



Standard Eurobarometer 76

Herbst 2011

DIE MEDIENNUTZUNG IN DER EUROPÄISCHEN UNION

BERICHT

Befragung: November 2011

Veröffentlichung: März 2012

Diese Umfrage wurde von der Generaldirektion Kommunikation (DG COMM "Forschung und Verfassen von Reden") in Auftrag gegeben und koordiniert.

http://ec.europa.eu/public_opinion/index_en.htm

Dieses Dokument gibt nicht die Meinung der Europäischen Kommission wieder.
Die darin enthaltenen Interpretationen oder Ansichten sind ausschließlich die der Autoren.

Standard Eurobarometer 76 / Herbst 2011 – TNS Opinion & Social

Standard Eurobarometer 76
Herbst 2011

DIE MEDIENNUTZUNG
IN DER EUROPÄISCHEN UNION

Studie durchgeführt von TNS Opinion & Social im Auftrag
der Europäischen Kommission -
Generaldirektion Kommunikation

Koordiniert von der Europäischen Kommission –
Generaldirektion Kommunikation

INHALT

PRÄSENTATION	3
1. MEDIENNUTZUNG UND VERTRAUEN IN DIE MEDIEN	6
1.1 Die Mediennutzung	6
1.2 Das Vertrauen in die Medien	14
2. DAS AUSMASS AN INFORMATIONEN ZU EUROPÄISCHEN ANGELEGENHEITEN	22
3. DIE INFORMATIONSQUELLEN ZU POLITISCHEN ANGELEGENHEITEN UND ZUR EUROPÄISCHEN UNION	25
3.1 Nationale politische Angelegenheiten	25
3.2 Europäische politische Angelegenheiten	28
Europäische Union	29
3.3 Die Medienberichterstattung zur Europäischen Union.....	33
4. SOZIALE NETZWERKE.....	37

PRÄSENTATION

Nach der Eurobarometer-Umfrage zur Mediennutzung in der Europäischen Union (EU) (EB74)¹ vom Herbst 2010 können diese nun auf Grundlage des Standard-Eurobarometer vom Herbst 2011 (EB76) erneut unter die Lupe genommen werden.

Anhand dieser Befragung kann zudem der Bezug der EU-Bürger zu den Medien und zu Informationen rund um die Europäische Union analysiert werden. Seit dem Herbst 2010 hat sich der Kontext in dreierlei Hinsicht verändert:

- Eine regelmäßige und intensive Berichterstattung im Zusammenhang mit der Wirtschaftskrise und den Maßnahmen der Europäischen Union, die ergriffen wurden, um einige ihrer Mitgliedstaaten bei der Krisenbewältigung zu unterstützen
- Eine zunehmende Weiterentwicklung der Online-Versionen von Zeitungen, Zeitschriften, Radiosendern und Fernsehkanälen
- Besonderes Augenmerk auf soziale Netzwerke im Internet, die in der Welt der politischen Information zweifellos an Bedeutung gewonnen haben, etwa im Zusammenhang mit bestimmten Ereignissen, beispielsweise dem "Arabischen Frühling".

Es werden in erster Linie die Mediengewohnheiten der Europäer analysiert, aber auch das Vertrauen, das sie jedem Medium entgegenbringen, wird genauer untersucht. Besondere Aufmerksamkeit wird außerdem den diversen im Internet verfügbaren Quellen geschenkt.

Auch die subjektive Beurteilung der Informationen zu europäischen Angelegenheiten, sowohl auf Länderebene als auch auf persönlicher Ebene, wird erfasst. Auch werden die bevorzugten Informationsquellen zu den nationalen politischen und europäischen Angelegenheiten ermittelt.

Nachdem die EU-Bürger gefragt wurden, welche Informationsquellen zur Europäischen Union sie vorziehen, wurden sie gebeten, die Berichterstattung zur EU in den nationalen Medien zu beurteilen. Zudem wurden sie aufgefordert, ihre Erwartungen an die wichtigsten Informationsquellen zur Verbreitung von Informationen über die Europäische Union im Internet zu nennen.

Abschließend widmet sich der letzte Teil eingehender den sozialen Netzwerken, indem deren Beitrag, aber auch deren Glaubwürdigkeit im politischen Leben genauer untersucht wird.

Der Gesamtbericht des Standard-Eurobarometer vom Herbst 2011 setzt sich aus mehreren Teilberichten zusammen. Im ersten Teilbericht werden die Ergebnisse der historischen Indikatoren des Standard-Eurobarometers analysiert. In drei weiteren

¹ Band mit dem Titel "*Information zu europäischen Politikthemen*"

Teilbericht wird die aktuelle Meinung der EU-Bürger zu folgenden Themen präsentiert: Finanz- und Wirtschaftskrise; Strategie Europa 2020; die Mediennutzung in der Europäischen Union. Der vorliegende Teilbericht widmet sich letzterem Thema.

Die allgemeine Analyse sowie die soziodemografischen Analysen beruhen auf den Durchschnittswerten der 27 Mitgliedstaaten. Diese Durchschnittswerte sind gewichtet, um die tatsächliche Bevölkerung jedes Mitgliedstaats widerzuspiegeln. Die für die vorhergehenden Jahre ermittelten Durchschnittswerte stellen die Ergebnisse so dar, wie sie in allen Mitgliedstaaten der Europäischen Union in ihrer damaligen Zusammensetzung erzielt wurden.

* * *

Als Methode wurde die Vorgehensweise für Eurobarometer-Umfragen der Generaldirektion Kommunikation (Referat "Forschung und Verfassung von Reden") angewendet. Im Anhang finden sich technische Hinweise zu den Befragungen, die von den Mitgliedsinstituten des Netzwerks TNS Opinion & Social durchgeführt wurden. Darin sind auch die Befragungsmodalitäten und die Konfidenzintervalle angeführt².

Die Website zum Eurobarometer ist unter folgender Adresse abrufbar:

http://ec.europa.eu/public_opinion/index_en.htm

*Wir möchten uns bei den Befragten in der ganzen EU bedanken,
die sich die Zeit genommen haben, an dieser Befragung teilzunehmen.
Ohne ihre aktive Teilnahme wäre diese Umfrage nicht möglich gewesen.*

² Die Ergebnistabellen sind im Anhang zu finden. Bitte beachten Sie: Die Summe der in den Tabellen dieses Berichts enthaltenen Prozentsätze kann mehr als 100% betragen. Dies ist dadurch bedingt, dass bei manchen Fragen Mehrfachantworten möglich waren.

Die in diesem Bericht verwendeten Abkürzungen und ihre Entsprechungen lauten wie folgt:

ABKÜRZUNGEN	
EU27	Europäische Union – 27 Mitgliedstaaten
EU15	„EU15-Länder“*
NEM12	„NEM12-Länder“**
KA	Weiß nicht/Keine Antwort
BE	Belgien
BG	Bulgarien
CZ	Tschechische Republik
DK	Dänemark
DE	Deutschland
EE	Estland
EL	Griechenland
ES	Spanien
FR	Frankreich
IE	Irland
IT	Italien
CY	Republik Zypern***
CY (tcc)	Gebiet, das nicht von der Regierung der Republik Zypern verwaltet wird
LT	Litauen
LV	Lettland
LU	Luxemburg
HU	Ungarn
MT	Malta
NL	Niederlande
AT	Österreich
PLI	Polen
PT	Portugal
RO	Rumänien
SL	Slowenien
SK	Slowakei
FI	Finnland
SE	Schweden
UK	Großbritannien
HR	Kroatien
TR	Türkei
MK	Ehemalige jugoslawische Republik Mazedonien****
IS	Island

* Die EU15-Länder sind die 15 Länder, die vor den Erweiterungen im Jahr 2004 und 2007 die EU bildeten. Es handelt sich um Belgien, Dänemark, Deutschland, Griechenland, Spanien, Frankreich, Irland, Italien, Luxemburg, die Niederlande, Österreich, Portugal, Finnland, Schweden und Großbritannien.

** Die NEM12-Länder sind die 12 „neuen Mitgliedstaaten“, die im Zuge der Erweiterungen im Jahr 2004 und 2007 zur Europäischen Union gestoßen sind. Es sind dies Bulgarien, die Tschechische Republik, Estland, die Republik Zypern, Litauen, Lettland, Ungarn, Malta, Polen, Rumänien, Slowenien und die Slowakei.

*** Zypern als Gesamtes ist einer der 27 Mitgliedstaaten der Europäischen Union. Die Anwendung des Gemeinsamen Besitzstandes (Acquis Communautaire) ist jedoch in jenem Landesteil, der nicht von der Regierung der Republik Zypern verwaltet wird, ausgesetzt. Aus praktischen Gründen wurden ausschließlich die in dem von der Regierung der Republik Zypern verwalteten Landesteil durchgeführten Befragungen in der Kategorie „CY“ ausgewiesen und in den Durchschnitt der EU27 einbezogen. Die Befragungen, die in jenem Teil des Landes durchgeführt wurden, der nicht von der Regierung der Republik Zypern verwaltet wird, scheinen in der Kategorie „CY(tcc)“ [tcc: *Turkish Cypriot Community – türkisch-zypriotische Gemeinschaft*] auf.

** Vorläufige Abkürzung, die nicht die definitive Nomenklatur für dieses Land wiedergibt. Diese nämlich wird nach Abschluss der aktuell bei den Vereinten Nationen laufenden Verhandlungen vereinbart.

1. MEDIENNUTZUNG UND VERTRAUEN IN DIE MEDIEN

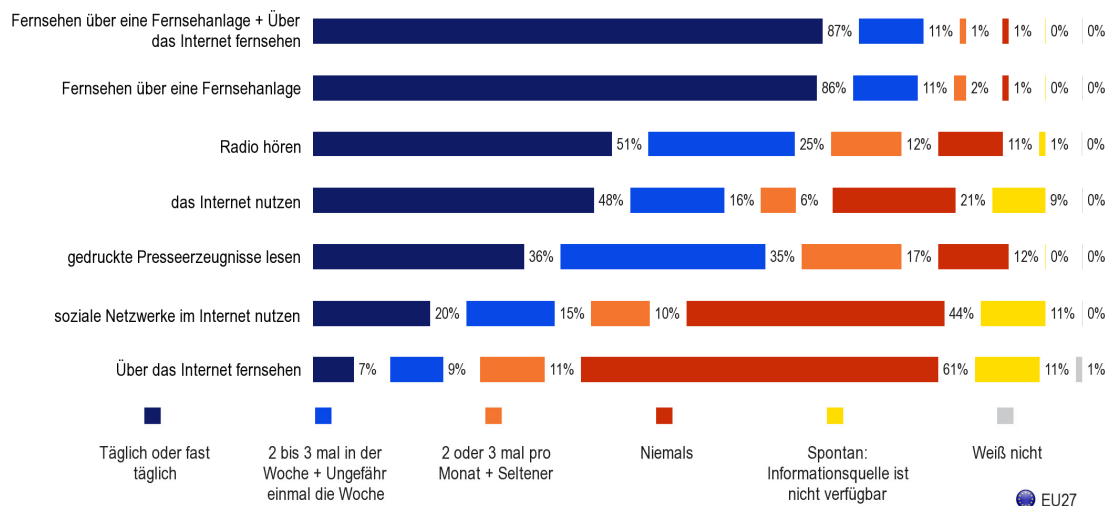
- Das Fernsehen steht immer noch an der Spitze der Mediennutzung. Am meisten Vertrauen bei den EU-Bürgern aber genießt das Radio -

1.1 Die Mediennutzung

Das Fernsehen erfreut sich mit Abstand der größten Beliebtheit bei den EU-Bürgern: 87%³ geben an, dass sie täglich oder fast täglich fernsehen (+2 Prozentpunkte gegenüber EB74 vom Herbst 2010). Insgesamt sehen 98% der EU-Bürger mindestens einmal pro Woche fern.

Die EU-Bürger sehen weitgehend über TV-Geräte fern (97% mindestens einmal pro Woche.) Erstmals wurden die EU-Bürger gefragt, ob sie über das Internet fernsehen, und hierzu zeigt sich, dass es sich hierbei noch um eine seltene Praktik handelt (16% mindestens einmal pro Woche).




QD3. Bitte sagen Sie mir, wie häufig Sie ...



³ Die Anteile der EU-Bürger, die jeden oder fast jeden Tag mit einem Fernsehgerät bzw. im Internet fernsehen.

Der tägliche oder fast tägliche Fernsehkonsum über ein TV-Gerät ist bei den Befragten ab 55 Jahren (92% täglich oder fast täglich) sowie bei den Rentnern (93%) besonders hoch. Etwas geringer ist dieser bei den jungen Befragten im Alter von 15 bis 24 Jahren (76%) sowie bei den Studenten (73%). Auch entsprechend dem Ausbildungsgrad sind Nuancen zu beobachten: 92% der EU-Bürger, die vor dem Alter von 16 Jahren ihr Studium beendet haben, geben an, dass sie täglich oder fast täglich fernsehen, gegenüber 82% jener, die bis zum Alter von 20 Jahren und darüber hinaus in Ausbildung standen.

QD3.1 Bitte sagen Sie mir, wie häufig Sie ...

	fernsehen						
	Täglich oder fast täglich	2 bis 3 mal in der Woche + Ungefähr einmal die Woche	2 oder 3 mal pro Monat + Seltener	Niemals	Informationsquelle ist nicht verfügbar (SPONTAN)	Weiß nicht	Gesamt 'Mindestens einmal pro Woche'
EU27	86%	11%	2%	1%	0%	0%	97%
 Alter							
15-24	76%	17%	4%	2%	0%	1%	93%
25-39	82%	14%	2%	2%	0%	0%	96%
40-54	85%	12%	1%	2%	0%	0%	97%
55 +	92%	6%	1%	1%	0%	0%	98%
 Ausbildung (Ende der)							
15-	92%	6%	1%	1%	0%	0%	98%
16-19	87%	10%	2%	1%	0%	0%	97%
20+	82%	14%	2%	2%	0%	0%	96%
Studiert noch	73%	20%	5%	2%	0%	0%	93%
 Berufliche Situation der Befragten							
Selbstständige	81%	15%	2%	2%	0%	0%	96%
Leitende Angestellte	80%	16%	2%	2%	0%	0%	96%
Andere Angestellte	84%	13%	2%	1%	0%	0%	97%
Arbeiter	85%	12%	2%	1%	0%	0%	97%
Hausfrauen / -männer	91%	7%	1%	1%	0%	0%	98%
Arbeitslose	86%	9%	3%	1%	1%	0%	95%
Rentner / Pensionäre	93%	5%	1%	1%	0%	0%	98%
Schüler / Studenten	73%	20%	5%	2%	0%	0%	93%

Der Fernsehkonsum über das Internet hingegen ist bei den Jugendlichen (13% täglich oder fast täglich bei den 15- bis 24-Jährigen gegenüber 7% im Durchschnitt), den Studenten (14%) und den leitenden Angestellten (10%) stärker verbreitet.

