

Vertrauen, Vermeiden, Verweigern

Studie zu Mediennutzung und News-Avoidance in Österreich



Durchgeführt mit Unterstützung der KommAustria gemäß §16 QJF-G

Bericht:

Dr. Andy Kaltenbrunner

Dr.^a Renée Lugschitz

Mag.^a Sonja Luef

April 2026

Inhalt

1	Einleitung.....	2
2	Methodik und Studienverlauf	2
3	Theoretischer Rahmen: Vertrauen in der Medien- und Journalismusforschung	3
4	Ausgewählte Ergebnisse.....	7
	4.1 Nachrichtennutzung, Vertrauen und Demokratie – ein Überblick.....	7
	4.2 Nachrichtenvermeider:innen: soziodemografische Merkmale.....	14
	4.3 Motive für Nachrichtenvermeidung	17
	4.4 Typologie und Fallvignetten	23
5	Fazit.....	27
6	Forschungsteam	28
7	Trägerforschungsstätte und Kontaktinformationen	30
8	Literaturverzeichnis.....	31

Forschungsbericht von Medienhaus Wien, April 2026.

Projektleitung: Dr. Andy Kaltenbrunner

Projektteam: Dr.^a Renée Lugschitz, Mag.^a Sonja Luef, Renata Fenzl, Dr. Norbert
Regitnig-Tillian, Dr.^a Denise Voci

Wissenschaftliche Beratung: Univ. Prof. DDr. Matthias Karmasin

Cover-Illustration: Manfred Hausschulz

1 Einleitung

Die gute Nachricht: Vier von fünf Erwachsenen in Österreich konsumieren (noch immer) mindestens einmal täglich aktuelle journalistische Nachrichten.

Die schlechte Nachricht: Drei Viertel schalten ganz bewusst alle News-Kanäle immer wieder einmal ab. Mehr als ein Viertel der Menschen sogar häufig.

Die vorliegende Studie hat sich mit der Entwicklung des Vertrauens der österreichischen Bevölkerung in die traditionellen Nachrichtenmedien und ihrem möglichen Zusammenhang mit politischer Partizipation beschäftigt. Ein besonderer Schwerpunkt wurde dabei auf die Gruppe der regelmäßigen News-Avoider – der Nachrichtenvermeider:innen –, auf ihre Motive und alternativen Informationsquellen gesetzt.

In Österreich, so ein Ergebnis unserer Studie „Trau, schau, Medien?“ aus 2024/25, vertraut ein großer Teil der Bevölkerung traditionellen Nachrichtenorganisationen nicht einmal mehr in politisch höchst brisanten Zeiten: Mehr als 40 % der österreichischen Bevölkerung verzichteten unmittelbar vor den Nationalratswahlen 2024 auf das Informationsangebot traditioneller Nachrichtenmedien – sei es in Print, auf Websites oder in Social Media. Das ist Ausdruck einer zunehmenden gesellschaftlichen Spaltung (Melischek und Seethaler 2023) und hat Auswirkung auf das gesamte demokratische Gefüge.

Der vorliegende Forschungsbericht setzte an den Ergebnissen dieser früheren Studie an und untersuchte weiterführend, was es für Österreichs Medien und Demokratie bedeutet, wenn ein wachsender Anteil der Bevölkerung sich von etablierten Nachrichtenmedien abwendet.

Die Forschungsfragen (FF), die diese Studie leiteten, waren:

FF1: Wie entwickelt sich das Vertrauen der österreichischen Bevölkerung zu traditionellen Nachrichtenmedien im längerfristigen Vergleich?

FF2: Welche Zusammenhänge zwischen (zuletzt sinkendem) Medienvertrauen und Bereitschaft zu politischer Partizipation lassen sich feststellen?

FF3: Wer sind die Nachrichtenvermeider:innen, was sind ihre zentralen Motive – und welche alternativen Informationsquellen werden genutzt?

Forschungsziel war eine differenzierte Bestandsaufnahme zu Medienvertrauen und Nachrichtenvermeidung in Österreich im demokratiepolitischen Kontext.

2 Methodik und Studienverlauf

Die Studie verfolgte einen Mixed-Methods-Ansatz mit quantitativen und qualitativen Erhebungsinstrumenten, die an der Publikumperspektive ansetzten. Eine Panel-Befragung zu Medienvertrauen und qualitative Leitfaden-Interviews ermöglichten eine vertiefende Untersuchung zu Nachrichtenvermeidung und ihren Ursachen.

Die Studie wurde, entlang der Forschungsfragen FF1–FF3 und entsprechend der Methodologie, in drei Arbeitspakete (AP) unterteilt. Zudem wurde Literaturrecherche laufend über den gesamten Projektzeitraum durchgeführt.

AP1_Panel-Befragung (CAWI), n=1.000¹: In Zusammenarbeit mit dem Österreichischen Gallup Institut wurde das Vertrauen der Bevölkerung in journalistische Nachrichtenproduktion auf verschiedenen Ebenen weiterführend untersucht. Das im Projekt „Trau, schau, Medien?“ entwickelte Konzept und die daraus abgeleiteten Erkenntnisse bildeten den Ausgangspunkt zur Weiterentwicklung der Fragestellungen zu Medienvertrauen, mit Schwerpunkt auf Nachrichtenvermeidung, ihren Ursachen und ihren Zusammenhang mit politischer Haltung. Durch eine vertiefte Auswertung der Daten der 1.000 Befragten wurden Muster zwischen Vertrauen, Mediennutzung und -vermeidung durch Korrelationen und Datenverknüpfungen identifiziert. Daraus wurde eine Typologie von verschiedenen Formen der Nachrichtenvermeidung entwickelt.

AP2_Leitfaden-Interviews: Um Medienvertrauen und Motive von Nachrichtenvermeidung, sowie die Zusammenhänge mit politischer Partizipation vertiefend qualitativ untersuchen zu können, wurden elf Leitfaden-Interviews mit Personen geführt, die aktuelle Berichterstattung aktiv vermeiden. Die Zusammenstellung der Interviewees erfolgte auf Basis der entwickelten Typologie. Dabei wurde auf geografische Diversität, d.h. die Interview-Partner:innen kamen aus verschiedenen städtischen und ländlichen Regionen Österreichs, auf Altersstreuung und auf ein möglichst ausgewogenes Geschlechterverhältnis geachtet. Die Verarbeitung der Daten erfolgte gemäß DSGVO, wir folgen dabei den Richtlinien der Österreichischen Akademie der Wissenschaft. Die Interviews wurden transkribiert, codiert und ausgewertet.

AP3_Dissemination: Einiges an Dissemination und Diskussion der Teilergebnisse erfolgte bereits während des Projektzeitraums. So stellten im Dezember 2025 Medienhaus Wien und das Österreichische Gallup Institut im Presseclub Concordia die ersten Ergebnisse der Panel-Befragung vor, die in Folge auch in (Branchen-)Medien publiziert wurden.² Außerdem wurden Ergebnisse im Rahmen von journalistischen (Weiter-)Bildungsmaßnahmen, z.B. im fjum (Forum Journalismus und Medien), bei Masterseminaren an der Universität Wien und Fachhochschulen präsentiert und diskutiert. Ein Beitrag für ein wissenschaftliches Journal mit Schwerpunkt auf Motive von Nachrichtenvermeidung in Österreich und möglichen Ansätzen zur (Rück-)Gewinnung von Vertrauen ist in Vorbereitung.

3 Theoretischer Rahmen: Vertrauen in der Medien- und Journalismusforschung

Mit der wachsenden Sorge um das sinkende Vertrauen in traditionelle Nachrichtenmedien und was das nicht nur für die Medienbranche, sondern für Demokratie insgesamt bedeutet, wurde in den vergangenen Jahren in der Forschung auch viel zum theoretischen Konzept von Vertrauen in

¹ Untersuchungszeitraum: 18. September bis 2. Oktober 2025. Befragt wurden 1 000 Personen, die repräsentativ für die (webaktive) österreichische Bevölkerung ab 16 Jahren sind. Methode: CAWI-Interviews (Computer Assisted Web Interviewing) im Gallup-Onlinepanel, nach der internationalen Norm für Markt-, Meinungs- und Sozialforschung ISO 20252 betrieben.

² siehe <https://www.youtube.com/watch?v=4-ICET4z5Jg&t=9s>; zu Medienberichten siehe z.B. https://www.horizont.at/medien/news/wien-drittel-der-bevoelkerung-haelt-aktive-info-suche-fuer-unnoetig-100316?utm_source=%2Fmeta%2Fnewsletter%2Fhorizontammorgen&utm_medium=newsletter&utm_campaign=nl3820&utm_term=9705c4031b3252e850e1844dcf836626; <https://www.kleinezeitung.at/artikel/20426436/news-will-find-me-welche-folgen-fehlender-nachrichtenkonsum-hat>; <https://www.derstandard.at/story/3000000300605/fake-news-verdacht-bei-gratiszeitungen-und-alternativen-medien-am-groessten>

Nachrichtenmedien gearbeitet (siehe z.B. Fawzi et al. 2021, Blöbaum 2018, Kretzschmar et al. 2025, Hanitzsch et al. 2018, Prochazka und Schweiger 2020, Strömbäck et al. 2020). Diese Studie orientiert sich an der aus der Forschungsliteratur abgeleiteten Definition von Fawzi et al. (2021).

Demnach „kann Vertrauen in Nachrichtenmedien als die individuelle Bereitschaft definiert werden, sich gegenüber Medienobjekten verwundbar zu machen – basierend auf der Erwartung, dass diese a) für das Individuum zufriedenstellend agieren und/oder b) gemäß den vorherrschenden Normen und Werten der Gesellschaft handeln (d. h. demokratische Medienfunktionen erfüllen). Diese Definition bezieht sich auf Individuen auf Mikroebene, kann jedoch auch auf höhere Ebenen aggregiert werden, um das Niveau des Medienvertrauens in einem sozialen Milieu oder einer Gesellschaft zu bestimmen. (Fawzi et al. 2021, 5)

Der Begriff „verwundbar“ meint dabei den Vertrauensvorschuss bzw. Wissensverzicht, der jedem Vertrauen implizit ist. Denn „wer vertraut, verzichtet auf die Sicherheit, die vollständiges Wissen schafft“ (Schäfer 2004 zit. n. Kretzschmar et al. 2025, 15).

Das Vertrauen in Nachrichtenmedien kann sich auf unterschiedliche Objekte des Vertrauens beziehen (z.B. Strömbäck et al. 2020). Ausgehend von den Kategorisierungen von Fawzi et al. (2021, 10) und Jakob et al. (2023, 25), die vom Forschungsteam für die Studie „Trau, schau, Medien?“ adaptiert wurden, können diese Objekte des Vertrauens der Makro-, Meso- und Mikroebene zugeordnet werden (siehe Abbildung 1):



Abbildung 1: Ebenen des Vertrauens in Nachrichtenmedien.

Quelle: eigene Abbildung, orientiert an Fawzi et al. (2021) und Jakob et al. (2023).

Eine Frage, die in der Forschung vielfach diskutiert wird, ist jene nach dem Verhältnis von Vertrauen und Misstrauen. Sie können dabei als Pole einer Skala, als Gegensatzpaar oder auch als unterschiedliche Konzepte gelten (siehe z. B. Kretzschmar et al. 2025, Blöbaum 2018, Fawzi

et al. 2021). Je nach Bezugspunkt können sie auch gleichzeitig auftreten. Das heißt z.B. auf der Ebene der Medienmarke, dass das Publikum großes Vertrauen in die Sportberichterstattung eines Nachrichtenmediums haben könnte, gleichzeitig aber der Politikberichterstattung desselben Mediums misstraut. Sowohl Vertrauen als auch Misstrauen erfüllen dabei die Funktion der Komplexitätsreduktion (Luhmann 1968 nach Kretzschmar 2025, 18). Weil das Publikum die Wahrheit meist nicht selbst überprüfen kann, entschließt es sich, einer spezifischen Medienmarke oder auch klassischen Nachrichtenmedien generell zu vertrauen oder zu misstrauen. Zum Verhältnis von Vertrauen und Misstrauen folgen wir Kretzschmar et al. (2025):

„Misstrauen ist nicht generell als Gegenteil von Vertrauen zu verstehen, Vertrauen und Misstrauen sind vielmehr funktionale Äquivalente in Bezug auf die Reduktion von Komplexität sowie in Bezug auf Engagement und können auch losgelöst voneinander existieren.“
(Kretzschmar et al. 2025, 20)

Die Vertrauenskrise in Nachrichtenmedien ist international. In den 48 untersuchten Ländern des Digital News Reports vertrauen durchschnittlich nicht mehr als 40 % der Bevölkerung (die meiste Zeit den meisten) Nachrichtenmedien ihres Heimatlandes. Diese 40 % sind stabil über die vergangenen Jahre, liegen aber vier Prozentpunkte niedriger als zum Höhepunkt der Covid-19-Pandemie (Newman et al. 2025, 11), wo temporär stärker auf vertrauenswürdige Berichterstattung in der Krise gehofft wurde. Dieser Vorschuss ging aber, nach Ländern unterschiedlich stark, wieder zurück. Dazu gibt es deutliche Unterschiede zwischen den einzelnen Ländern: In Europa verzeichnet Griechenland die aktuell niedrigsten Raten mit gerade einmal 22 %. Skandinavien hingegen hat die höchsten Vertrauenswerte: Finnland liegt mit 67 % voran, gefolgt von Dänemark (56 %) und Norwegen (55 %) (Newman et al. 2025, 26, 79, 81). In Österreich hat sich das Vertrauen in Medien von 2024 auf 2025 um 6 Prozentpunkte verbessert und liegt mit 41 % auf Platz 22 von 48 Ländern. 2015 waren es hierzulande noch 48 %, 2021 – zum Höhepunkt der Covid-19-Pandemie – waren es 46 % (Newman et al. 2025, 69; zur Mediennutzung in Österreich während der Pandemie siehe auch Kaltenbrunner, Luef und Lugschitz 2023).

Bei einem (Selbst)Verständnis von Journalismus als die vierte Gewalt hängen Vertrauen in traditionelle Nachrichtenmedien und Vertrauen in eine demokratische Gesellschaft insgesamt jedenfalls zusammen (Prochazka und Schweiger 2020). „So wird beispielsweise angenommen, dass Menschen, die ihren Mitmenschen im Grundsatz eher vertrauen als misstrauen, auch eher darauf vertrauen, dass Medien fair berichten und Gerichte zu gerechten Urteilen kommen“ (Jackob et al. 2023, 12). Menschen, die Medien und Politik vertrauen, sind auch eher bereit, aktiv am demokratischen Prozess teilzunehmen (Castro et al. 2022; FÖG 2022; Prochazka und Schweiger 2020; Reiter und Matthes 2021; Fletcher und Park 2017).

Das Vertrauen in demokratische Institutionen hängt auch mit dem individuellen, sozialen Hintergrund zusammen. Es gibt, international feststellbar, einen signifikanten Vertrauens-Unterschied nach Einkommen: Das Viertel der Bevölkerung mit dem höchsten Einkommen ist viel eher bereit Medien, Regierung, NGOs und der Wirtschaft zu vertrauen als das Viertel mit den niedrigsten Einkommen, wie das Edelman Trust Institute (2025) in seinem Trust-Barometer, das Vertrauenswerte in 28 Ländern erfasst, feststellt. Das erinnert an die vielfach geäußerte Kritik mangelnder Diversität, wonach Journalismus nicht die gesamte Bevölkerung im Blick hat, sondern sich vorwiegend an das Establishment richtet (z.B. Borchardt et al. 2019; Kaltenbrunner und Lugschitz 2021).

