

STABILES MEDIENVERTRAUEN AUCH IN ZEITEN POLITISCHER UMRÜCHE

Mainzer Langzeitstudie Medienvertrauen 2024

Von Nayla Fawzi*, Marc Ziegele**, Tanjev Schultz*, Nikolaus Jakob*, Ilka Jakobs*, Christina Viehmann***, Oliver Quiring*, Christian Schemer* und Daniel Stegmann*

Kurz und knapp

- Das Medienvertrauen in Deutschland bleibt 2024 gegenüber dem Vorjahr weitgehend stabil und ist auch in einer langfristigen Perspektive recht robust.
- Das öffentlich-rechtliche Fernsehen ist nach wie vor die Mediengattung, der am meisten vertraut wird.
- Das Vertrauen in den öffentlich-rechtlichen Rundfunk liegt jedoch auf dem niedrigsten Wert seit Beginn der Erhebung.
- Zudem nehmen medienzynische Einstellungen, d.h. Zweifel an der Integrität und Legitimität des Mediensystems, seit 2020 leicht zu.
- Die wahrgenommene Verrohung des öffentlichen Diskurses hat über die letzten Jahre stark zugenommen und erreicht einen Höchstwert; ein negativer Zusammenhang mit Medien- und Politikvertrauen ist sichtbar.

Das Jahr 2024 war in vielerlei Hinsicht von Krisen und politischen Umbrüchen geprägt – Entwicklungen, die auch das Vertrauen in etablierte Medien beeinflussen können. Bereits in den vergangenen Jahren zeigte sich, dass medienvermittelte Deutungen gesellschaftlicher Konflikte umkämpft sind, insbesondere in Zeiten geopolitischer Krisen und innenpolitischer Polarisierung.¹ Im Verlauf des Jahres 2024 setzten sich internationale und nationale Konflikte fort, was weiteren Druck auf existierende gesellschaftliche Spannungen ausübte. Der Angriffskrieg Russlands gegen die Ukraine ging in sein drittes Jahr, und der Krieg im Gazastreifen wurde erbittert weitergeführt. Beide Konflikte spielten sich nicht nur in den jeweiligen Ländern ab, sondern auch in der internationalen, medialen Öffentlichkeit. Über Soziale Medien verbreiteten die Kriegsparteien eigene Narrative und Deutungen, die zum Teil bewusst etablierten Medienberichten widersprachen oder diese diskreditierten.²

Medien als „Feindbild“ internationaler und nationaler Politik

Doch nicht nur die geopolitische Lage war von Unruhen geprägt. Das Jahr 2024 brachte auch tiefgreifende politische Veränderungen mit sich, die für das Medienvertrauen in Deutschland potenziell von Bedeutung sind: In den USA

- ¹ Vgl. Brandenburg, Klaas-Wilhelm/Noura Mahdhaoui: Wenig Vertrauen in deutsche Medien; <https://www.tagesschau.de/inland/gesellschaft/berichterstattung-gaza-100.html> (abgerufen am 16.4.2025); Schultz, Tanjev/Marc Ziegele/Nikolaus Jakob/Christina Viehmann/Ilka Jakobs/Nayla Fawzi/Oliver Quiring/Christian Schemer/Daniel Stegmann: Medienvertrauen nach Pandemie und „Zeitenwende“. Media Perspektiven 8/2023, S. 1 – 17; https://www.ard-media.de/fileadmin/user_upload/media-perspektiven/pdf/2023/MP_8_2023_Mainzer_Langzeitstudie_Medienvertrauen.pdf (abgerufen am 16.4.2025).
- ² Vgl. Sualman, Ismail/Yulandre Darwis/Nur Amalina Sahuddin: Unveiling Counter-Narratives: The Impact of Citizen Journalism via Social Media on the Israel-Palestine Conflict. In: Information Management and Business Review, 16(3(I)), S. 661 – 669; [https://doi.org/10.22610/imbr.v16i3\(I\).4019](https://doi.org/10.22610/imbr.v16i3(I).4019); Bradshaw, Samantha/Mona Elswah/Monzima Haque/Dorian Quelle: Strategic storytelling: Russian state-backed media coverage of the Ukraine War. In: International Journal of Public Opinion Research, 36(3) 2024, edae028; <https://doi.org/10.1093/ijpor/edae028>

wurde Donald Trump erneut zum Präsidenten gewählt – ein Politiker, der bereits in seiner ersten Amtszeit einen offen feindseligen Kurs gegenüber etablierten Medien verfolgte, diese als „Fake News“ diffamierte und Medienschaffende als Feinde des Volkes bezeichnete.³ Seine Wiederwahl und die damit verbundenen politischen Umwälzungen, aber auch Entscheidungen in Medienunternehmen selbst wie die von Jeff Bezos, der Washington Post in seiner Rolle als Eigentümer kurz vor der Wahl die lange etablierten politischen „endorsements“ (Wahlempfehlungen) zu untersagen, sorgten für weltweite Aufmerksamkeit und verstärkten Diskussionen über die Rolle von etablierten Medien in Demokratien.⁴

In Deutschland zerbrach die in der öffentlichen Wahrnehmung schon lange kriselnde „Ampel-Koalition“ aus SPD, Grünen und FDP, was den Weg für vorgezogene Neuwahlen bereitete. Der Wahlkampf nahm schnell an Intensität zu und wurde stärker als je zuvor über Soziale Medien geführt. Dabei erlebte Deutschland eine neue Dimension ausländischer Einflussnahme: So sorgte Elon Musks Wahlempfehlung für die AfD sowie sein direktes Gespräch mit Alice Weidel auf seiner Plattform X für mediale und politische Diskussionen.⁵ Schon zuvor stiegen die Zustimmungswerte für die AfD an, wobei führende Vertreterinnen und Vertreter der Partei den etablierten Medien – ähnlich wie Donald Trump – bereits in der Vergangenheit häufig Manipulation und Lügen vorwarfen.⁶

Begleitet wurden die politischen Umbrüche von einer Intensivierung gesellschaftlicher Konfliktfelder. Mehrere Anschläge führten zu teils erbitterten Debatten über Migration, Asyl und innere Sicherheit. Vor allem in digitalen Räumen warfen Nutzer und Nutzerinnen den öffentlich-rechtlichen Medien und der Presse gezielte Verschleierungstaktiken vor – insbesondere im Hinblick auf die Herkunft von Tatverdächtigen. Diese Vorwürfe speisten sich oft aus populistischen Diskursen, fanden aber auch über ideologische Lager hinweg Anklang, beispielsweise in Form eines überarbeiteten Erlasses zur Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der Polizei Nordrhein-Westfalen, der die grundsätzliche Nennung der Herkunft von Tatverdächtigen vorsieht.⁷

3 Vgl. Boczkowski, Pablo/Zizi Papacharissi (Hrsg.): Trump and the Media. MIT Press 2018.

4 Vgl. The Guardian: Jeff Bezos defends decision to end Washington Post endorsements; <https://www.theguardian.com/technology/2024/oct/28/jeff-bezos-washington-post-endorsements> (abgerufen am 16.4.2025).

5 Vgl. Deutschlandfunk: Weidel und Musk auf X: Wahlkampfhilfe oder Bären dienst für die AfD? <https://www.deutschlandfunk.de/alice-weidel-x-elon-musk-afd-wahlkampf-100.html> (abgerufen am 16.4.2025).

6 Vgl. Koliska, Michael/Karin Assmann: Lügenpresse: The lying press and German journalists' responses to a stigma. In: Journalism, 22(11) 2021, S. 2729-2746; <https://doi.org/10.1177/1464884919894088>

7 Vgl. WDR: Tatverdächtige: NRW-Polizei nennt bald immer die Nationalität; <https://www1.wdr.de/nachrichten/nationalitaet-tatverdaechtige-innenministerium-erlass-100.html#:~:text=Die%20Polizei%20in%20NRW%20soll,hervor%2C%20die%20dem%20WDR%20vorliegen> (abgerufen am 16.5.2025); Die Zeit: Polizei in NRW soll künftig die Nationalität Tatverdächtiger nennen; <https://www.zeit.de/gesellschaft/2024-07/polizei-nrw-nationalitaet-tatverdaechtiger> (abgerufen am 16.4.2025).

**Inwiefern beeinflussen
aktuelle Krisen das
Medienvertrauen und
welche Rolle spielen
Soziale Medien?**

Die politisch aufgeladenen Debatten und die zunehmende Fragmentierung des medialen Diskurses stehen in starkem Kontrast zur Situation im Jahr 2023, als sich nach den Krisenjahren der Pandemie eine gewisse „Normalisierung“ abzuzeichnen schien.⁸ Vor diesem Hintergrund stellt sich die Frage, inwieweit die jüngsten Entwicklungen Auswirkungen auf das Vertrauen der Deutschen in die Medien haben: Führen sie eher dazu, dass die Bürgerinnen und Bürger sich hinter die etablierten Medien stellen, weil sie diese als Anker der Verlässlichkeit in unsicheren Zeiten wahrnehmen? Oder tragen die politischen Umbrüche und gesellschaftlichen Spannungen – gepaart mit einem möglichen Vertrauensverlust in eine gescheiterte Regierung und dem weiteren Aufstieg medienkritischer Stimmen – zu einem Rückgang des Vertrauens in journalistische Angebote bei? Wie bewerten die Deutschen angesichts anhaltender innenpolitischer Krisen, wachsender Desinformationskampagnen und hitziger Debatten in Sozialen Medien den Zustand des öffentlichen, politischen Diskurses insgesamt und welche Rolle spielt das Medienvertrauen dabei? Diesen Fragen wurde – neben der Fortführung etablierter Zeitreihen zu langfristigen Entwicklungen – in der neuen Welle der Mainzer Langzeitstudie Medienvertrauen nachgegangen.

