

Informationen fürs Leben

BR-Studie zum Vertrauen in die Medien

zum 25. Geburtstag von



Ergebnisse im Überblick

2. Mai 2016

Impressum

„Informationen für Leben“ – BR-Studie zum Vertrauen in die Medien

Bayerischer Rundfunk
Rundfunkplatz 1, 80335 München

Herausgeber

Bayerischer Rundfunk
Ulrich Wilhelm (Intendant)

Verantwortlich

Mercedes Riederer (Chefredakteurin Hörfunk im Bayerischen Rundfunk)
Max Stocker (Programmchef, B5 aktuell)

Analyse und Redaktion

Bayerischer Rundfunk, Abteilung Unternehmensanalyse und Medienforschung
Birgit van Eimeren (Ltg.)
Andreas Egger

Durchführung Repräsentativstudie

TNS emnid, Bielefeld, im Auftrag des Bayerischen Rundfunks

Durchführung qualitative Teilstudie

Klare Antworten, München, im Auftrag des Bayerischen Rundfunks

Copyright

Bayerischer Rundfunk
Rundfunkplatz 1, 80335 München
Alle Rechte vorbehalten

Studiensteckbrief

Projekt

- Studiendesign: zwei SEPARATE Studien (Repräsentativbefragung und qualitative Untersuchung mit Fokusgruppen) zur Gewährleistung der Repräsentativität in Deutschland und zur Ermittlung von zugrunde liegenden Einstellungen und Motivlagen.
- Auswertung, Analyse, Interpretation: BR / Abteilung Unternehmensanalyse und Medienforschung.

Repräsentativbefragung

- Telefonische Repräsentativbefragung (CATI) von 1.000 deutschsprachigen Personen ab 18 Jahren in Deutschland (Dual Frame: 70 Prozent Festnetz-/ 30 Prozent Mobilfunk-Interviews).
- Erhebung: 11. März bis 2. April 2016 durch das Institut TNS emnid, Bielefeld.
- Hinweis: Aussagen und Meinungen zu den „Nachrichtenmedien“ wurden für die klassischen Medienanbieter (Rundfunk, Print) einschließlich ihrer Internetangebote abgefragt.

Qualitative Teilstudie mit vier Fokusgruppen

- Vier Fokusgruppen mit Nachrichtennutzern in München und Nürnberg.
- Gruppeneinteilung: Personen mit traditioneller Mediennutzung und liberaler (Kürzel für Zitate: tl) bzw. rigider Werteorientierung (tr); Personen mit moderner Mediennutzung und liberaler (ml) bzw. rigider (mr) Orientierung.
- Durchführung: 8. bzw. 14. März 2016 durch das Institut Klare Antworten, München.

3

Teilgruppen (Repräsentativstudie)

Für die detaillierte Bewertung der Ergebnisse werden die Befragten nach vertrauten Merkmalen (Alter, Geschlecht, geografische Herkunft – Bayern, alte vs. neue Bundesländer) unterschieden.

Zusätzlich werden in diesem Ergebnisbericht folgende Teilgruppen eingehender betrachtet, bei denen sich durchgängig (zum Teil deutliche) Unterschiede zum Bevölkerungsmittel feststellen lassen:

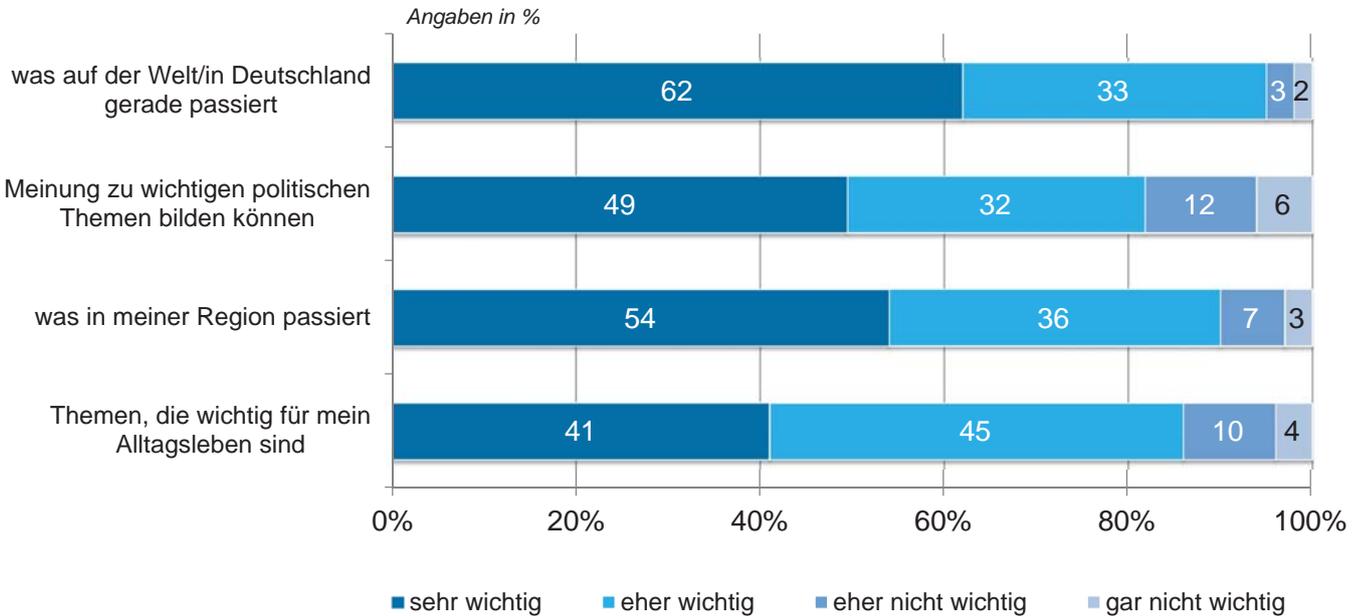
- **Personen mit Migrationshintergrund (Anteil 14%):** Sind in dieser Studie leicht unterrepräsentiert (Anteil an der Bevölkerung ab 20 Jahren lt. Statistischem Bundesamt: 17,7%).
- **Hörer von ARD-Infowellen (Anteil 13%):** Infowellen der Landesrundfunkanstalten oder Deutschlandfunk meist- bzw. zweitmeist gehörtes Programm. Männer (59%) und Über-60-Jährige (50%) sind überrepräsentiert. Mehr als ein Drittel verfügt über ein abgeschlossenes Studium. Die geografische Herkunft entspricht annähernd dem Durchschnitt. Dieser Personenkreis ist stark politisch interessiert.
- **„Zweifler“ (Anteil 32%):** Personen, die bei vier Statements zur Lage Deutschlands (→ siehe Grafik auf S. 61) eine klare Tendenz zu Unbehagen aufweisen. Diese Personengruppe entspricht der Bevölkerungsverteilung bei Geschlecht und geografischer Herkunft. Sie verfügt häufiger über eine geringere formale Bildung (50 Prozent). Die mittlere Altersgruppe (30-59 Jahre) ist überrepräsentiert, dafür gibt es weniger Ältere.

Informationsinteressen und Funktionen der Nachrichten

Informationsinteressen

Wenn Sie sich informieren, wie wichtig sind Ihnen persönlich die folgenden Dinge?

Auch diese Studie zeigt: Die Deutschen haben ein ausgeprägtes Interesse an (inter-)nationalen und regionalen Ereignissen. Alltagsthemen haben (bei nachrichtlich geprägter Information) geringere Relevanz.



Basis: 1.000 Personen ab 18 Jahren in Deutschland
Quelle: Informationen fürs Leben – BR-Studie zum Vertrauen in die Medien

Abweichungen zu 100% aufgrund von Rundungsfehlern möglich 6

Informationsinteressen Teilgruppen

Bei allen Teilgruppen liegt der Fokus am stärksten auf aktuellen Informationen aus Deutschland und der Welt. Hörern von Infowellen ist der Aspekt der politischen Meinungsbildung besonders wichtig. Dies spielt bei Menschen mit Migrationshintergrund eine geringere Rolle.

„sehr wichtig/wichtig“ in %	Gesamt	Bayern	18-29 J.	30-59 J.	60+ J.	„Zweifler“	Migr.-hintergr.	Hörer Infowellen
was auf der Welt/in Deutschland gerade passiert	94	95	97	91	97	91	92	98
was in meiner Region passiert	89	87	85	89	92	89	83	90
Themen, die wichtig für mein Alltagsleben sind	86	85	89	84	86	86	87	85
Meinung zu wichtigen politischen Themen bilden können	81	83	84	78	84	77	72	88

Basis: 1.000 Personen ab 18 Jahren in Deutschland
Quelle: Informationen fürs Leben – BR-Studie zum Vertrauen in die Medien

■ + 10 Prozentpunkte ■ + 5-9 Prozentpunkte ■ - 5-9 Prozentpunkte ■ - 10 Prozentpunkte

Globale Krisen sind bedrohlich nahe gekommen

Ergebnisse zur Wirkung von Nachrichten aus der qualitativen Untersuchung

Den Menschen sind die (inter-)nationalen Krisen und Konflikte sehr bewusst. Gefühl gibt es für sie keine Trennung mehr zwischen eigenem Alltag und den (sie beängstigenden) Ereignissen in Deutschland, Europa und weltweit. Nachrichten können hier stabilisierend wirken und sichern – aber auch das Gegenteil bewirken!

„Wichtig, dass man über seine kleine Welt hinaus schaut.“

„Man will ja wissen, was ist mit unserem Stadtteil, unserem Land, mit Europa.“

„Das kann ich ja nur durch die Nachrichten erfahren und sehen.“

Nachrichten vernetzen unser Leben mit der Außenwelt

Gnadenlos vernetzt: „Es hängt ja alles mit allem zusammen.“

„Heutzutage sind wir einfach dran gewöhnt, dass das alles auf uns einfließt.“

Deutschland: Landtagswahlen, AfD, Bundesliga, Zugunglück in Bayern

Europa: z.B. **Terror in Paris und Brüssel**, Finanzkrise Griechenland, Ukraine-Konflikt

Ferne Brennpunkte: z.B. Vorwahlen in USA, **Dürren in Afrika, Krieg und IS in Syrien**

Klimawandel
Flüchtlingskrise! TTIP
IS-Terror

Basis: vier Fokusgruppen in München und Nürnberg
Quelle: Informationen fürs Leben – BR-Studie zum Vertrauen in die Medien (qualitative Teilstudie)

8

Informationsinteressen und Funktionen der Nachrichten

Die Menschen in Deutschland schätzen sich selbst als (hoch)interessiert am aktuellen Geschehen ein. Besonders im Fokus: die Ereignislage in der Welt, in Deutschland und der Region. So zählt informiert zu sein für viele Menschen zur Alltagsroutine und zu ihrem Selbstkonzept als mündige Bürger. Bemerkenswert: Es gibt im Bereich der Aktualität – ganz im Gegensatz zu anderen Themenbereichen – nur geringe Unterschiede zwischen den gesellschaftlichen Gruppen. Die Hörer der ARD-Infowellten zeichnen sich darüber hinaus durch ein überdurchschnittlich hohes Interesse an politischer Meinungsbildung aus.

Ein wesentlicher Faktor der Nachrichtennutzung, der aus vielen Studien bekannt ist, ist der Wunsch nach Sicherheit und Kontrolle („nachsehen, ob die Welt noch steht“). Allerdings haben die Nachrichten (derzeit) auch destabilisierende Wirkungen, die in der Wahrnehmung vieler Menschen die Oberhand gewinnen: Globale Themen wie Terror, Flüchtlingskrise, Klimawandel etc. kommen durch die Nachrichten bedrohlich nahe und überwältigen sowohl kognitiv (Komplexität, Widersprüche) wie emotional (Angst, Ohnmacht).

