



Dokumentation

Die deutsche Medienlandschaft

Die deutsche Medienlandschaft

Aktenzeichen: WD 10 - 3000 - 064/20
Abschluss der Arbeit: Datum: 2. Dezember 2020
Fachbereich: WD 10: Kultur, Medien und Sport

Die Wissenschaftlichen Dienste des Deutschen Bundestages unterstützen die Mitglieder des Deutschen Bundestages bei ihrer mandatsbezogenen Tätigkeit. Ihre Arbeiten geben nicht die Auffassung des Deutschen Bundestages, eines seiner Organe oder der Bundestagsverwaltung wieder. Vielmehr liegen sie in der fachlichen Verantwortung der Verfasserinnen und Verfasser sowie der Fachbereichsleitung. Arbeiten der Wissenschaftlichen Dienste geben nur den zum Zeitpunkt der Erstellung des Textes aktuellen Stand wieder und stellen eine individuelle Auftragsarbeit für einen Abgeordneten des Bundestages dar. Die Arbeiten können der Geheimschutzordnung des Bundestages unterliegende, geschützte oder andere nicht zur Veröffentlichung geeignete Informationen enthalten. Eine beabsichtigte Weitergabe oder Veröffentlichung ist vorab dem jeweiligen Fachbereich anzuzeigen und nur mit Angabe der Quelle zulässig. Der Fachbereich berät über die dabei zu berücksichtigenden Fragen.

Inhaltsverzeichnis

1.	Datenlage - Langzeitstudien	4
2.	Einzelaspekte der Mediennutzung	5
3.	Zur Mediennutzung in einzelnen Bundesländern	6

1. Datenlage - Langzeitstudien

ARD/ZDF-Massenkommunikation 2020, Langzeitstudie durchgeführt von der GIM Gesellschaft für Innovative Marktforschung mbH im Auftrag der ARD / ZDF-Forschungskommission, abrufbar unter: <https://www.ard-zdf-massenkommunikation.de/>. Siehe auch <https://www.g-i-m.com/de/unternehmen/ueber-uns/publikationen/news/news-2020/ard-zdf-onlinestudie.html>.

Zentrale Daten und Ergebnisse der Studie sind abrufbar unter: https://www.ard-zdf-massenkommunikation.de/files/Download-Archiv/MK_2020/MK_2020_Publikationscharts_final.pdf.

Anlage 1

BREUNIG, CHRISTIAN; HANDEL, MARLENE; KESSLER, BERNHARD (2020), Massenkommunikation 1964-2020: Mediennutzung im Langzeitvergleich. Ergebnisse der ARD/ZDF-Langzeitstudie, Media Perspektiven 7-8/2020, S.410-432, abrufbar unter: <https://www.ard-werbung.de/media-perspektiven/fachzeitschrift/artikel/detailseite-2020/massenkommunikation-1964-2020-mediennutzung-im-langzeitvergleich/>.

Anlage 2

DIE MEDIENANSTALTEN – ALM GbR (2020), Vielfaltsbericht 2020 der Medienanstalten, Berlin, abrufbar unter: https://www.die-medienanstalten.de/fileadmin/user_upload/die_medienanstalten/Themen/Forschung/Intermediaere_und_Meinungsbildung/Vielfaltsbericht_IuM.pdf.

Anlage 3

HÖLIG, SASCHA; HASEBRINK, UWE (2020), Reuters Institute Digital News Report 2020 – Ergebnisse für Deutschland. Unter Mitarbeit von Julia Behre. Hamburg, Verlag Hans-Bredow-Institut, Juni 2020 (Arbeitspapiere des Hans-Bredow-Instituts / Projektergebnisse Nr. 50), abrufbar unter: <https://www.hans-bredow-institut.de/de/publikationen/reuters-institute-digital-news-report-2020-ergebnisse-fuer-deutschland>.

Anlage 4

INTERNATIONALES ZENTRALINSTITUT FÜR JUGEND- UND BILDUNGSFERNSEHEN (IZI), Grunddaten Kinder und Medien 2020. Aktuelle Ergebnisse zur Mediennutzung von Jugendlichen in Deutschland. Zusammengestellt aus verschiedenen deutschen Erhebungen und Studien von Heike vom Orde (IZI) und Dr. Alexander Durner, abrufbar unter: <https://www.br-online.de/jugend/izi/deutsch/home.htm>.

Unter der Rubrik „Grunddaten“ finden sich hier auch weitere Studien, so zu „Kinder und Medien 2020“ oder „Internationale Daten Jugend- und Medien“.

Anlage 5

2. Einzelaspekte der Mediennutzung

BEISCH, NATALIE; SCHÄFER, CARMEN (2020), Internetnutzung mit großer Dynamik: Medien, Kommunikation, Social Media. Ergebnisse der ARD/ZDF-Onlinestudie 2020, Media Perspektiven 9/2020, S. 462-481, abrufbar unter: <https://www.ard-werbung.de/media-perspektiven/fachzeitschrift/artikel/detailseite-2020/internetnutzung-mit-grosser-dynamik-medien-kommunikation-social-media/>.

Anlage 6

KOCH, WOLFGANG; BEISCH, NATALIE (2020), Erneut starke Zuwächse bei Onlinevideo. Ergebnisse der ARD/ZDF-Onlinestudie 2020. Media Perspektiven 9/20, S. 482-499, abrufbar unter: <https://www.ard-werbung.de/media-perspektiven/fachzeitschrift/artikel/detailseite-2020/erneut-starke-zuwaechse-bei-onlinevideo/>.

Anlage 7

KUPFERSCHMITT, THOMAS; MÜLLER, THORSTEN (2020), ARD/ZDF-Massenkommunikation 2020: Mediennutzung im Intermediavergleich. Aktuelle Ergebnisse der repräsentativen Langzeitstudie, Media Perspektiven 7-8/2020, S. 390-409, unter: <https://www.ard-werbung.de/media-perspektiven/fachzeitschrift/artikel/detailseite-2020/ardzdf-massenkommunikation-2020-mediennutzung-im-intermediavergleich/>.

Anlage 8

REICHOW, DENNIS; SCHRÖTER, CHRISTIAN (2020), Audioangebote und ihre Nutzungsrepertoires erweitern sich. Ergebnisse der ARD/ZDF-Onlinestudie 2020, Media Perspektiven 9/2020, S. 501-515, abrufbar unter: <https://www.ard-werbung.de/media-perspektiven/fachzeitschrift/artikel/detailseite-2020/audioangebote-und-ihre-nutzungsrepertoires-erweitern-sich/>.

Anlage 9

3. Zur Mediennutzung in einzelnen Bundesländern

FREY-VOR, GERLINDE; MOHR, INGE (2016), Nutzung von Online-Medien in den alten und den neuen Bundesländern, Ergebnisse der ARD/ZDF-Studie Massenkommunikation 2015, Media Perspektiven 7-8/2016, abrufbar unter: <https://www.ard-werbung.de/media-perspektiven/fachzeitschrift/2016/artikel/nutzung-von-onlinemedien-in-den-alten-und-den-neuen-bundeslaendern/>.

Anlage 10

VAUNET-MEDIENNUTZUNGSANALYSE, Mediennutzung in Deutschland 2018, abrufbar unter: https://www.vau.net/system/files/documents/vaunet_mediennutzung-2018-publikation.pdf.

In dieser Studie sind unter dem Punkt ‚Radio und Audionutzung‘ auch die Bundesländer einzeln berücksichtigt.

Anlage 11