**Medienvertrauen im
Zeitverlauf konstant,
während der Pandemie
stieg es an**

Bereits vor zehn Jahren wurde eine „Vertrauenskrise“ in die etablierten Medien beschworen, die einer wissenschaftlichen Betrachtung nicht standhielt.⁹ Das Medienvertrauen der Deutschen ist seit langer Zeit und auch in Zeiten großer gesellschaftlich-politischer Unwägbarkeiten relativ stabil. Während einer der größten Herausforderungen für die deutsche Gesellschaft – der Covid-19-Pandemie und ihrer Folgen – stieg das Medienvertrauen der Deutschen sogar.¹⁰ Danach kehrte es recht zielgenau zum Niveau vor der Pandemie zurück.¹¹ Das bedeutet auch, dass die Gruppe, die den Medien nicht vertraut, in Deutschland ebenfalls relativ stabil ist. Diese Einstellungsmuster sind seit Jahrzehnten in ähnlichem Ausmaß in der Gesellschaft vorhanden. Sie erhalten jedoch zum einen sehr viel mehr öffentliche Aufmerksamkeit als zufriedene Gruppen. Zum anderen hat sich der Ton, in dem Kritik an den Medien geäußert wird, deutlich verschärft. Daher legen wir in diesem Jahr einen Schwerpunkt auf die Frage, wie Bürgerinnen und Bürgern öffentliche politische Debatten wahrnehmen: als weitgehend gesittet oder verroht, zivil oder inzivil?

Trotz einer weiterhin vorhandenen, grundlegenden Stabilität im Medienvertrauen lassen sich kurzfristige Schwankungen sowohl des allgemeinen Vertrauens als auch des spezifischen Vertrauens in Mediengattungen feststellen, die mit aktuellen gesellschaftlichen Ereignissen zusammenhängen können. Sicherlich auch aufgrund der öffentlichen Debatte über (angeblich sinkendes) Medienvertrauen wird das Thema zunehmend in Studien in Deutschland

8 Vgl. Quiring, Oliver/Marc Ziegele/Tanjev, Schultz/Nayla Fawzi/Nikolaus Jakob/Ilka Jakobs/Christian Schemer/Daniel Stegmann/Christina Viehmann: Mainzer Langzeitstudie Medienvertrauen 2023: Zurück zum Niveau vor der Pandemie – Konsolidierung von Vertrauen und Misstrauen. Media Perspektiven 9/2024; https://www.ard-media.de/fileadmin/user_upload/media-perspektiven/pdf/2024/MP_9_2024_Mainzer_Langzeitstudie_Medienvertrauen_2023.pdf (abgerufen am 16.4.2025).

9 Vgl. Reinemann, Carsten/Nayla Fawzi/Magdalena Obermaier: Die „Vertrauenskrise“ der Medien – Fakt oder Fiktion? Zu Entwicklung, Stand und Ursachen des Medienvertrauens in Deutschland. In: Lilienthal, Volker/Irene Neverla (Hrsg.), „Lügenpresse“: Anatomie eines politischen Kampfbegriffs (S. 77-94). Köln: Kiepenheuer & Witsch 2017; Quiring et al. (Anm. 8)

10 Vgl. Behre, Julia/Sascha Hölig/Judith Möller: Reuters Institute Digital News Report 2024: Ergebnisse für Deutschland. (Arbeitspapiere des Hans-Bredow-Instituts, 72). Hamburg: Verlag Hans-Bredow-Institut 2024. <https://doi.org/10.21241/ssor.94461>; Schultz et al. (Anm. 1).

11 Vgl. Quiring et al. (Anm. 8).

aufgegriffen.¹² Eine fortlaufende Betrachtung, wie wir sie mit unseren Daten gewährleisten können, ist vor dem Hintergrund dieser kurzfristigen Schwankungen und den derzeitigen gesellschaftlichen und demokratischen Herausforderungen weiterhin sinnvoll und notwendig.

**Methodik der zehnten
Welle der Mainzer
Langzeitstudie**

Nach einer ersten Untersuchung 2008 und jährlichen Erhebungen von 2015 bis 2023 – mit einer Unterbrechung im Jahr 2021 – wurde am Ende des Jahres 2024 eine weitere Umfrage zum Medienvertrauen umgesetzt.¹³ Die Studie ist wissenschaftlich unabhängig, unterstützt wird sie derzeit finanziell durch die Bundeszentrale für politische Bildung. Die Unterstützung dient dazu, die Kosten des Umfragedienstleisters zu tragen. In den Vorjahren hatte das Forschungsteam mit dem Meinungsforschungsinstitut IFAK zusammengearbeitet. Seit der achten Welle wurde der Auftrag neu ausgeschrieben und auf dieser Basis das Meinungsforschungsinstitut Kantar ausgewählt (seit 2023 Verian). Dabei wurde methodische Kontinuität zu den früheren Befragungen der Langzeitstudie gewährleistet. Die Konzeption der Studie und die Auswertung der Daten liegen in Händen der beteiligten Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler.

Zwischen dem 4. November und dem 7. Dezember 2024 wurden bundesweit 1.203 Bürgerinnen und Bürger ab 18 Jahren in einer repräsentativen Telefonumfrage (CATI) durch Verian befragt. Alle Befragungen, die auf Stichproben beruhen, weisen eine statistische Unsicherheit auf. Die Ergebnisse können also in gewissem Umfang vom „wahren“ Meinungsbild aller Deutschen abweichen. Bei einer Sicherheitswahrscheinlichkeit von 95 Prozent beträgt diese sogenannte statistische Fehlertoleranz maximal ± 3 Prozentpunkte.

Wie in den bisherigen Erhebungswellen enthielt der Fragebogen mehrere Fragen zum Medienvertrauen, darüber hinaus zur Medien- und Internetnutzung, zu Medienkritik, zu politischen Einstellungen sowie soziodemografischen Merkmalen. Zudem wurde erneut zwischen dem Vertrauen bei unterschiedlichen Themen sowie in unterschiedliche Medien- und Onlineangebote differenziert. Um Veränderungen im Zeitverlauf analysieren zu können, verwendet die Langzeitstudie diese Kerninstrumente weitgehend gleichlautend in allen Erhebungswellen. Seit der achten Welle wurden den Bürgerinnen und Bürgern neue Fragen speziell zur wahrgenommenen Verrohung des öffentlichen Diskurses gestellt. Dabei sollen die Befragten einschätzen, wie häufig Menschen im öffentlichen Diskurs, zum Beispiel in politischen Talkshows, auf Kundgebungen, im Bundestag und in den Sozialen Medien, verschiedene respektlose und normverletzende Verhaltensweisen an den Tag legen. Die Ergebnisse hierzu werden in diesem Bericht erstmals ausgewiesen.

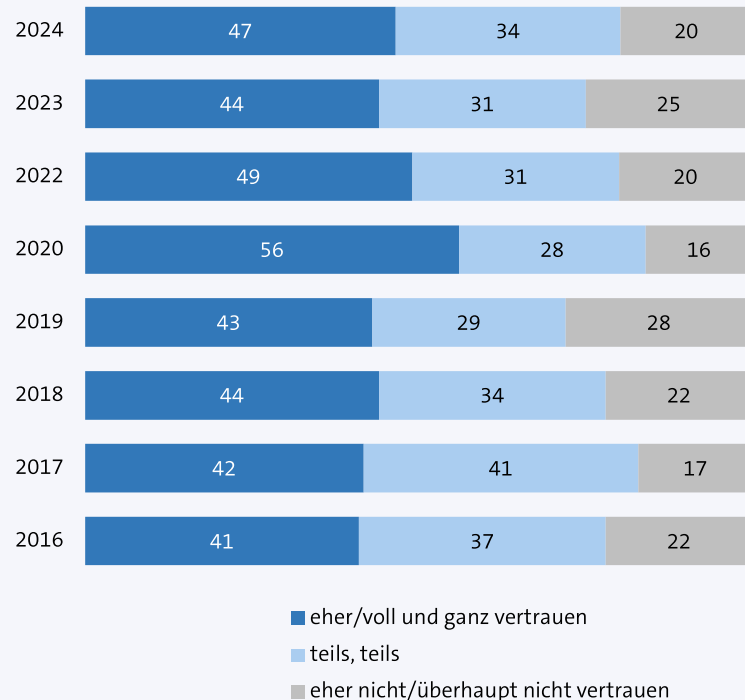
**Das Medienvertrauen
blieb 2024 stabil, das
Misstrauen nahm ab**

Das Medienvertrauen der Deutschen erweist sich auch im Jahr 2024 als robust (vgl. Abbildung 1). 47 Prozent der Befragten geben an, dass sie den etablierten Medien eher oder vollkommen vertrauen, wenn es um wichtige Dinge geht. Im Vorjahr stimmten dieser Aussage 44 Prozent zu. Die Schwankung befindet sich innerhalb der statistischen Fehlertoleranz, weshalb ein Anstieg

¹² Vgl. z. B. die medienanstalten: Info-Monitor 2025; https://www.die-medienanstalten.de/fileadmin/user_upload/die_medienanstalten/Forschung/Info-Monitor/Info-Monitor_2025.pdf (abgerufen am 15.4.2025); Kretzschmar, Judith/Markus Beiler/Uwe Krüger/Florian Döring: Von Lügenpresse und abgehobenen Eliten: Journalismus- und Demokratievertrauen in Sachsen. Bielefeld: Transcript 2025.

¹³ Für eine bessere Übersicht beziehen wir uns bei der folgenden Darstellung der Ergebnisse überwiegend auf den Zeitraum von 2016 bis 2024.

Abbildung 1
Medienvertrauen bei wichtigen Dingen 2016 bis 2024
in %



Frage: „Wenn es um wirklich wichtige Dinge geht – etwa Umweltprobleme, Gesundheitsgefahren, politische Skandale: Wie sehr kann man da den Medien vertrauen?“
Basis: Alle Befragten (ab 18 Jahre); n=1.200 - 1.207. Geringfügige Abweichungen von 100 Prozent aufgrund von Rundungen, "Weiß nicht"-Antworten werden nicht ausgewiesen.

Quelle: Mainzer Langzeitstudie Medienvertrauen

nicht mit ausreichender Sicherheit diagnostiziert werden kann. Von einer Vertrauenskrise kann jedoch weiterhin nicht die Rede sein: Zwar liegen die Vertrauenswerte im Jahr 2024 weiterhin unter dem Höchstwert von 56 Prozent, während der Covid-19-Pandemie, sie sind aber höher als im Jahr vor der Pandemie, wo nur 43 Prozent der Deutschen den Medien ihr Vertrauen aussprachen. Ebenfalls gesunken – um 5 Prozentpunkte im Vergleich zum Vorjahr – ist im aktuellen Erhebungsjahr der Anteil der Menschen, die den Medien kein Vertrauen schenken bzw. ihnen misstrauen, er beträgt jetzt 20 Prozent.

