

Dass der Medienkonsum sich in der digitalen Welt radikal verändert hat, ist ein Prozess, der seit Jahren zu beobachten ist und der sich Tag um Tag verfestigt. Die sogenannten „sozialen Medien“ haben vor allem bei Jüngeren inzwischen eine vorherrschende Bedeutung, die traditionellen Medien kämpfen um ihren Platz. Doch wie und wo genau informieren sich die Deutschen über das aktuelle politische und gesellschaftliche Geschehen? Und wie stehen sie den Medien, die sie informieren, gegenüber?

Diesen Fragen widmet sich der „Info-Monitor 2025“, den das Meinungsforschungsinstitut Forsa im Auftrag der Landesmedienanstalten erstellt hat. Die Untersuchung löst die „Mediengewichtungsstudie“ ab, die es seit 2009 gab, 3500 Bürger ab einem Alter von 14 Jahren wurden im Zeitraum von Juli bis November 2024 nach ihrem Informationsverhalten befragt.

Zentrale Ergebnisse des Info-Monitors lauten: Es besteht ein hohes Interesse an aktuellen Informationen; 90 Prozent der Befragten halten sich mindestens wöchentlich auf dem Laufenden. Das Vertrauen in die traditionellen Medien ist mit einem Zuspruch von 60 Prozent vergleichsweise ausgeprägt, und es korrespondiert direkt mit – dem Vertrauen in die Demokratie. Die Sozialmedienkanäle im Netz genießen – noch – weniger Vertrauen als die etablierte Presse. Ein Viertel der Befragten gibt an, Nachrichten bisweilen gezielt zu meiden – aus Überdruß über die vielen negativen Inhalte oder mangelndem Vertrauen in die Absender der Nachrichten. Bei der Frage nach dem Vertrauen in die etablierten Medien bedient sich der Info-Monitor einer Typologie. Dieser zu-

Wer vertraut wem?

Der „Info-Monitor“ der Landesmedienanstalten zeigt, wie das Vertrauen in traditionelle Medien mit dem Vertrauen in die Demokratie korrespondiert

folge zählten zwei Drittel der Menschen in Deutschland zu den „Überzeugten“ (22 Prozent) und „Kritischen“ (45), die den Medien eher positiv gegenüberstehen. Überwiegend negativ bewerteten die traditionellen Medien die 26 Prozent der „Skeptischen“. Eine Minderheit von sieben Prozent lehne die etablierten Medien ab.

Von den etablierten Medien Überzeugte bevorzugen dem Info-Monitor zufolge öffentlich-rechtliche Angebote und Tageszeitungen. Skeptische nutzten häufiger Suchmaschinen, „soziale“ oder „alternative“ Medien, vertrauten aber vor allem öffentlich-rechtlichen Angeboten, den Tageszeitungen und privaten Radiosendern. Die Ablehnenden setzten auf Videoplattformen, „alternative“ Medien und Suchmaschinen. In dieser Gesamtschau erkennt die Vorsitzende der Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten (DLM), Eva Flecken, wie die Agentur epd Medien berichtete, eine Chance: Dass nur sieben Prozent etablierte Medien ganz ablehnen, heiße, dass die überwiegende Mehrheit „noch nicht verloren“ sei.

Bei Bürgern unter 30 Jahren (73 Prozent) und solchen mit höherer formaler Bildung (72 Prozent) ist das Vertrauen in die traditionellen Medien besonders ausgeprägt. Bei den Befragten mit mittlerer (53 Prozent) oder niedriger formaler Bil-

dung (57 Prozent) nimmt es ab. Gravierende Unterschiede gibt es im Ost-West-Vergleich: Während im Osten nur 53 Prozent den Medien uneingeschränktes Vertrauen schenken, sind es im Westen rund zwei Drittel (65 Prozent).

Getrennt nach Parteiaffinität, lässt sich feststellen, dass AfD-Affine im Unterschied zu den Anhängern anderer Parteien überwiegend „alternative“ Medien, Messenger-Dienste und Videoplattformen nutzen. Der differente Konsum schlage sich, so die Studie, in einem gewissen „Medienzynismus“ nieder. Diejenigen, die vornehmlich auf Youtube, Whatsapp, Facebook, X, Telegram und Tiktok unterwegs sind, lehnen die etablierten Medien am stärksten ab. Für AfD-Anhänger haben redaktionell verantwortete Informationsangebote, aber auch Politiker und Parteien mit ihrer direkten Kommunikation eine sehr viel geringere Bedeutung als für Sympathisanten der übrigen Parteien.

Auch beim thematischen Interesse lassen sich parteipolitische Orientierungslinien erkennen: Für aktuelle Themen im Ausland interessiert sich nur jeder vierte AfD-Wähler. Bei der Union, SPD und den Grünen ist nur jeder Zehnte uninteressiert. Ähnlich verhält es sich mit Umweltthemen: Für Anhänger der Union (74 Prozent), SPD (86) und der Grünen (95) sind

Umwelt und Natur von großer Bedeutung. 52 Prozent derer, die bei der AfD ihr Kreuz machen (wollen), interessieren Umweltthemen nicht.

Soziale Medien werden bei vier von fünf Nutzern als nicht vertrauenswürdig wahrgenommen. Die Gründe dafür liegen bei einer Mehrheit der Befragten in der Personalisierung und Filterung von Inhalten, Hassrede und Desinformationskampagnen. Nicht nur resultiert daraus bei 80 Prozent das Empfinden, dass die Netzwerke zu wenig dagegen unternehmen, sie betrachten dies als gravierendes Problem für Demokratie und Gesellschaft. Im direkten Plattform-Vergleich zwischen Facebook, Instagram, Tiktok und X zeigt sich, dass die Befragten Fake News und die Bevorzugung polarisierender Beiträge auf allen vier Kanälen als Problem erachten. Nur wenige könnten nachvollziehen, wie sich ihr Nachrichten-Feed aufbaut. Bemängelt werde zudem, dass die Meldung von Fake News und Beleidigungen zu schwierig gestaltet sei, die Moderation als Schutz vor Hass und Hetze sei mangelhaft.

„Der Info-Monitor“, sagte Albrecht Bähr, Vorsitzender der Gremienvorsitzendenkonferenz der Landesmedienanstalten, mache deutlich: „Das Vertrauen in die Medien ist ein Gradmesser für die Stabilität der Demokratie. Wer den etablierten Medien misstraut, zweifelt häufig auch am politischen System – eine Entwicklung, die das gesellschaftliche Klima beeinflusst und sich auf das Wahlverhalten und die politische Teilhabe auswirken kann.“ Hier müssten „Medien, Politik und Zivilgesellschaft gemeinsam gegensteuern, indem sie Desinformation eindämmen, Medienkompetenz fördern und die transparente Berichterstattung stärken“. ROBIN STEINMETZ