Auf die wachsende gesellschaftliche Kluft macht auch eine deutsche Studie zu Journalismus-, Politik- und Demokratievertrauen in Sachsen, basierend auf 61 Leitfadeninterviews mit Repräsentant:innen verschiedener gesellschaftlicher Gruppen, aufmerksam. Sie betont „die erlebte Distanz und Fremdheit zwischen einem Großteil der Befragten und den Teilsystemen Journalismus und Politik“ sowie den „engen Zusammenhang zwischen Misstrauen gegenüber beiden Systemen“ (Kretzschmar et al. 2025, 277; zu diesem Zusammenhang siehe auch Jakob et al. 2023). Dieses Misstrauen ist wiederum eng verbunden mit einem Gefühl der politischen Machtlosigkeit und des Nicht-Gehört-Werdens (Kretzschmar et al. 2025, 273).

Vermeidung von Nachrichten hat viele Gründe (Goyanes et al. 2021) wie z.B. Nachrichtenermüdung aufgrund der Überflutung mit schlechten Nachrichten (Fitzpatrick 2022), wegen mangelnder Relevanz der Themen oder wegen schwerer Verständlichkeit (Borchardt et al. 2019; Kaltenbrunner und Lugschitz 2021). Letztendlich liegt all diesen Motiven zur Nachrichtenvermeidung eine Vertrauenskrise zugrunde. Wachsende Teile der Bevölkerung empfinden, dass Journalismus seinen ureigenen Aufgaben – Information und Orientierung in einer komplexen Welt zu bieten und dabei die Mächtigen zu kontrollieren – nicht mehr (ausreichend) nachkommt. Entscheidend ist dabei die Wahrnehmung als ein wesentlicher Bestandteil der Realität – „a consequential part of reality“ (Nielsen und Fletcher 2024). Das heißt, auch wenn die Qualität von Journalismus bei Nachrichtenvermeidung eine wesentliche Rolle spielt, bedeutet das nicht unbedingt, dass Nachrichtenmedien tatsächlich in diesem Ausmaß versagen.

International ist dabei nicht nur eine Abkehr von Legacy Media zu beobachten, sondern parallel eine Hinwendung zu anderen Quellen. Die vielbeachtete jährlich stattfindende Memorial Lecture des Reuters Institute in Oxford stand 2025 im Zeichen von „trust issues“ – Vertrauensfragen – im Journalismus. Gehalten wurde diese Rede von Jelani Cobb, dem Dekan der renommierten Columbia Journalism School in New York. Cobb diagnostizierte nicht nur eine Krise der Glaubwürdigkeit – credibility –, sondern auch eine Krise der Leichtgläubigkeit – credulity. Das Problem sei nicht einfach, dass die Öffentlichkeit dem Journalismus nicht vertraue, sagte Cobb, sondern dass sie anderen unehrlichen Maklern – brokers – vertraue.

Damit sind sogenannte „alternative Medien“ gemeint. „Alternative Medien“ ist ein etwas vager Begriff, der sich in der Regel auf kritische Community-Medien in der Gegenöffentlichkeit bezieht. Das können junge Medien sein, die sich mit innovativen journalistischen Projekten von traditionellen Nachrichtenorganisation abgrenzen, aber auch – und das ist hier meist gemeint – Medien, die ohne journalistische Standards arbeiten, oft Verschwörungstheorien und Populismus am rechten Rand nahestehen, demokratische Werte in Frage stellen, Propaganda verbreiten und sich als Gegenstück zum traditionellen Journalismus des Establishments positionieren (z.B. Paulitsch 2025; Vogler, Rauchfleisch und Schwaiger 2024; Fuchs 2010; Reiter und Matthes 2021).

Auch in Österreich lässt sich anhand von Studien (Reiter und Matthes 2021) und eigenen früheren Erhebungen feststellen, dass das Vertrauen in Medien, traditionellen und alternativen, mit politischer Einstellung zusammenhängt. Das ist ein Hinweis auf eine wachsende Spaltung der Kommunikationsgesellschaft auch in Österreich. Es geht zunehmend weniger um verschiedene Haltungen in einem gemeinsamen öffentlichen Diskurs, sondern um verschiedene Öffentlichkeiten mit ihren eigenen Diskursen. Das sinkende Vertrauen der Bevölkerung zu

klassischen Nachrichtenmedien steht dabei in engem Zusammenhang mit erodierendem Vertrauen in Politik. Mit den Ursachen befassen sich zahlreiche Studien, allerdings vorwiegend quantitativ. Die vorliegende Studie hat diese Entwicklungen quantitativ und qualitativ untersucht.

4 Ausgewählte Ergebnisse

4.1 Nachrichtennutzung, Vertrauen und Demokratie – ein Überblick

Nachrichtennutzung in Österreich ist intensiv: Fast alle der in Österreich lebenden Menschen (über 16 Jahre) – 99 % – konsumieren Nachrichten, mehr als die Hälfte mehrmals täglich, ein Viertel zumindest einmal täglich. Für die große Mehrheit in der Bevölkerung (87 %) sind sie (eher) relevant.

Der überwiegende Teil der Nutzer:innen, fast zwei Drittel, sucht dabei gezielt nach Informationen, das verbleibende gute Drittel bekommt Nachrichten eher nebenbei mit bzw. geht davon aus, dass die Nachrichten schon irgendwie bei ihnen ankommen werden – „news will find me“ (siehe Abbildung 2).

Nachrichtennutzung

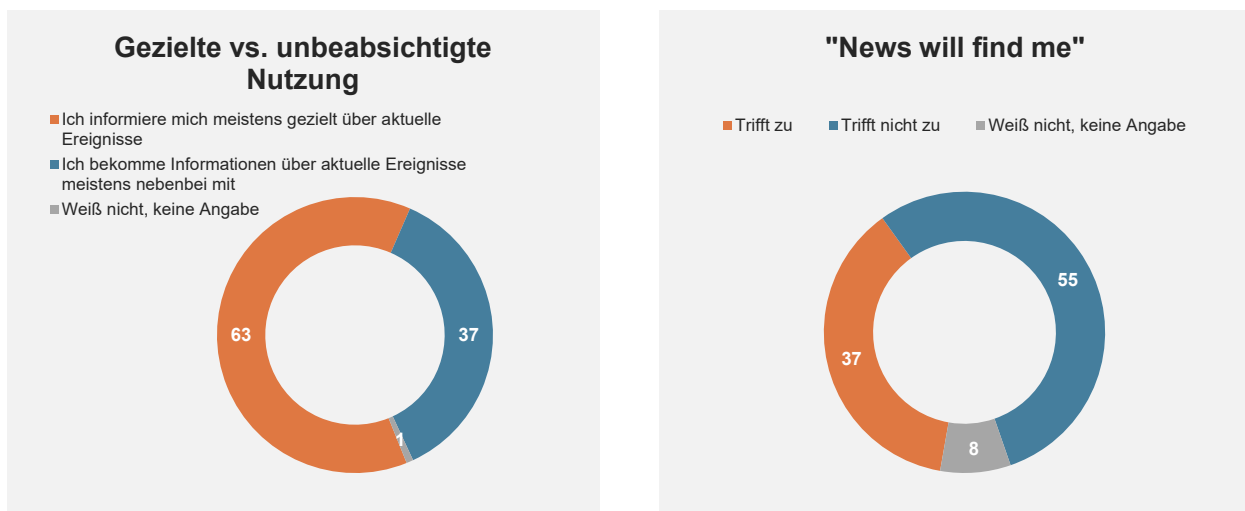


Abbildung 2: Welche der folgenden Aussagen beschreibt besser, wie Sie sich über aktuelle Ereignisse informieren? (Basis: Nutzen Nachrichten, n=990) / Trifft diese Aussage auf Sie zu oder trifft Sie nicht zu? „Im Grunde genommen muss ich mich gar nicht aktiv über aktuelle Ereignisse informieren, weil sie mir sowieso im Internet oder über meinen persönlichen Social-Media-Feed angezeigt werden, oder weil andere mir davon erzählen.“ (Basis: Gesamt, n=1 000). %-Werte.

Quelle: Gallup Austria, Medienhaus Wien.

Der Alterssplit ist deutlich: So konsumieren nur etwas mehr als die Hälfte aller Bis-30-Jährigen und der Altersgruppe 31–50 Jahre bewusst Nachrichten, aber fast drei Viertel aller Über-50-Jährigen. Umgekehrt ist es dann bei der „news will find me“-Frage: Nur etwa ein Viertel der Über-

50-Jährigen vertraut darauf, dass die Nachrichten auch ohne zielgerichtete Suche – etwa über Social-Media-Feeds oder über andere Nutzer:innen – zu ihnen kommen, aber fast 60 % der Bis-30-Jährigen.

Der wichtigste Ausspielkanal für Nachrichten ist nach wie vor das Fernsehgerät: 70 % aller Nachrichten-Nutzer:innen beziehen so ihre Informationen, 57 % hören Nachrichten im Radio. An dritter Stelle liegen Online-Angebote (47 %) von Zeitungen, noch vor den gedruckten Ausgaben (44 %) (siehe Abbildung 3). Damit haben Online-Angebote von Zeitungen erstmals die Druckversion überholt.

Medien als Nachrichtenquelle

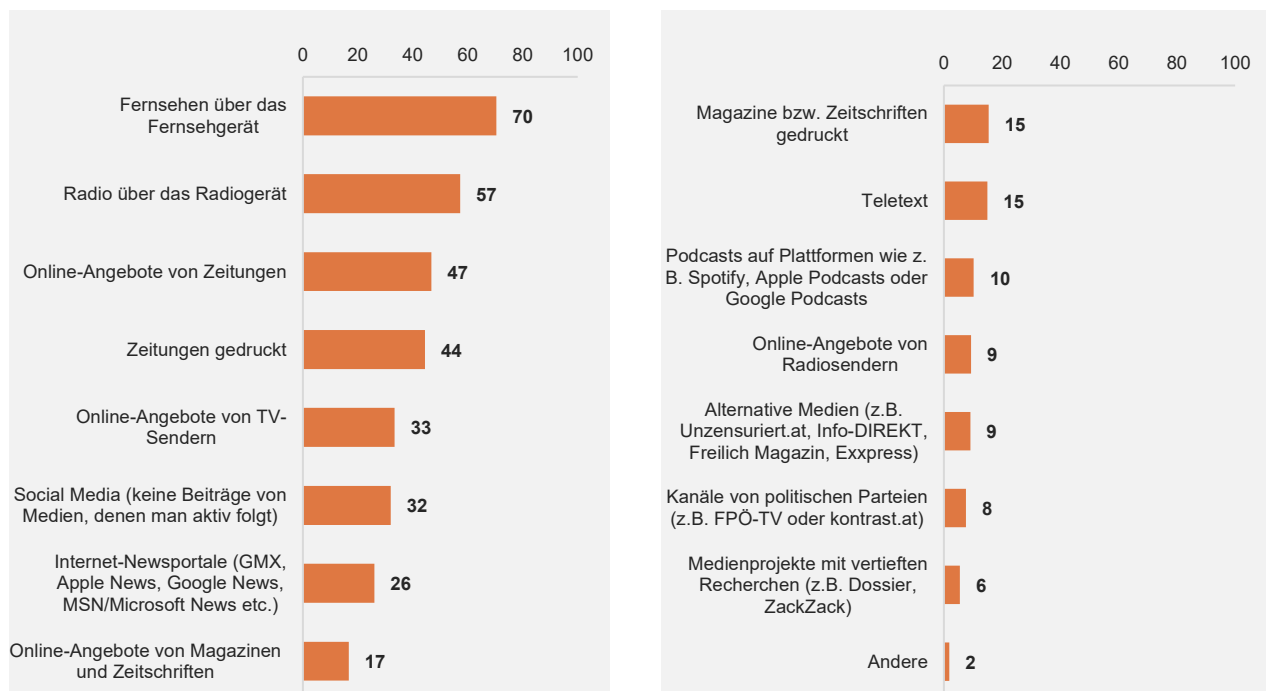


Abbildung 3: In welchem bzw. welchen der folgenden Medien haben Sie in den vergangenen 7 Tagen Nachrichten gesehen, gelesen oder gehört? %-Werte, n=990, Basis: Nutzen Nachrichten.
Quelle: Gallup Austria, Medienhaus Wien.

Die Nutzung nach Altersgruppen ist dabei höchst unterschiedlich (siehe Abbildung 4): Jüngere Menschen sehen Nachrichten viel weniger im TV als ältere Menschen, ihre Vorliebe für die Online-Versionen von Zeitungen im Vergleich zur Druckausgabe ist deutlich ausgeprägter. Besonders auffällig ist: Social Media sind bei der jüngsten Altersgruppe der Bis-30-Jährigen mit 57 % bereits der am häufigsten genutzte Ausspielkanal.

Medien als Nachrichtenquelle, nach Alter

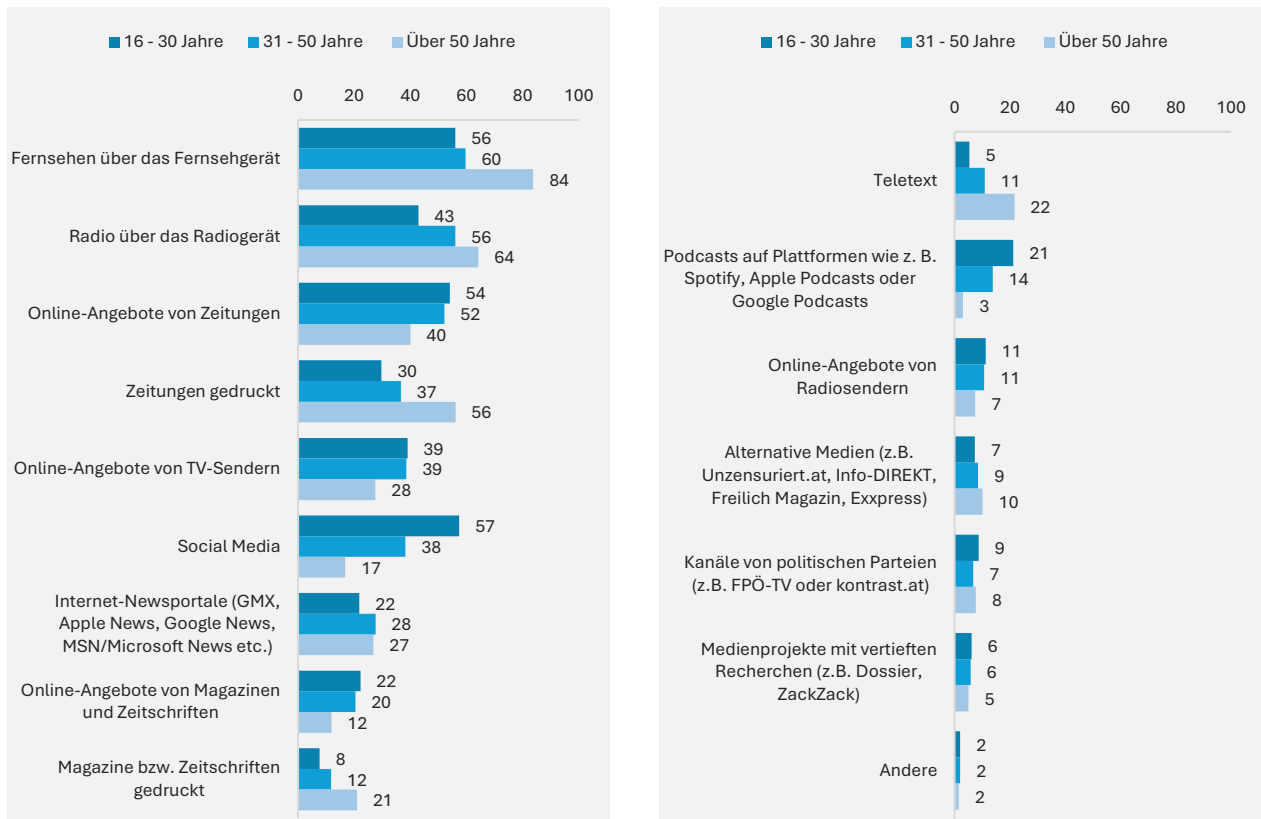


Abbildung 4: In welchem bzw. welchen der folgenden Medien haben Sie in den vergangenen 7 Tagen Nachrichten gesehen, gelesen oder gehört? %-Werte, n=990, Basis: Nutzen Nachrichten.
Quelle: Gallup Austria, Medienhaus Wien.

