie da konsumieren – und das trifft auf die meisten jungen Menschen zu –, ziemlich toxisch. Die Informations-

aufnahme von jungen Menschen ist durch Social Media verzerrt. Und das hat auch demokratiepolitisch negative Folgen.

**SN: Und wie gefährlich ist es, dass klassische Medien gar zu stark auf die Trends reagieren, also in Anbetracht der noch hohen Printlesequote ausufernd auf Digitales setzen?**

Das ist tatsächlich eine reale Gefahr – und zwar deshalb, weil Österreich im Vergleich zu anderen Ländern nach wie vor ein Printland ist. In keinem anderen Land, das beim Digital News Report dabei ist, gibt es eine so hohe Affinität zu der gedruckten Zeitung. Die Menschen in Österreich sind also vergleichsweise stark mit dem Papier verbunden. Und wenn man das Papier abschafft, dann verliert man tatsächlich seine Stammleserinnen und Stammleser. Auch wirtschaftlich ist es nach wie vor notwendig, auf Print zu setzen. (...) Der Spagat zwischen Print und Online hat wohl die nächsten zehn Jahre noch Bestand.

**Mehr Wissen mit SN Plus**

Welche besondere Chance klassische Medien nun haben, wie diese die Jüngeren abholen können und welche Rolle KI-basierte Information spielt, lesen Sie im gesamten Interview auf [www.SN.at/medien](http://www.SN.at/medien)

## Die Print-Grundlage und das Licht am Ende des digitalen Tunnels

Die Zahlungsbereitschaft für Onlinenachrichten steigt. Das Verständnis, dass vertrauenswürdige Inhalte kosten, muss aber noch deutlich weiter wachsen.

Der globale Digital News Report (DNR) liefert Lichtblicke für Österreichs herkömmliche Medienmacher. Josef Trappel, Chef der für den Austro-Teil zuständigen Kommunikationswissenschaft an der Uni Salzburg (siehe auch Interview oben), hat das bei der Präsentation auf zwei Erkenntnisse zugespitzt: Social Media werden hier deutlich weniger genutzt „als im Rest der Welt“ und „in keinem anderen Land lesen Menschen mehr Zeitung als in Österreich“. Der DNR umfasst mittlerweile immerhin 48 Staaten auf fünf Kontinenten.

Demnach ist hierzulande das Interesse an News deutlich gestiegen und das Vertrauen in Nachrichten gegenüber dem Vorjahr um rund fünf Prozentpunkte gewachsen. Bei den Quellen liegt Fernsehen voran, aber die Zeitungen sind in Kombi von Print und Online klar vor Social Media auf Rang zwei. In den USA hingegen haben diese TV überholt und sind als Nachrichtenquelle vier Mal so stark wie Papierausgaben.

Wer sich auf Tech-Trends fixiert, wird das als österreichischen Rückstand einordnen. Trappel setzte in seiner Präsentation aber einen übergeordneten Rahmen: Nach dem Hinweis „Die Rechtsstaatlichkeit ist weltweit unter Druck geraten“ verwies er darauf, „dass Donald Trump seine zwei Wahlsiege den digitalen Plattformen zu verdanken hat“, und warnte: „Die Kontrolle der Nachrichtenmedien steht in jedem Autokratie-Playbook.“ Aus dieser Perspektive ist die erfreulichste Austro-DNR-Erkenntnis, dass die Zahlungsbereitschaft für Internet-News massiv steigt. Denn vertrauenswürdige Nachrichten kosten.

Vor diesem Hintergrund ist ein Projekt wie Jetzt.at zu verstehen, das im Herbst als mitgliederfinanziertes Onlinemedium starten will. Noch wichtiger ist die auf 22 Prozent gewachsene Honorierungswilligkeit des Publikums aber für die bewährten Anbieter von verlässlichen Inhalten – insbesondere Kaufzeitungen.

Nachdem mehr als die Hälfte der österreichischen Werbeausgaben bei amerikanischen und chinesischen Digitalriesen landet, finanzieren sich die einstigen Nur-Blätter vor allem durch Abos – größtenteils noch der Papierausgaben.

Auch wegen der unterschätzten Stärke des traditionellen Printangebots ist der Übergang ins Digitale behutsam anzugehen. Die inhaltliche Qualität des Gedruckten darf nicht unter dem Tempo-Vorrang und Generationsdruck von Online leiden. Eine ebenso große Herausforderung ist die Finanzierung dieser Zweigleisigkeit, die immer weniger von treuen Papier-Abonnenten getragen wird. Journalistisch erstellte, redaktionell organisierte Inhalte kosten. Das Verständnis der digitalen Gesellschaft, dass Nachrichtenmedien Kaufprodukte sind, muss wachsen. Demokratie ist nicht gratis.

**Peter Plaikner** ist Politikanalyst und Medienberater mit Standorten in Tirol, Wien und Kärnten.



**MEDIATHEK**  
Peter Plaikner