

Informierende Mediennutzung im Corona-Jahr 2020 in **Bayern**

Ergebnisse aus der Mediengewichtungsstudie 2020-II

BLM TMÖ, März 2021

Informierende Mediennutzung im Corona-Jahr 2020 in Bayern

Zusammenfassung der wichtigsten Ergebnisse aus der Mediengewichtungsstudie 2020-II

95% der Bevölkerung ab 14 Jahren in Bayern informieren sich täglich zum (inter-) nationalen oder lokalen Zeitgeschehen

- Das durch die COVID 19-Pandemie ausgelöste gesteigerte Bedürfnis nach Information und Einordnung spiegelt sich in einer gestiegenen Nutzung von Informationen wider: 95 Prozent der Bevölkerung ab 14 Jahren in Bayern haben im Jahr 2020 im Durchschnitt pro Tag Informationen aus Deutschland und der Welt oder aus ihrer unmittelbaren Umgebung wahrgenommen. Im (ersten) Corona-Jahr haben sich damit gut 4 Prozentpunkte bzw. rund 600 Tausend mehr ab 14-Jährige in Bayern an einem Durchschnittstag informiert als 2019.
- Insbesondere Informationen aus Deutschland und der Welt erreichen im Durchschnitt deutlich mehr pro Tag als 2019 (93,8 Prozent; +8 Prozent). Zu lokalen Themen informieren sich 2020 täglich nach wie vor drei von vier ab 14-Jährige in Bayern. Von global bis lokal – die informierende Tagesreichweite in Bayern liegt auch im Corona-Jahr deutlich über dem bundesdeutschen Durchschnitt.

Radio mit herausragender Bedeutung als Infoquelle in Bayern

- Die Frage nach den Quellen, die für Informationen aus Deutschland und der Welt einerseits und für lokale Themen andererseits genutzt werden, zeigt: Für (inter-) nationale News findet man unter den TOP 3 an erster Stelle das Fernsehen, gefolgt von Radio und Internet. Über Internet und Radio erreichen auch lokale Informationen täglich die meisten Nutzer. Hier belegt aber die Tageszeitung als am dritthäufigsten genutztes Infomedium einen der vorderen Plätze.
- Einzigartig in Bayern: In Summe ist das Radio mit einer Tagesreichweite von 58,5 Prozent die meistgenutzte Infoquelle. Die Bedeutung des Hörfunks in Bayern als Informationslieferant unterstreicht der Vergleich mit Deutschland

gesamt: Im bundesweiten Durchschnitt landet das Radio nur auf dem dritten Platz hinter dem Fernsehen und dem Internet.

Digitalisierungsschub befeuert die Onlinenutzung klassischer Medien

- Für (inter-)nationale wie lokale Informationen gilt: TV und Radio können ihre Tagesreichweite gegenüber 2019 leicht steigern, während die (gedruckte) Tageszeitung etwas weniger oft genannt wird. Geradezu rasant wächst aber die Bedeutung des Internets als Infoquelle: Informierte sich 2019 im Durchschnitt täglich gut ein Drittel der Bevölkerung ab 14 Jahren in Bayern online über das Zeitgeschehen aus Deutschland und der Welt (36,7 Prozent), tut dies im Jahr 2020 täglich bereits weit mehr als die Hälfte (53,8 Prozent). Das bedeutet einen relativen Zuwachs um 47 Prozent!
- Den enormen Anstieg seiner Tagesreichweite verdankt das Internet auch der gestiegenen Nutzung crossmedialer Angebote der klassischen Medien. In Summe beziehen gut 40 Prozent der ab 14-Jährigen in Bayern täglich Informationen zu (inter-) nationalen Themen über die Onlineangebote klassischer TV-, Radio- oder Printmedien.
- Einen ebenso großen Zuwachs wie für Informationen aus Deutschland und der Welt erfährt die Nutzung des Internets als lokales Infomedium: 40 Prozent der Bevölkerung in Bayern beziehen täglich aus verschiedensten Onlineangeboten (auch) Informationen aus der unmittelbaren Umgebung (+48 Prozent).
- Ein ähnlich großes Plus verzeichnet auch die Tagesreichweite der informierenden Online-Nutzung klassischer Medien zu lokalen Themen: Mit 27,2 Prozent informiert sich mittlerweile mehr als ein Viertel der Bevölkerung in Bayern auch „lokal“ im Netz (+ 45 Prozent).

Informierende Mediennutzung im Corona-Jahr 2020 in Bayern

Zusammenfassung der wichtigsten Ergebnisse aus der Mediengewichtungsstudie 2020-II

Print als Infoquelle: Die Mehrheit liest schon heute (auch) digital

- Alle klassischen Medien werden zunehmend auch oder ausschließlich online genutzt. Vor allem aber sind es die Tageszeitungen und Publikumszeitschriften, die ein Gros ihrer Tagesreichweite über ihre Webangebote generieren.
- Am offensichtlichsten wird die steigende Bedeutung der digitalen Nutzung mit Blick auf die Pressemedien als Infoquelle zum Zeitgeschehen aus Deutschland und der Welt: Rund 14 Prozent der ab 14-Jährigen in Bayern lesen an einem Durchschnittstag eine Tageszeitung ausschließlich digital, ein weiteres Zehntel nutzt – neben der Druckausgabe – auch die digitalen Angebote. In Summe erreichen Infos aus der Tageszeitung damit täglich fast ein Viertel der Bevölkerung in Bayern (auch) über ihre Onlineangebote.
- Noch weiter vorangeschritten ist die digitale Nutzung der Publikumszeitschriften. Hier stehen rund 5 Prozent der ab 14-Jährigen, die im Durchschnitt pro Tag über eine gedruckte Ausgabe von Zeitschriften, Wochenzeitungen oder Nachrichtenmagazine (inter-) nationale Informationen beziehen, drei Mal so vielen Lesern und Leserinnen gegenüber (15 Prozent), die Publikumszeitschriften ausschließlich digital als Infoquelle nutzen.
- Mit separatem Blick auf die unter 50-Jährigen lässt sich leicht vermuten, wie diese Entwicklung weitergehen wird: Die informierende Tagesreichweite der Tageszeitung wird in dieser Altersgruppe schon zu 54 Prozent ausschließlich digital generiert; Infos aus Zeitschriften, Wochenzeitungen und Nachrichtenmagazine erreichen an einem Durchschnittstag sogar bereits 86 Prozent ihres Publikums ausschließlich über ihre Onlineangebote.
- In Bezug auf lokale Infos ist der Anteil der digitalen Nutzung an der Infonutzung von Print zwar etwas weniger stark ausgeprägt, zeigt aber in dieselbe Richtung.

Klassische Medien gehören (noch) bei fast allen zum Infoportfolio

- Ebenso sehr, wie der coronabedingte Digitalisierungsschub die bekannten Risiken, die die digitale Transformation insbesondere für die von Werbeerlösen abhängigen klassischen Medien erhöht hat, belegen ihre gestiegenen Reichweiten, wie wichtig glaubwürdiger Journalismus in Zeiten großer Unsicherheit ist: Fasst man alle „Verbreitungswege“ der klassischen Medien zusammen, versorgen sie täglich 90 Prozent der Bevölkerung ab 14 Jahren in Bayern mit Informationen zum Zeitgeschehen aus Deutschland und der Welt.
- Im Umkehrschluss bedeutet dies, dass rund 4 Prozent der ab 14-Jährigen in Bayern im Durchschnitt pro Tag Informationen ausschließlich über originäre Webangebote wie z. B. Onlineportale, Blogs oder soziale Medien beziehen. Zur Einordnung des insgesamt noch überschaubaren Anteils lohnt ein Blick auf das Alter: Während praktisch bei allen ab 50-Jährigen klassische Medien – mehrheitlich sogar mehrere – zum täglichen Infoportfolio gehören (97 Prozent), bleiben diese bereits bei rund 7 Prozent der unter 50-Jährigen ganz außen vor. In dieser Altersgruppe erreichen (inter-) nationale Informationen klassischer Medien nur rund 84 Prozent pro Tag – und hier überdurchschnittlich viele ausschließlich über ihre Onlineangebote.

Der Weg zu Info im Netz führt zunehmend über Google, Facebook & Co.

- Noch stärker als die Infonutzung von Onlineangeboten ist der Einfluss der Intermediäre – und hier besonders von sozialen Medien – als Kontakthersteller gewachsen. Knapp zwei Drittel derer, die die Webangebote klassischer Medien, Onlineportale, Wikipedia oder Blogs als Infoquelle nutzen, gelangen (auch) über Intermediäre dorthin. Der Anteil derer, die ein Onlineangebot ausschließlich direkt aufrufen, ist im Gegenzug auf gut ein Drittel gesunken.

Informierende Mediennutzung im Corona-Jahr 2020 in Bayern

Zusammenfassung der wichtigsten Ergebnisse aus der Mediengewichtungsstudie 2020-II

Die Relevanz von Google und Facebook nimmt weiter zu

- Die Rolle von Suchmaschinen, sozialen Netzwerken, Videoportalen oder Instant Messenger-Diensten als Kontakthersteller zu informierenden Onlineangeboten ist dabei ein „Nebenprodukt“ der insgesamt deutlich gestiegenen Nutzung der Intermediäre auch zu informierenden Zwecken: Im Jahr 2020 nimmt knapp die Hälfte der Bevölkerung ab 14 Jahren in Bayern im Durchschnitt pro Tag Informationen aus Deutschland und der Welt (auch) über mindestens einen Intermediär wahr (46,2 Prozent; +44 Prozent).
- Der Durchschnittswert für die Bevölkerung in Bayern gesamt nivelliert einmal mehr den klaren Zusammenhang zwischen dem Alter und der Relevanz der Intermediäre, der sich kurz mit „je jünger, desto größer insgesamt und der sozialen Medien im Besonderen“ zusammenfassen lässt: Knapp sechs von zehn unter 50-Jährige nutzen im Durchschnitt pro Tag einen Intermediär auch informierend, soziale Medien spielen bei knapp der Hälfte eine Rolle (47,5%). Bei unter 40-Jährigen liegen die informierenden Tagesreichweiten mit 71,7 bzw. 59,1 Prozent nochmals um jeweils über 10 Punkte höher.
- Google Search und YouTube bestätigen ihre Spitzenplätze als meistgenutzte Einzelangebote, gefolgt von Facebook, Instagram und WhatsApp. Maßgeblich verantwortlich für die Top-Platzierung von YouTube als Infoquelle sind 20 Prozent der bayerischen Bevölkerung unter 50 Jahren, die im Durchschnitt pro Tag Informationen aus Deutschland und der Welt über das Videoportal wahrnehmen. Unter 14- bis 39-Jährigen spielt YouTube täglich bereits bei einem Viertel eine Rolle bei der Infonutzung (25,9 Prozent).
- Für lokale Informationen spielen Intermediäre zwar (noch) eine geringere Rolle als für Nachrichten aus Deutschland und der Welt, aber auch hier steigt ihre

Relevanz: Bereits bei einem Drittel der Bevölkerung ab 14 Jahren pro Tag fungieren Intermediäre als Kontakthersteller zu oder Quelle von Informationen aus der unmittelbaren Umgebung.

