

## Vertrauenskrise bulgarischer Medien setzt sich fort

Stiftung Mediendemokratie und Konrad-Adenauer-Stiftung stellen Meinungsumfrage und Jahresreport 2014 zu bulgarischen Medien vor

**Nur jeder sechste Bulgare (17 Prozent) glaubt an die Unabhängigkeit der Medien in seinem Land. Das Vertrauen der Bürger ist kaum gestiegen, ergab eine repräsentative Meinungsumfrage im Auftrag der Konrad-Adenauer-Stiftung. Auch der Öffentlichkeitsarbeit der Politiker stellen die Bürger ein schlechtes Zeugnis aus: 63 Prozent fühlen sich unzureichend informiert. Zudem haben die KAS und die bulgarische Stiftung Mediendemokratie ihr jährliches Monitoring der politischen Berichterstattung vorgestellt. Premierminister Boyko Borissov und seine Partei GERB sind Meinungsführer.**

Im Vergleich zur Lage vor einem Jahr kann die bulgarische Medienlandschaft keine nennenswerten Fortschritte verzeichnen. „Immer noch glauben nur sehr wenige Bulgaren an reale Medienfreiheit“, erläutert Christian Spahr, Leiter des KAS-Medienprogramms Südosteuropa, die neuen Umfrage-Ergebnisse. Demnach bestreiten 59 Prozent der Bürger, dass die Medien unabhängig sind. Viele sind unentschieden, nur 17 Prozent glauben ausdrücklich an freie Berichterstattung. „Die Vertrauenskrise setzt sich fort“, so Spahr. Bulgarien liegt im internationalen Ranking der Pressefreiheit aktuell nur auf Platz 100 (Reporter ohne Grenzen). Die KAS hat bereits im November 2014 eine ausführliche Studie zum Druck auf Journalisten in Bulgarien veröffentlicht.

Unzureichend informiert fühlen sich die Menschen nicht nur von den Medien, sondern auch von der Politik. 63 Prozent halten die Öffentlichkeitsarbeit der Politiker für schlecht oder sehr schlecht. „Parteien und Regierung sollten künftig mehr in eine moderne, transparente Informationspolitik investieren“, schlussfolgert Spahr. Das KAS-Medienprogramm werde seine Angebote für Kommunikationsexperten aus der Politik weiter ausbauen. Für die Umfrage befragte das Institut Market Links 1.100 Bulgaren (Dezember 2014).

In der politischen Berichterstattung ist Premierminister Boyko Borissov die meistgenannte Persönlichkeit, ergab ein jährliches Medien-Monitoring von KAS und Stiftung Mediendemokratie (FMD). Borissov kommt auf 3.908 Nennungen in acht führenden Medien im Verlauf des Jahres 2014 und liegt damit 80 Prozent vor dem Zweiten im Vergleich, Staatspräsident Rossen Plevneliev. Beide Politiker wurden zunehmend positiv beschrieben. Dies hängt nach Einschätzung der Analysten von FMD auch mit Borissovs Wahlsieg im Oktober 2014 zusammen. Unter den Parteien ist Borissovs konservative Partei GERB („Bürger für eine europäische Entwicklung Bulgariens“) die am meisten genannte.



„Positiv ist zu bemerken, dass das öffentlich-rechtliche Fernsehen gegenüber den drei größten Parteien kritisch bleibt und seine Rolle im Interesse der Bürger erfüllt“, so Studienleiter Orlin Spassov. „Im Übrigen gilt aber: Die notwendigen Veränderungen in der Medienlandschaft haben 2014 nicht stattgefunden. Noch immer sind Journalisten zu abhängig von externem Einfluss aus Wirtschaft, Politik und Behörden.“ Nach Ansicht von FMD und KAS sind insbesondere die Eigentumsverhältnisse der Medien nicht transparent genug. Hinzu kommt eine wenig wirksame Selbstregulierung in der Branche. Starke wirtschaftliche Verluste vieler Medien tragen maßgeblich zu der mangelnden Unabhängigkeit bei.

Positiv sehen Spassov und Spahr, dass die bulgarische Regierung in dieser Legislaturperiode die Mediengesetzgebung verbessern will. So sollen an öffentlichen Ausschreibungen, etwa im Rahmen von staatlichen Informationskampagnen, nur Medienhäuser mit ethischen Mindeststandards teilnehmen können. Auch sollen keine öffentlichen Gelder an Medien fließen, deren Besitzverhältnisse unklar sind, und Monopolen in der Branche soll wirksamer begegnet werden. „Noch liegen keine Details der Vorschläge vor, aber sie gehen hoffentlich in die richtige Richtung“, erklärt FMD-Medienexperte Orlin Spassov. „Wichtig ist, dass alle maßgeblichen Akteure in die Debatte einbezogen werden: Politiker, Medieneigentümer und Journalisten. Alle drei Gruppen leiden unter der Vertrauenskrise der Medien“, so Christian Spahr (KAS).

Für das Medien-Monitoring der beiden Stiftungen analysierte das Institut Market Links von Januar bis Dezember 2014 mehr als 21.000 einzelne Nachrichten von vier Tageszeitungen (Trud, Telegraf, Sega, Presa) und vier Fernsehsendern (BNT, bTV, Nova TV, TV 7).

Weiterführende Informationen finden Sie unter: [www.kas.de/medien-europa](http://www.kas.de/medien-europa)