Nachrichten werden also zunehmend nicht mehr direkt den sie erzeugenden Nachrichtenmedien entnommen, sondern Social-Media-Feeds. Das ist eine Herausforderung für die Medien: Wird der tatsächliche Urheber – das Medium, die Medienmarke – dann noch als solches wahrgenommen?

Tatsächlich ist der Erkennungswert relativ hoch: Auf die Frage an Social-Media-Nutzer:innen, ob sie sich erinnern könnten, woher die konsumierten Nachrichten eigentlich stammten, antworteten nur 5 % mit „nein“ (siehe Abbildung 5). Fast 80 % gaben an, ihre Informationen in den Sozialen Medien von etablierten journalistischen, österreichischen Medien zu beziehen; 40 % von traditionellen Medien aus dem Ausland. Jeweils nicht ganz ein Drittel nutzte die Inhalte von Influencer:innen bzw. von Politiker:innen oder politischen Parteien; 17 % nannten Beiträge von alternativen Medien als Quelle, 14 % Medien mit vertieften Recherchen.

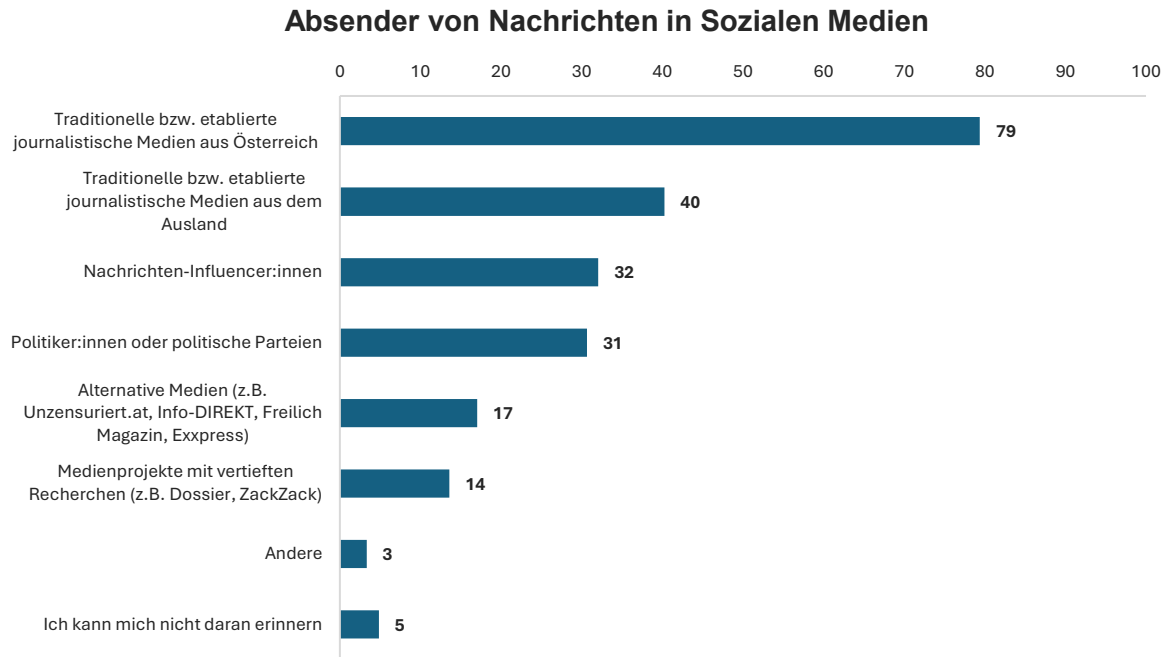


Abbildung 5: Sie haben angegeben, in den letzten 7 Tagen Nachrichten in sozialen Medien wahrgenommen zu haben. Können Sie sich daran erinnern, von wem die Nachrichtenbeiträge stammten, die Sie dort wahrgenommen haben? %-Werte, n=317, Basis: Haben Nachrichten auf Social Media genutzt.

Quelle: Gallup Austria, Medienhaus Wien.

Traditionelle Medien haben also noch immer einen hohen Stellenwert im Nutzungsverhalten in Österreich, sie sind nach wie vor ein „Vertrauensanker“, wie auch der Digital News Report für Österreich festhält (Gadringer et al. 2025, 10). Das zeigt sich auch bei den Fragen zur Verbreitung von Fake News und Falschinformationen (siehe Abbildung 6). Als größte Fake News-Verbreiter werden Gratis-Zeitungen und alternative Medien wahrgenommen; traditionelle Zeitungstitel hingegen, insbesondere Regionalzeitungen, gelten in dieser Hinsicht als besonders vertrauenswürdig.

Nachrichtenmedien, die Fake News und Falschinformationen verbreiten

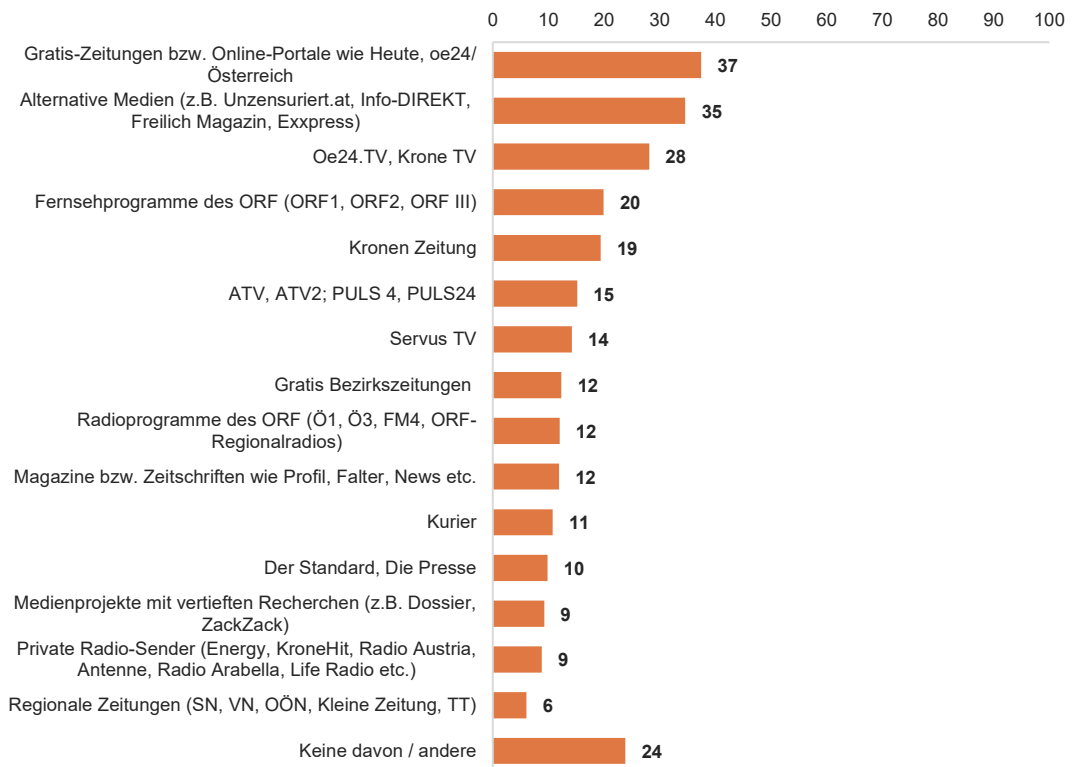


Abbildung 6: Auf welche der folgenden österreichischen Nachrichtenmedien trifft diese Aussage völlig oder überwiegend zu? „Verbreiten Fake News und Falschinformationen.“ %-Werte, n=1 000.

Quelle: Gallup Austria, Medienhaus Wien.

Besonders auffällig in der Bewertung der Glaubwürdigkeit sind die Unterschiede nach parteipolitischen Sympathien (siehe Abbildung 7). Sympathisant:innen der Grünen und der Neos halten Gratis-Zeitungen und alternative Medien für besonders wenig glaubwürdig, dafür ist ihr Vertrauen in traditionelle Zeitungsmarken und den ORF hoch; bei Sympathisant:innen der FPÖ ist dies genau umgekehrt.

Nachrichtenmedien, die Fake News und Falschinformationen verbreiten

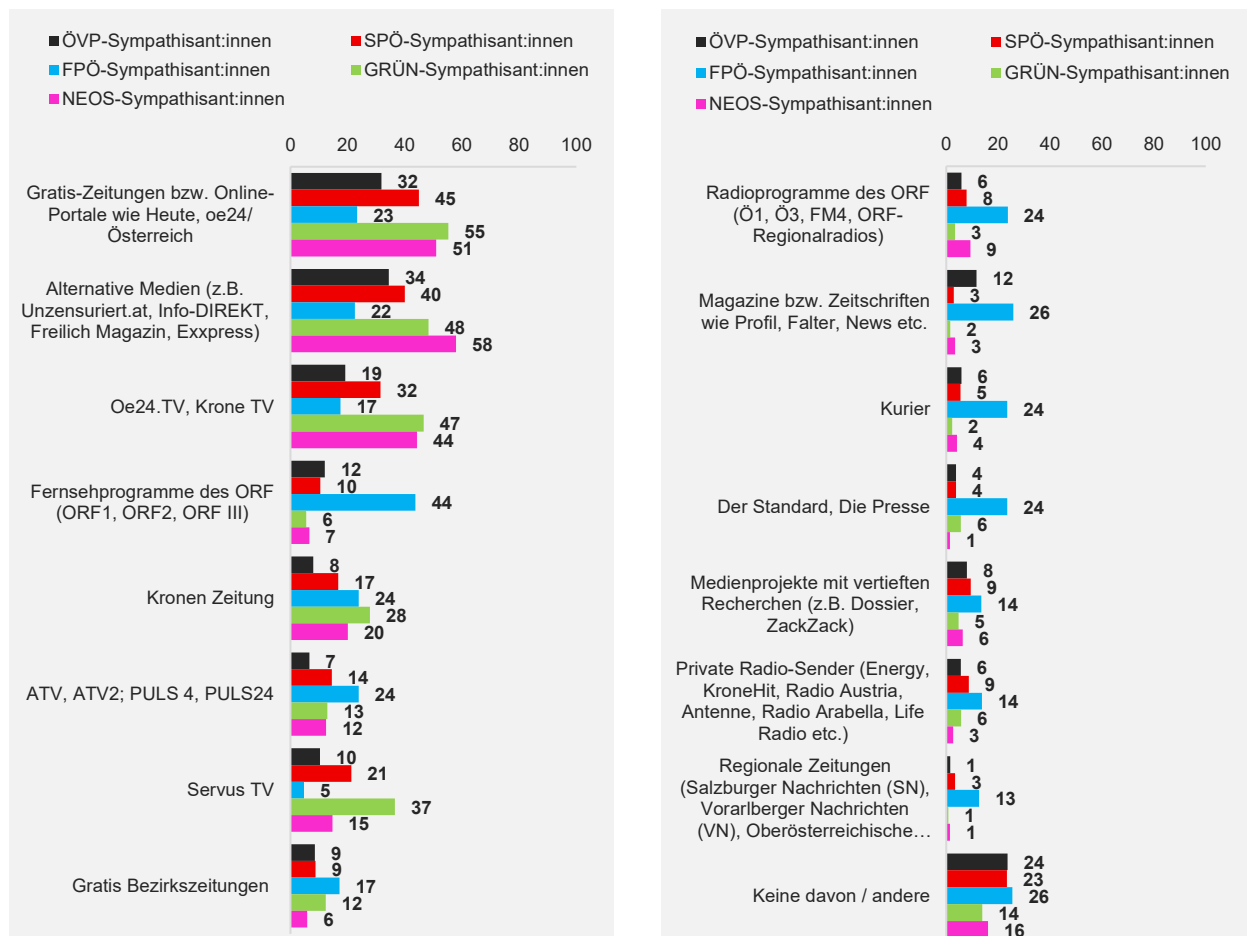


Abbildung 7: Auf welche der folgenden österreichischen Nachrichtenmedien trifft diese Aussage völlig oder überwiegend zu? „Verbreiten Fake News und Falschinformationen.“ %-Werte, n= 1 000.

Quelle: Gallup Austria, Medienhaus Wien.

Zusätzlich zu dieser deutlichen Spaltung entlang parteipolitischer Linien, gibt es einen grundsätzlichen Theorie-Praxis-Konflikt in der Beurteilung der Bedeutung von Nachrichtenmedien durch die Bevölkerung. So gibt es eine fast unwidersprochene Zustimmung zur Rolle der Medien in der Demokratie generell: Fast drei Viertel (73 %) der österreichischen Bevölkerung halten kritische Nachrichtenmedien für sehr wichtig, weitere 22 % für eher wichtig. Die mediale Realität kann jedoch diese Erwartungshaltung nicht ganz erfüllen (siehe Abbildung 8): Nicht einmal jede:r Vierte, 22 %, hält den Beitrag, den österreichische Medien für die Demokratie tatsächlich leisten, für sehr groß, immerhin 43 % halten ihn für eher groß. Dieser Wert hat sich seit der Covid-19-Pandemie zwar etwas erholt und stabilisiert, er verbessert sich allerdings auch nicht.