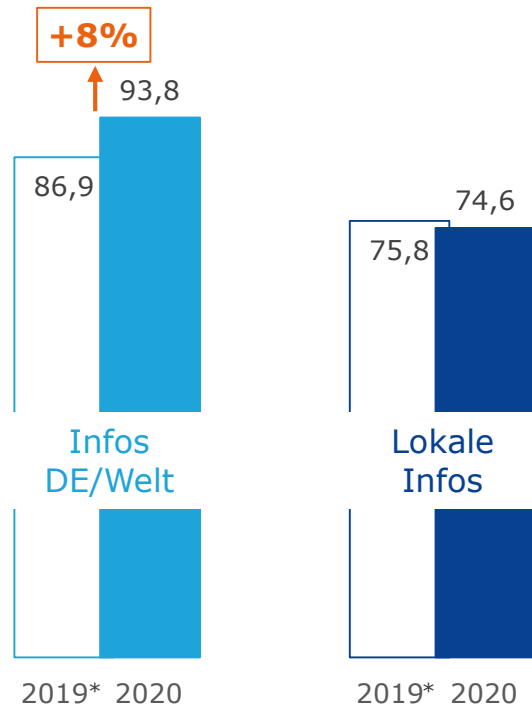
Immer mehr nehmen politische Botschaften auf sozialen Netzwerken wahr

- Facebook, Instagram und Twitter bieten allem und allen eine Plattform – privaten wie politischen Personen, Parteien, Interessensverbänden oder Behörden, um nur einige Beispiele zu nennen. Die Frage, ob deren Meinungsäußerungen, Diskussionen und Botschaften zu politisch relevanten Themen auf den Netzwerken wahrgenommen werden, beantworten immer mehr mit „ja“.
- Rund ein Drittel der Bevölkerung ab 14 Jahre in Bayern nimmt politische Botschaften auf Facebook, Instagram oder Twitter wahr. Das sind deutlich mehr als im Vorjahr (27,2 Prozent). Auch die Frequenz der Wahrnehmung politischer Kommunikation ist angestiegen: Wer politische Botschaften auf Facebook, Instagram oder Twitter wahrnimmt, tut dies deutlich häufiger als 2019.
- Meinungen von privaten Personen führen zwar weiterhin die Liste der am häufigsten bemerkten Botschaften an, den größten Zuwachs erfahren im Corona-Jahr aber – und vermutlich gerade wegen der Pandemie – Behörden oder Verwaltungen von Städten und Gemeinden.
- Dass mit etwa einem Zehntel etwas weniger als zuletzt auch bezahlte politische Werbung bemerkt haben, mag an der Europawahl im Frühsommer 2019 gelegen haben. Man darf also schon jetzt gespannt sein auf die Ergebnisse im Anschluss an das „Superwahljahr 2021“.

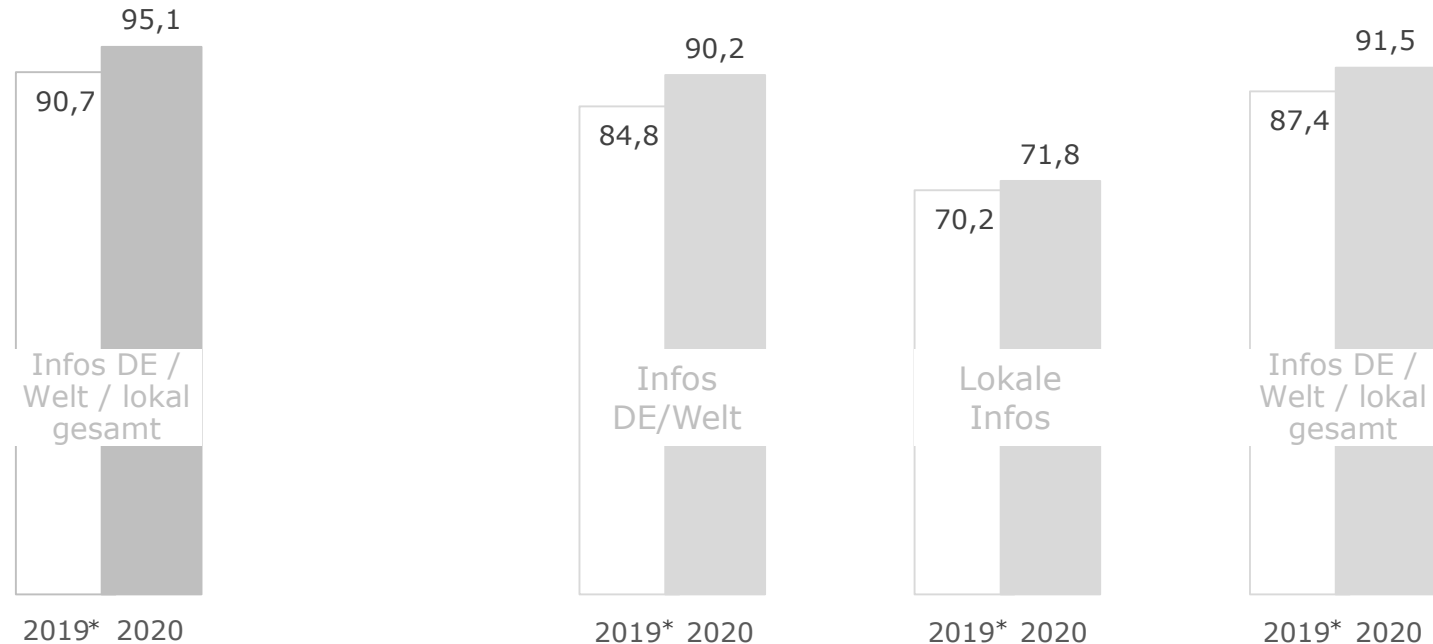
Tagesreichweite informierende Mediennutzung 2020 in Bayern vs. Deutschland

Gesteigertes Bedürfnis nach Nachrichten und deren Einordnung im Corona-Jahr: Insbesondere Informationen aus Deutschland und der Welt erreichen im Durchschnitt deutlich mehr pro Tag als 2019. Insgesamt nehmen pro Tag 95% der Bevölkerung ab 14 Jahre in Bayern Informationen aus Deutschland, der Welt oder ihrer unmittelbaren Umgebung wahr.

Informierende Mediennutzung in Bayern



Zum Vergleich: Ø Deutschland gesamt

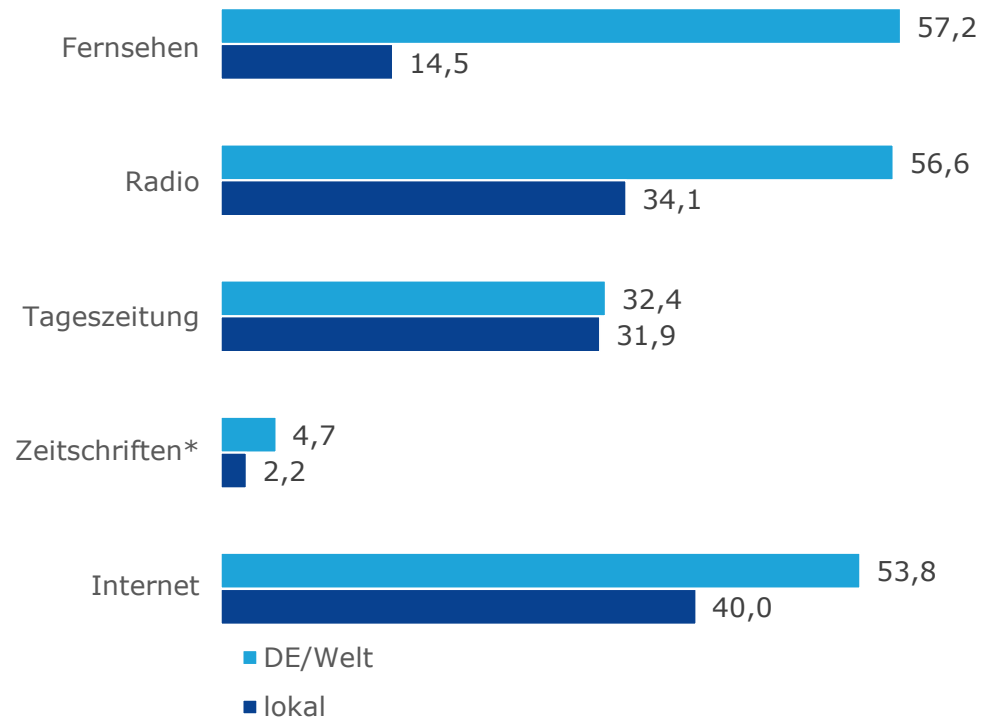


*Der hier und im Folgenden als „2019“ gekennzeichnete Zeitraum umfasst die Daten aus der Erhebung 2. Halbjahr 2018 plus 1. Halbjahr 2019; Angaben in Prozent; Quelle: Mediengewichtungsstudie 2020-II bzw. 2019-I; Basis 2020: 70,635 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, n=4.455, davon 11,127 Mio. in Bayern, n=751

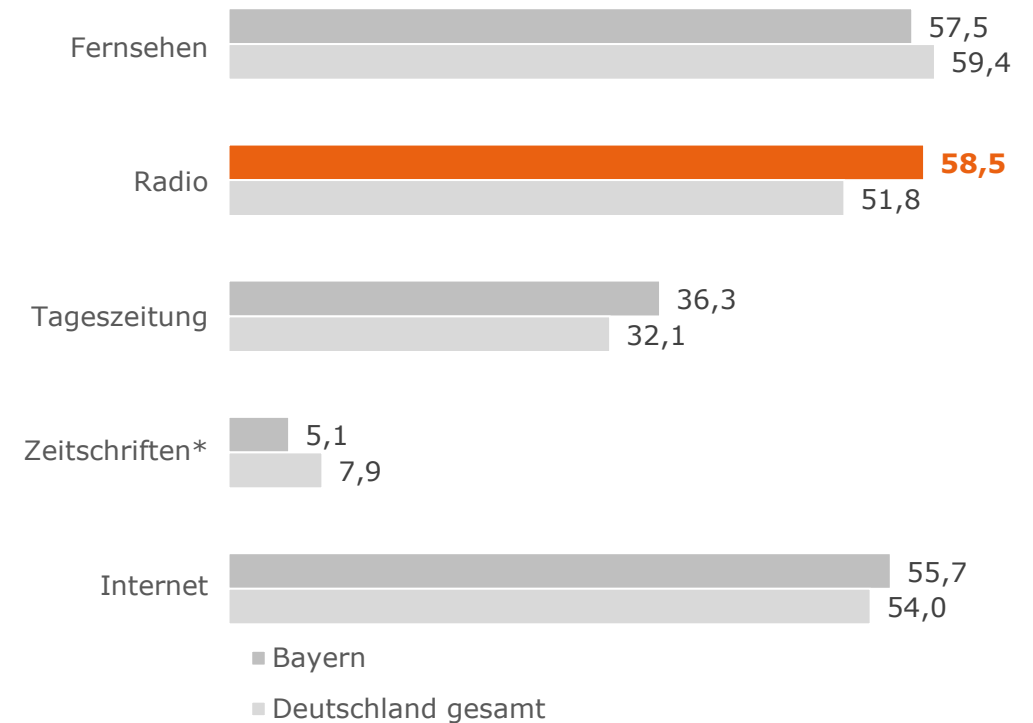
Tagesreichweite informierende Mediennutzung 2020 in Bayern: DE/Welt vs. Lokal

Themenspezifische TOP 3-Reichweiten: TV für (Inter-) Nationales, Tageszeitung für Lokales vorne dabei. Internet und Radio liefern beides. Spitzenplatz von Radio als meistgenutzte Infoquelle insgesamt bestätigt die herausragende Rolle des Hörfunks in Bayern.