In allen EU-Ländern sehen mindestens drei Viertel der Befragten täglich oder fast täglich *über ein TV-Gerät* fern.

Jene Länder, in denen am häufigsten *über das Internet* ferngesehen wird, sind Schweden (34% sehen mindestens einmal pro Woche fern), Finnland (29%), Großbritannien (26%), die Niederlande (23%) und Dänemark (22%).

QD3.2 Bitte sagen Sie mir, wie häufig Sie ...

Über das Internet fernsehen

	Täglich oder fast täglich	2 bis 3 mal in der Woche + Ungefähr einmal die Woche	2 oder 3 mal pro Monat + Seltener	Niemals	Informationsquelle ist nicht verfügbar (SPONTAN)	Weiß nicht	Gesamt 'Mindestens einmal pro Woche'
EU27	7%	9%	11%	61%	11%	1%	16%



Alter

15-24	13%	17%	17%	50%	3%	0%	30%
25-39	10%	13%	16%	56%	5%	0%	23%
40-54	6%	9%	12%	65%	7%	1%	15%
55 +	3%	4%	5%	66%	22%	0%	7%



Ausbildung (Ende der)

15-	2%	3%	3%	66%	25%	1%	5%
16-19	6%	8%	11%	64%	10%	1%	14%
20+	9%	13%	17%	57%	4%	0%	22%
Studiert noch	14%	21%	18%	45%	2%	0%	35%



Berufliche Situation der Befragten

Selbstständige	8%	8%	14%	62%	8%	0%	16%
Leitende Angestellte	10%	16%	21%	51%	2%	0%	26%
Andere Angestellte	8%	11%	16%	61%	4%	0%	19%
Arbeiter	7%	9%	12%	64%	7%	1%	16%
Hausfrauen / -männer	4%	6%	7%	68%	14%	1%	10%
Arbeitslose	6%	8%	10%	65%	10%	1%	14%
Rentner / Pensionäre	3%	3%	4%	64%	25%	1%	6%
Schüler / Studenten	14%	21%	18%	45%	2%	0%	35%




Das Radio ist nach wie vor das von den EU-Bürgern am zweithäufigsten genutzte Medium. Dennoch ist seit der Eurobarometer-Umfrage vom Herbst 2010 ein Rückgang zu beobachten: 51% hören täglich oder fast täglich Radio – das bedeutet einen Rückgang um fünf Prozentpunkte. Und schließlich erklären 76% der EU-Bürger, dass sie mindestens einmal wöchentlich Radio hören (-3 Prozentpunkte).

Die EU-Bürger im Alter von 40 bis 54 Jahren sind jene, die ihren Angaben zufolge am häufigsten täglich oder fast täglich Radio hören (55% gegenüber 39% der 15- bis 24-Jährigen). Auch diejenigen mit dem höchsten Ausbildungsgrad hören öfter Radio (61% jener, die bis zum Alter von 20 Jahren und darüber hinaus in Ausbildung waren, gegenüber 42% jener, die vor dem Alter von 16 Jahren ihre Ausbildung beendet haben) sowie die leitenden Angestellten (65% gegenüber 56% der anderen Angestellten, 53% der Arbeiter und 37% der Hausmänner/-frauen und der Arbeitslosen).

Der Anteil derjenigen, die täglich oder fast täglich Radio hören, schwankt von Land zu Land sehr stark: Dies ist bei mindestens sieben von zehn Befragten in Luxemburg der Fall (70%), in Deutschland (71%) und vor allem in Irland (80%); diese Art der Mediennutzung ist hingegen in Rumänien (28%) sowie in Portugal (26%) und Bulgarien (24%) weniger verbreitet.

Zwischen den Bewerberländern bestehen erhebliche Unterschiede. Der Anteil der täglichen Radiohörer ist in Island besonders hoch (83%), knapp unter dem Durchschnitt hingegen liegt er in Kroatien (50% gegenüber 51% in der ganzen EU). Geringer ist er in Montenegro (37%), der ehemaligen jugoslawischen Republik Mazedonien (19%) und vor allem in der Türkei (7%).

QD3.3 Bitte sagen Sie mir, wie häufig Sie ...

Radio hören							
	Täglich oder fast täglich	2 bis 3 mal in der Woche + Ungefähr einmal die Woche	2 oder 3 mal pro Monat + Seltener	Niemals	Informationsquelle ist nicht verfügbar (SPONTAN)	Weiß nicht	Gesamt 'Mindestens einmal pro Woche'
EU27	51%	25%	12%	11%	1%	0%	76%
 Alter							
15-24	39%	32%	15%	14%	0%	0%	71%
25-39	51%	30%	11%	8%	0%	0%	81%
40-54	55%	23%	12%	9%	1%	0%	78%
55 +	53%	20%	12%	14%	1%	0%	73%
 Ausbildung (Ende der)							
15-	42%	22%	14%	20%	2%	0%	64%
16-19	52%	26%	11%	10%	1%	0%	78%
20+	61%	23%	9%	7%	0%	0%	84%
Studiert noch	42%	30%	15%	13%	0%	0%	72%
 Berufliche Situation der Befragten							
Selbstständige	58%	23%	11%	8%	0%	0%	81%
Leitende Angestellte	65%	22%	8%	5%	0%	0%	87%
Andere Angestellte	56%	27%	10%	6%	1%	0%	83%
Arbeiter	53%	26%	11%	9%	0%	1%	79%
Hausfrauen / -männer	37%	26%	17%	18%	2%	0%	63%
Arbeitslose	37%	31%	15%	16%	1%	0%	68%
Rentner / Pensionäre	52%	21%	11%	15%	1%	0%	73%
Schüler / Studenten	42%	30%	15%	13%	0%	0%	72%




Mehr als sieben von zehn EU-Bürgern geben an, dass sie mindestens einmal wöchentlich **die Presse** lesen (71%, -2 Prozentpunkte). Allerdings wird diese Art von Medium weniger häufig täglich genutzt als das Radio (36% lesen diese täglich oder fast täglich - 2); mehr als jeder dritte EU-Bürger liest ein- bis dreimal wöchentlich Zeitungen und Zeitschriften (35%, =).

Auch die Befragten mit einem höheren Bildungsgrad lesen diese häufiger (80% jener, die bis zum Alter von 20 Jahren und darüber hinaus in Ausbildung waren, lesen mindestens einmal wöchentlich die Presse, gegenüber 61% jener, die ihre Schulbildung vor dem Alter von 16 Jahren beendet haben), ebenso wie die leitenden Angestellten (85%).

In folgenden Ländern geben mehr als 80% der Befragten an, dass sie mindestens einmal wöchentlich die Presse lesen: In den Niederlanden (84%), in Irland und Deutschland (jeweils 87%), Österreich und Luxemburg (jeweils 89%) und vor allem in Schweden und Finnland (93%). Die Leser von gedruckten Presseerzeugnissen sind hingegen auf Zypern und in Portugal weniger zahlreich (60%), aber auch auf Malta (57%) und vor allem in Rumänien (43%) und Griechenland (42%). Demnach scheint es in der Europäischen Union in Bezug auf diese Nutzungsgewohnheit ein Nord-/Süd-Gefälle zu geben.

QD3.4 Bitte sagen Sie mir, wie häufig Sie ...

































gedruckte Presseerzeugnisse lesen

	Täglich oder fast täglich	2 bis 3 mal in der Woche + Ungefähr einmal die Woche	2 oder 3 mal pro Monat + Seltener	Niemals	Informationsquelle ist nicht verfügbar (SPONTAN)	Weiß nicht	Gesamt 'Mindestens einmal pro Woche'
EU27	36%	35%	17%	12%	0%	0%	71%
 Alter							
15-24	19%	40%	24%	16%	0%	1%	59%
25-39	30%	41%	19%	10%	0%	0%	71%
40-54	38%	36%	16%	9%	1%	0%	74%
55 +	45%	27%	12%	15%	1%	0%	72%
 Ausbildung (Ende der)							
15-	32%	29%	17%	21%	1%	0%	61%
16-19	35%	37%	16%	11%	1%	0%	72%
20+	46%	34%	14%	6%	0%	0%	80%
Studiert noch	22%	40%	24%	14%	0%	0%	62%
 Berufliche Situation der Befragten							
Selbstständige	41%	36%	16%	7%	0%	0%	77%
Leitende Angestellte	52%	33%	11%	4%	0%	0%	85%
Andere Angestellte	36%	38%	18%	8%	0%	0%	74%
Arbeiter	31%	39%	18%	11%	0%	1%	70%
Hausfrauen / -männer	26%	30%	19%	23%	1%	1%	56%
Arbeitslose	20%	38%	24%	17%	1%	0%	58%
Rentner / Pensionäre	45%	27%	12%	15%	1%	0%	72%
Schüler / Studenten	22%	40%	24%	14%	0%	0%	62%

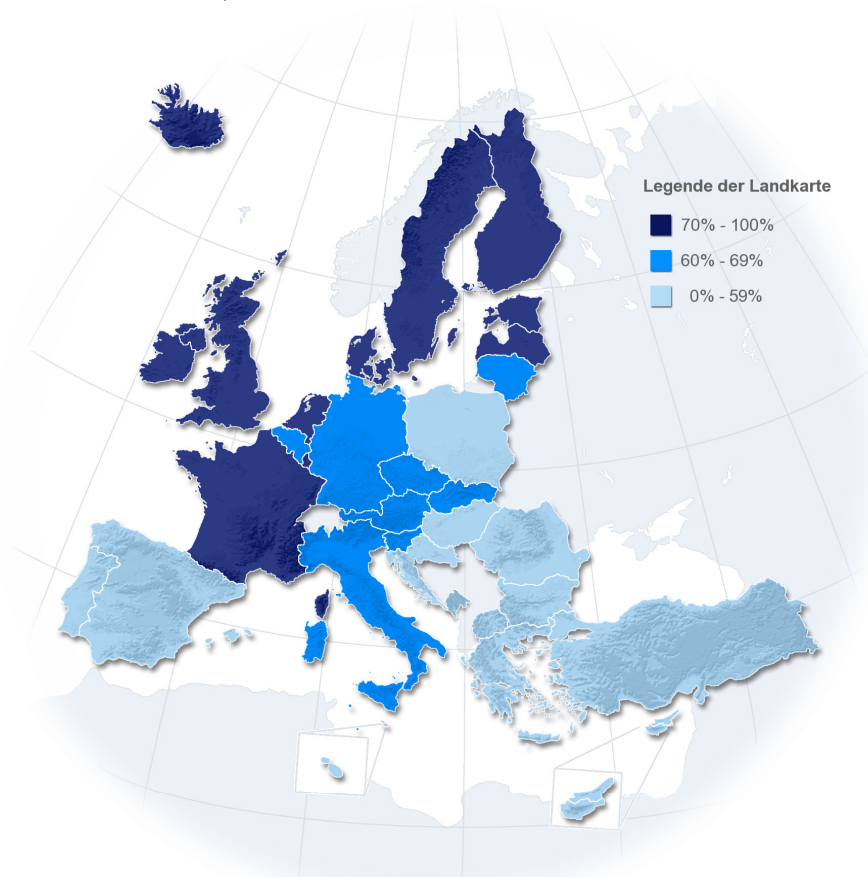
Eine klare Mehrheit der EU-Bürger gibt zudem an, mindestens einmal wöchentlich das **Internet** zu nutzen (64%, +1 Prozentpunkt). Der Anteil jener, die angeben, dieses täglich oder fast täglich zu nutzen, ist höher als bei Zeitungen und zeigt eine steigende Tendenz (48%, +3). Schließlich nutzen 30% der EU-Bürger das Internet nicht (21% geben "nie" an, und 9% geben spontan an, dass sie keinen Zugang dazu haben).

Die tägliche oder fast tägliche Nutzung des Internet ist bei den Jugendlichen besonders hoch (79% bei den 15- bis 24-Jährigen gegenüber 23% der Befragten ab 55 Jahren), aber auch bei den Studenten (86%), den leitenden Angestellten (79% gegenüber 65% der anderen Angestellten und 47% der Arbeiter) sowie den Befragten mit dem höchsten Ausbildungsgrad (68% gegenüber 14% jener mit niedrigem Bildungsniveau).

Die Länder, in denen die meisten Befragten angeben, das Internet zu nutzen, sind Schweden (92% mindestens einmal wöchentlich, +5 Prozentpunkte gegenüber Herbst 2010), die Niederlande (90%), Dänemark (88%) und Luxemburg (81%, +5 Prozentpunkte). Am wenigsten verbreitet hingegen ist die Internetnutzung in Bulgarien (49%), Griechenland (47%), auf Zypern (45%), in Rumänien (40%) und Portugal (36%).

 SE	92%
 NL	90%
 DK	88%
 LU	81%
 FI	77%
 UK	74%
 LV	73%
 IE	72%
 FR	71%
 EE	71%
 BE	69%
 SI	66%
 AT	66%
 CZ	66%
 DE	65%
 EU	64%
 SK	62%
 IT	61%
 LT	60%
 PL	59%
 MT	58%
 ES	54%
 HU	53%
 BG	49%
 EL	47%
 CY	45%
 RO	40%
 PT	36%
CY (hoc) 50%	
 IS	92%
 ME	52%
 HR	52%
 MK	50%
 TR	35%




Frage: QD3.5. Bitte sagen Sie mir, wie häufig Sie ...
Option: das Internet nutzen
Antworten: Mindestens einmal pro Woche



Gemeinsam mit Schweden und Luxemburg sind die Länder, in denen die Nutzung des Internet seit dem vergangenen Jahr am meisten zugenommen hat, Lettland (73% der Befragten nutzen es mindestens einmal pro Woche, +8), und Estland (71%, +5).