Medienvertrauen bei unter 30-Jährigen am höchsten, politische Orientierung spielt wichtige Rolle

Differenziert nach einzelnen Bevölkerungsgruppen zeigt sich, dass soziopolitische Merkmale für das Medienvertrauen eine relevante Rolle spielen (vgl. Tabelle 1). Während sich Männer und Frauen im Hinblick auf das Medienvertrauen nicht unterscheiden, variiert das Vertrauen in den unterschiedlichen Altersgruppen deutlich: 64 Prozent der unter 30-Jährigen vertrauen den Medien bei wichtigen Dingen. Dieser Wert nimmt mit zunehmendem Alter kontinuierlich ab und sinkt auf 38 Prozent bei den über 70-Jährigen. Auch die formale Bildung spielt eine Rolle: Während 33 Prozent der Personen mit Hauptschulabschluss den Medien vertrauen, sind es 44 Prozent bei der Gruppe mit mittlerer

Tabelle 1: Differenziertes Medienvertrauen bei wichtigen Dingen 2024
 in %

	Hohes Vertrauen ¹⁾
Gesamtbevölkerung	47
Geschlecht	
Männer	45
Frauen	48
Alter	
unter 30	64
30-39	52
40-49	46
50-59	40
60-69	44
ab 70	38
Bildung	
Hauptschulabschluss	33
Mittlere Reife	44
Abitur/Studium	59
Region	
Alte Bundesländer	47
Neue Bundesländer (ohne Berlin/mit Berlin)	43/46
Größe des Wohnorts (Einwohner)	
unter 20.000	49
20.001 bis 100.000	45
über 100.000	47
Parteisympathie	
Linke	71
Grüne	71
SPD	60
CDU/CSU	48
FDP	42
AfD	15
BSW	27

Anmerkungen: 1) Frage: „Wenn es um wirklich wichtige Dinge geht – etwa Umweltprobleme, Gesundheitsgefahren, politische Skandale und Krisen – kann man den Medien vertrauen.“ (Antworten „eher vertrauenswürdig“ und „sehr vertrauenswürdig“ zusammengefasst).

Lesebeispiel: Unter allen Befragten haben 47 % hohes Vertrauen in die Medien, wenn es um wichtige Dinge geht. Differenziert nach Bildung zeigt sich, dass 33 % der Befragten mit Hauptschulabschluss, 44 % mit mittlerer Reife und 59 % der Befragten mit Abitur/Studium hohes Vertrauen haben.

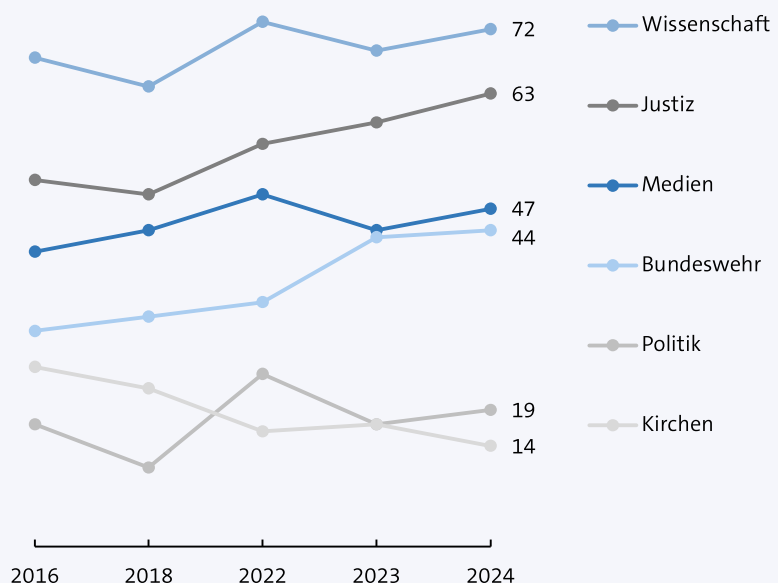
Basis n=1.203 Befragte ab 18 Jahren.

Quelle: Mainzer Langzeitstudie Medienvertrauen 2024

Reife und 59 Prozent mit Abitur oder absolviertem Studium. Für das allgemeine Medienvertrauen zeigt sich, dass Bürgerinnen und Bürger aus Ostdeutschland (ohne Berlin) ein etwas geringeres Vertrauen aufweisen als diejenigen aus Westdeutschland. Die Größe des Wohnorts spielt hingegen keine Rolle. Die deutlichsten Unterschiede treten zwischen den Anhängerinnen und Anhängern der verschiedenen Parteien auf. Überdurchschnittlich hohes Vertrauen in Medien haben Menschen mit Sympathie für die Grünen (71 %), die Linke (71 %) und die SPD (60 %). Anhängerinnen und Anhänger der CDU/CSU (48 %) und FDP (42 %) liegen im Mittelfeld, während Personen mit einer Parteineigung für BSW (27 %) und die AfD (15 %) ein geringes Vertrauen in die Medien aufweisen.

Im Vergleich der Vertrauenswürdigkeit verschiedener demokratischer Institutionen positionieren sich die Medien erneut im Mittelfeld (vgl. Abbildung 2). Mehr Vertrauen als den Medien schenken die Deutschen im Jahr 2024 nur der Justiz (63 %) und der Wissenschaft (72 %). Knapp hinter den Medien (47 %) positioniert sich wieder die Bundeswehr (44 %), während erneut nur vergleichsweise wenige Bürgerinnen und Bürger der Politik (19 %) und den Kirchen (14 %) vertrauen. Angesichts der eingangs beschriebenen politischen Dynamiken und Unwägbarkeiten mag es dennoch überraschen, dass die Politik im Vorjahresvergleich nicht stärker an Vertrauen verloren hat. Das Politikvertrauen erweist

Abbildung 2
 Vertrauen in Institutionen 2016 bis 2024
 in %



Frage: „Ich nenne Ihnen im Folgenden einige Institutionen unserer Gesellschaft. Bitte sagen Sie mir jeweils, ob Sie persönlich diesen Institutionen ‚überhaupt nicht‘, ‚kaum‘, ‚teils teils‘, ‚überwiegend‘ oder ‚voll und ganz‘ vertrauen.“

Basis: Alle Befragten (ab 18 Jahre); n=1.200 - 1.207. Hier: Nur Befragte, die den Institutionen mindestens „überwiegend“ vertrauen. Linie „Medien“ basiert auf der Frage nach „Vertrauen in wichtige Dinge“.

Quelle: Mainzer Langzeitstudie Medienvertrauen

sich insgesamt – allerdings auf sehr niedrigem Niveau – über die Jahre hinweg als relativ stabil.

**Öffentlich-rechtlichem
Rundfunk wird
weiterhin am meisten
vertraut, Zustimmung
sinkt aber**

Betrachtet man die Vertrauenswürdigkeit einzelner Mediengattungen (vgl. Abbildung 3), so positioniert sich der öffentlich-rechtliche Rundfunk wie schon in den Vorjahren an der Spitze. 61 Prozent der Deutschen sagen, dass das öffentlich-rechtliche Fernsehen eher oder sehr vertrauenswürdig ist. Das Vertrauensniveau liegt allerdings deutlich unter dem Wert während der Covid-19-Pandemie (70 %) oder des Vorpandemiejahrs 2019 (67 %). Gegenüber dem Vorjahr (64 %) verliert der öffentlich-rechtliche Rundfunk 3 Prozentpunkte beim Vertrauen und liegt damit auf dem bisherigen Tiefstwert seit Beginn der Erhebung. Möglicherweise zeigen sich hier Auswirkungen der öffentlichen Angriffe und Kritik am öffentlich-rechtlichen Rundfunk sowie der internen Skandale in einigen Landesrundfunkanstalten.

Der Berichterstattung von Lokalzeitungen vertrauen in der aktuellen Erhebungswelle 56 Prozent der Deutschen – ein Rückgang von 3 Prozentpunkten im Vorjahresvergleich, der innerhalb der Fehlertoleranz liegt. Das Vertrauen in überregionale Tageszeitungen steigt um den gleichen Anteil auf 55 Prozent. Unverändert gering – bei nur 3 Prozent – bleibt das Vertrauen der Deutschen in die Berichterstattung der Boulevardzeitungen. Die einzig merkliche Vertrauensschwankung im Jahr 2024 betrifft den privaten Rundfunk. Gaben im Jahr 2023 noch 22 Prozent der Deutschen an, dem privaten Fernsehen zu vertrauen, sind es in der aktuellen Erhebungswelle nur noch 17 Prozent. Die Werte erreichen damit wieder das Niveau von 2018.

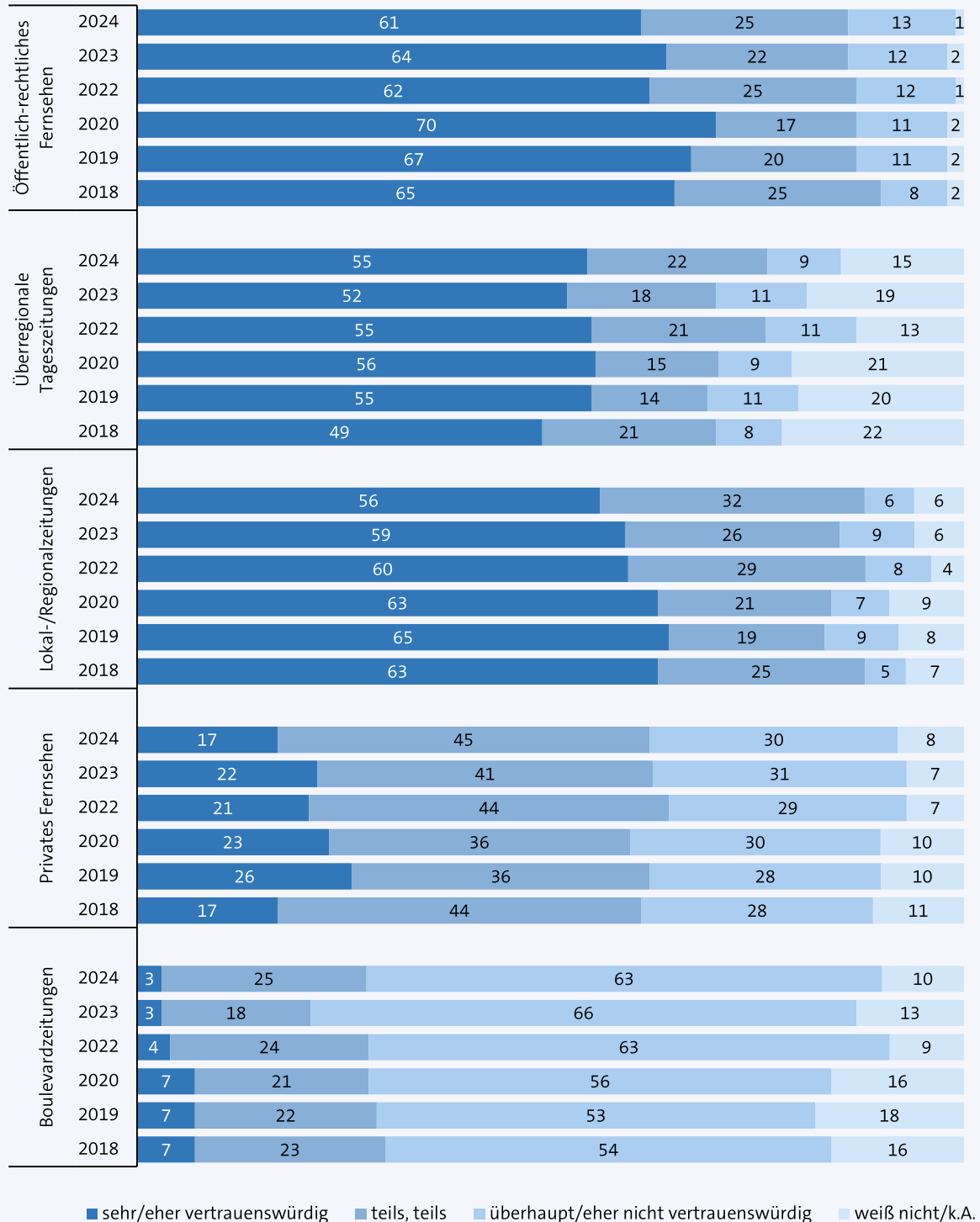
**Misstrauen gegenüber
Sozialen Netzwerken
nimmt weiter zu**

