

# WAS MACHT ÖFFENTLICH-RECHTLICHEN JOURNALISMUS WERTVOLL?

Der Public Value öffentlich-rechtlicher Medien aus Sicht der Nutzerinnen und Nutzer

Von Cornelia Mothes\* und Marlis Prinzing\*\*

## Kurz und knapp

- Die vorliegende explorative Studie untersucht die wahrgenommene Performanz öffentlich-rechtlicher Medien anhand von fünf Qualitätsdimensionen.
- Die Qualitätsdimensionen „Information, Repräsentation & Kontrolle“ und „Dialog & Nähe“ sind hierbei für den attestierten Public Value öffentlich-rechtlicher Medien besonders relevant – sowohl mit Blick auf den Citizen Value als auch den Individual Value.
- Moderate Zusammenhänge zum Public Value zeigten sich darüber hinaus auch bei den Qualitätsdimensionen „Konstruktive Analysen“ und „Meinungseinordnung“.
- Je höher der eingeschätzte Gemeinwohlbeitrag öffentlich-rechtlicher Medien ist, umso höher fällt ihr wahrgenommener persönlicher Wert für Mediennutzerinnen und -nutzer aus.

**Öffentlich-rechtliche Medien haben wichtige Bedeutung für die Demokratie, Reformbedarf wird aber diskutiert**

Der Journalismus scheint in Zeiten steigender medialer Fragmentierung, gesellschaftlicher Polarisierung sowie erhöhter Nachrichtenmüdigkeit aufgrund vieler Krisen in den letzten Jahren teilweise an Relevanz für die Bevölkerung zu verlieren<sup>1</sup>, was die Funktionsfähigkeit von Demokratien sensibel tangiert.<sup>2</sup> Diese Entwicklungen betreffen diverse journalistische Nachrichtenmedien, doch haben sie für öffentlich-rechtliche Medienangebote eine besondere Brisanz. Einerseits wird öffentlich-rechtlichen Medien in besonderem Maße eine öffentliche Aufgabe und damit Schutzwürdigkeit zugeschrieben.<sup>3</sup> Andererseits werden die Integrität und der Reformbedarf des öffentlich-rechtlichen Journalismus in Deutschland zunehmend zum Gegenstand öffentlicher Debatten.<sup>4</sup> Obwohl öffentlich-rechtliche Medien weiterhin hohes Vertrauen in der Gesellschaft genießen<sup>5</sup>, erreichen sie vor allem in jungen Altersgruppen vergleichsweise geringe Nutzungswerte<sup>6</sup>, während gleichzeitig ihre Glaubwürdigkeit

1 Vgl. Newman, Nic et al.: Reuters Institute: Digital News Report 2024; [https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2024-06/RISJ\\_DNR\\_2024\\_Digital\\_v10%20lr.pdf](https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2024-06/RISJ_DNR_2024_Digital_v10%20lr.pdf) (abgerufen am 7.11.2024).

2 Vgl. Usher, Nikki: News for the Rich, White, and Blue. Columbia University Press 2021.

3 Vgl. Medienrechtliche Staatsverträge in der Fassung des Fünften Staatsvertrags zur Änderung medienrechtlicher Staatsverträge (5. MÄStV); §84 Abs. 8: Media Perspektiven Dokumentation 2025 I; <https://www.ard-media.de/mediaperspektiven-themenwelten/medienrecht-politik> (abgerufen am 24.3.2025).

4 Vgl. Schneider, Annika: Reform des öffentlich-rechtlichen Rundfunks: Was bringt der geplante Zukunftsrat? Deutschlandfunk-Beitrag vom 1.3.2023; <https://www.deutschlandfunk.de/reform-oeffentlich-rechtliche-zukunftsrat-100.html> (abgerufen am 12.10.2024).

5 Vgl. Quiring, Oliver et al.: Mainzer Langzeitstudie Medienvertrauen 2023: Zurück zum Niveau vor der Pandemie – Konsolidierung von Vertrauen und Misstrauen. Media Perspektiven 9/2024, S. 1–14; <https://www.ard-media.de/media-perspektiven/publikationsarchiv/detailseite-2024/mainzer-langzeitstudie-medienvertrauen-2023> (abgerufen am 7.11.2024).

6 Vgl. Schulz, Anne: Junge Erwachsene und öffentlich-rechtliche Nachrichtenangebote online – Nutzung, Vertrauen und Erwartungen an Objektivität und Unparteilichkeit. Zurich Open Repository and Archive 2022; <https://doi.org/10.5771/9783748928690-157>

insbesondere von rechtspopulistischen Strömungen angezweifelt wird.<sup>7</sup> Einzelne persönliche Vergehen der letzten Jahre innerhalb des öffentlich-rechtlichen Rundfunks<sup>8</sup> haben zusätzlich dazu beigetragen, dass das öffentlich-rechtliche Mediensystem heute von einigen Akteuren als reformbedürftig angesehen wird und unter Legitimationszwang gerät.<sup>9</sup>

**Gesellschaftliche  
Relevanz der  
öffentlich-rechtlichen  
Medien ergibt sich vor  
allem aus ihrem Wert  
für die Gesellschaft als  
Ganzes und ihrem  
individuellen Wert**

Diese Entwicklungen erfordern Beachtung, da öffentlich-rechtliche Medien als Public-Service-Medien ihre für die gesellschaftliche Meinungsbildung zentrale öffentliche Aufgabe nur dann ganzheitlich wahrnehmen können, wenn sie von der Gesellschaft, in deren Auftrag sie agieren, auch wertgeschätzt werden. Seit einiger Zeit wird in diesem Zusammenhang vor allem über den Gemeinwohlbeitrag – den „Public Value“ – öffentlich-rechtlicher Medien gesprochen.<sup>10</sup> Das aus dem Public Management stammende Public-Value-Konzept<sup>11</sup> wird immer häufiger auch in der Journalismusforschung und -praxis adressiert.<sup>12</sup> Aus Managementperspektive wird der Public Value dabei mehrheitlich mit Blick auf die allgemeine Relevanz von Organisationen für die Gesellschaft eingeschätzt (Citizen Value).<sup>13</sup> Im Journalismus drängen sich zusätzlich Fragen nach der persönlichen Relevanz journalistischer Medien für jede einzelne Mediennutzerin bzw. jeden Mediennutzer als Bestandteil dieser Gesellschaft auf<sup>14</sup>, da Medien einen Gemeinwohlbeitrag letztlich nur dann angemessen erfüllen können, wenn sie auch genutzt werden. Diese persönliche Relevanz wird als komplementäre Größe zum Citizen Value als Individual Value bezeichnet.<sup>15</sup>

7 Vgl. Conrad, Maximilian: From Denouncing to Defunding: The Post-Truth Populist Challenge to Public-Service Media. In: Conrad, Maximilian et al., Europe in the Age of Post-Truth Politics. Palgrave Studies in European Political Sociology. Palgrave Macmillan, Cham 2023, S. 79–101; [https://doi.org/10.1007/978-3-031-13694-8\\_5](https://doi.org/10.1007/978-3-031-13694-8_5)

8 Vgl. Probst, Gabi: Ex-rbb-Direktoren kassierten doppelt und dreifach. Beitrag auf rbb24 vom 8.2.2024; <https://www.rbb24.de/panorama/beitrag/2024/02/rbb-schlesinger-direktoren-ruhegelder-abfindungen-ard.html> (abgerufen am 5.10.2024).

9 Vgl. Krebbers, Martin et al.: Debatte um Rundfunkreform: Was wird aus den Öffentlich-Rechtlichen? Audio-Beitrag auf Deutschlandfunk vom 11.10.2024 (8:00 Uhr); <https://www.deutschlandfunk.de/debatte-um-rundfunkreform-was-wird-aus-den-oeffentlich-rechtlichen-dlf-0c347554-100.html> (abgerufen am 11.10.2024).

10 Vgl. MDR: Dritte Europäische Public Value Konferenz: Medien und ihr Gemeinwohlbeitrag in und für Europa. Beitrag auf mdr.de vom 22.12.2023; <https://www.mdr.de/unternehmen/informationen/gemeinwohl/public-value-konferenz-114.html> (abgerufen am 2.10.2024).

11 Vgl. Meynhardt, Timo: Public value inside: What is public value creation? In: International Journal of Public Administration, 32(3), 2009, S. 192–219; <https://doi.org/10.1080/01900690902732632>

12 Vgl. Mothes, Cornelia: Gesellschaftliche Wertschätzung durch Gemeinwohlorientierung: Psychologische Herausforderungen und Ansatzpunkte im Journalismus. In: Österreichischer Rundfunk, ORF (Hrsg.), Public Value Studie 2021/22: Öffentlich-rechtliche Qualität im Diskurs, 2022, S. 128–163.

13 Vgl. Meynhardt, Timo/Frantz, Eduard: Medialer Public Value als Beitrag zum Gemeinwohl. Ergebnisse aus dem GemeinwohlAtlas 2019. In: Media Perspektiven, 10/2019, S. 444–451; <https://www.ard-media.de/media-perspektiven/publikationsarchiv/2019/detailseite-2019/medialer-public-value-als-beitrag-zum-gemeinwohl> (abgerufen am 22.10.2024).

14 Vgl. Frey-Vor, Gerlinde: Erfolg, Qualität und Public Value. Schlüsselkonzepte für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk in Messung und Management. In: Media Perspektiven, 10/2019, S. 463–478; <https://www.ard-media.de/media-perspektiven/publikationsarchiv/2019/detailseite-2019/erfolg-qualitaet-und-public-value> (abgerufen am 22.10.2024).

15 Vgl. Collins, Richard: The BBC and „public value“. In: M&K Medien & Kommunikationswissenschaft, 55(2), 2007, S. 164–184; <https://doi.org/10.5771/1615-634x-2007-2-164> sowie van Eimeren, Birgit: EBU Core Values und ARD-Wertesystem. In: Media Perspektiven, 10/2019, S. 452–462; <https://www.ard-media.de/media-perspektiven/publikationsarchiv/2019/detailseite-2019/ebu-core-values-und-ard-wertesystem> (abgerufen am 25.3.2025).

**Studie analysiert  
Performanz  
öffentlich-rechtlicher  
Medien anhand von  
28 Qualitätskriterien  
und deren Relevanz  
für den Citizen- und  
Individual Value**

Mittlerweile liegen verschiedene Vorschläge vor, wie öffentlich-rechtliche Medien im Hinblick auf Organisationsstruktur, Finanzierung und Qualität reformiert werden könnten – etwa die Reformvorschläge des Rates für die zukünftige Entwicklung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks<sup>16</sup>, die intern überarbeiteten Qualitätsrichtlinien von ARD<sup>17</sup> und ZDF<sup>18</sup> oder die Reformideen und Zukunftsperspektiven der Otto-Brenner-Stiftung.<sup>19</sup> Bislang bleibt aber noch weitgehend ungeklärt, welche konkreten Qualitätswahrnehmungen von Nutzerinnen und Nutzern ausschlaggebend dafür sind, ob und inwiefern sie öffentlich-rechtlichen Medien gesellschaftliche und persönliche Relevanz zuschreiben. Die vorliegende Studie setzt bei dieser Frage an. Aufbauend auf einer intensiven Auseinandersetzung mit aktuellen Entwicklungen in der Mediennutzung bzw. Vermeidung (vor allem Qualitätserwartungen und -bewertungen, Vertrauen, News Avoidance)<sup>20</sup> und Trends im Journalismus (zum Beispiel Konstruktiver Journalismus, Audience Engagement, User Needs)<sup>21</sup> wurden 28 Qualitätskriterien identifiziert, um deren Beitrag zur gesellschaftlichen wie auch persönlichen Relevanzeinschätzung gegenüber öffentlich-rechtlichen Medien aus der Perspektive von Mediennutzerinnen und -nutzern zu untersuchen.

16 Vgl. Zukunftsrat: Bericht des Rates für die zukünftige Entwicklung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks. Im Auftrag der Rundfunkkommission der Länder c/o Staatskanzlei Rheinland-Pfalz, Januar 2024; [https://rundfunkkommission.rlp.de/fileadmin/rundfunkkommission/Dokumente/Zukunftsrat/ZR\\_Bericht\\_18.1.2024.pdf](https://rundfunkkommission.rlp.de/fileadmin/rundfunkkommission/Dokumente/Zukunftsrat/ZR_Bericht_18.1.2024.pdf) (abgerufen am 22.10.2024).

17 Vgl. ARD: Qualitätsrichtlinie der Rundfunkräte für die ARD-Gemeinschaftsangebote. Stand vom 28.11.2023, in Kraft seit 26.2.2024; <https://www.ard.de/die-ard/organisation-der-ard/gremien/gvk-pressemitteilungen/Qualitaetsrichtlinie-der-ARD-Rundfunkraete-100.pdf> (abgerufen am 22.10.2024).

18 Vgl. ZDF: Qualitäts- und Programmrichtlinien. Fassung vom 30.6.2023; <https://www.zdf.de/assets/rechtsgrundlagen-und-vorschriften-104~original> (abgerufen am 14.10.2024); ZDF: Ein Kompass für Qualität im ZDF. Beitrag der ZDF-Medienforschung vom 18.3.2024; <https://www.zdf.de/zdfunternehmen/medienforschung-104.html> (abgerufen am 14.10.2024).

19 Vgl. Kalbhenn, Jan Christopher: ARD, ZDF und DLR im Wandel: Reformideen und Zukunftsperspektiven. OBS-Arbeitspapier 69 vom 15.7.2024; [https://www.otto-brenner-stiftung.de/fileadmin/user\\_data/stiftung/02\\_Wissenschaftsportal/03\\_Publikationen/AP69\\_OERR\\_Reform.pdf](https://www.otto-brenner-stiftung.de/fileadmin/user_data/stiftung/02_Wissenschaftsportal/03_Publikationen/AP69_OERR_Reform.pdf) (abgerufen am 22.10.2024).

20 Vgl. ARD-Forschungsdienst: Mediennutzung und Nachrichtenvermeidung in Krisenzeiten. Media Perspektiven 4/2025; <https://www.ard-media.de/media-perspektiven/publikationsarchiv/2025/detailseite-2025/mediennutzung-und-nachrichtenvermeidung-in-krisenzeiten> (abgerufen am 18.2.2025).

21 Vgl. u. a. Bachmann, Philipp/Eisenegger, Mark/Ingenhoff, Diana: Defining and Measuring News Media Quality: Comparing the Content Perspective and the Audience Perspective. In: The International Journal of Press/Politics, 27(1), 2022, S. 9 – 37; <https://doi.org/10.1177/1940161221999666>; Baden, Denise/McIntyre, Karen/Homberg, Fabian: The impact of constructive news on affective and behavioural responses. In: Journalism Studies, 20(13), 2019, S. 1940 – 1959; <https://doi.org/10.1080/1461670X.2018.1545599>; Loosen, Wiebke/Reimer, Julius/Hölig, Sascha: What Journalists Want and What They Ought to Do (In)Congruences Between Journalists' Role Conceptions and Audiences' Expectations. In: Journalism Studies, 21(12), 2020, S. 1744-1774; <https://doi.org/10.1080/1461670X.2020.1790026>; Sehl, Annika: Public service media in a digital media environment: performance from an audience perspective. In: Media & Communication, 8(3), 2020, S. 359 – 372; <https://doi.org/10.17645/mac.v8i3.3141>; Skovsgaard, Morten/Andersen, Kim: Conceptualizing news avoidance: Towards a shared understanding of different causes and potential solutions. In: Journalism Studies, 21(4), 2020, S. 459 – 476; <https://doi.org/10.1080/1461670X.2019.1686410>

## Methodische Anlage der explorativen Untersuchung

### Onlinebefragung in zwei Sendegebiet

Da sich die Bedeutung des Journalismus für die Demokratie und die Brisanz von Existenzzwängen im Journalismus derzeit vor allem bei regionalen Angeboten zeigt<sup>22</sup>, wurde die Erfassung von Qualitätswahrnehmungen und der Wertschätzung öffentlich-rechtlicher Medien unter Mediennutzerinnen und -nutzern in der Studie auf zwei regionale Sendegebiet der ARD fokussiert: das nach Einwohnerzahl jeweils größte Sendegebiet in Westdeutschland (WDR: Nordrhein-Westfalen) und in Ostdeutschland das Sendegebiet des Mitteldeutschen Rundfunks (MDR: Sachsen, Sachsen-Anhalt, Thüringen). In den Bundesländern dieser Sendegebiet wurden im September und Oktober 2022 mit Hilfe des „SoSci-Panels“<sup>23</sup> insgesamt 1.748 Personen über eine Onlinebefragung zu ihren Eindrücken entweder hinsichtlich konkreter Programmangebote des WDR und MDR (bei Kenntnis und Nutzung dieser) oder hinsichtlich öffentlich-rechtlicher Medien im Allgemeinen befragt.