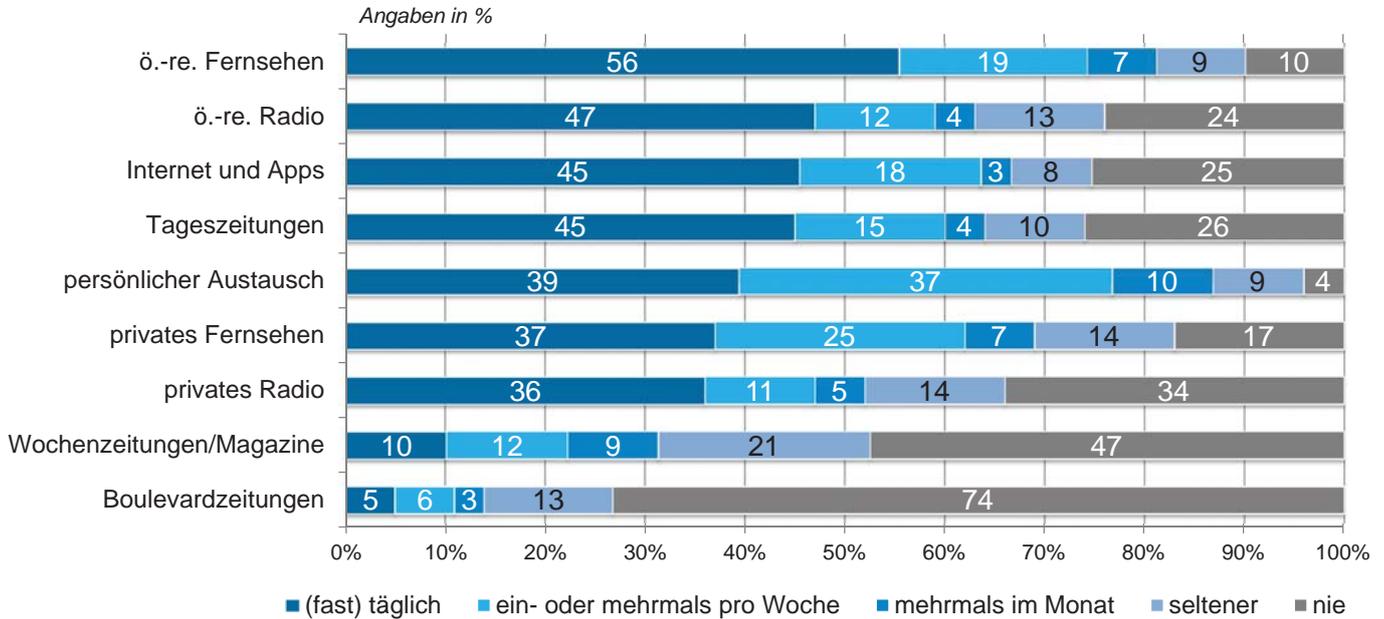
9

Nachrichtenquellen

Nachrichtenquellen

Wie oft nutzen Sie die folgenden Informationsquellen zum aktuellen Geschehen?

Die Öffentlich-Rechtlichen sind nach wie vor die wichtigsten täglichen Informationsquellen. Internet und Apps werden fast ebenso routiniert (v.a. additiv und nicht alternativ) genutzt. Nutzer von spezifischen Nachrichten-Apps und -Websites sind meist auch Nutzer der „traditionellen“ Nachrichtenmedien.



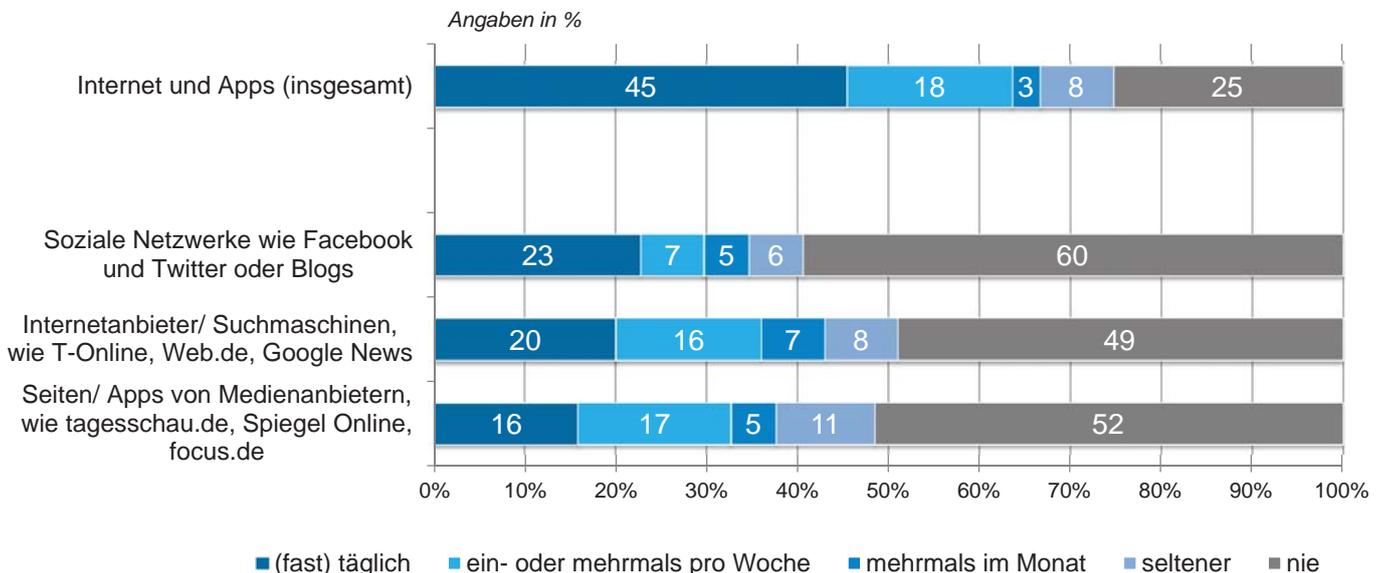
Basis: 1.000 Personen ab 18 Jahren in Deutschland
Quelle: Informationen fürs Leben – BR-Studie zum Vertrauen in die Medien

Abweichungen zu 100% aufgrund von Rundungsfehlern möglich 11

Nachrichtenquelle Internet

Wie oft nutzen Sie die folgenden Informationsquellen im Internet?

Fast zwei Drittel der Deutschen nutzen mindestens einmal wöchentlich Nachrichten im Netz. Allerdings hat sich im Internet bislang noch nicht „die eine“ Anlaufstelle für Nachrichten etabliert. Viele Menschen stoßen im Netz auf Nachrichten, meist ohne gezielt danach zu suchen, z.B. bei Providern, Suchmaschinen oder in sozialen Netzwerken (s. auch ARD/ZDF-Onlinestudien 2014 und 2015).



Basis: 1.000 Personen ab 18 Jahren in Deutschland
Quelle: Informationen fürs Leben – BR-Studie zum Vertrauen in die Medien

Abweichungen zu 100% aufgrund von Rundungsfehlern möglich 12

Tägliche Nachrichtenquellen

Teilgruppen

Öffentlich-rechtliche Medien werden von Älteren besonders häufig und regelmäßig genutzt. Auch die Hörer der Infowellen zeigen eine überdurchschnittliche Affinität. Bei den Jungen und bei Menschen mit Migrationshintergrund ist das Netz die wichtigste Informationsquelle. „Zweifler“ informieren sich überdurchschnittlich im privaten Rundfunk und in sozialen Netzwerken.

„(fast) täglich“ in %	Gesamt	Bayern	18-29 J.	30-59 J.	60+ J.	„Zweifler“	Migr.-hintergr.	Hörer Infow.
öffentlich-rechtliches Fernsehen	56	55	31	45	86	48	38	68
öffentlich-rechtliches Radio	47	50	34	45	56	45	40	73
Internet und Apps (insgesamt)	45	41	68	50	26	49	58	46
soziale Netzwerke oder Blogs	23	19	55	23	7	30	26	9
Internetanbieter/Suchmaschinen	20	15	27	22	14	21	24	19
Seiten/Apps von Medienanbietern	16	12	30	18	6	12	19	21
Tageszeitungen	45	42	26	40	61	40	25	50
persönlicher Austausch	39	39	50	45	26	39	36	36
privates Fernsehen	37	34	28	45	31	57	31	6
privates Radio	36	43	43	42	24	43	32	18
Wochenzeitungen/Magazine	10	9	11	6	16	9	7	21
Boulevardzeitungen	5	8	2	5	8	4	7	4

Basis: 1.000 Personen ab 18 Jahren in Deutschland
 Quelle: Informationen fürs Leben – BR-Studie zum Vertrauen in die Medien

■ + 10 Prozentpunkte ■ + 5-9 Prozentpunkte ■ - 5-9 Prozentpunkte ■ - 10 Prozentpunkte

13

Alte und neue Nachrichtenquellen

Die vorliegende Repräsentativuntersuchung bestätigt die Befunde der wichtigsten Studien zur Mediennutzung: Die etablierten Medienanbieter aus Rundfunk und Presse (einschließlich ihrer Internetangebote) bleiben für die Bürger Leuchttürme bei der Information über das tagesaktuelle Geschehen. Fernsehen und Hörfunk bleiben dabei die wichtigsten Quellen der Deutschen: 70 Prozent informieren sich (fast) täglich im Fernsehen, 67 Prozent im Radio (jeweils Nettowert öffentlich-rechtliche und private Sender). Die Angebote des öffentlich-rechtlichen Rundfunks sind dabei die mit Abstand wichtigsten Anlaufstellen. Tageszeitungen – die „Qualitätspresse“ deutlich stärker als Boulevardzeitungen – und Internetquellen werden von knapp der Hälfte der Bevölkerung täglich genutzt, für vier von zehn Deutschen ist das aktuelle Geschehen zudem Gesprächsstoff im persönlichen Austausch. Im Zielgruppenvergleich zeigen sich die bekannten Unterschiede zwischen Jung und Alt.

Unter den Netzquellen besitzt Social Media die höchste Bedeutung beim täglichen Kontakt mit aktueller Information. Die Angebote der etablierten Medien ebenso wie Internet-Portale (Provider, Suchmaschinen etc.) haben jedoch insgesamt ein weiteres Nutzerpotenzial. Allerdings „stolpern“ viele Menschen auf Providerportalen eher zufällig über Nachrichten, während eine gezielte Informationsnutzung vor allem bei Angeboten der Medien, zum Teil aber auch in Social Media, stattfindet. Soziale Netzwerke bedienen das Bedürfnis nach Bequemlichkeit (Meldungen der klassischen Medien in den Timelines) ebenso wie das nach alternativen Quellen – sicherlich ein Grund, dass diese gerade von „Zweiflern“ überdurchschnittlich häufig zu Informationszwecken genutzt werden. Internetquellen sind für die Meisten additiv zu den traditionellen tagesaktuellen Medien zu sehen: 91 Prozent derer, die sich täglich im Internet informieren, nutzen dazu täglich auch Fernsehen, Radio oder Tageszeitungen. Bei den Unter-30-Jährigen sind es 81 Prozent.

Die in der vorliegenden Studie ermittelten Werte stimmen sehr gut mit Ergebnissen eingeführter Markt-Medien-Studien mit „Währungscharakter“, wie der ARD/ZDF-Studie Massenkommunikation oder der ARD/ZDF-Onlinestudie, überein.