Das Vertrauen der Deutschen in verschiedene Online-Mediengattungen und -Plattformen bleibt im Jahr 2024 nahezu unverändert auf einem niedrigen Niveau (vgl. Abbildung 4). Sozialen Netzwerken wie Facebook, Instagram und X vertrauen mit 3 Prozent nahezu so viele bzw. wenige Deutsche wie im Vorjahr (2 %). Doch während im Jahr 2023 noch 27 Prozent der Befragten sagten, dass man den Netzwerken zumindest teilweise vertrauen könnte, fällt dieser Wert im aktuellen Erhebungsjahr auf 22 Prozent. Gleichzeitig steigt der Anteil der Befragten, die den Netzwerken überhaupt nicht vertrauen, um 6 Prozentpunkte auf 57 Prozent. Die anhaltende öffentliche Debatte über mögliche und tatsächliche politische Manipulationsversuche in diesen Netzwerken sowie die Täuschungsmöglichkeiten durch generative Künstliche Intelligenz mögen hier ihren Beitrag geleistet haben, dass ehemals abwägende Menschen die Berichte in den Netzwerken nun deutlich kritischer sehen.

Interessant ist, dass sich dieses Muster nicht für die Bewertung von Videoplattformen wie YouTube oder für Messengerdienste wie WhatsApp und Telegramm zeigt: Während der Anteil der Menschen, die diesen Diensten vertrauen, im Jahr 2024 nahezu unverändert ist – 8 Prozent für Videoplattformen, 3 Prozent für Messengerdienste – nehmen mehr Menschen sie zumindest als teilweise vertrauenswürdig wahr; für beide Angebote steigt der Anteil um 5 Prozentpunkte zum Vorjahresvergleich.

Aufgrund anhaltender wissenschaftlicher Debatten über sogenannte „Alternativmedien“ im Internet haben wir im Jahr 2024 erstmals zwischen solchen Angeboten differenziert, die sich politisch (eher) im linken Spektrum positionieren und solchen, die sich (eher) im politisch rechten Spektrum positionieren. Als Beispiele für (eher) linke Alternativmedien haben wir den Befragten Nachdenkseiten, Jungleworld, Indymedia und ND Aktuell genannt. Beispiele

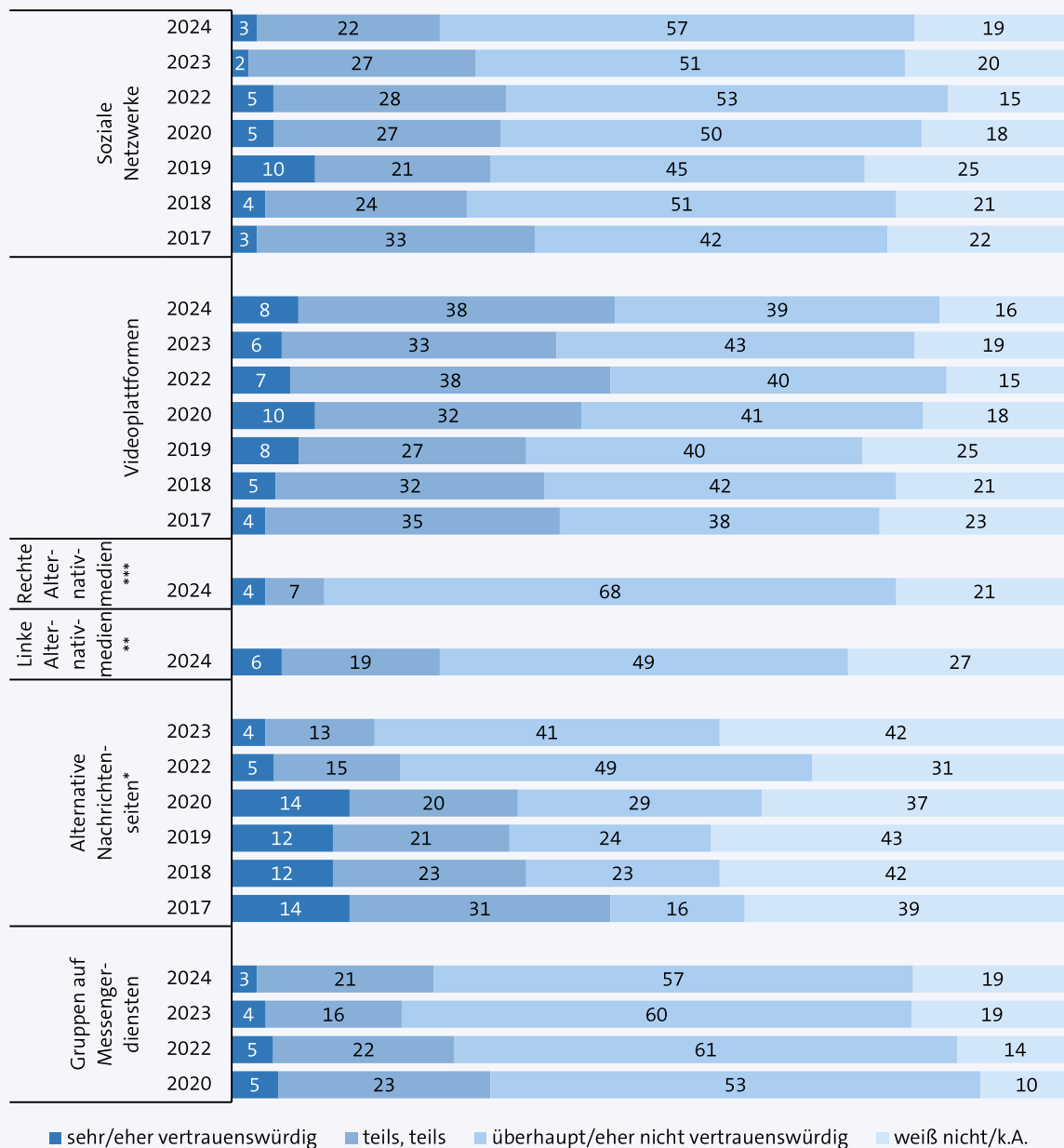
Abbildung 3
Vertrauen in Mediengattungen 2018 bis 2024
in %



* 2016 und 2017 anders abgefragt, daher liegen hier keine Vergleichswerte vor. Frage: „Manche Menschen halten bestimmte Medienangebote für vertrauenswürdiger als andere. Bitte sagen Sie mir, wie vertrauenswürdig Sie diese Angebote finden.“
Basis: Alle Befragten (ab 18 Jahre); n=1.200 - 1.207. Geringfügige Abweichungen von 100 Prozent aufgrund von Rundungen.

Quelle: Mainzer Langzeitstudie Medienvertrauen

Abbildung 4
Vertrauen in Onlineangebote 2017 bis 2024
in %



* Formulierung 2022: „Alternative Nachrichtenangebote, z.B. Junge Freiheit, Reitschuster, Compact, Tichys Einblick“, zuvor: „Alternative Nachrichtenseiten wie Politically Incorrect, Compact, Deutsche Wirtschaftsnachrichten oder Russia Today“.

** Formulierung 2024: „Linke Alternativmedien, zum Beispiel Nachdenkseiten, Jungleworld, Indymedia, ND Aktuell“

*** Formulierung 2024: „Rechte Alternativmedien, zum Beispiel Junge Freiheit, Reitschuster, Nius, Tichys Einblick“

Frage: „Manche Menschen halten bestimmte Medienangebote für vertrauenswürdiger als andere. Bitte sagen Sie mir, wie vertrauenswürdig Sie diese Angebote finden.“

Basis: Internetnutzer (2017-2020): n=952 - 1.040, alle Befragten (ab 18 Jahre, 2022-2024); n = 1.200 - 1.203. Geringfügige Abweichungen von 100 Prozent aufgrund von Rundungen.

Quelle: Mainzer Langzeitstudie Medienvertrauen

für (eher) rechte Alternativmedien waren Junge Freiheit, Reitschuster, Nius und Tichys Einblick. Es zeigt sich, dass mit 4 Prozent (rechte Alternativmedien) und 6 Prozent (linke Alternativmedien) nur sehr wenige Deutsche diesen Angeboten vertrauen. Zum Vergleich: In den Vorjahren fragten wir pauschal nach dem Vertrauen in Alternativmedien und die Werte bewegten sich seit einem deutlichen Rückgang im Jahr 2022 in vergleichbaren Dimensionen. Gleichzeitig ist auffällig, dass mit 19 Prozent mehr Deutsche linken Alternativmedien zumindest teilweise vertrauen; bei rechten Alternativmedien beträgt dieser Wert nur 7 Prozent.