Die vorliegenden Analysen beziehen sich auf diejenigen Befragten, die nicht konkrete Programmangebote evaluierten, sondern ihre allgemeinen Erfahrungen mit öffentlich-rechtlichen Medien wiedergaben. Diese Stichprobe umfasste 1.026 Personen (Alter Mittelwert (M) = 45 Jahre, Standardabweichung (SD) = 15; 56 % weiblich, 43 % männlich, 1 % divers; 17 % Haupt- oder Realschulabschluss, 22 % Abitur, 62 % (Fach)Hochschulabschluss; 51 % Sachsen, 20 % Nordrhein-Westfalen, 16 % Sachsen-Anhalt, 13 % Thüringen). Während sich die Stichprobe der hier betrachteten Befragten im Hinblick auf die Alters- und Geschlechtsverteilung nur wenig von der Grundgesamtheit der Bevölkerung in den jeweiligen Sendegebiet unterschied, wichen die Befragten hinsichtlich ihres Bildungsniveaus und ihrer geografischen Herkunft von der Grundgesamtheit ab (vgl. Abbildung 1).<sup>24</sup>

Um die Zusammenhänge zwischen Qualitätswahrnehmungen und Relevanzeinschätzungen mit Blick auf öffentlich-rechtliche Medien weitgehend unabhängig von der Stichprobenverteilung der Studie einschätzen zu können, wurden daher alle durchgeführten Analysen jeweils unter Kontrolle soziodemografischer Merkmale durchgeführt. Auf diese Weise lassen sich die

22 Vgl. Usher, Nikki/Kim-Leffingwell, Sanghoon: How Loud Does the Watchdog Bark? A Reconsideration of Losing Local Journalism, News Nonprofits, and Political Corruption. In: The International Journal of Press/Politics, 29(4), 2024, S. 960–982; <https://doi.org/10.1177/19401612231186939>

23 Vgl. Ludwig-Maximilians-Universität München: SoSci Panel; <https://www.soscipanel.de> (abgerufen am 14.10.2024).

24 Die in Abbildung 1 dargestellten Informationen wurden den Daten des Statistischen Bundesamtes/der Statistischen Landesämter für 2022 entnommen; <https://www.demografie-portal.de/DE/Fakten/bevoelkerung-laender.html> (abgerufen am 28.9.2024); <https://regionalatlas.statistikportal.de> (abgerufen am 28.9.2024); <https://www.statistikportal.de/de/bevoelkerung/flaechen-und-bevoelkerung> (abgerufen am 28.9.2024); <https://www.destatis.de/DE/Themen/Gesellschaft-Umwelt/Bevoelkerung/Bevoelkerungsstand/Tabellen/bevoelkerungsstand-gebietsstand-werte.html> (abgerufen am 28.9.2024); <https://www.destatis.de/DE/Themen/Gesellschaft-Umwelt/Bevoelkerung/Bevoelkerungsstand/Tabellen/bevoelkerung-nichtdeutsch-laender.html> (abgerufen am 28.9.2024); [https://www.destatis.de/DE/Themen/Gesellschaft-Umwelt/Bildung-Forschung-Kultur/Bildungsstand/\\_inhalt.html#\\_m6cy48xju](https://www.destatis.de/DE/Themen/Gesellschaft-Umwelt/Bildung-Forschung-Kultur/Bildungsstand/_inhalt.html#_m6cy48xju) (abgerufen am 28.9.2024). Die Karte wurde mit Hilfe von MapChart erstellt; <https://www.mapchart.net/germany.html> (abgerufen am 14.10.2024)

Abbildung 1  
Verteilung soziodemografischer Merkmale in den betrachteten Sendegebietern und in Deutschland  
im Jahr 2022



Die abgebildeten Informationen wurden den Daten des Statistischen Bundesamtes bzw. der Statistischen Landesämter für das Erhebungsjahr 2022 entnommen. Die Karte wurde mit Hilfe von MapChart erstellt.

\* Polytechnische Oberschule in der DDR

Quelle: eigene Darstellung

interessierenden Zusammenhänge auf verschiedene Bevölkerungsgruppen verallgemeinern – mit der dennoch stets gebotenen Vorsicht und unter Beachtung der angegebenen (Bootstrap-)Konfidenzintervalle.<sup>25</sup>

**Soziodemografische Angaben, Nachrichteninteresse und politische Orientierung als Kontrollvariablen**

Konkret wurden in die Analysen das Alter (in Jahren), Geschlecht (0 = männlich, 1 = weiblich), die regionale Herkunft (0 = Ost, 1 = West) und der formale Bildungsstand der Befragten (0 = Haupt-/Realschulabschluss, 1 = Abitur und höher) als Kontrollvariablen einbezogen. Bei detaillierteren Betrachtungen von Zusammenhängen wurde zusätzlich auch das Nachrichteninteresse und die politische Orientierung der Befragten einbezogen. Das Nachrichteninteresse wurde dabei als Mittelwertindex aus dem allgemeinen Interesse der Befragten an Nachrichten zum aktuellen Geschehen a) in ihrer Region, b) in Deutschland und c) in der Welt berechnet. Die drei Items wurden jeweils auf einer Skala von 1 („interessieren mich überhaupt nicht“) bis 5 („interessieren mich sehr“) erfasst (M = 4,00; SD = 0,73; Cronbach's  $\alpha$  = .65). Die politische Orientierung wurde auf einer Skala von 1 („links“) bis 7 („rechts“) erfasst (M = 3,13; SD = 1,22).

Die im Zentrum der Untersuchung stehenden Qualitätsbeurteilungen wurden jeweils auf einer Performanz-Skala gemessen, damit Bewertungen öffentlich-rechtlicher Medien nicht losgelöst von den tatsächlichen Erwartungen der Mediennutzerinnen und -nutzer erfolgen. Hierzu wurden die Befragten gebeten einzuschätzen, wie jedes der in zufälliger Reihenfolge präsentierten Kriterien in öffentlichen-rechtlichen Medien ihrer Wahrnehmung nach umgesetzt wird. Konkret wurde gefragt: „Jedes Medium macht manche Dinge besonders gut, während andere Dinge vielleicht noch verbessert werden können. So ist es sicherlich auch bei den öffentlich-rechtlichen Medien. Bitte geben Sie einmal für die folgenden Tätigkeiten an, ob öffentlich-rechtliche Medien im Allgemeinen diese Tätigkeiten Ihrer ganz persönlichen Wahrnehmung nach zu wenig, zu viel oder im genau richtigen Maß umsetzen.“ Die Befragten konnten ihre Antworten zur Performanz öffentlich-rechtlicher Medien dabei auf einer Skala von -2 („wird zu wenig gemacht“) bis 2 („wird zu viel gemacht“) angeben, wobei der Skalenmittelpunkt 0 zusätzlich verbal beschriftet war („wird im genau richtigen Maß gemacht“).

Um die erhobenen Beurteilungskriterien hinsichtlich öffentlich-rechtlicher Medien inhaltlich zu dimensionieren, wurde zunächst eine explorative Hauptkomponentenanalyse mit Varimax-Rotation<sup>26</sup> und anschließend eine darauf aufbauende konfirmatorische Faktorenanalyse durchgeführt.<sup>27</sup> Dieses Vorgehen erbrachte fünf grundlegende Qualitätsdimensionen, in denen sich die Bewertungen der Nutzerinnen und Nutzer zu öffentlich-rechtlichen Medien bündelten.

25 Das Bootstrap-Verfahren ist eine statistische Methode für robuste Schätzungen des Stichprobenfehlers verschiedener Kennwerte (z. B. Mittelwert), die auf den vorliegenden Stichproben-  
daten beruhen.

26 Die Einzelitems wiesen eine sehr gute Eignung für eine explorative Faktorenanalyse auf:  
KMO = .95; Bartlett's  $p < .001$ .

27 Das Modell wies zwar Abweichungen zum perfekten Model Fit auf ( $\chi^2 = 1575$ ,  $df = 340$ ,  
 $p < .001$ ), zeigte aber einen dennoch zufriedenstellenden Model Fit (RMSEA = .06; SRMR = .06).

## Beurteilung öffentlich-rechtlicher Medien: fünf Qualitätsdimensionen

- Qualitätsdimension 1: Information, Repräsentation & Kontrolle** Die erste Qualitätsdimension deckt vor allem solche Bewertungen der Befragten ab, die sich auf klassische Funktionen des Journalismus als gesellschaftliche Informations-, Repräsentations- und Kontrollinstanz beziehen (vgl. Tabelle 1). Im Vergleich der einzelnen Merkmale bewerten die Befragten am positivsten die Leistungen, sachlich und neutral zu berichten, Fakten gründlich zu recherchieren und jenen Themen intensiv nachzugehen, die bei vielen Bürgerinnen und Bürgern Fragen aufwerfen. Etwas kritischer sind sie im Hinblick auf eine klar erkennliche Trennung zwischen Fakten und journalistischer Meinung in öffentlich-rechtlichen Nachrichtenangeboten sowie der Vielfalt an Perspektiven, die bei öffentlich-rechtlichen Medien zu einem Thema einbezogen werden. Noch stärker nachgefragt wurde, dass öffentlich-rechtliche Medien eigene redaktionelle Fehler offen ansprechen und zu korrigieren bereit sind, in ihrer Funktion als „Vierte Gewalt“ politische und wirtschaftliche Entscheidungsträgerinnen und Entscheidungsträger kritisch beobachten und dem wachsenden gesellschaftlichen Bedarf nach einer Korrekturinstanz im Sinne eines „Gatewatchers“ in öffentlichen Debatten nachkommen, die zunehmend durch Desinformationen mitgeprägt sind.
- Qualitätsdimension 2: Dialog & Nähe** Neben dem in der ersten Qualitätsdimension zum Ausdruck kommenden rezeptionsbezogenen Wunsch nach Orientierung, Repräsentanz von Vielfalt und Transparenz zeigen sich in der zweiten Qualitätsdimension „Dialog & Nähe“ Bedürfnisse der Befragten, die eher auf die Reziprozität gesellschaftlicher Kommunikation ausgerichtet sind, und in denen sich eine Sehnsucht nach Einbezug, Austausch und Zusammenhalt widerspiegelt (vgl. Tabelle 2).

**Tabelle 1: Kategorien zur Bewertung der Umsetzung von „Information, Repräsentation & Kontrolle“ durch öffentlich-rechtliche Medien**

Frage: „Jedes Medium macht manche Dinge besonders gut, während andere Dinge vielleicht noch verbessert werden können. So ist es sicherlich auch bei den öffentlich-rechtlichen Medien. Bitte geben Sie einmal für die folgenden Tätigkeiten an, ob öffentlich-rechtliche Medien im Allgemeinen diese Tätigkeiten Ihrer ganz persönlichen Wahrnehmung nach zu wenig, zu viel oder im genau richtigen Maß umsetzen.“

**Interne Konsistenz der Items: Cronbachs  $\alpha = .87$**

Rang	sortiert nach wahrgenommener Performanz	Fallzahl (n)
1	Rein sachlich und neutral über das Geschehen informieren.	957
2	Informationen erst dann veröffentlichen, wenn ihre Richtigkeit zu 100 % bestätigt ist.	932
3	Intensiv zu Themen recherchieren, wo viele Menschen Fragen haben.	914
4	Faktendarstellungen und Meinungsbeiträge ganz klar trennen.	947
5	Unterschiedliche Sichtweisen zu einem Thema darstellen.	947
6	Redaktionelle Fehler ansprechen und öffentlich richtigstellen.	903
7	Politik und Wirtschaft kontrollieren und kritisch beobachten.	939
8	Falsche Behauptungen in der öffentlichen Diskussion aufdecken und richtigstellen.	940

Quelle: eigene Darstellung

**Tabelle 2: Kategorien zur Bewertung der Umsetzung von „Dialog & Nähe“ durch öffentlich-rechtliche Medien**

Frage: „Jedes Medium macht manche Dinge besonders gut, während andere Dinge vielleicht noch verbessert werden können. So ist es sicherlich auch bei den öffentlich-rechtlichen Medien. Bitte geben Sie einmal für die folgenden Tätigkeiten an, ob öffentlich-rechtliche Medien im Allgemeinen diese Tätigkeiten Ihrer ganz persönlichen Wahrnehmung nach zu wenig, zu viel oder im genau richtigen Maß umsetzen.“

**Interne Konsistenz der Items: Cronbachs  $\alpha = .88$**

Rang	sortiert nach wahrgenommener Performanz	Fallzahl (n)
1	Den Menschen Gelegenheit geben, ungefiltert ihre Meinung zu sagen.	838
2	In eigenen Meinungsbeiträgen immer respektvoll bleiben, wenn Kritik geübt wird.	881
3	Dem Publikum ermöglichen, konkrete Inhalte zur Berichterstattung beizutragen.	706
4	Dem Publikum ermöglichen, mit der Redaktion oder einzelnen Verantwortlichen persönlich in Kontakt zu treten.	610
5	Die Lebenswirklichkeit der Menschen in meiner Region zeigen.	800
6	Dem Publikum ermöglichen, Themen vorzuschlagen, über die berichtet werden sollte.	752
7	Bei Konfliktthemen ein gegenseitiges Verständnis für die jeweils andere Sichtweise fördern.	919
8	Einen Dialog zwischen Politik und Bürgerinnen und Bürgern herstellen.	847

Quelle: eigene Darstellung

Die Befragten sehen hier vor allem noch Bedarf, dass öffentlich-rechtliche Medien noch mehr als Vermittler zwischen Bürgerinnen und Bürgern und Politik fungieren, und ihren redaktionellen Fokus auf Ansatzpunkte der Konsensfindung und Verständigung zwischen gesellschaftlichen Konfliktgruppen legen. Beide Aspekte verweisen auf ein sich auch in anderen Studien andeutendes Bedürfnis vieler Bürgerinnen und Bürger nach einer Harmonisierung bzw. Versachlichung aufgeheizter öffentlicher Debatten und auf einen zunehmenden Überdross gegenüber journalistischen Mitteln der Dramatisierung und des Negativismus.<sup>28</sup>

Positiver sahen die Befragten demgegenüber die „Zusammenhaltssensibilität“<sup>29</sup> öffentlich-rechtlicher Medien in deren Meinungsbeiträgen. So erhielt die Erwartung an Journalistinnen und Journalisten, respektvoll zu bleiben, wenn sie in Kommentaren Kritik üben, im Vergleich deutlich höhere Zufriedenheitswerte.

28 Vgl. Petersen, Thomas: Die Mehrheit fühlt sich gegängelt. Beitrag des IfD Allensbach vom 16.7.2021; [https://www.ifd-allensbach.de/fileadmin/kurzberichte\\_dokumentationen/FAZ\\_Juni2021\\_Meinungsfreiheit.pdf](https://www.ifd-allensbach.de/fileadmin/kurzberichte_dokumentationen/FAZ_Juni2021_Meinungsfreiheit.pdf) (abgerufen am 22.10.2024); Villi, Mikko et al.: Taking a break from news: a five-nation study of news avoidance in the digital era. In: Digital Journalism, 10(1), 2022, S. 148 – 164; <https://doi.org/10.1080/21670811.2021.1904266>

29 Vgl. Loosen, Wiebke/Reimer, Julius/Albert, Verena: Zusammenhaltssensibler Journalismus. Hamburg: Hans-Bredow-Institut, Oktober 2021 (Arbeitspapiere des Hans-Bredow-Instituts | FGZ Resultate Nr. 60); <https://doi.org/10.21241/ssoar.75462>

Neben jenen auf gesamtgesellschaftliche Verständigung ausgerichteten Indikatoren der Dimension „Dialog & Nähe“ finden sich in dieser Dimension ebenfalls Merkmale, die die Verständigung zwischen Bürgerinnen und Bürgern und dem Journalismus selbst tangieren. Ein besonderes Bedürfnis der Befragten scheint darin zu bestehen, dass öffentlich-rechtliche Medien ihren Dienst im Auftrag der Öffentlichkeit responsiver gegenüber dieser Öffentlichkeit ausüben – vor allem, indem sie mehr Interesse an Themenvorschlägen aus dem Publikum zeigen und dabei die unterschiedlichen Lebenswirklichkeiten von Bürgerinnen und Bürgern im Blick behalten, die sich etwa in West- und Ostdeutschland nach wie vor stark unterscheiden.<sup>30</sup>

Gleichermaßen wünschten sich die Befragten mehr Gelegenheiten, mit Journalistinnen und Journalisten öffentlich-rechtlicher Medien persönlich in Kontakt zu treten, und gegebenenfalls auch eigene Inhalte beizusteuern. Ein solcher Einbezug der Erfahrungen und Expertisen aus dem Publikum ist einerseits eine Stellschraube für Selbstwirksamkeitserfahrungen auf Seiten der Mediennutzerinnen und -nutzer, mit denen sich Nachrichtenmüdigkeit entgegensteuern lässt. Auf diese Weise wird das Publikum nicht nur in seiner oft die Berichterstattung dominierenden Beobachter- oder Opferrolle<sup>31</sup>, sondern auch als aktive Zivilgesellschaft angesprochen.<sup>32</sup> Weiterhin kann eine stattfindende Zusammenarbeit zwischen Journalistinnen und Journalisten und Bürgerinnen und Bürgern gerade in Zeiten unsicherer Informationslagen aber auch ein Zugewinn bei der Faktenrecherche sein.<sup>33</sup>

Während eine solche Zusammenarbeit bei der journalistischen Themensetzung und Faktenauswahl von den Befragten noch als ausbaufähig gewertet wurde, sahen sie den journalistischen Umgang mit Meinungen aus dem Publikum positiver: Hinsichtlich der Optionen, die öffentlich-rechtliche Medien den Menschen bieten, bewerteten die Befragten die Möglichkeit, ungefiltert ihre Meinung zu sagen, über alle Qualitätsindikatoren hinweg am positivsten. Dieser Befund deutet darauf hin, dass das in den letzten Jahren vorrangig rechtspopulistisch forcierte Narrativ der öffentlich-rechtlichen Medien als Meinungsmonopole fördernde „Staatsmedien“<sup>34</sup> nicht unreflektiert von der Bevölkerung übernommen wird. Die Befragten attestierten den öffentlich-rechtlichen Medien, mit vergleichsweise hohen Zufriedenheitswerten im Umgang mit Publikumsmeinungen, gerade keine „Denkverbote“.