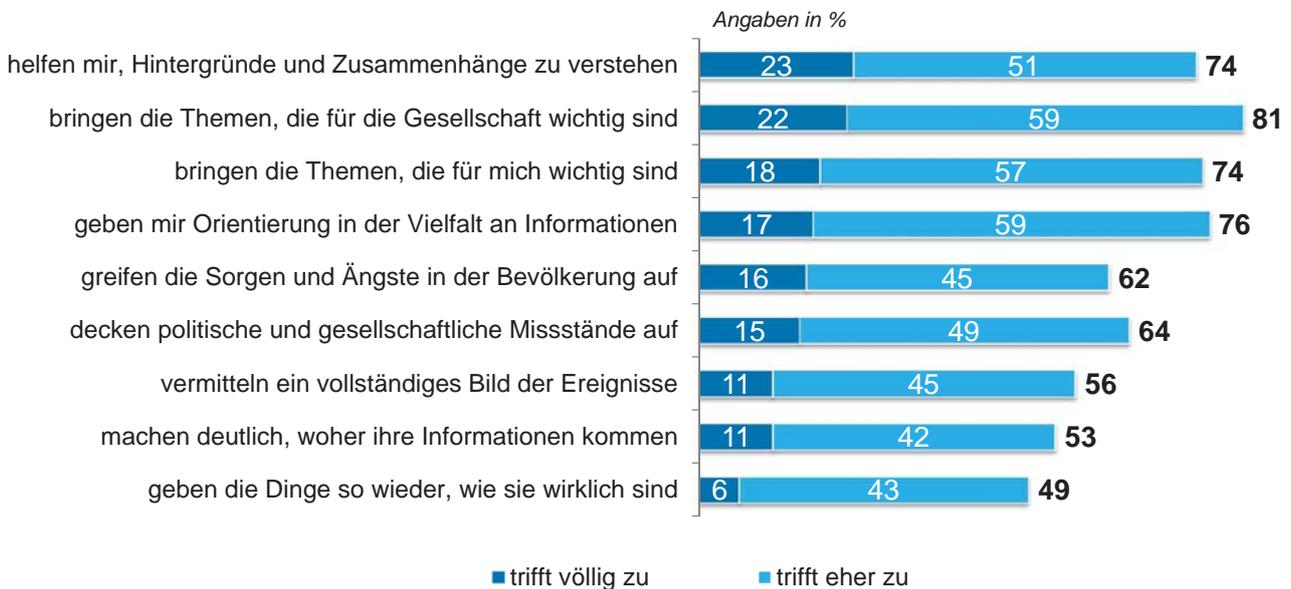
14

Leistungen und Defizite der etablierten Medien

Leistung der Medien

Inwieweit trifft die jeweilige Aussage Ihrer Meinung nach auf die Nachrichtenmedien zu? (positiv formulierte Statements)

Mit der Leistung der etablierten Medienanbieter bei der Erfüllung journalistischer Kernfunktionen sind die Menschen in Deutschland hochgradig zufrieden – sei es, eine Agenda wichtiger Themen bereitzustellen, Orientierung zu geben (Lotsenfunktion, Hintergründe), die Sorgen der Bürger aufzugreifen oder Missstände aufzudecken. Eine gewisse Skepsis besteht bei rund der Hälfte der Bevölkerung hinsichtlich Vollständigkeit der Berichterstattung, richtiger Darstellung von Sachverhalten und der Quellentransparenz.



Basis: 1.000 Personen ab 18 Jahren in Deutschland
Quelle: Informationen fürs Leben – BR-Studie zum Vertrauen in die Medien

Abweichungen in der Addition aufgrund von Rundungsfehlern möglich 16

Leistung der Medien

Teilgruppen

Mit wenigen Ausnahmen wird das grundlegend wohlwollende Bild über die journalistischen Leistungen von Jung und Alt geteilt. Überdurchschnittlich zufrieden zeigen sich die Hörer der Infowellen. Ein gutes Stück kritischer als die Gesamtbevölkerung sind die „Zweifler“, vor allem was die Richtigkeit der Informationsvermittlung (aus ihrer Sicht) betrifft. Bei Vollständigkeit und Quellentransparenz sehen junge Leute unter 30 Jahren und Menschen mit Migrationshintergrund in den Nachrichtenmedien noch Luft nach oben.

„voll und ganz/weitgehend“ in %	Gesamt	Bayern	18-29 J.	30-59 J.	60+ J.	„Zweifler“	Migr.-hintergr.	Hörer Infowellen
helfen mir, Hintergründe und Zusammenhänge zu verstehen	74	74	63	74	79	53	69	82
bringen die Themen, die für die Gesellschaft wichtig sind	81	79	75	79	88	67	73	89
bringen die Themen, die für mich wichtig sind	74	75	75	71	80	64	72	78
geben mir Orientierung in der Vielfalt an Informationen	76	71	77	74	79	62	69	82
greifen die Sorgen und Ängste in der Bevölkerung auf	62	64	65	60	63	49	65	62
decken politische und gesellschaftliche Missstände auf	64	65	62	60	71	44	68	81
vermitteln ein vollständiges Bild der Ereignisse	56	59	42	54	67	40	44	56
machen deutlich, woher ihre Informationen kommen	53	58	46	50	61	49	35	58
geben die Dinge so wieder, wie sie wirklich sind	49	46	50	47	50	28	41	60

Basis: 1.000 Personen ab 18 Jahren in Deutschland
Quelle: Informationen fürs Leben – BR-Studie zum Vertrauen in die Medien

■ + 10 Prozentpunkte
 ■ + 5-9 Prozentpunkte
 ■ - 5-9 Prozentpunkte
 ■ - 10 Prozentpunkte

Defizite der Medien

Inwieweit trifft die jeweilige Aussage Ihrer Meinung nach auf die Nachrichtenmedien zu? (negativ formulierte Statements)

Die Menschen wünschen sich von den Medien vor allem, dass diese mehr über Lösungsansätze berichten (s. auch U. Haagerup: Constructive News, 2015), stärker auf Konsequenzen politischer Entscheidungen eingehen und der Komplexität von Sachverhalten weniger mit Simplifizierung und Stereotypisierung begegnen. Rund die Hälfte der Bevölkerung fordert aber auch ein, mehr gehört zu werden und ihre realen Probleme ebenso wie abweichende Meinungen in der Berichterstattung stärker wiederzufinden.



Basis: 1.000 Personen ab 18 Jahren in Deutschland
 Quelle: Informationen fürs Leben – BR-Studie zum Vertrauen in die Medien

Abweichungen in der Addition aufgrund von Rundungsfehlern möglich 18

Defizite der Medien Teilgruppen

Vor allem „Zweifler“ und Menschen mit Migrationshintergrund finden sich und ihre Lebenswelt in den Nachrichtenmedien nicht ausreichend wieder. Sie äußern Zweifel an der Vollständigkeit der Berichterstattung. Etwas abgeschwächt gilt dies auch für die Jüngeren.

„voll und ganz/weitgehend“ in %	Gesamt	Bayern	18-29 J.	30-59 J.	60+ J.	„Zweifler“	Migr.-hintergr.	Hörer Infow.
berichten zu viel über Probleme und zu wenig über Lösungen	76	77	76	78	72	+10	+5-9	-5-9
vereinfachen Sachverhalte zu sehr und verbreiten dadurch Vorurteile	66	72	+5-9	65	62	+10	+10	-5-9
gehen zu wenig auf die Folgen der Entscheidungen von Politikern und Wirtschaftsführern f.d. Menschen ein	61	63	-5-9	61	63	+10	+10	-5-9
blenden berechnigte Meinungen aus, die sie für unerwünscht halten	60	59	59	64	56	+10	+5-9	-10
schenken Menschen wie mir zu wenig Gehör	51	54	+5-9	54	-5-9	+10	+10	-10
reden an mir und meinen Problemen vorbei	51	50	49	53	49	+10	+10	-10
schreiben einem vor, was man denken soll	49	+5-9	+5-9	53	-10	+10	+5-9	-10

Basis: 1.000 Personen ab 18 Jahren in Deutschland
 Quelle: Informationen fürs Leben – BR-Studie zum Vertrauen in die Medien

■ + 10 Prozentpunkte ■ + 5-9 Prozentpunkte ■ - 5-9 Prozentpunkte ■ - 10 Prozentpunkte

Dominanz der Top-Themen

Ergebnisse aus der qualitativen Untersuchung zu wesentlichen Kritikpunkten an den Medien

Dass in Krisenzeiten wie in den vergangenen Jahren oftmals wenige Top-Themen die Medienagenda komplett beherrschen, erklärt einige Kritikpunkte an den Medien ein Stück weit mit: Die erlebte Überforderung und Ohnmacht bestärken den Wunsch nach stärkerem Fokus auf Lösungen in der Berichterstattung. Andererseits nährt dieser Eindruck bei nicht Wenigen auch ein diffuses Misstrauen, dass andere Themen bewusst kleingehalten werden sollen.

Overkill bei Top-Themen

Top-Themen nehmen sehr viel Raum ein, beherrschen über Tage, Wochen, Monate die Schlagzeilen – „**Themen werden totgeritten**, weil sie sich gut verkaufen.“ (v.a. Flüchtlingskrise, aber auch: Terror, AfD, VW-Skandal, Trump)

Nervt: „Irgendwann hat man auch mal die Nase voll.“ (tr)

Stillstand statt Entwicklung: „Neue Informationen gibt es nicht, nur die 13. Perspektive eines Geschehens.“ (tr); „Es wird zwar viel berichtet, aber das Problem wird im Kern nicht angepackt.“ (ml)

Wichtige, andere Themen finden nicht mehr statt – z.B. TTIP, Klimawandel, Finanzkrise in Griechenland, Patientenkarte – „Themen, die jetzt durch die Flüchtlingskrise vergessen werden.“

→ **Absicht?**



Foto: colourbox

Basis: vier Fokusgruppen in München und Nürnberg
Quelle: Informationen fürs Leben - BR-Studie zum Vertrauen in die Medien (qualitative Teilstudie)

20

Leistungen und Defizite der etablierten Nachrichtenmedien (I)

Die praktischen Vorteile eines hoch entwickelten Nachrichtensystems und der Pressefreiheit sind den Menschen in Deutschland sehr bewusst.

- Gerade journalistische Kernfunktionen wie die Bereitstellung einer Agenda wichtiger Themen oder die Vermittlung von Orientierung (Lotsenfunktion, Hintergründe) sind hochgradig anerkannt.
- Eine große Mehrheit von zwei Dritteln der Bevölkerung findet zudem die Sorgen und Ängste der Menschen gut berücksichtigt und ist davon überzeugt, dass die Medien immer wieder gesellschaftliche Missstände aufdecken.

Es gibt jedoch auch eine Anzahl von Punkten, bei denen weite Teile der Bevölkerung Verbesserungspotenzial erkennen. Diese sind:

- Der ausgeprägte Wunsch nach stärkerer Fokussierung auf Lösungen – und weniger auf Probleme – in der Berichterstattung (Stichwort „constructive journalism“), nach Vermeidung zu starker Vereinfachungen, die zu einer stereotypen Wahrnehmung von Sachverhalten führen, oder nach mehr Transparenz, wo eigentlich die Informationen der Medien herkommen.
- Die Forderung nach mehr Repräsentanz der eigenen Gesellschaftsschicht und der realen Probleme der Menschen. Damit verbunden ist ein Unbehagen an der richtigen und vollständigen Wiedergabe von Sachverhalten in der Berichterstattung, das von etwa der Hälfte der Bevölkerung geteilt wird.

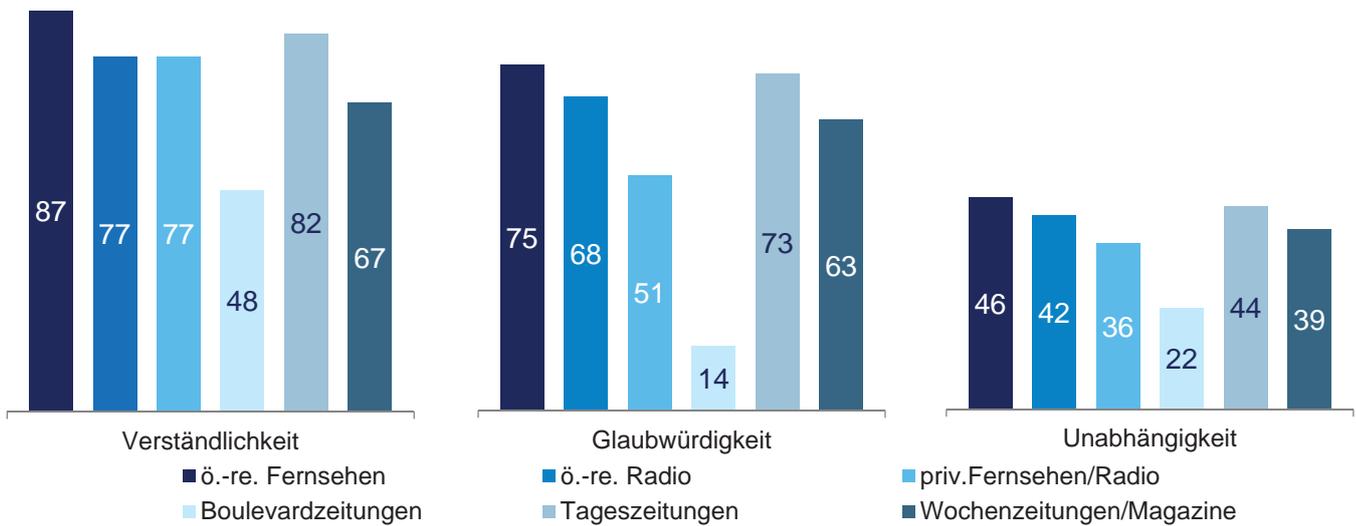
Neben den „Zweiflern“, die den etablierten Nachrichtenmedien in vielen Punkten misstrauisch gegenüberstehen, sind auch Menschen mit Migrationshintergrund etwas skeptischer als der Bevölkerungsdurchschnitt – obwohl sie die Relevanz der in den Medien behandelten Themen und die kritische Berichterstattung zu gesellschaftlichen Missständen und Sorgen der Bevölkerung durchaus schätzen. Deutlich positiver als im Bevölkerungsmittel urteilen die Hörer der ARD-Infowellen.

