

2618/AB
Bundesministerium vom 22.09.2025 zu 3070/J (XXVIII. GP)
Wohnen, Kunst, Kultur,
Medien und Sport

bmwkms.gv.at

Andreas Babler, MSc

Vizekanzler

Bundesminister für Wohnen, Kunst, Kultur,
Medien und Sport

Herrn
Präsidenten des Nationalrates
Dr. Walter Rosenkranz
Parlament
1017 Wien

Geschäftszahl: 2025-0.576.818

Wien, . September 2025

Sehr geehrter Herr Präsident,

die Abgeordneten zum Nationalrat Maximilian Weinzierl und weitere Abgeordnete haben am 18. Juli 2025 unter der **Nr. 3070/J** an mich eine schriftliche parlamentarische Anfrage betreffend „Veränderungen im Medienverhalten von Jugendlichen infolge der Pandemie“ gerichtet.

Diese Anfrage beantworte ich nach den mir vorliegenden Informationen wie folgt:

Zu den Fragen 1 bis 3:

- *Gibt es aktuelle Studien zum Mediennutzungsverhalten Jugendlicher seit Beginn der Pandemie?*
- *Wurde ein signifikanter Anstieg der Bildschirmzeit oder sozialer Mediennutzung festgestellt?*
- *Welche Risiken (z.B. Abhängigkeit, Informationsüberlastung) wurden dokumentiert?*

Zu diesen Fragen darf ich auf die „Bewegtbildstudie“ der RTR-GmbH verweisen, die seit 2016 jährlich publiziert wird.

Anhand der „Bewegtbildstudie 2025“ (abrufbar unter https://www.rtr.at/medien/aktuelles/publikationen/Publikationen/nin/Not_NewsCenter_Publikationen_2025/Bewegtbildstudie2025.de.html) lässt sich eine Veränderung des Mediennutzungsverhaltens bei der Kohorte der 14- bis 29-Jährigen im Zeitraum von 2020 bis 2025 feststellen, wobei folgende Entwicklungen hervorzuheben sind:

- Rückgang der klassischen TV-Nutzung von 46,6 % (2020) auf 34,7 % (2024);
- weitgehend stabile Nutzung digitaler Bewegtbildangebote (inkl. YouTube, Streaming etc.): 2020: 53,9 % / 2024: 52,2 % / 2025: 47,3 % -> leichter Rückgang 2025, aber im Verhältnis zur klassischen TV-Nutzung jedoch stabil;
- Anstieg der Marktanteile von Video-on-Demand (z.B. Netflix, YouTube etc.) von 5,9 % (2020) auf 10,4 % (2025);
- Rückgang der Gesamtnutzungsdauer von 240 Minuten pro Tag (2020) auf 184 Minuten pro Tag (2025), trotz steigender Nutzung von Online-Formaten.

Die Daten zeigen somit einen signifikanten Rückgang der linearen TV-Nutzung bei den 14- bis 29-Jährigen sowie eine stärkere Nutzung von Video-on-Demand-Angeboten und Plattformen wie YouTube. Insgesamt hat sich die Mediennutzung in Richtung digitaler, zeitunabhängiger Formate verschoben, auch wenn die Gesamtnutzungsdauer zurückgegangen ist.

Zu Frage 4:

- *Welche Angebote zur Förderung von Medienkompetenz wurden in dieser Zeit erweitert oder neu geschaffen?*

Zu dieser Frage darf ich auf die Aktivitäten der RTR-GmbH im Kontext „Medienkompetenz“ hinweisen, insbesondere auf den Medienkompetenz-Atlas, der Projekte und Initiativen zum Thema aus ganz Österreich auflistet (<https://www.rtr.at/Medienkompetenz-Atlas>).

Zu Frage 5:

- *Plant das Ressort Kampagnen oder Bildungsprogramme zur Förderung eines reflektierten Medienumgangs?*

Die (österreichische) Informationslandschaft steht vor wachsenden Herausforderungen: Gezielte Desinformation, Deepfakes und propagandistische Inhalte verbreiten sich zunehmend über digitale Kanäle und erschweren es Bürger:innen, Fakten von Falschnachrichten zu unterscheiden.

Das Regierungsprogramm greift diese Entwicklung an mehreren Punkten auf. Ein zentrales Anliegen ist es, das Bewusstsein in der Bevölkerung dafür zu schaffen und einen reflektierten Umgang mit Medien zu fördern. Ein Ansatz besteht darin, jungen Menschen einen niederschwelligen Zugang zum Qualitätsjournalismus zu ermöglichen. Dafür soll Schüler:innen sowie Lehrlingen der kostenlose Zugang zu digitalen Angeboten österreichischer Medien eröffnet werden.

Zudem ist im Regierungsprogramm die Erarbeitung einer umfassenden Strategie, einschließlich einer angemessenen Finanzierung zur Förderung der Medienkompetenz im Sinne einer reflektierten, kreativen und selbstbestimmten Mediennutzung während des gesamten Lebens, verankert. Ein Schwerpunkt der Strategieentwicklung soll auf Medienkompetenz in Schulen und Bildungseinrichtungen inklusive Erwachsenenbildung gelegt werden.

Andreas Babler, MSc