QD3.5 Bitte sagen Sie mir, wie häufig Sie ...

das Internet nutzen

	Täglich oder fast täglich	2 bis 3 mal in der Woche + Ungefähr einmal die Woche	2 oder 3 mal pro Monat + Seltener	Niemals	Informationsquelle ist nicht verfügbar (SPONTAN)	Weiß nicht	Gesamt 'Mindestens einmal pro Woche'
EU27	48%	16%	6%	21%	9%	0%	64%
 Alter							
15-24	79%	14%	3%	3%	1%	0%	93%
25-39	64%	19%	6%	8%	3%	0%	83%
40-54	50%	21%	8%	16%	5%	0%	71%
55 +	23%	11%	5%	41%	20%	0%	34%
 Ausbildung (Ende der)							
15-	14%	10%	6%	47%	23%	0%	24%
16-19	45%	21%	7%	19%	8%	0%	66%
20+	68%	15%	5%	9%	3%	0%	83%
Studiert noch	86%	10%	2%	1%	1%	0%	96%
 Berufliche Situation der Befragten							
Selbstständige	55%	19%	7%	14%	5%	0%	74%
Leitende Angestellte	79%	13%	4%	3%	1%	0%	92%
Andere Angestellte	65%	21%	6%	6%	2%	0%	86%
Arbeiter	47%	22%	8%	18%	5%	0%	69%
Hausfrauen / -männer	29%	17%	6%	36%	12%	0%	46%
Arbeitslose	47%	18%	8%	19%	8%	0%	65%
Rentner / Pensionäre	20%	10%	4%	43%	23%	0%	30%
Schüler / Studenten	86%	10%	2%	1%	1%	0%	96%

Soziale Netzwerke im Internet werden regelmäßig von etwas mehr als einem Drittel der EU-Bürger genutzt, was im Vergleich zum vergangenen Jahr einem leichten Anstieg entspricht (35% nutzen diese mindestens einmal pro Woche, +2 Prozentpunkte). Der Anteil jener, die angeben, dass sie diese täglich oder fast täglich nutzen, beträgt 20% (+2). Der Großteil der EU-Bürger nutzt diese jedoch auch weiterhin nicht: 44% (-3) antworten mit "nie", und 11% (+2) geben an, dass sie keinen Zugang zu diesen haben.




Bei dieser Frage zeigt sich eine sehr große Kluft zwischen den Generationen: 56% der Befragten zwischen 15 und 24 Jahren nutzen täglich oder fast täglich soziale Netzwerke, gegenüber 29% der 25- bis 39-Jährigen, 14% der 40- bis 54-Jährigen und 4% der Befragten ab 55 Jahren. Der Unterschied zwischen leitenden Angestellten (23%), anderen Angestellten (25%) und Arbeitern (20%) ist hingegen weniger ausgeprägt.

Die Länder, in denen die Nutzung sozialer Netzwerke am stärksten ist, sind die Niederlande (56% nutzen diese mindestens einmal wöchentlich), aber auch Lettland (55%), Dänemark (54%) und Schweden (54%). Am wenigsten werden soziale Netzwerke in Deutschland (27%), Portugal (24%) und Rumänien genutzt (22%).

Sieht man sich die Veränderungen an, zeigt sich die stärkste Zunahme in Luxemburg (47%, +11 Prozentpunkte gegenüber Herbst 2010), in Griechenland (36%, +10), der Tschechischen Republik (33%, +10), in Österreich (43%, +9), Litauen (41%, +8), Lettland (55%, +7), der Slowakei (43%, +7) und in Slowenien (40%, +7).

QD3.6 Bitte sagen Sie mir, wie häufig Sie ...

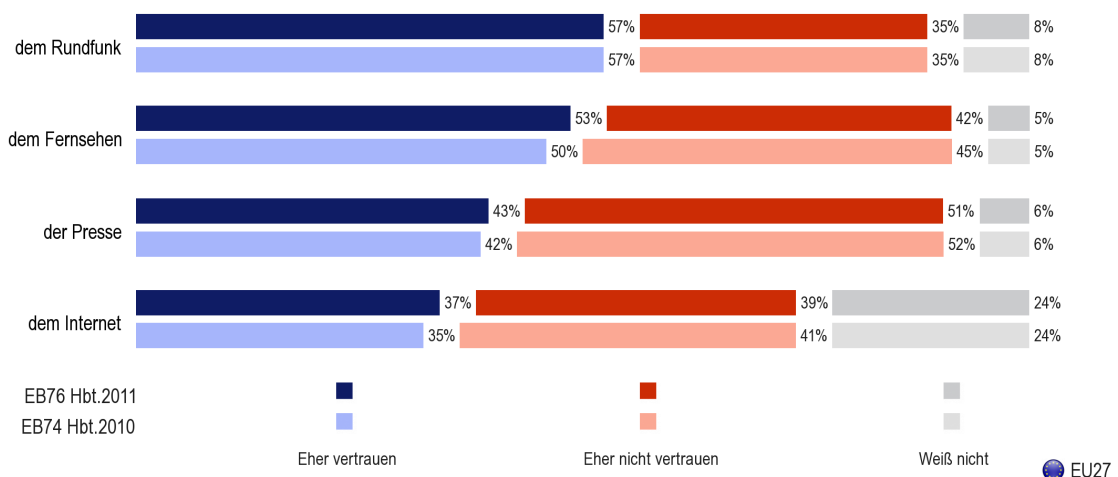
soziale Netzwerke im Internet nutzen

	Täglich oder fast täglich	2 bis 3 mal in der Woche + Ungefähr einmal die Woche	2 oder 3 mal pro Monat + Seltener	Niemals	Informationsquelle ist nicht verfügbar (SPONTAN)	Weiß nicht	Gesamt 'Mindestens einmal pro Woche'
EU27	20%	15%	10%	44%	11%	0%	35%
 Alter							
15-24	56%	22%	8%	12%	2%	0%	78%
25-39	29%	24%	15%	29%	3%	0%	53%
40-54	14%	16%	14%	48%	7%	1%	30%
55 +	4%	5%	6%	63%	22%	0%	9%
 Ausbildung (Ende der)							
15-	5%	5%	4%	60%	25%	1%	10%
16-19	17%	16%	12%	45%	9%	1%	33%
20+	23%	18%	15%	40%	4%	0%	41%
Studiert noch	60%	23%	7%	9%	1%	0%	83%
 Berufliche Situation der Befragten							
Selbstständige	19%	15%	15%	45%	6%	0%	34%
Leitende Angestellte	23%	23%	18%	35%	1%	0%	46%
Andere Angestellte	25%	22%	16%	34%	3%	0%	47%
Arbeiter	20%	17%	12%	44%	6%	1%	37%
Hausfrauen / -männer	12%	10%	7%	57%	13%	1%	22%
Arbeitslose	24%	18%	11%	37%	10%	0%	42%
Rentner / Pensionäre	3%	5%	4%	63%	25%	0%	8%
Schüler / Studenten	60%	23%	7%	9%	1%	0%	83%

1.2 Das Vertrauen in die Medien

Die Reihenfolge jener Medien, in die die EU-Bürger am meisten vertrauen haben⁴, ist seit dem Eurobarometer vom Herbst 2010 (EB74) unverändert geblieben. Das Radio ist nach wie vor das Medium, dem am meisten vertraut wird (57% gegenüber 35% Misstrauen, unverändert), gefolgt vom Fernsehen, das drei Prozentpunkte an positiven Meinungen dazugewonnen hat (53% gegenüber 42%, -3). Zeitungen und Zeitschriften stehen an dritter Stelle, gelten aber nach Meinung der Befragten überwiegend als wenig Vertrauen erweckend (43% Vertrauen, +1 gegenüber 51%, -1). Und schließlich genießt das Internet das Vertrauen von 37% der EU-Bürger, was eine Zunahme um zwei Prozentpunkte gegenüber dem vergangenen Jahr bedeutet. Obwohl diesem Medium weniger misstraut wird als anderen Medien (39%, -2), gibt fast ein Viertel der EU-Bürger – bei geringerem Nutzungsgrad des Internets - zu diesem Thema keine Meinung ab (24%, =).

QA10. Ich möchte nun gerne von Ihnen wissen, wie viel Vertrauen Sie in bestimmte Institutionen haben. Sagen Sie mir bitte für jede der folgenden Institutionen, ob Sie ihr eher vertrauen oder eher nicht vertrauen. Wie ist es mit -








Auffallend ist auch, dass das Vertrauen in das Internet bei den jüngsten Befragten 52% erzielt (gegenüber 40% Misstrauen), und 51% bei jenen, die es täglich nutzen (gegenüber 41% Misstrauen).

Bedingt durch den Ausbildungsgrad ergeben sich ebenfalls erhebliche Unterschiede: So nimmt das Vertrauen gegenüber dem Radio, der Presse und dem Internet mit steigendem Bildungsgrad der Befragten zu: Bei jenen, die ihre Ausbildung bis zum Alter von 20 Jahren oder darüber hinaus fortsetzen, beträgt es 63% in Bezug auf das Fernsehen, 50% in Bezug auf die Presse, 46% in Bezug auf das Internet (gegenüber 51%, 36% bzw. 15% bei jenen, die vor dem Alter von 16 Jahren ihre Ausbildung beendet haben). In Bezug auf das Fernsehen hingegen lässt sich das Gegenteil beobachten: So ist das Vertrauen bei den Befragten mit geringerem Ausbildungsgrad höher als bei jenen mit einem hohen Bildungsniveau (55% bei Ersteren gegenüber 51% bei den Zweiten).

⁴ QA10 Ich möchte nun gerne von Ihnen wissen, wie viel Vertrauen Sie in bestimmte Institutionen haben. Sagen Sie mir bitte für jede der folgenden Institutionen, ob Sie ihr eher vertrauen oder eher nicht vertrauen..


































Außerdem zeigt sich, dass das Vertrauen bei Menschen, die finanzielle Schwierigkeiten haben, deutlich geringer ist: Ungeachtet des Mediums ist das Vertrauen bei den Befragten geringer, die fast immer Schwierigkeiten haben, ihre Rechnungen zu bezahlen, als bei jenen, die praktisch nie in dieser Lage sind.

QA10 Ich möchte nun gerne von Ihnen wissen, wie viel Vertrauen Sie in bestimmte Institutionen haben. Sagen Sie mir bitte für jede der folgenden Institutionen, ob Sie ihr eher vertrauen oder eher nicht vertrauen.

	Radio	Fernsehen	Presse	dem Internet
EU27	57%	53%	43%	37%
 Geschlecht				
Männlich	58%	52%	44%	40%
Weiblich	56%	54%	41%	34%
 Alter				
15-24	58%	54%	44%	52%
25-39	58%	51%	45%	49%
40-54	58%	52%	43%	40%
55 +	55%	55%	40%	21%
 Ausbildung (Ende der)				
15-	51%	55%	36%	15%
16-19	57%	53%	41%	39%
20+	63%	51%	50%	46%
Studiert noch	59%	54%	47%	56%
 Berufliche Situation der Befragten				
Selbstständige	53%	45%	39%	42%
Leitende Angestellte	65%	53%	50%	49%
Andere Angestellte	60%	51%	45%	49%
Arbeiter	58%	54%	44%	39%
Hausfrauen / -männer	50%	56%	39%	28%
Arbeitslose	50%	48%	37%	37%
Rentner / Pensionäre	56%	55%	40%	19%
Schüler / Studenten	59%	54%	47%	56%
 Schwierigkeiten, Rechnungen zu bezahlen				
Meistens	46%	45%	33%	35%
Gelegentlich	52%	50%	40%	36%
Nahezu nie	61%	56%	46%	38%

Das Vertrauen in das Radio überwiegt in 23 Mitgliedstaaten, jedoch – wie schon im Herbst 2010 – mit Ausnahme von Griechenland (36% gegenüber 61% Misstrauen, =). Gleiches gilt mittlerweile auch für Italien (39%, -10 Prozentpunkte, gegenüber 42%, +3) und für Malta (36%, -10, gegenüber 49%, +13). In diesen Ländern zeigt sich ein spürbarer Vertrauensverlust. Ausgewogen ist das Verhältnis in Ungarn (47% Vertrauen, -4, gegenüber 47% Misstrauen, +8). Besonders ausgeprägt wiederum ist das Vertrauen in Bezug auf das Radio in Schweden (80%, +2), Finnland (78%, +2), der Slowakei (75%, -2) und Dänemark (73%, +2).


































QA10.2 Ich möchte nun gerne von Ihnen wissen, wie viel Vertrauen Sie in bestimmte Institutionen haben. Sagen Sie mir bitte für jede der folgenden Institutionen, ob Sie ihr eher vertrauen oder eher nicht vertrauen.
Wie ist es mit - dem Rundfunk

		Eher vertrauen	Diff EB 76 Hbt.2011- EB 74 Hbt.2010	Eher nicht vertrauen	Diff EB 76 Hbt.2011- EB 74 Hbt.2010
	EU27	57%	=	35%	=
	SE	80%	+2	18%	=
	FI	78%	+2	19%	-1
	SK	75%	-2	22%	+1
	DK	73%	+2	24%	-1
	EE	71%	+3	24%	=
	BE	70%	-3	28%	+3
	CZ	70%	-1	25%	-1
	NL	70%	-5	22%	+4
	AT	68%	=	25%	-2
	DE	66%	=	28%	+1
	IE	64%	+1	32%	-1
	LU	61%	=	32%	+1
	FR	60%	+6	34%	-7
	CY	58%	+1	39%	+2
	LV	58%	=	33%	+1
	LT	57%	=	35%	+2
	PL	57%	=	35%	+4
	RO	57%	+7	32%	-8
	UK	54%	-1	39%	+1
	PT	52%	-8	37%	+3
	SI	52%	-3	45%	+3
	BG	51%	=	30%	-3
	ES	50%	+3	41%	-1
	HU	47%	-4	47%	+8
	IT	39%	-10	42%	+3
	EL	36%	=	61%	=
	MT	36%	-10	49%	+13
	CY (tcc)	60%	+3	33%	-4
	HR	44%	-4	49%	+4
	TR	29%	+2	57%	-5
	MK	31%	+1	48%	+4
	IS	79%	+3	20%	=
	ME	50%	-	38%	-

Das Vertrauen in das Fernsehen überwiegt in 22 Mitgliedstaaten. Eine Ausnahme bilden hierbei Griechenland (77% Misstrauen, -1 Prozentpunkt), Spanien (55%, -1) und Frankreich - trotz eines deutlichen Rückgangs der Misstrauensrate (53%, -8), aber auch Italien (49%, -3) und mittlerweile auch Malta (49%, +10). In jenen Ländern, in denen das Vertrauen überwiegt, schwankt das Vertrauen zwischen 76% in Finnland (+5) und 52% in Luxemburg (stabil), Ungarn (-2) und Slowenien (-4).

QA10.3 Ich möchte nun gerne von Ihnen wissen, wie viel Vertrauen Sie in bestimmte Institutionen haben. Sagen Sie mir bitte für jede der folgenden Institutionen, ob Sie ihr eher vertrauen oder eher nicht vertrauen.


