Zentrale Eigenschaften der Medien im Überblick

Verständlichkeit, Glaubwürdigkeit und Unabhängigkeit der Nachrichtenmedien

Das öffentlich-rechtliche Fernsehen gilt unter den deutschen Medien als Verständlichstes und Glaubwürdigstes. Gattungsübergreifend fallen die Bewertungen beim professionell-handwerklichen Kriterium der Verständlichkeit besonders positiv aus. Während die Glaubwürdigkeit der meisten Angebotstypen ebenfalls hoch ist, machen die Menschen bei der (institutionellen) Unabhängigkeit der Medien Abstriche.

„trifft völlig/eher zu“ in %

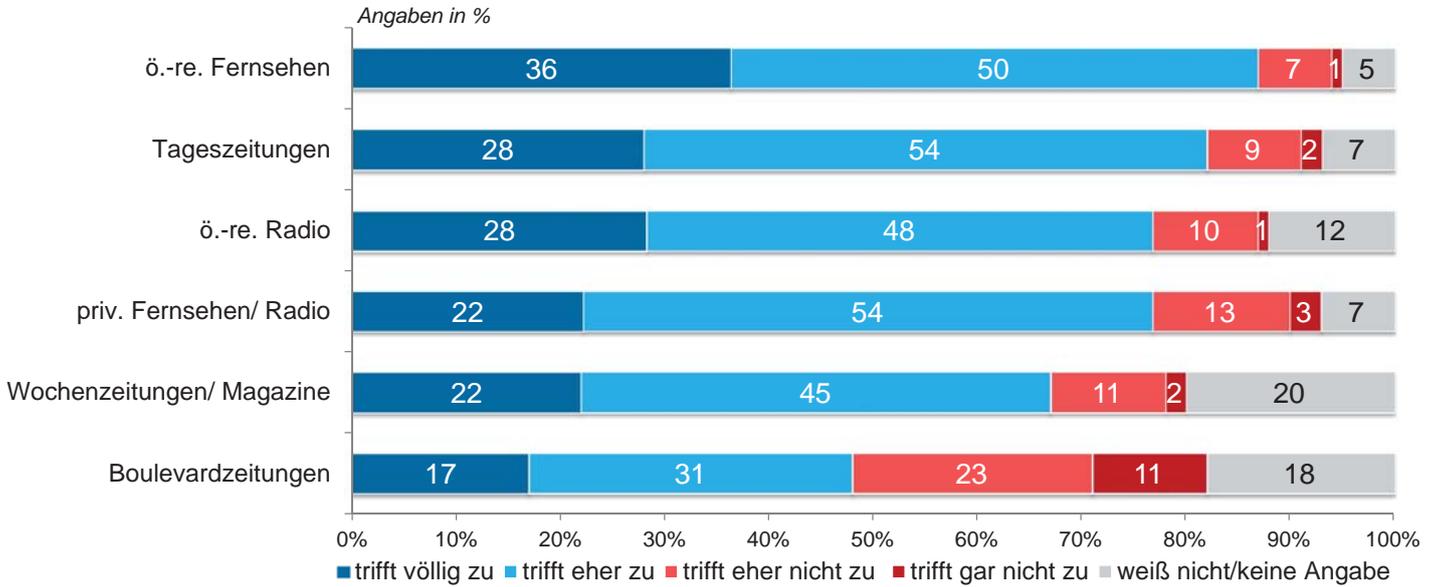


Basis: 1.000 Personen ab 18 Jahren in Deutschland
 Quelle: Informationen fürs Leben – BR-Studie zum Vertrauen in die Medien

Verständlichkeit der Medien

Inwieweit treffen die folgenden Eigenschaften auf ... zu: berichten verständlich?

Die Befragten halten die Nachrichtenmedien grundsätzlich für verständlich. An erster Stelle steht dabei das öffentlich-rechtliche Fernsehen, an zweiter die Tageszeitungen. Ein ausgeprägter Anteil an Skepsis findet sich lediglich bei den Boulevardzeitungen. Viele Menschen trauen sich (wohl, weil sie keine Nutzungserfahrung mit den Angeboten verbinden) kein Urteil zu. Dies betrifft vor allem Wochen- und Boulevardzeitungen und den ö.-re. Hörfunk.



Basis: 1.000 Personen ab 18 Jahren in Deutschland
Quelle: Informationen fürs Leben – BR-Studie zum Vertrauen in die Medien

Abweichungen zu 100% aufgrund von Rundungsfehlern möglich 24

Verständlichkeit der Medien

Teilgruppen

Die „Zweifler“ beurteilen (fast) alle Medien verhaltener, aber auch bei ihnen attestieren große Mehrheiten dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk und den Tageszeitungen hohe Verständlichkeit. Junge Menschen bescheinigen der Presse überdurchschnittlich häufig, hierbei gute Arbeit zu leisten.

„voll und ganz/weitgehend“ in %	Gesamt	Bayern	18-29 J.	30-59 J.	60+ J.	„Zweifler“	Migr.-hintergr.	Hörer Infowellen
öffentlich-rechtliches Fernsehen	87	90	89	85	87	76	90	97
Tageszeitungen	82	86	89	79	82	72	85	90
öffentlich-rechtliches Radio	77	81	75	78	76	67	77	96
privates Fernsehen/Radio	77	75	80	81	68	75	71	67
Wochenzeitungen/Magazine	67	74	74	68	63	57	70	85
Boulevardzeitungen	48	45	57	50	39	38	58	43

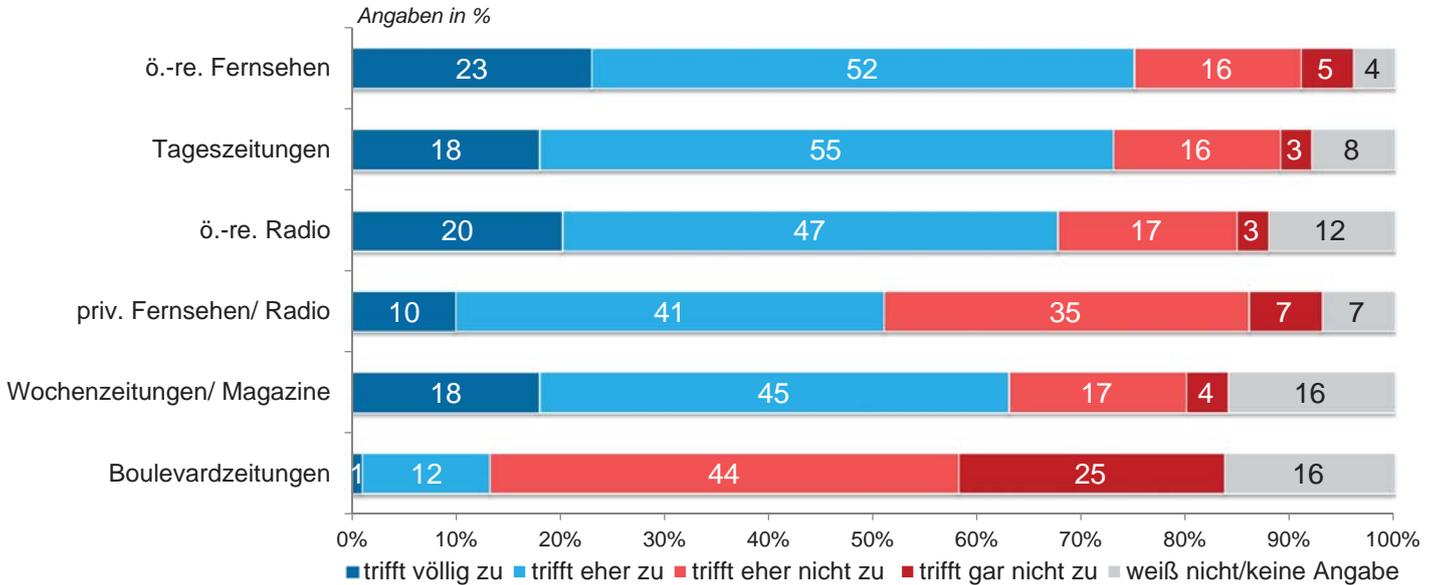
Basis: 1.000 Personen ab 18 Jahren in Deutschland
Quelle: Informationen fürs Leben – BR-Studie zum Vertrauen in die Medien

■ + 10 Prozentpunkte ■ + 5-9 Prozentpunkte ■ - 5-9 Prozentpunkte ■ - 10 Prozentpunkte

Glaubwürdigkeit der Medien

Inwieweit treffen die folgenden Eigenschaften auf ... zu: sind glaubwürdig?

Das öffentlich-rechtliche Fernsehen (75%), Tageszeitungen (73%) und der öffentlich-rechtliche Hörfunk (68%) gelten in weiten Teilen der Bevölkerung als glaubwürdig. Je nach Angebotstyp enthalten sich bis zu 16 Prozent einer Einschätzung. Ambivalent ist das Bild beim privaten Rundfunk, tendenziell negativ bei den Boulevardzeitungen.



Basis: 1.000 Personen ab 18 Jahren in Deutschland
Quelle: Informationen fürs Leben – BR-Studie zum Vertrauen in die Medien

Abweichungen zu 100% aufgrund von Rundungsfehlern möglich 26

Glaubwürdigkeit der Medien Teilgruppen

Bei der Bewertung der Glaubwürdigkeit zeigen sich kaum Unterschiede zwischen Jung wie Alt. Einzig bei den „Zweiflern“ sind die Meinungen zum öffentlich-rechtlichen Rundfunk und der „Qualitätspresse“ gespalten. In Bayern, aber auch von Menschen mit Migrationshintergrund wird die Glaubwürdigkeit des öffentlich-rechtlichen Radios besonders herausgestellt, während dessen Angebote bei den 18- bis 29-Jährigen eine geringere Zustimmung erfahren (Ursache: Programmwahl?).