30 Vgl. Hans Böckler Stiftung: Die ökonomische und soziale Situation Ostdeutschlands, 15.5.2024; <https://www.boeckler.de/de/auf-einen-blick-17945-die-okonomische-und-soziale-situation-ostdeutschlands-17949.htm> (abgerufen am 12.10.2024).

31 Vgl. Kleemans, Mariska/Schaap, Gabi/Hermans, Liesbeth: Citizen sources in the news: Above and beyond the vox pop? In: *Journalism*, 18(4), 2017, S. 464–481; <https://doi.org/10.1177/1464884915620206>

32 Vgl. Curran, James et al.: Reconsidering 'virtuous circle' and 'media malaise' theories of the media: An 11-nation study. In: *Journalism*, 15(7), 2014, S. 815–833; <https://doi.org/10.1177/1464884913520198>

33 Vgl. Charlton, Timothy/Mayer, Anna-Theresa/Ohme, Jakob: A Common Effort: New Divisions of Labor Between Journalism and OSINT Communities on Digital Platforms. In: *The International Journal of Press/Politics*, advance online publication 2024; <https://doi.org/10.1177/19401612241271230>

34 Vgl. Holtz-Bacha, Christina: The kiss of death. Public service media under right-wing populist attack. In: *European Journal of Communication*, 36(3), 2021, S. 221–237; <https://doi.org/10.1177/0267323121991334>; Sehl, Annika/Simon, Felix/Schroeder, Ralph: The populist campaigns against European public service media: Hot air or existential threat? In: *International Communication Gazette*, 84(1), 2020, S. 3–23; <https://doi.org/10.1177/1748048520939868>

**Tabelle 3: Kategorien zur Bewertung der Umsetzung von „Konstruktiven Analysen“ durch öffentlich-rechtliche Medien**

Frage: „Jedes Medium macht manche Dinge besonders gut, während andere Dinge vielleicht noch verbessert werden können. So ist es sicherlich auch bei den öffentlich-rechtlichen Medien. Bitte geben Sie einmal für die folgenden Tätigkeiten an, ob öffentlich-rechtliche Medien im Allgemeinen diese Tätigkeiten Ihrer ganz persönlichen Wahrnehmung nach zu wenig, zu viel oder im genau richtigen Maß umsetzen.“

**Interne Konsistenz der Items: Cronbachs  $\alpha = .82$**

Rang	sortiert nach wahrgenommener Performanz	Fallzahl (n)
1	Bei Problemen darstellen, welche Lösungen Expertinnen und Experten diskutieren.	903
2	Bei Problemen darstellen, wo Expertinnen und Experten Möglichkeiten für jeden von uns sehen, zu einer Lösung beizutragen.	876
3	Nicht nur berichten, was passiert ist, sondern auch, was die nächsten Schritte sein werden.	897
4	Ereignisse aus der Vergangenheit wieder aufgreifen, um zu sehen, was sich seither getan hat.	908
5	Veranschaulichen, warum nationale und internationale Ereignisse auch für die Region, in der ich lebe, wichtig sind.	852
6	Die Zusammenhänge zwischen einzelnen Ereignissen erklären.	927
7	Gerüchte ansprechen und aufklären, die vielen Menschen in Deutschland oder meiner Region Sorge bereiten.	874
8	Nicht nur die Unterschiede, sondern auch die Gemeinsamkeiten verschiedener Konfliktpositionen darstellen.	881

Quelle: eigene Darstellung

**Qualitätsdimension 3: Konstruktive Analysen** Eine dritte Qualitätsdimension spiegelt die Potenziale des Journalismus wider, Bürgerinnen und Bürger durch konstruktive Analysen auf Augenhöhe dazu zu befähigen, Resilienz gegenüber der Komplexität – und in vielen Fällen Negativität – des Nachrichtengeschehens zu entwickeln, statt darüber in Resignation zu verfallen (vgl. Tabelle 3). In enger Übereinstimmung mit den Kernmerkmalen des Konstruktiven Journalismus<sup>35</sup> beinhaltet diese Dimension einerseits Aussagen über den journalistischen Umgang mit gesellschaftspolitischen Problemen und Konflikten, andererseits Aussagen über journalistische Möglichkeiten der Kontextualisierung berichteter Ereignisse.

Am zufriedensten zeigten sich die Befragten mit der öffentlich-rechtlichen Darstellung von Problemsituationen. So nähern sich die Bewertungen am stärksten dem Idealzustand an, wenn es darum geht, bei Problemen auch darzustellen, welche Lösungen Expertinnen und Experten diskutieren, und welche Ansätze für zivilgesellschaftliches Engagement aus Sicht dieser einen Beitrag zur Problemlösung leisten können. Die hier angesprochenen Leistungen des Journalismus werden heute als zunehmend wichtig erachtet, um wachsen-

<sup>35</sup> Vgl. Hermans, Liesbeth/Gyldensted, Cathrine: Elements of constructive journalism: Characteristics, practical application and audience valuation. In: Journalism, 20(4), 2019; S. 535 – 551; <https://doi.org/10.1177/1464884918770537>; Mast, Jelle/Coesemans, Roel/Temmerman, Martina: Constructive journalism: Concepts, practices, and discourses. In: Journalism, 20(4), 2019, S. 492 – 503; <https://doi.org/10.1177/1464884918770885>

den Tendenzen der Nachrichtenvermeidung entgegenzuwirken. Nachrichtenvermeidung entwickelt sich – gefördert durch Journalismus, wie auch Soziale Medien – vielfach im Kontext negativer Nachrichtenumgebungen unter anderem aus dem sich ergebenden Eindruck, dass die Welt aus den Fugen geraten sei und es keine Abhilfe zu geben scheint.<sup>36</sup> Öffentlich-rechtliche Medien können heute einen wichtigen zusätzlichen Beitrag für die Gesellschaft leisten, wenn sie die Selbstwirksamkeitspotenziale von Mediennutzerinnen und -nutzern durch zukunftsorientierte Informationsangebote stärken und dystopischen Gesellschaftsvisionen fundierte Perspektiven politischer und gesellschaftlicher Handlungsfähigkeit entgegensetzen.

Kritischer sahen die Befragten bei der Aufbereitung von Problemen und Konflikten in öffentlich-rechtlichen Medien die Darstellung von Konfliktgruppen. Ähnlich zur Dialog-orientierten Forderung gegenüber öffentlich-rechtlichen Medien, bei Konfliktthemen allgemein mehr „gegenseitiges Verständnis für die jeweils andere Sichtweise [zu] fördern“, wünschen sich die Befragten mit Blick auf konkrete Berichterstattungsmerkmale – statt einem Fokus auf Unterschiede – eine stärkere Thematisierung von Gemeinsamkeiten zwischen Konfliktpositionen. Ebenfalls erwünscht sind sichtbarere journalistische Reaktionen auf Gerüchte, die – wie etwa bei Migration, Krieg oder Klimawandel – oft durch bestimmte Konfliktparteien eingebracht werden, und im Zeitverlauf gegebenenfalls als Sorgen in die Gesellschaft diffundieren können.<sup>37</sup>

Eine weitere Merkmalsebene, die sich in der dritten Qualitätsdimension niederschlägt und ebenfalls mit Ansätzen des Konstruktiven Journalismus korrespondiert<sup>38</sup>, bezieht sich auf die Leistung des Journalismus, die Vielzahl an berichteten Einzelereignissen für Nutzerinnen und Nutzer in einen thematischen, räumlichen und zeitlichen Kontext zu setzen, um sowohl das Verständnis für Zusammenhänge als auch für die individuelle Relevanz von Nachrichtenergebnissen zu fördern. Im Hinblick auf die konkret hierzu abgefragten Berichterstattungsmerkmale wünschen sich die zur Qualität öffentlich-rechtlicher Medien Befragten mehr zeitliche Kontextualisierung der berichteten Ereignisse. Dazu zählt, dass nicht nur berichtet wird, „was passiert ist, sondern auch, was die nächsten Schritte sein werden“, und dass Ereignisse aus der Vergangenheit wieder aufgegriffen werden, „um zu sehen, was sich seither getan hat“. In Ergänzung zu diesen chronologischen Orientierungspunkten wünschen sich die Befragten in öffentlich-rechtlichen Medien auch eine stärkere räumliche und thematische Einordnung der berichteten Ereignisse mit Blick auf deren regionale Relevanz und wechselseitigen Zusammenhänge.

**Qualitätsdimension 4: Meinungseinordnung** Die vierte Qualitätsdimension bezieht sich auf den journalistischen Umgang mit individuellen Meinungsbeiträgen, die den öffentlichen Diskurs im Social-Media-Zeitalter entscheidend mitbestimmen, und im Journalismus zuneh-

36 Vgl. Skovsgaard/Andersen (Anm. 20); Villi u. a. (Anm. 28) sowie ARD-Forschungsdienst (Anm. 20).

37 Vgl. Mikušková, Eva/Teličák: Unfounded beliefs, distress and powerlessness: A three-wave longitudinal study. In: Applied Psychology: Health and Well-Being, 2024, S. 1–26; <https://doi.org/10.1111/aphw.12542>; Rao, Hayagreeva/Greve, Henrich: The Plot Thickens: A Sociology of Conspiracy Theories. In: Annual Review of Sociology, 50/2024, S. 191–207; <https://doi.org/10.1146/annurev-soc-030222-031142>; Valaskivi, Katja: Circulation of conspiracy theories in the attention factory. In: Popular Communication, 20(3), 2022, S. 162–177; <https://doi.org/10.1080/15405702.2022.2045996>

38 Vgl. Hermans/Gyldensted (Anm. 35); Mast u. a. (Anm. 35).

**Tabelle 4: Kategorien zur Bewertung der Umsetzung von „Meinungseinordnung“ durch öffentlich-rechtliche Medien**

Frage: „Jedes Medium macht manche Dinge besonders gut, während andere Dinge vielleicht noch verbessert werden können. So ist es sicherlich auch bei den öffentlich-rechtlichen Medien. Bitte geben Sie einmal für die folgenden Tätigkeiten an, ob öffentlich-rechtliche Medien im Allgemeinen diese Tätigkeiten Ihrer ganz persönlichen Wahrnehmung nach zu wenig, zu viel oder im genau richtigen Maß umsetzen.“

**Interne Konsistenz der Items: Spearman-Brown = .70**

Rang	sortiert nach wahrgenommener Performanz	Fallzahl (n)
1	Bei einem Meinungsbeitrag aus dem Publikum einordnen, wie gut begründet diese Meinung ist.	729
2	Bei einem Meinungsbeitrag aus dem Publikum einordnen, wie viele andere Menschen diese Meinung noch vertreten.	737

Quelle: eigene Darstellung

mend Probleme der „false balance“ aufwerfen<sup>39</sup>, wenn ihnen ohne angemessene Einordnung eine mediale Bühne gegeben wird (vgl. Tabelle 4). Um dieser Problematik im Journalismus entgegenzuwirken, legt die „false balance“-Forschung nahe, Argumente auf der Relevanzebene daraufhin zu prüfen, wie groß der Anteil derjenigen Mitglieder in einem Diskurs ist, die das jeweilige Argument vertreten, und auf der Kompetenzebene zu klären, auf welche Expertise sich das Argument stützt – inwiefern es sich also um ein faktisch gut fundiertes, verlässliches Argument handelt.<sup>40</sup> Beide Merkmale fallen in der vorliegenden Befragung auf einer eigenen Qualitätsdimension zusammen, die als „Meinungseinordnung“ bezeichnet wird. Hier wird noch ein Nachholbedarf gesehen. Allerdings muss hierbei beachtet werden, dass den Befragten die Beurteilung dieser Indikatoren schwerer gefallen zu sein scheint, da sich an der Bewertung der beiden Merkmale insgesamt weniger Befragte beteiligt haben.

#### Qualitätsdimension 5: Regionalkulturelle Selbstverortung

Eine ähnliche Situation zeigt sich bei der letzten Qualitätsdimension, der „Regionalkulturellen Selbstverortung“ (vgl. Tabelle 5). Diejenigen Befragten, die sich eine Einschätzung der hier zugehörigen Merkmale zutrauten, bewerteten die Leistungen des öffentlich-rechtlichen Rundfunks in dieser Qualitätsdimension insgesamt am besten. Die sich hier bündelnden Merkmale beziehen sich auf die Besonderheit öffentlich-rechtlicher Medien, über deutschlandweit verteilte Sendeanstalten regional zugeschnittene Nachrichtenangebote liefern zu können. Um den Beitrag dieser besonderen Leistung öffentlich-rechtlicher Medien für den gesellschaftlichen Zusammenhalt in Zeiten erhöhter gesellschaftlicher Fragmentierung abzubilden – die sich auch regional in einer nach wie vor bestehenden Ost-West-Spaltung niederschlägt – wurden die Befrag-

39 Vgl. Boykoff, Maxwell/Boykoff, Jules: Balance as bias: Global warming and the US prestige press. In: *Global Environmental Change*, 14(2), 2004, S. 125–136; <https://doi.org/10.1016/j.gloenvcha.2003.10.001>; Imundo, Megan/Rapp, David: When fairness is flawed: Effects of false balance reporting and weight-of-evidence statements on beliefs and perceptions of climate change. In: *Journal of Applied Research in Memory and Cognition*, 11(2), 2022, S. 258–271; <https://doi.org/10.1016/j.jarmac.2021.10.002>

40 Vgl. D'Alessio, Dave/Allen, Mike: Media bias in presidential elections. A meta-analysis. In: *Journal of Communication*, 50(4), 2000, S. 133–156; <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2000.tb02866.x>; Rietdijk, Natascha/Archer, Alfred: Post-truth, false balance, and virtuous gate-keeping. In: Snow, Nancy/Vaccarezza, Maria (Hrsg.): *Virtues, democracy, and online media*. Routledge, London 2021. <https://philpapers.org/archive/RIEPEFB.pdf> (abgerufen am 22.10.2024).

**Tabelle 5: Kategorien zur Bewertung der Umsetzung von „Regionalkultureller Selbstverortung“ durch öffentlich-rechtliche Medien**

Frage: „Jedes Medium macht manche Dinge besonders gut, während andere Dinge vielleicht noch verbessert werden können. So ist es sicherlich auch bei den öffentlich-rechtlichen Medien. Bitte geben Sie einmal für die folgenden Tätigkeiten an, ob öffentlich-rechtliche Medien im Allgemeinen diese Tätigkeiten Ihrer ganz persönlichen Wahrnehmung nach zu wenig, zu viel oder im genau richtigen Maß umsetzen.“

**Interne Konsistenz der Items: Spearman-Brown = .65**

Rang	sortiert nach wahrgenommener Performanz	Fallzahl (n)
1	Aufzeigen, wie sich meine Region von anderen Regionen in Deutschland unterscheidet.	585
2	Aufzeigen, wo meine Region Ähnlichkeiten zu anderen Regionen in Deutschland aufweist.	555

Quelle: eigene Darstellung

ten gebeten einzuschätzen, inwiefern öffentlich-rechtliche Medien nicht nur eine Einordnung dazu ermöglichen, wie sich die eigene Region von anderen Regionen in Deutschland unterscheidet, sondern auch dazu, welche Gemeinsamkeiten die eigene Region zu anderen Regionen Deutschlands aufweist. Im Vergleich der beiden Merkmale sahen die Befragten für die öffentlich-rechtliche Berichterstattung weniger Optimierungsbedarf bei der Herausarbeitung regionaler Unterschiede als bei der Darstellung von Ähnlichkeiten, die verschiedene Regionen einen.

### Wahrgenommene Qualitätserfüllung im Dimensionenvergleich

Betrachtet man die fünf Qualitätsdimensionen im direkten Vergleich zueinander, fällt auf, dass die Beteiligung der Befragten an der Performanzeinschätzung öffentlich-rechtlicher Medien über die Dimensionen mitunter erheblich schwankt, und insbesondere die Indikatoren der beiden Dimensionen „Meinungsverortung“ und „Regionalkulturelle Selbstverortung“ von deutlich weniger Befragten beurteilt wurden, was auf eine geringere Relevanz dieser beiden Dimensionen hindeutet.

Die geringeren Beteiligungswerte bei den Merkmalen beider Qualitätsdimensionen ist ein Indiz dafür, dass sich die Befragten hier seltener ein Urteil zutrauen, was wiederum ein Hinweis darauf sein kann, dass Befragte auf diese Merkmale bei der Rezeption öffentlich-rechtlicher Medien bislang kaum geachtet haben. Mit anderen Worten erschienen ihnen diese Merkmale in der bisherigen Nutzung – da weniger beachtenswert – eventuell auch weniger relevant. Fragen zu den ersten drei Qualitätsdimensionen hingegen wurden von fast allen Befragten beantwortet – insbesondere das Merkmal „rein sachlich und neutral über das Geschehen informieren“ (n=957). Dies mag auch daran liegen, dass derartige journalistische Qualitäten bzw. Funktionen bereits stärker im öffentlichen Bewusstsein verankert sind<sup>41</sup> und die gegenwärtigen Diskussionen über Journalismus mitbestimmen<sup>42</sup>, sodass sie sich schneller als Bewertungsmaßstäbe in einer Rezeptionssituation aktivieren bzw. rückwirkend aktivieren lassen.