Wie ist es mit - dem Fernsehen

		Eher vertrauen	Diff EB 76 Hbt.2011- EB 74 Hbt.2010	Eher nicht vertrauen	Diff EB 76 Hbt.2011- EB 74 Hbt.2010
	EU27	53%	+3	42%	-3
	FI	76%	+5	22%	-4
	BG	73%	+3	24%	-3
	SE	73%	+3	25%	-2
	BE	72%	+3	27%	-3
	EE	72%	+4	26%	-2
	AT	72%	+5	26%	-5
	CZ	71%	=	27%	-1
	SK	69%	+1	29%	-2
	DK	68%	+2	30%	-1
	NL	66%	+2	29%	-3
	RO	61%	+7	36%	-7
	IE	60%	+2	36%	-2
	PT	60%	-5	35%	+3
	DE	59%	+1	35%	-2
	LV	59%	-3	38%	+4
	PL	57%	+7	37%	-4
	CY	56%	+1	43%	+1
	LT	53%	+1	42%	-1
	UK	53%	+2	43%	-2
	LU	52%	=	44%	+1
	HU	52%	-2	45%	+3
	SI	52%	-4	46%	+4
	FR	42%	+8	55%	-8
	ES	41%	+1	55%	-1
	MT	41%	-9	49%	+10
	IT	40%	=	49%	-3
	EL	22%	+1	77%	-1
	CY (tcc)	61%	+6	36%	-5
	HR	45%	-4	51%	+2
	TR	35%	+1	59%	-3
	MK	52%	-2	45%	+1
	IS	77%	+7	21%	-4
	ME	63%	-	35%	-

Das Vertrauen in die Presse überwiegt in nur 13 Mitgliedstaaten. Das höchste Maß an Vertrauen zeigt sich bei den Befragten in Finnland, wo die positiven Meinungen sogar zunehmen (64%, +7 Prozentpunkte), der Slowakei (62%, +3) und in Luxemburg (61%, auch hier +7 Prozentpunkte). Ein ausgewogenes Verhältnis wird auf Zypern verzeichnet (47%, +2). Gleichzeitig bedeutet dies aber auch, dass in 13 anderen Ländern das Misstrauen überwiegt. Besonders deutlich ist dieses in Großbritannien (79%, =) und Griechenland (70%, -1). Sieht man sich die Veränderungen näher an, so zählen einmal mehr Italien (34%, -6) und Malta (30%, -6) zu den Ländern, in denen der Vertrauensverlust am stärksten ist.

QA10.1 Ich möchte nun gerne von Ihnen wissen, wie viel Vertrauen Sie in bestimmte Institutionen haben. Sagen Sie mir bitte für jede der folgenden Institutionen, ob Sie ihr eher vertrauen oder eher nicht vertrauen.

Wie ist es mit - der Presse


































		Eher vertrauen	Diff EB 76 Hbt.2011- EB 74 Hbt.2010	Eher nicht vertrauen	Diff EB 76 Hbt.2011- EB 74 Hbt.2010
	EU27	43%	+1	51%	-1
	FI	64%	+7	35%	-7
	SK	62%	+3	36%	-3
	LU	61%	+7	37%	-3
	BE	60%	+1	38%	-1
	NL	60%	-5	37%	+4
	AT	59%	=	36%	-2
	CZ	57%	-1	40%	=
	EE	53%	+4	43%	-3
	FR	51%	+3	43%	-5
	DK	50%	+5	47%	-4
	DE	50%	+1	45%	=
	PT	49%	-5	40%	+2
	CY	47%	+2	47%	=
	RO	46%	+4	44%	-7
	SE	45%	+3	54%	-2
	PL	44%	+4	47%	=
	IE	43%	+5	51%	-5
	BG	42%	=	44%	-3
	LT	42%	-1	52%	+2
	ES	41%	+4	52%	-1
	LV	40%	-2	55%	+4
	SI	39%	=	58%	=
	HU	37%	-2	57%	+5
	IT	34%	-6	53%	+2
	MT	30%	-6	52%	+8
	EL	28%	+1	70%	-1
	UK	18%	=	79%	=
	CY (tcc)	59%	+7	38%	-6
	HR	34%	-1	60%	=
	TR	30%	+3	62%	-5
	MK	34%	=	55%	+1
	IS	53%	+6	45%	-4
	ME	58%	-	39%	-

Das Vertrauen in das Internet überwiegt in 18 Mitgliedstaaten, wenn es auch weniger ausgeprägt ist. Besonders groß ist es in der Tschechischen Republik (61%, +6 Prozentpunkte) und in Dänemark (59%, +7) - wo es im Übrigen höher ist als das Vertrauen in die Presse -, aber auch in der Slowakei (57%, =).

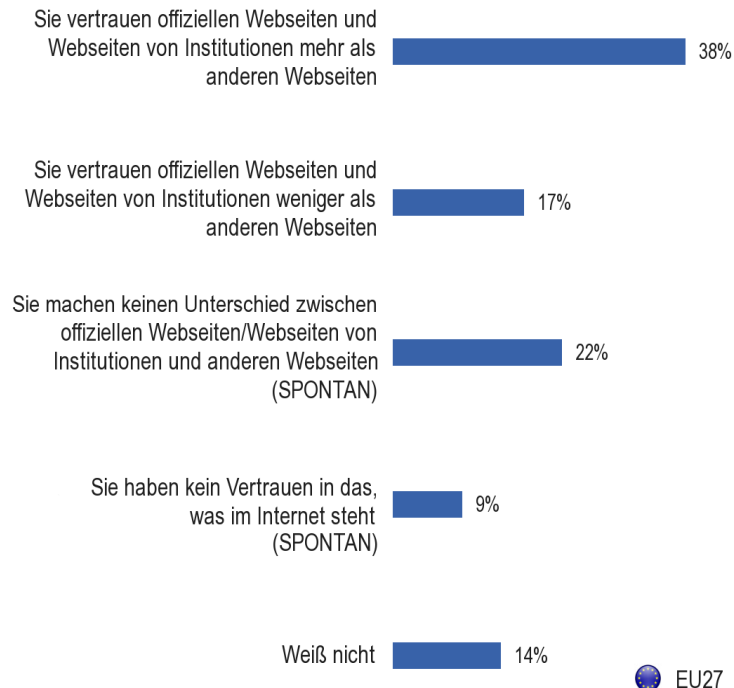
Das Vertrauen in das Internet ist wiederum in folgenden Ländern deutlich geringer: Deutschland (27%, -3), Portugal (29%, -5), Frankreich (33%, +4), Spanien (34%, +4) und Großbritannien (34%, +7).

Zu den auffallenden Veränderungen seit dem vergangenen Jahr zählt auch das zunehmende Vertrauen in das Internet in Polen (46%, +9), während es auf Malta zurückgeht (35%, -7).

QA10.4 Ich möchte nun gerne von Ihnen wissen, wie viel Vertrauen Sie in bestimmte Institutionen haben. Sagen Sie mir bitte für jede der folgenden Institutionen, ob Sie ihr eher vertrauen oder eher nicht vertrauen.
Wie ist es mit - dem Internet

		Eher vertrauen	Diff EB 76 Hbt.2011- EB 74 Hbt.2010	Eher nicht vertrauen	Diff EB 76 Hbt.2011- EB 74 Hbt.2010
	EU27	37%	+2	39%	-2
	CZ	61%	+6	24%	-3
	DK	59%	+7	27%	-4
	SK	57%	=	27%	-1
	NL	51%	=	35%	+1
	EE	49%	+1	27%	+3
	FI	49%	+3	35%	-1
	PL	46%	+9	28%	-1
	BE	44%	+2	42%	-4
	SI	44%	+2	37%	=
	LT	43%	+1	28%	+4
	AT	43%	+3	39%	-3
	EL	42%	+3	38%	-3
	LV	42%	-2	35%	+6
	HU	41%	=	32%	+8
	BG	40%	+1	20%	+2
	IE	38%	+2	41%	-1
	IT	37%	-3	40%	=
	LU	36%	+4	47%	-3
	RO	36%	-1	30%	+4
	CY	35%	+3	30%	-2
	MT	35%	-7	33%	+8
	SE	35%	+2	54%	=
	ES	34%	+4	40%	=
	UK	34%	+7	46%	-4
	FR	33%	+4	46%	-3
	PT	29%	-5	39%	+1
	DE	27%	-3	43%	-3
	CY (tcc)	45%	-5	46%	+13
	HR	33%	-2	40%	+3
	TR	24%	+1	55%	-5
	MK	43%	+4	25%	+2
	IS	39%	-8	51%	+10
	ME	51%	-	23%	-

QD8. Welche der beiden folgenden Aussagen kommt Ihrer persönlichen Meinung am nächsten?



Auf die Aufforderung hin, sich zur **Glaubwürdigkeit der verschiedenen Informationsquellen im Internet⁵** zu äußern, geben die europäischen Internutzer mehrheitlich an, dass sie offiziellen Webseiten und Webseiten von Institutionen mehr vertrauen als anderen Webseiten (38%). Im Gegensatz dazu geben weniger als zwei von zehn EU-Bürgern an, dass sie diesen weniger vertrauen als anderen Webseiten (17%).

Dennoch fällt auf, dass fast ein Viertel der Befragten spontan angibt, dass sie zwischen diesen beiden Informationsquellen keinen Unterschied machen (22%).

Jene Länder, in denen die Bevölkerung mehr in offizielle Webseiten bzw. Webseiten von Institutionen vertraut, sind Schweden (74%), Dänemark (69%), die Niederlande (63%) und Finnland (60%). Diese zählen zu den Ländern, in denen das Internet stärker genutzt wird.



Nur ein Land vertraut verstärkt nicht-offiziellen Webseiten, nämlich Griechenland (27% in Bezug auf nicht-institutionelle Webseiten gegenüber 24% in Bezug auf die Webseiten von Institutionen). Starker Glaube wird solchen „anderen Webseiten“ aber auch in Polen (29%) und Frankreich (24%) geschenkt.

⁵ QD8 Welche der beiden Aussagen kommt Ihrer persönlichen Meinung am nächsten? Sie vertrauen offiziellen Webseiten und Webseiten von Institutionen mehr als anderen Webseiten; Sie vertrauen offiziellen Webseiten und Webseiten von Institutionen weniger als anderen Webseiten; Sie machen keinen Unterschied zwischen offiziellen Webseiten/Webseiten von Institutionen und anderen Webseiten; Sie haben kein Vertrauen in das, was im Internet steht (SPONTAN); Weiß nicht (SPONTAN)

Die soziodemografische Analyse zeigt, dass das Vertrauen in offizielle Webseiten und Webseiten von Institutionen bei den Befragten mit einem höheren Ausbildungsgrad deutlich stärker ist: 45% der EU-Bürger, die bis zum Alter von 20 Jahren und darüber hinaus in Ausbildung waren, geben an, dass sie offiziellen Webseiten mehr vertrauen als anderen Webseiten. Dem stehen nur 24% der Befragten gegenüber, die vor dem Alter von 16 Jahren ihre Ausbildung beendet haben. Letztere vertrauen nicht mehr in andere Webseiten (16%, gegenüber 18% der Befragten mit höherem Ausbildungsgrad), geben aber häufiger spontan an, dass sie den im Internet verfügbaren Informationen kurz und gut nicht vertrauen (18% gegenüber 6% der Befragten mit höherem Ausbildungsgrad).

Das Vertrauen, das Webseiten von Institutionen entgegengebracht wird, überwiegt auch bei den EU-Bürgern, die jeden Tag im Internet surfen (43%), deutlich gegenüber jenen, die das Internet seltener nutzen (26%).

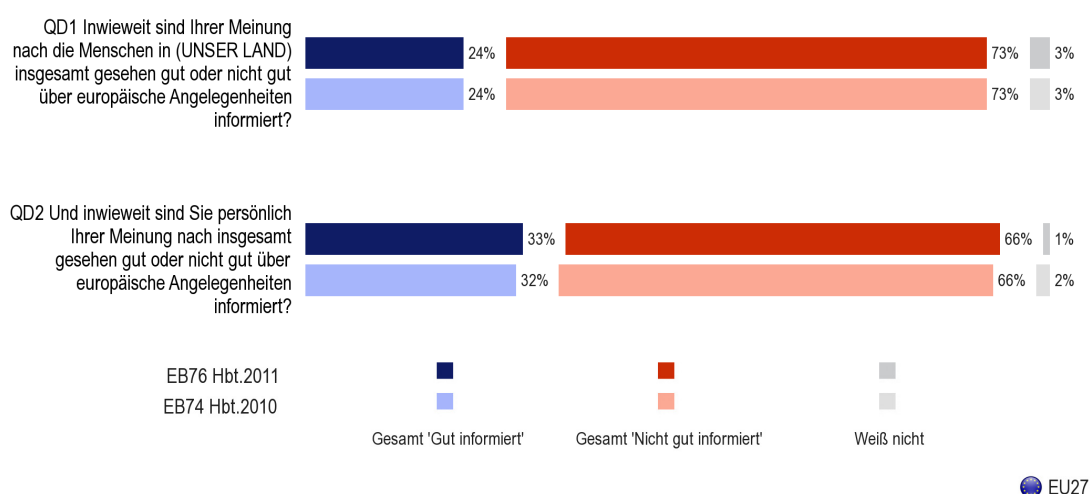
QD8 Welche der beiden folgenden Aussagen kommt Ihrer persönlichen Meinung am nächsten?

	Sie vertrauen offiziellen Webseiten und Webseiten von Institutionen mehr als anderen Webseiten	Sie vertrauen offiziellen Webseiten und Webseiten von Institutionen weniger als anderen Webseiten	Sie machen keinen Unterschied zwischen offiziellen Webseiten/Webseiten von Institutionen und anderen Webseiten (SPONTAN)	Sie haben kein Vertrauen in das, was im Internet steht (SPONTAN)	Weiß nicht
EU27	38%	17%	22%	9%	14%
 Alter					
15-24	39%	18%	24%	6%	13%
25-39	38%	17%	24%	9%	12%
40-54	38%	16%	22%	10%	14%
55 +	37%	16%	19%	12%	16%
 Ausbildung (Ende der)					
15-	24%	16%	20%	18%	22%
16-19	34%	16%	23%	11%	16%
20+	45%	18%	21%	6%	10%
Studiert noch	43%	16%	24%	6%	11%
Nutzung des Internets					
Täglich	43%	17%	23%	7%	10%
Häufig/ Manchmal	26%	15%	21%	16%	22%

2. DAS INFORMATIONSNIVEAU ZU EUROPÄISCHEN ANGELEGENHEITEN

- Das Gefühl, zu EU-Fragen unzureichend informiert zu sein, überwiegt deutlich -

Die EU-Bürger geben erneut an, dass sie in europäischen Fragen unzureichend informiert sind: 73% sind der Meinung, dass die eigenen Landsleute unzureichend informiert sind (gegenüber 24%), und 66% sind in Bezug auf sich selbst derselben Meinung⁶. Nur ein Drittel der EU-Bürger gibt an, zu europäischen Fragen gut informiert zu sein (Anteil seit EB74 vom Herbst 2010 fast gleich geblieben).