Wenig Vertrauen in Berichterstattung zu Israel bzw. Gaza

Das Vertrauen der Deutschen unterscheidet sich nicht nur nach Mediengattung, sondern auch im Hinblick auf verschiedene Berichterstattungsthemen. Am kritischsten sehen die Deutschen im Jahr 2024 die zum ersten Mal abgefragte mediale Berichterstattung zum Krieg im Gazastreifen. 27 Prozent vertrauen den Berichten überwiegend oder vollkommen (vgl. Abbildung 5). Das ist ein deutlich niedrigerer Wert als das mit 47 Prozent bemessene allgemeine Vertrauen in die Medien bei wichtigen Dingen. Ebenfalls 27 Prozent haben in die Berichterstattung der Medien zum Gazakrieg kein Vertrauen. Erfragt wurde im aktuellen Erhebungsjahr auch die Einschätzung der Vertrauenswürdigkeit von Berichten zum Krieg in der Ukraine. Dieser Berichterstattung vertrauen mit 40 Prozent deutlich mehr Deutsche als den Berichten zum Krieg in Gaza. Dies zeigt, dass das Vertrauen nicht nur vom Ereignistyp Krieg determiniert wird, sondern von weiteren Faktoren. Im Fall des Ukrainekriegs mögen die längere Etablierung des Themas, die größere geografische Nähe und ein zuletzt geringeres Ausmaß an öffentlichen Demonstrationen höhere Vertrauenswerte begünstigt haben.

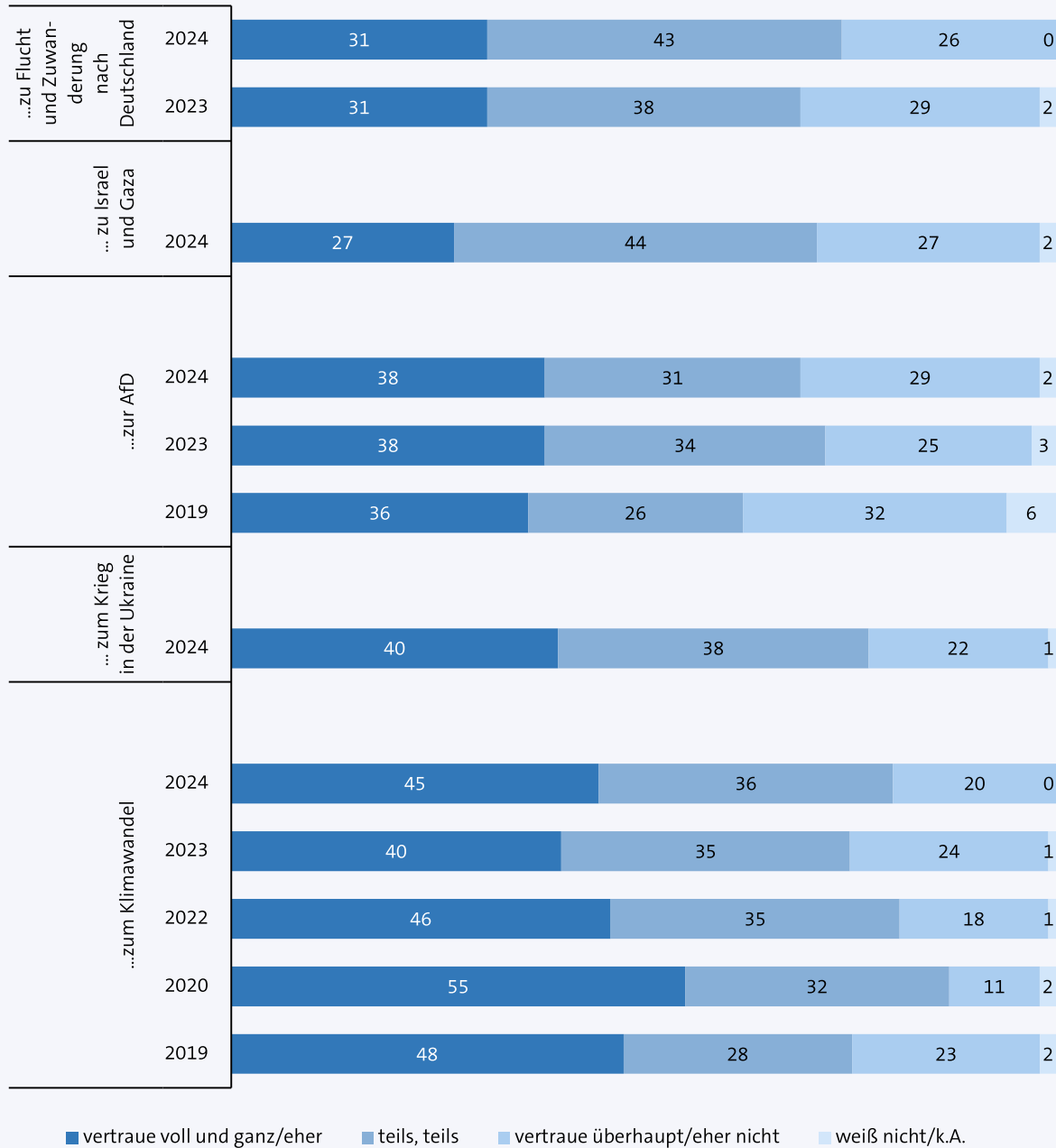
Unverändert bewerten die Deutschen die Vertrauenswürdigkeit der medialen Berichterstattung zu Flucht und Zuwanderung. Wie im Vorjahr vertrauen 31 Prozent der Deutschen den Berichten der Medien zu diesem Thema, ein gutes Viertel der Deutschen (26 Prozent) vertraut ihnen nicht. Das Polarisierungspotenzial dieses Themas spiegelt sich also auch in den Vertrauenswerten wider, wenngleich eine zunehmende Polarisierung trotz der im Vorjahresvergleich gestiegenen Wichtigkeit des Themas¹⁴ für die Bevölkerung bislang ausbleibt. Ähnliches gilt auch für das Vertrauen in die Berichterstattung zur AfD, das mit 38 Prozent auf Vorjahresniveau liegt. Gleichzeitig steigt hier der Anteil der Menschen, die dieser Berichterstattung kaum oder gar nicht vertrauen, um 4 Prozentpunkte auf 29 Prozent. Einen Vertrauenszuwachs um 5 Prozentpunkte auf 45 Prozent kann schließlich die Berichterstattung zum Klimawandel verzeichnen.

Kaum Veränderung bei der Medienentfremdung

Inwieweit die Menschen in Deutschland ihre individuellen Lebenswelten von den Medien nicht mehr repräsentiert sehen, messen wir seit mehreren Jahren mit dem Konstrukt der Medienentfremdung. Auch hier zeigt sich in der aktuellen Erhebungswelle wenig bis keine Bewegung (Abbildung 6). Wie im Vorjahr stimmt etwas mehr als jeder fünfte Deutsche den Aussagen zu, dass die Medien die persönlich relevanten Themen der Bürgerinnen und Bürger nicht ernst nehmen und dass die in den Medien vertretenen Meinungen stark von den individuellen Meinungen der Bürgerinnen und Bürger abweichen. 34 Prozent der Befragten sind zudem der Meinung, dass es eine Diskrepanz zwischen den tatsächlich erlebten gesellschaftlichen Zuständen und deren Darstellung

14 Vgl. Forschungsgruppe Wahlen e.V.: Langzeitentwicklung wichtiger Trends aus dem Politbarometer zu politischen Themen; https://www.forschungsgruppe.de/Umfragen/Politbarometer/Langzeitentwicklung_-_Themen_im_Ueberblick/Politik_II/ (abgerufen am 15.4.2025).

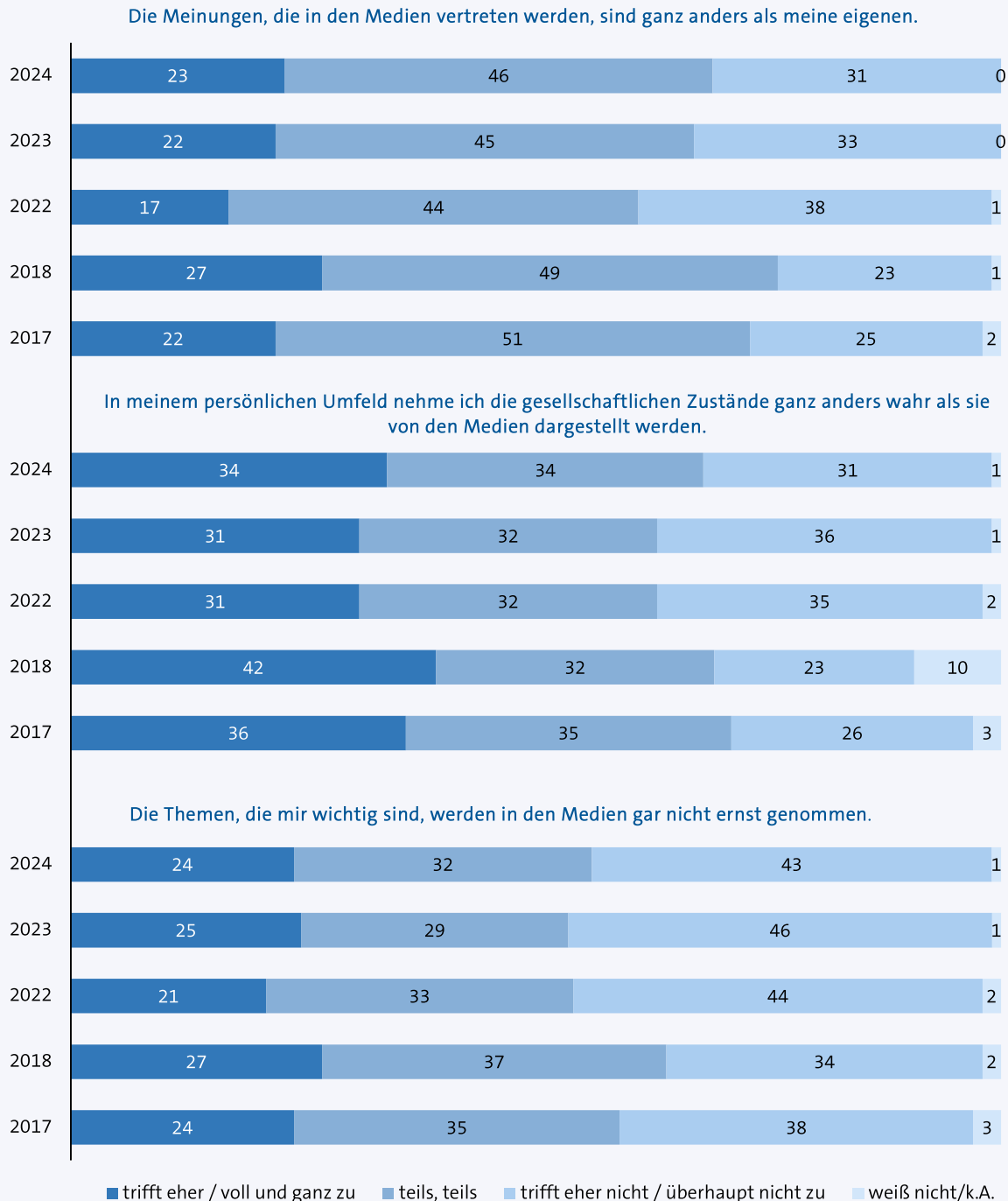
Abbildung 5
Vertrauen in Medienberichterstattung über bestimmte Themen 2019 bis 2024
in %