Tagesreichweite Infos DE/Welt vs. lokal



Tagesreichweite Infos gesamt: Bayern vs. Deutschland gesamt



*Zeitschriften, Nachrichtenmagazine, Wochenzeitungen; Angaben in Prozent; Quelle: Mediengewichtungsstudie 2020-II bzw. 2019-I Basis 2020: 70,635 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, n=4.455, davon 11,127 Mio. in Bayern, n=751

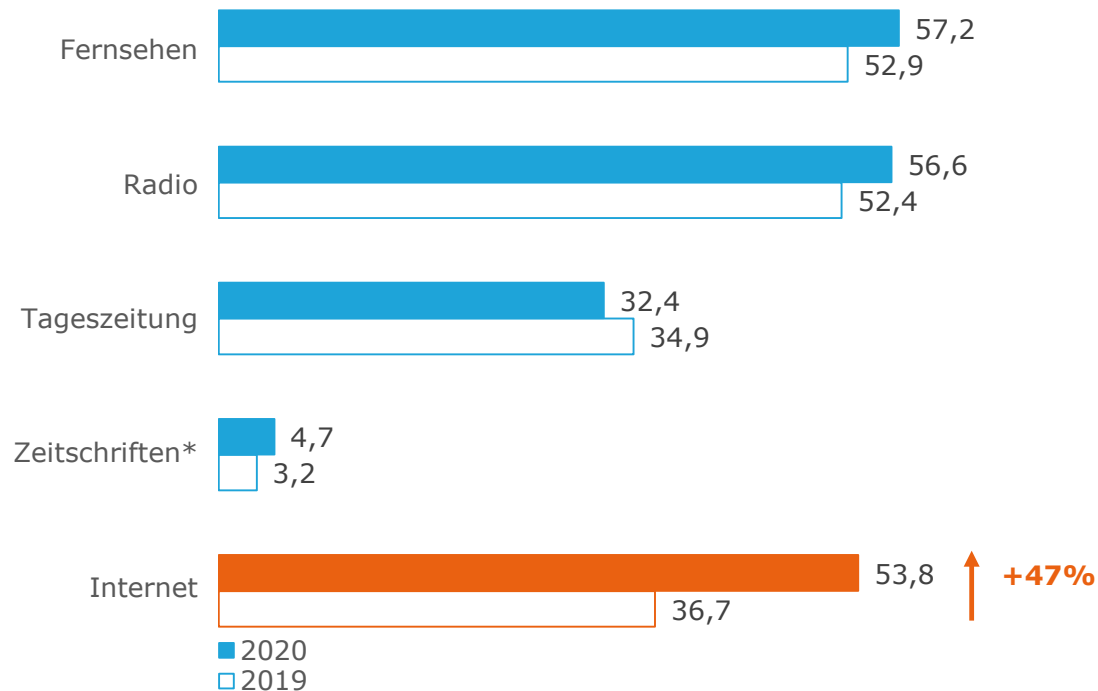
1

Nutzung von Informationen aus Deutschland und der Welt

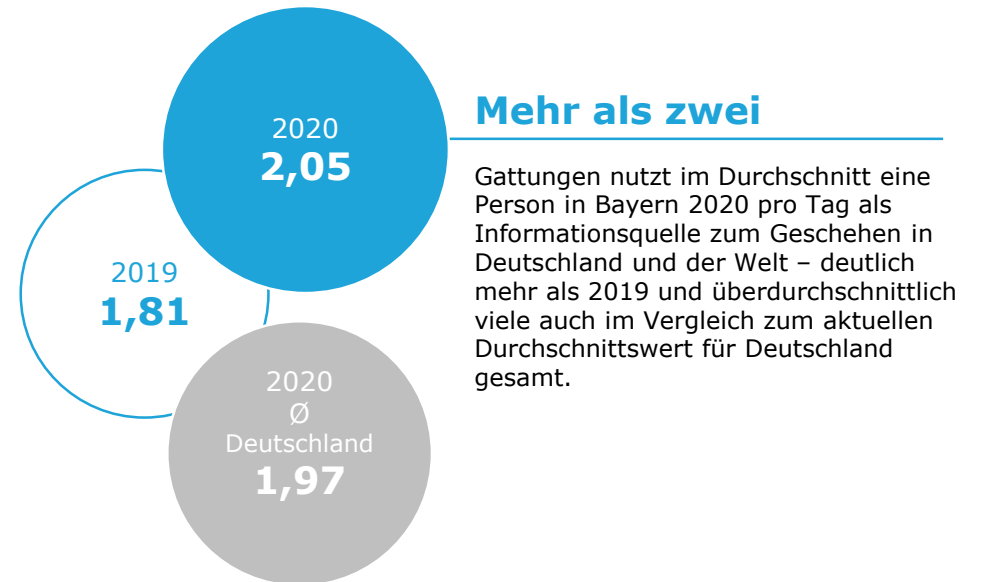
Infos DE/Welt: Tagesreichweite informierende Mediennutzung 2020 in Bayern

Mit Ausnahme der (gedruckten) Tageszeitung werden alle Gattungen häufiger als Informationsquelle genutzt als 2019. Geradezu rasant steigt die Tagesreichweite des Internets: Mehr als die Hälfte der Bevölkerung ab 14 Jahren in Bayern nimmt pro Tag (auch) online Informationen wahr.

Tagesreichweite informierende Nutzung



Ø Anzahl genutzte Gattungen pro Tag

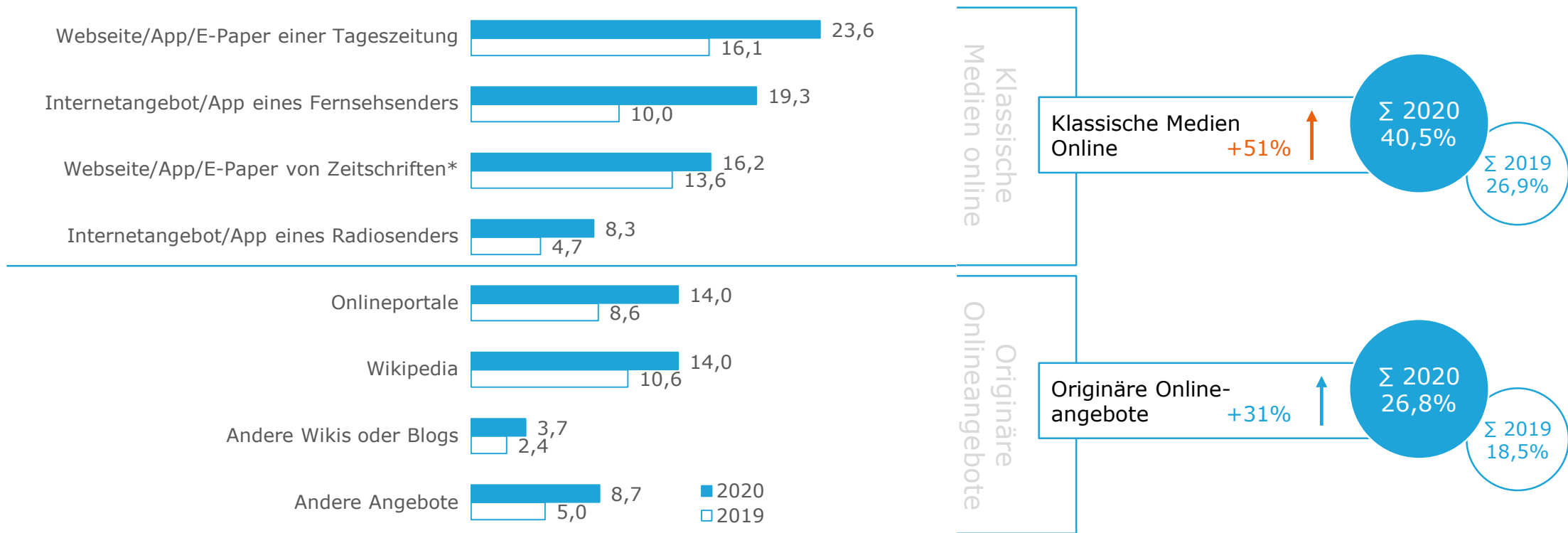


*Zeitschriften, Nachrichtenmagazine, Wochenzeitungen; Angaben in Prozent; Quelle: Mediengewichtungsstudie 2020-II bzw. 2019-I Basis 2020: 70,635 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, n=4.455, davon 11,127 Mio. in Bayern, n=751

Infos DE/Welt: Tagesreichweite informierende Nutzung Onlineangebote 2020 in Bayern

Den enormen Anstieg seiner Tagesreichweite verdankt das Internet (auch) der gestiegenen Nutzung crossmedialer Angebote der klassischen Medien. Die Onlinenutzung klassischer Anbieter steigt überproportional stark auf gut 40 Prozent. Aber auch originäre Webangebote wie Onlineportale werden an einem Durchschnittstag deutlich mehr genutzt als im Vorjahr.

Tagesreichweite informierende Nutzung

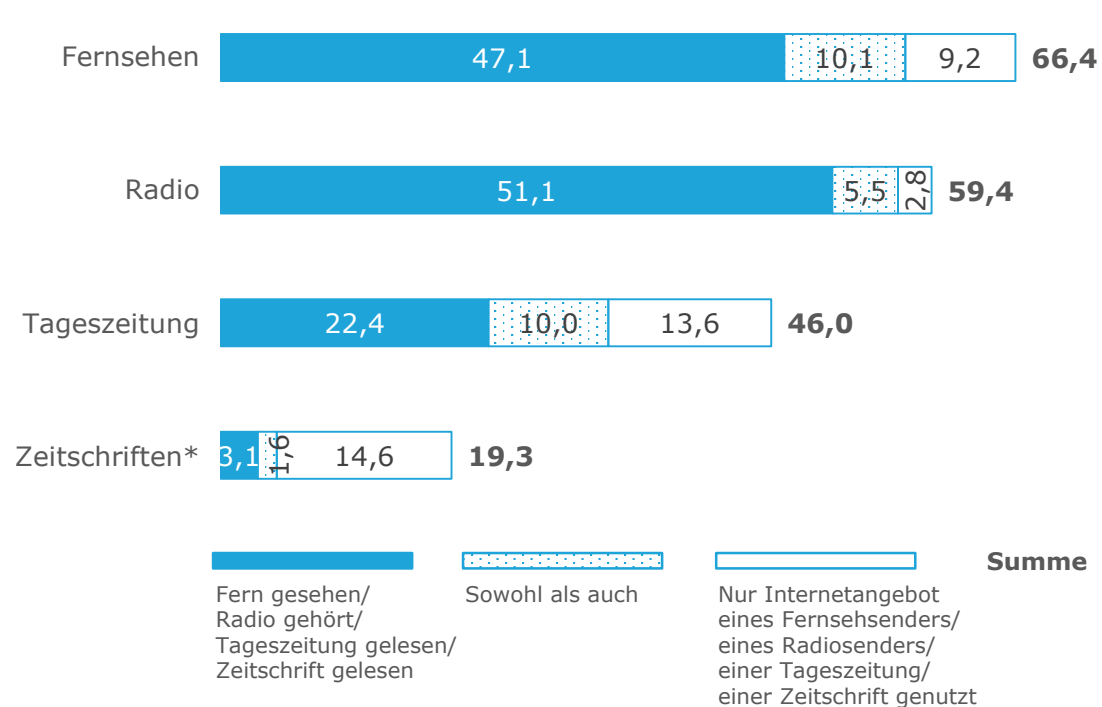


Angaben in Prozent; Quelle: Mediengewichtungsstudie 2020-II bzw. 2019-I
Basis 2020: 11,127 Mio. Personen ab 14 Jahre in Bayern, n=751

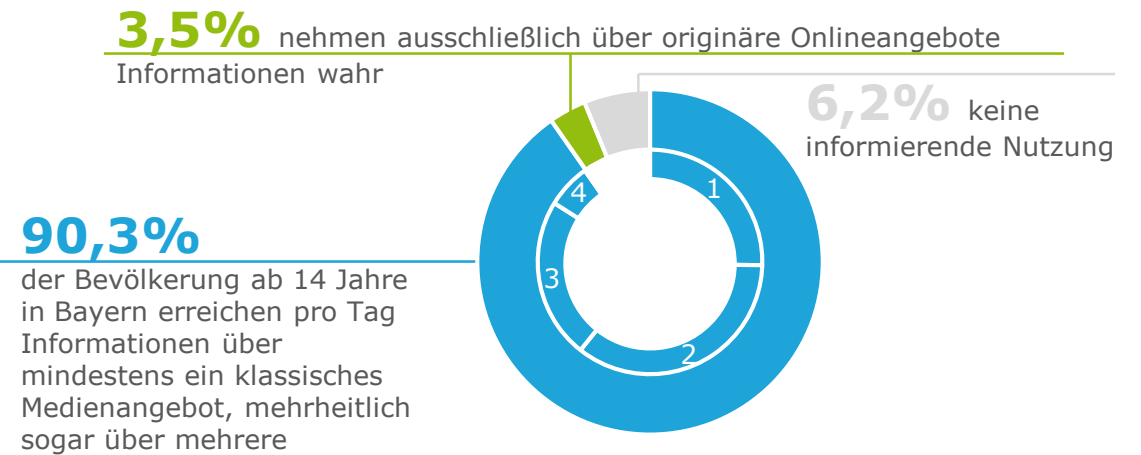
Infos DE/Welt: Tagesreichweite klassischer Medien gesamt 2020 in Bayern

Alle klassischen Medien werden auch oder ausschließlich online genutzt, vor allem Printmedien generieren einen großen Anteil ihrer Tagesreichweite im Netz. In Summe nehmen pro Tag neun von zehn Personen ab 14 Jahren in Bayern Informationen (auch) aus klassischen Medien wahr. Entsprechend informieren sich rund 4 Prozent pro Tag ausschließlich über originäre Onlineangebote.