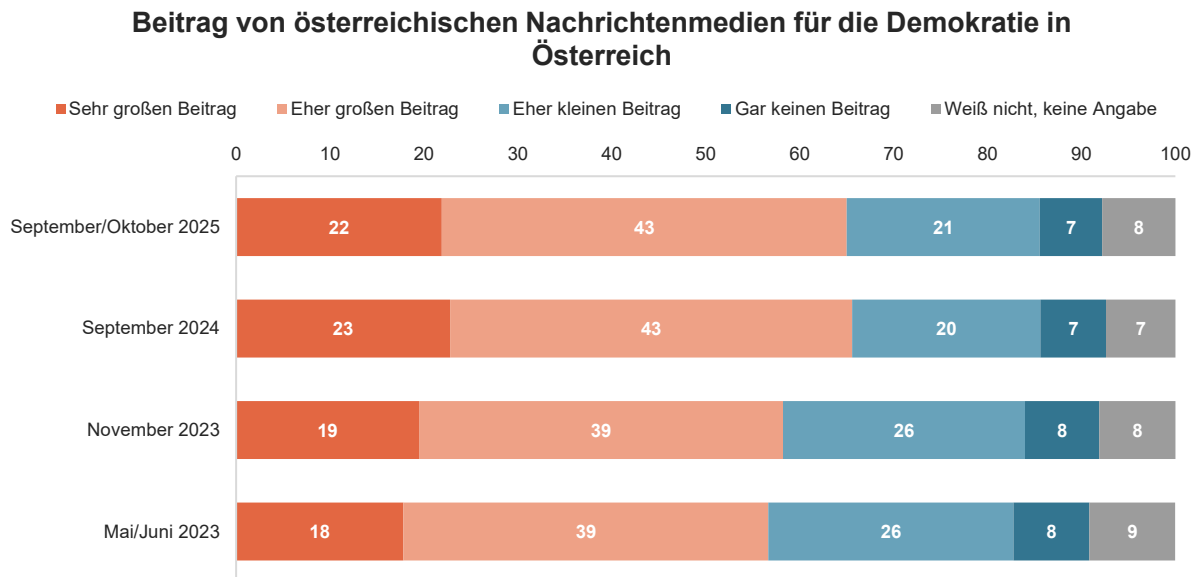


Abbildung 8: Welchen Beitrag leisten die österreichischen Nachrichtenmedien für unsere Demokratie? %-Werte, jeweils n=1000.

Quelle: Gallup Austria, Medienhaus Wien.

Besonderen Anlass zur Sorge im demokratiepolitischen und auch ökonomischen Kontext gibt der Blick auf das Vertrauen der Menschen in die Politikberichterstattung. Nur 59 % halten die Politikberichterstattung für (eher) fair und objektiv (siehe Abbildung 9), 37 % halten sie für (eher) nicht vertrauenswürdig. Damit liegt die Politikberichterstattung an vorletzter Stelle – gerade noch vor den Immobilien. Das ist demokratiepolitisch höchst bedenklich: Journalismus als Infrastruktur der Demokratie benötigt das Vertrauen der Menschen generell, aber ganz besonders bei politischen Themen – sonst macht er keinen Sinn mehr.

Vertrauen in Berichterstattung nach Themen

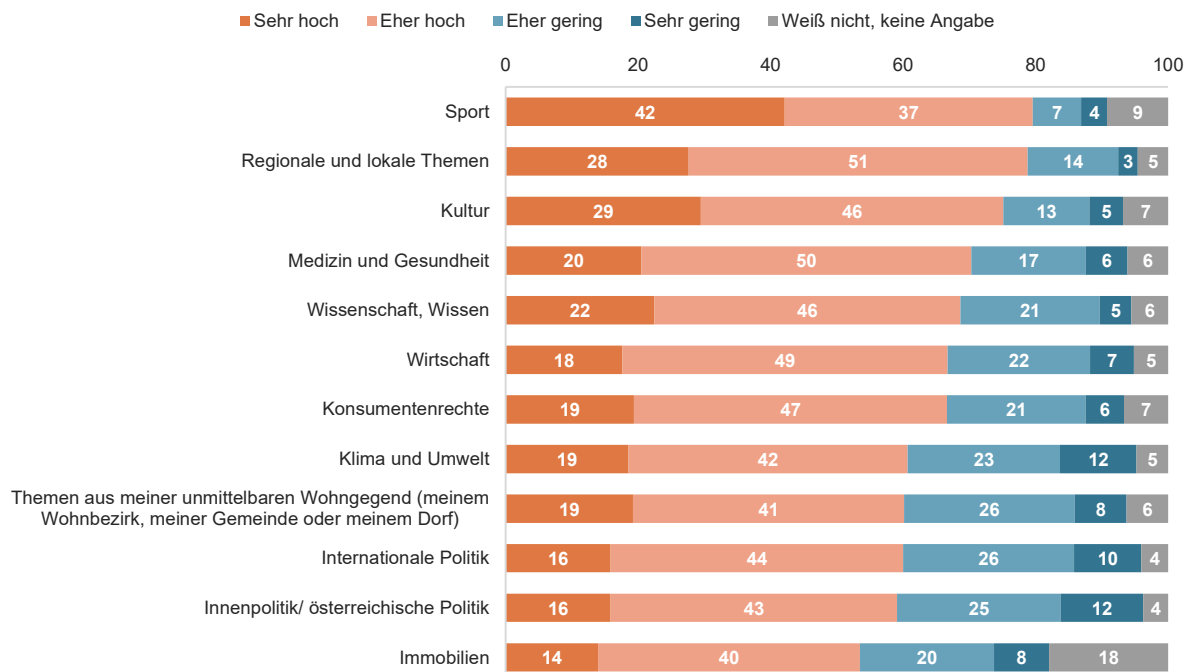


Abbildung 9: Wie hoch ist Ihr Vertrauen darin, dass österreichische Nachrichtenmedien über folgende Themen richtig, fair und objektiv berichten? %-Werte, n=1 000.

Quelle: Gallup Austria, Medienhaus Wien.

4.2 Nachrichtenvermeider:innen: soziodemografische Merkmale

Drei Viertel aller Befragten deklarieren, dass sie – zumindest gelegentlich – Nachrichten vermeiden. Das entspricht in etwa auch den Erhebungen des Digital News Report (Newman et al. 2025), die ähnlich abfragen. Diese Zahl ist in den vergangenen Jahren recht stabil geblieben, wie unsere Daten im Längsschnittvergleich zeigen (siehe Abbildung 10): Im Frühjahr 2023 waren es 30 %, die (sehr) häufig, d.h. regelmäßig auf Nachrichten verzichteten, im Herbst 2025 waren es 28 %. Im September 2024 war die Zahl der News-Vermeider:innen insgesamt etwas geringer, das erklärt sich aus der Nationalratswahl, die im Herbst 2024 stattfand.

Wer diese Nachrichtenvermeider:innen sind und welche Gründe sie dafür haben, wurde im Rahmen dieser Studie sowohl quantitativ in der Panel-Erhebung als auch qualitativ mit weiterführenden Interviews untersucht.

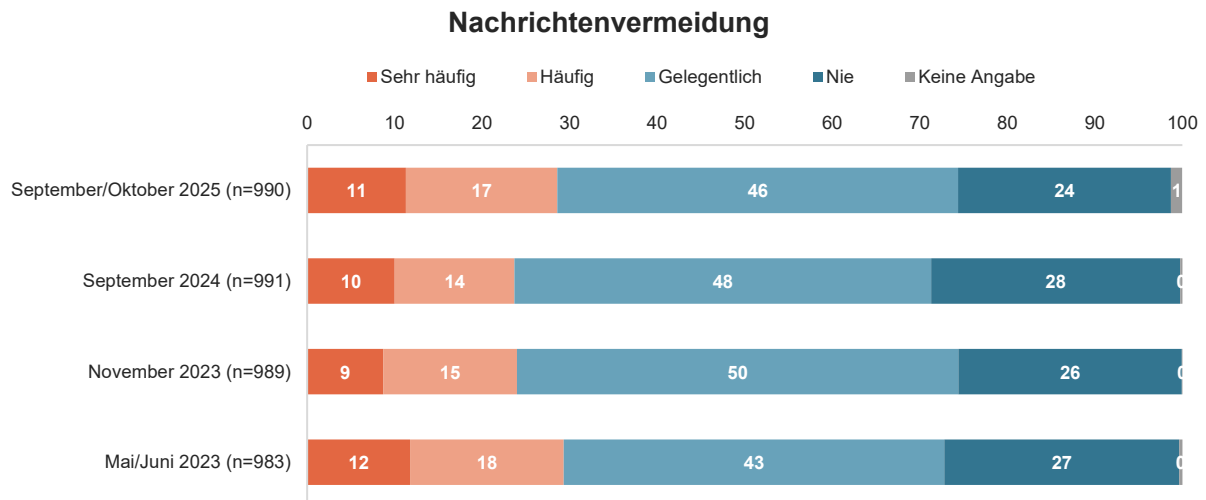


Abbildung 10: Wie häufig kommt es bei Ihnen vor, dass Sie keine Nachrichten lesen, hören oder sehen möchten? %-Werte, Basis: Nutzen Nachrichten.

Quelle: Gallup Austria, Medienhaus Wien.

Folgende soziodemografische Charakteristika zu Nachrichtenvermeider:innen lassen sich aus der Umfrage des Österreichischen Gallup Instituts in Zusammenarbeit mit Medienhaus Wien ableiten (siehe Abbildung 11):

- **Mehr Frauen als Männer:** Fast ein Drittel der Frauen, aber nur ein Viertel der Männer vermeidet Nachrichten sehr häufig oder häufig; 20 % der Frauen, aber 29 % der Männer gehen Nachrichten nie aus dem Weg.
- **Deutlicher Alterssplit:** Über-50-Jährige, die im prä-digitalen Zeitalter aufgewachsen sind, vermeiden Nachrichten deutlich seltener als Jüngere. Ein Drittel, etwa doppelt so viel wie die jüngeren Altersgruppen, gibt an, nie Nachrichten zu vermeiden. Nur 19 % verzichten auf Nachrichten (sehr) häufig, das ist nur etwa die Hälfte der anderen Altersgruppen, wobei die Bis-30-Jährigen mit 40 % den höchsten Anteil an häufigen Vermeider:innen haben.
- **Höherer Anteil bei höheren Bildungsabschlüssen:** Der Anteil der Nachrichtenvermeider:innen steigt mit dem Bildungsabschluss. Ein Drittel der Befragten, die Matura haben oder ein Studium als höchsten Bildungsabschluss vorweisen können, möchte häufig keine Nachrichten nutzen. Bei den Menschen mit Pflichtschulabschluss sind es 26 %, bei jenen mit Berufs- oder Fachschulabschluss 27 %.
- **Nachrichten für Wohlhabende:** Beim Break zur finanziellen Lage zeigt sich, dass Menschen, die gut abgesichert sind, deutlich seltener Nachrichten vermeiden als jene, denen vom Einkommen am Ende des Monats wenig oder gar ein Minus übrigbleibt, deren Einkommenssituation prekär ist.

Nachrichtenvermeidung nach Soziodemographie

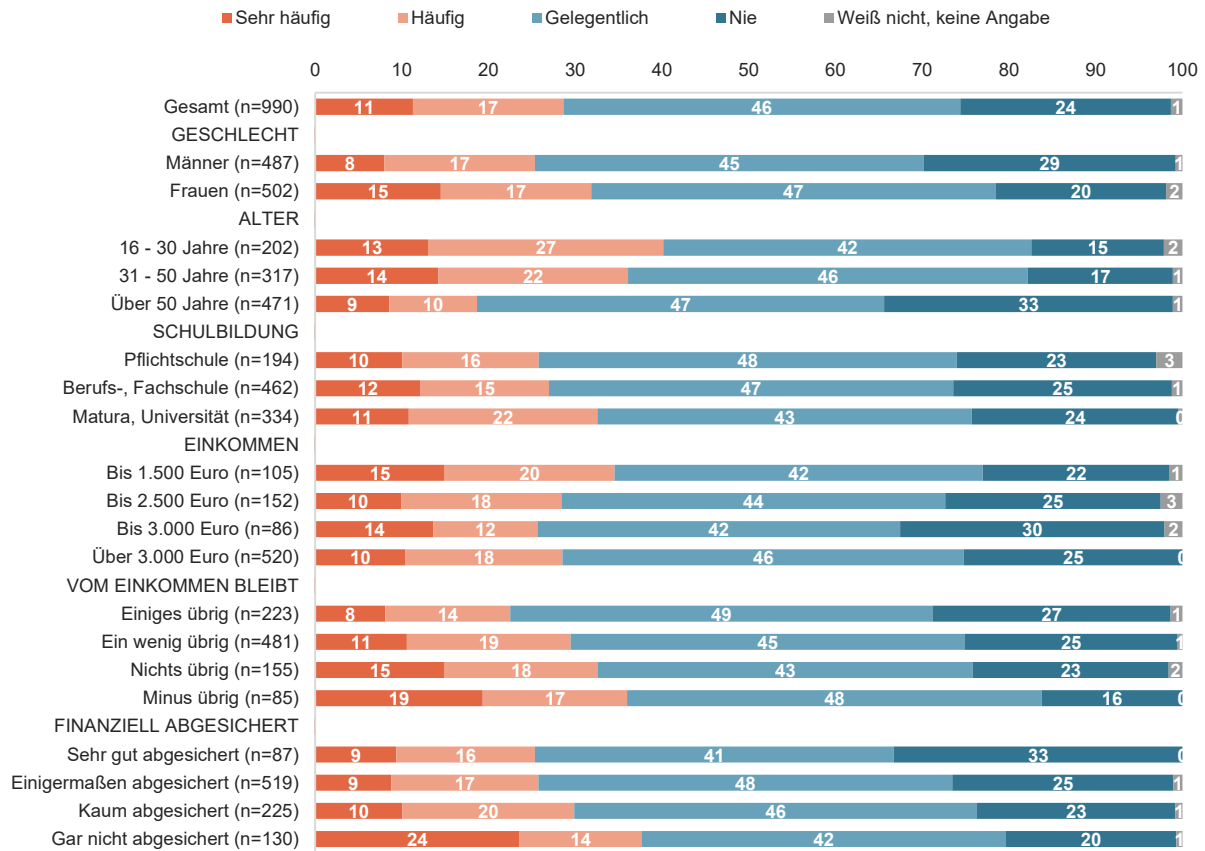


Abbildung 11: Wie häufig kommt es bei Ihnen vor, dass Sie keine Nachrichten lesen, hören oder sehen möchten? %-Werte, n=990, Basis: Nutzen Nachrichten.

Quelle: Gallup Austria, Medienhaus Wien.

Nachrichtennutzung bzw. Nachrichtenvermeidung steht in Zusammenhang mit politischem Interesse, Zustimmung zu Demokratie und Wahlverhalten. Je mehr Nachrichten vermieden werden, desto größer ist die Unzufriedenheit mit dem demokratischen System, generell und in Österreich. So deklarieren nur 58 % der häufigen, regelmäßigen Nachrichtenvermeider:innen, aber 89 % der befragten Nicht-Vermeider:innen ein (sehr) hohes Interesse an Politik; etwas mehr als ein Drittel der häufigen Vermeider:innen, aber mehr als die Hälfte der Nicht-Vermeider:innen hält Demokratie für die beste Staatsform; nur 59 % der häufigen Vermeider:innen, aber fast 70 % der Nicht-Vermeider:innen sind (sehr) zufrieden mit dem Funktionieren der Demokratie in Österreich; bei den überzeugten Wähler:innen ist der Unterschied noch größer – das Verhältnis ist hier 43:70. Bei der Frage, ob es in der Politik „oft einen starken Mann“ braucht, der die Probleme besser lösen könnte, ist es umgekehrt. Hier ist die Zustimmung bei den häufigen Vermeider:innen mit 48 % am höchsten und bei den Nicht-Vermeider:innen mit 32 % am geringsten. Die gelegentlichen Vermeider:innen liegen jeweils zwischen diesen beiden Polen (siehe Abbildung 12).