„voll und ganz/weitgehend“ in %	Gesamt	Bayern	18-29 J.	30-59 J.	60+ J.	„Zweifler“	Migr.-hintergr.	Hörer Infowellen
öffentlich-rechtliches Fernsehen	75	77	73	72	80	54	75	91
Tageszeitungen	73	72	79	70	73	58	69	83
öffentlich-rechtliches Radio	68	74	58	70	70	50	80	87
privates Fernsehen/Radio	51	54	40	54	52	49	51	34
Wochenzeitungen/Magazine	63	57	67	67	54	49	69	72
Boulevardzeitungen	14	18	10	15	15	11	26	7

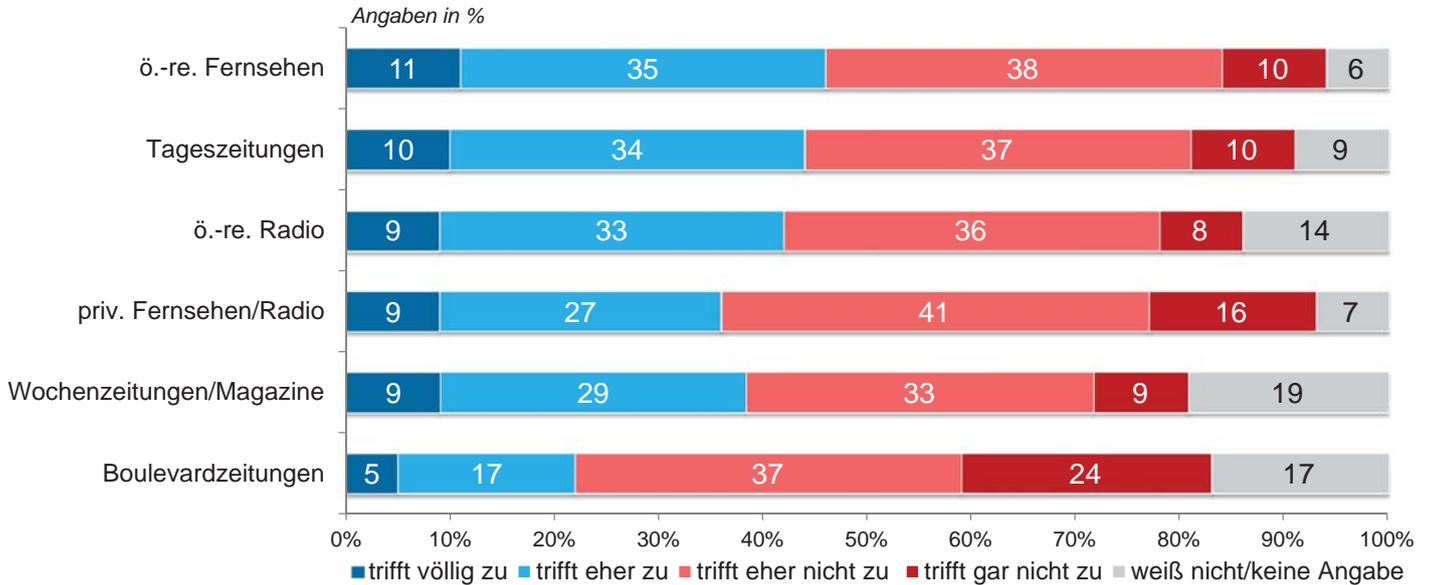
Basis: 1.000 Personen ab 18 Jahren in Deutschland
Quelle: Informationen fürs Leben – BR-Studie zum Vertrauen in die Medien

■ + 10 Prozentpunkte ■ + 5-9 Prozentpunkte ■ - 5-9 Prozentpunkte ■ - 10 Prozentpunkte

Unabhängigkeit der Medien

Inwieweit treffen die folgenden Eigenschaften auf ... zu: sind unabhängig von pol. und wirtschaftl. Interessen?

Viele Menschen halten die Medien nicht für unabhängig von Politik und Wirtschaft. Der öffentlich-rechtliche Rundfunk und die Tageszeitungen schneiden hier am besten ab. Fast 20 Prozent der Befragten geben für Wochenzeitungen/Magazine kein Urteil ab, beim öffentlich-rechtlichen Radio sind es immerhin 14 Prozent.



Basis: 1.000 Personen ab 18 Jahren in Deutschland
Quelle: Informationen fürs Leben – BR-Studie zum Vertrauen in die Medien

Abweichungen zu 100% aufgrund von Rundungsfehlern möglich 28

Unabhängigkeit der Medien

Teilgruppen

In Sachen Unabhängigkeit der Medien gehen die Meinungen stark auseinander. Hörer von Informationswellen stufen am ehesten das öffentlich-rechtliche Radio als unabhängig ein. Menschen mit Migrationshintergrund, Bayern sowie Jüngere attestieren dies eher den Tageszeitungen. Die Gruppe der „Zweifler“ urteilt gerade beim öffentlich-rechtlichen Rundfunk und der „Qualitätspresse“ überdurchschnittlich kritisch.

„voll und ganz/weitgehend“ in %	Gesamt	Bayern	18-29 J.	30-59 J.	60+ J.	„Zweifler“	Migr.-hintergr.	Hörer Infowellen
öffentlich-rechtliches Fernsehen	46	49	40	44	52	29	46	53
Tageszeitungen	44	53	53	39	45	27	52	50
öffentlich-rechtliches Radio	42	48	39	44	41	28	45	61
privates Fernsehen/Radio	36	32	36	37	35	32	40	13
Wochenzeitungen/Magazine	39	37	34	42	36	27	37	45
Boulevardzeitungen	22	19	26	22	19	19	30	16

Basis: 1.000 Personen ab 18 Jahren in Deutschland
Quelle: Informationen fürs Leben – BR-Studie zum Vertrauen in die Medien

■ + 10 Prozentpunkte ■ + 5-9 Prozentpunkte ■ - 5-9 Prozentpunkte ■ - 10 Prozentpunkte

Leistungen und Defizite der etablierten Nachrichtenmedien (II)

Wird die unbestimmte Vorstellung von „den Medien“ auf konkrete Angebotsklassen heruntergebrochen, erscheint das Bild vieler Menschen deutlich klarer: Die Verständlichkeit als wichtigstes professionell-handwerkliches Qualitätskriterium steht ebenso wie die grundsätzliche Glaubwürdigkeit der Angebote für weite Teile der Medienlandschaft bei einer großen Mehrheit der Bevölkerung außer Frage. Kritischere Einschätzungen findet man hier für Boulevardzeitungen und (in geringerem Maße) für den privaten Rundfunk sowie unter den „Zweiflern“ zum Teil auch für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk und die Qualitätspresse (Tages- und Wochenzeitungen).

Dagegen bestehen bei weiten Teilen der Bevölkerung Zweifel an der (institutionellen) Unabhängigkeit von Politik und Wirtschaft.

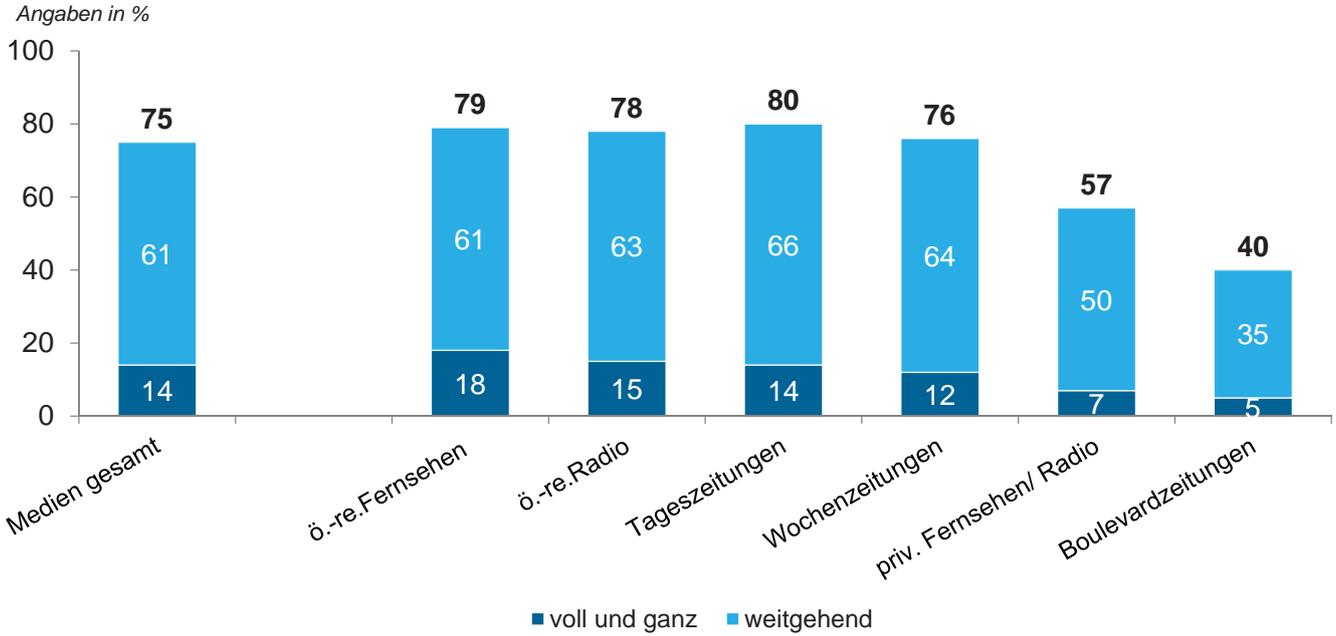
Im Vergleich der Medientypen zeigen sich die bekannten Unterschiede in der Leistungsbeurteilung: Der öffentlich-rechtliche Rundfunk und die Qualitätspresse genießen trotz Abstrichen in punkto Unabhängigkeit in der aktuellen Berichterstattung einen klaren Vertrauensvorschuss gegenüber dem privaten Rundfunk und der Boulevardpresse.

Medienrealität vs. persönliche Realität

Medienrealität und persönliche Realität

Inwieweit stimmen Medienberichte mit dem überein, was die Menschen persönlich mitbekommen und für wichtig halten?

Drei Viertel der Befragten finden, dass Medienberichte mit dem übereinstimmen, was sie selbst für wichtig und richtig halten. Vor allem der öffentlich-rechtliche Rundfunk und die Qualitätspresse heben sich hier deutlich positiv ab.



Basis: 1.000 Personen ab 18 Jahren in Deutschland
Quelle: Informationen fürs Leben – BR-Studie zum Vertrauen in die Medien

Abweichungen in der Addition aufgrund von Rundungsfehlern möglich 33

Medienrealität und persönliche Realität

Teilgruppen

Die Meinung einer Übereinstimmung zwischen eigener und Medienrealität vertreten besonders die Hörer der Infowellen. Von „Zweiflern“ wird diese nicht geteilt: Sie bemängeln häufiger als andere, dass die in den Medien vermittelte Realität an der ihrigen vorbeigehe – insbesondere bei Tageszeitungen und öffentlich-rechtlichen Medien.

„voll und ganz/weitgehend“ in %	Gesamt	Bayern	18-29 J.	30-59 J.	60+ J.	„Zweifler“	Migr.-hintergr.	Hörer Infowellen
Medien gesamt	75	75	73	73	79	59	72	84
Tageszeitungen	80	87	68	83	80	67	72	89
öffentlich-rechtliches Fernsehen	79	87	74	78	84	63	83	89
öffentlich-rechtliches Radio	78	87	72	80	77	66	85	85
Wochenzeitungen/Magazine	76	83	75	80	71	71	73	86
privates Fernsehen/Radio	57	61	40	65	53	59	62	36
Boulevardzeitungen	40	49	39	45	31	50	45	20

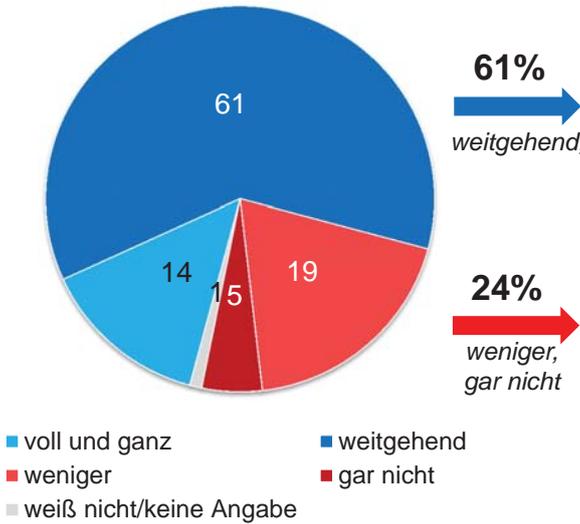
Basis: 1.000 Personen ab 18 Jahren in Deutschland
Quelle: Informationen fürs Leben – BR-Studie zum Vertrauen in die Medien

■ + 10 Prozentpunkte ■ + 5-9 Prozentpunkte ■ - 5-9 Prozentpunkte ■ - 10 Prozentpunkte

Abweichung Medien- vs. persönliche Realität: Gründe Teilgruppen

Je weniger die Menschen überzeugt sind, dass Medien die Realität richtig abbilden, desto kritischer urteilen sie. Gerade jene, die wenig oder gar keine Übereinstimmung zwischen medial vermittelter und eigener Realität erleben (24% aller Deutschen), bemängeln Übertreibungen, mangelnde Identifikation, Unvollständigkeit und anderes.

Angaben in % **Übereinstimmung:**



Gründe: Weil die Medien ...



