

Katharina Stengl: Deutsche sind nachrichtenmüde

57 Prozent der erwachsenen Internetnutzenden interessieren sich im Jahr 2022 für Nachrichten, 2021 waren es noch 67 Prozent. Am deutlichsten ist der Rückgang bei den 18- bis 24-Jährigen (19 Prozentpunkte). Immer mehr junge Erwachsene verlieren ihr Interesse an Nachrichten. Die Hauptgründe: Themenmüdigkeit, das Hervorrufen schlechter Laune und Erschöpfung. Junge Menschen empfinden Nachrichten oft als unwichtig, unverständlich oder nicht nützlich – so der Reuter Institute Digital News Report 2022.

2022 ist das Internet die reichweitenstärkste Quelle für Nachrichten. In der Altersgruppe der 18- bis 24-Jährigen allen voran Soziale Medien. Die Reichweite von Nachrichten auf Instagram und Tiktok steigt, WhatsApp, YouTube und Facebook verlieren. Im internationalen Vergleich zählt Deutschland zu dem Drittel der Länder, in denen Onliner Nachrichten am meisten vertrauen. Bei Betrachtung des Corona-Vorjahres zeigt sich ein leichter Rückgang des Vertrauens. Im Gegensatz zu den meisten Onlinern erreicht bei jungen Menschen die persönliche Meinungsäußerung von Journalist*innen größere Zustimmung als Berichterstattung in Sozialen Medien. Insgesamt beteiligen sich 18- bis 24-Jährige durch das Teilen oder Reposten von Inhalten öfter an der Berichterstattung als der Durchschnitt der Onliner. 45 Prozent der deutschen Onliner legen besonders viel Wert auf Neutralität in der Berichterstattung zum Klimawandel. Junge Erwachsene fordern eine klare Position der Nachrichtenmedien dazu.

Die deutsche Teilstudie wurde vom Hans-Bredow-Institut (HBI) mit Unterstützung der Landesmedienanstalten und dem ZDF durchgeführt. Im Frühjahr 2022 wurden 93.432 Personen aus 46 Ländern von YouGov befragt.

<https://leibniz-hbi.de/de/aktuelles/deutsche-sind-nachrichtenmuede>