Einstellungen zu Politik und Demokratie

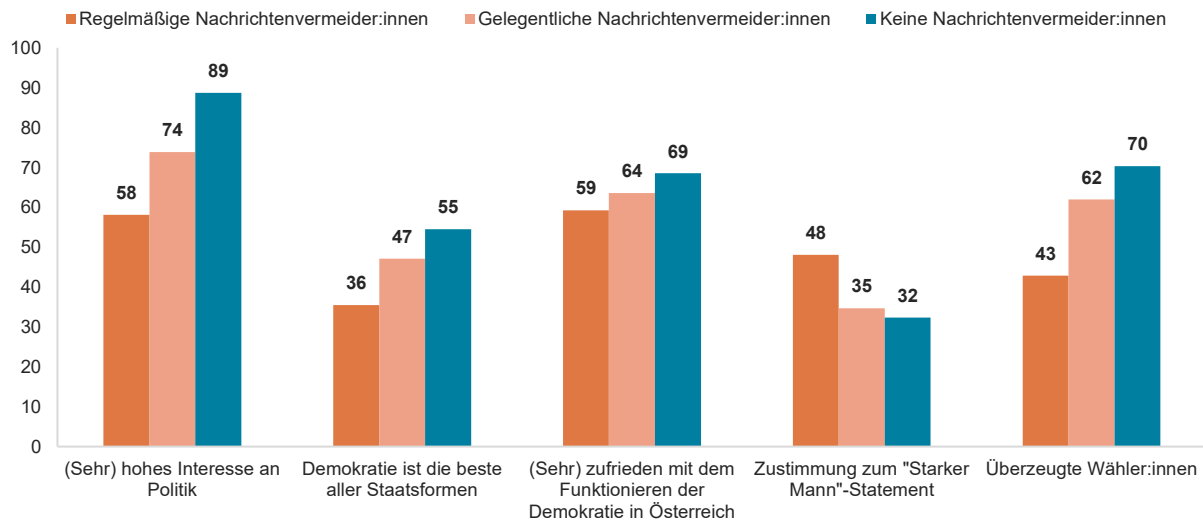


Abbildung 12: Wie hoch ist Ihr Interesse an Politik allgemein? / Welche Einstellung haben Sie zur Demokratie als Staats- und Regierungsform? / Wie zufrieden sind Sie damit, wie die Demokratie in Österreich funktioniert? / Wie sehr stimmen Sie der folgenden Aussage zu? „In der Politik braucht es oft einen starken Mann, der die Probleme eines Landes besser und schneller lösen kann als eine Demokratie, in der immer nur geredet wird.“ / Welche der folgenden Aussagen trifft auf Sie persönlich zu? %-Werte, Regelmäßige Nachrichtenvermeider:innen (n=283), Gelegentliche Nachrichtenvermeider:innen (n=453), Keine Nachrichtenvermeider:innen (n=241).

Quelle: Gallup Austria, Medienhaus Wien.

4.3 Motive für Nachrichtenvermeidung

Um journalistische Angebote entwickeln zu können, die Nachrichtenvermeider:innen wieder (stärker) in den öffentlichen Diskurs einbinden können, ist es wesentlich, die Motive zu untersuchen, die zu Nachrichtenvermeidung führen. Abgefragt wurden elf konkrete Gründe, die acht Kategorien zugeordnet wurden: Unbehagen, Desinteresse, Misstrauen, Informationsüberflutung, Widersprüchlichkeit, Weltbild, Politikverdrossenheit, Komplexität (siehe Abbildung 13).

Eine Ursache für Verweigerung ist besonders deutlich auszumachen: Unbehagen – das Gefühl, dass Nachrichten das psychische Wohlbefinden beeinträchtigen können. Das hat stark mit den Entwicklungen in den vergangenen zehn bis 15 Jahren zu tun, die von internationalen Konflikten, Klimakrise, Migrationsbewegungen und einer Pandemie geprägt waren. Die Sorge um das eigene psychische Wohlbefinden steigt mit dem Bildungsgrad. Das heißt, Menschen, die eher fähig sind, diese Entwicklungen in einen größeren geopolitischen, historischen, ökonomischen Kontext einzuordnen, vermeiden Nachrichten häufiger aus diesem Grund.

Gründe für Nachrichtenvermeidung

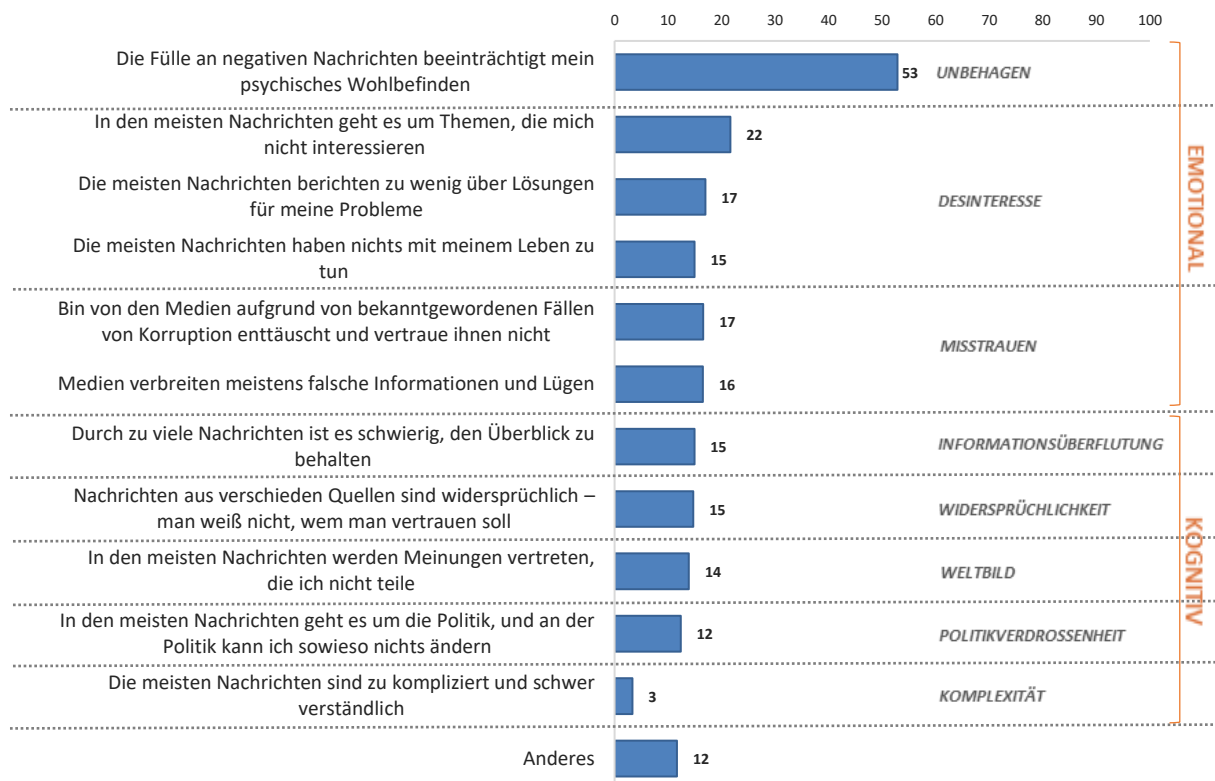


Abbildung 13: Was sind die Gründe dafür, dass Sie bewusst entscheiden, keine Nachrichten zu konsumieren? %-Werte, Basis: Nachrichtenvermeider:innen (sehr häufig, häufig oder gelegentlich), n=736.

Quelle: Gallup Austria, Medienhaus Wien.

Hier ist wieder der Blick auf parteipolitische Präferenzen auffällig (siehe Abbildung 14): Der Anteil der Nachrichtenvermeider:innen mit Sympathien für die Grünen, die Sorge um das psychische Wohlbefinden als Motiv angeben, ist mit 74 % deutlich höher als bei allen anderen Parteien; die SPÖ-Sympathisant:innen unter den Vermeider:innen haben hier mit 55 % den zweithöchsten Wert; am seltensten geben ÖVP-Sympathisant:innen Unbehagen als Motiv an (42 %). Ein wesentlicher Grund dafür dürfte die Klimakrise sein, die für Grün-Sympathisant:innen wohl am schwersten wiegt.

Gründe für Nachrichtenvermeidung nach Partei-Affinität

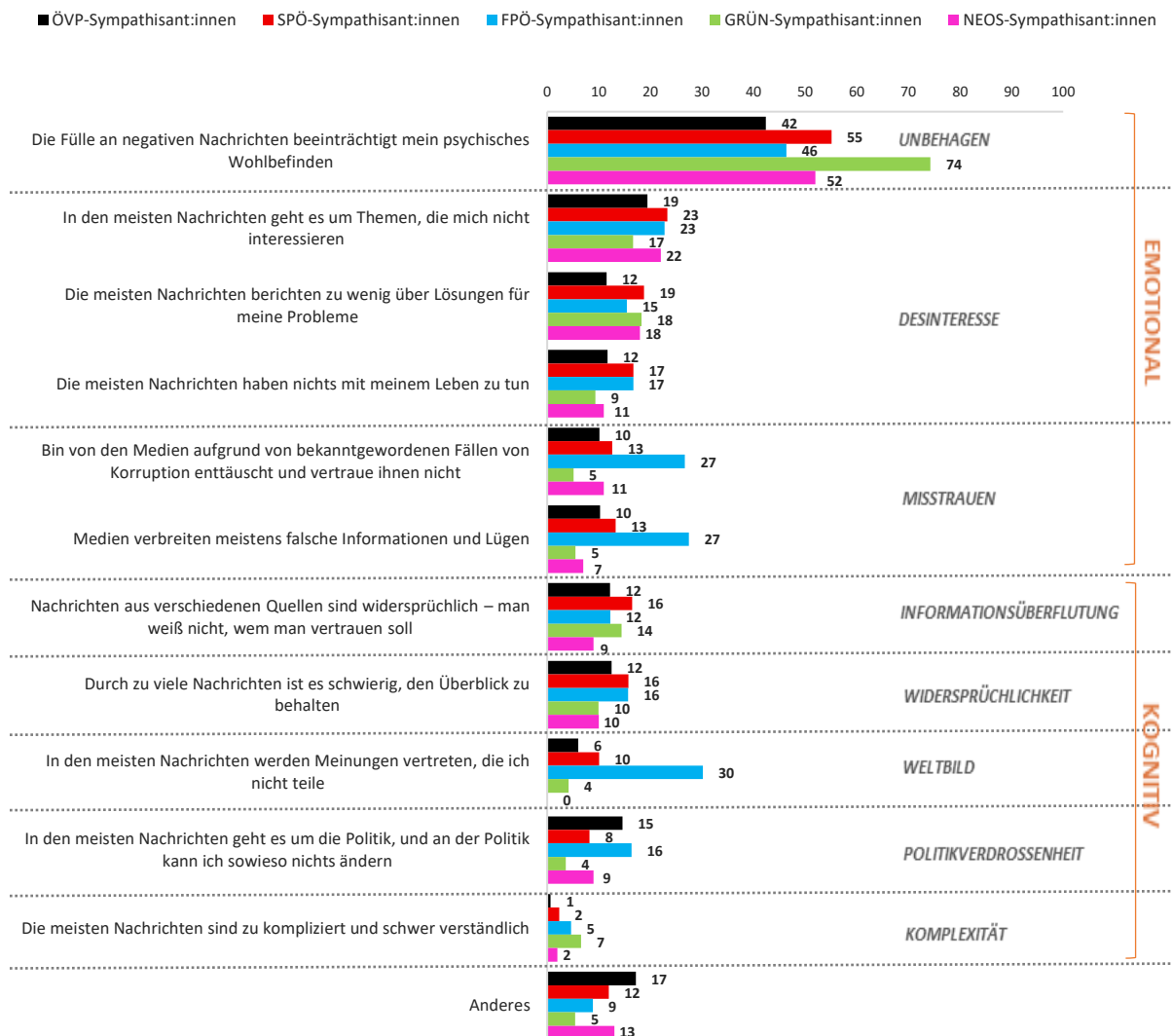


Abbildung 14: Was sind die Gründe dafür, dass Sie bewusst entscheiden, keine Nachrichten zu konsumieren? %-Werte, Basis: Nachrichtenvermeider:innen (sehr häufig, häufig oder gelegentlich), n=736.

Quelle: Gallup Austria, Medienhaus Wien.

Auch der Alterssplit ist bemerkenswert: Allen Gründen in den Kategorien Unbehagen, Desinteresse, Misstrauen und Informationsüberflutung stimmt die jüngste Altersgruppe unter den Vermeider:innen am meisten zu (siehe Abbildung 15). So setzen den Jüngsten bis 30-Jahren negative Nachrichten besonders zu (61 %), bei den Über-50-Jährigen sind es nur 47 %. Ein Grund ist vermutlich: Je jünger Personen sind, desto weniger Erfahrung haben sie im Umgang mit und mit der Bewältigung von Krisen. Außerdem sind die Zukunftsängste von jungen Menschen größer, da ein großer Teil ihres (Arbeits-)Lebens noch vor ihnen liegt.

Viele junge Menschen nehmen Nachrichten zudem als nicht relevant für sich selbst wahr, weil die Themen wenig mit ihrer Lebenswelt und ihren Problemen zu tun haben. Besonders in dieser Generation der Digital Natives wird diese Ablehnung noch durch Misstrauen in klassische

Nachrichtenmedien verstärkt. Es ist ein großes Problem für etablierte Medien, wenn sich besonders die Jungen abwenden.

Gründe für Nachrichtenvermeidung nach Altersgruppen

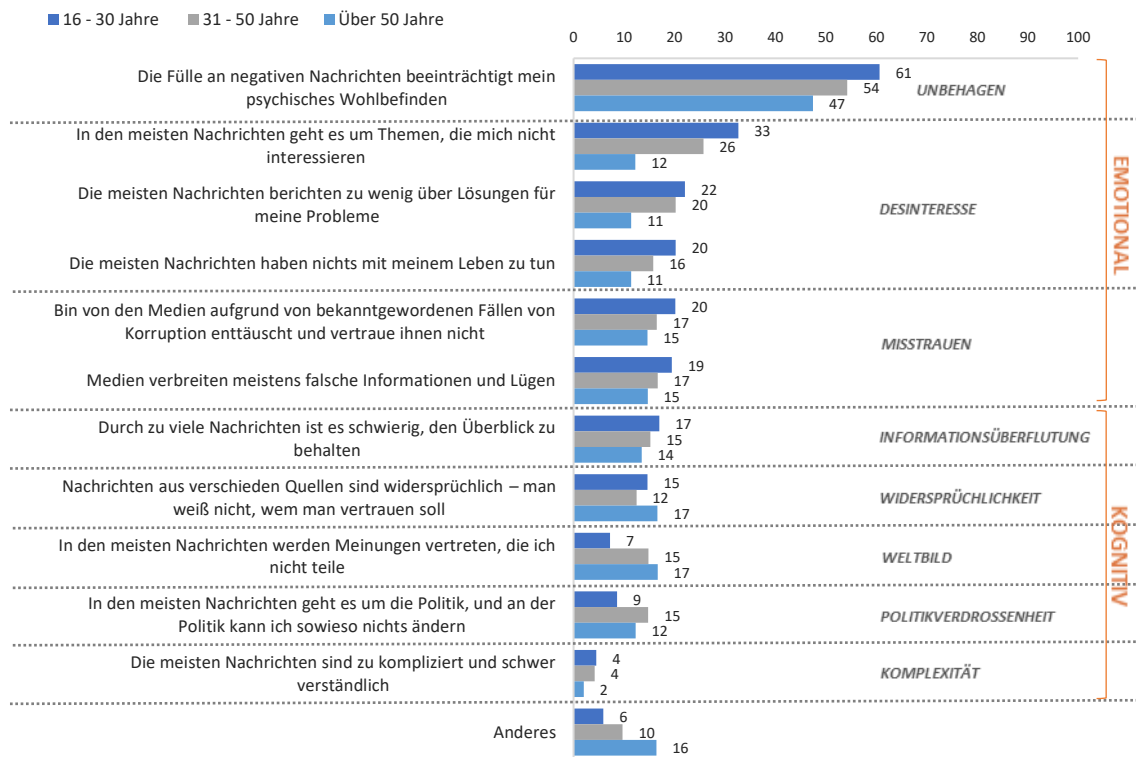


Abbildung 15: Was sind die Gründe dafür, dass Sie bewusst entscheiden, keine Nachrichten zu konsumieren? %-Werte, n=736, Basis: Nachrichtenvermeider:innen (sehr häufig, häufig oder gelegentlich).