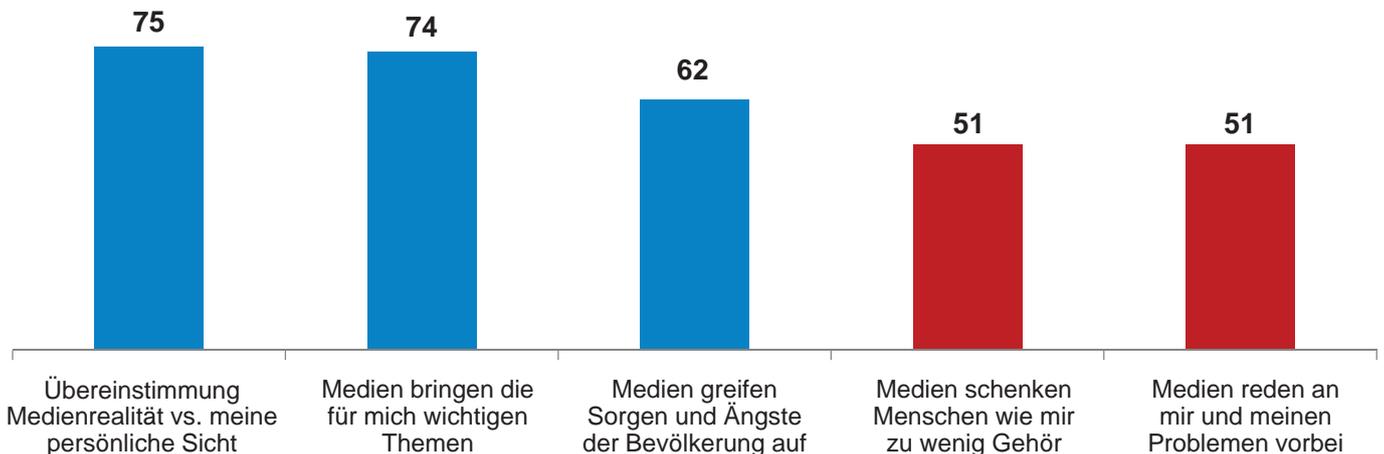
Basis: 1.000 Personen ab 18 Jahren in Deutschland
Quelle: Informationen fürs Leben – BR-Studie zum Vertrauen in die Medien

Relevanz vs. Nähe

Unterschiedliche Aspekte zur Vermittlung der Lebensrealität durch die Nachrichtenmedien

Drei von vier Deutschen sehen eine Übereinstimmung zwischen dem in den Medien vermittelten Bild und der eigenen Wahrnehmung und schätzen die von den Medien gesetzte Themenagenda. Dennoch glaubt jeder Zweite, dass in den Medien eher ein Blickwinkel „von oben“ als der der Rezipienten vertreten wird.

„voll und ganz/weitgehend“ bzw. „trifft völlig/eher zu“ in %



Basis: 1.000 Personen ab 18 Jahren in Deutschland
Quelle: Informationen fürs Leben – BR-Studie zum Vertrauen in die Medien

Medienrealität vs. persönliche Realität

Drei Viertel der deutschen Bevölkerung erkennen weitgehende Übereinstimmungen zwischen dem Bild der Wirklichkeit und relevanter Themen in den Medien und der eigenen Wahrnehmung. Dies trifft aus Sicht der Mehrheit besonders auf den öffentlich-rechtlichen Rundfunk und die Tages- und Wochenzeitungen zu, auf den privaten Rundfunk und Boulevardzeitungen weitaus weniger.

Für – vereinzelte oder generell erkannte – Diskrepanzen gibt es eine Vielzahl von Gründen, die sogar von vielen Menschen genannt werden, die nur punktuelle Abweichungen zwischen dem in den Medien vermittelten Bild und der eigenen Wahrnehmung diagnostizieren. Die wichtigsten: Übertreibungen und unvollständige Wiedergabe von Sachverhalten.

Der grundsätzlich positive Eindruck einer weitgehenden Überschneidung von vermittelter und subjektiver Wirklichkeit bezieht sich in erster Linie auf die Themenagenda der Medien. Nimmt man den Bezug der Berichterstattung zur konkreten Lebenswelt der Menschen zum Maßstab, fällt das Urteil etwas verhaltener aus:

⇒ Sorgen und Ängste der Bevölkerung sieht eine Mehrheit dort zwar noch vertreten, eigene Probleme oder Beispiele und Protagonisten aus ihrer Gesellschaftsschicht dagegen nur noch die Hälfte.

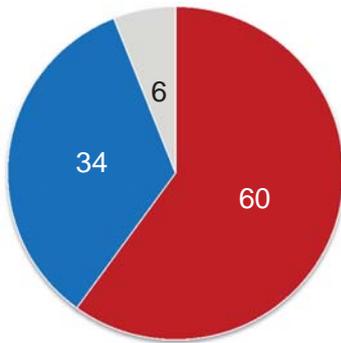
Unabhängigkeit der Berichterstattung

Gelenkte Medien? Von wem?

Haben Sie den Eindruck dass den Nachrichtenmedien vorgegeben wird, worüber oder auf welche Art sie berichten sollen? Und wer macht Ihrer Meinung nach diese Vorgaben?

Nur ein Drittel der Befragten hält die Berichterstattung der deutschen Nachrichtenmedien für wirklich unabhängig. Die anderen glauben an eine Einflussnahme von Regierung, Wirtschaft und Parteien.

Angaben in %

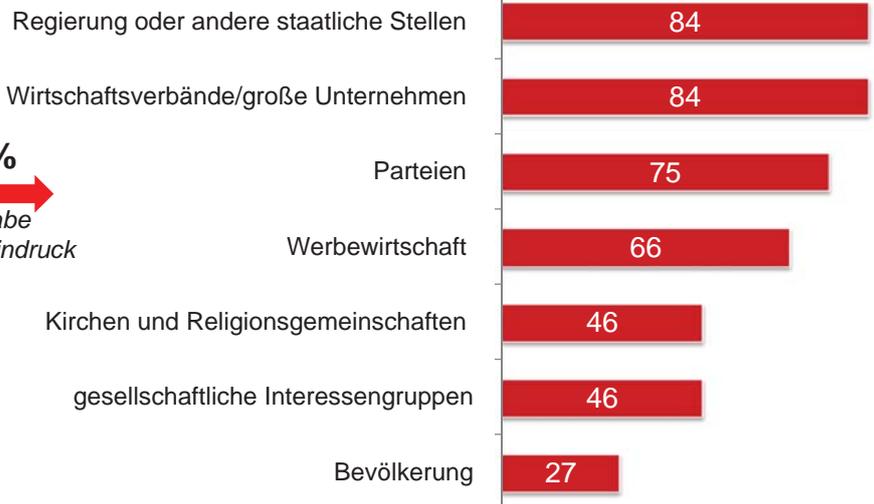


■ ja ■ nein ■ weiß nicht/keine Angabe

60%
 ja, habe diesen Eindruck

Wer macht Vorgaben?

Angaben in %

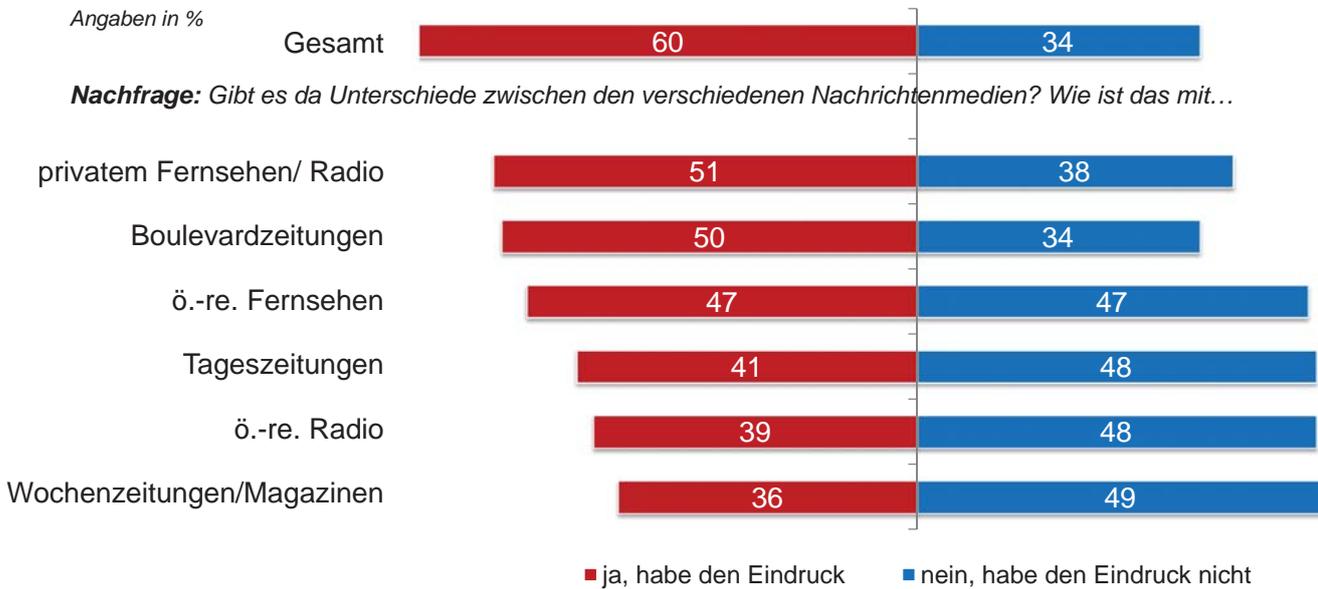


Basis: 1.000 Personen ab 18 Jahren in Deutschland
 Quelle: Informationen fürs Leben – BR-Studie zum Vertrauen in die Medien

Gelenkte Medien – welche Angebote?

Haben Sie den Eindruck, dass den Nachrichtenmedien vorgegeben wird, worüber oder auf welche Art sie berichten sollen?

Ein Drittel der Befragten hält die Berichterstattung der deutschen Nachrichtenmedien für wirklich unabhängig. Sechs von zehn Befragten denken, dass Nachrichtenmedien – und hier v.a. die Privatsender – gelenkt werden. Wochenzeitungen und Magazine, öffentlich-rechtliche Radioanbieter und Tageszeitungen schneiden bei der Unabhängigkeit der Berichterstattung am besten ab.



Basis: 1.000 Personen ab 18 Jahren in Deutschland
Quelle: Informationen fürs Leben – BR-Studie zum Vertrauen in die Medien

Abweichungen zu 100%: weiß nicht/keine Angabe 42

Gelenkte Medien – welche Angebote?

Teilgruppen

„Zweifler“ und auch jüngere Menschen stellen die Unabhängigkeit der Berichterstattung am stärksten in Frage. Hörer von Infowellen teilen diese Meinung weniger. Insbesondere öffentlich-rechtliches Radio und Fernsehen sowie die Tages- und Wochenzeitungen sieht eine Mehrheit der Infowellen-Hörer als weitgehend unabhängig an.

„ja, habe den Eindruck“, Angaben in %	Gesamt	Bayern	neue BL	18-29 Jahre	30-59 Jahre	60+ Jahre	„Zweifler“	Migr.- hintergr.	Hörer Infow.
Medien (insgesamt)	60	61	67	71	62	52	85	70	38
privates Fernsehen/Radio	51	53	56	59	53	45	69	53	48
Boulevardzeitungen	50	54	54	60	54	37	67	51	45
öffentlich-rechtliches Fernsehen	47	43	59	57	49	38	66	37	33
Tageszeitungen	41	46	53	52	44	31	56	48	28
öffentlich-rechtliches Radio	39	41	54	46	44	30	58	37	27
Wochenzeitungen/Magazine	36	36	42	46	40	23	51	47	16

Basis: 1.000 Personen ab 18 Jahren in Deutschland
Quelle: Informationen fürs Leben – BR-Studie zum Vertrauen in die Medien

■ + 10 Prozentpunkte ■ + 5-9 Prozentpunkte ■ - 5-9 Prozentpunkte ■ - 10 Prozentpunkte

qualitative Studie
nicht repräsentativ



Hindernisse für unabhängige Berichterstattung

Ergebnisse aus der qualitativen Untersuchung

Alle meinen, die Kräfte hinter der Glaubwürdigkeitsdebatte zu kennen:
Die Berichterstattung unterliegt zahlreichen Einflüssen.