41 Vgl. Loosen/Reimer/Albert (Anm. 29).

42 Vgl. für den öffentlich-rechtlichen Journalismus in Deutschland zum Beispiel Zukunftsrat (Anm. 16).

## Unterschiede bei der wahrgenommenen Qualitätserfüllung

### Wahrgenommene Qualitätserfüllung unter Berücksichtigung der Soziodemografie, des Nachrichteninteresses und der politischen Einstellung

Da die Bewertungen journalistischer Medien und des öffentlichen Diskurses durch Merkmale der Mediennutzerinnen und -nutzer determiniert sein können<sup>43</sup>, wurde untersucht, in welchem Zusammenhang die Einschätzungen öffentlich-rechtlicher Medien auf den fünf Qualitätsdimensionen zur Soziodemografie der Befragten stehen. Hierfür wurden fünf binomial-logistische Regressionen durchgeführt – je eine pro Qualitätsdimension. Die Regressionen geben Hinweise darauf, wie wahrscheinlich eine Person mit bestimmten individuellen Merkmalen zur Einschätzung kommt, die öffentlich-rechtlichen Medien würden die betreffende Qualitätsdimension im weitgehend richtigen Maß umsetzen – im Gegensatz zur Einschätzung, dies deutlich zu wenig zu tun. In diesen Regressionen werden also jene Befragten, die den öffentlich-rechtlichen Medien auf der jeweiligen Dimension einen zufriedenstellenden Performanz-Mittelwert zwischen – 0,5 und 0,5 attestierten<sup>44</sup>, mit jenen Befragten verglichen, die einen Mittelwert kleiner – 0,5 angaben<sup>45</sup>, und die Berichterstattung der öffentlich-rechtlichen Medien hinsichtlich des betreffenden Qualitätsfaktors damit im defizitären Bereich einstuften.

Die Befragten, die zu einer Überschuss-Einschätzung gelangten (Mittelwert größer 0,5), sind in diesen Regressionen ausgenommen, da diese Gruppe lediglich 1 bis 2 Prozent der Befragten ausmachte, was in absoluten Zahlen fünf bis maximal 29 Befragten entspricht. In jeder Regression wurden das Alter, der formale Bildungsstand, die regionale Herkunft sowie das Geschlecht der Befragten als soziodemografische Prädiktoren einbezogen; zusätzlich wurde das Nachrichteninteresse der Befragten und ihre politische Orientierung betrachtet.

### Unterschiede zwischen den Befragten wirkten sich kaum auf deren Bewertungen aus

Die Analysen zeigen, dass sich Nutzerinnen und Nutzer unterschiedlicher Hintergründe insgesamt kaum in ihrer Beurteilung öffentlich-rechtlicher Medien entlang der fünf Qualitätsdimensionen unterschieden (vgl. Tabelle 6). So standen das Geschlecht und die regionale Herkunft der Befragten bei keiner Dimension in einem signifikanten Zusammenhang zu ihren Bewertungen. Obwohl sich insbesondere mit Blick auf die Region der Befragten durchaus Ost-West-Unterschiede in der Beurteilung abzeichnen, legen die Standardfehler der Koeffizienten nahe, dass sich die Befragten innerhalb ihrer regionalen Gruppen in einem solchen Maß unterschieden, dass sich basierend auf den vorliegenden Daten und mit Blick auf die erhobenen Qualitätsdimensionen nicht gesichert von systematischen Unterschieden zwischen Ost und West ausgehen lässt.

Die höchste Erklärungskraft hatte demgegenüber die politische Orientierung der Befragten, wobei sie aber nur im Falle der Qualitätsdimensionen „Information, Repräsentation & Kontrolle“ und „Dialog & Nähe“ signifikante Zusammenhänge zur Bewertung öffentlich-rechtlicher Medien aufwies. In beiden Fällen sank die Wahrscheinlichkeit, den öffentlich-rechtlichen Medien eine zufriedenstellende Performanz zu attestieren, je weiter rechts sich Befragte auf

43 Vgl. Fawzi, Nayla/Mothes, Cornelia: Perceptions of media performance: Expectation-evaluation discrepancies and their relationship with media-related and populist attitudes. In: *Media and Communication*, 8(3), 2020, S. 335 – 347; <http://dx.doi.org/10.17645/mac.v8i3.3142>; Rothut, Sophia et al.: Meinungsfreiheit in Gefahr? In: *Studies in Communication and Media*, 12(1), 2023, S. 48 – 86; <https://epub.ub.uni-muenchen.de/107849/1/2192-4007-2023-1-48.pdf> (abgerufen am 22.10.2024).

44 Der Anteil der Befragten lag über die Dimensionen hinweg hier zwischen 26 % und 43 %.

45 Der Anteil der Befragten lag über die Dimensionen hinweg hier zwischen 29 % und 60 %.

**Tabelle 6: Zusammenhang zwischen Befragtenmerkmalen und der wahrgenommenen Leistungserfüllung durch öffentlich-rechtliche Medien**

Prädiktoren	Information, Repräsentation & Kontrolle		Dialog & Nähe		Konstruktive Analysen	
	b (SE)	Odds-Ratio exp(b)	b (SE)	Odds-Ratio exp(b)	b (SE)	Odds-Ratio exp(b)
Alter	-.02** (.01)	0.99	-.02*** (.01)	0.98	-.01 (.01)	0.99
Bildung (0 = Haupt-/Realschulabschluss; 1 = Abitur und höher)	-.07 (.20)	0.93	.43* (.20)	1.53	.16 (.20)	1.17
Region (0 = Ost; 1 = West)	.32 (.17)	1.38	.05 (.17)	1.05	.23 (.17)	1.26
Geschlecht (0 = männlich; 1 = weiblich)	.07 (.14)	1.08	.06 (.14)	1.06	-.07 (.14)	0.94
Nachrichteninteresse	.33** (.10)	1.39	.18 (.10)	1.20	-.00 (.10)	1.00
Polit. Orientierung	-.32*** (.06)	0.73	-.44*** (.06)	0.65	-.02 (.06)	0.98
Signifikanz des Gesamtmodells	$\chi^2(6) = 52.3, p < .001$		$\chi^2(6) = 95.9, p < .001$		$\chi^2(6) = 5.2, p = .521$	
Varianzaufklärung	$R^2_N = .07$		$R^2_N = .13$		$R^2_N = .01$	

(Fortsetzung)

der politischen Skala einstufen (vgl. auch Abbildung 2) – ein Befund, der sich mit früheren Studien zur Wahrnehmung journalistischer Medien deckt.<sup>46</sup>

**Jüngere teilweise zufriedener mit öffentlich-rechtlichen Medien als Ältere**

Ähnliche Zusammenhänge zeigten sich mit Blick auf das Alter der Befragten (vgl. Tabelle 6), wobei jüngere Befragte auf beiden Dimensionen eine höhere Zufriedenheit mit den öffentlich-rechtlichen Medien zeigten als ältere Befragte (vgl. auch Abbildung 2). In Anbetracht der in der jungen Bevölkerungsgruppe tendenziell geringeren Nachfrage nach öffentlich-rechtlichen Angeboten<sup>47</sup> könnte dieser Befund darauf zurückzuführen sein, dass die Erwartungen junger Nutzerinnen und Nutzer aufgrund geringerer Erfahrungen mit öffentlich-rechtlichen Programmen diffuser bleiben, und damit gegebenenfalls insgesamt leichter als erfüllt angesehen werden. Eine alternative Erklärung wäre, dass die konkret auf die junge Zielgruppe zugeschnittenen Angebote öffentlich-rechtlicher Medien, in die in den letzten Jahren viel investiert wurde – etwa in das Contentnetzwerk funk – bereits positive Wirkung zeigen,<sup>48</sup> und den Erfolg einer zielgruppengerechten Ansprache widerspiegeln.

46 Vgl. Fawzi/Mothes (Anm. 43); Schultz, Tanjev et al.: Verschwörungsglaube, Medienzynismus und Militanz: Einstellungen und Informationsquellen von Menschen mit AfD-Wahlpräferenz – ein Beitrag zur Radikalisierungsforschung. In: Zeitschrift für Rechtsextremismusforschung, 1(1), 2021, S. 60–89; <https://www.budrich-journals.de/index.php/zrex/article/view/37316> (abgerufen am 22.10.2024).

47 Vgl. Schulz (Anm. 6).

48 Vgl. hierzu auch Stollfuß, Sven: funk im Medienalltag der Nutzerinnen und Nutzer. Onlineumfrage zum ARD/ZDF-Contentnetzwerk in Sozialen Medien. Media Perspektiven 1/2025; <https://www.ard-media.de/media-perspektiven/publikationsarchiv/2025/detailseite-2025/funk-im-medienalltag-der-nutzerinnen-und-nutzer> (abgerufen am 23.1.2025).

**Tabelle 6: Zusammenhang zwischen Befragtenmerkmalen und der wahrgenommenen Leistungserfüllung durch öffentlich-rechtliche Medien** (Fortsetzung)

Prädiktoren	Meinungseinordnung		Regionalkulturelle Selbstverortung	
	b (SE)	Odds-Ratio exp(b)	b (SE)	Odds-Ratio exp(b)
Alter	-.00 (.01)	1.00	.01 (.01)	1.01
Bildung (0 = Haupt-/Realschulabschluss; 1 = Abitur und höher)	.43 (.23)	1.54	.14 (.23)	1.16
Region (0 = Ost; 1 = West)	.27 (.19)	1.31	-.08 (.22)	0.92
Geschlecht (0 = männlich; 1 = weiblich)	.02 (.16)	1.02	.09 (.17)	1.10
Nachrichteninteresse	.29* (.12)	1.33	.22 (.13)	1.25
Polit. Orientierung	-.02 (.07)	0.98	-.11 (.07)	0.90
Signifikanz des Gesamtmodells	x2(6) = 13.3, p = .038		x2(6) = 7.6, p = .269	
Varianzaufklärung	R2N = .02		R2N = .02	

Die angegebenen Schätzungen beziehen sich auf die Wahrscheinlichkeit, mit der ein Befragter in die Gruppe derjenigen fällt, die öffentlich-rechtlichen Medien zuschreiben, die Merkmale der betreffenden Qualitätsdimension durchschnittlich „weitgehend im richtigen Maß“ umzusetzen – im Vergleich zu jenen, die öffentlich-rechtlichen Medien ein Defizit in der jeweiligen Dimension attestieren („wird klar zu wenig gemacht“); \*\*\* p < .001; \*\* p < .01; \* p < .05

Lesebeispiel für exp(b) > 1: Personen mit höherer formaler Bildung (Abitur und höher) haben im Vergleich zu Personen mit geringerem Bildungsabschluss (Haupt-/Realschulabschluss) eine 53 % höhere Wahrscheinlichkeit, die Umsetzung von „Dialog & Nähe“ in der öffentlich-rechtlichen Berichterstattung als weitgehend im richtigen Maß umgesetzt wahrzunehmen.

Lesebeispiel für exp(b) < 1: Mit jedem Lebensjahr sinkt die Wahrscheinlichkeit um 0,02 %, die Umsetzung von „Dialog & Nähe“ in der öffentlich-rechtlichen Berichterstattung als weitgehend im richtigen Maß umgesetzt wahrzunehmen.

Quelle: eigene Darstellung

Mit Blick auf die Dimension „Dialog & Nähe“ spielte auch die formale Bildung der Befragten eine signifikante Rolle bei der Bewertung (vgl. Tabelle 6), indem Personen mit höherem Bildungsstand (ab Abitur) eine etwa 50 Prozent höhere Wahrscheinlichkeit aufwiesen (Odds-Ratio=1,53), den öffentlich-rechtlichen Medien eine zufriedenstellende Performanz zu attestieren, als Personen mit geringerem Bildungsniveau (bis Realschulabschluss). Öffentlich-rechtliche Medien haben demnach noch ungenutzte Potenziale bei der redaktionellen Ansprache nicht-akademischer Gruppen und konkret auf sie zugeschnittenen Beteiligungsangeboten mit Blick auf den politischen Diskurs.

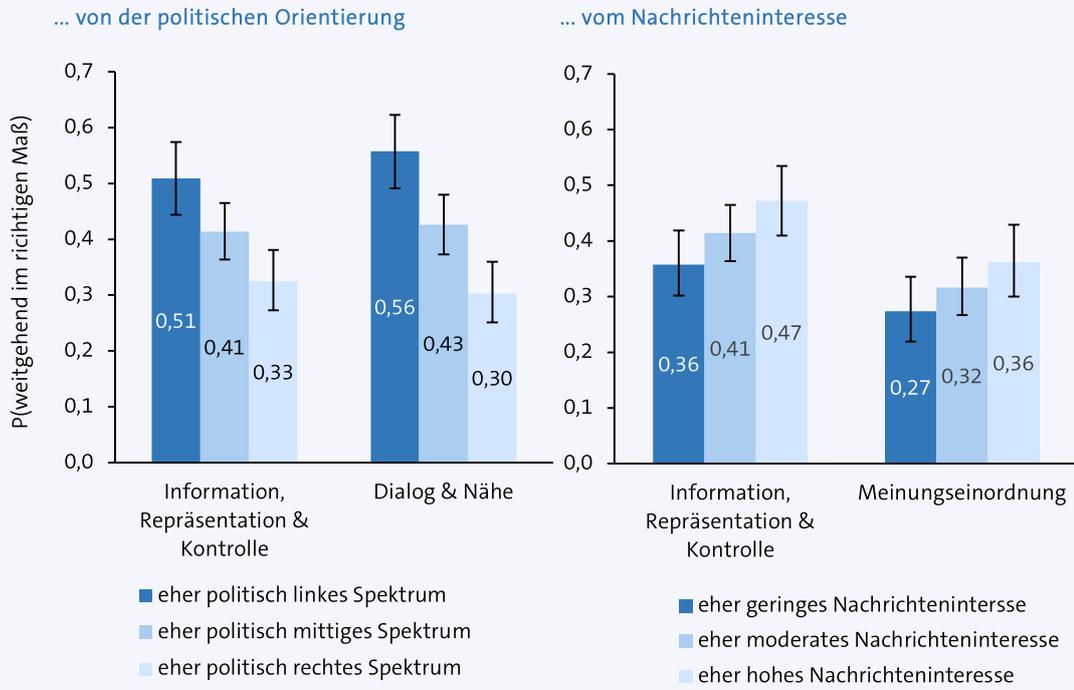
**Befragte mit höherem Nachrichteninteresse schätzten die Leistungen öffentlich-rechtlicher Medien teilweise besser ein**

Vereinzelte Zusammenhänge zeigten sich letztlich auch zwischen den Bewertungen öffentlich-rechtlicher Medien und dem Nachrichteninteresse der Befragten, wobei Personen mit höherem Interesse am Nachrichtengeschehen eine höhere Zufriedenheit damit zeigten, wie öffentlich-rechtliche Medien ihre Informations-, Repräsentations- und Kontrollfunktion ausüben, und in welchem Maß eine „Meinungseinordnung“ im Nachrichtenangebot stattfindet (vgl. auch Abbildung 2). Im Umkehrschluss deutet dies darauf hin, dass Personen mit geringerem Interesse am Nachrichtengeschehen und einer möglicherweise vorhandenen Tendenz zur Nachrichtenvermeidung von einem konkret auf sie

Abbildung 2

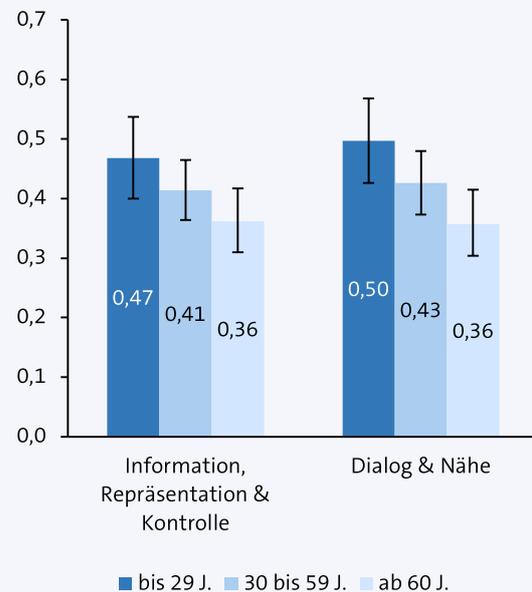
Wahrscheinlichkeit der wahrgenommenen Leistungserfüllung in Abhängigkeit ...

Mittelwerte, kontrolliert um Alter, Bildung, Region, Geschlecht, Nachrichteninteresse und politische Orientierung



Die Balken geben die geschätzte Wahrscheinlichkeit an (y-Achse, 0% bis 100%), mit der Personen mit unterschiedlicher politischer Orientierung (oben li.), unterschiedlich hohem Nachrichteninteresse (oben re.) und unterschiedlichem Alter (re.) die betreffende Dimension als von öffentlich-rechtlichen Medien zufriedenstellend erfüllt ansehen („wird weitgehend im richtigen Maß gemacht“). Die dargestellten Mittelwerte beruhen auf den sog. geschätzten Randmitteln (d. h., um alle Befragtenmerkmale aus Tabelle 6 bereinigten Mittelwerten), sind also kontrolliert um Alter, Bildung, Region, Geschlecht, Nachrichteninteresse und politische Orientierung (sofern sie nicht selbst die betrachtete Variable sind). Die Fehlerbalken repräsentieren das 95%-Konfidenzintervall für die jeweiligen Mittelwerte. Zur Gruppierung der politischen Orientierung wurde für die Darstellung der jeweilige Gesamt-Mittelwert zugrunde gelegt ( $M$ ) und davon 1 Standardabweichung abgezogen bzw. addiert ( $M - 1 SD$ ;  $M + 1 SD$ ).

