



Spezial Eurobarometer 452

Zusammenfassung

Medienpluralismus und Demokratie

Befragung
September-Oktober 2016
Veröffentlichung
November 2016

Umfrage von der Europäischen Kommission,
Generaldirektion Justiz und Verbraucher in Auftrag gegeben
und von der Generaldirektion Kommunikation koordiniert

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

Spezial Eurobarometer 452 – Welle EB86.1 – TNS opinion & social

Spezial Eurobarometer 452

Zusammenfassung

Medienpluralismus und Demokratie

November 2016

Die Umfrage wurde von TNS Opinion & Social im Auftrag der Generaldirektion Justiz und Verbraucher der Europäischen Kommission durchgeführt.

Koordiniert wurde die Umfrage von der Generaldirektion Kommunikation der Europäischen Kommission (GD Kommunikation, Referat „Strategie, Corporate-Communication-Maßnahmen und Eurobarometer“).

Projektnummer
Projektbezeichnung

Sprachfassung
Katalognummer
ISBN

© Europäische Union, 2016

2016.7087
Spezial Eurobarometer 452 – Oktober 2016
„Medienpluralismus und Demokratie“
Zusammenfassung
DE
DS-06-16-201-DE-N
978-92-79-63203-7
doi: 10.2838/42711

<http://ec.europa.eu/COMMFrontOffice/PublicOpinion>

November 2016

INHALT

EINLEITUNG	2
I. DIE EUROPÄER UND IHRE MEDIEN	4
1 Informationsvielfalt in den Medien	4
2 Sind die Medien unabhängig?	6
a. Unabhängigkeit der Medien im Allgemeinen	6
b. Unabhängigkeit der öffentlich-rechtlichen Medien	7
c. Unabhängigkeit der Medien im Vergleich zu vor fünf Jahren	8
3 Vertrauen in die Medien	9
II. DIE NATIONALE BEHÖRDE ZUR KONTROLLE AUDIOVISUELLER MEDIEN	11
1 Bekanntheit	11
2 Wahrnehmung der Unabhängigkeit der Behörde zur Kontrolle der audiovisuellen Medien	13
III. ERFAHRUNGEN MIT HASSTIRADEN UND DROHUNGEN IN SOZIALEN MEDIEN	14
1 Verfolgen und beteiligen sich die Europäer persönlich an Diskussionen in sozialen Medien?	14
2 Häufigkeit von Erfahrungen mit Hasstiraden und Drohungen in sozialen Medien und Auswirkungen solcher Erfahrungen auf die Teilnahme an Diskussionen in diesen Medien	17
SCHLUSSFOLGERUNG	19

November 2016

EINLEITUNG

Freie Medien sowie Meinungsvielfalt in der Gesellschaft und in den Medien sind sowohl unabdingbare Voraussetzungen als auch wichtige Garanten einer gesunden Demokratie. Das Recht auf freie Meinungsäußerung, die Freiheit der Medien und die Achtung ihrer Pluralität sind in Artikel 11 der Grundrechtecharta der Europäischen Union verankert. Diese Werte zählen zu den demokratischen Grundwerten der Europäischen Union.¹ Unterstrichen wird die Bedeutung dieser Grundwerte durch die 2014 angenommenen Menschenrechtsleitlinien der EU in Bezug auf die Freiheit der Meinungsäußerung – online und offline.²

Die Generaldirektion Justiz und Verbraucher der Europäischen Kommission hat vor dem Hintergrund der zentralen Bedeutung von Medienpluralismus und Medienfreiheit die vorliegende Eurobarometer-Umfrage in Auftrag gegeben. Ziel dieser Umfrage ist es, die Wahrnehmung der Bürgerinnen und Bürger in Bezug auf die vorhandene Meinungsvielfalt in den Medien und die Unabhängigkeit der Medien zu untersuchen. Im Mittelpunkt stehen dabei folgende Aspekte:

- Wahrnehmung der Vielfalt von Ansichten und Meinungen in den Medien
- Wahrnehmung der Unabhängigkeit sowohl der allgemeinen als auch der öffentlich-rechtlichen Medien
- Vertrauen in die von den Medien angebotenen Informationen
- Bekanntheit der nationalen Medienaufsichtsbehörde und Meinungen zu ihrer Unabhängigkeit
- Teilnahme an Diskussionen in sozialen Medien
- Erfahrungen mit Hasstiraden und Drohungen im Internet und die Auswirkungen solcher Erfahrungen auf die Teilnahme an Diskussionen in sozialen Medien

¹ <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/about-media-freedom-pluralism>

² http://www.consilium.europa.eu/uedocs/cms_data/docs/pressdata/EN/foraff/142549.pdf

November 2016

Die vorliegende Umfrage wurde zwischen dem 24. September und 3. Oktober 2016 vom Netzwerk von TNS Political & Social im Auftrag der Generaldirektion Justiz und Verbraucher (GD JUST) durchgeführt. Dabei wurden in den 28 Mitgliedstaaten der Europäischen Union insgesamt 27 768 Bürgerinnen und Bürger unterschiedlicher sozialer und demografischer Gruppen bei sich zu Hause in ihrer Muttersprache befragt. Die angewandte Methodik ist die der Eurobarometer-Umfragen der Generaldirektion Kommunikation (Referat „Strategie, Corporate-Communication-Maßnahmen und Eurobarometer“).³ Im Anhang zu dieser Zusammenfassung findet sich ein technischer Hinweis zur Durchführung der Interviews durch die Institute des Netzwerks von TNS Opinion & Social. Darin werden auch die Interviewverfahren und Konfidenzintervalle erläutert.⁴

Hinweis: In dieser Zusammenfassung werden die offiziellen Abkürzungen für die einzelnen Länder verwendet. Die verwendeten Abkürzungen und ihre Entsprechungen lauten wie folgt:

Belgien	BE	Litauen	LT
Bulgarien	BG	Luxemburg	LU
Tschechische Republik	CZ	Ungarn	HU
Dänemark	DK	Malta	MT
Deutschland	DE	Niederlande	NL
Estland	EE	Österreich	AT
Irland	IE	Polen	PL
Griechenland	EL	Portugal	PT
Spanien	ES	Rumänien	RO
Frankreich	FR	Slowenien	SI
Kroatien	HR	Slowakei	SK
Italien	IT	Finnland	FI
Republik Zypern	CY *	Schweden	SE
Lettland	LV	Vereinigtes Königreich	UK
Europäische Union – gewichteter Durchschnitt für die 28 Mitgliedstaaten			EU28

* Zypern als Ganzes ist einer der 28 Mitgliedstaaten der Europäischen Union. Der „Acquis communautaire“ (gemeinschaftlicher Besitzstand) ist jedoch in dem Landesteil aufgehoben, der nicht von der Regierung der Republik Zypern kontrolliert wird. Aus praktischen Gründen werden daher nur die Interviews, die im von der Regierung der Republik Zypern kontrollierten Landesteil durchgeführt wurden, in der Kategorie „CY“ ausgewiesen und für den Durchschnitt der EU28 berücksichtigt.

Wir möchten allen Menschen in der Europäischen Union danken, die sich die Zeit genommen haben, an dieser Umfrage teilzunehmen.

Ohne ihre aktive Mitarbeit wäre diese Studie nicht möglich gewesen.

³ <http://ec.europa.eu/COMMFrontOffice/PublicOpinion/>

⁴ Die Ergebnistabellen sind im Anhang aufgeführt. Dabei ist zu beachten, dass die Summe der in den Tabellen dieses Berichts angegebenen Prozentsätze 100% übersteigen kann, wenn die Befragten die Möglichkeit hatten, zu einer Frage mehrere Antworten zu geben.

November 2016

I. DIE EUROPÄER UND IHRE MEDIEN

Im ersten Teil dieser Zusammenfassung wird untersucht, welches Verhältnis die Europäer zu ihren nationalen Medien haben. Dazu werden drei zentrale Fragestellungen analysiert. Erstens: Wie sehen die Befragten die Vielfalt der Ansichten und Meinungen in den Medien? Zweitens: Wie ist ihre Wahrnehmung bezüglich der Unabhängigkeit der Medien? Und drittens: Inwieweit vertrauen sie verschiedenen Medien?

