**Frage 1: Wie lange folgst du der Tagesschau?**

41,7% folgen länger als März 2020, die Anzahl der Menschen die nach Beginn der Corona-Pandemie dazu gekommen sind ist also leicht höher (22,4%), hier allerdings kein klarer Zusammenhang erkennbar

* Following geschieht größtenteils unabhängig von Pandemieereignissen.

**Frage 2: Worauf achtest du beim Nachrichten-Content auf Insta?**

Die wichtigsten Werte sind Qualität und Vertrauenswürdigkeit (69,1%) und Aktualität (67,1%), gefolgt von schneller Information (57,8%). Allerdings finden auch nur 33,7% wichtig, dass man über SM schneller Informationen erhält als über das Fernsehen. Der Entertainment-Faktor spielt bei Nachrichten eine deutlich untergeordnete Rolle (9%).

* Tagesschau auch deshalb so beliebt, weil Qualität und Seriösität sehr geschätzt werden. Aber: Mittlerweile nicht mehr so unumstritten wie noch vor Corona

**Frage 3: Schaust du auch die 20-Uhr-Ausgabe der Tagesschau im TV?**

Etwas mehr als die Hälfte schaut nur selten die Tagesschau im TV (52,8%), mehr als 80% sehen selten oder nie die 20-Uhr-Ausgabe. Nur etwas mehr als 15% schaut häufig oder täglich zu.

* Hauptgründe: Andere, übersichtlichere Aufbereitung auf SM, zeitlicher Fixpunkt um 20 Uhr, Trend weg vom Fernseher, Schwierigkeiten der Empfangbarkeit (v.a. im Ausland),

**Frage 4: Weiter informieren**

Die überwiegende Mehrheit informiert sich über die verschiedenen Themen weiter, etwa jeder vierte beantwortete die Frage mit „Nein“ (27,4%). Davon tun dies allerdings 40,9% nur selten und 15,6% nur über SM.

* Die Instagram-Inhalte der Tagesschau sind bereits sehr ausführlich dargestellt: Eine kurze und prägnante Headline sorgt für Aufmerksamkeit, in der Caption wird der Sachverhalt ausführlich beschrieben. Daher wird sich meist mit dem Instagram-Auftritt zufriedengegeben und nicht auf andere Quellen wie beispielsweise das Fernsehen oder die Mediathek zurückgegriffen.

**Frage 5: Wenn es keine SM Nachrichten geben würde…**

Hier herrscht eine relativ deutliche Einigkeit: 57,9% würden sich auf jeden Fall außerhalb von SM informieren, 37,7% immerhin selten. Nur 4,4% beantworteten die Frage mit „Nein“.

Allerdings ist bei hypothetischen Fragen immer auch die Diskrepanz zwischen Selbsteinschätzung und tatsächlichem Verhalten in so einem Fall zu berücksichtigen. Im tatsächlichen Fall ist es daher durchaus möglich, dass sich noch etwas mehr Teilnehmer nicht wo anders informieren würden.

* Im Großen und Ganzen herrscht ein allgemeines Interesse an journalistischen Nachrichten und der Aufrechterhaltung der Information im „Extremfall“ auch außerhalb von Social Media.

**Frage 6: Was gefällt dir?**

Bei den Teilnehmern der Umfrage stehen vor allem die Knapp- und Einfachheit in der Formulierung der Nachrichten (77,8%), die Seriösität (69,4%) und Aktualität (63,7%) hoch im Kurs. Spannenderweise deckt sich vor allem der Aspekt der Seriösität nahezu komplett mit dem Aspekt der Vertrauenswürdigkeit in Frage 2 (Differenz von 3 Prozentpunkten), landet hier aber nur auf dem zweiten Rang. Die Seriösität wird im Allgemeinen also höher gerankt als bei der Tagesschau, was auch in der Kritik ersichtlich wird, die Tagesschau habe an Seriösität verloren. Dennoch ist eine beachtliche Zahl von 69,4% zu vermerken, die überwiegende Mehrheit sieht dieses Problem also nicht.

Nur 24,1% der Teilnehmer binden ihren Geschmack an bestimmte Formate wie beispielsweise Corona- oder Ukraine-Updates. Dies spricht auch dafür, dass der Tagesschau-Account überwiegend als Einheit betrachtet wird.

* Knapp und einfach formulierte Infoposts erhält man nur auf Social Media, nicht im Fernsehen. Da dieser Punkt am besten abschneidet, wundert es nicht, dass der überwiegende Teil der Umfrageteilnehmer auf Fernsehinhalte verzichtet.

**Frage 7: Vorteile von SM im Vergleich zur 20-Uhr-Ausgabe**

74,6% der Teilnehmer meinen, dass sie sowieso viel auf Instagram rumhängen und daher nicht extra nach Nachrichten suchen müssen. Nur 2 Teilnehmer weniger schätzen auch hier besonders die Knapp- und Einfachheit. Nur 6,1% der Teilnehmer schätzen den Entertainment-Faktor.

* Diese Ergebnisse decken sich größtenteils mit den Erkenntnissen aus Frage 2 und 6. Der Faktor der schnellen und einfachen Information über seriöse Nachrichten ist weit bedeutender als der Entertainment-Faktor. Die schnelle und einfache Information ist auf SM eher gegeben als im Fernsehen. Außerdem wurde in den Kommentaren der Faktor der Bindung an bestimmte Zeiten als Nachteil des Fernsehens empfunden.