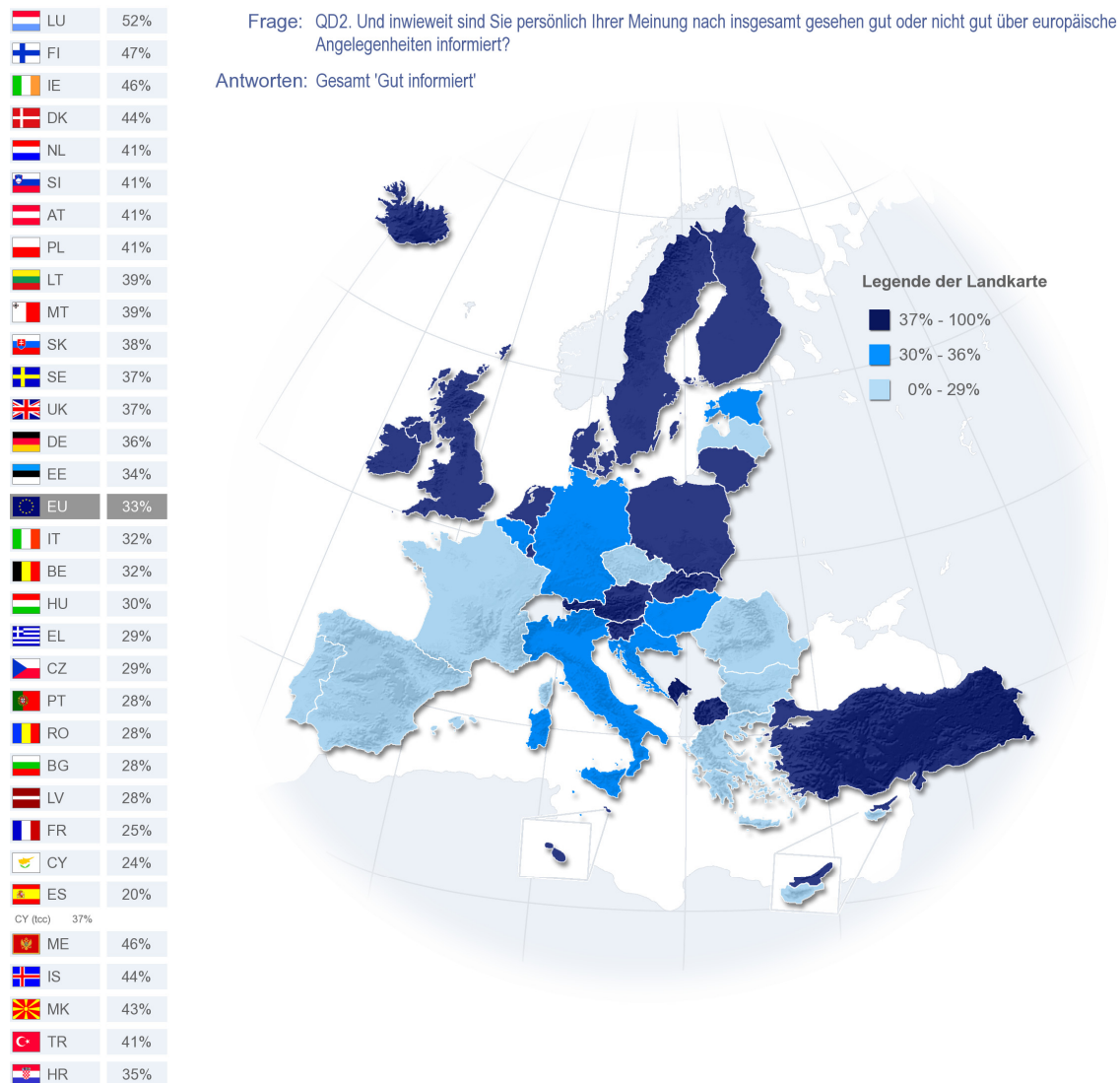


Das Gefühl, in EU-Fragen informiert zu sein – sowohl was die nationale Ebene angeht als auch die persönlich Ebene – ist in allen Mitgliedstaaten in der Minderheit, mit Ausnahme von Luxemburg: Hier halten sich die Meinungen zum Informationsniveau der Bevölkerung die Waage, in Bezug auf das persönliche Informationsniveau hingegen überwiegen knapp die positiven Meinungen.

Die vier Länder, in denen sich die Befragten am unzufriedensten in Bezug auf das Informationsniveau über europäische Fragen äußern, sowohl auf Ebene der Bevölkerung als auch auf individueller Ebene, sind Spanien (82% sind der Meinung, dass die Menschen in ihrem Land unzureichend informiert sind und 79% geben dies in Bezug auf sich selbst an), Griechenland (81%/71%), Zypern (81%/76%) und Frankreich (79%/73%).

⁶ QD1 Inwieweit sind Ihrer Meinung nach die Menschen in (UNSER LAND) insgesamt gesehen gut oder nicht gut über europäische Angelegenheiten informiert? / QD2 Und inwieweit sind Sie persönlich Ihrer Meinung nach insgesamt gesehen gut oder nicht gut über europäische Angelegenheiten informiert?

Das Gefühl, dass die Bevölkerung des Landes in europäischen Fragen gut informiert ist, hat in Litauen deutlich zugenommen (40%, +12); in Bezug auf das individuelle Wissen nimmt dieses ebenfalls zu, jedoch etwas zögerlicher (39%, +6). Die positiven Meinungen zum Informationsgrad der Bevölkerung, aber auch zum persönlichen Wissen, sind in der Slowakei hingegen klar rückläufig (32%, -13 und 38%, -12 in Bezug auf den persönlichen Informationsgrad).







Bei den Beitrittskandidaten ist das Gefühl, gut informiert zu sein, ebenfalls in der Minderheit. Dennoch zeigt sich ein deutlicher Zuwachs gegenüber dem vergangenen Jahr: In der Türkei (38% auf Ebene der nationalen Bevölkerung, +13; 41% auf individueller Ebene, +8), in der ehemaligen jugoslawischen Republik Mazedonien (43%, +11 und 43%, +5) sowie in Island (26%, +4 und 44%, +10). Die Befragten, die meinen, über europäische Angelegenheiten gut informiert zu sein, finden sich in Kroatien 35% (-3) und in Montenegro, das erstmals befragt wurde (46%). Somit ist diese Meinung in den Beitrittsländern stärker vorhanden als im Durchschnitt der Mitgliedstaaten.

Die Analyse nach soziodemografischen Kriterien zeigt bei folgenden Gruppen ein ausgeprägteres Gefühl, zu europäischen Fragen gut informiert zu sein:

- bei den Männern (39%) als bei den Frauen (27%)
- bei den Befragten mit einem höheren Ausbildungsgrad (45% bei jenen, die bis zum Alter von 20 Jahren oder länger in Ausbildung waren) als bei jenen, die vor dem Alter von 16 Jahren ihre Ausbildung beendet haben (21%).
- bei den leitenden Angestellten (50% gegenüber 37% bei den anderen Angestellten, 28% bei den Arbeitern und 26% bei den Arbeitslosen) sowie bei jenen, die sich auf der sozialen Leiter zuoberst situieren (44% gegenüber 20%, die sich zur untersten sozialen Schicht zählen)
- bei den EU-Bürgern, die ein positives Bild von der Union haben (48% gegenüber 26% jener, die ein negatives Bild von der Europäischen Union haben).

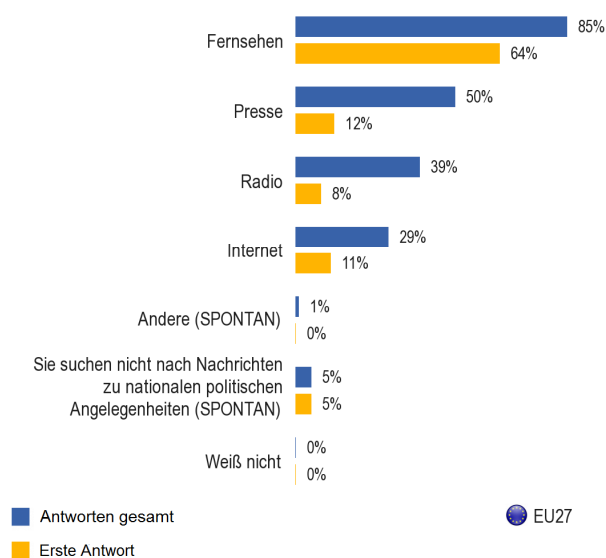
QD2 Und inwieweit sind Sie persönlich Ihrer Meinung nach insgesamt gesehen gut oder nicht gut über europäische Angelegenheiten informiert?

	Gesamt 'Gut informiert'	Gesamt 'Nicht gut informiert'	Weiß nicht
EU27	33%	66%	1%
 Geschlecht			
Männlich	39%	60%	1%
Weiblich	27%	72%	1%
 Alter			
15-24	31%	67%	2%
25-39	34%	65%	1%
40-54	34%	65%	1%
55 +	33%	66%	1%
 Ausbildung (Ende der)			
15-	21%	78%	1%
16-19	31%	68%	1%
20+	45%	54%	1%
Studiert noch	35%	63%	2%
 Berufliche Situation der Befragten			
Selbstständige	41%	58%	1%
Leitende Angestellte	50%	49%	1%
Andere Angestellte	37%	62%	1%
Arbeiter	28%	71%	1%
Hausfrauen / -männer	20%	78%	2%
Arbeitslose	26%	73%	1%
Rentner / Pensionäre	32%	67%	1%
Schüler / Studenten	35%	63%	2%
Selbsteinstufung auf der gesellschaftlichen Skala			
Niedrig (1-4)	20%	79%	1%
Mittel (5-6)	33%	66%	1%
Hoch (7-10)	44%	55%	1%
Image de l'UE			
Positiv	48%	51%	1%
Neutral	27%	72%	1%
Négative	26%	73%	1%

3. DIE INFORMATIONQUELLEN ZU POLITISCHEN ANGELEGENHEITEN UND ZUR EUROPÄISCHEN UNION

3.1 Nationale politische Angelegenheiten

QD4T. Woher erhalten Sie die meisten Nachrichten zu nationalen politischen Angelegenheiten? Erstens? Und dann?



Die EU-Bürger informieren sich am liebsten im Fernsehen über nationale politische Angelegenheiten (insgesamt 85% der Antworten). Darauf folgt die Presse (50%), das Radio (39%) und das Internet (29%).

Sieht man sich die „erstgenannte“ Informationsquelle näher an, bleibt das Fernsehen bei Weitem führend (64%), geringer ist mittlerweile jedoch der Abstand zwischen Presse (12%) und Internet (11%), das sogar vor dem Radio liegt (8%)⁷.

Das Fernsehen als wichtigste Informationsquelle zu nationalen politischen Angelegenheiten ist in allen Mitgliedstaaten vorherrschend, mit einer Ausnahme, nämlich Luxemburg: Hier ziehen die Befragten die Presse vor, um sich über innenpolitische Themen zu informieren (mit 66% der Stimmen gegenüber 58% der Stimmen für das Fernsehen).

Die Presse wird besonders häufig in Schweden angeführt (74%), aber auch in Finnland (71%), Österreich (70%), Deutschland (66%) und eben auch in Luxemburg (66%), gegenüber 50% im EU-Durchschnitt.

In Irland wird überdurchschnittlich oft das Radio angeführt (60% gegenüber 39% im EU-Durchschnitt). Ähnlich verhält es sich in Österreich (55%), der Slowakei (53%), in Estland (52%), auf Zypern (52%) und in Belgien (51%).

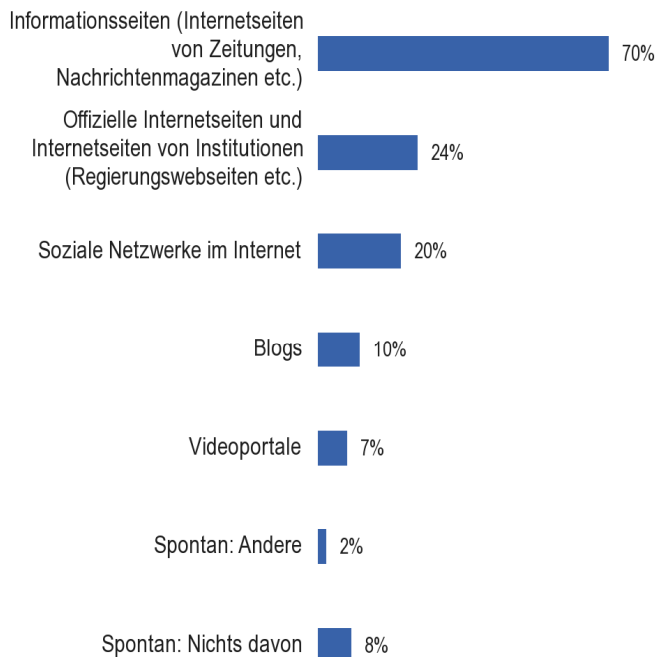
Und schließlich wird in Lettland am häufigsten das Internet angeführt (53%, zweitbeliebteste Informationsquelle nach dem Fernsehen, gegenüber 29% im EU-Durchschnitt); ähnliches gilt für Estland (51%).

Betrachtet man nur die erstgenannte Antwort, so ist das Fernsehen in allen Ländern der Union am beliebtesten, mit Ausnahme von Luxemburg, wo die Presse an erster Stelle liegt (33% gegenüber 30% der Stimmen, die das Fernsehen angeben).

⁷ QD4; Woher erhalten Sie die meisten Nachrichten zu nationalen politischen Angelegenheiten? Erstens? Und dann?

In einem Bewerberland, nämlich in Island, stellt das Internet die bevorzugte Informationsquelle zu nationalen politischen Angelegenheiten dar (37% gegenüber 34%, die das Fernsehen angeben). In den restlichen Bewerberländern wird das Fernsehen von mehr als sieben von zehn Befragten angeführt.

QD6. Welche der folgenden Webseiten nutzen Sie, um im Internet Nachrichten zu nationalen politischen Angelegenheiten zu erhalten?



Basis = jene, die das Internet nutzen, um sich über nationale politische Angelegenheiten zu informieren: 29% der Gesamtstichprobe



Auf die Frage hin, welche Quellen sie bevorzugen, geben die Befragten, die im Internet nach Informationen zu nationalen politischen Neuigkeiten suchen, mit Abstand am häufigsten Informations-Webseiten an (70%). Aber auch die Webseiten von Institutionen werden genannt (24%) sowie soziale Netzwerke im Internet (20%). 10% der Stimmen erhalten Blogs, gefolgt von Videoportalen (7%)⁸.