Quelle: Gallup Austria, Medienhaus Wien.

Positiv zu vermerken ist, dass sich noch immer zwei Drittel der regelmäßigen Nachrichtenvermeider:innen zumindest einmal täglich informieren (siehe Abbildung 16). Allerdings: Ein gutes Drittel schaut nur noch einmal pro Woche oder seltener bis nie in die Nachrichten. Damit fehlen wichtige Basis-Informationen, die Teilnahme am öffentlichen Diskurs ist schwindend. Deutlich ist auch der Unterschied in der Bewertung der Relevanz der Nachrichten: Zwar halten immerhin noch mehr als zwei Drittel der regelmäßigen Vermeider:innen (70 %) Nachrichten für (eher) wichtig; bei jenen, die nie vermeiden, sind es aber nahezu alle (97 %).

Nutzungsfrequenz und Relevanz von Nachrichten

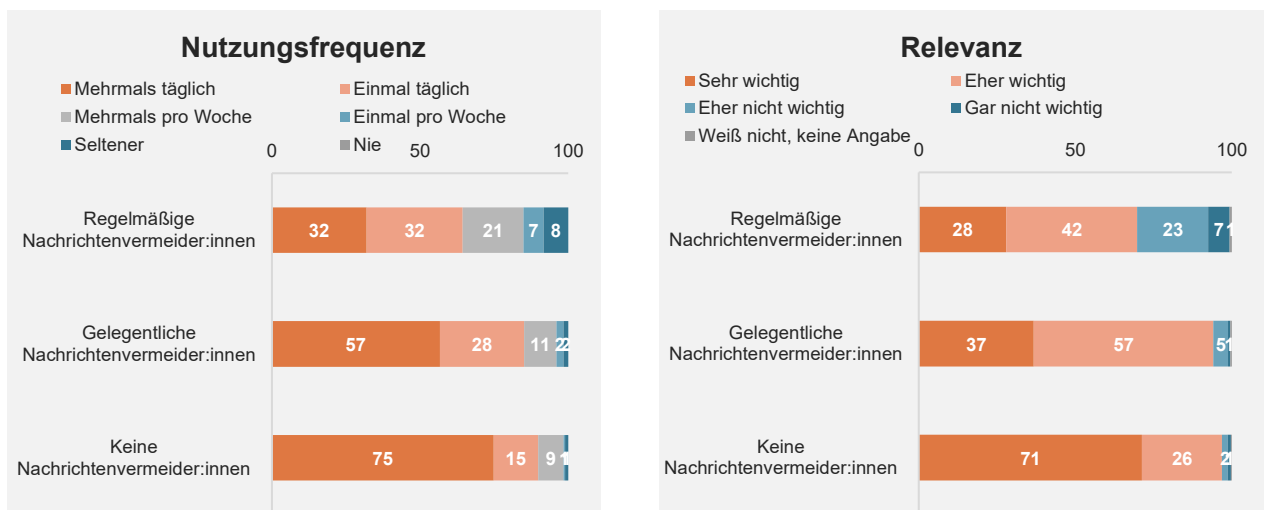


Abbildung 16: Wie häufig nutzen Sie Nachrichten bzw. informieren sich in den Medien über aktuelle Ereignisse? (n=1 000, Basis: Gesamt) Wie wichtig sind Nachrichten für Sie? (n=990, Basis: Nutzen Nachrichten). %-Werte. Regelmäßige Nachrichtenvermeider:innen (n=283), Gelegentliche Nachrichtenvermeider:innen (n=453), Keine Nachrichtenvermeider:innen (n=241).

Quelle: Gallup Austria, Medienhaus Wien.

Eine wesentliche Frage im Rahmen dieser Studie, die auch in den qualitativen Interviews weiterführend gestellt wurde, war jene nach den Quellen politischer Information. Auch hier ist der Vorsprung traditioneller etablierter Medien gegenüber Sozialen Medien (noch) klar: Deutlich mehr als die Hälfte der regelmäßigen Nachrichtenvermeider:innen informiert sich über klassische Kanäle, aber mehr als ein Drittel holt sich bereits auch politische Information aus Social Media (siehe Abbildung 17).

Informationsquellen für aktuelle politische Themen - Zusammenfassung

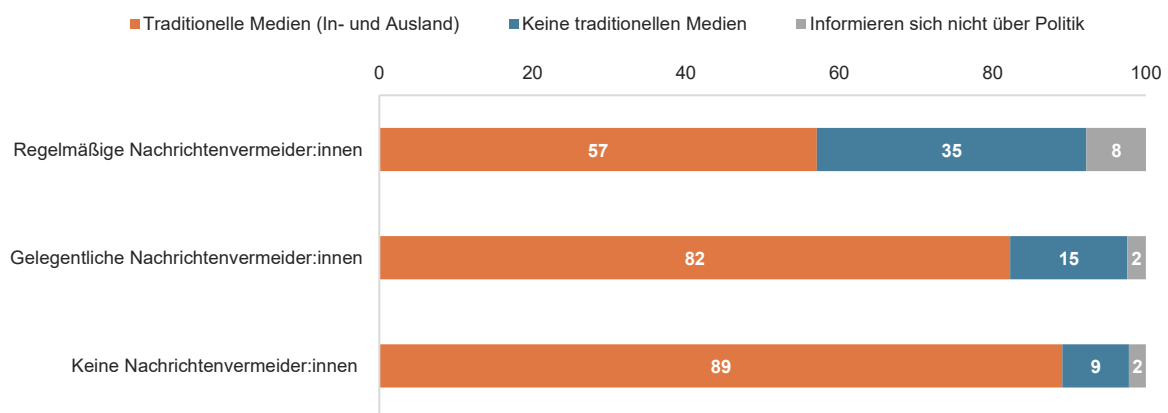


Abbildung 17: Wo informieren Sie sich über aktuelle politische Themen? %-Werte, Regelmäßige Nachrichtenvermeider:innen (n=283), Gelegentliche Nachrichtenvermeider:innen (n=453), Keine Nachrichtenvermeider:innen (n=241).

Quelle: Gallup Austria, Medienhaus Wien.

Auch wenn wohl nicht mehr alle Gruppen zurück in den gemeinsamen öffentlichen Diskurs geholt werden können, gibt es doch Möglichkeiten für Nachrichtenmedien, darauf zu reagieren und den Trend umzukehren. Denn viele der Nachrichtenvermeider:innen wollen im Prinzip informiert werden, sind aber mit Nachrichtennutzung aus verschiedenen Gründen überfordert. In diesem Kontext könnte mehr lösungsorientierter Journalismus dazu beitragen, emotionale Barrieren abzubauen.

Viele steigen auch nicht völlig aus der Nachrichtennutzung aus, sondern konsumieren diese zunehmend passiv. Sie gehen davon aus, dass die Informationen irgendwie in ihrem Feed landen werden. Mehr als die Hälfte der regelmäßigen Vermeider:innen verlässt sich schon auf diese algorithmusbasierte „news will find me“-Strategie, aber nur jede:r Fünfte der Nicht-Vermeider:innen (siehe Abbildung 18).

Nutzungsabsicht

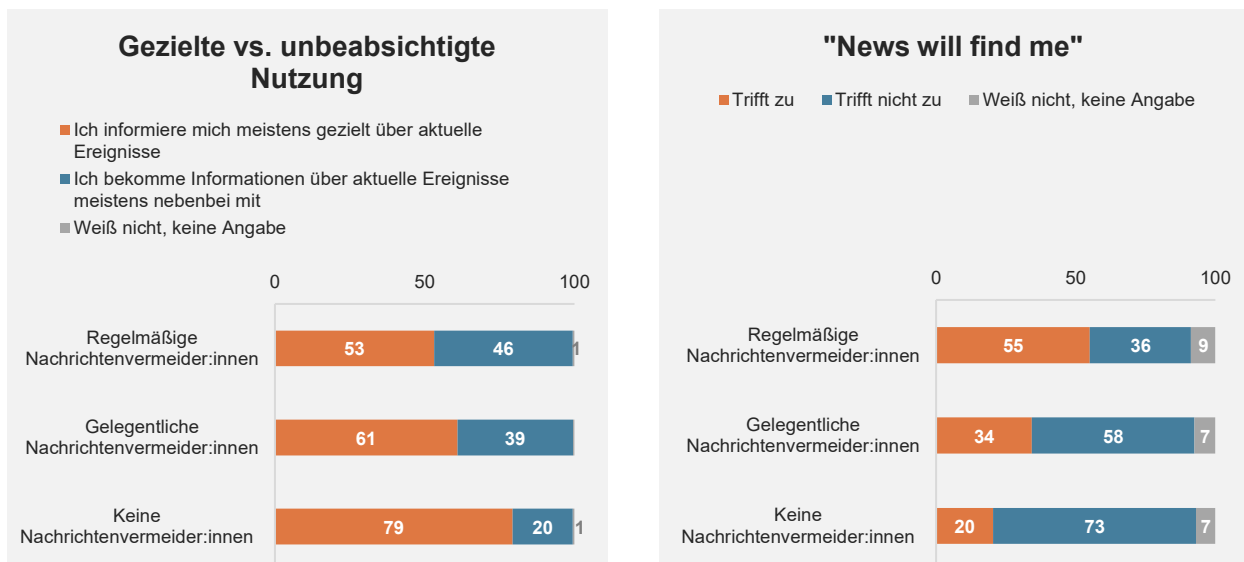


Abbildung 18: Welche der folgenden Aussagen beschreibt besser, wie Sie sich über aktuelle Ereignisse informieren? (Basis: Nutzen Nachrichten) Trifft diese Aussage auf Sie zu oder trifft Sie nicht zu? Im Grunde genommen muss ich mich gar nicht aktiv über aktuelle Ereignisse informieren, weil sie mir sowieso im Internet oder über meinen persönlichen Social-Media-Feed angezeigt werden, oder weil andere mir davon erzählen.“ (Basis: Gesamt) %-Werte, Regelmäßige Nachrichtenvermeider:innen (n=283), Gelegentliche Nachrichtenvermeider:innen (n=453), Keine Nachrichtenvermeider:innen (n=241).

Quelle: Gallup Austria, Medienhaus Wien.

Ein weiterer wichtiger Ansatzpunkt zur Rückgewinnung von Vertrauen – und damit von Nutzer:innen – sind die Journalist:innen selbst. Sogar die regelmäßigen Nachrichtenvermeider:innen zeigen eine (eher) positive Einstellung gegenüber Journalist:innen (siehe Abbildung 19).

Einstellung gegenüber Journalist:innen

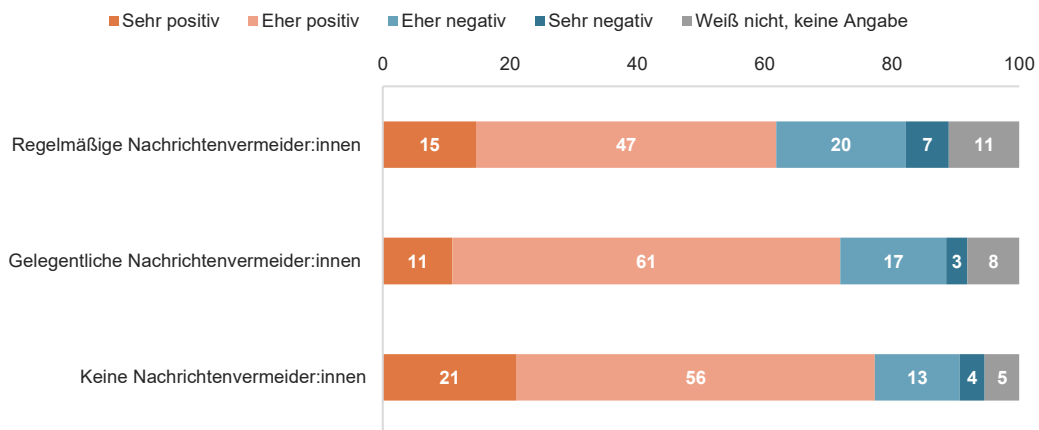


Abbildung 19: Wie ist Ihre Einstellung gegenüber Journalist:innen? %-Werte, Regelmäßige Nachrichtenvermeider:innen (n=283), Gelegentliche Nachrichtenvermeider:innen (n=453), Keine Nachrichtenvermeider:innen (n=241).

Quelle: Gallup Austria, Medienhaus Wien.

Aus der Sicht vieler Vermeider:innen liegt ihr Verhalten mehr an der Eigenverfasstheit und der Nachrichtenlage als an den in den Medien handelnden Personen. Auch die Skepsis gegenüber dem Mediensystem, also auf der Makro-Ebene, ist oft größer als jene gegenüber den Journalist:innen, der Mikro-Ebene. Das heißt, es gibt eine Wertschätzung gegenüber Journalist:innen, was sich auch mit früheren Erhebungen von Medienhaus Wien deckt. Hier könnte mit dem „Prinzip Trotzdem“ angesetzt werden, wie es de Weck (2024) unlängst etwas salopp in einem Buchtitel forderte: „Warum wir den Journalismus vor den Medien retten müssen.“ So können etwa Maßnahmen für mehr Transparenz, die die Menschen hinter den Nachrichten zeigen, die dem Journalismus Gesichter geben, dazu beitragen, die Vertrauenswerte, die sich seit der Covid-19-Pandemie, wie erwähnt, stabilisiert haben, zu verbessern oder jedenfalls zu stützen.

4.4 Typologie und Fallvignetten

Die Ergebnisse der Panel-Befragung des Österreichischen Gallup Institutes in Zusammenarbeit mit Medienhaus Wien zeigen, dass es keine einheitlichen News-Avoider gibt, sondern eine große Bandbreite unterschiedlicher Nachrichtennutzung bzw. Nachrichtenvermeidung, Motivlagen und Intensitäten. Ausgehend von den Ergebnissen der Panel-Erhebung zu Ursachen für Nachrichtenvermeidung – wie emotionale Überforderung, Zeitmangel, fehlende Relevanz oder Misstrauen gegenüber Medien – wurden idealtypischen Modi des Informiertseins identifiziert (siehe Tabelle 1). Für die Entwicklung dieser Typologie wurden Daten der 1.000 Befragten verknüpft und Korrelationen geprüft.