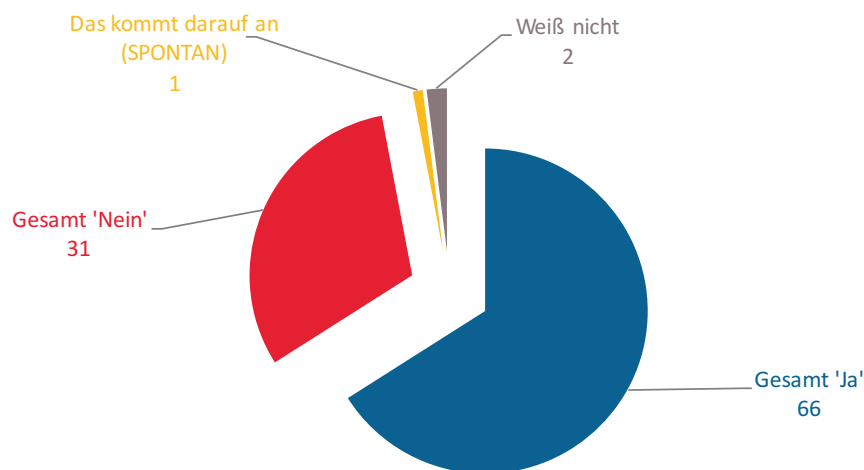
1 Informationsvielfalt in den Medien

- Zwei Drittel der Befragten stimmen zu, dass ihre nationalen Medien vielfältige Ansichten und Meinungen bieten -

Die Mehrheit der Befragten (66%) stimmt zu, dass ihre nationalen Medien vielfältige Ansichten und Meinungen bieten, während etwas weniger als ein Drittel (31%) dem nicht zustimmt.⁵ Insgesamt 2% der Befragten wissen nicht, ob in ihren nationalen Medien vielfältige Ansichten und Meinungen zu finden sind.

QC1.2 Bitte sagen Sie mir für jede der folgenden Aussagen, inwieweit diese auf die (NATIONALEN) Medien zutrifft oder nicht zutrifft.

Die (NATIONALEN) Medien bieten vielfältige Ansichten und Meinungen (% - EU)



Gesamte Basis (N=27 768)

In 27 Mitgliedstaaten stimmt die Mehrheit der Befragten der Aussage zu, dass es in ihren nationalen Medien eine Vielfalt an Meinungen und Ansichten gibt, allen voran in Finnland (85%), den Niederlanden (84%) und Dänemark (82%). Die einzige Ausnahme ist Griechenland, wo dem nur 48% zustimmen.

⁵ QC1.2 Bitte sagen Sie mir für jede der folgenden Aussagen, inwieweit dies auf die (NATIONALEN) Medien zutrifft: Die (NATIONALEN) Medien bieten vielfältige Ansichten und Meinungen

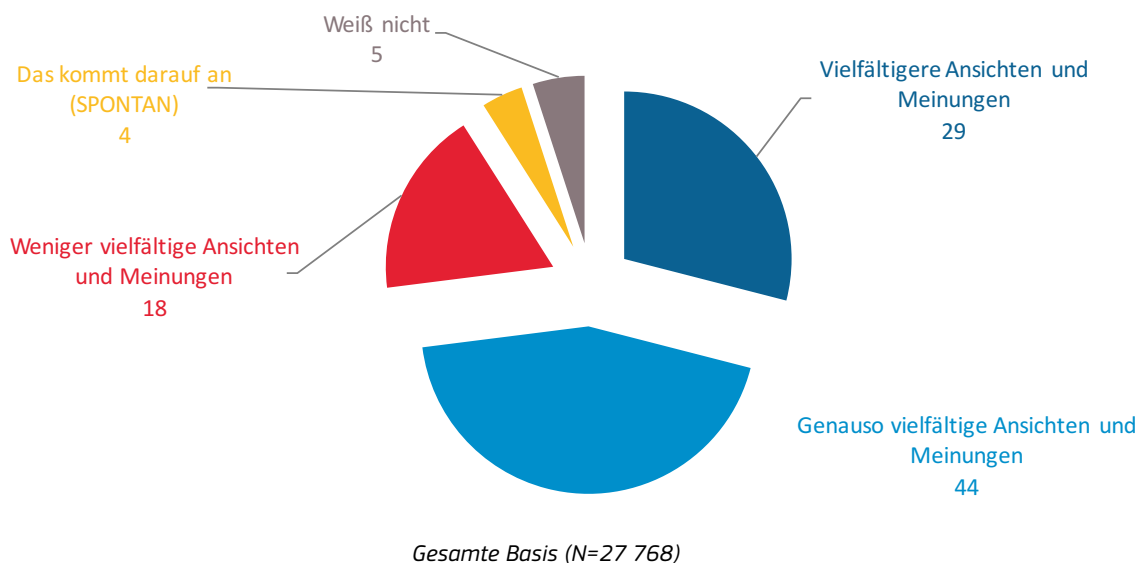
November 2016

- Nahezu drei Viertel der Befragten sagen, dass die Ansichten und Meinungen in den nationalen Medien im Vergleich zu vor fünf Jahren heute genauso vielfältig oder vielfältiger sind -

Die Mehrheit der Befragten sagt, dass ihre nationalen Medien vielfältige Meinungen und Ansichten bieten. Mehr als vier von zehn Befragten sind der Meinung (44%), dass diese Vielfalt genauso groß wie vor fünf Jahren ist.⁶

Knapp drei von zehn Befragten (29%) glauben, dass die Vielfalt der Ansichten und Meinungen, die in den nationalen Medien vertreten werden, heute größer ist. Im Gegensatz dazu sind 18% der Ansicht, dass die Vielfalt abgenommen hat. Maximal jeder Zwanzigste weiß entweder nicht, ob sich die Vielfalt an Meinungen und Ansichten in den nationalen Medien verändert hat oder ob diese gleich geblieben ist (5 %), oder gibt spontan an, dass dies auf Medien ankommt (4%).

QC3 Sind Sie der Meinung, dass die (NATIONALEN) Medien (gedruckte, audiovisuelle, Online-Medien usw.) im Vergleich zu vor fünf Jahren heute im Allgemeinen ... bieten?
(% - EU)



In 22 Mitgliedstaaten geben die Befragten am häufigsten an, dass ihre nationalen Medien **genauso vielfältige Ansichten und Meinungen** bieten wie vor fünf Jahren. Gleichwohl sind die Tschechische Republik, Kroatien (jeweils 56%), die Slowakei (54%), Luxemburg und Rumänien (50%) die einzigen Länder, in denen mehr als die Hälfte der Befragten dieser Ansicht ist. Die Befragten auf Zypern (32%), in den Niederlanden (35%) und in Estland (36%) sind hingegen am seltensten der Meinung, dass die diesbezügliche Vielfalt gleich geblieben ist.

Die Ansicht, dass die von den nationalen Medien gebotene **Meinungsvielfalt** im Vergleich zu vor fünf Jahren **zugenommen** hat, wird am häufigsten von den Befragten auf Malta, Zypern (jeweils 47%) und in den Niederlanden (44%) vertreten. Dies ist in insgesamt sechs Ländern die am häufigsten genannte Antwort, namentlich auf Zypern, Malta, in den Niederlanden, Irland (42%), Schweden und Estland (jeweils 39%). Umgekehrt sagen die Befragten in Griechenland (17%), der

⁶ QC3 Sind Sie der Meinung, dass die (NATIONALEN) Medien (gedruckte, audiovisuelle, Online-Medien) im Vergleich zu vor fünf Jahren heute im Allgemeinen ... bieten? – Vielfältigere Ansichten und Meinungen; Genauso vielfältige Ansichten und Meinungen; Weniger vielfältige Ansichten und Meinungen; Das kommt darauf an (SPONTAN)

November 2016

Tschechischen Republik (19%) und in Deutschland (21%) mit der geringsten Wahrscheinlichkeit, dass diese Vielfalt heute größer als vor fünf Jahren ist.

Die Befragten in Griechenland (28%), Frankreich (25%) und Ungarn (23%) sagen unter allen Befragten am häufigsten, dass ihre nationalen Medien im Vergleich zu vor fünf Jahren heute im Allgemeinen **weniger vielfältige Ansichten und Meinungen** bieten, wohingegen die Befragten in Portugal (4%), Luxemburg (8%), Rumänien und auf Malta (jeweils 9%) dies am seltensten so sehen.