Gesamtreichweite klassische Medien



Anteil und Anzahl klassischer Medien

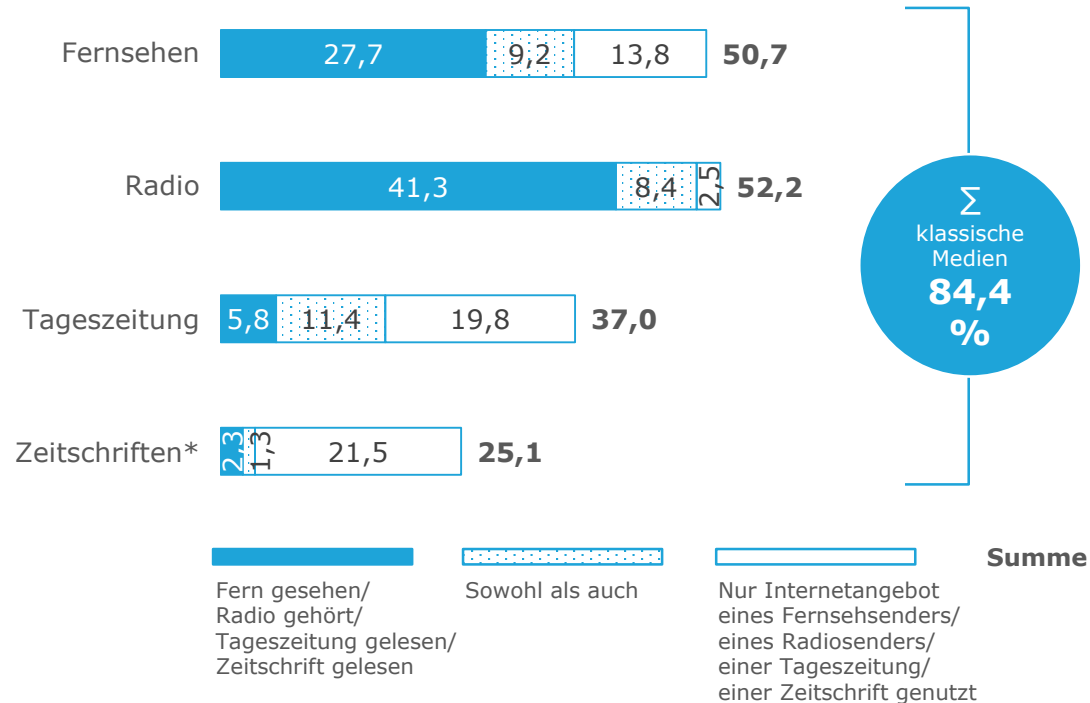


Angaben in Prozent; Quelle: Mediengewichtungsstudie 2020-II bzw. 2019-I
Basis 2020: 11,127 Mio. Personen ab 14 Jahre in Bayern, n=751

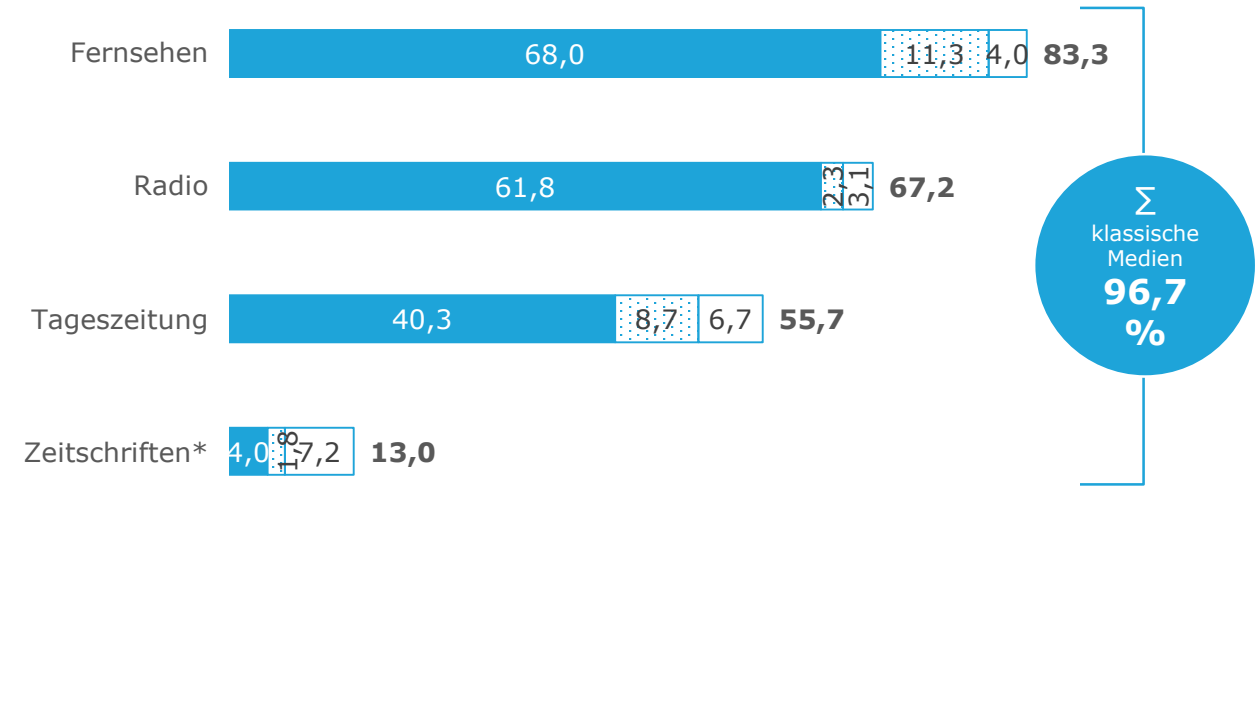
Infos DE/Welt: Tagesreichweite klassischer Medien im Vergleich 2020 in Bayern

Mehr als die Hälfte der Tagesreichweite der Tageszeitung wird bei unter 50-Jährigen ausschließlich online generiert. Bei Zeitschriften sind es sogar rund 86 Prozent! In Summe über alle Kanäle informieren sich im Durchschnitt mehr als vier von fünf unter 50-Jährigen pro Tag (auch) über etablierte Quellen. Über 50-Jährige erreichen die klassischen Medien fast alle täglich.

14-49 Jahre



Ab 50 Jahre



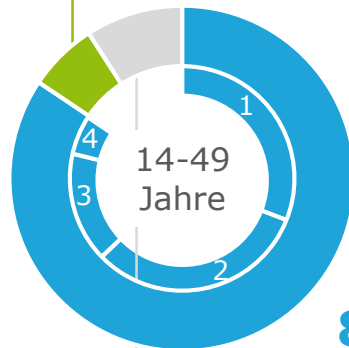
Angaben in Prozent; Quelle: Mediengewichtungsstudie 2020-II bzw. 2019-I
Basis 2020: 11,127 Mio. Personen ab 14 Jahre in Bayern, n=751; davon 5,783 Mio. im Alter 14-49 Jahre, n=262; 5,345 Mio. ab 50 Jahre, n=489

Infos DE/Welt: Anteil/Anzahl klassischer Medien an der Info-Tagesreichweite in Bayern

Klarer Zusammenhang zwischen Alter und der Nutzung originärer Onlineangebote als Infoquelle: Rund 7% der Bevölkerung in Bayern zwischen 14 und 49 Jahren informieren sich pro Tag nicht über klassische Medien. Bei über 50-Jährigen ist das eine seltene Ausnahme.

Anteil und Anzahl klassischer Medien 14-49 Jahre

6,5% nehmen ausschließlich über originäre Onlineangebote Informationen wahr



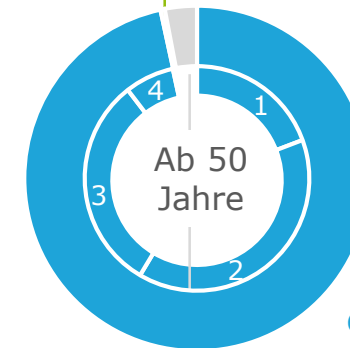
84,4%

der 14- bis 49-Jährigen informieren sich (auch) über klassische Medien – mehrheitlich über ein oder zwei.

9,1% keine Infonutzung

Anteil und Anzahl klassischer Medien ab 50 Jahre

0,4% nehmen ausschließlich über originäre Onlineangebote Informationen wahr



96,7%

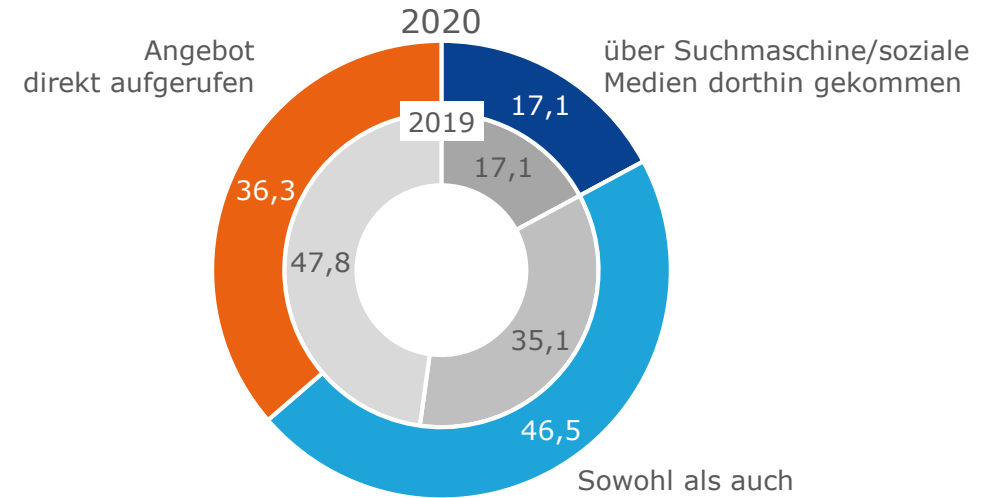
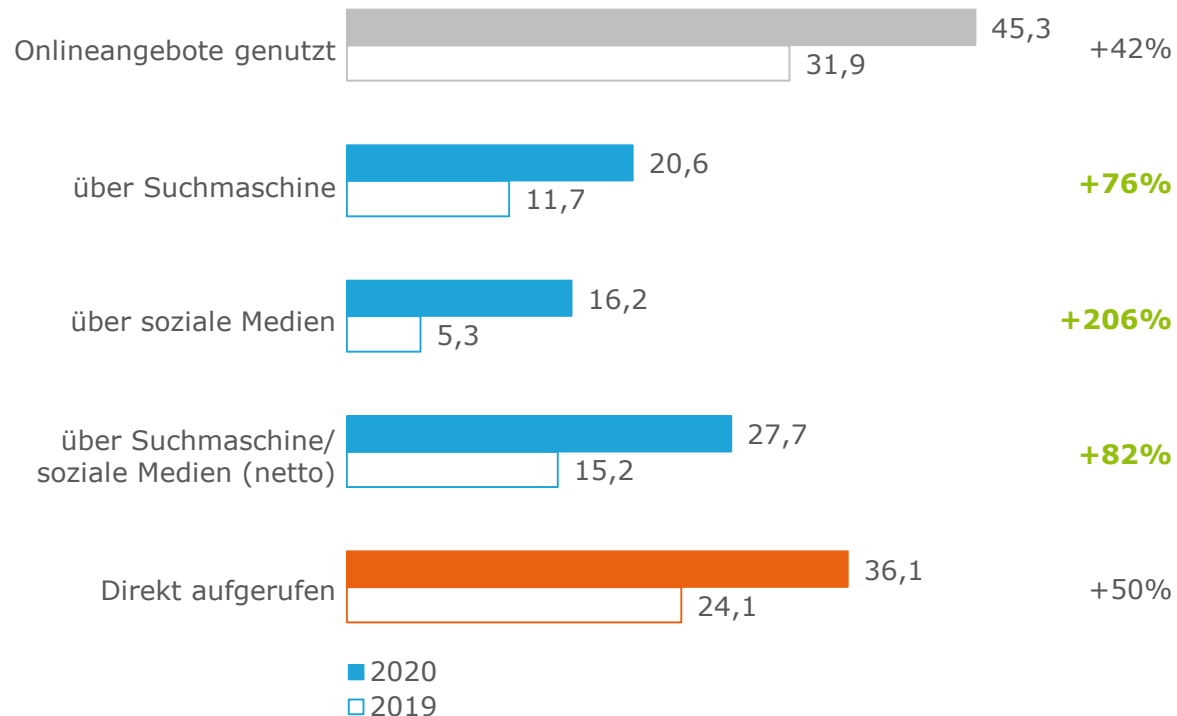
der ab 50-Jährigen – und damit quasi alle, die sich an einem Durchschnittstag informieren, nutzen klassische Medien – mehrheitlich sogar mehrere.