Am häufigsten spricht man sich hingegen in Bulgarien (42%) sowie in Griechenland (41%) für soziale Online-Netzwerke aus. In Griechenland, dem einzigen Land, in dem die Befragten angeben, dass sie offiziellen Webseiten und

Webseiten von Institutionen weniger vertrauen als anderen Webseiten⁹, werden auch Blogs häufiger genannt (37%). Ebenfalls überdurchschnittlich oft genannt werden Blogs in Slowenien (25%), der Slowakei (22%) und in Litauen (22%). Auch Videoportale werden in der Slowakei (18%), in Slowenien und in Italien häufiger angeführt (jeweils 12%).

Die soziodemografische Analyse zeigt, dass soziale Netzwerke im Internet bei den jungen Befragten an zweiter Stelle stehen (29% der 15- bis 24-Jährigen). Gleiches gilt für Studenten (28%), Befragte mit geringerem Ausbildungsgrad (22% derjenigen, die vor dem Alter von 16 Jahren ihre Ausbildung beendet haben) und Arbeitslose (25%). Ähnlich verhält es sich bei jenen, die sich auf der sozialen Leiter ganz unten ansiedeln (23%) oder die fast immer Schwierigkeiten haben, ihre Rechnungen zu bezahlen (27%). Die

⁸ QD6 Welche der folgenden Webseiten nutzen Sie, um im Internet Nachrichten zu nationalen politischen Angelegenheiten zu erhalten?

⁹ Siehe Analyse von QD8 in Abschnitt 1.2: Das Vertrauen in die Medien.

ältesten Befragten, jene mit dem höchsten Ausbildungsgrad, die leitenden Angestellten und jene, die sich ganz oben auf der sozialen Leiter ansiedeln, oder die praktisch nie Schwierigkeiten haben, ihre Rechnungen zu zahlen, ziehen offizielle Webseiten oder Webseiten von Institutionen den Informations-Webseiten vor.

QD6 Welche der folgenden Webseiten nutzen Sie, um im Internet Nachrichten zu nationalen politischen Angelegenheiten zu erhalten?

	Informationsseiten (Internetseiten von Zeitungen, Nachrichtenmagazin en etc.)	Offizielle Internetseiten und Internetseiten von Institutionen (Regierungsweb- seiten etc.)	Soziale Netzwerke im Internet	Blogs	Videoportale	Andere (SPONTAN)	Nichts davon (SPONTAN)	Weiß nicht
EU27	70%	24%	20%	10%	7%	2%	8%	2%
Geschlecht								
Männlich	73%	24%	20%	11%	8%	2%	6%	2%
Weiblich	66%	23%	21%	8%	5%	3%	9%	3%
Alter								
15-24	66%	20%	29%	10%	10%	2%	7%	2%
25-39	71%	24%	20%	10%	7%	3%	8%	2%
40-54	73%	25%	15%	10%	5%	2%	7%	2%
55 +	67%	27%	13%	7%	6%	3%	10%	2%
Ausbildung (Ende der)								
15-	51%	12%	22%	9%	5%	2%	15%	4%
16-19	63%	20%	20%	9%	7%	3%	9%	3%
20+	78%	29%	16%	10%	6%	2%	6%	1%
Studiert noch	71%	23%	28%	11%	9%	2%	6%	2%
Berufliche Situation der Befragten								
Selbstständige	76%	24%	19%	14%	8%	1%	6%	1%
Leitende Angestellte	80%	34%	16%	9%	5%	1%	5%	1%
Andere Angestellte	71%	23%	18%	9%	6%	3%	7%	2%
Arbeiter	64%	20%	20%	8%	7%	3%	9%	4%
Hausfrauen / -männer	56%	14%	18%	12%	4%	8%	12%	5%
Arbeitslose	63%	19%	25%	8%	8%	2%	10%	2%
Rentner / Pensionäre	67%	26%	13%	8%	6%	3%	10%	3%
Schüler / Studenten	71%	23%	28%	11%	9%	2%	6%	2%
Schwierigkeiten, Rechnungen zu bezahlen								
Meistens	62%	16%	27%	13%	9%	2%	9%	4%
Gelegentlich	62%	23%	23%	11%	9%	3%	8%	3%
Nahezu nie	75%	25%	18%	8%	6%	2%	7%	1%
Selbsteinstufung auf der gesellschaftlichen Skala								
Niedrig (1-4)	66%	19%	23%	10%	8%	2%	8%	2%
Mittel (5-6)	69%	22%	19%	9%	7%	3%	8%	2%
Hoch (7-10)	72%	27%	20%	10%	7%	2%	7%	2%

Außerdem ist zu beobachten, dass Meinungsführer¹⁰ eher Webseiten von Institutionen anführen (34% gegenüber 24% aller EU-Bürger, die im Internet nach Informationen zu aktuellen innenpolitischen Themen suchen).

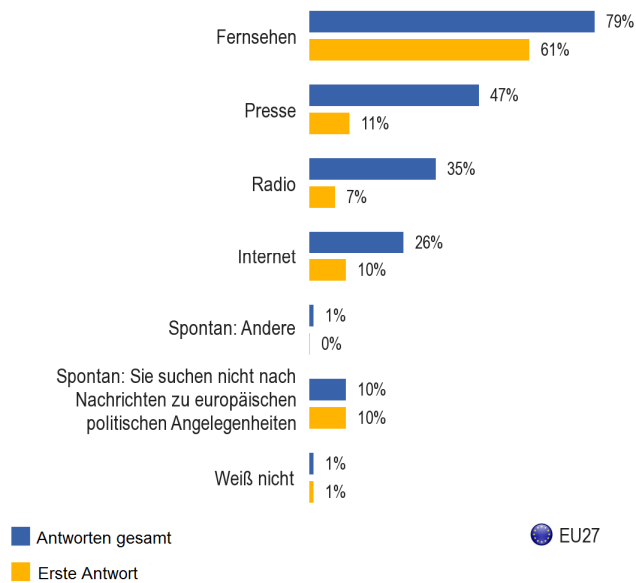
Und schließlich zeigt sich logischerweise, dass die Befragten, die offiziellen Webseiten und Webseiten von Institutionen mehr Vertrauen schenken, etwas häufiger angeben, dass sie diese dazu verwenden, um nach Informationen zu innenpolitischen Themen zu suchen (31% gegenüber 20%, die den Webseiten von Institutionen weniger vertrauen als anderen).

¹⁰ Die Definition der Meinungsführerschaft finden Sie im ersten Band mit dem Titel "Die öffentliche Meinung in der Europäischen Union" des Standard-Eurobarometer, Teil 3.1: das Interesse an der Politik.

3.2 Europäische politische Angelegenheiten

Die EU-Bürger informieren sich am liebsten im Fernsehen über europäische Angelegenheiten (insgesamt 79% der Antworten). Darauf folgen die Presse (47%), das Radio (35%) und das Internet (26%). Somit ist die Rangfolge dieselbe wie jene bei den nationalen politischen Angelegenheiten; die Anteile sind jedoch geringer.

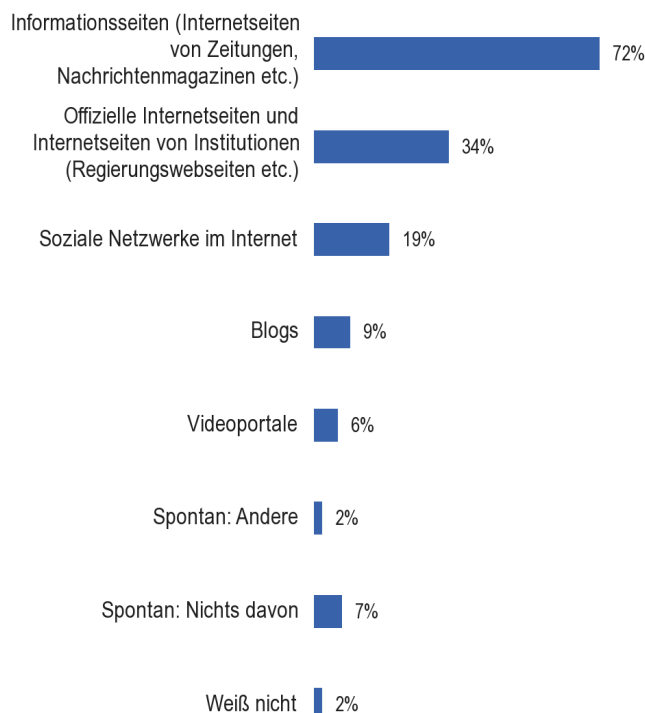
QD5T: Woher erhalten Sie die meisten Nachrichten zu europäischen politischen Angelegenheiten? Erstens? Und dann?



Sieht man sich die erstgenannte Informationsquelle näher an, bleibt das Fernsehen führend (61%), geringer ist mittlerweile jedoch der Abstand zwischen Presse (11%) und Internet (10%), das übrigens vor dem Radio liegt (7%)¹¹. Diese Ergebnisse sind seit dem EB74 vom Herbst 2010 gleich geblieben.

¹¹ QD4 Woher erhalten Sie die meisten Nachrichten zu europäischen politischen Angelegenheiten? Erstens? Und dann?

QD7. Welche der folgenden Webseiten nutzen Sie, um im Internet Nachrichten zu europäischen politischen Angelegenheiten zu erhalten?



Basis = jene, die das Internet nutzen, um sich über europäische politische Angelegenheiten zu informieren: 26% der Gesamtstichprobe



Befragt man die EU-Bürger, die das Internet nutzen, um sich zu europäischen Politikthemen zu informieren (26% der Gesamtstichprobe), nach ihrer bevorzugten Informationsquelle, liegen Informationswebseiten klar an erster Stelle (72%). Offizielle Webseiten und Webseiten von Institutionen werden häufiger angeführt als bei der gleichen Frage bezüglich der nationalen Angelegenheiten (34% gegenüber 24%). In ähnlichen Anteilen wie bei der Frage zur nationalen Ebene werden Online-Netzwerke (19%), Blogs (9%) und Videoportale (6%) genannt.

3.3 Europäische Union

Was die aktive Suche nach Informationen zur Europäischen Union, ihre Politiken und Institutionen angeht, so sind die bevorzugten Quellen seit dem Eurobarometer vom Herbst 2010 (EB74) gleich geblieben. An erster Stelle liegt das Fernsehen (57%), gefolgt von Tageszeitungen (33%) und dem Internet (30%). An vierter Stelle liegt das Radio (22%), gefolgt von Diskussionen mit Freunden, Familie und Kollegen (17%). Beim Vergleich zwischen den Fragen zu den wichtigsten Informationsquellen für nationale und europäische Politiken liegt das Internet dieses Mal vor dem Radio, was sich bei dieser Frage durch den Aspekt der aktiven Informationssuche erklären lässt. Weniger häufig werden andere Zeitungen und Zeitschriften angeführt (11%). Spezielle Unterlagen wie Bücher, Broschüren oder Informationsblätter (4%) sowie der Besuch von Konferenzen (3%) sind nach wie vor nur marginal genutzte Quellen¹².

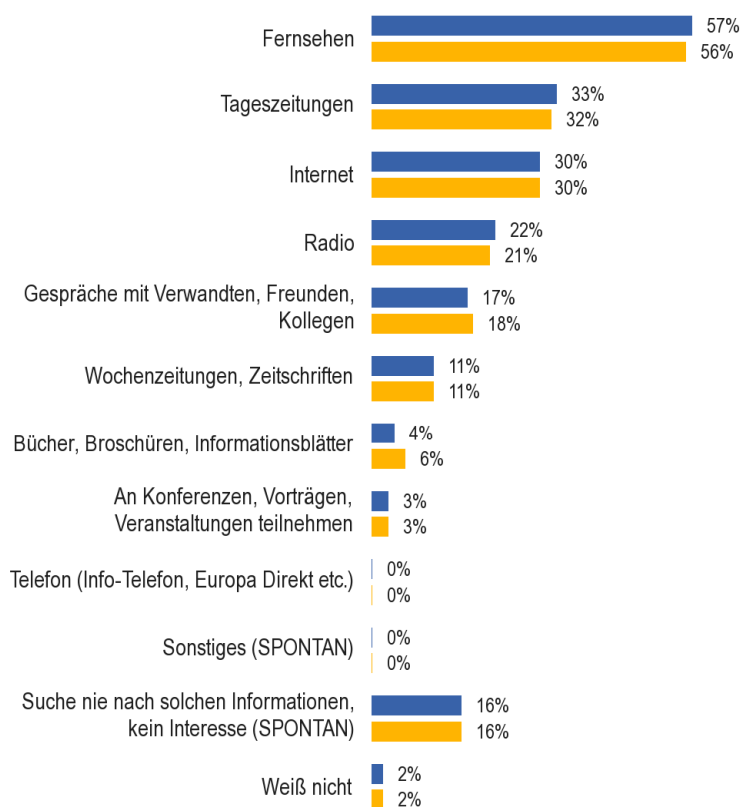
¹² QD9 Wenn Sie nach Informationen über die Europäische Union, ihre Politik und ihre Institutionen suchen, welche der folgenden Informationsquellen nutzen Sie dann? (Mehrfachnennungen möglich)

In 24 von 27 Mitgliedstaaten ist das Fernsehen das erstgenannte Medium, ausgenommen in drei Fällen, in denen das Internet an erster Stelle steht: Schweden (64%, +12 Prozentpunkte), die Niederlande (55%, +4) und Estland (50%, +1). In Finnland teilen sich Fernsehen und Internet mit jeweils 55% der Stimmen den ersten Platz, wobei hier das Internet einen leichten Rückgang verzeichnet (-1), das Fernsehen hingegen einen Zuwachs von neun Prozentpunkten.

Tageszeitungen als Quelle für Informationen zur Europäischen Union werden in Österreich (59%, =), Deutschland (52%, +5) und Luxemburg (50%, +5) häufiger genannt.

Das Radio wiederum wird häufiger in Irland (41%, +8), in Österreich (40%, +5) und in der Slowakei (36%, =) genutzt. Überdies wird es in folgenden Ländern deutlich öfter erwähnt als im Herbst 2010: auf Zypern (31%, +7) und in Finnland (24%, +7).

QD9. Wenn Sie nach Informationen über die Europäische Union, ihre Politik und ihre Institutionen suchen, welche der folgenden Informationsquellen nutzen Sie dann?



■ EB76 Hbt.2011
■ EB74 Hbt.2010

🇪🇺 EU27

QD9 Wenn Sie nach Informationen über die Europäische Union, ihre Politik und ihre Institutionen suchen, welche der folgenden Informationsquellen nutzen Sie dann?