... vom Alter



Quelle: eigene Darstellung.

zugeschnittenen, weniger voraussetzungsvollen Informationsprogramm profitieren könnten, das ihnen vor allem auch Orientierung hinsichtlich der oft konfligierenden Vielstimmigkeit öffentlicher Debatten gibt.

Insgesamt erklären die individuellen Merkmale der Befragten aber nur wenig Varianz in den Performanzbeurteilungen, was darauf hindeutet, dass sich (Un)Zufriedenheiten mit öffentlich-rechtlichen Medien nicht systematisch in einer bestimmten Bevölkerungsgruppe bündeln. Sofern sich Gruppenunterschiede zeigen, dann betrifft dies vor allem die klassische journalistische Informations-, Repräsentations- und Kontrollfunktion öffentlich-rechtlicher Medien und die im Zuge des Social-Media-Zeitalters stärker eingeforderte Leistung des Journalismus, „Dialog & Nähe“ im gesellschaftlichen Diskurs herzustellen und zuzulassen.

### Die Relevanz von Qualitätseinschätzungen für den wahrgenommenen Citizen Value öffentlich-rechtlicher Medien

#### Einschätzung des Beitrags öffentlich-rechtlicher Medien zum Gemeinwohl

Ein zentraler Aspekt der Untersuchung bestand in der Frage, welche Rolle Qualitätsbewertungen bei der Wertschätzung spielen, die Bürgerinnen und Bürger öffentlich-rechtlichen Medien entgegenbringen – eine Frage, die eng an die Akzeptanz öffentlich-rechtlicher Medien in der Gesellschaft geknüpft ist, aber bislang wenig empirisch untersucht wurde. Während zum Vertrauen in Medien und der Beurteilung journalistischer Qualität bereits eine Vielzahl erkenntnisreicher Befunde vorliegt<sup>49</sup>, ist bislang noch weitgehend ungeklärt, welche wahrgenommenen Medienqualitäten es konkret sind, die öffentliche Angebote aus Sicht der Nutzerinnen und Nutzer wertvoll machen. In den letzten Jahren hat in diesem Zusammenhang vor allem das Konzept des Public Value viel Aufmerksamkeit erlangt – sowohl in öffentlichen Debatten als auch in der journalistischen Praxis und der Wissenschaft.<sup>50</sup> Verstanden als wahrgenommener Beitrag der Medien zum Gemeinwohl, wird der Public Value häufig über vier Dimensionen erfasst<sup>51</sup>, die auch dieser Befragung zugrunde liegen. So wurden die Befragten gebeten, jeweils auf einer Skala von 1 (stimme überhaupt nicht zu) bis 5 (stimme voll und ganz zu) anzugeben, wie sehr sie den folgenden – rotiert dargestellten – Aussagen zustimmen: (a) „Die öffentlich-rechtlichen Medien leisten im Kerngeschäft gute Arbeit“, (b) „Die öffentlich-rechtlichen Medien tragen zum gesellschaftlichen Zusammenhalt bei“, (c) „Die öffentlich-rechtlichen Medien tragen zur Lebensqualität der Menschen bei“ und (d) „Die öffentlich-rechtlichen Medien verhalten sich anständig“. Diese vier Aussagen wurden für alle Befragten zu einem Mittelwertindex verrechnet (Cronbachs  $\alpha = .93$ ), der die Citizen Value-Dimension des Public Value-Konzepts repräsentiert – also den wahrgenommenen gesamtgesellschaftlichen Wert öffentlich-rechtlicher Medien. Im Durchschnitt schätzten die Befragten den Gemeinwohlbeitrag öffentlich-rechtlicher Medien dabei als moderat ein ( $M = 3,12$ ;  $SD = 1,13$ ) – ein Wert, der auch nach Kontrolle soziodemografischer Variablen (Alter, Bildung, Region, Geschlecht) unverändert blieb.<sup>52</sup>

49 Vgl. Fawzi/Mothes (Anm. 43); Quiring u. a. (Anm. 5).

50 Vgl. Meynhardt/Frantz (Anm. 13); Mothes (Anm. 12).

51 Vgl. GemeinwohlAtlas: Methodik. GemeinwohlAtlas 2019; <https://www.gemeinwohlatlas.de/methodik> (abgerufen am 13.10.2024).

52 Das geschätzte Randmittel unter Einbezug aller Kontrollvariablen lag bei  $M = 3,12$ ;  $SE = 0,04$  (LLCI = 3,05, ULCI = 3,19; 95 % BootLLCI = 3,05, 95 % BootULCI = 3,19).

**Tabelle 7: Zusammenhang zwischen Befragtenmerkmalen sowie Qualitätswahrnehmungen und dem wahrgenommenen Citizen Value öffentlich-rechtlicher Medien**

Prädiktoren	Modell 0		Modell 1		Modell 2	
	b (SE)	β	b (SE)	β	b (SE)	β
Alter	-.01** (.002)	-.10	-.004* (.002)	-.05	-.003 (.002)	-.04
Bildung (0 = Haupt-/Realschulabschluss; 1 = Abitur und höher)	.12 (.09)	.10	.10 (.08)	.09	-.02 (.08)	-.02
Region (0 = Ost; 1 = West)	.24** (.08)	.22	.16* (.07)	.14	.22** (.07)	.20
Geschlecht (0 = männlich; 1 = weiblich)	.01 (.07)	.004	-.01 (.06)	-.01	-.001 (.06)	-.001
Nachrichteninteresse	.33*** (.05)	.21	.26*** (.04)	.16	.29*** (.04)	.18
Polit. Orientierung	-.36*** (.03)	-.39	-.30*** (.02)	-.32	-.38*** (.02)	-.30
Information, Repräsentation & Kontrolle			1.05*** (.06)	.93		
Dialog & Nähe					.99*** (.06)	.87
Konstruktive Analysen						
Meinungseinordnung						
Regionalkulturelle Selbstverortung						
Signifikanz des Gesamtmodells	F(6, 990) = 46.3, p < .001		F(7, 954) = 96.2, p < .001		F(7, 923) = 85.2, p < .001	
Varianzaufklärung	adj. R <sup>2</sup> = .21		adj. R <sup>2</sup> = .41		adj. R <sup>2</sup> = .39	

(Fortsetzung)

**Jüngere mit mehr Nachrichteninteresse und eher progressiver politischer Orientierung bewerten leicht positiver**

Betrachtet man die soziodemografischen Merkmale der Befragten aber im Rahmen einer linearen Regression etwas genauer und bezieht zusätzlich ihr Nachrichteninteresse und ihre politische Orientierung ein (vgl. Tabelle 7, Modell 0), fällt auf, dass der wahrgenommene Gemeinwohlbeitrag öffentlich-rechtlicher Medien – wenn auch nur sehr schwach bis schwach – mit einigen Merkmalen der Befragten in Zusammenhang steht. So wurde er leicht höher eingeschätzt, je jünger die Befragten waren, je größer ihr Nachrichteninteresse ausfiel und je progressiver sie sich auf der Skala zur politischen Selbsteinstufung verorteten; auch attestierten die Befragten aus dem westdeutschen Sendegebiet öffentlich-rechtlichen Medien einen leicht höheren Citizen Value (M = 3,29; Standardfehler (SE) = 0,08) als Befragte aus Ostdeutschland (M = 3,04; SE = 0,05).<sup>53</sup> Personen mit unterschiedlicher Bildung und Geschlechtsidentität unterschieden sich hingegen nicht signifikant in ihrer Einschätzung des Gemeinwohlbeitrags öffentlich-rechtlicher Medien.

<sup>53</sup> Bei den genannten Mittelwerten handelt es sich um die geschätzten Randmittel unter Kontrolle weiterer Personenunterschiede (d. h. Alter, Bildung, Geschlecht, Nachrichteninteresse, politische Orientierung).

**Tabelle 7: Zusammenhang zwischen Befragtenmerkmalen sowie Qualitätswahrnehmungen und dem wahrgenommenen Citizen Value öffentlich-rechtlicher Medien** (Fortsetzung)

Prädiktoren	Modell 3		Modell 4		Modell 5	
	b (SE)	β	b (SE)	β	b (SE)	β
Alter	-.01** (.002)	-.08	-.01* (.003)	-.07	-.01** (.003)	-.11
Bildung (0 = Haupt-/Realschulabschluss; 1 = Abitur und höher)	.06 (.09)	.05	.07 (.10)	.07	.01 (.11)	.01
Region (0 = Ost; 1 = West)	.20* (.08)	.18	.20* (.09)	.18	.38*** (.11)	.34
Geschlecht (0 = männlich; 1 = weiblich)	.000 (.06)	.000	.01 (.07)	.01	-.03 (.08)	-.02
Nachrichteninteresse	.32*** (.05)	.20	.28*** (.05)	.18	.30*** (.06)	.18
Polit. Orientierung	-.37*** (.03)	-.40	-.37*** (.03)	-.41	-.41*** (.03)	-.44
Information, Repräsentation & Kontrolle						
Dialog & Nähe						
Konstruktive Analysen	.54*** (.07)	.48				
Meinungseinordnung			.52*** (.07)	.47		
Regionalkulturelle Selbstverortung					.27** (.08)	.24
Signifikanz des Gesamtmodells	F(7, 937) = 49.9, p < .001		F(7, 778) = 41.2, p < .001		F(7, 577) = 30.5, p < .001	
Varianzaufklärung	adj. R <sup>2</sup> = .27		adj. R <sup>2</sup> = .26		adj. R <sup>2</sup> = .27	

Die angegebenen standardisierten Regressions-Koeffizienten (β) geben die Stärke des Zusammenhangs zwischen Befragtenmerkmalen (Modell 0) und ihrer Einschätzung des Citizen Value (Index, 1 = sehr gering bis 5 = sehr hoch) öffentlich-rechtlicher Medien unter Kontrolle aller anderen einbezogenen Merkmale an. In den Modellen 1 bis 5 wird zusätzlich die wahrgenommene Erfüllung jeweils einer Qualitätsdimension (0 = wird klar zu wenig gemacht, 1 = wird weitgehend im richtigen Maß gemacht) betrachtet. \*\*\* p < .001; \*\* p < .01; \* p < .05

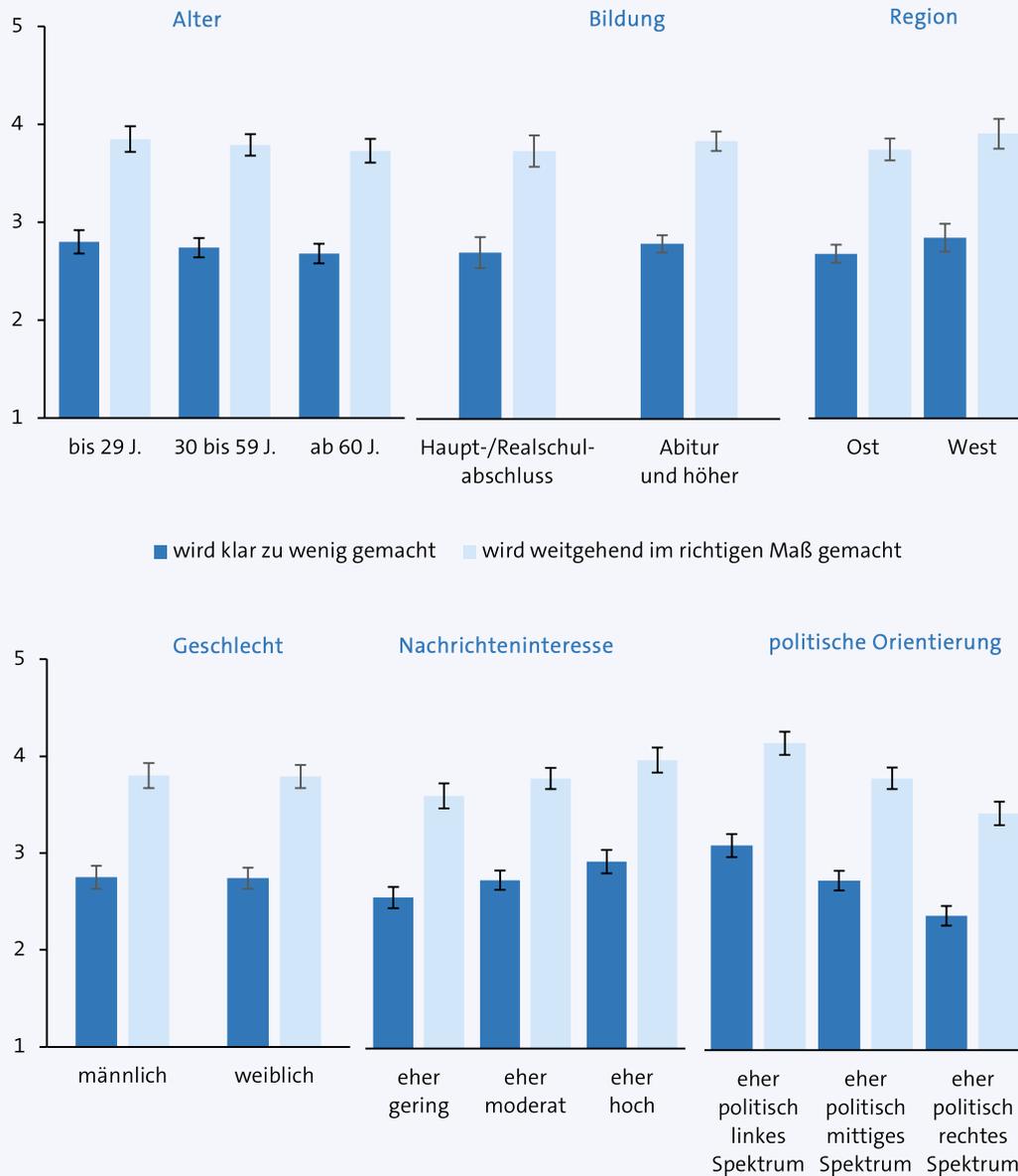
Lesebeispiel: Personen, die "Dialog & Nähe" ausreichend in öffentlich-rechtlichen Medien wahrnehmen, attestieren öffentlich-rechtlichen Medien einen deutlich höheren Citizen Value als Personen, die bei dieser Dimension ein Defizit wahrnehmen (β = .87). Konkret haben sie den Citizen Value um einen ganzen Skalenpunkt besser beurteilt (b = .99)

Quelle: eigene Darstellung

**Einschätzungen bei Qualitätsdimensionen und wahrgenommener Citizen Value hängen direkt zusammen**

Betrachtet man zusätzlich den jeweiligen Beitrag der fünf identifizierten Qualitätsdimensionen für den wahrgenommenen Citizen Value, zeigen sich deutlich stärkere Zusammenhänge. Eine besonders hohe Wertschätzung für ihren Gemeinwohlbeitrag erhielten öffentlich-rechtliche Angebote, wenn Befragte in ihnen ein optimales Maß an „Information, Repräsentation & Kontrolle“ (Modell 1) sowie „Dialog & Nähe“ (Modell 2) wahrnahmen. In beiden Fällen zeigten sich starke Zusammenhänge zwischen der wahrgenommenen Erfüllung dieser Funktionen durch öffentlich-rechtliche Medien und der Wertschätzung, die ihnen vonseiten der Befragten entgegengebracht wurde – unabhängig von soziodemografischen Faktoren, politischer Orientierung und dem individuellen Nachrichteninteresse (vgl. auch Abbildungen 3 und 4). Im Umkehrschluss

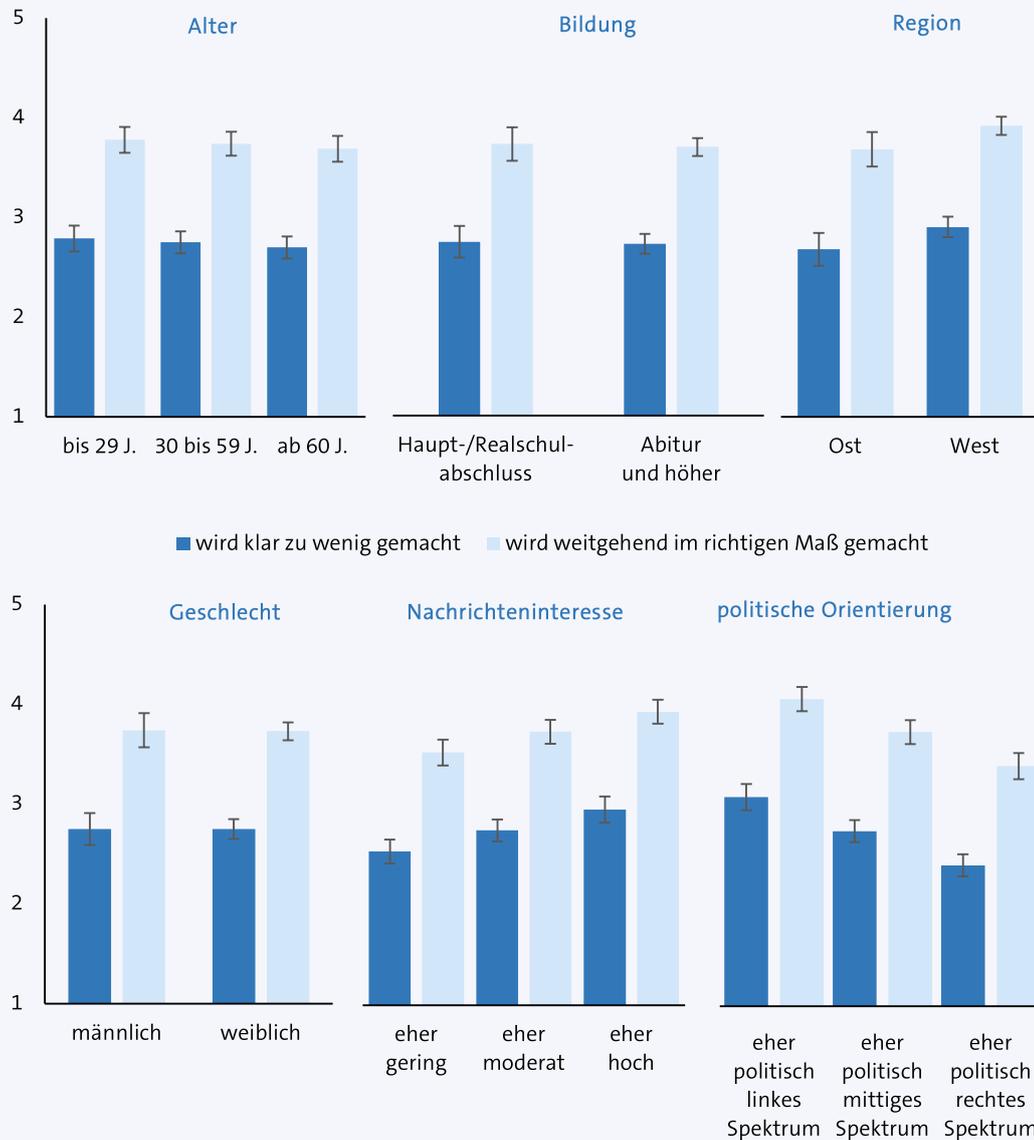
Abbildung 3  
Einschätzung des Citizen Value öffentlich-rechtlicher Medien nach der wahrgenommenen Umsetzung von "Information, Repräsentation & Kontrolle"  
geschätzte Randmittel verschiedener Befragtengruppen