Frage: „In den Medien wird über verschiedene Themen berichtet. Bitte sagen Sie mir für die folgenden Themen, ob Sie den Berichten der etablierten Medien „überhaupt nicht“, „eher nicht“, „teils teils“, „eher“ oder „voll und ganz“ vertrauen. Wie ist das bei der Berichterstattung...“ In der Welle2020 lautete die Frage: „Aktuell wird in den Medien viel über die Corona-Pandemie, aber auch über den Klimawandel oder den Islam berichtet. Bitte sagen Sie mir, ob Sie... (usw.)“
Basis: Alle Befragten (ab 18 Jahre); n=1.200 - 1.207. Geringfügige Abweichungen von 100 Prozent aufgrund von Rundungen.

Quelle: Mainzer Langzeitstudie Medienvertrauen.

Abbildung 6
Medienentfremdung 2017 bis 2024
in %



Frage: „Wenn Sie nun noch einmal an die etablierten Medien im Allgemeinen denken und die Journalistinnen und Journalisten, die dort arbeiten; inwiefern treffen Ihrer Meinung nach die folgenden Aussagen auf diese zu?“

Basis: Alle Befragten (ab 18 Jahre); n=1.200 - 1.207. Geringfügige Abweichungen von 100 Prozent aufgrund von Rundungen.

Quelle: Mainzer Langzeitstudie Medienvertrauen

in den Medien gäbe. Auch wenn wir keine Veränderungen beobachten können, gebührt einer empfundenen Misrepräsentation Beachtung. Denn bereits in früheren Publikationen konnten wir zeigen, dass solche Entfremdungsgefühle unter Menschen mit niedriger und mittlerer formaler Bildung sowie bei Menschen mit stark ausgeprägter Zukunftsangst, geringem politischem Interesse und hohen Sympathien für Parteien am linken oder rechten Rand des politischen Spektrums stark ausgeprägt sind.¹⁵ Hier bedarf es weiterer kritischer Reflexion, inwieweit etablierte Medien diese Gruppen durch erweiterte oder veränderte Berichterstattung erreichen können und wollen. Denn es besteht der Anspruch an etablierte Medien, insbesondere an den öffentlich-rechtlichen Rundfunk, eine thematische und lebensweltliche Vielfalt in der Berichterstattung abzubilden. Insofern ist der Befund, dass ein beachtlicher Teil die individuell wichtigen Themen in der Berichterstattung nicht wiederfindet, durchaus als problematisch zu bewerten, und verweist auf Lücken in der Themenagenda etablierter Medien. Dabei gilt es jedoch zu beachten, dass Medien die Positionen, Meinungen und Stimmen repräsentieren sollen, die sich innerhalb des demokratischen Spektrums befinden. Hier ist daher eine differenzierte Auseinandersetzung zwischen legitimer Kritik einer mangelhaften Repräsentation und politisch instrumentalisierter Kritik an den Medien notwendig.

Medienzynismus erreicht Höchstwerte

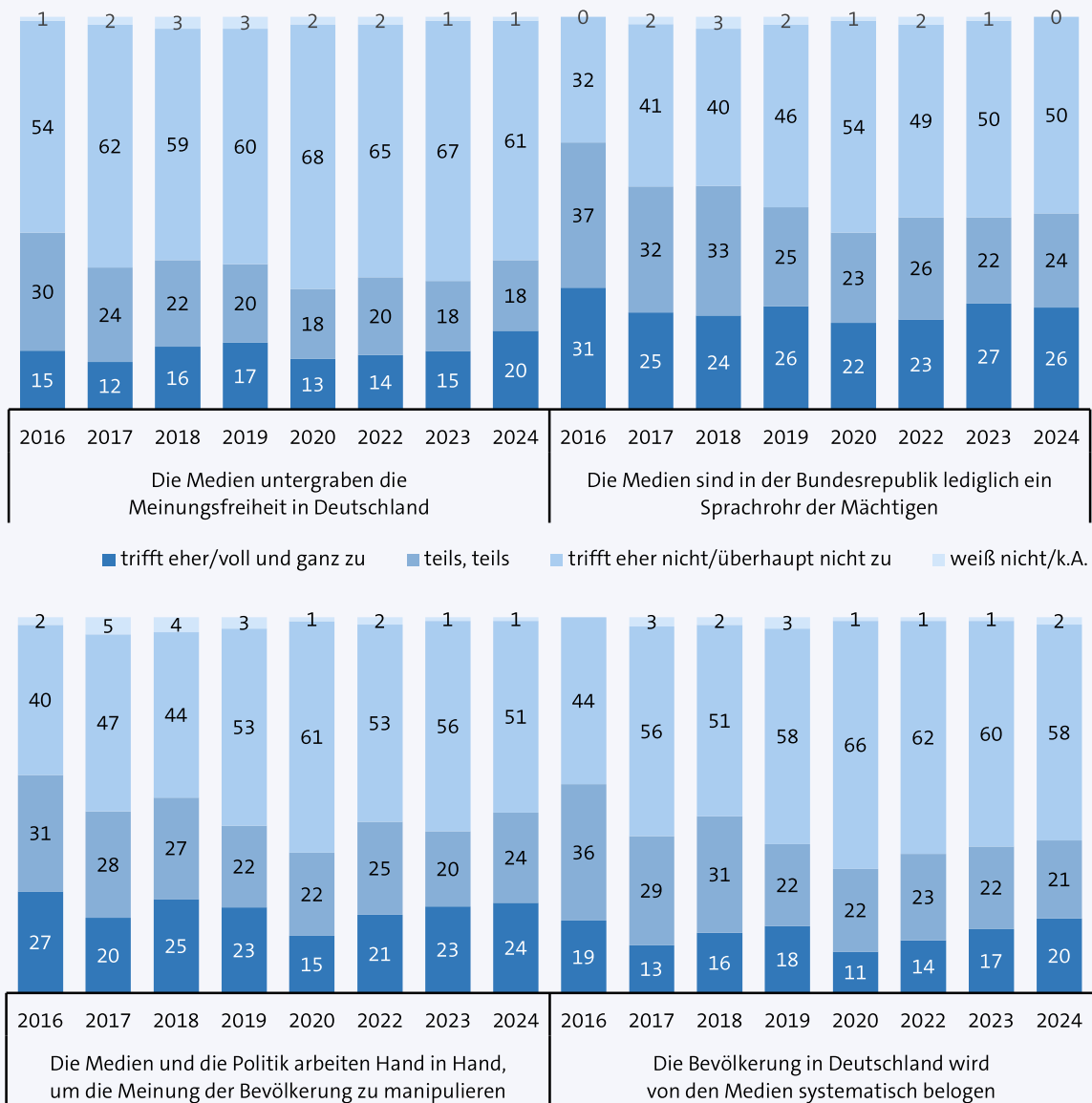
Die bislang berichteten Befunde können nur bedingt als Entwarnung oder als Beleg einer sich abzeichnenden, länger anhaltenden Konsolidierung des Medienvertrauens gesehen werden. Denn während viele explizit vertrauensbezogene Aussagen über die letzten Jahre kaum Schwankungen aufweisen, zeichnet sich im Bereich des Medienzynismus seit dem Erhebungsjahr 2020 ein Trend ab (vgl. Abbildung 7). Als Medienzynismus bezeichnen wir eine Einstellung, die die Integrität und Legitimität des Mediensystems an sich in Frage stellt. In der Langzeitstudie messen wir diese Einstellung über vier Aussagen. In der aktuellen Erhebungswelle steigt die Zustimmung zur Aussage „Die Medien untergraben die Meinungsfreiheit in Deutschland“ im Vergleich zum Vorjahr um 5 Prozentpunkte auf 20 Prozent an und erreicht damit einen Höchststand. Es ist nicht auszuschließen, dass der Diskurs über angebliche Einschränkungen von freier Meinungsäußerung, der sich seit der Amtsübernahme von Donald Trump intensiviert hat, sich auch hierzulande verfestigt. Auch das „Lügenpresse“-Narrativ scheint zunehmend wieder Fuß zu fassen: In der aktuellen Erhebungswelle stimmt jeder fünfte Deutsche der Aussage zu, dass die Bevölkerung von den Medien systematisch belogen werde. Zwei Jahre zuvor lag dieser Wert noch bei 14 Prozent. Deutlich abgenommen hat darüber hinaus die Ablehnung der Aussage, dass die Medien und die Politik Hand in Hand arbeiteten, um die Bevölkerungsmeinung zu manipulieren. Im Jahr 2024 lehnten 51 Prozent der Deutschen diese Aussage ab, im Vorjahr waren es noch 56 Prozent – allerdings befinden wir uns damit wieder auf dem Niveau von vor der Pandemie.

Auch wenn sich diese Zunahme medienzynischer Einstellungen aktuell nicht im allgemeinen Medienvertrauen niederschlagen scheint, konnte gezeigt werden, dass ein Anstieg des Medienzynismus auf Dauer mit einem geringeren allgemeinen Medienvertrauen einhergeht.¹⁶ Die in der Einleitung beschrie-

¹⁵ Vgl. Schultz et al. (Anm. 1).

¹⁶ Vgl. Quiring, Oliver/Marc Ziegele/Christian Schemer/Nikolaus Jakob/Illa Jakobs/Tanjev Schultz: Constructive skepticism, dysfunctional cynicism? Skepticism and cynicism differently determine generalized media trust. In: International Journal of Communication, 15(22) 2021. S. 3497 – 3518.