3,0% keine Infonutzung

Angaben in Prozent; Quelle: Mediengewichtungsstudie 2020-II bzw. 2019-I
Basis 2020: 11,127 Mio. Personen ab 14 Jahre in Bayern, n=751; davon 5,783 Mio. im Alter 14-49 Jahre, n=262; 5,345 Mio. ab 50 Jahre, n=489

Relevanz von Intermediären für die Informationsvermittlung in Bayern: Kontakthersteller

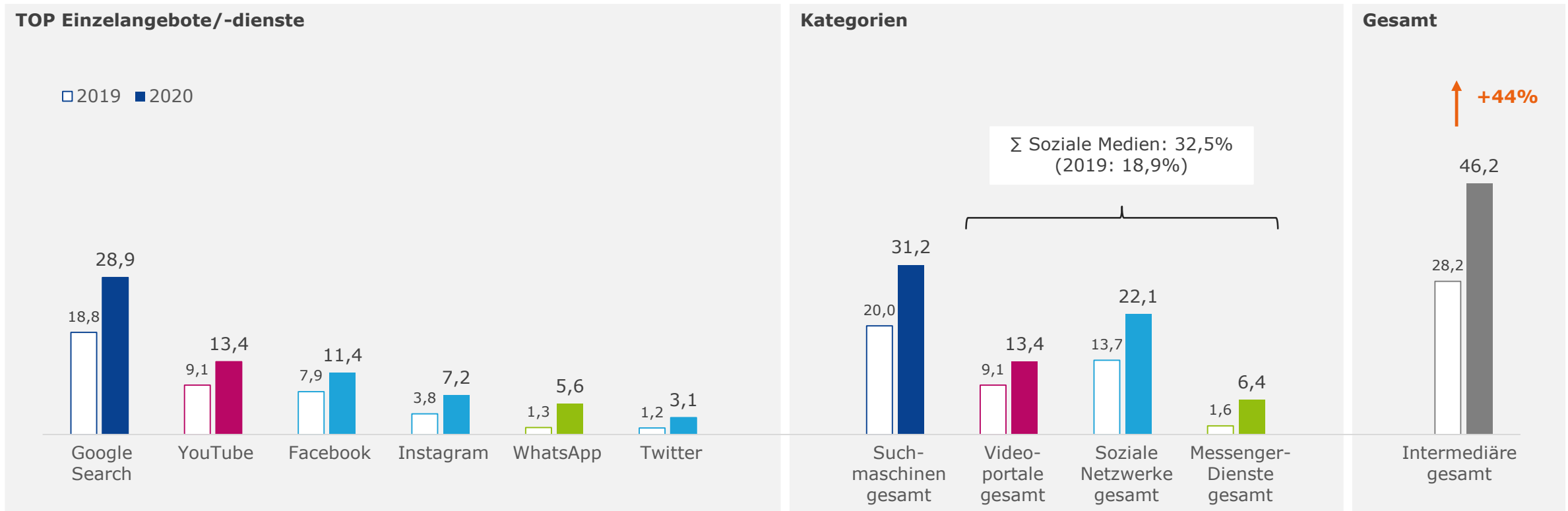
Der Weg zu informierenden Onlineangeboten führt immer öfters über Intermediäre. Für mittlerweile mehr als ein Viertel der Bevölkerung in Bayern spielen sie täglich eine Rolle als Kontakthersteller zu Infos aus Deutschland und der Welt. Der Anteil derer, die ein Onlineangebot ausschließlich direkt aufrufen, ist anteilig auf gut ein Drittel gesunken.



Angaben in Prozent; Quelle: Mediengewichtungsstudie 2020-II bzw. 2019-I
Basis 2020: 11,127 Mio. Personen ab 14 Jahre in Bayern, n=751; 5,036 Mio., die mindestens ein Onlineangebot informierend genutzt haben, n=325

Infos DE/Welt: Informierende Tagesreichweite von Intermediären in Bayern

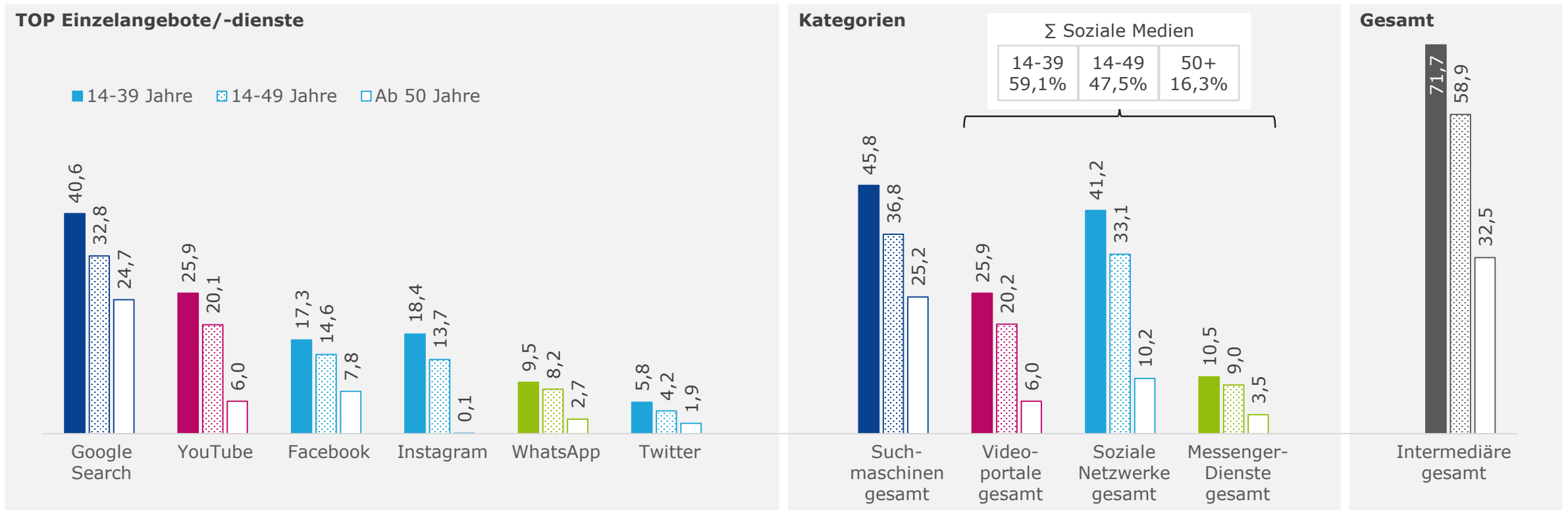
Alle Intermediäre werden deutlich mehr als 2019 auch zu informierenden Zwecken genutzt. Google Search klar vorne, gefolgt von YouTube. Neben Google nimmt vor allem Facebook mit seinem gleichnamigen sozialen Netzwerk, Instagram und WhatsApp zunehmend Einfluss darauf, welche Informationen wahrgenommen werden.



Angaben in Prozent; Quelle: Mediengewichtungsstudie 2020-II bzw. 2019-I
Basis 2020: 11,127 Mio. Personen ab 14 Jahre in Bayern, n=751

Infos DE/Welt: Informierende Tagesreichweite von Intermediären in Bayern

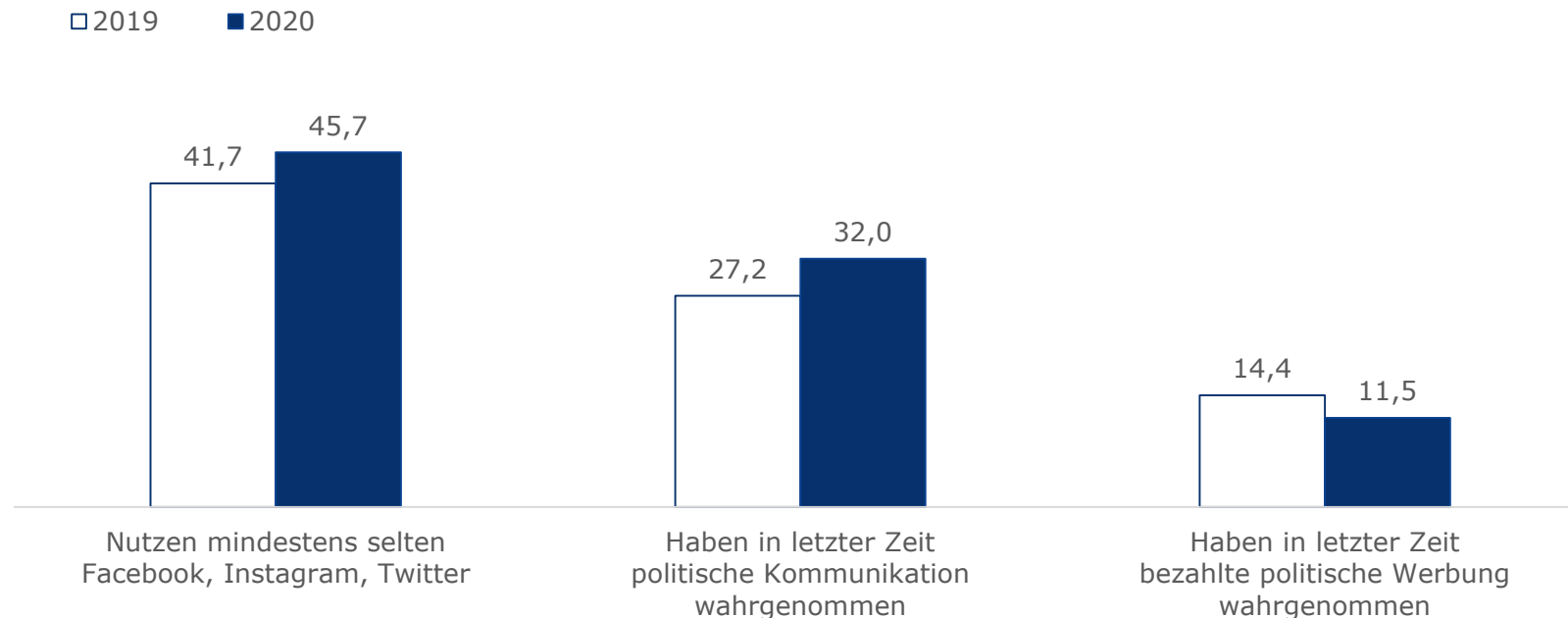
Klarer Zusammenhang zwischen Alter und der Nutzung von Intermediären zu informierenden Zwecken: Ihre Tagesreichweite gesamt liegt bei unter 50-Jährigen fast doppelt so hoch wie in der Altersgruppe ab 50 Jahre. Bei den sozialen Medien ist der Unterschied noch stärker ausgeprägt.