2 Sind die Medien unabhängig?

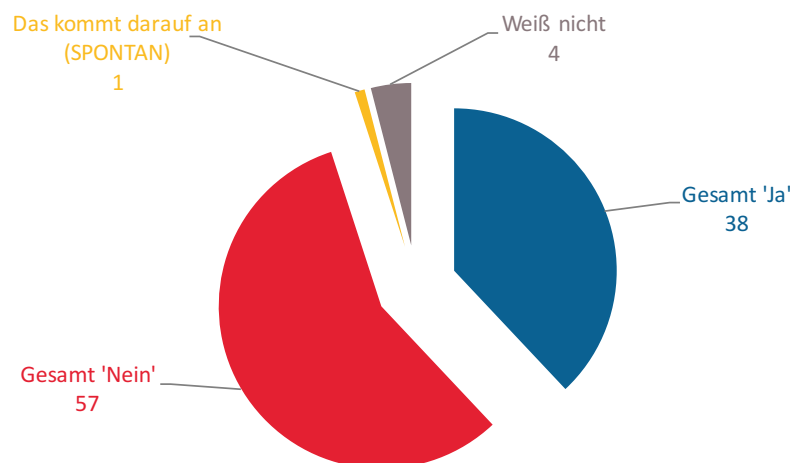
a. Unabhängigkeit der Medien im Allgemeinen

- Eine Minderheit der Befragten ist der Meinung, dass ihre nationalen Medien bei der Informationsberichterstattung frei von politischem oder wirtschaftlichem Druck sind -

Nahezu vier von zehn Befragten (38%) stimmen zu, dass ihre nationalen Medien Informationen bieten, die frei von politischem oder wirtschaftlichem Druck sind. Die Mehrheit der Befragten stimmt dieser Aussage jedoch nicht zu (57%), und etwas weniger als jeder Zwanzigste (4%) sagt, dass er nicht weiß, ob das zutrifft oder nicht.

QC1.3 Bitte sagen Sie mir für jede der folgenden Aussagen, inwieweit diese auf die (NATIONALEN) Medien zutrifft oder nicht zutrifft.

Die (NATIONALEN) Medien bieten Informationen, die frei von politischem oder wirtschaftlichem Druck sind (% - EU)



Gesamte Basis (N=27 768)

In insgesamt neun Mitgliedstaaten ist die Mehrheit der Befragten der Ansicht, dass die Medien in ihrem Land in der Informationsberichterstattung frei von politischem oder wirtschaftlichem Druck sind. Am weitesten verbreitet ist diese Ansicht in Finnland (78%), den Niederlanden und Dänemark (jeweils 61%), am wenigsten hingegen in Griechenland (12%), Spanien (24%) und auf Zypern (25%).

November 2016

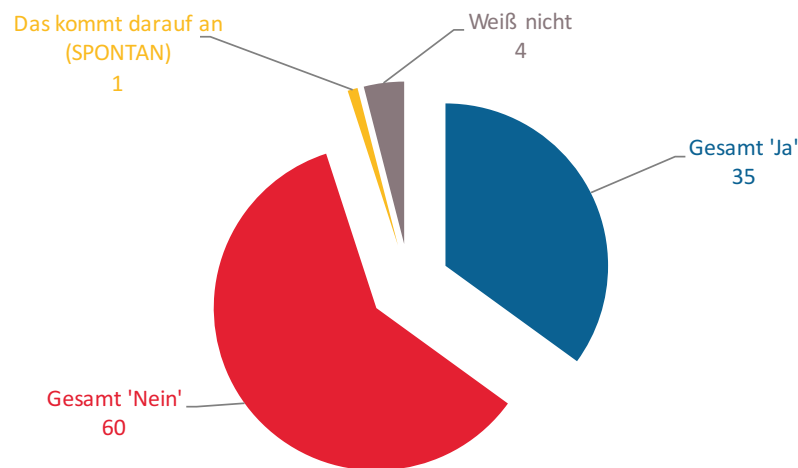
b. Unabhängigkeit der öffentlich-rechtlichen Medien

- Eine Minderheit glaubt, dass die nationalen öffentlich-rechtlichen Medien frei von politischem Druck sind -

Nur etwas mehr als ein Drittel der Befragten (35%) stimmt zu, dass **ihre nationalen öffentlich-rechtlichen Medien** frei von politischem Druck sind.⁷ Die Mehrheit der Befragten stimmt dem hingegen nicht zu (60%), und etwas weniger als jeder Zwanzigste weiß nicht, ob dies zutrifft (4%).

QC1.4 Bitte sagen Sie mir für jede der folgenden Aussagen, inwieweit diese auf die (NATIONALEN) Medien zutrifft oder nicht zutrifft.

Die (NATIONALEN) öffentlich-rechtlichen Medien sind frei von politischem Druck
(% - EU)



Gesamte Basis (N=27 768)

In insgesamt sieben Mitgliedstaaten glaubt eine Mehrheit der Befragten, dass die öffentlich-rechtlichen Medien in ihrem Land frei von politischem Druck sind: Finnland (65%), Schweden, Niederlande (jeweils 55%), Dänemark (54%), Deutschland, Slowakei (jeweils 50%) und Portugal (47% gegenüber 44%). Die geringste diesbezügliche Zustimmung ist unter den Befragten in Griechenland (9%), Frankreich (16%) und Spanien (20%) zu verzeichnen.

⁷ QC1.4 Bitte sagen Sie mir für jede der folgenden Aussagen, inwieweit diese auf die (NATIONALEN) Medien zutrifft oder nicht zutrifft: Die (NATIONALEN) öffentlich-rechtlichen Medien sind frei von politischem Druck

November 2016

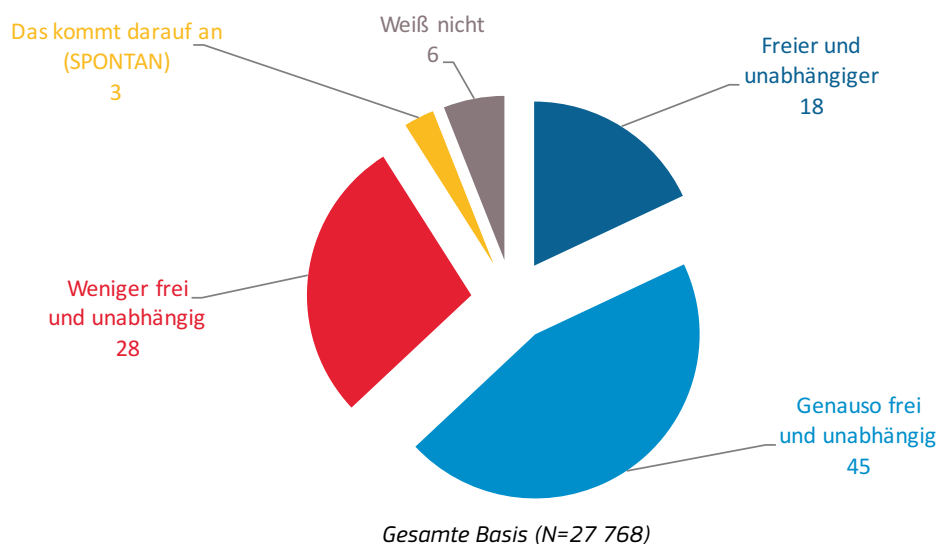
c. Unabhängigkeit der Medien im Vergleich zu vor fünf Jahren

- Die Mehrheit der befragten Bürger ist der Meinung, dass ihre nationalen Medien mindestens so frei und unabhängig wie vor fünf Jahren sind -

Insgesamt sind 63% der Befragten der Meinung, dass ihre nationalen Medien zumindest so frei und unabhängig sind wie vor fünf Jahren: 18% sagen, dass die Medien im Vergleich aktuell freier und unabhängiger sind, und 45% halten die Medien in ihrem Land für genauso frei und unabhängig wie vor fünf Jahren.