Wirtschaftliche Zwänge

Privatsender und Verlage brauchen Aufmerksamkeit, Einschaltquoten, Leser

Staatsraison, politisches Kalkül
Regierung will ihre Ziele durchsetzen, v.a. mit dem öff.-rechtl. Rundfunk; Konsens schaffen; Ruhe im Land

„Wer weiß, ob Journalisten nicht manchmal einen kleinen **Maulkorb** verpasst bekommen von unserer Regierung.“ (ml)

Berechtigte Zweifel: Ganz frei und unabhängig ist Berichterstattung nicht

Lobbyismus der Großindustrie

Werbekunden! Machen PR, wollen gut dastehen, Skandale vermeiden

Abhängigkeit von einigen wenigen Nachrichtenagenturen
Alle schöpfen aus den gleichen Quellen

Parteinähe, Haltung
Hat Tradition bei Printmedien, kennt man und kann damit umgehen – beim Rundfunk weniger klar

Basis: vier Fokusgruppen in München und Nürnberg
Quelle: Informationen fürs Leben - BR-Studie zum Vertrauen in die Medien (qualitative Teilstudie)

qualitative Studie
nicht repräsentativ



Beispiel für Staatsraison: Berichterstattung Flüchtlingskrise

Ergebnisse aus der qualitativen Untersuchung zu Einflüssen auf die Berichterstattung der Nachrichtenmedien



Pro Flüchtlinge:

Offizielle Haltung der Bundesregierung – spiegelt sich in der Berichterstattung wider



Foto: dpa

Handfeste Probleme verschweigen

„Hier in Nürnberg sind schlimme Sachen passiert, die nicht in die Presse kommen, damit die Leute nicht noch mehr gegen Flüchtlinge sind.“ (mr, tl)

Hat Gründe: Verantwortung der Medien

„Ein Grenzgang. Bestimmt nicht einfach zu entscheiden, was berichten und was lieber nicht, damit es nicht eskaliert und gefährlich wird.“ (tl)

Geschönte Wahrheit, „bewusste Lüge“

„Alles pro Regierung, alles gleichgeschaltet. Es wird alles verdreht, damit die Wähler ruhig halten. Kosten und Kriminalität der Flüchtlinge sind kein Thema.“ (tr, Pegida-nah)

Selbstzensur, Schere im Kopf

„Keiner will sich die Finger verbrennen oder in der rechten Ecke landen, weil er vielleicht eine andere Meinung hat.“ (ml, tr)

Basis: vier Fokusgruppen in München und Nürnberg
Quelle: Informationen fürs Leben - BR-Studie zum Vertrauen in die Medien (qualitative Teilstudie)

Unabhängigkeit der Berichterstattung

Eine Mehrheit der Deutschen glaubt, dass die aktuelle Berichterstattung „der Medien“ einer Lenkung unterworfen ist. Als Handelnde im Hintergrund gelten insbesondere Politik (Regierung und Parteien) und Wirtschaft (Lobbyismus und Druck von Werbekunden). Die „Zweifler“, aber auch junge Leute unter 30 Jahren und Ostdeutsche sind davon besonders überzeugt. Der Umgang mit diesem Makel reicht von Gelassenheit bis hin zu lautstarker Kritik.

Die Einschätzung der konkreten Angebotstypen der deutschen Medienlandschaft fällt gegenüber dem Pauschalurteil über „die Medien“ generell deutlich moderater aus. Ein diffuses Unbehagen weicht hier offensichtlich einem reflektierteren Blick. In diesem Sinne ist auch der Befund zu bewerten, wie Menschen mit dem Widerspruch zwischen intensiver Nutzung etablierter Nachrichtenmedien und ihrem Misstrauen diesen gegenüber umgehen: „Den Medien“ werden „meine Quellen“, die Vertrauen genießen, gegenübergestellt.

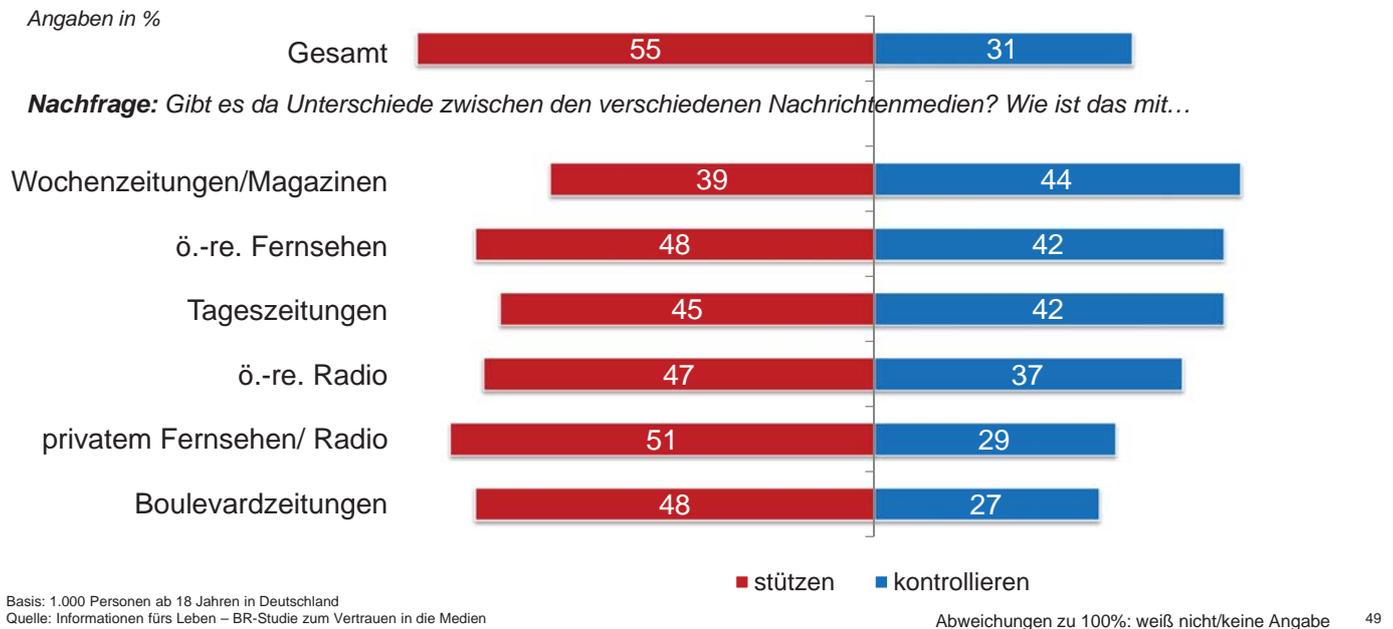
Allerdings gehen 47% der Deutschen von Vorgaben für das öffentlich-rechtliche Fernsehen und vier von zehn Befragten für die Tageszeitungen und den öffentlich-rechtlichen Hörfunk aus. Beim öffentlich-rechtlichen System wird schon aufgrund seiner institutionellen Verfassung politische Einflussnahme unterstellt, auch wenn diese in der Vorstellung der Menschen nicht immer direkt erfolgen muss. Eine Lenkung im Sinne der Staatsraison meint man insbesondere bei der Berichterstattung zur Flüchtlingskrise zu erkennen (Quelle: qualitative Teiluntersuchung der BR-Studie; nicht repräsentativ).

Medien als Kontrolleure oder Stütze des Establishments

„Vierte Gewalt“ oder Stütze des Establishments?

Kontrollieren oder stützen die Nachrichtenmedien mit ihrer Berichterstattung die „Mächtigen“ im Land, also Staat, Regierung, Wirtschaft, einflussreiche Personen und Interessengruppen?

Öffentlich-rechtliche und private Rundfunkanbieter sowie Boulevardzeitungen stützen das Establishment eher, als es zu kontrollieren, meint mehr als die Hälfte der Bevölkerung. Nur bei Wochenzeitungen überwiege die Kontrollfunktion.



Medien als Stütze des Establishments Teilgruppen

Nur jeder dritte Hörer von Infowellen – in der Gesamtheit der Befragten sind es mehr als die Hälfte – denkt, dass Nachrichtenmedien „die Mächtigen stützen“. Besonders verbreitet ist diese Meinung unter den „Zweiflern“ und bei jungen Menschen.

„Medien stützen eher die Mächtigen“, Angaben in %	Gesamt	Bayern	18-29 J.	30-59 J.	60+ J.	„Zweifler“	Migr.-hintergr.	Hörer Infow.
Medien (insgesamt)	55	57	66	60	42	79	61	33
Wochenzeitungen/Magazine	39	40	51	44	26	52	44	22
öffentlich-rechtliches Fernsehen	48	52	52	57	33	62	49	31
Tageszeitungen	45	42	58	54	25	65	52	26
öffentlich-rechtliches Radio	47	43	51	54	35	63	47	30
privates Fernsehen/Radio	51	53	61	58	34	61	60	44
Boulevardzeitungen	48	43	61	49	40	57	40	45

Medien als „Vierte Gewalt“ Teilgruppen

Während jeder zweite Hörer von Infowellen glaubt, dass Medien eine Kontrollfunktion ausüben, sind es in der Gesamtheit aller Befragten nur 31 Prozent. Unter den „Zweiflern“ gar nur jeder Zehnte. Am ehesten üben diese Kontrolle nach Einschätzung der Menschen Wochenzeitungen und Magazine, öffentlich-rechtliches Fernsehen und Tageszeitungen aus.

„Medien kontrollieren eher die Mächtigen“, Angaben in %	Gesamt	Bayern	18-29 J.	30-59 J.	60+ J.	„Zweifler“	Migr.-hintergr.	Hörer Infow.
Medien (insgesamt)	31	32	20	27	42	10	28	49
Wochenzeitungen/Magazine	44	42	41	42	48	33	35	65
öffentlich-rechtliches Fernsehen	42	38	34	35	56	30	40	54
Tageszeitungen	42	42	31	36	56	22	41	59
öffentlich-rechtliches Radio	37	42	33	33	45	22	40	61
privates Fernsehen/Radio	29	27	27	26	34	22	22	25
Boulevardzeitungen	27	28	20	31	25	22	37	23

Basis: 1.000 Personen ab 18 Jahren in Deutschland
Quelle: Informationen fürs Leben – BR-Studie zum Vertrauen in die Medien

■ + 5-9 Prozentpunkte ■ + 10 Prozentpunkte

51

Medien als Kontrolleure oder Stütze des Establishments

Die Medien gelten einer Mehrzahl der Deutschen als Teil oder zumindest als Stütze des Establishments. Eine gesellschaftliche Kontrollfunktion im Sinne des Konzepts der „vierten Gewalt“ wird am ehesten noch den Wochenzeitungen und Nachrichtenmagazinen, öffentlich-rechtlichem Fernsehen und Tageszeitungen zugestanden.

- Neben den „Zweiflern“ urteilen die Altersgruppen unter 60 Jahren, aber auch Menschen mit Migrationshintergrund überdurchschnittlich stark in Richtung einer „Stützung“ der Mächtigen durch etablierte Medien.
- Eine ausgeprägte Kontrollfunktion der Medien erkennen die Hörer der ARD-Infowellen an – allerdings nur beim öffentlich-rechtlichen Rundfunk und der Qualitätspresse.

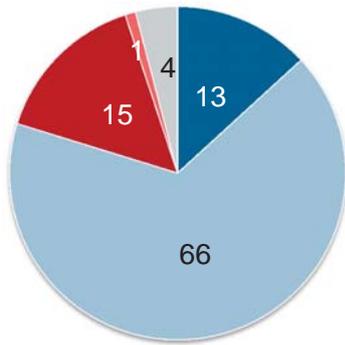
Wahrnehmung der Journalisten

Wertschätzung für Journalisten, aber ...

Welche Einstellung haben Sie gegenüber Journalisten, die für die Nachrichtenmedien arbeiten, allgemein?

Journalisten, die für Nachrichtenmedien arbeiten, werden von drei Vierteln der Bevölkerung als positiv bewertet – über Altersklassen, Regionen und Einstellungen der Befragten hinweg. Selbst unter den „Zweiflern“ haben zwei Drittel ein positives Bild der Journalisten.