Angaben in Prozent; Quelle: Mediengewichtungsstudie 2020-II bzw. 2019-I
 Basis 2020: 11,127 Mio. Personen ab 14 Jahre in Bayern, n=751; davon 4,130 Mio. im Alter 14-39 J., n=162, 5,783 Mio. im Alter 14-49 J., n=262; 5,345 Mio. ab 50 J., n=489

Exkurs: Wahrnehmung von politischen Botschaften in sozialen Medien in Bayern

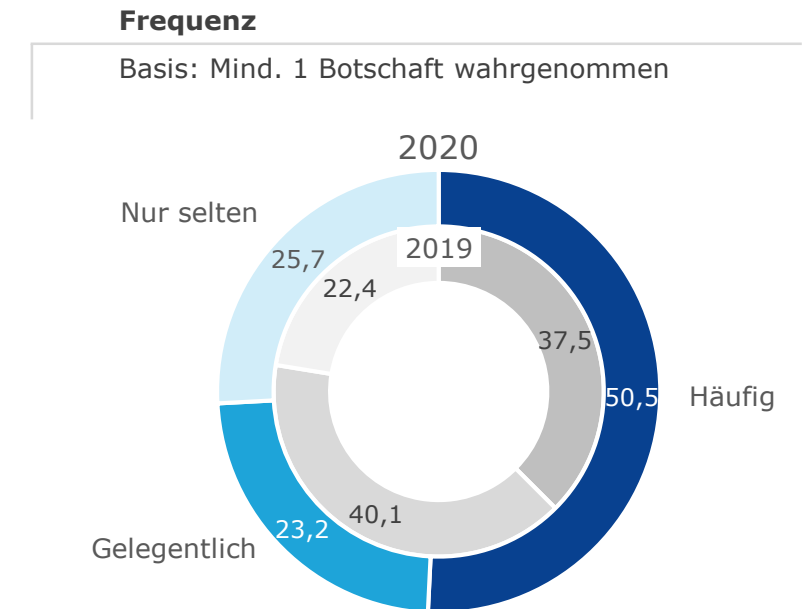
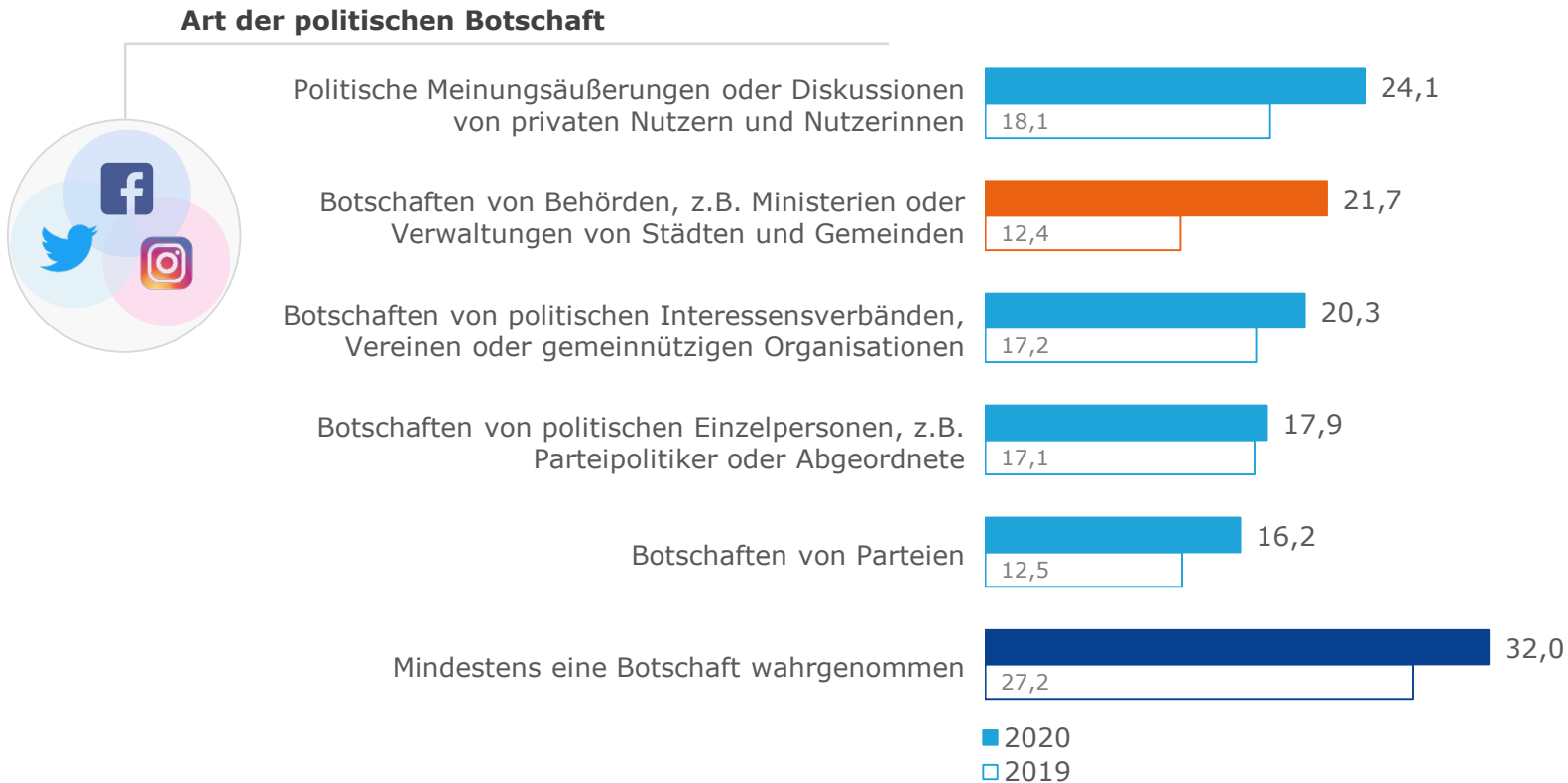
Mit den sozialen Medien treten zunehmend neue Akteure und Botschaften auf: Rund ein Drittel der Bevölkerung ab 14 Jahre in Bayern nimmt politische Botschaften auf Facebook, Instagram oder Twitter wahr. Das sind deutlich mehr als im Vorjahr. Dass mit etwa einem Zehntel etwas weniger als zuletzt auch bezahlte politische Werbung bemerkt haben, mag an der Europawahl im Frühsommer 2019 gelegen haben.



Politische Kommunikation verstanden als politische Meinungsäußerungen, Diskussionen oder Botschaften von privaten oder politischen Personen, Parteien, Interessensverbänden, Behörden; Angaben in Prozent; Quelle: Mediengewichtungsstudie 2020-II bzw. 2019-I; Basis 2020: 11,127 Mio. Personen ab 14 Jahre in Bayern, n=751

Wahrnehmung von politischen Botschaften in sozialen Medien in Bayern

Den größten Zuwachs erfahren im Corona-Jahr – vermutlich wegen der Pandemie – Behörden oder Verwaltungen von Städten und Gemeinden. Meinungen von privaten Personen bleiben aber vorne. Wer politische Botschaften auf Facebook, Instagram oder Twitter wahrnimmt, tut dies deutlich häufiger als 2019.



Angaben in Prozent; Quelle: Mediengewichtungsstudie 2020-II bzw. 2019-I
Basis 2020: 11,127 Mio. Personen ab 14 Jahre in Bayern, n=751, davon 5,083 Mio., die Facebook, Instagram oder Twitter zumindest selten nutzen; n=296

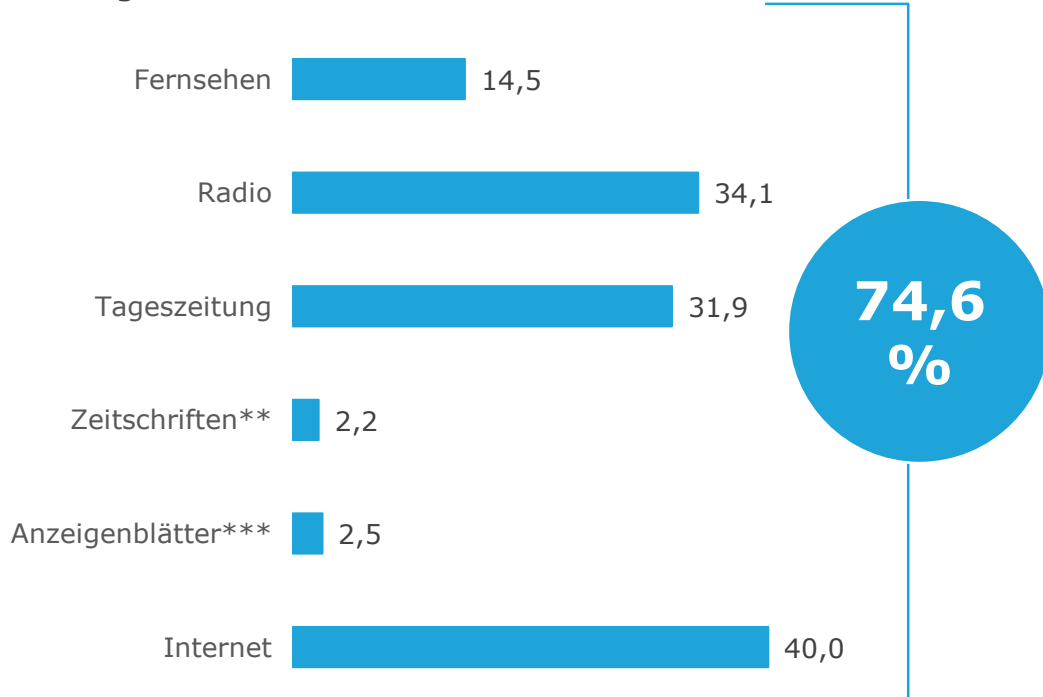
2

Nutzung von lokalen Informationen

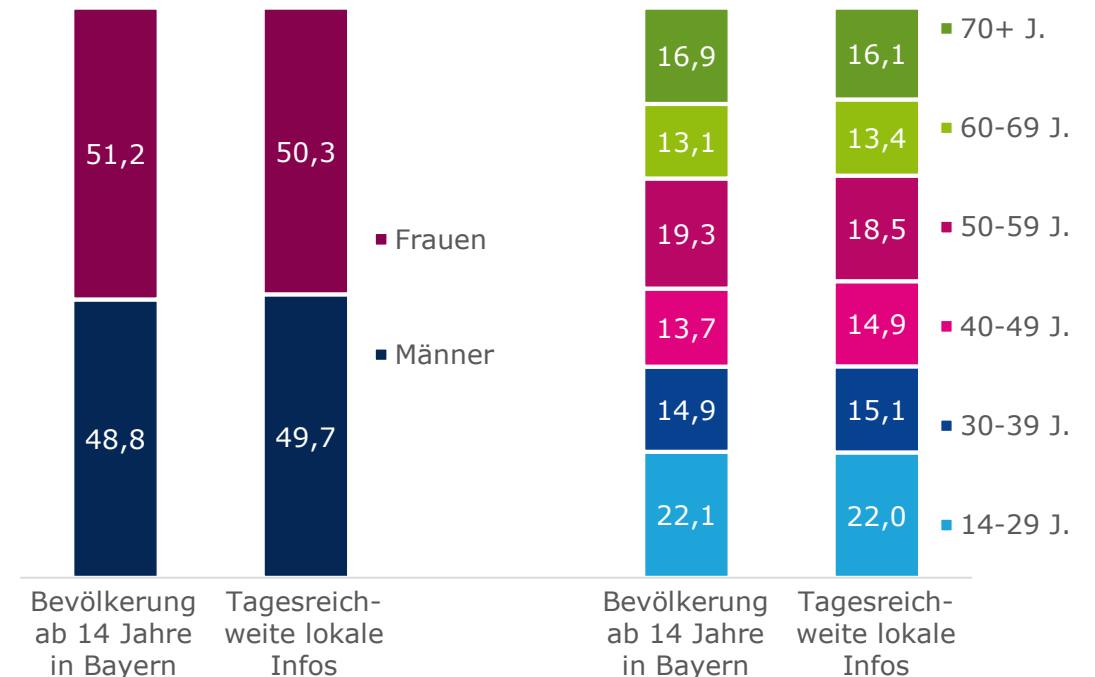
Lokale Informationen: Wer informiert sich an einem Durchschnittstag über Lokales?

