

P R E S S E M I T T E I L U N G



Frankfurt/ Berlin, 30. Juni 2020

## Vertrauenswürdige Berichterstattung ist wichtiger denn je

Die Mediennutzung ist durch Covid-19 und Einschränkungen des täglichen Lebens gestiegen. Eine vertrauenswürdige Quelle ist das wichtigste Kriterium in der Berichterstattung.

Der Seit Beginn der Ausbreitung von Covid-19 und den darauffolgenden Veränderungen des täglichen Lebens ist der Medienkonsum in Deutschland stark angestiegen. Fast zwei Drittel der Einwohner Deutschlands über 16 Jahren (65 Prozent) informieren sich mindestens einmal täglich zu landesweiten Nachrichten.

Das ist ein Ergebnis einer repräsentativen Studie zu Mediennutzung und Qualitätsjournalismus, die das weltweit tätige Mess- und Datenanalyse-Unternehmen Nielsen gemeinsam mit dem Bundesverband Digitalpublisher und Zeitungsverleger (BDZV) durchgeführt hat.

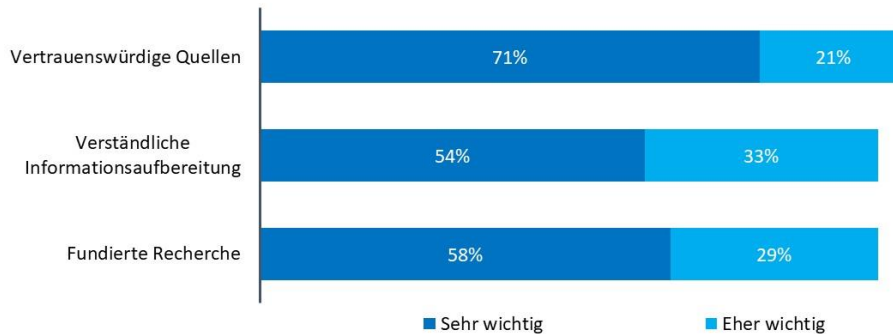
Besonders gut informiert fühlen sich die Menschen danach von gedruckten und digitalen Zeitungen, dem Fernsehen und Zeitschriften. Dabei ist eine vertrauenswürdige Quelle das wichtigste Kriterium. „Digitale und gedruckte Zeitungen und Zeitschriften stehen hier für professionell recherchierte Inhalte und genießen insgesamt einen hohen Stellenwert in Bezug auf das Vertrauen der Konsumenten“, erklärt **Dirk Reinbothe**, Director Marketing Effectiveness bei Nielsen. Fake News zu erhalten, sei die größte Sorge der Befragten.

„Die Nielsen-Studie bestätigt unsere Erfahrungen der zurückliegenden Monate“, ergänzt BDZV-Geschäftsführerin **Katrin Tischer**. „Gestiegene Nachfrage und hohes Vertrauen in Zeitungsinhalte sind allerdings kein Selbstläufer. Die Folgen der Corona-Epidemie haben den Verlagen einen

enormen digitalen Schub und unseren Leserinnen und Lesern binnen kürzester Zeit viele neue, kreative Angebote beschert. Jetzt geht die Arbeit erst richtig los, damit wir auch morgen unser Publikum wie die werbungstreibende Wirtschaft mit genau den journalistischen Produkten überzeugen, die sie brauchen.“

Ein weiterer zentraler Punkt der Studie war auch die Frage nach der Bereitschaft, für journalistische Angebote zu bezahlen. Sie ist bei jedem Vierten gestiegen; bei Personen mit einem Netto-Haushalts-Einkommen über 2.000 Euro oder einem hohen Bildungsgrad sogar um 30 Prozent. Den stärksten Anstieg gibt es in der Altersgruppe 16 bis 29 Jahre: Hier sind 41 Prozent bereit, kostenpflichtige journalistische Angebote zu nutzen.

## DAS GEFÜHL, MEDIENINHALTEN VERTRAUEN ZU KÖNNEN, IST DER WERTVOLLSTE ASPEKT IN DER BERICHTERSTATTUNG RUND UM COVID-19



Quelle: Nielsen-Studie über Mediennutzung und Qualitätsjournalismus  
Frage: Und was ist Ihnen wichtig, wenn Sie sich rund um COVID-19 (Corona Virus) informieren wollen? N=1.001

Die Nielsen-Studie Mediennutzung und Qualitätsjournalismus erhalten Sie kostenfrei bei Fernando Reimann ([fernando.reimann@nielsen.com](mailto:fernando.reimann@nielsen.com)).

### ÜBER DIE NIELSEN-STUDIE

Die Nielsen-Studie über Mediennutzung und Qualitätsjournalismus wurde in Abstimmung mit dem Bundesverband Digitalpublisher und Zeitungsverleger (BDZV) erstellt. Sie wurde als Online-Befragung im Zeitraum vom 28.04.2020 bis zum 06.05.2020 durchgeführt. Befragt wurden 1.000 in Deutschland lebende Personen im Alter zwischen 16 und 69 Jahren, repräsentativ für Geschlecht, Alter, Nielsen-Gebiete, Einwohnergröße, Berufstätigkeit und Bildung.

## ÜBER NIELSEN

Nielsen Holdings plc (NYSE: NLSN) ist ein globales Mess- und Datenanalyse-Unternehmen, das die umfassendste und verlässlichste Sicht auf Verbraucher und Märkte weltweit liefert. Nielsen ist in zwei Unternehmensbereiche unterteilt. Nielsen Global Media, der Wahrheitsträger für Medienmärkte, liefert der Werbe- und Medienindustrie repräsentative und zuverlässige Kennzahlen für ein einheitliches Verständnis der Branche, das für funktionierende Märkte erforderlich ist. Nielsen Global Connect bietet Herstellern und Einzelhändlern von Konsumgütern präzise, umsetzbare Informationen und Insights sowie ein vollständiges Bild des komplexen und sich wandelnden Marktes, was Unternehmen für Innovationen und Wachstum benötigen. Unser Ansatz kombiniert proprietäre Nielsen-Daten mit anderen Datenquellen, damit Kunden weltweit verstehen, was aktuell und zukünftig passiert und wie sie auf dieser Basis am besten handeln können. Als S&P 500-Unternehmen ist Nielsen in mehr als 100 Ländern tätig und deckt mehr als 90 Prozent der Weltbevölkerung ab. Weitere Informationen finden Sie im Internet unter [www.nielsen.de](http://www.nielsen.de).

### Kontakt

BDZV: Anja Pasquay, [pasquay@bdzv.de](mailto:pasquay@bdzv.de), +49 (0) 30 – 726298 – 214

Nielsen: Julia Mayer, [julia.mayer@nielsen.com](mailto:julia.mayer@nielsen.com), +49 (0) 69 – 7938 – 374

Folgen Sie uns auf Twitter [@BdzyPresse](https://twitter.com/BdzyPresse) und Instagram [bdzy.de](https://www.instagram.com/bdzy.de)