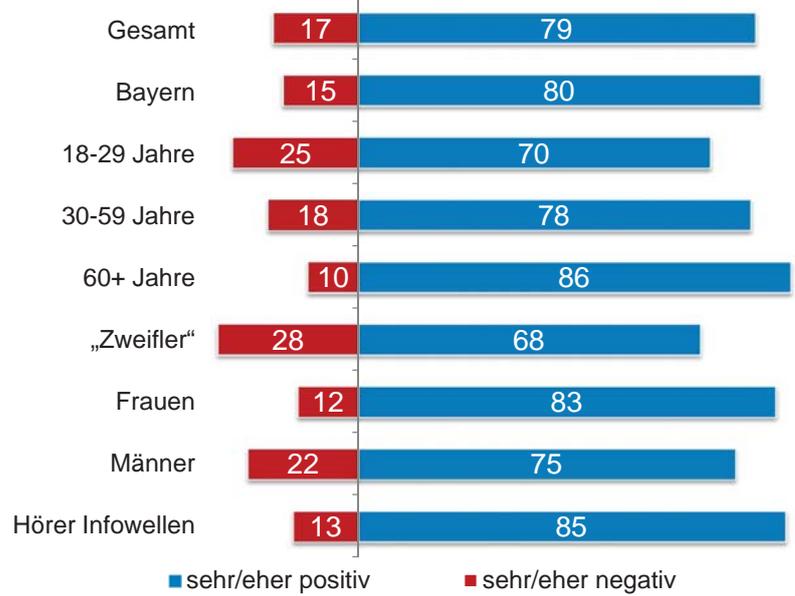
Angaben in %



- sehr positiv
- eher positiv
- eher negativ
- sehr negativ
- weiß nicht/keine Angabe

Basis: 1.000 Personen ab 18 Jahren in Deutschland
 Quelle: Informationen fürs Leben – BR-Studie zum Vertrauen in die Medien

Angaben in %



Abweichungen zu 100%: weiß nicht/keine Angabe

... Profis mit Maulkorb

Inwieweit treffen die folgenden Aussagen zu: Journalisten die für die Nachrichtenmedien arbeiten... ?

Neun von zehn Befragten finden, dass Journalisten professionell und verantwortungsvoll arbeiten und sie eine wichtige Leistung für die Demokratie erbringen. Besonders hoch ist das Vertrauen in ihre objektive und seriöse Berichterstattung bei Menschen mit Migrationshintergrund. Allerdings vermuten zwei Drittel aller Deutschen auch, dass Journalisten häufiger einen „Maulkorb“ verpasst bekommen.



■ trifft völlig/eher zu (positiv formulierte Aussagen) ■ trifft völlig/eher zu (negativ formulierte Aussagen)

Basis: 1.000 Personen ab 18 Jahren in Deutschland
Quelle: Informationen fürs Leben – BR-Studie zum Vertrauen in die Medien

... Profis mit Maulkorb Teilgruppen

„trifft völlig/eher zu“ in %	Gesamt	Bayern	18-29 J.	30-59 J.	60+ J.	„Zweifler“	Migr.-hintergr.	Hörer Infow.
verstehen ihr Handwerk	88	84	90	85	91	78	90	94
leisten wichtige Arbeit für unsere Demokratie	85	84	88	80	90	68	91	94
kennen sich mit der Lebenswirklichkeit aus	66	67	69	59	76	44	71	80
gehen verantwortungsvoll mit Menschen und ihren Schicksalen um	62	63	70	53	72	50	65	67
vertraue, dass sie objektiv und seriös berichten	60	59	53	59	65	44	72	69
sind aus unterschiedl. Gesellschaftsschichten und verstehen deren Probleme	51	52	46	45	63	43	67	53
vertreten die Anliegen von Menschen wie mir	49	41	56	47	50	35	56	58
kontrollieren die Mächtigen in Politik und Wirtschaft	40	41	37	36	46	34	45	40
dürfen oft nicht das sagen, was sie wirklich denken	65	70	69	68	59	81	68	49
gehen vielen Problemen zu wenig auf den Grund	55	64	67	52	53	66	61	50
berichten häufig einseitig zugunsten ihrer eigenen Meinung	48	60	51	48	56	62	56	44
geben häufig Sachverhalte bewusst falsch wieder	27	37	29	30	23	50	29	22
erfinden Skandale häufig selbst	23	27	26	20	25	32	38	20

Basis: 1.000 Personen ab 18 Jahren in Deutschland
Quelle: Informationen fürs Leben – BR-Studie zum Vertrauen in die Medien

■ + 10 Prozentpunkte ■ + 5-9 Prozentpunkte ■ - 5-9 Prozentpunkte ■ - 10 Prozentpunkte

Bild der Journalisten: Zwischen Idealismus und Bürokratie

Ergebnisse aus der qualitativen Untersuchung

Journalisten sind auch nur Menschen – und (wie alle) im Beruf Zwängen unterworfen.

Zu Beginn:

neugierig, mutig

idealistisch, integer

leidenschaftlich

Träume:

„Was Tolles aufdecken“
„Pulitzer-Preis gewinnen“

Chefs:

klug, gebildet, souverän

Später:

resigniert,
desillusioniert

angepasst,
opportunistisch

„Familie ernähren“
„funktionieren“

Chefs:

Bürokraten, Betriebswirte



Foto: imago

Basis: vier Fokusgruppen in München und Nürnberg
Quelle: Informationen fürs Leben - BR-Studie zum Vertrauen in die Medien (qualitative Teilstudie)

58

Wahrnehmung der Journalisten

Die überwältigende Mehrheit der Deutschen hat ein grundsätzlich positives Bild von Journalisten. Dies steht teilweise im Gegensatz zu der Einschätzung „der Medien“ als Institution. Selbst unter den überaus medienskeptischen „Zweiflern“ ernten Journalisten breite Zustimmung. Zur Einordnung: Im Unterschied zu anderen Umfragen, in denen das Berufsbild des Journalisten deutlich schlechtere Bewertungen erfährt, wurde hier *nicht* nach dem gesellschaftlichen Ansehen gefragt und keine Vergleichsliste mit anderen Berufsgruppen vorgelegt.

Die Wertschätzung beruht in erster Linie auf dem Respekt vor der Bedeutung des Berufsstandes für die Demokratie und auf der Anerkennung für die Professionalität der Journalisten. Defizite werden an Stellen festgemacht, die auch an den Medien insgesamt kritisiert werden:

- Einseitigkeit, mangelnde Wahrnehmung der Funktionen als Kontrolleur des Establishments oder Anwalt des Publikums.

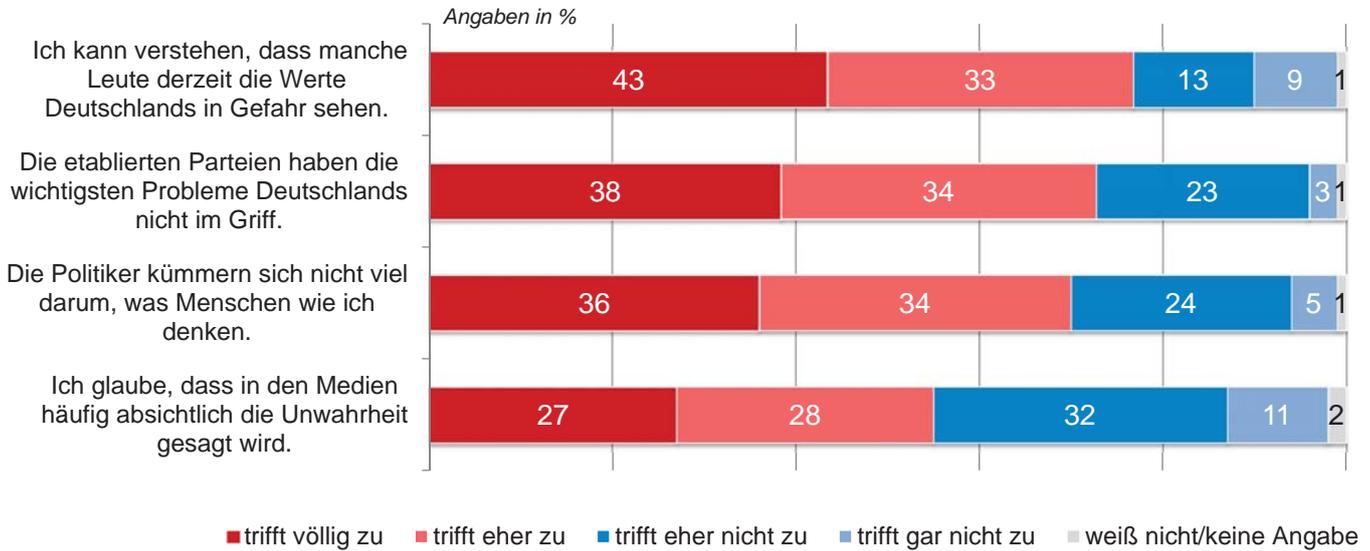
Diese Mängel werden allerdings nicht primär den Journalisten zur Last gelegt, sondern deren Vorgesetzten und Arbeitgebern. Viele Bürger gehen davon aus, dass Journalisten nicht sagen dürfen, was sie wirklich denken: So weichen in der Vorstellung der Menschen im Laufe des Berufslebens der Journalisten Leidenschaft und Idealismus – aufgrund von Zwängen des Mediensystems (z.B. wirtschaftliche Krise der Printmedien) oder des jeweiligen Mediums – oftmals Anpassung und Resignation.

Stimmungsbild und Folgen für die Medien

Stimmungsbild

Positionen zur Lage Deutschlands im Allgemeinen

Die Mehrheit der Deutschen kann Sorgen um die Werte Deutschlands verstehen (76 Prozent) und zweifelt an der Kompetenz der Parteien und Politiker, die wichtigsten Probleme zu lösen (72 Prozent). Mehr als die Hälfte vertraut den Medien nicht (55 Prozent).



Basis: 1.000 Personen ab 18 Jahren in Deutschland
Quelle: Informationen fürs Leben – BR-Studie zum Vertrauen in die Medien

Abweichungen zu 100% aufgrund von Rundungsfehlern möglich 61

Stimmungsbild

Teilgruppen

Die „Zweifler“ zeichnen sich durch eine extrem skeptische Grundhaltung aus – nicht überraschend, da diese Gruppe auf Basis dieser vier Aussagen gebildet wurde. Ihnen gegenüber stehen die Hörer der ARD-Infowellen. Sie vertrauen Medienberichten in hohem Maße und sehen Politiker eher als andere Teilgruppen als Vertreter des Volkes.

„voll und ganz/weitgehend“ in %	Gesamt	Bayern	18-29 J.	30-59 J.	60+ J.	„Zweifler“	Migr.-hintergr.	Hörer Infowellen
Ich kann verstehen, dass manche Leute derzeit die Werte Deutschlands in Gefahr sehen.	76	79	64	81	76	100	80	65
Die etablierten Parteien haben die wichtigsten Probleme Deutschlands nicht im Griff.	72	69	72	77	66	100	78	63
Die Politiker kümmern sich nicht viel darum, was Menschen wie ich denken.	70	73	75	72	65	99	71	53
Ich glaube, dass in den Medien häufig absichtlich die Unwahrheit gesagt wird.	55	59	60	59	46	94	64	25

Basis: 1.000 Personen ab 18 Jahren in Deutschland
Quelle: Informationen fürs Leben – BR-Studie zum Vertrauen in die Medien

■ + 10 Prozentpunkte ■ + 5-9 Prozentpunkte ■ - 5-9 Prozentpunkte ■ - 10 Prozentpunkte

Allgemeines Unbehagen und Folgen für die Medien

Das große – inhaltlich aber sehr diffuse – Misstrauen der „Zweifler“ gegenüber etablierten Medien ist vermutlich nur die Spitze des Eisbergs für ein grundsätzliches Dilemma, vor dem Medienanbieter stehen:

⇒ Ein allgemeines Unbehagen gegenüber Politik, Wirtschaft und anderen gesellschaftlichen Eliten, das sich im Zuge der Krisen der vergangenen Jahre nun auch offensiv manifestiert.

Dieses Unbehagen erfasst – da sie „als Teil des Systems“ wahrgenommen werden – auch die Medien. Der Eindruck, dass die Medien das Establishment stützen oder gar von ihm gelenkt werden, gibt diesem Dilemma weitere Nahrung. Hinzu kommt, dass Medien in ihrer Funktion als Übermittler von Nachrichten ebenso wie von Meinungen der Politik(er) und anderer gesellschaftlicher Eliten nicht selten in „Mithaftung“ genommen werden für die Inhalte, die sie übermitteln.

Vor diesem Hintergrund ist auch die hohe Zustimmung zu der Einschätzung, dass in den Medien häufig absichtlich die Unwahrheit gesagt wird, zu werten.