	Fernsehen	Diff. EB76 Hbt.2011- EB74 Hbt. 2010	Tageszeitungen	Diff. EB76 Hbt.2011- EB74 Hbt. 2010	Internet	Diff. EB76 Hbt.2011- EB74 Hbt. 2010	Radio	Diff. EB76 Hbt.2011- EB74 Hbt. 2010
EU27	57%	+1	33%	+1	30%	=	22%	+1
BE	62%	+4	37%	+4	36%	-2	29%	+3
BG	69%	+5	29%	-1	23%	-2	20%	+3
CZ	57%	-2	35%	-2	33%	+2	20%	-5
DK	63%	=	36%	+1	56%	+4	25%	-3
DE	62%	+4	52%	+5	31%	-5	29%	+4
EE	43%	-4	22%	=	50%	+1	24%	-3
IE	59%	+13	32%	+3	22%	-4	41%	+8
EL	65%	+2	22%	=	28%	+6	16%	-2
ES	56%	-3	27%	-1	24%	-2	23%	=
FR	57%	+2	29%	-2	34%	-1	27%	+2
IT	54%	-2	31%	-2	16%	=	8%	=
CY	67%	+10	30%	=	21%	-1	31%	+7
LV	50%	-3	16%	+1	47%	+3	23%	+3
LT	53%	+8	16%	-1	37%	+2	20%	+4
LU	52%	+1	50%	+5	44%	+5	32%	+2
HU	56%	-7	25%	+5	23%	-3	20%	+1
MT	47%	-2	17%	-5	27%	=	14%	-3
NL	54%	+5	46%	+1	55%	+4	23%	+5
AT	62%	=	59%	=	23%	-4	40%	+5
PL	53%	-2	13%	-3	28%	-3	15%	-4
PT	55%	-4	23%	-5	13%	=	11%	-6
RO	64%	+9	15%	+2	20%	-3	24%	+3
SI	55%	+4	30%	+4	45%	+4	26%	+3
SK	71%	-1	38%	+2	39%	+3	36%	=
FI	55%	+9	46%	+4	55%	-1	24%	+7
SE	48%	+3	46%	+3	64%	+12	24%	+3
UK	53%	+4	32%	+2	35%	+6	23%	+3
CY (tcc)	58%	+5	50%	+16	21%	-2	20%	+5
HR	63%	+11	33%	+9	32%	+5	20%	+6
TR	53%	-7	28%	+5	15%	-2	5%	-7
MK	63%	+8	19%	-3	27%	+4	8%	=
IS	45%	+7	43%	+7	62%	-1	32%	+7
ME	55%	-	42%	-	22%	-	12%	-

Die vier erstgenannten Themen

Die Teilnahme an Konferenzen, Vorträgen oder Veranstaltungen wird in Griechenland etwas häufiger erwähnt (10% gegenüber durchschnittlich 3% in der Europäischen Union). Bücher, Broschüren und Informationsblätter wiederum wird in Schweden (17% gegenüber 4% in der EU), in Luxemburg (11%), Finnland (10%) und Dänemark (10%) häufiger angeführt.

Die Analyse nach soziodemografischen Kriterien zeigt, dass...

- die jungen Befragten und die Studenten das Internet als bevorzugte Quelle für Informationen zur Union angeben (48% der 15- bis 24-Jährigen und 55% der Studenten), während das Fernsehen in den anderen Altersklassen das meistgenannte Medium bleibt,
- auch die Befragten mit dem höchsten Ausbildungsgrad überdurchschnittlich oft das Internet angeben (48%), aber dennoch das Fernsehen vorziehen (55%),
- die leitenden Angestellten das Internet vorziehen (55%), knapp gefolgt vom Fernsehen (53%),
- die Befragten, die angeben, sie seien zu den europäischen Fragen gut informiert, das Fernsehen vorziehen (63%), aber auch überdurchschnittlich oft die gesamten vorgeschlagenen Quellen nennen, allen voran Tageszeitungen (44%), das Internet (41%) oder das Radio (28%)

QD9 Wenn Sie nach Informationen über die Europäische Union, ihre Politik und ihre Institutionen suchen, welche der folgenden Informationsquellen nutzen Sie dann?

	Fernsehen	Tageszeitungen	Internet	Radio
EU27	57%	33%	30%	22%
Geschlecht				
Männlich	57%	35%	34%	24%
Weiblich	57%	30%	26%	21%
Alter				
15-24	45%	21%	48%	12%
25-39	54%	31%	42%	20%
40-54	57%	34%	31%	25%
55 +	64%	37%	13%	26%
Ausbildung (Ende der)				
15-	60%	26%	6%	18%
16-19	60%	33%	26%	23%
20+	55%	40%	48%	28%
Studiert noch	44%	24%	55%	12%
Berufliche Situation der Befragten				
Selbstständige	54%	39%	36%	24%
Leitende Angestellte	53%	43%	55%	30%
Andere Angestellte	54%	34%	41%	20%
Arbeiter	56%	31%	28%	23%
Hausfrauen / -männer	62%	24%	16%	19%
Arbeitslose	58%	22%	28%	17%
Rentner / Pensionäre	65%	36%	11%	26%
Schüler / Studenten	44%	24%	55%	12%
Informationsniveau zu europäischen Angelegenheiten				
Gut informiert	63%	44%	41%	28%
Nicht gut informiert	55%	27%	25%	19%

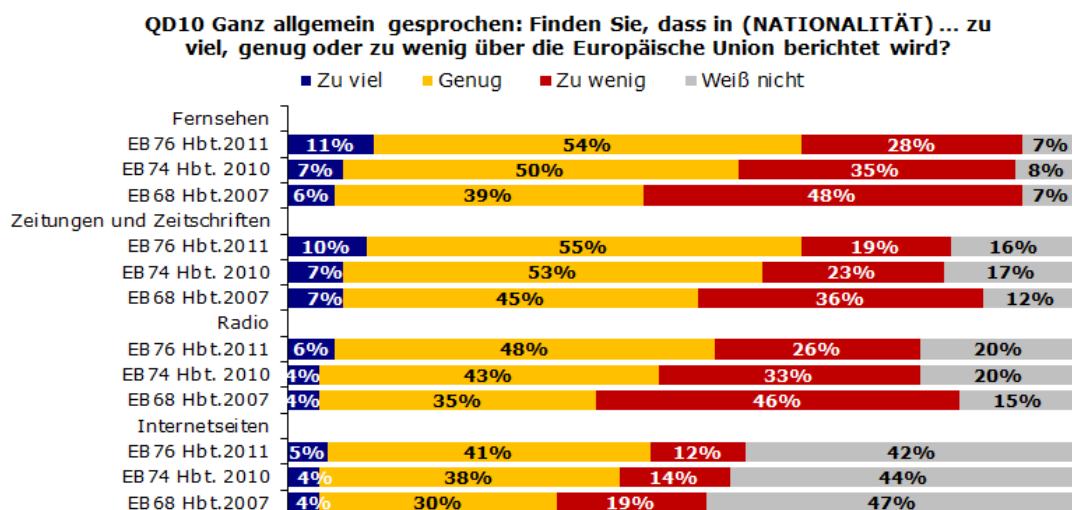
Die vier erstgenannten Themen

3.4 Die Medienberichterstattung zur Europäischen Union

- Das Gefühl, dass die nationalen Medien zu wenig über die Europäische Union berichten, geht zurück -

Obwohl die EU-Bürger mehrheitlich angeben, dass sie in Bezug auf die Europäische Union unzureichend informiert sind, werfen sie ihren nationalen Medien nicht vor, dass diese die EU zu wenig thematisieren. Die Mehrheit, die seit dem Eurobarometer vom Herbst 2010 (EB74) gewachsen ist, gibt an, dass genügend über die EU berichtet wird, sei es im Fernsehen (54%, +4 Prozentpunkte), der Presse (55%, +2), dem Radio (48%, +5) oder auf Webseiten (41%, +3). Das Gefühl, dass „zu wenig“ berichtet wird, ist somit in der Minderheit und in Bezug auf alle untersuchten Medien im Rückgang begriffen. Allerdings lässt sich beobachten, dass auch das Gefühl, dass die nationalen Medien „zu viel“ über die Europäische Union berichten, zunimmt: 11%, +4 in Bezug auf das Fernsehen, 10%, +3 in Bezug auf die Presse, 6%, +2 in Bezug auf das Radio und 5%, +1 in Bezug auf Webseiten¹³.

Zur Erinnerung: Im EB68 vom Herbst 2007¹⁴ meinte die Mehrheit der EU-Bürger, dass das nationale Fernsehen und das nationale Radio nicht genügend über die Europäische Union berichte. Bei diesen beiden Medien zeigt sich somit eine Trendumkehr.



Die Befragten in Griechenland und Spanien geben am häufigsten an, dass im Fernsehen (34% bzw. 18%), in der Presse (21% und 20%) und im Radio (13% und 18%) zu viel über die Europäische Union berichtet wird.

Umgekehrt zeigen folgende Länder eher einen Mangel an Informationen über die Europäische Union in diesen drei Medien auf: Frankreich (Fernsehen, 43%; Presse, 27%; Radio 37%) und Dänemark (Fernsehen 41%; Presse 31%; Radio 34%), gefolgt von Schweden in Bezug auf die Presse (33%) und das Radio (34%).

¹³ QD10 Ganz allgemein gesprochen: Finden Sie, dass im (NATIONALEN) Fernsehen zu viel, genug oder zu wenig über die Europäische Union berichtet wird? Und im Radio? Und in Zeitungen und Zeitschriften? Und auf Internetseiten? 1. Fernsehen 2. Radio 3. Zeitungen und Zeitschriften 4. Internetseiten

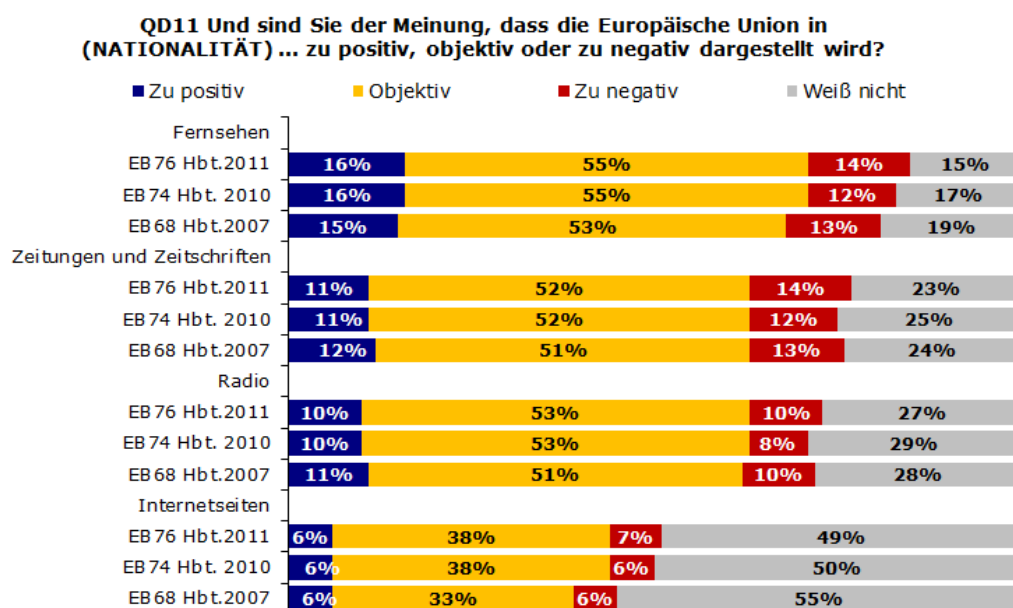
¹⁴ http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/eb/eb68/eb_68_en.pdf

Was die Beitrittskandidaten angeht, neigen die Befragten in der Türkei gegenüber dem Durchschnitt der EU-Bürger (Fernsehen 11%; Presse 10%; Radio 6%) stärker zur Meinung, dass die Medien zu viel über die Europäische Union berichten (Fernsehen 36%; Presse 17%; Radio 13%). Gleiches gilt für die ehemalige jugoslawische Republik Mazedonien (Fernsehen 44%; Presse 26%; Radio 16%) und Montenegro (Fernsehen 31%; Zeitungen und Zeitschriften 26%; Radio 15%). In Island hingegen (Fernsehen 42%; Zeitungen und Zeitschriften 30%; Radio 37%) sowie in Kroatien (Fernsehen 45%; Zeitungen und Zeitschriften 42%; Radio 45%) ist das Gefühl, dass nicht genug über die EU gesprochen wird, am stärksten.

Die Analyse nach soziodemografischen Kriterien zeigt, dass die EU-Bürger mit dem höchsten Bildungsgrad und mit großem Interesse an Politik auch vermehrt auf einen Mangel an Informationen zur Europäischen Union in den Medien hinweisen. In allen Kategorien aber überwiegt das Gefühl, dass die nationalen Medien ausreichend über die Europäische Union berichten.

- Die verschiedenen Medien werden in Bezug auf ihre Berichterstattung zur Europäischen Union als objektiv eingeschätzt -

Die Mehrheit der EU-Bürger, die seit dem Eurobarometer vom Herbst 2010 gleich geblieben ist, ist der Meinung, dass **die Medien objektiv über die Europäische Union berichten**: 55% in Bezug auf das Fernsehen, 52% in Bezug auf die Presse und 53% in Bezug auf das Radio. Obwohl auch eine große Mehrheit der Befragten, die sich zu diesem Punkt geäußert hat, das Internet angibt, ist der Anteil der Nennungen dennoch gesunken (38%). Gleichzeitig ist der Anteil der "Weiß nicht"-Antworten bei dieser Frage nach wie vor sehr hoch ist (49%)¹⁵.



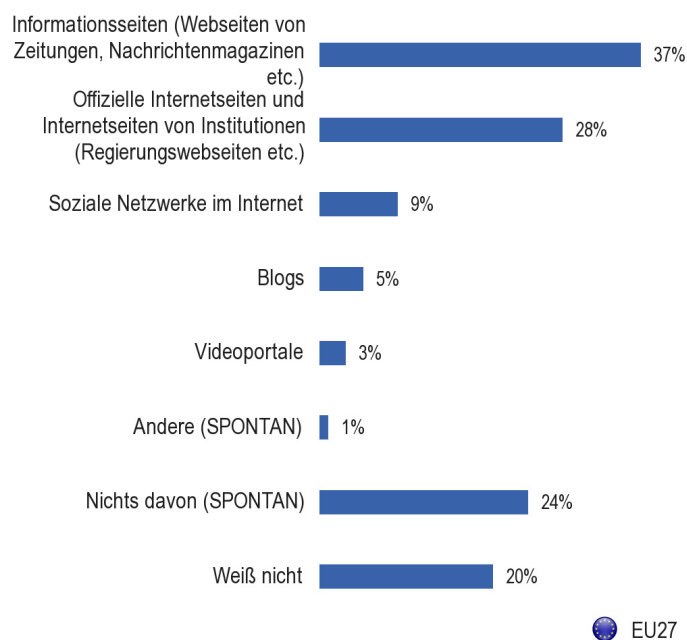
¹⁵ QD10 Und sind Sie der Meinung, dass die Europäische Union im (NATIONALITÄT) Fernsehen zu positiv, objektiv oder zu negativ dargestellt wird?