Etwas mehr als ein Viertel (28%) glaubt jedoch, dass die Medien in ihrem Land heute weniger frei und unabhängig sind. Weniger als zehn Prozent der Befragten geben an, dass dies von den Medien abhängt (3%) oder geben hierzu keine Antwort (6%).

QC2 Sind Sie der Meinung, dass die (NATIONALEN) Medien (gedruckte, audiovisuelle, Online-Medien usw.) im Vergleich zu vor fünf Jahren heute im Allgemeinen ... sind?
(% - EU)



Auch wenn die Ansicht, dass die nationalen Medien heute **genauso frei und unabhängig** wie vor fünf Jahren sind, in 27 Mitgliedstaaten von den Befragten am häufigsten geäußert wird, so trifft dies nur in neun Mitgliedstaaten auf mindestens die Hälfte der Befragten zu. Im Ländervergleich sind die Bürgerinnen und Bürger in Finnland (59%), Kroatien (56%) und in der Slowakei (53%) am ehesten der Meinung, dass sich die Unabhängigkeit der Medien in ihrem Land in den letzten fünf Jahren **nicht verändert** hat, wohingegen diese Meinung auf Malta (30%), Zypern (38%), in Slowenien und Polen (jeweils 39%) am wenigsten vertreten wird.

Malta (48%) ist das einzige Land, in dem eine relative Mehrheit der Befragten meint, dass die nationalen Medien in ihrem Land im Vergleich zu vor fünf Jahren heute **freier und unabhängiger** sind. Allerdings wird diese Ansicht auch in Portugal (39%) und Irland (35%) von mindestens einem Drittel der Befragten geteilt. Am wenigsten verbreitet ist die Meinung, dass die nationalen Medien heute freier und unabhängiger sind, in Deutschland (9%), Griechenland und Ungarn (jeweils 12%).

In Frankreich (38%), Griechenland und Ungarn (jeweils 37%) sind indes die meisten Befragten zu finden, die sagen, dass ihre Medien heute **weniger frei und unabhängig** sind. Am seltensten geäußert wird diese Meinung in Portugal (6%), Luxemburg (14%) und Irland (16%).

November 2016

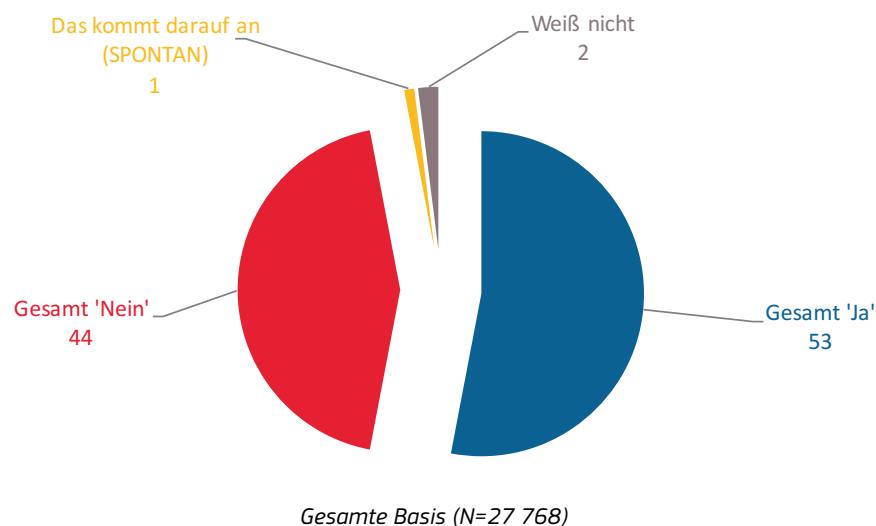
3 Vertrauen in die Medien

- Eine knappe Mehrheit stimmt zu, dass die nationalen Medien vertrauenswürdige Informationen bieten -

Die meisten Befragten (53%) stimmen der Aussage zu, dass ihre nationalen Medien vertrauenswürdige Informationen liefern, während 44% dem nicht zustimmen.⁸ Lediglich 2% der Bürgerinnen und Bürger geben hierzu keine Antwort.

QC1.1 Bitte sagen Sie mir für jede der folgenden Aussagen, inwieweit diese auf die (NATIONALEN) Medien zutrifft oder nicht zutrifft.

Die (NATIONALEN) Medien bieten vertrauenswürdige Informationen (% - EU)



In 19 Mitgliedstaaten ist die Mehrheit der Befragten der Meinung, dass ihre nationalen Medien vertrauenswürdige Informationen liefern. In Finnland trifft dies sogar auf beinahe neun von zehn Befragten (88%) und in Schweden und Dänemark auf mehr als drei Viertel der Befragten zu (jeweils 77%). Die geringste Zustimmung findet die Aussage in Griechenland (26%), Frankreich (34%) und Spanien (38%).

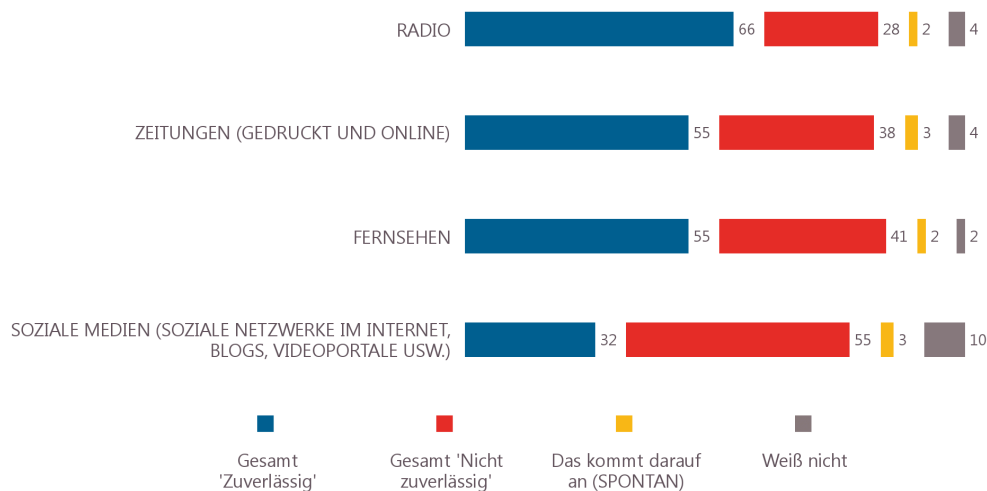
⁸ QC1.1 Bitte sagen Sie mir für jede der folgenden Aussagen, inwieweit diese auf die (NATIONALEN) Medien zutrifft oder nicht zutrifft: Die (NATIONALEN) Medien bieten vertrauenswürdige Informationen

November 2016

- Das Radio gilt unter den nationalen Medien als zuverlässigstes Medium -

Die Bürgerinnen und Bürger in der EU wurden gefragt, für wie zuverlässig sie verschiedene nationale Medien halten.⁹ Das Radio wird unter den aufgeführten Medienformen am häufigsten als zuverlässig angesehen (66%), gefolgt vom Fernsehen und Zeitungen (jeweils 55%). Der Anteil der Befragten, die soziale Medien für zuverlässig halten, fällt deutlich niedriger aus (32%).

QC4 Bitte sagen Sie mir für die folgenden Medien in (UNSEREM LAND), ob Sie diese für zuverlässig halten oder nicht. (% - EU)



Gesamte Basis (N=27 768)

Die Länderergebnisse für die einzelnen Medienformen werden in den folgenden Abschnitten nacheinander vorgestellt. Zusammenfassend ist jedoch festzuhalten, dass das **Radio** in 25 Ländern als die zuverlässigste Medienform angesehen wird. In zwei Ländern halten die Befragten das Fernsehen für am zuverlässigsten, und in Kroatien werden Radio und Fernsehen zu gleichen Teilen als Medienform mit der größten Zuverlässigkeit angesehen.

Die Mehrheit der Befragten in 22 Mitgliedstaaten hält das nationale **Fernsehen** für zuverlässig, allen voran die Befragten in Finnland (90%), Dänemark (89%) und Schweden (82%). Im Gegensatz dazu trifft dies in Griechenland nur auf 16% der Befragten, in Spanien auf 31% und in Frankreich auf 41% zu.