Die Säulen geben jeweils über verschiedene Befragtengruppen die geschätzten Randmittel (d. h., um alle Befragtenmerkmale aus Tabelle 7 bereinigten Mittelwerte) des wahrgenommenen Citizen Value öffentlich-rechtlicher Medien in Abhängigkeit von der Einschätzung an, inwiefern öffentlich-rechtliche Medien „zu wenig“ vs. „weitgehend im richtigen Maß“ ihre Informations-, Repräsentations- und Kontrollfunktion ausüben. Die Fehlerbalken repräsentieren das 95%-Konfidenzintervall für die jeweiligen Mittelwerte. Zur Gruppierung metrisch gemessener Befragtenmerkmale (Alter, Nachrichteninteresse, politische Orientierung) wurde für die Darstellung der jeweilige Gesamt-Mittelwert zugrunde gelegt ( $M$ ) und davon 1 Standardabweichung abgezogen bzw. addiert ( $M - 1 SD$ ;  $M + 1 SD$ ). Auf diese Weise ergeben sich auf Grundlage der Verteilung der jeweiligen Variable drei weitgehend gleich große Gruppen.

Quelle: eigene Darstellung

Abbildung 4  
Einschätzung des Citizen Value öffentlich-rechtlicher Medien nach der wahrgenommenen Umsetzung von "Dialog & Nähe"



Die Säulen geben jeweils über verschiedene befragten Gruppen die geschätzten Randmittel (d. h., um alle Befragtenmerkmale aus Tabelle 7 bereinigten Mittelwerte) des wahrgenommenen Citizen Value öffentlich-rechtlicher Medien in Abhängigkeit von der Einschätzung an, inwiefern öffentlich-rechtliche Medien „zu wenig“ vs. „weitgehend im richtigen Maß“ Dialog und Nähe herstellen. Die Fehlerbalken repräsentieren das 95%-Konfidenzintervall für die jeweiligen Mittelwerte.

Zur Gruppierung metrisch gemessener Befragtenmerkmale (Alter, Nachrichteninteresse, politische Orientierung) wurde für die Darstellung der jeweilige Gesamt-Mittelwert zugrunde gelegt ( $M$ ) und davon 1 Standardabweichung abgezogen bzw. addiert ( $M - 1 SD$ ;  $M + 1 SD$ ). Auf diese Weise ergeben sich auf Grundlage der Verteilung der jeweiligen Variable drei weitgehend gleich große Gruppen.

Quelle: eigene Darstellung

wurde öffentlich-rechtlichen Medien demnach ein deutlich geringerer Gemeinwohlbeitrag zugeschrieben, wenn diese Funktionen im Angebot als defizitär wahrgenommen wurden.

Etwas weniger, aber immer noch substanzielle Erklärungskraft für die Einschätzung des Citizen Values öffentlich-rechtlicher Medien hatten die Qualitätsdimensionen „Konstruktive Analysen“ (vgl. Tabelle 7, Modell 3) und „Meinungseinordnung“ (Modell 4). Befragte, die in öffentlich-rechtlicher Berichterstattung konstruktive Handlungsperspektiven und Kontextualisierung sowie Analysen der in den öffentlichen Diskurs eingebrachten Meinungen wahrnahmen, beurteilten auch den Gemeinwohlbeitrag öffentlich-rechtlicher Medien als höher. Im Vergleich zur besonderen Relevanz der ersten beiden Qualitätsdimensionen „Information, Repräsentation & Kontrolle“ und „Dialog & Nähe“ für den Public Value aus Sicht der Nutzerinnen und Nutzer zeigten sich bei den Berichterstattungsmerkmalen rund um „Konstruktive Analysen“ und „Meinungseinordnung“ allerdings nur jeweils moderate Zusammenhänge zur gesellschaftlichen Wertschätzung öffentlich-rechtlicher Medien. Gleichzeitig fielen individuelle Unterschiede zwischen den Befragten bei der Beurteilung des Public Values teilweise stärker ins Gewicht (vgl. Abbildungen 5 und 6). Dies betraf vor allem ihre politische Orientierung und ihr allgemeines Nachrichteninteresse. Die Wahrnehmungsunterschiede der Befragten hinsichtlich der Umsetzung von „Konstruktiven Analysen“ und „Meinungseinordnung“ durch öffentlich-rechtliche Medien spiegelten sich damit weniger deutlich im ihnen bescheinigten Gemeinwohlbeitrag wider.

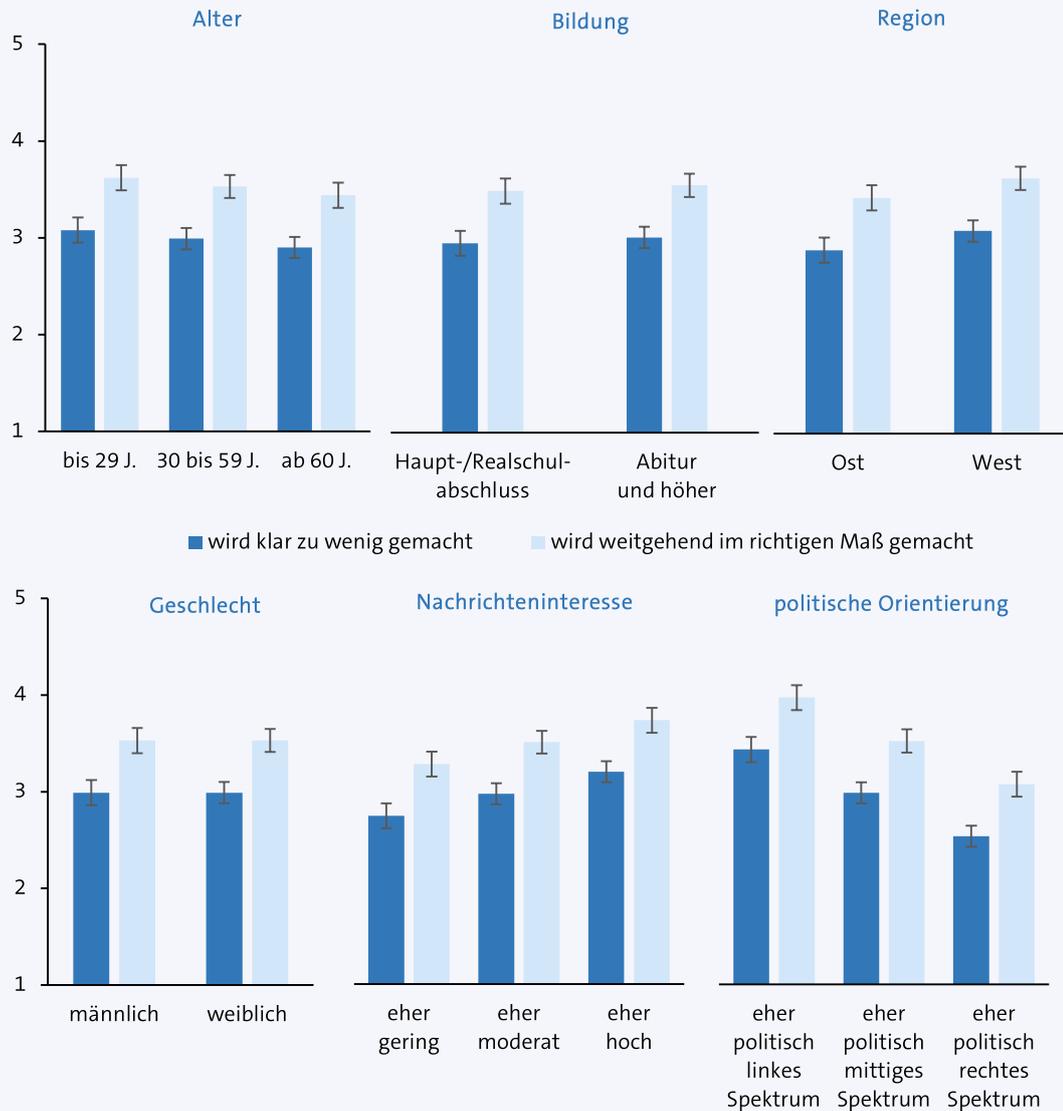
Nochmals geringere Zusammenhänge ließen sich letztlich mit Blick auf die fünfte Qualitätsdimension „Regionalkulturelle Selbstverortung“ erkennen. Obwohl sich eine schwache signifikante Beziehung zwischen der wahrgenommenen Umsetzung einer solchen Medienleistung und dem attestierten Gemeinwohlbeitrag öffentlich-rechtlicher Medien zeigte (vgl. Tabelle 7, Modell 5), sind die Unterschiede marginal, wenn man innerhalb einzelner Befragten-Gruppen jene vergleicht, die hinsichtlich dieser Dimension ein Defizit oder aber ein angemessenes Maß in der Berichterstattung erkannten (vgl. Abbildung 7).

## Die Relevanz von Qualitäts- und Citizen Value-Einschätzungen für den wahrgenommenen Individual Value öffentlich-rechtlicher Medien

### Welche Rollen spielen öffentlich-rechtliche Medienangebote im persönlichen Alltag der Befragten?

Das Konzept des Citizen Values gibt uns gerade mit Blick auf den öffentlich-rechtlichen Mediensektor wichtige Aufschlüsse über die Bereitschaft der Bevölkerung, die Idee eines hauptsächlich durch diese Bevölkerung finanzierten Medienangebotes zu unterstützen. Ein Blick auf den Citizen Value öffentlich-rechtlicher Medien ist daher in Zeiten harter Kürzungspolitik im Journalismus im Allgemeinen und Diskussionen um die Reformierung des öffentlich-rechtlichen Systems im Speziellen von medienpolitischer Tragweite. Eine Frage, die durch die Citizen Value-Dimension im Konzept des Public Values nur indirekt beantwortet werden kann, ist aber, inwiefern sich eine wahrgenommene gesellschaftliche Relevanz auch in einer persönlichen Relevanz öffentlich-rechtlicher Medien niederschlägt. Daher wurde in dieser Studie neben den Attributen, die einen wahrgenommenen Citizen Value anzeigen, zusätzlich ein Individual Value – also der persönliche Mehrwert – mit Blick auf öffentlich-rechtliche Medien erfragt. Konkret wurden dazu drei Items erhoben, die mit

Abbildung 5  
Einschätzung des Citizen Value öffentlich-rechtlicher Medien nach der wahrgenommenen Umsetzung von "Konstruktiven Analysen"  
geschätzte Randmittel verschiedener Befragtengruppen

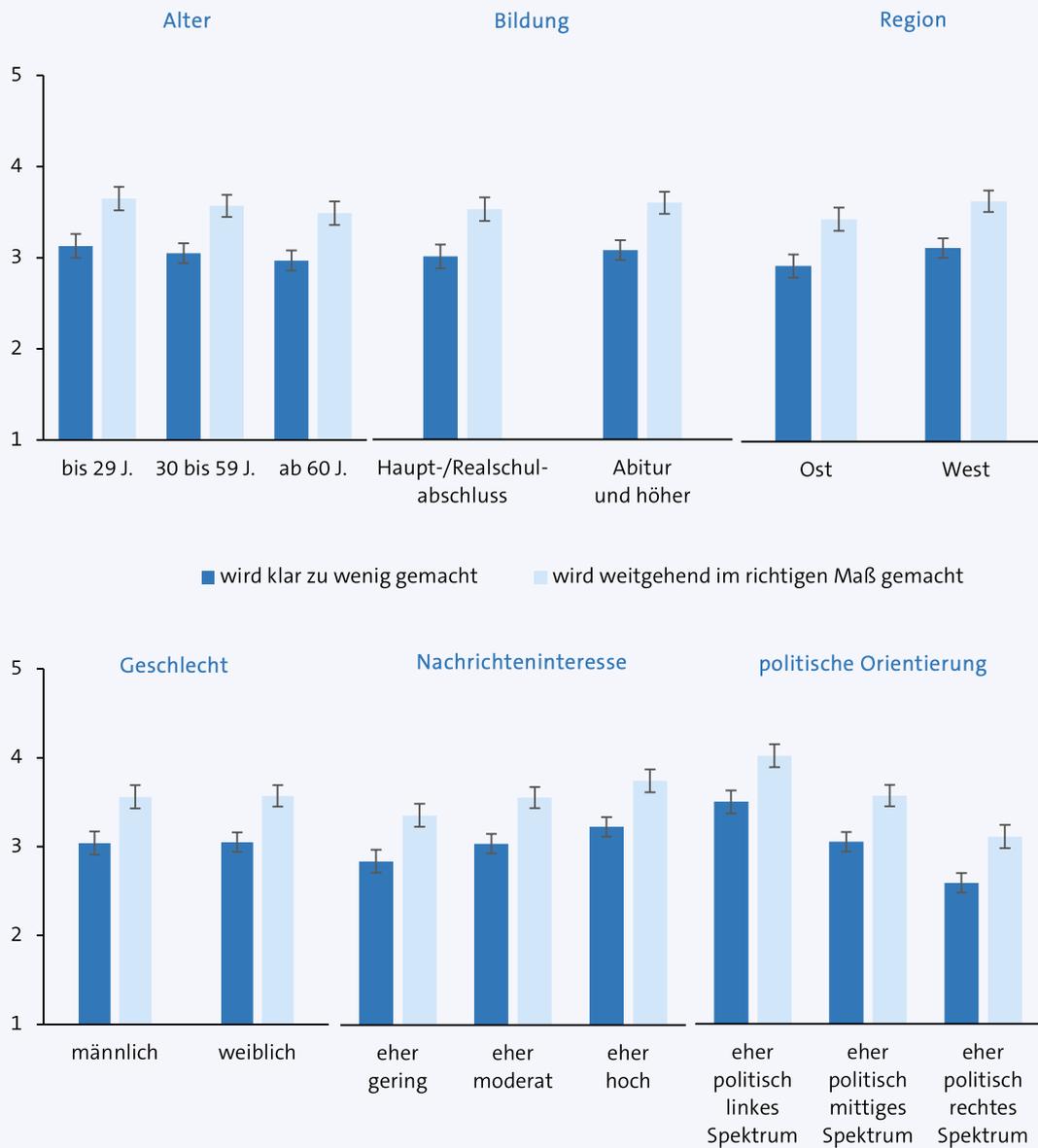


Die Säulen geben jeweils über verschiedene befragten Gruppen die geschätzten Randmittel (d. h., um alle Befragtenmerkmale aus Tabelle 7 bereinigten Mittelwerte) des wahrgenommenen Citizen Value öffentlich-rechtlicher Medien in Abhängigkeit von der Einschätzung an, inwiefern öffentlich-rechtliche Medien „zu wenig“ vs. „weitgehend im richtigen Maß“ konstruktive Analysen bereitstellen. Die Fehlerbalken repräsentieren das 95%-Konfidenzintervall für die jeweiligen Mittelwerte.

Zur Gruppierung metrisch gemessener Befragtenmerkmale (Alter, Nachrichteninteresse, politische Orientierung) wurde für die Darstellung der jeweilige Gesamt-Mittelwert zugrunde gelegt ( $M$ ) und davon 1 Standardabweichung abgezogen bzw. addiert ( $M - 1 SD$ ;  $M + 1 SD$ ). Auf diese Weise ergeben sich auf Grundlage der Verteilung der jeweiligen Variable drei weitgehend gleich große Gruppen.