Typ	Bezeichnung	Motive für Vermeidung
Typ 1	Emotional-sensible Vermeider:innen	emotionale Belastung; Selbstschutz
Typ 2	Konstruktiv-selektive Vermeider:innen	Abneigung gegenüber Schlagzeilen-Berichterstattung; Qualitätsselektion
Typ 3	Pragmatisch-alltagsorientierte Vermeider:innen	Irrelevanz, „news will find me“
Typ 4	Zeitlich bzw. mental überlastete Vermeider:innen	Erschöpfung, Zeitmangel, komplexe Berichterstattung
Typ 5	Alternativ informierte Vermeider:innen	politisches Interesse, aber Misstrauen gegenüber etablierten Medien
Typ 6	Gesellschaftlich abgekoppelte Vermeider:innen	Resignation, Gefühl der eigenen Wirkungslosigkeit

Tabelle 1: Typologie der Vermeider:innen

Daran anschließend wurden Gesprächspartner:innen, die diesen Typologien entsprechen, ausgewählt. Im Folgenden werden die Typen und die jeweiligen Fallbeispiele kurz dargestellt.

Typ 1. Emotional-sensible Vermeider:innen:

Diese Personen sind politisch interessiert und gesellschaftlich engagiert, reagieren aber stark auf Negativität, Dauerkrisen und Alarmberichterstattung. Nachrichten werden nicht aus Ablehnung, sondern aus Selbstschutz selektiv gemieden. Das Bedürfnis, informiert zu sein, bleibt bestehen, wird aber emotional reguliert.

Die drei Interviewees sind weiblich, sie leben in Wien und Niederösterreich und sind 30, 56 bzw. 60 Jahre alt. Sie erzählen übereinstimmend, dass Berichte über Krisen starke emotionale Reaktionen und Bilder im Kopf auslösen, die sehr belastend seien. „Das Fenster zur Welt“, so eine Gesprächspartnerin, müsse daher bewusst klein gehalten werden. Statt täglicher Nachrichten werden eher und in kleinem Ausmaß Hintergrundformate wie etwa Podcasts oder Unterhaltungsseiten von Legacy Medien wie beispielsweise die Krone bunt konsumiert. Eine der interviewten Frauen empfindet die Dynamik klassischer TV-Nachrichtenformate als besonders problematisch: Berichte über Kriege oder Katastrophen würden zu abrupt zu Wetter, Werbung oder Sport springen. „Dieser Wechsel ist so schnell, das ist mir zu heftig“, beschreibt sie ihre Wahrnehmung. Bei einer der interviewten Frauen, die für sich eine Impfung ablehnte, war die Covid-19-Pandemie ein wesentlicher Auslöser für die Abkehr vom täglichen Medienkonsum.

Typ 2. Konstruktiv-selektive Vermeider:innen:

Vertreter:innen dieser Gruppe zeigen großes Interesse an gutem Journalismus. Die Vermeidung von Nachrichten bedeutet hier Qualitätsselektion. Klassische Nachrichtenformate werden nicht (mehr) genutzt, weil sie als oberflächlich oder repetitiv wahrgenommen werden. Stattdessen suchen Personen dieses Typs zielgerichtet nach Hintergrundformaten wie Podcasts oder Essays.

Für diese Gruppe wurden zwei Männer interviewt, 52 und 55 Jahre alt, beide aus Wien. Sie waren beide intensive Nachrichtennutzer, vor allem von traditionellen Medien und ihren Online-Portalen, aber auch von Social Media. Ein Interviewee, für dessen Beruf das Wissen zur aktuellen politischen und wirtschaftlichen Weltlage entscheidend ist, beschreibt sich als „news addicted“. An klassischen Medien und ihren Inhalten wird insbesondere die künstlich erzeugte Aufregung kritisiert: „Der Alarmismus der Schlagzeilen wirkte oft eher wie Clickbait“, sagt ein Interviewee. Gleichzeitig seien komplexe Sachverhalte zu verkürzt dargestellt worden und „Daten und Ereignisse“ wären im Vergleich zu früher „schlampiger recherchiert“ gewesen. Besonders während der Corona-Zeit verstärkte sich dieser Eindruck.

Heute nutzen beide Interviewees Medien viel selektiver. Ein Gesprächspartner nutzt vor allem kuratierte Formate, die komplexe Themen gründlicher behandeln, wie etwa Dossier oder Die Dunkelkammer. Der andere Interviewee konsumiert Nachrichten nur noch in einem festgelegten, zeitlich begrenzten Rahmen und nur in beruflichem Zusammenhang. Nachrichten sollen informieren, dürften aber nicht die Kontrolle über Zeit und Aufmerksamkeit übernehmen. „Distraction is destruction“, sagt er. Beide empfinden die neue Form ihres Nachrichtenkonsums bzw. die Nachrichtenvermeidung als etwas Positives: „als Ergebnis eines langen Lernprozesses“ bzw. als „Entzugstherapie“.

Typ 3. Pragmatisch-alltagsorientierte Vermeider:innen:

Nachrichten haben keinen hohen Stellenwert im Alltag. Information wird eher beiläufig aufgenommen – „news will find me“. Das politische Interesse ist moderat. Öffentlichkeit wird als Hintergrund, nicht als Identitätsraum erlebt.

Für diese Gruppe wurden ein Mann und eine Frau, beide 20 und in Wien lebend, interviewt. Nachrichten nehmen bei beiden wenig Raum ein, zielgerichtet werden sie so gut wie gar nicht konsumiert. Die Gesprächspartnerin beschreibt ihren Nachrichtenkonsum selbst mit dem Satz: „News will find me.“ Beide schätzen, dass klassische Nachrichten etwa 5 bis 10 % ihres täglichen Medienkonsums ausmachen, meist wenn sie in einem Social-Media-Feed zugespielt werden. Klassische Medien und lineares Fernsehen werden so gut wie gar nicht konsumiert. Der männliche Interviewpartner mit syrischem Hintergrund informierte sich nur während des Bürgerkriegs im Herkunftsland seiner Familie etwas intensiver in Nachrichtenmedien. Beide gehen davon aus, dass wichtige Ereignisse ohnehin über Social Media, Gespräche mit Freund:innen oder Familienmitglieder zu ihnen gelangen.

Typ 4: Zeitlich bzw. mental überlastete Vermeider:innen:

Nachrichtenvermeidung entsteht aus Erschöpfung, Zeitmangel und Alltagsdruck, nicht aus einer persönlichen Haltung. Vertreter:innen dieser Gruppe verfügen über wenig Ressourcen für aktive Informationsselektion. Öffentlichkeit wird als zusätzliche Belastung erlebt.

Beide Interviewpartner sind männlich, 37 und 40 Jahre alt, und haben migrantischen Hintergrund, leben aber schon lange in Österreich. Sie haben anstrengende, zeitintensive Jobs, die häufig von Zuwanderern ausgeübt werden – einer ist Taxifahrer, der andere hat einen Marktstand. Dazu kommen in beiden Fällen familiäre Verpflichtungen. Nachrichten werden zwar grundsätzlich als relevant erachtet, überfordern aber das zeitliche Budget im Alltag. „Viel Arbeit, viel Stress, keine Zeit“, fasst einer der Interviewpartner die Situation zusammen. Nachrichten werden, wenn überhaupt, zufällig bzw. nebenher konsumiert, entweder algorithmusbasiert über Social Media oder linear über den Fernseher, der ohnehin läuft. Das Bedürfnis, sich über aktuelles Geschehen zu informieren, tritt hinter andere Prioritäten zurück.

Typ 5. Alternativ informierte Vermeider:innen:

Diese Gruppe zeichnet sich durch hohes politisches Interesse bei gleichzeitig geringem Vertrauen in etablierte Medien aus. Sie meidet nicht Nachrichten, sondern verweigert traditionelle Medien und bezieht ihre Informationen aus anderen Quellen: alternative Medien, Soziale Medien, Partei- oder Community-Formate. Vertreter:innen dieser Gruppe schätzen sich selbst als „kritisch informiert“ ein.

Der Interviewpartner aus dieser Gruppe ist männlich und 65 Jahre alt. Er nutzt seit Jahrzehnten keine klassischen, etablierten Medien mehr – weder Zeitungen noch Radio oder TV –, weil er ihnen grundsätzlich misstraut. Traditionelle Nachrichten seien für sein persönliches Leben kaum relevant und belasteten emotional. Er beschreibt sie als „Angstporno“, der Menschen in einem Zustand dauernder Bedrohung halte. Die Informationen, die er für sich als notwendig erachtet, bezieht er über Telegram-Gruppen, Podcasts oder alternative Netzwerke. Diese Abneigung gegen das Establishment entspricht auch seinem Berufsleben als Unternehmer im komplementärmedizinischen Bereich.

Typ 6. Gesellschaftlich abgekoppelte Vermeider:innen:

Diese Gruppe zeigt eher geringes politisches Interesse. Sie ist charakterisiert durch ein Gefühl von Resignation und eigener Wirkungslosigkeit. Nachrichten werden kaum aktiv gesucht und oft vollständig gemieden. Öffentlichkeit wird als fremd oder irrelevant erlebt.

Der Interviewpartner ist männlich, 38 Jahre alt und lebt in Kärnten. Früher informierte er sich regelmäßig über viele Kanäle traditioneller und neuer Medien. Der Bruch kam mit der Covid-19-Pandemie. Seine Entscheidung, sich nicht gleich impfen zu lassen, ließ ihn zum Außenseiter werden. Er habe das Gefühl gehabt, aus der Gemeinschaft herauszufallen, sagt er. Besonders belastend empfand er die mediale Darstellung dieser Zeit. Nachrichten und Kommentare erschienen ihm zunehmend als moralischer Druck statt als offene Debatte. Als Reaktion stellte er seinen Nachrichtenkonsum weitgehend ein. Wenn er sich informiert, dann über längere Gesprächsformate auf YouTube oder Podcasts, in denen Menschen ausführlich ihre Position erklären können. Wahlen spielen für ihn kaum noch eine Rolle.

5 Fazit

Die vorliegende Studie zeigt, dass Nachrichtenvermeidung in Österreich kein Randphänomen mehr ist, sondern ein strukturell verankertes Verhalten in weiten Teilen der Bevölkerung. Während Nachrichten weiterhin als zentral für das Funktionieren der Demokratie angesehen werden, steht dieser normativen Zustimmung eine zunehmend selektive, reduzierte oder sogar ablehnende Nutzung gegenüber.

Zentral ist zudem die Erkenntnis, dass Nachrichtenvermeidung kein einheitliches Verhalten beschreibt, sondern Ausdruck unterschiedlicher Motivlagen und sozialer Kontexte ist. Die empirisch entwickelte Typologie verdeutlicht, dass sich hinter dem Begriff „News Avoidance“ ein breites Spektrum verbirgt – von emotional motivierter Selbstregulation über pragmatische Alltagsstrategien bis hin zu politisch begründetem Misstrauen oder gesellschaftlicher Resignation. Diese Differenzierung ist wichtig, um Nachrichtenvermeidung nicht vorschnell als Desinteresse oder Demokratiedefizit zu deuten, sondern als komplexe Reaktion auf individuelle, mediale und gesellschaftliche Bedingungen.

Um Strategien und Angebote zur (Wieder-)Einbindung von Vermeider:innen in den öffentlichen, medialen Diskurs entwickeln zu können, ist das Wissen um ihre Motive entscheidend. An erster Stelle steht emotionales Unbehagen: Nachrichten werden häufig als belastend, negativ und überfordernd wahrgenommen. In einer von Krisen geprägten Gegenwart – von Pandemie über Klimawandel bis hin zu geopolitischen Konflikten – fungiert Nachrichtenvermeidung für viele als Strategie des Selbstschutzes. Dieses Motiv ist besonders bei jüngeren und höher gebildeten Gruppen ausgeprägt und verweist auf eine wachsende Diskrepanz zwischen Informationsangebot und individueller Verarbeitbarkeit.

Darüber hinaus spielen strukturelle Faktoren wie Zeitmangel, wahrgenommene Irrelevanz sowie Überforderung durch Komplexität eine wichtige Rolle. Gleichzeitig zeigt sich bei einem Teil der Bevölkerung ein ausgeprägtes Misstrauen gegenüber etablierten Medien, das häufig mit politischem Misstrauen einhergeht. Diese Gruppe wendet sich alternativen Informationsquellen zu oder zieht sich teilweise vollständig aus dem Nachrichtenkonsum zurück.

Nachrichtenvermeidung steht in engem Bezug zu politischer Partizipation und demokratischer Einstellung. Die Ergebnisse zeigen konsistent, dass zwischen zunehmender Nachrichtenvermeidung und geringerem politischen Interesse, niedrigerer Zufriedenheit mit der Demokratie sowie geringerer Wahlbeteiligung ein Zusammenhang besteht. Zudem ist die Zustimmung zu autoritären Einstellungen, wie der Forderung nach einem „starken Mann“, bei Nachrichtenvermeider:innen höher als bei Nicht-Vermeider:innen. Nachrichtenvermeidung ist somit nicht nur ein mediales Nutzungsverhalten, sondern auch ein Indikator für eine wachsende Distanz zum demokratischen System.

Dieser Zusammenhang ist jedoch nicht monokausal zu verstehen. Ein Teil der Nachrichtenvermeider:innen bleibt weiterhin informiert – allerdings selektiv, passiv oder über alternative Kanäle wie soziale Medien, Podcasts oder persönliche Netzwerke. Das Konzept „news will find me“ verweist dabei auf eine Verschiebung von aktiver Informationssuche hin zu algorithmisch vermittelter, beiläufiger Rezeption. Dies verändert nicht nur die Rolle klassischer Medien, sondern auch die Struktur öffentlicher Kommunikation insgesamt.

Die Ergebnisse deuten zudem auf eine zunehmende Fragmentierung der Öffentlichkeit hin. Unterschiedliche Bevölkerungsgruppen nutzen unterschiedliche Informationsquellen und bewegen sich in voneinander getrennten Diskursräumen. Diese Entwicklung wird durch politische Polarisierung verstärkt und kann langfristig zu einer Erosion gemeinsamer Wirklichkeitsvorstellungen führen.

Für Journalismus und Demokratie ergeben sich daraus zentrale Herausforderungen. Es geht nicht nur darum, Vertrauen in Medien wiederherzustellen, sondern auch darum, Zugänge zu Information neu zu gestalten. Ansatzpunkte liegen insbesondere in einer stärkeren Nutzerorientierung, in verständlicherer und relevanterer Berichterstattung sowie in Formaten, die emotionale Belastung reduzieren, etwa durch konstruktiven oder lösungsorientierten Journalismus. Gleichzeitig zeigt die Studie, dass das Vertrauen in Journalist:innen als Personen teilweise höher ist als in das Mediensystem insgesamt – ein Potenzial, das gezielt genutzt werden könnte.

Insgesamt macht die Studie deutlich: Nachrichtenvermeidung ist weniger Ausdruck von Gleichgültigkeit als vielmehr ein Symptom struktureller Spannungen zwischen Medienangebot, individueller Lebensrealität und politischem System. Ihre Bedeutung reicht damit weit über Mediennutzung hinaus und berührt zentrale Fragen demokratischer Integration und Teilhabe.