Abbildung 7:
Medienzynismus 2016 bis 2024
in %



Frage: „Wir bleiben bei den etablierten Medien in Deutschland. Was denken Sie, welche dieser Aussagen treffen Ihrer Meinung nach zu, welche treffen nicht zu? Was denken Sie, welche dieser Aussagen treffen Ihrer Meinung nach zu, welche treffen nicht zu?“

Basis: Alle Befragten (ab 18 Jahre); n=1.200 - 1.207. Geringfügige Abweichungen von 100 Prozent aufgrund von Rundungen.

Quelle: Mainzer Langzeitstudie Medienvertrauen

benen Umbrüche und Dynamiken erscheinen vor diesem Hintergrund durchaus als Herausforderung, auf die der Journalismus reagieren muss. Ein Ansatz könnte sein, in der Berichterstattung stärker auf die Entstehung von Nachrichten einzugehen und den journalistischen Selektions- und Darstellungs-

prozess dem Publikum besser zu erklären. In der aktuellen „High-Choice“-Medienlandschaft fällt es den Menschen schwer, zwischen glaubwürdigen und nicht glaubwürdigen Inhalten zu unterscheiden.¹⁷ Insbesondere Personen mit extremeren politischen Einstellungen kommen nun wesentlich leichter mit Inhalten in Kontakt, die das eigene Weltbild stärken, und die von der Darstellung der Realität in etablierten Medien abweichen. Dies führt zu hohen Ansprüchen an die Medienkompetenz der Bürgerinnen und Bürger und der Journalismus könnte dadurch einen aktiveren Beitrag zur Medienbildung leisten.

**Öffentlicher Diskurs in
Deutschland wird
als stark verroht
wahrgenommen**

Unter dem Schlagwort der (politischen) Inzivilität werden in der US-amerikanischen Forschung bereits seit längerem Untersuchungen der wahrgenommenen und tatsächlichen Verrohung öffentlicher Kommunikation durchgeführt.¹⁸ Als Inzivilität versteht man Kommunikation, die soziale Normen verletzt, darunter zwischenmenschliche Normen des gegenseitigen Respekts und der Höflichkeit, aber auch kollektive Normen liberal-demokratischer Gesellschaftsordnungen, zum Beispiel Gewaltfreiheit.¹⁹ Als „inzivil“ wird ein breites Spektrum an Erscheinungsformen von Kommunikation gesehen, darunter Beleidigungen und die Verwendung von Vulgärsprache, aber auch der Einsatz von Stereotypen zur Diskreditierung sozialer Gruppen, Gewaltaufrufe oder die Verweigerung von Kompromissen. Einem hohen Ausmaß an (wahrgenommener) Inzivilität im öffentlich-politischen Diskurs werden regelmäßig negative Folgen für Individuen und Gesellschaften bescheinigt, darunter ein Rückgang des Vertrauens in etablierte demokratische Institutionen oder ein Verstummen gemäßiger politischer Stimmen in der Öffentlichkeit.²⁰

In der aktuellen Erhebungswelle haben wir die Befragten deshalb bereits zum dritten Mal gebeten, einzuschätzen, wie häufig zehn verschiedene Formen inziviler bzw. „verrohter“ Kommunikation ihrer Wahrnehmung nach im öffentlichen Diskurs vorkommen – zum Beispiel in politischen Talkshows, auf Kundgebungen, im Bundestag und in den Sozialen Medien (vgl. Abbildung 8). Die Ergebnisse zeigen eine über die Jahre hinweg starke Zunahme. So sagt zum Teil deutlich mehr als die Hälfte der Deutschen im Jahr 2024, dass es häufig oder sehr häufig vorkomme, dass Personen, die öffentlich auftreten, stur auf ihrem Standpunkt beharren (69 %), andere nicht ausreden lassen (68 %) oder dauernd vom Thema abweichen (54 %). Drei Jahre zuvor lagen diese Werte zum Teil 12 bis 20 Prozentpunkte niedriger. Durchaus häufige Phänomene in der Wahrnehmung der Deutschen sind darüber hinaus das absichtliche Verschweigen von wichtigen Fakten (44 %), das Äußern von Vorurteilen über andere (44 %) sowie die Kommunikation von böartigen oder zynischen Bemerkungen (39 %). Dass sich Menschen öffentlich häufig unhöflich und respektlos verhalten oder andere Menschen beschimpfen und beleidigen, sagt jeweils knapp ein Drittel der Befragten. Auch hier sind starke Zuwächse zu verzeichnen: Beispielsweise nahmen im Jahr 2022 nur 18 Prozent der Befragten Beschimpfungen und Be-

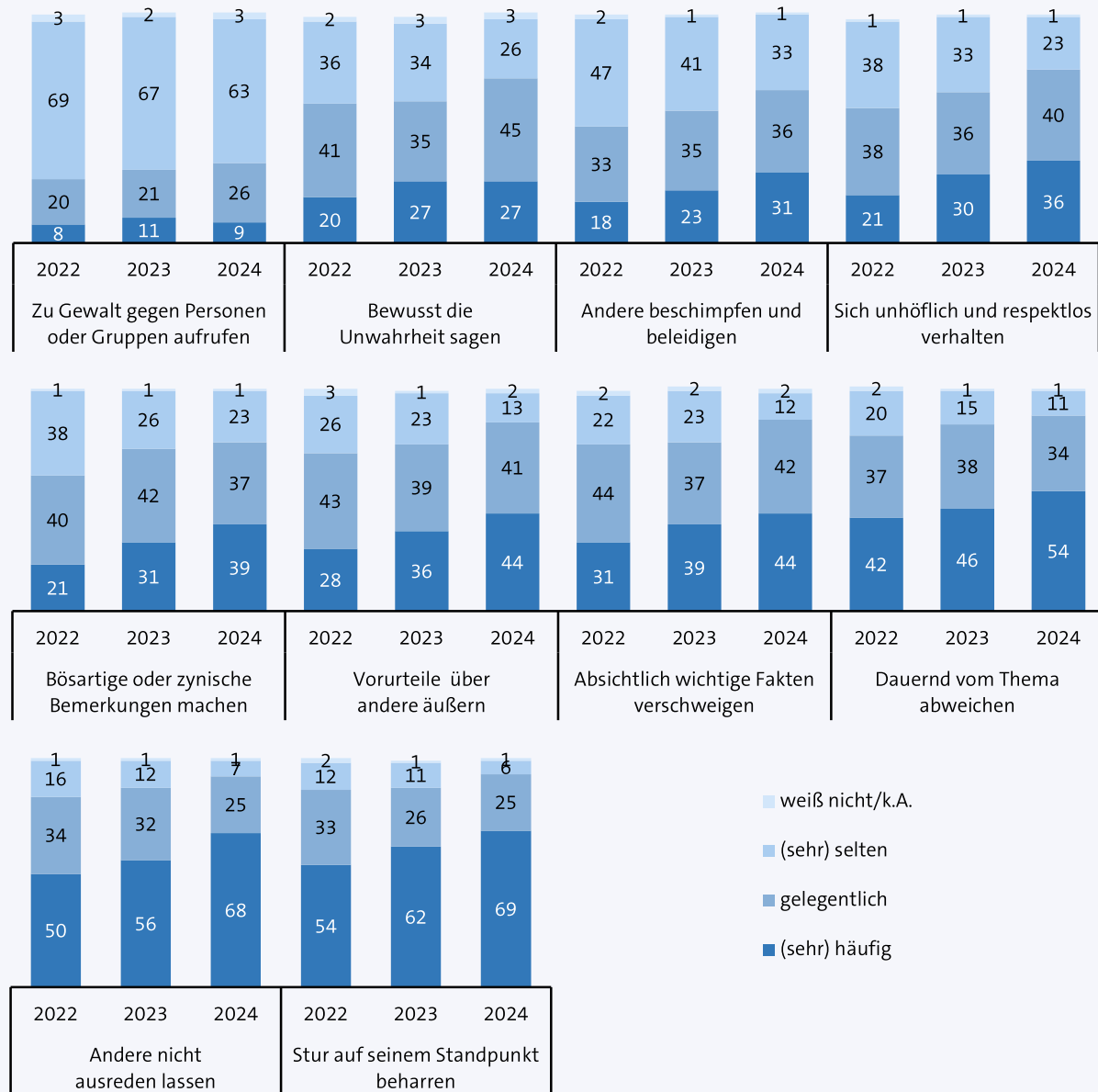
17 Vgl. z. B. die medienanstalten (Anm. 12).

18 Vgl. Sobieraj, Sarah/Jeffrey Berry: From incivility to outrage: Political discourse in blogs, talk radio, and cable news. In: Political Communication, 28(1) 2011, S. 19 – 41; <https://doi.org/10.1080/10584609.2010.542360>

19 Vgl. Bormann, Marike/Ulf Tranow/Gerhard Vowe/Marc Ziegele: Incivility as a violation of communication norms – A typology based on normative expectations toward political communication. In: Communication Theory, 32(3) 2022, S. 332 – 362. <http://dx.doi.org/10.1093/ct/qtab018>

20 Vgl. Kumpel, Anna Sophie/Diana Rieger: Wandel der Sprach- und Debattenkultur in sozialen Online-Medien; <https://www.kas.de/documents/252038/4521287/Wandel+der+Sprach-+und+Debattenkultur+in+sozialen+Online-Medien.pdf/6a76553c-7c30-b843-b2c8-449ba18c814e?version=1.0&t=1560751492617> (abgerufen am 15.4.2025).

Abbildung 8
Wahrgenommene Verrohung des öffentlichen Diskurses 2022 bis 2024
in %



Basis: Alle Befragten (ab 18 Jahre); n=1.200 - 1.207.

Quelle: Mainzer Langzeitstudie Medienvertrauen

leidigungen als häufige Phänomene im öffentlichen Diskurs wahr. Dass Menschen in der Öffentlichkeit häufig bewusst die Unwahrheit sagen (27 %) oder gar zu Gewalt aufrufen (9 %), kommt in der Wahrnehmung der Befragten seltener vor.