Quelle: eigene Darstellung

Abbildung 6  
Einschätzung des Citizen Value öffentlich-rechtlicher Medien nach der wahrgenommenen Umsetzung von "Meinungseinordnung"  
geschätzte Randmittel verschiedener Befragtengruppen

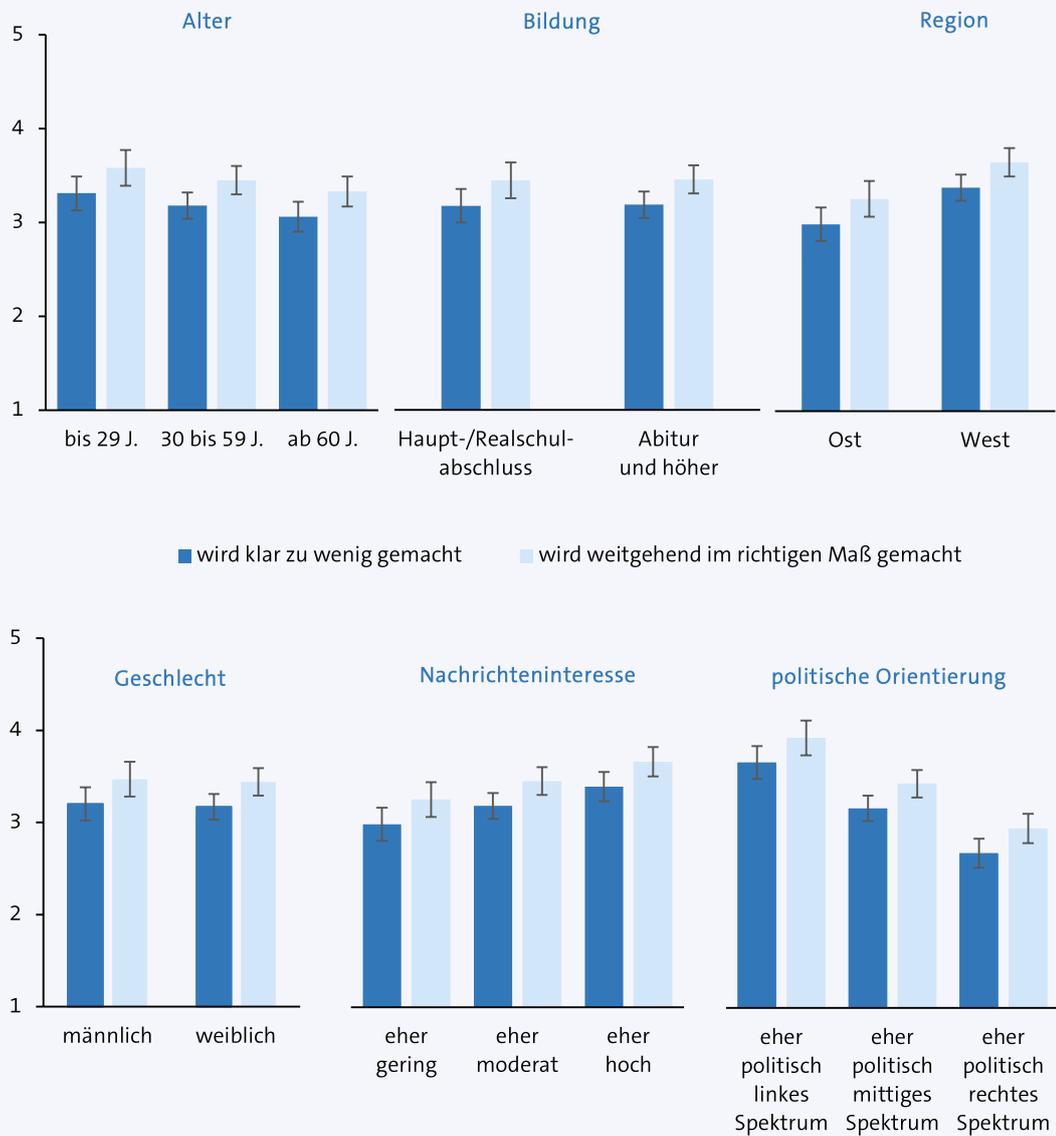


Die Säulen geben jeweils über verschiedene befragten Gruppen die geschätzten Randmittel (d. h., um alle Befragtenmerkmale aus Tabelle 7 bereinigten Mittelwerte) des wahrgenommenen Citizen Value öffentlich-rechtlicher Medien in Abhängigkeit von der Einschätzung an, inwiefern öffentlich-rechtliche Medien „zu wenig“ vs. „weitgehend im richtigen Maß“ Meinungseinordnung leisten. Die Fehlerbalken repräsentieren das 95%-Konfidenzintervall für die jeweiligen Mittelwerte.

Zur Gruppierung metrisch gemessener Befragtenmerkmale (Alter, Nachrichteninteresse, politische Orientierung) wurde für die Darstellung der jeweilige Gesamt-Mittelwert zugrunde gelegt ( $M$ ) und davon 1 Standardabweichung abgezogen bzw. addiert ( $M - 1 SD$ ;  $M + 1 SD$ ). Auf diese Weise ergeben sich auf Grundlage der Verteilung der jeweiligen Variable drei weitgehend gleich große Gruppen.

Quelle: eigene Darstellung

Abbildung 7  
Einschätzung des Citizen Value öffentlich-rechtlicher Medien nach der wahrgenommenen Umsetzung von "Regionalkultureller Selbstverortung"  
geschätzte Randmittel verschiedener Befragtengruppen



Die Säulen geben jeweils über verschiedene befragten Gruppen die geschätzten Randmittel (d. h., um alle Befragtenmerkmale aus Tabelle 7 bereinigten Mittelwerte) des wahrgenommenen Public Value öffentlich-rechtlicher Medien in Abhängigkeit von der Einschätzung an, inwiefern öffentlich-rechtliche Medien „zu wenig“ vs. „weitgehend im richtigen Maß“ regionalkulturelle Selbstverortung ermöglichen. Die Fehlerbalken repräsentieren das 95%-Konfidenzintervall für die jeweiligen Mittelwerte.  
Zur Gruppierung metrisch gemessener Befragtenmerkmale (Alter, Nachrichteninteresse, politische Orientierung) wurde für die Darstellung der jeweilige Gesamt-Mittelwert zugrunde gelegt ( $M$ ) und davon 1 Standardabweichung abgezogen bzw. addiert ( $M - 1 SD$ ;  $M + 1 SD$ ). Auf diese Weise ergeben sich auf Grundlage der Verteilung der jeweiligen Variable drei weitgehend gleich große Gruppen.

Quelle: eigene Darstellung

Blick auf die bisherige Forschung<sup>54</sup> Auskunft darüber geben können, welche Rolle ein Medienangebot im Alltag von Mediennutzerinnen und -nutzern spielt – auch wenn sie im Rahmen einer Befragung nicht die Nutzung selbst erfassen und daher mit der gebotenen Vorsicht zu interpretieren sind: „Die öffentlich-rechtlichen Medien sind für mich persönlich wichtig“ (1 = stimme überhaupt nicht zu bis 5 = stimme voll und ganz zu), „man kann der Berichterstattung der öffentlich-rechtlichen Medien meistens vertrauen“ (1 = stimme überhaupt nicht zu bis 5 = stimme voll und ganz zu) sowie eine Einschätzung der Angemessenheit des derzeitigen Rundfunkbeitrags (1 = geringe Akzeptanz: deutlich zu hoch bis 5 = hohe Akzeptanz: deutlich zu niedrig);  $M = 2,90$ ;  $SD = 1,06$ , Cronbachs  $\alpha = .81$ .

**Positive Zusammenhänge zwischen Performanzbewertungen und Individual Value lassen sich mit dem attestierten Citizen Value erklären**

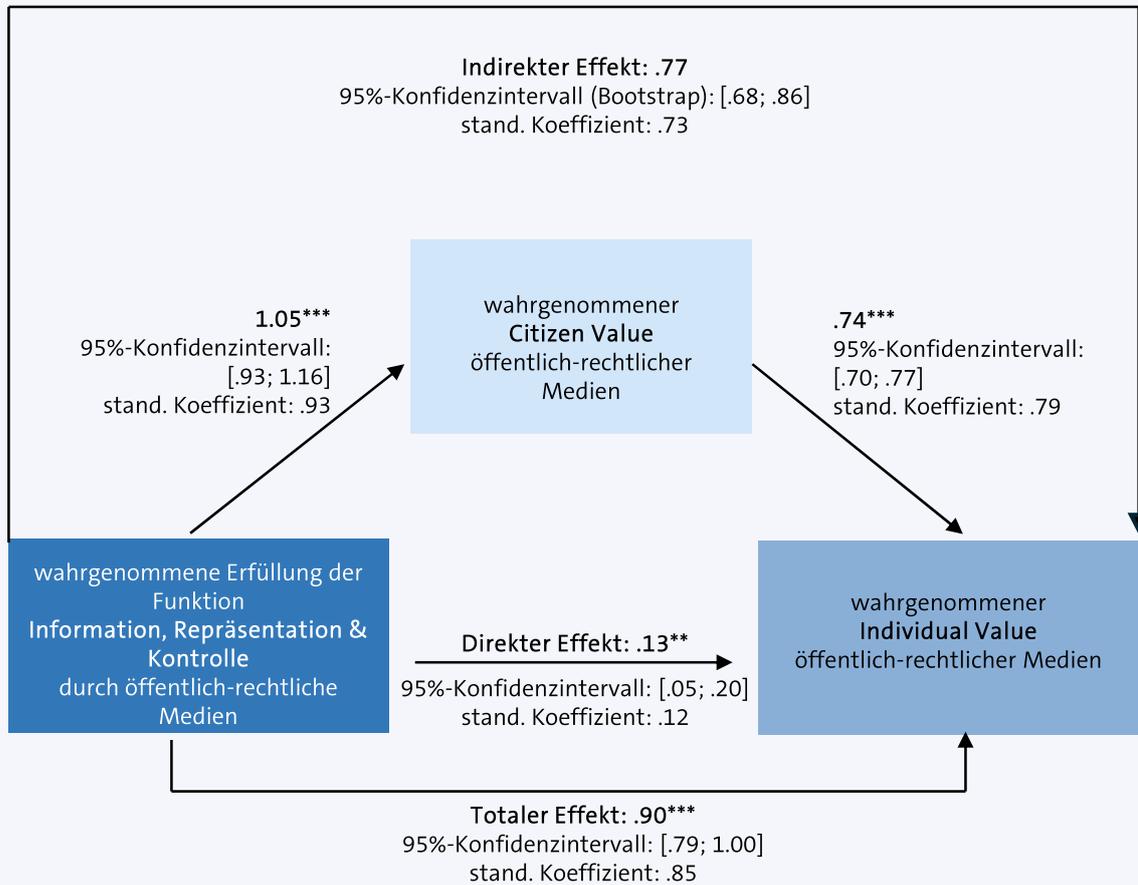
Um einerseits die Beziehung zwischen Citizen Value und Individual Value und andererseits den Zusammenhang des zugeschriebenen Individual Values zur wahrgenommenen Performanz öffentlich-rechtlicher Medien mit Blick auf die fünf ermittelten Qualitätsdimensionen zu untersuchen, wurde je eine Mediationsanalyse pro Qualitätsdimension durchgeführt. In die insgesamt fünf Analysen ging die Einschätzung der Befragten zur Performanz öffentlich-rechtlicher Medien auf der jeweiligen Qualitätsdimension als unabhängige Variable ein (0 = wird klar zu wenig gemacht, 1 = wird weitgehend im richtigen Maß gemacht); der wahrgenommene Public Value öffentlich-rechtlicher Medien wurde als Mediatorvariable und der attestierte Individual Value öffentlich-rechtlicher Medien als abhängige Variable aufgenommen.

Über alle Modelle hinweg zeigte sich in den Analysen ein starker positiver Zusammenhang zwischen Citizen Value und Individual Value.<sup>55</sup> Wurde das Angebot öffentlich-rechtlicher Medien als gesellschaftlich wertvoll eingeschätzt, so schrieb man ihm auch eine höhere persönliche Relevanz zu. Da alle Qualitätsdimensionen, wenn als erfüllt angesehen, wiederum signifikant positiv mit dem Citizen Value öffentlich-rechtlicher Medien in Beziehung standen, ergab sich in allen Mediationsmodellen nun ein signifikanter indirekter Zusammenhang zwischen der wahrgenommenen Erfüllung der fünf Qualitätsdimensionen und dem attestierten Individual Value öffentlich-rechtlicher Medienangebote. Dieser fiel bei den ersten beiden Faktoren „Information, Repräsentation & Kontrolle“ (vgl. Abbildung 8) und „Dialog & Nähe“ (vgl. Abbildung 9) erneut besonders hoch aus, weil sie eine besondere Relevanz für die Citizen Value-Einschätzung der Befragten hatten und aufgrund des starken Zusammenhangs zwischen Citizen und Individual Value nun auch in besonders enger Verbindung zum Individual Value stehen.

54 Vgl. Buschow, Christopher/Wellbrock, Christian-Mathias: Money for nothing and content for free? Willingness to pay for digital journalism. Landesanstalt für Medien NRW, Düsseldorf 2019; <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-65275-7> (abgerufen am 22.10.2024); Frey-Vor (Anm. 14); Strömbäck, Jesper et al.: News media trust and its impact on media use: toward a framework for future research. In: Annals of the International Communication Association, 44(2), 2020, S. 139–156; <https://doi.org/10.1080/23808985.2020.1755338>

55 Die jeweiligen Koeffizienten dieses Zusammenhangs ändern sich über die einzelnen Mediationsanalysen hinweg lediglich aufgrund der pro Modell unterschiedlichen Fallzahlen, die sich durch fehlende Befragten-Angaben hinsichtlich der jeweils betreffenden Performanz ergeben.

Abbildung 8  
Indirekte und direkte Zusammenhänge zwischen der wahrgenommenen Umsetzung von „Information, Repräsentation & Kontrolle“ und dem Individual Value öffentlich-rechtlicher Medien



Es ist zu beachten, dass es sich bei den dargestellten Ergebnissen lediglich um Zusammenhänge handelt, die im Rahmen der vorliegenden nicht-experimentellen Befragung keine Ursache-Wirkungs-Beziehungen implizieren. Die dargestellten Koeffizienten wurden unter Kontrolle von Alter, Bildung, Region, Geschlecht, Nachrichteninteresse und politischer Orientierung der Befragten ermittelt.

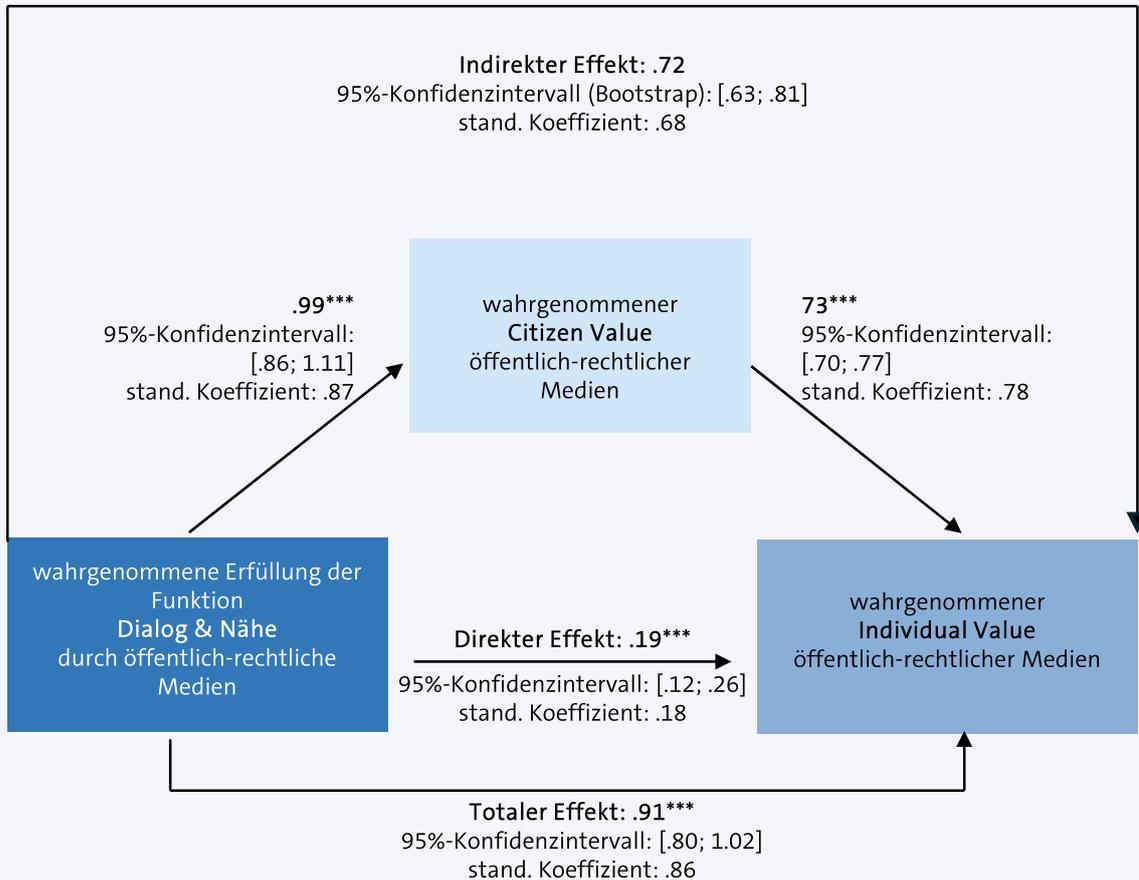
\*\*\* p < .001; \*\* p < .01; \* p < .05

Quelle: eigene Darstellung

**Der Individual Value öffentlich-rechtlicher Medien lässt sich teilweise auch unabhängig von ihrem Citizen Value erklären**