Drei Viertel der Bevölkerung ab 14 Jahren in Bayern nehmen pro Tag Informationen aus ihrer direkten Umgebung wahr. Lokales interessiert dabei alle gleichermaßen. Soziodemografisch lassen sich – auch über Alter und Geschlecht hinaus* – jedenfalls keine Spezifika ausmachen.

Tagesreichweite lokale Infos 2020



Tagesreichweite lokale Infos nach Geschlecht und Alter im Vergleich

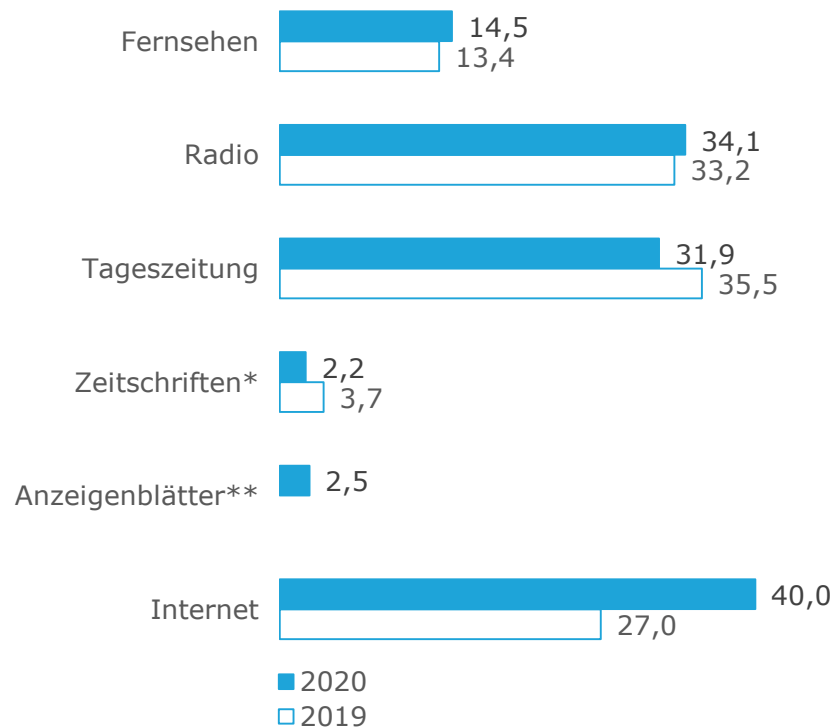


*geprüft wurden formale Bildung, Berufstätigkeit, HH-Nettoeinkommen, zudem Wohnort nach Gemeindegrößenklassen; **Zeitschriften, Wochenzeitungen, Nachrichtenmagazine; ***Anzeigenblätter erst seit 2020 berücksichtigt; Angaben in Prozent; Quelle: Mediengewichtungsstudie 2020-II bzw. 2019-I Basis 2020: 11,127 Mio. Personen ab 14 Jahre in Bayern, n=751

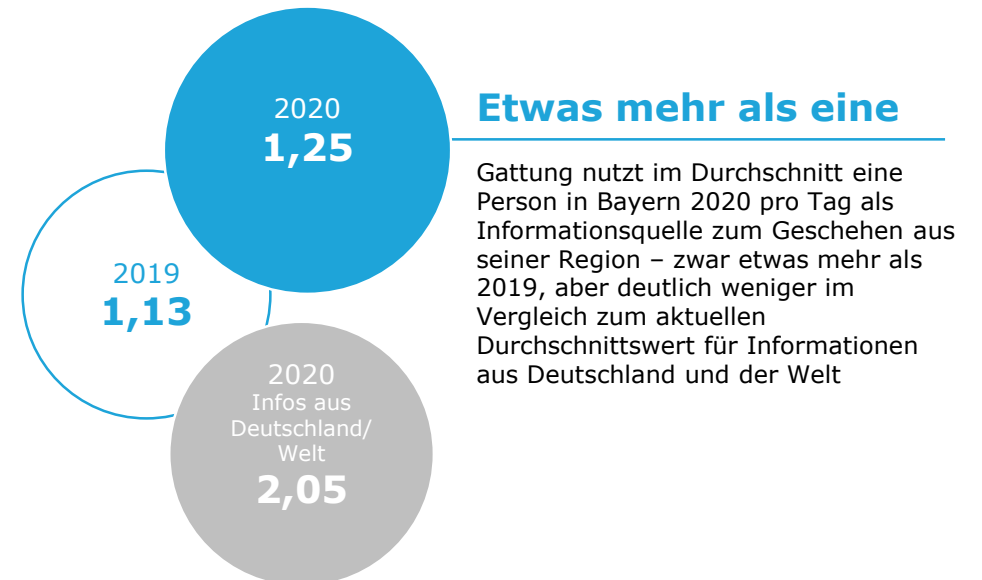
Lokale Informationen: Tagesreichweite informierende Mediennutzung 2020 in Bayern

Radio und Tageszeitung sind nach wie vor die meistgenutzten klassischen Kanäle, wenn es um lokale Infos geht. Aber auch hier ist das Internet im letzten Jahr an den etablierten Anbietern vorbeigezogen. Im Durchschnitt kommen für Lokales deutlich weniger Mediengattungen zum Einsatz als für Informationen aus Deutschland und der Welt.

Tagesreichweite lokale Infos 2019-2020



Ø Anzahl genutzte Gattungen pro Tag für lokale Infos

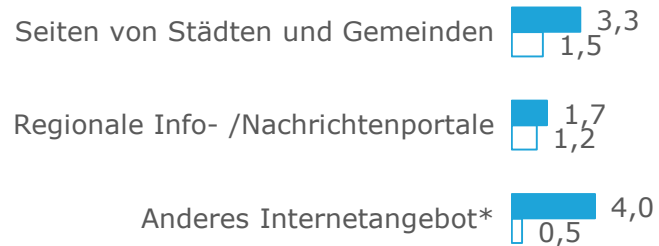
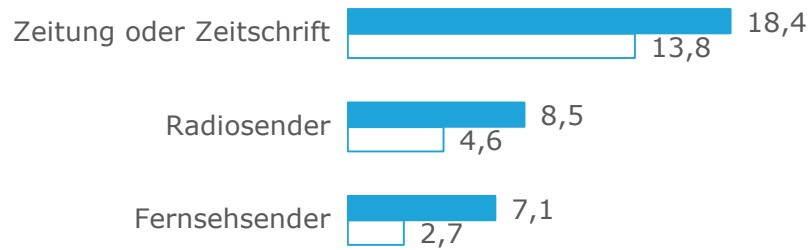


*Zeitschriften, Wochenzeitungen, Nachrichtenmagazine; **Anzeigenblätter erst seit 2020 berücksichtigt; Angaben in Prozent;
Quelle: Mediengewichtungsstudie 2020-II bzw. 2019-I Basis 2020: 70,635 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, n=4.455, davon 11,127 Mio. in Bayern, n=751

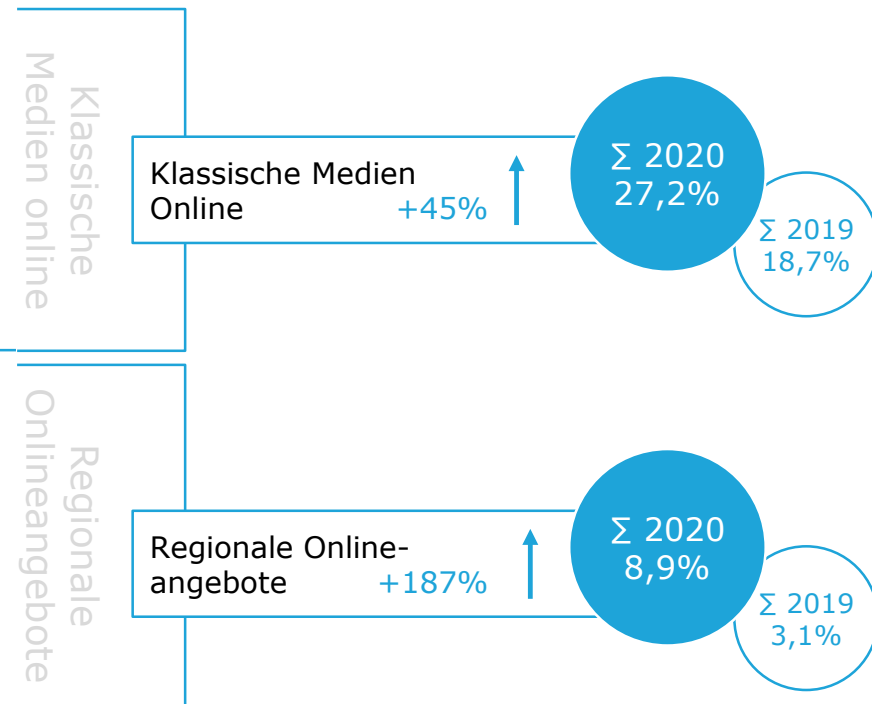
Lokale Informationen: Tagesreichweite Onlineangebote

Der Siegeszug des Internets basiert auch auf der crossmedialen Nutzung klassischer Medien. Der enorme Zuwachs bei regionalen Onlineangeboten ist vermutlich den lokalen und regionalen Infoangeboten zur Pandemie zuzuschreiben.