Mit Ausnahme von zwei Mitgliedstaaten gilt das Radio bei der Mehrheit der Befragten als zuverlässig. Am häufigsten sagen dies die befragten Personen in Finnland (93%), Dänemark (91%) und Schweden (88%). Die beiden genannten Ausnahmen sind Griechenland (40%) und Kroatien (48%), wobei Griechenland das einzige Land ist, in dem mehr als die Hälfte der Befragten das Radio für nicht zuverlässig hält (56%).

Zeitungen (gedruckt und online) werden in 21 Ländern von der Mehrheit der Befragten als zuverlässig eingestuft. Dies trifft auf mehr als acht von zehn Befragten in Finnland (88%), Dänemark (85%) und den Niederlanden (83%) zu. Im Gegensatz dazu sind es in Griechenland nur 33%, auf Zypern 39% und in Kroatien 40%.

Die Mehrheit der Befragten in 22 Mitgliedstaaten hält **soziale Medien** nach eigenen Angaben für nicht zuverlässig. Besonders weit verbreitet ist diese Meinung in Schweden (80%), den Niederlanden (73%) und Finnland (68%).

⁹ QC4 Bitte sagen Sie mir für die folgenden Medien in (UNSEREM LAND), ob Sie diese für zuverlässig halten oder nicht. 4.1 Fernsehen; 4.2 Radio; 4.3 Zeitungen (gedruckt oder online); 4.4 Soziale Medien (soziale Netzwerke im Internet, Blogs, Videoportale usw.)

November 2016

II. DIE NATIONALE BEHÖRDE ZUR KONTROLLE AUDIOVISUELLER MEDIEN

Dieses Kapitel befasst sich mit der nationalen Behörde zur Kontrolle audiovisueller Medien. Dabei wird konkret untersucht, wie bekannt diese Behörde ist und ob sie von den Befragten als unabhängig wahrgenommen wird.

1 Bekanntheit

Die Bürgerinnen und Bürger wurden gefragt, ob sie wissen, welche Behörde für die Kontrolle der audiovisuellen Medien in ihrem Land zuständig ist.¹⁰ Diejenigen, die diese Frage bejaht haben, wurden anschließend gebeten, den Namen der Behörde zu nennen.

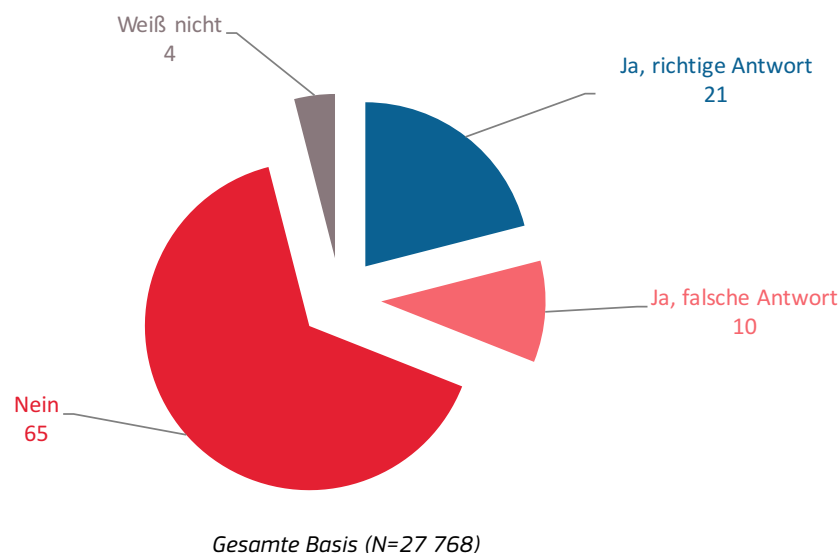
- Nur etwas mehr als jeder fünfte Befragte ist spontan in der Lage, den richtigen Namen der jeweiligen nationalen Behörde zur Kontrolle der audiovisuellen Medien zu nennen -

Nach eigenen Angaben wissen insgesamt nur etwas mehr als drei von zehn Befragten (31%), welche Behörde in ihrem Land die audiovisuellen Medien kontrolliert.

Dabei nennt etwa jeder fünfte EU-Bürger (21%) den richtigen Namen der Behörde und weitere 10% nennen einen falschen Namen. Allerdings gibt die Mehrheit der Befragten an, nicht zu wissen, welche Behörde für die Kontrolle der audiovisuellen Medien in ihrem Land zuständig ist (65%).

Insgesamt ist festzuhalten, dass beinahe acht von zehn Befragten entweder sagen, dass sie die Behörde nicht kennen, oder eine falsche Behörde nennen (79%).

QC5 Wissen Sie, welche Behörde die audiovisuellen Medien in Ihrem Land kontrolliert?
(% - EU)

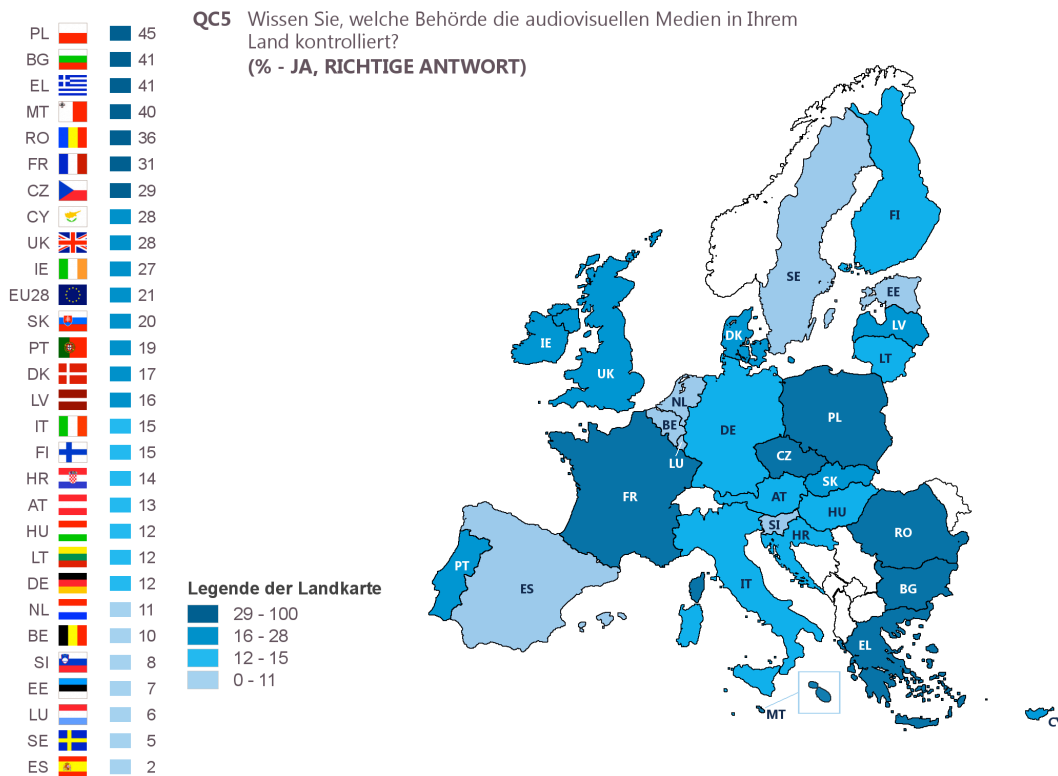


¹⁰ Da es in Deutschland für verschiedene Regionen eine eigene Behörde zur Kontrolle der audiovisuellen Medien gibt, wurden die Befragten in diesem Land nach der Behörde für ihre Region gefragt. In Belgien gibt es für jede Sprachgemeinschaft eine eigene Behörde zur Kontrolle der audiovisuellen Medien. Wenn ein Befragter in diesem Land eine dieser Behörden genannt hat, wurde die Antwort als richtig gewertet.

November 2016

Wie die Karte zeigt, sind die Bürgerinnen und Bürger in den osteuropäischen Mitgliedstaaten allgemein eher in der Lage zu sagen, welche Behörde in ihrem Land für die Kontrolle der audiovisuellen Medien zuständig ist.