Daneben zeigte sich aber bei den ersten beiden Qualitätsdimensionen zusätzlich auch ein signifikanter direkter Zusammenhang zwischen der wahrgenommenen Erfüllung dieser Qualitätsmerkmale in der Berichterstattung und dem Individual Value, der öffentlich-rechtlichen Medien zugeschrieben wurde. Dieser Zusammenhang erklärt sich also nicht durch die nutzerinnen- und nutzerseitige Wertschätzung des Gemeinwohlbeitrags öffentlich-rechtlicher Medien, sondern besteht davon unabhängig und verweist auf zusätzliche Funktionen, die die beiden Qualitätsdimensionen „Information, Repräsentation & Kontrolle“ und „Dialog & Nähe“ für das Individuum erfüllen. Ein solcher di-

Abbildung 9  
Indirekte und direkte Zusammenhänge zwischen der wahrgenommenen Umsetzung von „Dialog & Nähe“ und dem Individual Value öffentlich-rechtlicher Medien

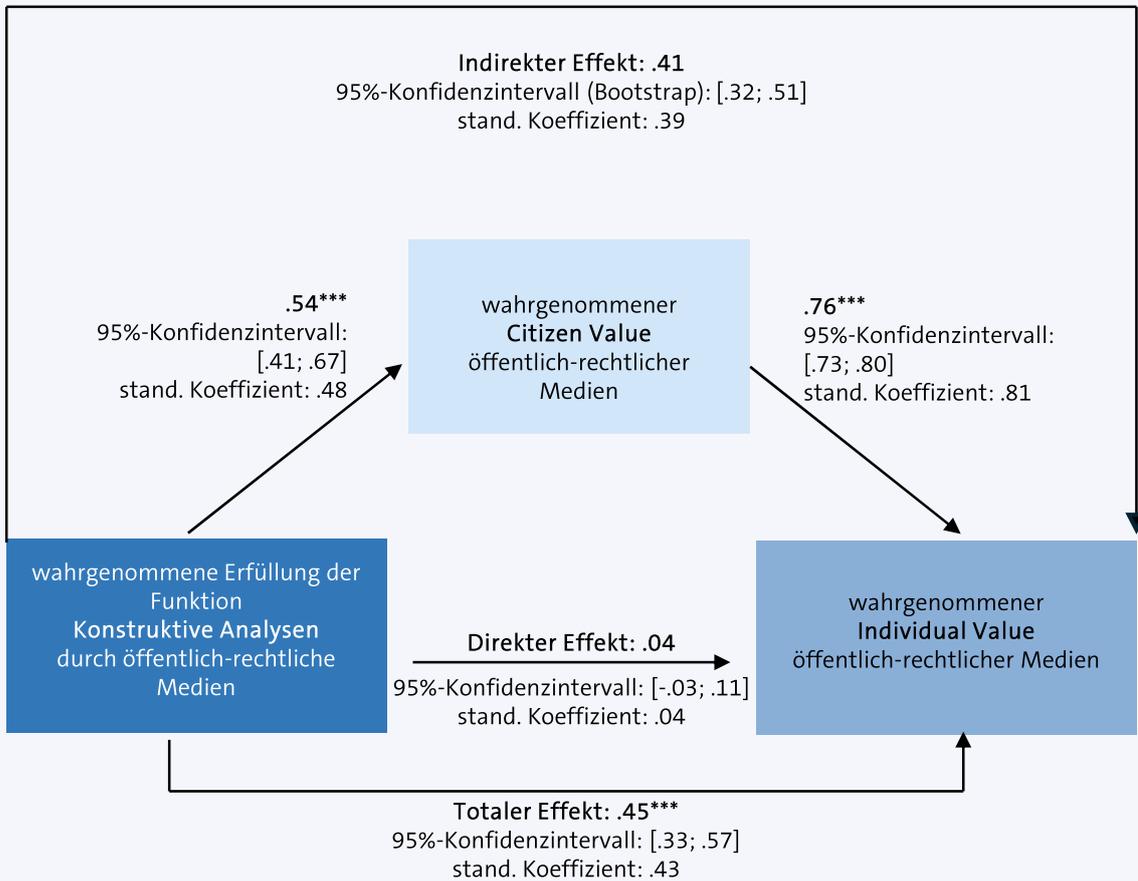


Es ist zu beachten, dass es sich bei den dargestellten Ergebnissen lediglich um Zusammenhänge handelt, die im Rahmen der vorliegenden nicht-experimentellen Befragung keine Ursache-Wirkungs-Beziehungen implizieren. Die dargestellten Koeffizienten wurden unter Kontrolle von Alter, Bildung, Region, Geschlecht, Nachrichteninteresse und politischer Orientierung der Befragten ermittelt.  
\*\*\* p < .001; \*\* p < .01; \* p < .05

Quelle: eigene Darstellung

rekter Zusammenhang und damit individueller Wert dieser Qualitätsdimensionen ist bei den übrigen drei Dimensionen nicht erkennbar (vgl. Abbildungen 10 bis 12), was gegebenenfalls ein weiteres Zeichen dafür sein kann, dass diese Dimensionen (noch) nicht gleichermaßen stark im Relevanzspektrum von Mediennutzerinnen und -nutzern verankert sind. Die ersten beiden Qualitätsdimensionen hatten also für die Befragten – unabhängig von ihren soziodemografischen Merkmalen, ihrem Nachrichteninteresse und ihrer politischen Orientierung – neben einem deutlich höheren gesellschaftlichen Wert darüber hinaus auch einen höheren persönlichen Wert.

Abbildung 10  
Indirekte und direkte Zusammenhänge zwischen der wahrgenommenen Umsetzung von „Konstruktiven Analysen“ und dem Individual Value öffentlich-rechtlicher Medien



Es ist zu beachten, dass es sich bei den dargestellten Ergebnissen lediglich um Zusammenhänge handelt, die im Rahmen der vorliegenden nicht-experimentellen Befragung keine Ursache-Wirkungs-Beziehungen implizieren. Die dargestellten Koeffizienten wurden unter Kontrolle von Alter, Bildung, Region, Geschlecht, Nachrichteninteresse und politischer Orientierung der Befragten ermittelt.  
\*\*\* p < .001; \*\* p < .01; \* p < .05

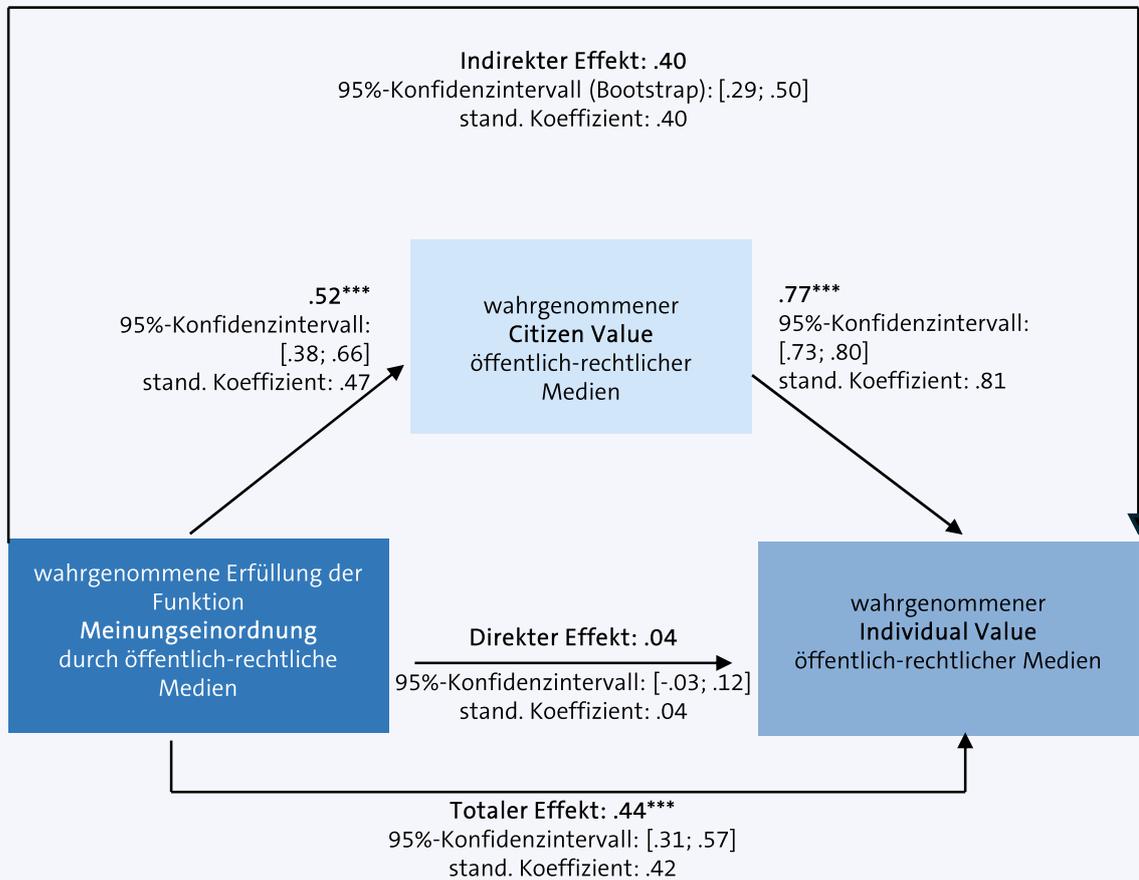
Quelle: eigene Darstellung

### Fazit

**Besondere Relevanz von „Information, Repräsentation & Kontrolle“ und „Dialog & Nähe“ für den Public Value öffentlich-rechtlicher Medien**

Zusammengenommen weisen die vorliegenden explorativen Analysen darauf hin, dass es vor allem zwei Qualitätsebenen sind, die besonders stark mit dem seitens der Nutzerinnen und Nutzer zugeschriebenen Public Value öffentlich-rechtlicher Medien in Beziehung stehen: Erstens die klassische Informations-, Kontroll- und Repräsentationsfunktion des Journalismus, die in Zeiten erhöhter Gefahren von Desinformation heute auch wesentlich die prüfende Funktion eines „Gatewatchers“ beinhaltet; zweitens die im Social-Media-Zeitalter verstärkt wertgeschätzte und eingeforderte Funktion journalistischer Medien, einen gesellschaftlichen Dialog zu erleichtern und als Profession für Nutzerinnen und Nutzer nahbar und ihren Perspektiven gegenüber responsiv zu sein.

Abbildung 11  
Indirekte und direkte Zusammenhänge zwischen der wahrgenommenen Umsetzung von „Meinungseinordnung“ und dem Individual Value öffentlich-rechtlicher Medien



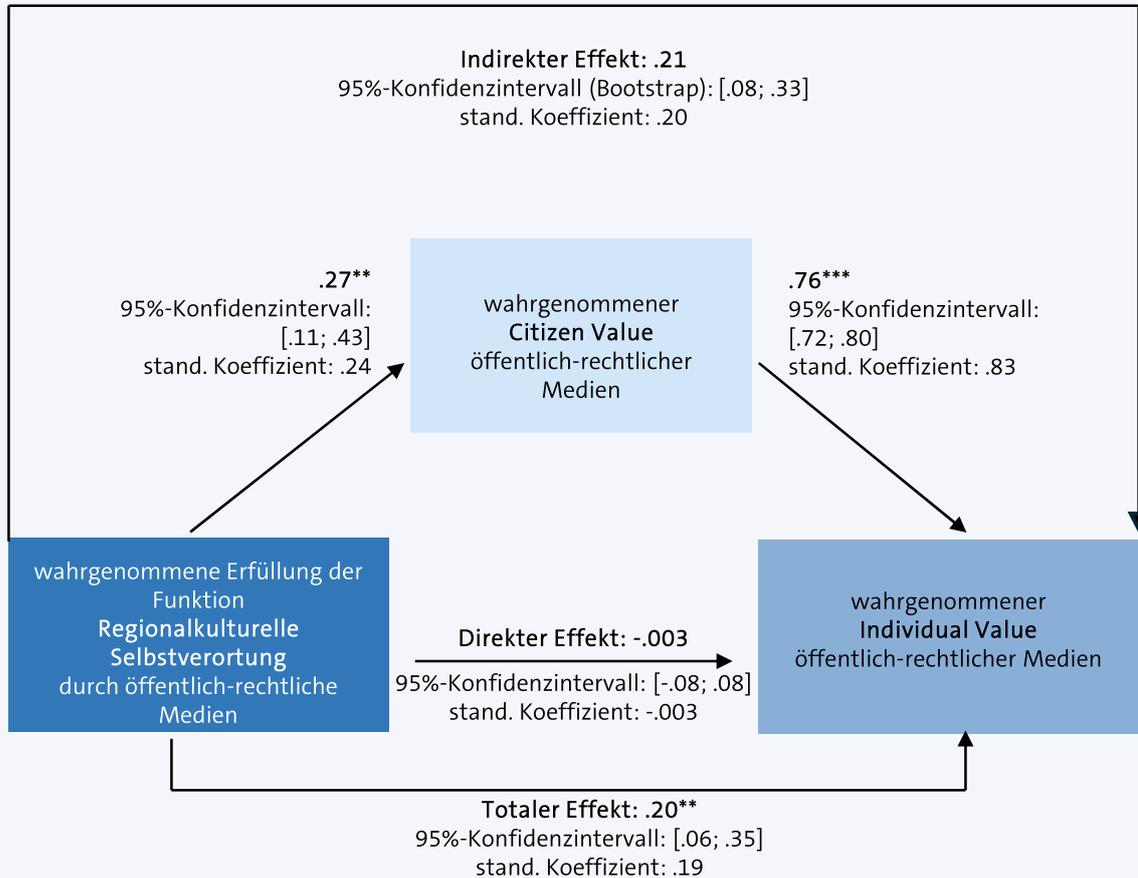
Es ist zu beachten, dass es sich bei den dargestellten Ergebnissen lediglich um Zusammenhänge handelt, die im Rahmen der vorliegenden nicht-experimentellen Befragung keine Ursache-Wirkungs-Beziehungen implizieren. Die dargestellten Koeffizienten wurden unter Kontrolle von Alter, Bildung, Region, Geschlecht, Nachrichteninteresse und politischer Orientierung der Befragten ermittelt.  
\*\*\* p < .001; \*\* p < .01; \* p < .05

Quelle: eigene Darstellung

**Besondere Bedeutung von „Information, Repräsentation & Kontrolle“ und „Dialog & Nähe“ sowohl für den Citizen- als auch für den Individual Value öffentlich-rechtlicher Medien**

Die übrigen Faktoren – insbesondere „Konstruktive Analysen“ und „Meinungseinordnung“ – leisteten ebenfalls einen substanziellen Beitrag zur Varianzaufklärung mit Blick auf den Public Value öffentlich-rechtlicher Medien, wurden aber bei Rezipientinnen und Rezipienten (noch) etwas weniger als gesellschaftlich und persönlich relevant eingeschätzt, als dies seit einigen Jahren in Fachdebatten der Fall ist. Zudem wiesen nur die Informations-, Repräsentations- und Kontrollfunktion sowie die Funktion, Dialog und Nähe herzustellen, einen über den Gemeinwohlbeitrag hinausgehenden persönlichen Wert für die Mediennutzerinnen und -nutzer auf.

Abbildung 12  
Indirekte und direkte Zusammenhänge zwischen der wahrgenommenen Umsetzung von „Regionalkulturelle Selbstverortung“ und dem Individual Value öffentlich-rechtlicher Medien



Es ist zu beachten, dass es sich bei den dargestellten Ergebnissen lediglich um Zusammenhänge handelt, die im Rahmen der vorliegenden nicht-experimentellen Befragung keine Ursache-Wirkungs-Beziehungen implizieren. Die dargestellten Koeffizienten wurden unter Kontrolle von Alter, Bildung, Region, Geschlecht, Nachrichteninteresse und politischer Orientierung der Befragten ermittelt.

\*\*\* p < .001; \*\* p < .01; \* p < .05

Quelle: eigene Darstellung

Der gesellschaftliche und auch der individuelle Wert öffentlich-rechtlicher Medien wird also – bei den hier betrachteten Dimensionen – vor allem in einer unabhängigen, selbstreflektierten und nahbaren Informationsinstanz gesehen, die in Zeiten erhöhter politischer und informationeller Unsicherheit verlässlich Orientierung schafft, gesellschaftliche Diversität abbildet, zwischen unterschiedlichen Gruppen moderiert und dabei möglichst transparent im Hinblick auf eigene redaktionelle Entscheidungen vorgeht, wozu auch gehört, in einen Dialog auf Augenhöhe mit Mediennutzerinnen und -nutzern zu treten.

**Größte Unterschiede bei der öffentlich-rechtlichen Performanz von „Information, Repräsentation & Kontrolle“ und „Dialog & Nähe“**

In den Dimensionen „Information, Repräsentation & Kontrolle“ sowie „Dialog & Nähe“ zeigten sich darüber hinaus hinsichtlich der wahrgenommenen Performanz öffentlich-rechtlicher Medien auch die größten Unterschiede zwischen verschiedenen Befragtengruppen. Mit Blick auf die Ausübung einer öffentlichen, auf die Gesamtgesellschaft gerichteten Aufgabe könnte für öffentlich-rechtliche Medien hier demnach auch ein besonderes, noch unausgeschöpftes Potenzial liegen, Wertschätzung für die eigenen journalistischen Wirklichkeitsbeschreibungen gruppenübergreifend zu fördern.

Es bleibt aber zu beachten, dass die vorliegenden Analysen keine Ursache-Wirkungs-Beziehungen implizieren, sondern lediglich auf korrelativer Basis und über ein exploratives Design Zusammenhänge sichtbar machen, die auf breiterer Basis wie auch anhand konkreter Programmangebote weiter untersucht werden müssen – auch mit Blick darauf, wie sich Wertschätzung in der tatsächlichen Nutzung widerspiegelt.