Tagesreichweite Onlineangebote



■ 2020
□ 2019

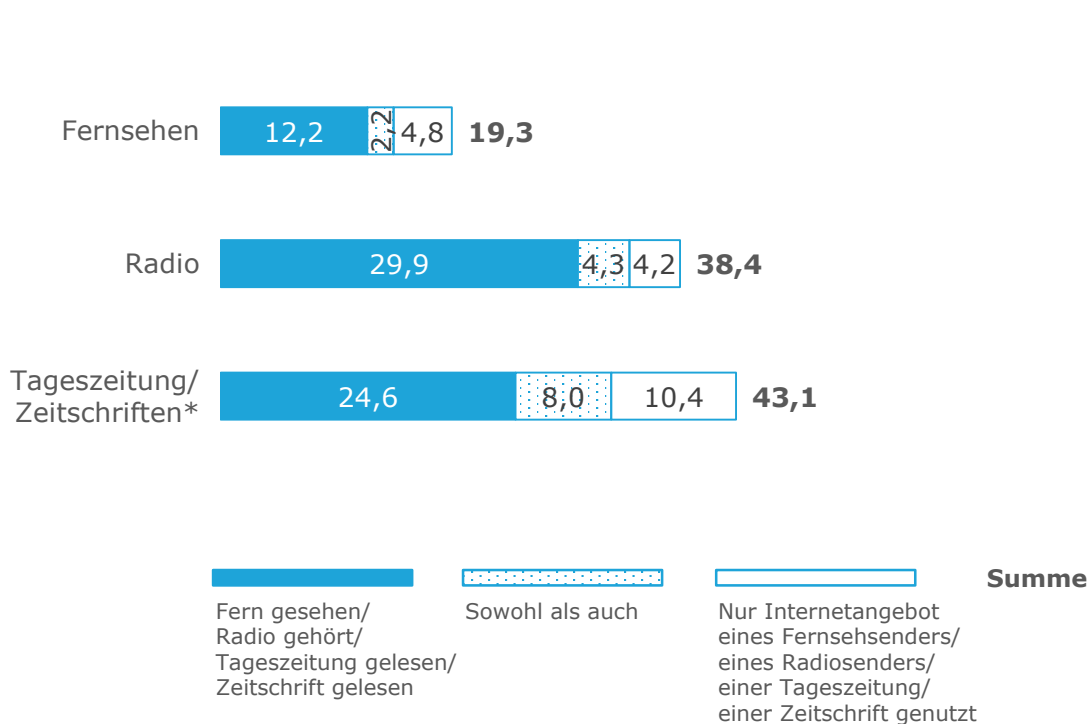


*das regelmäßig über Ihre Region berichtet; Angaben in Prozent; Quelle: Mediengewichtungsstudie 2020-II bzw. 2019-I Basis 2020: 11,127 Mio. Personen ab 14 Jahre in Bayern, n=751

Lokale Informationen: Tagesreichweite klassischer Medien gesamt 2020 in Bayern

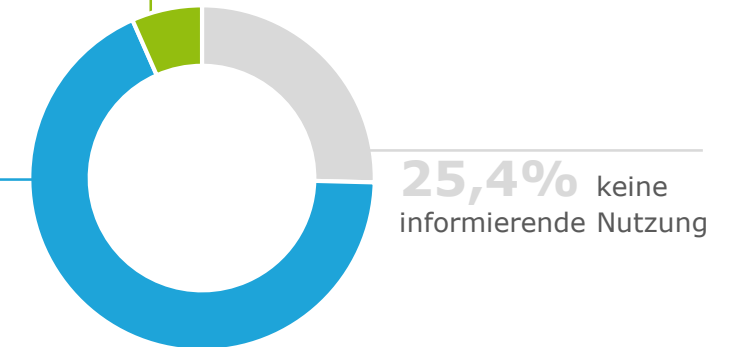
Alle klassischen Medien, vor allem aber Print, werden auch oder ausschließlich online genutzt. In Summe nehmen pro Tag knapp sieben von zehn Personen ab 14 Jahren in Bayern lokale Informationen aus klassischen Medien wahr. Rund sieben Prozent informieren sich hingegen ausschließlich über originäre Onlineangebote.

Gesamtreichweite klassische Medien



6,6% nehmen ausschließlich über originäre Onlineangebote Informationen wahr

68,0% der Bevölkerung ab 14 Jahre in Bayern erreichen pro Tag lokale Informationen über mindestens ein klassisches Medienangebot



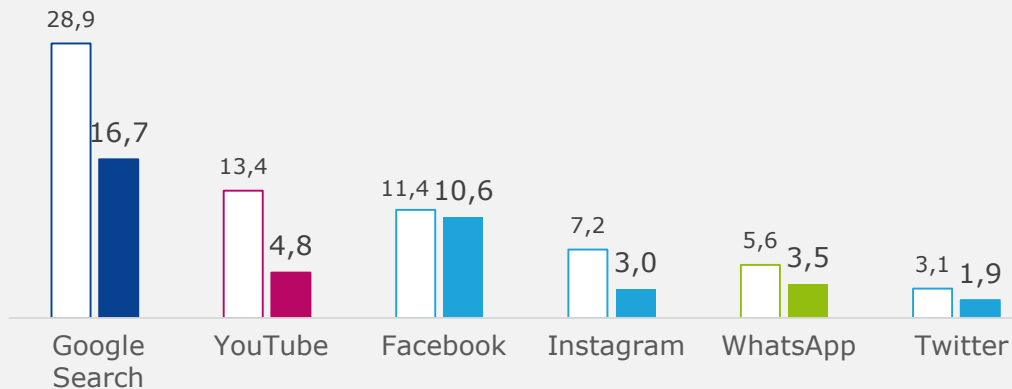
*Onlinenutzung von Tageszeitung, Zeitschriften, Wochenzeitungen oder Nachrichtenmagazine wurde nur zusammen erhoben; Angaben in Prozent; Quelle: Mediengewichtungsstudie 2020-II bzw. 2019-I; Basis 2020: 11,127 Mio. Personen ab 14 Jahre in Bayern, n=751

Lokale Informationen: Informierende Tagesreichweite von Intermediären 2020 in Bayern

Für das lokale Geschehen spielen Intermediäre eine geringere Rolle als für Nachrichten aus Deutschland und der Welt. Knapp ein Fünftel der bayerischen Bevölkerung ab 14 Jahre gelangt pro Tag über eine Suchmaschine zu lokalen Infos, etwas mehr nutzen soziale Medien (auch) für Informationen aus der Umgebung.

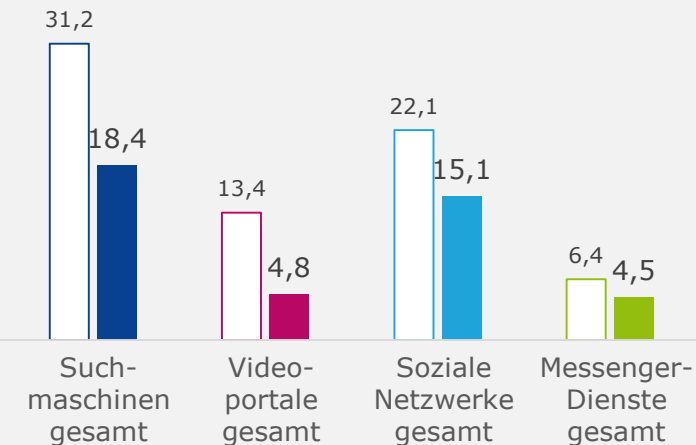
TOP Einzelangebote/-dienste

□ Infos aus Deutschland und der Welt ■ Lokale Informationen



Kategorien

Σ Soziale Medien: 23,1%
(Infos DE/Welt: 32,5%)



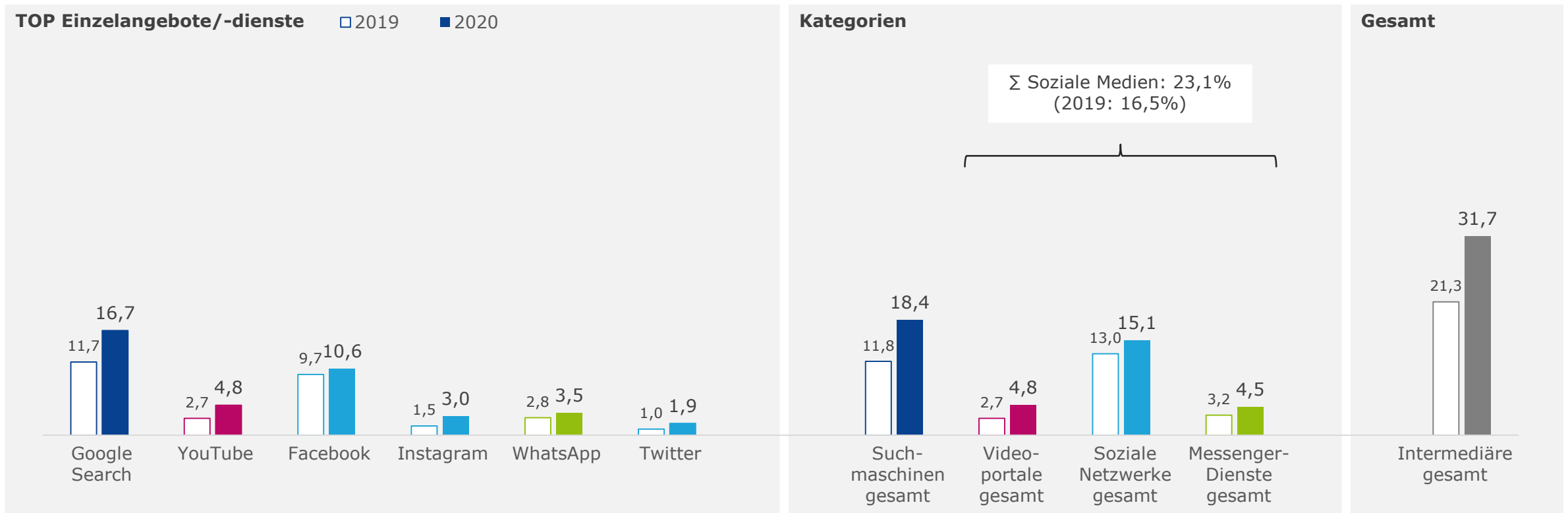
Gesamt



Angaben in Prozent; Quelle: Mediengewichtungsstudie 2020-II bzw. 2019-I
Basis 2020: 11,127 Mio. Personen ab 14 Jahre in Bayern, n=751

Lokale Informationen: Informierende Tagesreichweite von Intermediären 2020 in Bayern

Auch für lokale Informationen gewinnen Suchmaschinen und soziale Medien als Kontakthersteller oder direkte Infoquelle an Bedeutung. Neben Google Search spielt hier vor allem Facebook eine Rolle. Seine Tagesreichweite steigt im Corona-Jahr (wieder) leicht an, das Netzwerk bleibt die Nr.1 unter den sozialen Medien.



Angaben in Prozent; Quelle: Mediengewichtungsstudie 2020-II bzw. 2019-I
Basis 2020: 11,127 Mio. Personen ab 14 Jahre in Bayern, n=751

Studiensteckbrief

Daten zur Untersuchung 2020:		2019 (wo abweichend)
Auftraggeber:	Die Medienanstalten	
Institut:	Kantar	
Methode:	Computer Assisted Telephone Interviewing (CATI)	
Grundgesamtheit:	Definition wie ma: Deutsch sprechende Wohnbevölkerung ab 14 Jahre in Deutschland: 70,635 Mio. Personen, davon 11,127 Mio. in Bayern.	70,445 Mio. Personen in Deutschland, davon 11,008 Mio. in Bayern.
Fallzahl	1.986 Interviews mit Tagesgleichverteilung (2. Welle 2020) inkl. Aufstockungsinterviews auf ein Soll von n=500 in Sachsen 2.469 Interviews mit Tagesgleichverteilung (1. Welle 2020) inkl. Aufstockungsinterviews auf ein Soll von n=500 in den Bundesländern Brandenburg und Schleswig-Holstein Bayern wurde pro Welle auf 375 Interviews aufgestockt.	2.571 Interviews mit Tagesgleichverteilung (1. Welle 2019) inkl. Aufstockungsinterviews auf ein Soll von n=500 in den Bundesländern Bayern, Sachsen, Brandenburg 2.999 Interviews mit Tagesgleichverteilung (2. Welle 2018): 1.400 Interviews + Aufstockungsinterviews auf ein Soll von n=500 in den Bundesländern Bayern, Sachsen, Brandenburg
Stichprobe / Zielperson:	Die Studie wurde als so genannte Dual-Frame-Telefonbefragung, d. h. mit einem kombinierten Ansatz mit Festnetz- und Mobilfunknummern, durchgeführt. Auswahlgrundlage war das ADM-Telefonstichprobensystem für Fest- und Mobilnetznummern (Anteil Mobilnummern: 30%). Beide Sampling-Frames wurden mittels Designgewichtung so miteinander verschmolzen, dass sie zusammen ein repräsentatives Abbild der Grundgesamtheit bilden. Die Befragungsperson wurde zufällig ausgewählt.	
Gewichtung:	Die realisierte Stichprobe wurde per Gewichtung an die Strukturen der aktuellen ma Radio angepasst.	
Erhebungszeitraum:	1. Welle/Halbjahr 2020: 13.01. – 30.06.2020 2. Welle/Halbjahr 2020: 01.07. – 26.07.2020, 09.08. – 14.12.2020	2. Welle/Halbjahr 2018: 01.07. – 29.07.2018, 13.08. – 14.12.2018 1. Welle/Halbjahr 2019: 07.01. – 30.06.2019