**Frage 8: Wie verfolgst du Tagesschau auf Insta?**

Fast 90% der Teilnehmer lesen die meisten Posts manchmal (53,7%) oder immer (35,3%) mit Caption. Nur knapp 10% lesen die Posts ohne Caption, sporadisch oder nie.

* Der Insta Auftritt der Tagesschau wird größtenteils aufmerksam und interessiert verfolgt.

**Frage 9: Kommentare**

77,3% der Teilnehmer lesen sich ab und an die Kommentare durch, 17,2% ignorieren sie. Nur 5,4% der Teilnehmer kommentieren regelmäßg.

* Die Interaktion in den Kommentaren beschränkt sich meist auf ein paar wenige Nutzer. Die Kommentarsektion ist im Allgemeinen sehr umstritten unter Tagesschau Followern. Viele kritisieren, dass die Kommentare zunehmend toxischer geworden sind und dort häufig Extremisten, Querdenker oder andere Verschwörungstheoretiker ihr Gedankengut verbreiten wollen. Einige fordern sogar, die Kommentarfunktion komplett zu deaktivieren.

**Frage 10: Likes**

29% liken immer, 58,9% manchmal und 12,1% nie.

* In unserer Inhaltsanalyse hatten wir bereits einige Erkenntnisse zu Theorien zusammengefasst. Einige davon haben sich mit der Umfrage bestätigt. So verspüren viele Follower ein schlechtes Gefühl, wenn sie negative Posts sehen und liken diese eher nicht. Die meisten entscheiden bei jedem Post bewusst, ob sie liken oder nicht.

**Frage 11: Welche Formate gefallen?**

Besonders themenbezogene Infoposts (67,6%) und das Update am Morgen (66,9%) erfreuen sich großer Beliebtheit. Dahinter landen mit etwa 36,3% die Erklär-Reels und mit nur etwa 19,1% Storys mit Zuschauerfragen.

* Dass Infoposts und Update am Morgen besonders weit oben landen, überrascht im Hinblick auf die Ergebnisse bei den anderen Fragen nicht. Grade das Update am Morgen ist ein Paradebeispiel für kurze und einfach formulierte Nachrichten, das einen guten Überblick über die wichtigsten Themen bietet. Erklär-Reels sind deswegen nicht übermäßig beliebt, weil diese nicht vorrangig der Information über aktuelle Ereignisse dienen, sondern andere Sachverhalte genauer beschreiben. Die Produktion der Erklär-Reels wurde ebenfalls kritisiert. So sind einige Nutzer der Meinung, dass sich die Tagesschau auf aktuelle Nachrichten konzentrieren sollte und solche Erklärformate bei anderen Kanälen, etwa von funk, besser aufgehoben wären.

**Soziographische Daten**

Dadurch, dass der Großteil der Teilnehmer über den Instagram-Account „Tagesscheiss“ gekommen ist, haben wir einen recht großen Anteil von 16- bis 18-Jährigen (35,1%) sowie 19- bis 21-Jährigen (27,3%). Das ist sehr gut, da wir damit die relevante Zielgruppe von Instagram erreicht haben, für welche die Bedeutung unserer Forschungsfrage mit am größten ist. Allgemein haben wir eine gute Altersstruktur und auch einige Ältere dabei.

Die Tätigkeit deckt sich größtenteils mit dem Alter. Die meisten gehen noch zur Schule (39,8%), studieren (28,6%) oder arbeiten (21,7%). 9,9% machen eine Ausbildung.

Im Großen und Ganzen haben wir, wenn man die Schüler außer Acht lässt, hauptsächlich Menschen mit einem etwas höheren Bildungsgrad erreicht. Das ist insgesamt jedoch schwieriger zu beurteilen, da eben bei unserer größten Gruppe, den Schülern, keine eindeutige Aussage über den Bildungsgrad getroffen werden kann. Hier hätte man evtl noch in Gymnasium, Realschule etc. unterscheiden können.

Der überwiegende Teil der Teilnehmer ist männlich (62,6%), 35,3% der Teilnehmer sind Frauen. Hier lässt sich auch sagen, dass vor allem über Tagesscheiss sehr viele männliche Personen dazu gekommen sind.

**Andere Kritikpunkte und Streitthemen in den Kommentaren:**

Gendern – überwiegend contra, aber auch pro

Zu stark linksorientiert

Zu einseitig, fehlende Neutralität

Polarisierende, oft bewusst provokante Thumbnails (vor allem \* oft verwirrend) -> entwickelt sich in BILD-Richtung

Kommentare – zu toxisch, stark verzerrtes Stimmungsbild, Ignoranz, Whataboutism, ideologisch, schlechte Moderation (v.a. teils willkürliches Löschen)

Umgang mit Kritik

v.a. Tagesscheiss Leute: Unterscheidung zwischen Realität und Satire oft schwierig

zu westlich/europazentriert

Anpassung an jüngere Zielgruppe

Kritik an ÖRR allgemein

Doppelmoral

Zu viel gepostet -> bevorzugen Tagesschau App

Ersetzt keine Zeitung

**Positives in den Kommentaren:**

Im Vergleich zu den Medien anderer Länder (bspw Polen) propagandafrei und logisch schlüssig, sachlich sauber

Möglichkeit der Selektierung auf Social Media

In Kommentaren öfters auch gute sachliche Diskussionen, teils mit Quellen