Tabelle 2: Zusammenhang mit Medien- und Politikvertrauen			
	Medienvertrauen in wichtige Dinge	Vertrauen in die Politik	Medienzynismus
Ausmaß wahrg. Verrohung ¹⁾	-.319**	-.283**	.397**

Anmerkung: 1) Mittelwertindex aus zehn Items, ** Korrelation auf dem .01 Niveau signifikant (Pearson-Korrelationskoeffizient).
Basis: n=1.203 Befragte ab 18 Jahren.
Quelle: Mainzer Langzeitstudie Medienvertrauen 2024

In der Gesamtbetrachtung scheinen öffentliche Debatten in unserer Gesellschaft jedoch unter einem zunehmenden Verrohungproblem zu leiden – eine Diagnose, die hier empirisch gestützt wird, sich aber auch in der jüngeren populären Literatur mit Titeln wie „Defekte Debatten“²¹ oder „Streiten“²² widerspiegelt. Unsere Messung kann dabei keine Aussagen treffen, ob einzelne Arenen öffentlicher Kommunikation – Bundestag, Talkshows, klassische oder Soziale Medien – überproportional für diesen Anstieg verantwortlich sind. Angesichts der starken Zuwächse liegt jedoch die Vermutung nah, dass die Bürgerinnen und Bürger die öffentliche Kommunikation insgesamt als deutlich verrohter wahrnehmen als noch vor zwei Jahren. Dass diese Wahrnehmung potenziell folgenreich ist, zeigen weiterführende Zusammenhangsanalysen (vgl. Tabelle 2): So geht eine wahrgenommene Verrohung des öffentlichen Diskurses mit einem geringeren Medienvertrauen, einem höherem Medienzynismus sowie mit geringerem Vertrauen in die Politik einher. Das verweist auf die Verantwortung der Akteurinnen und Akteure aus Medien und Politik, die den öffentlichen Diskurs prägen. Mit einer zunehmenden Inzivilität in öffentlichen Debatten tragen sie mittelfristig zu einem Vertrauensrückgang gegenüber Medien und Politik bei. Plausibel ist zudem eine sich wechselseitige Verstärkung solcher Wahrnehmungen und Einstellungen: Wer den etablierten Medien – aus welchen Gründen auch immer – misstraut oder sie sogar feindselig betrachtet, wird die öffentlichen Debatten als wenig konstruktiv und wenig zivil wahrnehmen.

Fazit

Qualität des Journalismus und Medienvertrauen im Fokus verschiedener Akteure

Über eine „Medienvertrauenskrise“ wird sowohl im Journalismus selbst als auch in der Wissenschaft wieder intensiv debattiert, denn der Journalismus steht aktuell vor fundamentalen Herausforderungen. Zusätzlich zu bekannten ökonomischen Problemen, gestiegener (nicht-journalistischer) Konkurrenz aufgrund des digitalen Wandels sowie zunehmender Abhängigkeit von Plattformen sehen sich etablierte Medien seit einigen Jahren harscher Kritik ausgesetzt. Neben wichtiger konstruktiver Kritik, die den Journalismus im Idealfall besser machen möchte, treten pauschale und abwertende Äußerungen, ebenso wie verbale und physische Angriffe auf Journalisten und Journalistinnen auf.²³ Medien als demokratische Institution zu delegitimieren, um das öffentliche

21 Vgl. Reuschenbach, Julia/Korbinian Frenzel: Defekte Debatten. Suhrkamp Verlag 2024.
22 Vgl. Flaßpöhler, Svenja: Streiten. Hanser Berlin 2024.
23 Vgl. Garmissen, Anna/Corinna Lauerer/Thomas Hanitzsch/Wiebke Loosen: Journalismus in Deutschland 2023. Befunde zur Situation und Selbsteinschätzung einer Profession unter Druck. In: Medien & Kommunikationswissenschaft, 73(1) 2025, S. 3-34.; Reporter ohne Grenzen. Nahaufnahme Deutschland: Pressefreiheit im Überblick; <https://www.reporter-ohne-grenzen.de/nahaufnahme/2024> (abgerufen am 15.4.2025).

Vertrauen zu unterminieren, gehört insbesondere zur zentralen Strategie autoritärer und extremistischer Akteure in vielen westlichen Ländern.²⁴ Deren Angriffe auf die liberale Demokratie richten sich auch gegen die etablierten Medien, beispielsweise durch führende Vertreterinnen und Vertreter der AfD, die ebenso wie Donald Trump und Elon Musk, den Medien Manipulation und bewusste Lügen vorwerfen. Für die Analyse von Medienvertrauen können zudem weitere innenpolitische Krisen wie das Aus der „Ampel“-Regierung sowie geopolitische Konflikte und Kriege relevant sein, denn die Qualität der Berichterstattung steht dabei immer wieder im Fokus der Debatte.²⁵

Langzeitstudie belegt stabiles Medienvertrauen

Im Hinblick auf das Medienvertrauen der Deutschen verweisen die Daten der Mainzer Langzeitstudie jedoch erneut auf Kontinuität statt Wandel: Das Vertrauen der Deutschen in die Medien im Allgemeinen ist weiterhin stabil – auch wenn man in der öffentlichen Debatte derzeit einen gegenteiligen Eindruck erhalten mag. Das gilt auch weitgehend für das Vertrauen in unterschiedliche Mediengattungen. Für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk haben wir den niedrigsten Wert in unserer Langzeitstudie gemessen, er steht aber weiterhin an erster Stelle der vertrauenswürdigsten Mediengattungen, gefolgt von der überregionalen und regionalen Presse. Wichtig ist dabei festzuhalten, dass der Anteil der Personen, die den Medien bzw. einzelnen Mediengattungen wenig oder kein Vertrauen entgegenbringen, entsprechend ebenso stabil geblieben ist.

Medienzynismus und Diskursverrohung nehmen zu

Medienzynische Einstellungen, das heißt das Infragestellen der Integrität und Legitimität des Mediensystems, haben leicht zugenommen. Das ist insbesondere auf die gestiegene Wahrnehmung, die Medien würden in Deutschland die Meinungsfreiheit untergraben, zurückzuführen. Dies könnte eine Folge des Diskurses über angebliche Einschränkungen der Meinungsfreiheit sein. Die wahrgenommene Repräsentation und Entfremdung von den Medien sind dagegen ebenfalls stabil. Alles in allem gibt es aber eine Bevölkerungsgruppe, die mit 20 bis 25 Prozent nicht zu vernachlässigen ist, die den Informationen in etablierten Medien misstrauen, die ihre Interessen und Meinungen in deren Berichterstattung nicht repräsentiert sehen und somit auch deren Autorität und Legitimität absprechen, unter anderem, weil sie eine bewusste Manipulation der Öffentlichkeit durch Medien und Politik wahrnehmen. Aus Sicht des Journalismus ist es wichtig, diese Gruppe zu adressieren und den Ursachen für deren Wahrnehmungen von Medien und Politik auf den Grund zu gehen. Dabei gilt es aber, die tatsächliche Größe und Relevanz dieser Gruppe nicht zu überschätzen. Wichtig ist es zudem, zwischen konstruktiver und politisch motivierter Kritik zu unterscheiden, da ohne entsprechende Einordnung die Gefahr besteht, zur Verbreitung und Normalisierung delegitimierender Narrative beizutragen. Zudem gilt es zu berücksichtigen, dass insbesondere die in Sozialen Medien geführten Debatten kein repräsentatives Abbild der Bevölkerung liefern. Dort äußern sich überproportional häufig unzufriedene Gruppen und sowohl Journalismus als auch Politik sollten sich von diesen Debatten nicht treiben lassen, sondern verstärkt den Blick auf verlässliche empirische Evidenz richten, um die Interessen und Positionen der gesamten Gesellschaft zu berücksichtigen – auch derjenigen, die sich nicht öffentlich äußern. Doch nicht

24 Vgl. Fawzi, Nayla: Right-wing populist media criticism. In: Krämer, Benjamin/Christina Holtz-Bacha (Hrsg.), Perspectives on populism and the media, S. 39-56. Baden-Baden: Nomos 2020.

25 Vgl. Maurer, Marcus/Jörg Haßler/Pablo Jost. Die Qualität der Medienberichterstattung über den Ukraine-Krieg. Abschlussbericht für die Otto Brenner Stiftung; https://www.otto-brenner-stiftung.de/fileadmin/user_data/stiftung/02_Wissenschaftsportal/03_Publikationen/2023_Ukraine_Berichterstattung_Endbericht.pdf (abgerufen am 15.4.2025).

nur der Diskurs in Sozialen Medien, auch Debatten in den etablierten Medien, zum Beispiel in Talkshows werden von der Bevölkerung als deutlich verrohter und ungesitteter wahrgenommen als noch vor zwei Jahren. Dies reicht von andere nicht ausreden zu lassen, über das absichtliche Verschweigen von relevanten Fakten, bis zu böartigen Kommentaren und respektlosem Verhalten. Diese (empfundene) Verrohung des öffentlichen Diskurses kann weitreichende Folgen haben, geht sie doch empirisch mit einem geringeren Medien- und Politikvertrauen und höheren Medienzynismus einher. Der derzeitige öffentliche Umgang miteinander zwischen den Beteiligten aus Zivilgesellschaft, Medien und Politik sollte daher stärker hinterfragt werden, da sonst eine Negativspirale in Gang gesetzt werden könnte, die sich destruktiv auf das Vertrauen und den gesellschaftlichen Zusammenhalt auswirkt.

Klassische journalistische Angebote unter steigendem Legitimations- und Konkurrenzdruck

Die Probleme im Journalismus bleiben immens. Rückläufige Nutzungszahlen und eine geringe Zahlungsbereitschaft der Deutschen für Medieninhalte²⁶ stellen für den Journalismus existenzielle Bedrohungen dar. Hinzu kommen wahrgenommene Repräsentationslücken und Kritik an der Unabhängigkeit des Journalismus, die für einige Bevölkerungsgruppen die Relevanz des Journalismus in Frage stellen. Denn im aktuellen Medienökosystem steht er in starker Konkurrenz zu nicht-journalistischen und unterhaltenden Angeboten. Festhalten lässt sich: Eine Vertrauenskrise wie in einigen anderen Ländern (USA, Frankreich) zeigt sich in dieser Form in Deutschland empirisch weiterhin nicht. Trotz tiefgreifender Veränderungen in der politischen und medialen Landschaft bleibt das Vertrauen stabil. Vielmehr hat es der Journalismus mit einer Reichweiten- und (ökonomischen) Wertschätzungskrise zu tun, die sich (noch) nicht in einem gesamtgesellschaftlichen Vertrauensverlust äußert.

26 Vgl. Behre et al. (Anm. 10).