6 Forschungsteam

Hon. Prof. Dr. Andy Kaltenbrunner (Projektleiter, Medienhaus Wien)

studierte Politikwissenschaft und Pädagogik und war ab 1981 als Journalist tätig. Journalismus-Staatspreisträger 1982 und 1985. Bis 1999 in der *trend/profil/Orac*-Magazingruppe u.a. als Leiter des Politik-Ressorts von *profil*, ab 1995 als Chefredakteur und Gründer neuer Print- und Digitalmedien der Gruppe und Leiter der Aus- und Weiterbildung. Parallel seit 1990 Tätigkeit in Lehre und Forschung an den Universitäten Wien und Klagenfurt, an Fachhochschulen, der Akademie für Publizistik in Hamburg, Guest Faculty des Poynter Institutes/USA, 2011 bis 2016 Direktor des executive MA-Programmes „International Media Innovation Management“ an der Deutschen Universität für Weiterbildung Berlin/Steinbeis-Hochschule. Seit 2011 Honorarprofessor der Universidad Miguel Hernández in Elche/ Spanien. Er war Entwicklungsleiter von Aus- und Weiterbildungscurricula für Journalismus und Medienmanagement von Hochschulen und Akademien in Österreich, Deutschland und Spanien.

Kaltenbrunner ist Mitbegründer und seit 2011 geschäftsführender Gesellschafter von Medienhaus Wien. 2025/26 war er Leiter einer Studie i.A. des Medienministeriums zur Reform der österreichischen Medienförderung, 2020-2023 leitete er das österreichische Team des D-A-CH-Grundlagenforschungsprojekts „Journalism Innovation in Democratic Societies“ von Medienhaus Wien und dem Institut für vergleichende Medien- und Kommunikationsforschung (CMC) der Österreichischen Akademie der Wissenschaften/Universität Klagenfurt. Er ist Co-Herausgeber der Buchreihe *Journalismus-Report*. Zu Projekten und Publikationen siehe ausführlich: www.mhw.at.

Dr.^a Renée Lugschitz (Medienhaus Wien)

studierte Geschichtswissenschaft an der Universität Wien und dissertierte an der Universität Miguel Hernández, Elche/Spanien, zu Fragen journalistischer Qualität aus der Gender-Perspektive am Fall der „Female Correspondents Covering the Spanish Civil War“. Nach vielen Jahren im Journalismus, unter anderem bei *profil*, *profil extra* und *Der Standard*, ist sie seit 2003 als Autorin und Forscherin in mehreren Ländern aktiv. Für ihr Buch „Spanienkämpferinnen. Ausländische Frauen im Spanischen Bürgerkrieg 1936-1939“ erhielt sie 2013 den Bruno-Kreisky-Anerkennungspreis für das politische Buch. Für Medienhaus Wien ist sie in Forschung und Qualitätskontrolle tätig, u.a. als Co-Herausgeberin des *Journalismus-Report VII* und Autorin des *Österreichischen Journalismus-Report 2020* sowie als wissenschaftliche Mitarbeiterin bei internationalen Journalismus- und Konvergenzstudien. Von 2014 bis 2019 arbeitete sie parallel als Researcherin am CMC-Institut der Österreichischen Akademie der Wissenschaften/Universität Klagenfurt u.a. am Projekt „Journalism in Transition“, das auf die *Journalismus-Report*-Grundlagen von Medienhaus Wien aufbaute. Im D-A-CH-Projekt „Journalism Innovation in Democratic Societies“ (2020-2023) war sie österreichische Key Researcherin, ebenso 2025/26 bei der Studie zur Reform der Medienförderung in Österreich.

Mag.^a Sonja Luef (Medienhaus Wien)

studierte Publizistik und Kommunikationswissenschaft und Deutsche Philologie. Seit 2011 ist sie bei Medienhaus Wien tätig, zuständig unter anderem für das Management der Forschungsprojekte. Am CMC-Institut der Österreichischen Akademie der Wissenschaften/Universität Klagenfurt beforschte sie 2023-2025 im Rahmen eines vom FWF geförderten Projekts die nachhaltigen (ökonomischen) Auswirkungen der Corona-Pandemie auf Österreichs Medien und 2017-2019 „Journalism in Transition“. Seit 2020 ist Luef Co-Autorin und Co-Herausgeberin des österreichischen Journalismus-Reports. Sie lehrt am Studiengang „Journalismus und Public Relations“ an der FH Joanneum in Graz (bis 2025) und an der FH des BFI in Wien im Studiengang „Produktionsmanagement Film, TV und Streaming“.

Renata Fenzl (Das Österreichische Gallup Institut/Gallup Austria)

studierte Psychologie in Zagreb (Kroatien) und Wien. Seit 2000 ist sie beim Österreichischen Gallup Institut tätig, aktuell als Leiterin der Forschungseinheit „Digital Research“. Ihre Tätigkeitsschwerpunkte liegen auf der Online-Marktforschung, der Markenforschung (Positionierung, Imageanalysen, Markenidentität- und Authentizität), der Medienforschung (Fachzeitschriften-NutzerInnen-Analyse, Glaubwürdigkeit von Medien) und der Werbe- und Kommunikationsforschung (Werbewirkung, Konzepttests). Mit Medienhaus Wien hat sie bereits in mehreren Forschungsprojekten zusammengearbeitet, u.a. beim Presseförderung-Projekt zur „Authentizität österreichischer (Print-) Medienmarken“, bei den Studien zu „Corona und Medien“ (2020 bis 2023) sowie seit 2024 bei den Forschungsarbeiten zu Medienvertrauen und Nachrichtenverweigerung.

Dr. Norbert Regitnig-Tillian (Medienhaus Wien)

ist Journalist, Verleger und Medienforscher. Er studierte nach einer technischen HTL-Ausbildung Publizistik, Kommunikations- und Politikwissenschaften. Seit Ende der 1980er Jahre ist er als freier Journalist tätig, u.a. für den *ORF*, *profil* und *ProSieben* und war Chefredakteur des

Fachmagazins *Austria Innovativ*. 2017 hat er den Delta X Verlag gegründet, der (populär-)wissenschaftliche Literatur, etwa zu Gesundheitsthemen, publiziert. Seit Gründung von Medienhaus Wien im Jahr 2005 ist Regitnig-Tillian regelmäßig projektbezogen involviert, etwa in Entwicklungsteams zur Gründung mehrerer Journalismus- und Medienmanagement-Studiengänge sowie bei Forschungsarbeiten über den Medienstandort Wien oder zu Medienvertrauen und Nachrichtenvermeidung.

Dr.^a Denise Voci, B.A., M.A. (Universität Klagenfurt)

ist Senior Scientist am Institut für Medien- und Kommunikationswissenschaft der Universität Klagenfurt, wo sie auch ihr Studium absolvierte und 2019 dissertierte. 2023 bis 2025 arbeitet sie maßgeblich im FWF-geförderten Forschungsprojekt „Effects of the COVID-19 Pandemic on Austria´s Media Industry“ mit, wo unter anderem Interviews mit Medienmanager:innen zu den Veränderungen während und nach der Corona-Krise und Publikumsbefragungen zu Medienvertrauen, der Glaubwürdigkeit von Medienmarken und der Zahlungsbereitschaft für Medien durchgeführt wurden. Von 2021 bis 2023 war Voci gewähltes Project Chair Board Mitglied der European Media Management Association (emma). Ihre Forschungsschwerpunkte umfassen Medienmanagement, Medienökonomie, komparative Medienforschung und Corporate Social Responsibility.

Univ. Prof. DDr. Matthias Karmasin (Österreichische Akademie der Wissenschaften, Universität Klagenfurt, Medienhaus Wien)

ist Direktor des Instituts für vergleichende Medien- und Kommunikationsforschung (CMC) der österreichischen Akademie der Wissenschaften/Universität Klagenfurt, wo er auch Professor für Kommunikationswissenschaft ist. Ebenfalls an der Universität Klagenfurt war er 2023 bis 2025 Gründungsdekan der Fakultät für Sozialwissenschaften. Er ist wirkliches Mitglied der österreichischen und ordentliches Mitglied der europäischen Akademie der Wissenschaften und wurde 2020 mit dem österreichischen Ehrenkreuz für Wissenschaft und Kunst 1. Klasse ausgezeichnet. Karmasin ist Autor von über 20 Büchern, (Mit-)Herausgeber von 39 Sammelbänden, hat mehr als 240 wissenschaftliche Aufsätze verfasst und mehr als 300 wissenschaftliche Vorträge im In- und Ausland gehalten. Neben zahlreichen Funktionen in editorial boards ist er u.a. seit 2014 Mitglied des Publikumsrats des ORF.

7 Trägerforschungsstätte und Kontaktinformationen

Medienhaus Wien ist eine außeruniversitäre Forschungs- und Bildungseinrichtung mit den Tätigkeitsschwerpunkten

- Forschung: Durchführung praxisbezogener Forschungsprojekte zu aktuellen Fragen und Perspektiven von Medien und Journalismus
- Entwicklung: Entwurf neuer Bildungskonzepte, Curricula und Entwicklungsstrategien für Journalist:innen und Medienmanager:innen

- Beratung: Internationale Studien, Publikationen und Workshops als Grundlage für Qualitätsentwicklung in Unternehmen, Medienpolitik und Institutionen.

Gesellschafter:innen sind Hon. Prof. Dr. Andy Kaltenbrunner, Univ. Prof. DDr. Matthias Karmasin, Univ. Prof. Dr. Alfred J. Noll (+), und Dr.^a Astrid Zimmermann.

Kontaktdaten:

Medienhaus Wien Forschung und Weiterbildung GmbH
Brunnengasse 47/6, 1160 Wien
Tel. 0699/148 948 49
www.mhw.at, office@mhw.at

8 Literaturverzeichnis

- Blöbaum, Bernd. 2018. Bezugspunkte von Medienvertrauen. Ergebnisse einer explorativen Studie. *Media Perspektiven* (12), 601–607.
- Borchardt, Alexandra, Julia Lück, Sabine Kieslich, Tanjev Schultz und Felix M. Simon. 2019. *Are Journalists Today's Coal Miners? The Struggle for Talent and Diversity in Modern Newsrooms - a Study on Journalists in Germany, Sweden, and the United Kingdom*. https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2019-07/Talent-and-Diversity-in-the-Media-Report_0.pdf.
- Castro, Laia, Jesper Strömbäck, Frank Esser, Peter van Aelst, Claes de Vreese, Toril Aalberg, Ana S. Cardenal et al. 2022. Navigating High-Choice European Political Information Environments: a Comparative Analysis of News User Profiles and Political Knowledge. *The International Journal of Press/Politics* 27(4): 827–859. <https://doi.org/10.1177/19401612211012572>.
- Cobb, Jelani. 2025. *Trust issues. Credibility, credulity and journalism in a time of crisis*. Reuters Institute for the Study of Journalism, Oxford. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/>
- de Weck, Roger. 2025. Das Prinzip Trotzdem. Warum wir den Journalismus vor den Medien retten müssen. Berlin: Suhrkamp.
- Edelman Trust Institute. 2025. *Edelman Trust Barometer. Global Report Trust and the Crisis of Grievance*. www.edelman.com/trust/2025/trust-barometer
- Fawzi, Nayla, Nina Steindl, Magdalena Obermaier, Fabian Prochazka, Dorothee Arlt, Bernd Blöbaum, Marco Dohle et al. 2021. Concepts, causes and consequences of trust in news media – a literature review and framework. *Annals of the International Communication Association* 45 (2): 154–174. <https://doi.org/10.1080/23808985.2021.1960181>
- Fitzpatrick, Neill. 2022. No News is Not Good News: The Implications of News Fatigue and News Avoidance in a Pandemic World. *Athens Journal of Mass Media and Communications* 8 (3): 145–160. <https://doi.org/10.30958/ajmmc.8-3-1>.

- Fletcher, Richard und Sora Park. 2017. The Impact of Trust in the News Media on Online News Consumption and Participation. *Digital Journalism* 5(10): 1281–1299. <https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1279979>
- FÖG, ed. 2022. *Jahrbuch 2022. Qualität Der Medien*. Basel: Schwabe.
- Fuchs, Christian. 2010. Alternative Media as Critical Media. *European Journal of Social Theory* 13(2): 173–192. <https://doi.org/10.1177/1368431010362294>
- Gadringer, Stefan, Sergio Sparviero, Josef Trappel und Magdalena Holzapfel. 2025. *Digital News Report 2025. Detaillierergebnisse für Österreich*. Salzburg: Universität Salzburg. <https://doi.org/10.5281/zenodo.15675025>
- Goyanes, Manuel, Alberto Ardèvol-Abreu und Homero Gil de Zúñiga. 2021. Antecedents of News Avoidance: Competing Effects of Political Interest, News Overload, Trust in News Media, and “News Finds Me” Perception. *Digital Journalism* 11(1), 1–18. <https://doi.org/10.1080/21670811.2021.1990097>
- Hanitzsch, Thomas, Arjen van Dalen und Nina Steindl. 2018. Caught in the nexus. A comparative and longitudinal analysis of public trust in the press. *The International Journal of Press/Politics* 23, 3–23. <https://doi.org/10.1177/1940161217740695>
- Jackob, Nikolaus, Tanjev Schultz, Ilka Jakobs, Oliver Quiring, Christian Schemer, Marc Ziegele, Christina Viehmann. 2023. *Medienvertrauen in Deutschland*. Bundeszentrale für politische Bildung Bonn.
- Kaltenbrunner, Andy, Sonja Luef und Renée Lugschitz. 2023. Vertrauen in der Krise. Die volatile Medienrezeption während der Pandemie. In Alexander Bogner (Hrsg.). *Nach Corona. Reflexionen für zukünftige Krisen*, 22–34. Wien: ÖAW.
- Kaltenbrunner, Andy und Renée Lugschitz. 2021. Diversity in Österreichs Redaktionen: Bestandsaufnahme, Problemlage und Lösungsansätze. *MedienJournal* 45(4): 3–26.
- Kretzschmar, Judith, Markus Beiler, Uwe Kröger und Florian Döring. 2025. *Von Lügenpresse und abgehobenen Eliten. Journalismus- und Demokratievertrauen in Sachsen*. Bielefeld: Transcript.
- Melischek, Gabriele und Josef Seethaler. 2023. Mediale Kommunikation während der Covid-19-Pandemie: ein Scoping-Review. In Alexander Bogner (Hrsg.). *Nach Corona. Reflexionen für zukünftige Krisen*, 11–21. Wien: ÖAW.
- Newman, Nic, Richard Fletcher, Amy Ross Arguedas, Craig T. Robertson, Rasmus Kleis Nielsen, und Richard Fletcher (Hrsg.). 2025. *Digital News Report 2025*. Oxford. <https://doi.org/10.60625/risj-8qqf-jt36>
- Nielsen, Rasmus Kleis und Richard Fletcher. 2024. *Public perspectives on trust in news*. Reuters Institute for Study of Journalism. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2024/public-perspectives-trust-news>
- Paulitsch, Luis. 2025. *Alternative Medien. Definitionen, Geschichte und Bedeutung*. Wiesbaden: Springer.
- Prochazka, Fabian und Wolfgang Schweiger. 2020. Vertrauen in Journalismus in Deutschland: Eine Typologie der Skeptiker. *Media Perspektiven* 4, 196–206

- Reiter, Franz und Jörg Matthes. 2021. Correctives of the Mainstream Media? A Panel Study on Mainstream Media Use, Alternative Digital Media Use, and the Erosion of Political Interest as Well as Political Knowledge. *Digital Journalism* 11(5), 1–20. <https://doi.org/10.1080/21670811.2021.1974916>
- Strömbäck, Jesper, Yariv Tsfati, Hajo Boomgaarden, Alyt Damstra, Elina Lindgren, Rens Vliegenthart und Torunu Lindholm. 2020. News media trust and its impact on media use: toward a framework for future research. *Annals of the International Communication Association* 44(2), 139–156. <https://doi.org/10.1080/23808985.2020.1755338>.