In allen Mitgliedstaaten ist weniger als die Hälfte der Befragten in der Lage, den richtigen Namen der nationalen Einrichtung zur Kontrolle der audiovisuellen Medien zu nennen. Dennoch ist der Anteil der Befragten, die den richtigen Namen nennen, in Polen (45%), Bulgarien und Griechenland (jeweils 41%) recht hoch. Im Gegensatz dazu kennen nur 2% der Befragten in Spanien, 5% in Schweden und 6% in Luxemburg den Namen der Behörde, die für die Kontrolle der audiovisuellen Medien in ihrem Land verantwortlich ist.



Gesamte Basis (N=27 768)

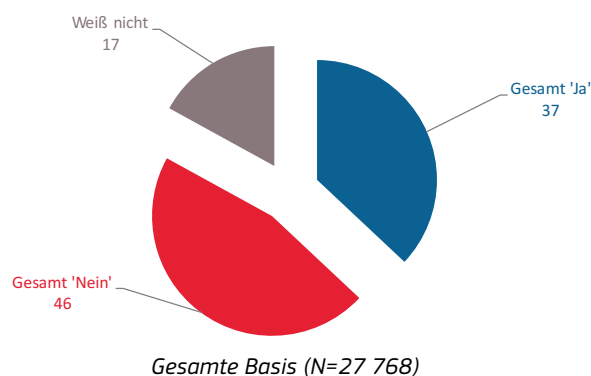
November 2016

2 Wahrnehmung der Unabhängigkeit der Behörde zur Kontrolle der audiovisuellen Medien

- Nur eine Minderheit der Befragten stimmt zu, dass die nationale Medienaufsichtsbehörde frei und unabhängig von politischem, staatlichem oder wirtschaftlichem Druck ist -

Insgesamt sind weniger als vier von zehn Befragten (37%) der Meinung, dass die Einrichtung zur Kontrolle der audiovisuellen Medien in ihrem Land frei und unabhängig von politischem, staatlichem oder wirtschaftlichem Druck ist.¹¹ Fast die Hälfte der Befragten (46%) glaubt nicht, dass die Medienaufsichtsbehörde frei und unabhängig ist, und beinahe jeder fünfte Befragte (17%) gibt hierzu keine Antwort.¹²

QC6 Sind Sie der Meinung, dass die [NAME DER NATIONALEN EINRICHTUNG ZUR REGULIERUNG AUDIOVISUELLER MEDIEN] frei und unabhängig von politischem, staatlichem oder wirtschaftlichem Druck ist?
(% - EU)



In insgesamt elf Mitgliedstaaten ist die Mehrheit der Befragten der Meinung, dass die Behörde zur Überwachung der audiovisuellen Medien in ihrem Land frei und unabhängig von politischem, staatlichem oder wirtschaftlichem Druck ist. Am weitesten verbreitet ist diese Meinung in Finnland (76%), den Niederlanden (67%), Dänemark (56%), Schweden (55%) und Österreich (51%).

Im Gegensatz dazu glauben die Befragten in Spanien (14%), Griechenland (19%) und Lettland (24%) am seltensten, dass die in ihrem Land für die Medienaufsicht zuständige Behörde frei und unabhängig ist.

Die Mehrheit der Befragten in siebzehn Mitgliedstaaten hält die Behörde zur Kontrolle der audiovisuellen Medien in ihrem Land nach eigenen Angaben nicht für frei und unabhängig.

In vier Mitgliedstaaten konnte mindestens jeder vierte Befragte nicht sagen, ob die für die Kontrolle der audiovisuellen Medien zuständige Behörde frei und unabhängig von politischem, staatlichem oder wirtschaftlichem Druck ist: Estland (37%), Luxemburg (27%), Bulgarien (27%) und Spanien (25%).

¹¹ QC6 Sind Sie der Meinung, dass die [NAME DER NATIONALEN EINRICHTUNG ZUR REGULIERUNG AUDIOVISUELLER MEDIEN] frei und unabhängig von politischem, staatlichem oder wirtschaftlichem Druck ist?

¹² Da es in Deutschland für verschiedene Regionen eine eigene Behörde zur Kontrolle der audiovisuellen Medien gibt, wurden die Befragten in diesem Land nach der Behörde für ihre Region gefragt.

In Belgien gibt es für jede Sprachgemeinschaft eine eigene Behörde zur Kontrolle der audiovisuellen Medien. Die Befragten wurden zu der für ihre Sprachgemeinschaft zuständigen Behörde befragt.

November 2016

III. ERFAHRUNGEN MIT HASSTIRADEN UND DROHUNGEN IN SOZIALEN MEDIEN

Das letzte Kapitel dieser Zusammenfassung befasst sich mit der Nutzung sozialer Medien als Diskussionsplattform für unterschiedliche Themen und möglichen Erfahrungen mit Hasstiraden und Drohungen, die die Befragten bei der Teilnahme an Diskussionen in sozialen Medien gemacht haben. Darüber hinaus wird untersucht, inwieweit sich solche Erfahrungen auf die Bereitschaft auswirken, an Diskussionen in sozialen Medien teilzunehmen.

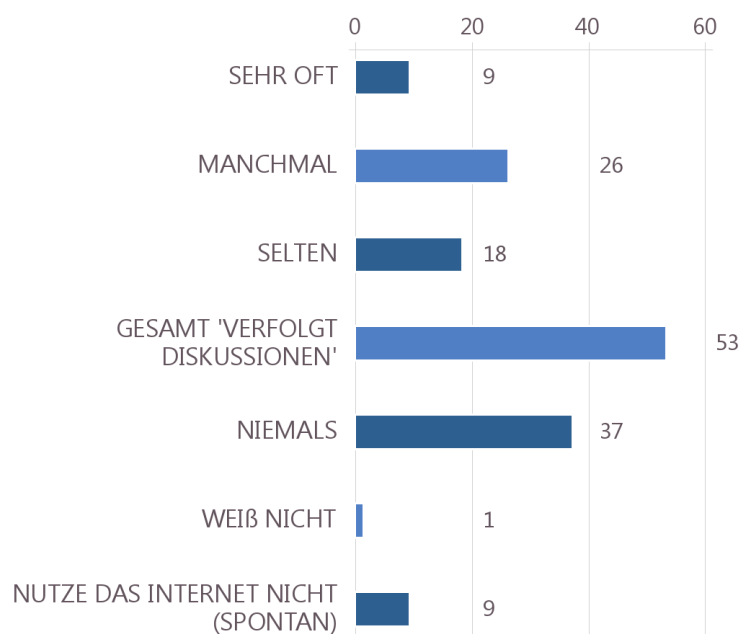
1 Verfolgen und beteiligen sich die Europäer persönlich an Diskussionen in sozialen Medien?

- Etwas mehr als die Hälfte aller Befragten verfolgt Diskussionen in sozialen Medien -

Die Mehrheit der Befragten (53%) verfolgt Diskussionen in sozialen Medien, indem sie zum Beispiel Artikel im Internet lesen oder Diskussionen in sozialen Netzwerken oder Blogs im Internet verfolgen.¹³ Weniger als jeder Zehnte (9%) verfolgt sehr oft Diskussionen in sozialen Medien, während etwas mehr als ein Viertel der Befragten (26%) dies manchmal macht und 18% dies selten tun.

Mehr als ein Drittel der Befragten (37%) verfolgt nach eigenen Angaben nie Diskussionen in sozialen Medien. Darüber hinaus gibt nahezu jeder Zehnte (9%) *spontan* an, das Internet überhaupt nicht zu nutzen.

QC7 Verfolgen Sie Diskussionen in sozialen Medien, z. B. indem Sie Artikel im Internet lesen oder Diskussionen in sozialen Netzwerken oder Blogs im Internet verfolgen?
(% - EU)



Gesamte Basis (N=27 768)

¹³ QC7 Verfolgen Sie Diskussionen in sozialen Medien, z. B. indem Sie Artikel im Internet lesen oder Diskussionen in sozialen Netzwerken oder Blogs im Internet verfolgen?