Der Anteil der EU-Bürger die meinen, dass ihre nationalen Medien zu positiv über die Europäische Union berichtet, ist stabil und erreicht 16% in Bezug auf das Fernsehen, 11% in Bezug auf die Presse, 10% in Bezug auf das Radio und 6% in Bezug auf Internet-Webseiten.

Dennoch haben die Befragten vermehrt den Eindruck, dass die Medien zu negativ über die Europäische Union berichten: 14%, +2 in Bezug auf das Fernsehen, 14%, +2 in Bezug auf die Presse, 10%, +2 in Bezug auf das Radio und 7%, +1 in Bezug auf Internet-Webseiten.

Die Befragten in Griechenland kritisieren häufiger als der EU-Durchschnitt eine zu positive Berichterstattung über die Union in den nationalen Medien - Fernsehen, Radio und Presse -, zum anderen aber auch die ihrer Meinung nach zu negative Berichterstattung. Vor allem scheinen sie somit den Mangel an Objektivität der nationalen Medien zu kritisieren. Ebenso verhält es sich bei knapp einem Drittel der Befragten in Großbritannien, wenn es um die Presse geht (32%).

QD12. Auf welchen der folgenden Internetseiten wäre es Ihrer Meinung nach hilfreich, Informationen zur EU zu finden?



Anschließend wurden alle EU-Bürger gefragt, welche Webseiten sie für am nützlichsten halten, um Informationen zur Europäischen Union zu finden. Heute, da Internetnutzer aus der EU am häufigsten auf Informationswebseiten nachlesen, um sich zu nationalen oder europäischen Politiken zu informieren, betrachten die Befragten diese Webseiten auch als am nützlichsten, um Informationen zur Europäischen Union zu finden (37%). Aber auch Webseiten von Institutionen und offizielle Webseiten werden als hilfreiche Informationsquellen betrachtet (28%).

Der Nutzen der Informationen zur Europäischen Union, die aus sozialen Online-Netzwerken stammt, wird im Vergleich dazu nur von 9% der Befragten angeführt, gefolgt von Blogs (5%) und Videoportalen (3%)¹⁶. Schließlich ist noch anzumerken, dass fast ein Viertel der Befragten spontan "Nichts davon" angibt (24%).

Jugendliche und Studenten, die am häufigsten soziale Netzwerke im Internet nutzen, neigen stärker dazu, darin gebotene Informationen zur Europäischen Union für hilfreich zu halten (18% bzw. 20%). Ebenso führen sie aber relativ häufig offizielle Webseiten oder Webseiten von Institutionen an (38% bzw. 42%) sowie Informationswebseiten (50% bzw. 56%).

Die Befragten mit dem höchsten Bildungsgrad, bei denen sich gezeigt hat, dass sie offiziellen Webseiten und Webseiten von Institutionen mehr Glauben schenken, geben diese häufiger als hilfreiche Quelle für Informationen zur Europäischen Union an (43%), stellen aber die höchsten Erwartungen an Informationswebseiten (53%).

QD12 Auf welchen der folgenden Internetseiten wäre es Ihrer Meinung nach hilfreich, Informationen zur EU zu finden?

	Informationsseiten (Webseiten von Zeitungen, Nachrichtenmagazinen etc.)	Offizielle Internetseiten von Institutionen (Regierungswebseiten etc.)	Soziale Netzwerke im Internet	Blogs	Videoportale	Andere (SPONTAN)	Nichts davon (SPONTAN)	Weiß nicht
EU27	37%	28%	9%	5%	3%	1%	24%	20%
Geschlecht								
Männlich	40%	29%	10%	6%	4%	1%	23%	18%
Weiblich	34%	27%	9%	3%	3%	1%	25%	21%
Alter								
15-24	50%	38%	18%	7%	7%	0%	12%	10%
25-39	49%	36%	13%	6%	5%	1%	15%	12%
40-54	40%	32%	8%	5%	3%	2%	21%	17%
55 +	20%	16%	4%	2%	1%	1%	37%	31%
Ausbildung (Ende der)								
15-	13%	10%	4%	1%	1%	1%	42%	35%
16-19	35%	26%	9%	5%	3%	1%	25%	20%
20+	53%	43%	10%	6%	4%	1%	13%	10%
Studiert noch	56%	42%	20%	8%	7%	0%	9%	8%

¹⁶ QD12 Auf welchen der folgenden Internetseiten wäre es Ihrer Meinung nach hilfreich, Informationen zur EU zu finden? (MEHRERE ANTWORTEN MÖGLICH)

4. SOZIALE NETZWERKE

- Das Gefühl, dass soziale Netzwerke ein hilfreiches Mittel sind, um über Politik zu sprechen, nimmt bei der EU-Bevölkerung deutlich zu -

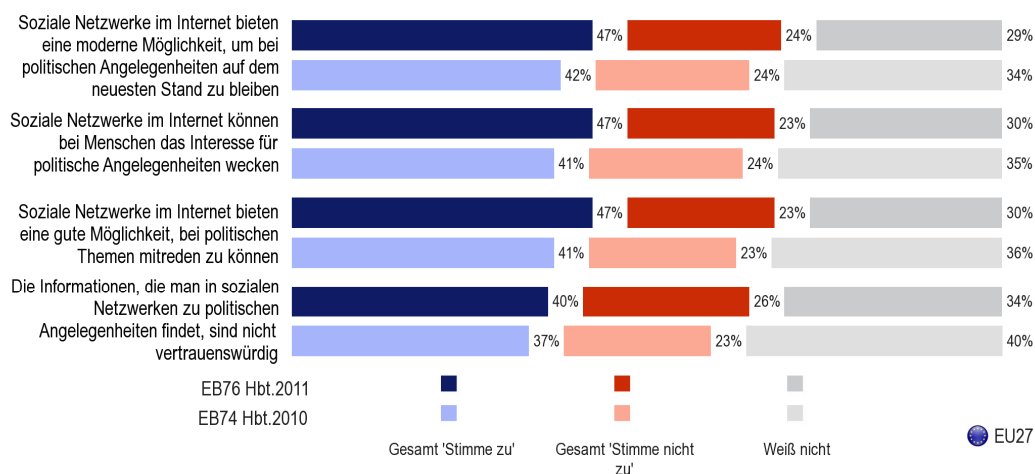
Mehr als ein Drittel der EU-Bürger nutzt, wie gezeigt wurde, mindestens einmal wöchentlich soziale Netzwerke (35%). Ein größerer Anteil (44%) hingegen gibt an, solche Netzwerke nie zu nutzen. So verwundert es nicht, dass der Anteil der „Weiß nicht/Keine Angabe“-Antworten bei dieser Frage zu sozialen Netzwerken - ob diese nun genutzt werden oder nicht - hoch ist (zwischen 29% und 34%). Dennoch festigen sich die Meinungen zu diesen Fragen: Seit dem Herbst 2010 verzeichnen die Anteile der „Weiß nicht/Keine Angabe“-Antworten einen Rückgang um fünf bis sechs Prozentpunkte.

Jedenfalls zeigt sich, dass die Meinung der EU-Bürger, ob sie nun soziale Netzwerke nutzen oder nicht, diesbezüglich in mehrfacher Hinsicht positiver ist¹⁷ :



- Soziale Netzwerke gelten zunehmend als **eine moderne Möglichkeit, um bei politischen Angelegenheiten auf dem neuesten Stand zu bleiben** (47%, +5 Prozentpunkte, gegenüber 24%, =);
- Sie werden als **eine gute Möglichkeit betrachtet, bei Menschen das Interesse für politische Angelegenheiten zu wecken** (47%, +6, gegenüber 23%, -1);
- Sie gelten zunehmend als **eine gute Möglichkeit, bei politischen Themen mitreden zu können** (47%, +6, gegenüber 23%, =)

In Bezug auf **die Zuverlässigkeit der Informationen, die auf sozialen Netzwerken zu politischen Angelegenheiten zu finden sind**, bleiben die kritischen Meinungen in der Mehrheit und nehmen sogar zu: 40% (+3) halten sie für nicht vertrauenswürdig. Aber auch der Anteil der EU-Bürger, die gegenteiliger Meinung sind, nimmt zu, obwohl dieser nach wie vor eine Minderheit bildet (26%, +3).

Unabhängig davon, ob Sie soziale Netzwerke im Internet (Internetseiten sozialer Netzwerke, Videoportale und Blogs) nutzen oder nicht, sagen Sie mir bitte, ob Sie folgenden Aussagen voll und ganz zustimmen, eher zustimmen, eher nicht zustimmen oder überhaupt nicht zustimmen



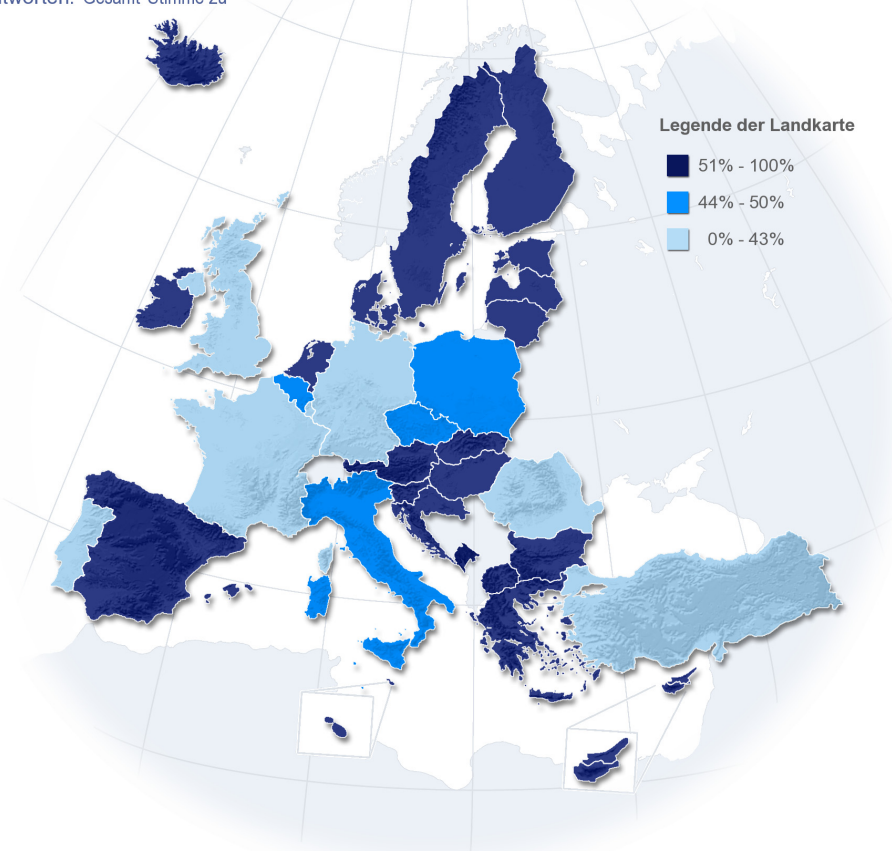
¹⁷ QD13 Unabhängig davon, ob Sie soziale Netzwerke im Internet (Internetseiten sozialer Netzwerke, Videoportale und Blogs) nutzen oder nicht, sagen Sie mir bitte, ob Sie folgenden Aussagen voll und ganz zustimmen, eher zustimmen, eher nicht zustimmen oder überhaupt nicht zustimmen.

	LV	66%
	EL	66%
	SK	66%
	SI	66%
	SE	65%
	DK	62%
	MT	58%
	BG	57%
	NL	56%
	CY	56%
	ES	55%
	IE	55%
	FI	54%
	EE	54%
	HU	54%
	AT	53%
	LT	52%
	PL	49%
	IT	48%
	EU	47%
	CZ	46%
	BE	46%
	LU	43%
	UK	43%
	FR	42%
	DE	41%
	PT	37%
	RO	29%
	CY (tcc)	62%
	IS	72%
	ME	67%
	MK	58%
	HR	58%
	TR	41%

Frage: QD13.1. Unabhängig davon, ob Sie soziale Netzwerke im Internet (Internetseiten sozialer Netzwerke, Videoportale und Blogs) nutzen oder nicht, sagen Sie mir bitte, ob Sie folgenden Aussagen voll und ganz zustimmen, eher zustimmen, eher nicht zustimmen oder überhaupt nicht zustimmen

Option: Soziale Netzwerke im Internet bieten eine moderne Möglichkeit, um bei politischen Angelegenheiten auf dem neuesten Stand zu bleiben

Antworten: Gesamt 'Stimme zu'



Diejenigen, die am regelmäßigsten soziale Netzwerke nutzen, neigen stärker dazu, in diesen eine wertvolle Informationsquelle zu politischen Themen zu sehen (72% in Bezug auf die Tatsache, dass diese eine gute Möglichkeit bieten, bei politischen Themen mitreden zu können, 70% in Bezug auf die Tatsache, dass diese bei Menschen das Interesse für politische Angelegenheiten wecken können und 69% im Hinblick darauf, dass diese eine moderne Möglichkeit bieten, um bei politischen Angelegenheiten auf dem neuesten Stand zu bleiben), weisen aber auch am häufigsten auf den Mangel an Vertrauenswürdigkeit der darin enthaltenen Informationen hin (53%).

Diese Fragen polarisieren erheblich. So sehen die jungen Befragten in sozialen Netzwerken wesentlich mehr Vorteile: 64% der 15-24-Jährigen bezeichnen diese beispielsweise als eine moderne Möglichkeit, um bei politischen Angelegenheiten auf dem neuesten Stand zu bleiben (gegenüber 31% der Befragten ab 55 Jahren), und 66% betrachten diese als eine gute Möglichkeit, bei politischen Themen mitreden zu können (gegenüber 29% der Befragten ab 55 Jahren). Die Befragten mit dem höchsten

Ausbildungsgrad neigen stärker dazu, die Vorteile sozialer Netzwerke für die Politik zu sehen.

Wie sich aber auch gezeigt hat, weisen die jungen Befragten und jene mit dem höchsten Ausbildungsgrad - gerade weil sie häufigere Nutzer sind - vermehrt auf den Mangel an Vertrauenswürdigkeit der darin enthaltenen Informationen hin (50% der 15-24-Jährigen und 52% derjenigen mit dem höchsten Ausbildungsgrad).

Sei es in Bezug auf den Nutzen sozialer Netzwerke oder in Bezug auf die Vertrauenswürdigkeit der darin enthaltenen Informationen, zeigen sich die älteren Befragten und die Befragten mit geringerem Ausbildungsgrad nicht kritischer: Sie neigen nur stärker dazu, sich der Meinung zu enthalten, weil sie die Netzwerke weniger nutzen.