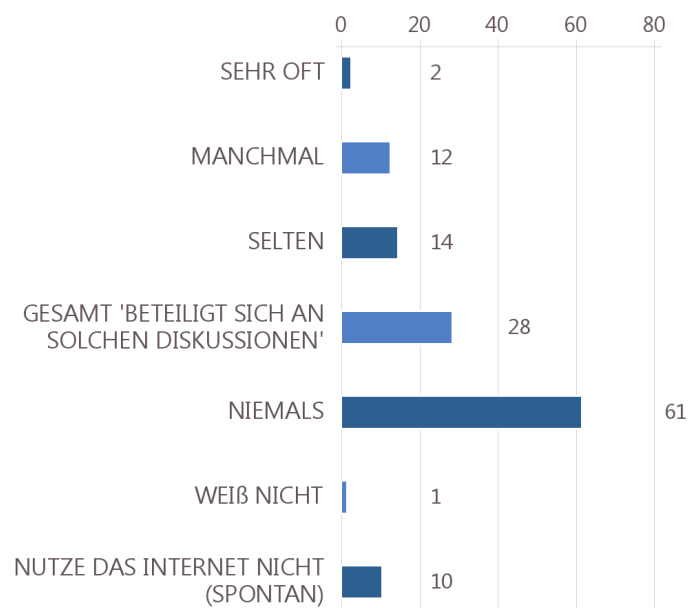
November 2016

- Nur etwas mehr als ein Viertel der Befragten nimmt an solchen Diskussionen teil -

Den Befragten wurde außerdem die Frage gestellt, ob sie sich auch an solchen Diskussionen beteiligen, indem sie z. B. Kommentare zu Artikeln im Internet oder in sozialen Netzwerken oder zu Blogs posten.¹⁴ Nach eigenen Angaben tut dies mit 28% nur eine Minderheit: 2% beteiligen sich sehr oft an solchen Diskussionen, 12% manchmal und 14% selten.

Die Mehrheit beteiligt sich jedoch nie an solchen Diskussionen (61%), während ein Zehntel der Befragten (10%) *spontan* angibt, kein Internet zu nutzen.

QC8 Beteiligen Sie sich auch an solchen Diskussionen, indem Sie z. B. Kommentare zu Artikeln im Internet oder in sozialen Netzwerken oder zu Blogs posten?
(% - EU)



Gesamte Basis (N=27 768)

¹⁴ QC8 Beteiligen Sie sich auch an solchen Diskussionen, indem Sie z. B. Kommentare zu Artikeln im Internet oder in sozialen Netzwerken oder zu Blogs posten?

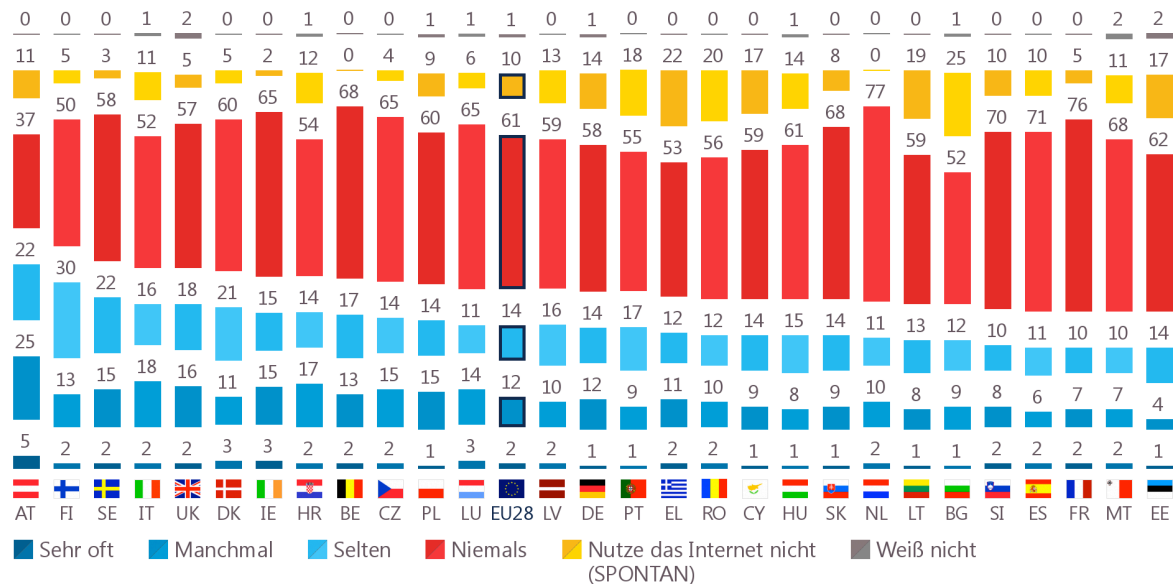
November 2016

Österreich ist der einzige Mitgliedstaat in der EU, in dem sich die Mehrheit der Bürgerinnen und Bürger an Diskussionen in sozialen Medien beteiligt, indem sie z. B. Kommentare zu Artikeln im Internet oder in sozialen Netzwerken oder zu Blogs posten (52%). An zweiter und dritter Stelle folgen die Befragten in Finnland (45%) und Schweden (39%). Am anderen Ende des Spektrums finden sich die Befragten in Estland, Spanien, Frankreich und auf Malta. Dort nehmen nur 19% der Befragten an Diskussionen in sozialen Medien teil.

In allen Mitgliedstaaten sagt nur eine sehr kleine Minderheit der Befragten, dass sie sich sehr oft an solchen Diskussionen beteiligen. Am häufigsten der Fall ist dies in Österreich (5%).

Mit Ausnahme von Österreich beteiligt sich die Mehrheit der Befragten in allen anderen Mitgliedstaaten nach eigenen Angaben nicht an derartigen Diskussionen.

QC8 Beteiligen Sie sich auch an solchen Diskussionen, indem Sie z. B. Kommentare zu Artikeln im Internet oder in sozialen Netzwerken oder zu Blogs posten?
(%)



Gesamte Basis (N=27 768)

November 2016

2 Häufigkeit von Erfahrungen mit Hasstiraden und Drohungen in sozialen Medien und Auswirkungen solcher Erfahrungen auf die Teilnahme an Diskussionen in diesen Medien

Die Befragten, die nach eigenen Angaben Diskussionen in sozialen Medien verfolgen oder daran teilnehmen, wurden gefragt, ob sie schon einmal Fälle erlebt haben, in denen Beleidigungen, Hasstiraden oder Drohungen gegen Journalisten, Blogger oder Personen gerichtet wurden, die in sozialen Medien aktiv sind.¹⁵

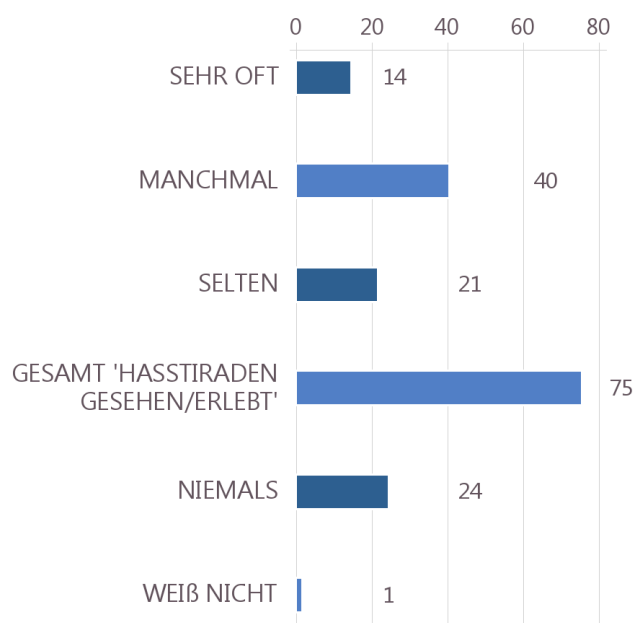
- Drei Viertel dieser Befragten haben Erfahrungen mit Beleidigungen, Hasstiraden oder Drohungen gemacht, die gegen Journalisten, Blogger oder andere Personen gerichtet waren, die in sozialen Medien aktiv sind -

Eine große Mehrheit der Personen, die Diskussionen in sozialen Medien verfolgen oder sich daran beteiligen, hat von Fällen gehört oder gelesen oder Fälle gesehen oder selbst erlebt, in denen Beleidigungen, Hasstiraden oder Drohungen gegen Journalisten, Blogger oder Personen gerichtet wurden, die in sozialen Medien aktiv sind (75%). Etwas mehr als jeder Zehnte gibt an (14%), dies sehr oft erlebt zu haben, während 40% dies nach eigenen Angaben manchmal erlebt haben. Rund jeder fünfte Befragte (21%) sagt, solche Erfahrungen selten gemacht zu haben.

Fast ein Viertel dieser Befragten hat so etwas nach eigenem Bekunden noch nie gehört, gelesen, gesehen oder erlebt (24%).

QC9 Haben Sie jemals von Fällen gehört oder gelesen oder Fälle gesehen oder selbst erlebt, in denen Beleidigungen, Hasstiraden oder Drohungen gegen Journalisten/Blogger/Personen gerichtet wurden, die in sozialen Medien aktiv sind?

(% - EU)



Basis: Befragte, die Diskussionen verfolgen oder sich daran beteiligen (N=14 992)

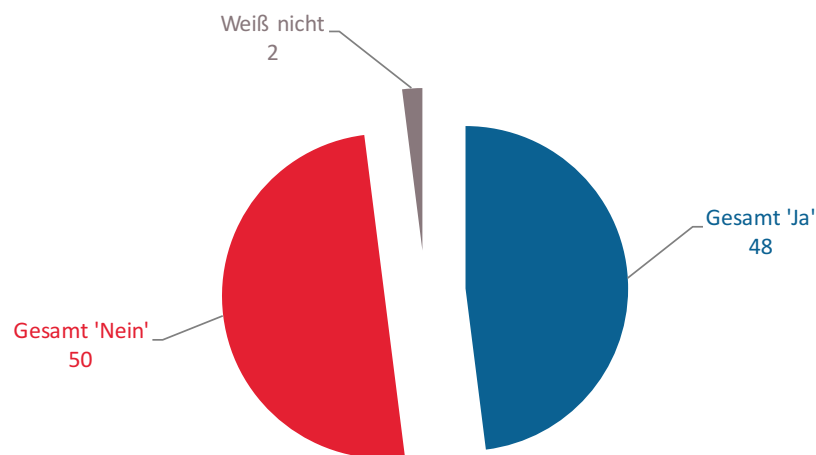
¹⁵ QC9 Haben Sie jemals von Fällen gehört oder gelesen oder Fälle gesehen oder selbst erlebt, in denen Beleidigungen, Hasstiraden oder Drohungen gegen Journalisten/Blogger/Personen gerichtet wurden, die in sozialen Medien aktiv sind?

November 2016

- Bei der Hälfte der Befragten haben solche Fälle nicht zur Folge, dass sie zögern, sich an solchen Diskussionen zu beteiligen -

Die Befragten, die Hasstiraden oder Drohungen in sozialen Medien gehört, gelesen, gesehen oder erlebt haben, wurden gefragt, ob solche Fälle dazu führen, dass sie zögern, sich an solchen Diskussionen zu beteiligen.¹⁶ Die Hälfte dieser Befragten (50%) sagt, dass dies nicht der Fall ist, während 48% angeben, aufgrund solcher Erfahrungen zögerlich zu sein, wenn es darum geht, sich an Diskussionen in sozialen Medien zu beteiligen.

QC10 Führen solche Fälle dazu, dass Sie zögern, sich an solchen Diskussionen zu beteiligen?
(% - EU)



Basis: Befragte, die Hasstiraden oder Drohungen in sozialen Medien gehört, gelesen, gesehen oder erlebt haben (N=11 176)

Die Mehrheit der Befragten in 12 Mitgliedstaaten stimmt zu, dass solche Erfahrungen dazu führen, dass sie zögern, sich an diesen Diskussionen zu beteiligen. Dies ist bei nahezu sechs von zehn Befragten in Estland, auf Malta (jeweils 59%), in Irland und Luxemburg (jeweils 57%) der Fall. In Estland (30%) und auf Malta (29%) sagt sogar mehr als ein Viertel der Befragten, dass solche Fälle auf jeden Fall dazu führen, dass sie zögern, sich an Diskussionen in sozialen Medien zu beteiligen.

¹⁶ QC10 Führen solche Fälle dazu, dass Sie zögern, sich an solchen Diskussionen zu beteiligen?

November 2016

SCHLUSSFOLGERUNG

Die Ergebnisse dieser Umfrage zeigen ein gemischtes Bild vom Medienpluralismus und der Medienfreiheit in der Europäischen Union.

Positiv zu bewerten ist, dass die **Mehrheit der Befragten meint, dass ihre nationalen Medien eine Vielfalt an Meinungen und Ansichten bieten**. Dies trifft sogar auf die Mehrheit der Befragten in allen Mitgliedstaaten zu. Darüber hinaus sind die meisten Befragten der Meinung, dass diese Vielfalt im Vergleich zu vor fünf Jahren entweder unverändert geblieben oder aber größer geworden ist. Eine kleine Mehrheit der befragten Bürgerinnen und Bürger stimmt der Aussage zu, dass die nationalen Medien vertrauenswürdige Informationen bieten.

Trotz der genannten Medienvielfalt ist die **Mehrheit der Befragten nicht der Meinung, dass die Medien frei und unabhängig sind, und zwar weder die nationalen Medien insgesamt noch die nationalen öffentlich-rechtlichen Medien**. Tatsächlich glauben sogar fast drei von zehn Befragten, dass ihre nationalen Medien heute weniger frei und unabhängig sind als noch vor fünf Jahren.

In vielen Fällen besteht ein Zusammenhang zwischen der Unabhängigkeit der Medien und dem Vertrauen, das den von den Medien vermittelten Informationen geschenkt wird. Dies zeigt sich darin, dass in vielen Ländern mit einem hohen Anteil an Befragten, die sagen, dass ihre Medien frei von politischem und wirtschaftlichem Druck sind, auch ein hoher Anteil an Befragten zu verzeichnen ist, die sagen, dass die Medien vertrauenswürdige Informationen bieten. Beispiele hierfür sind Finnland, Dänemark, Schweden und die Niederlande. Gleiches gilt auch im umgekehrten Fall. So sind z. B. die Befragten in Frankreich, Griechenland und Spanien deutlich seltener der Ansicht, dass ihre nationalen Medien frei von politischem und wirtschaftlichem Druck sind. Gleichzeitig halten sie die von ihren nationalen Medien bereitgestellten Informationen deutlich seltener für vertrauenswürdige.

Obwohl es in jedem Mitgliedstaat eine Behörde zur Kontrolle der audiovisuellen Medien gibt, **kennt nur etwas mehr als jeder Fünfte die nationale Medienaufsicht im eigenen Land**. Darüber hinaus glaubt nur eine Minderheit, dass diese frei von politischem, staatlichem oder wirtschaftlichem Druck ist.

Nur etwas mehr als die Hälfte der Befragten verfolgt nach eigenen Angaben Diskussionen in sozialen Medien, indem sie Artikel im Internet lesen oder Diskussionen in Blogs oder in anderen sozialen Medien verfolgen. Weniger als drei von zehn Befragten beteiligen sich an solchen Diskussionen, indem sie z. B. Kommentare posten. Diejenigen, die sich an solchen Diskussionen beteiligen, tun dies überwiegend gelegentlich und nicht regelmäßig.

Ein Großteil derjenigen, die solche Diskussionen verfolgen oder daran teilnehmen, hat Erfahrungen mit Hasstiraden, Drohungen oder Beleidigungen gegen Journalisten, Blogger oder andere Personen gemacht, die in sozialen Medien aktiv sind. Insgesamt sagen drei Viertel, dass sie dies schon einmal erlebt haben, und mehr als jeder Zehnte gibt an, häufig solche Erfahrungen zu machen. **Bei fast der Hälfte dieser Befragten führen diese Erfahrungen dazu, dass sie zögern, sich an Diskussionen im Internet zu beteiligen**.

Die vorgestellten Ergebnisse zeigen, dass aus Sicht der Europäer noch viel getan werden muss, um die Unabhängigkeit der nationalen Medien – ein zentraler Eckpfeiler der Demokratie in der Europäischen Union – zu gewährleisten. Ein weiteres Thema, das der Aufmerksamkeit bedarf, sind die weit verbreiteten Erfahrungen mit Hasstiraden, Beleidigungen und Drohungen im Internet. Es muss sichergestellt werden, dass alle Bürgerinnen und Bürger im Internet ohne Bedenken ihre Meinung äußern können.