

## Vortrag

### Vertrauen in bulgarische Medien – die Meinung der Bürger

Christian Spahr, Leiter Medienprogramm Südosteuropa

Sehr geehrte Damen und Herren,  
liebe Kollegen,

herzlich willkommen zur heutigen Pressekonferenz. Die Lage der Medien wird wieder intensiver diskutiert – diesen Eindruck konnte man in den letzten Wochen gewinnen. Wer in der Medienszene ein- und ausgeht, hört Gespräche über niedrige Auflagen oder wird in Debatten über Medienpolitik involviert. Das kann ein guter Zeitpunkt sein, um auch auf Zahlen zu schauen. Manchmal bestätigt die Statistik, was man geglaubt hat, manchmal überrascht sie auch.

Wir haben die Methodik unseres Monitorings Mitte des vergangenen Jahres erweitert. Bisher war die populärste Mediengattung, das Fernsehen, nicht vertreten. Jetzt haben wir vier Zeitungen und vier TV-Kanäle im Vergleich. Orlin Spasov wird Ihnen dazu mehr sagen.

Und, zum ersten Mal, haben wir mit unserem Partnerinstitut Market Links auch eine Meinungsumfrage durchgeführt. Wir wollten nicht nur unter Journalisten und Experten bleiben, sondern auch die Meinung des Volkes hören: Glauben die Bulgaren an unabhängige, objektive Medien? Welcher Mediengattung vertrauen sie am meisten? Und welcher Politiker kommuniziert subjektiv am besten mit den Bürgern? Die Ergebnisse werden nicht jedem gefallen, aber sie sind fundiert – 1.200 Bürger wurden in persönlichen Interviews befragt.

Lassen Sie mich mit diesem Teil unserer Präsentation beginnen. Mir ist bewusst, dass es schwierig ist, vor Journalisten über Probleme in den Medien zu sprechen. Deshalb sage ich deutlich: Die Umfrage ist keine Bewertung der Arbeit, die Sie alle als Einzelne leisten, oft unter schwierigsten Bedingungen. Aber sie sagt etwas darüber aus, welche Herausforderungen die Branche insgesamt hat.

Hier ein kurzer Überblick zur Methodik. Wir haben Erwachsene verschiedener Alters- und Bevölkerungsgruppen repräsentativ befragen lassen, im Dezember 2013.

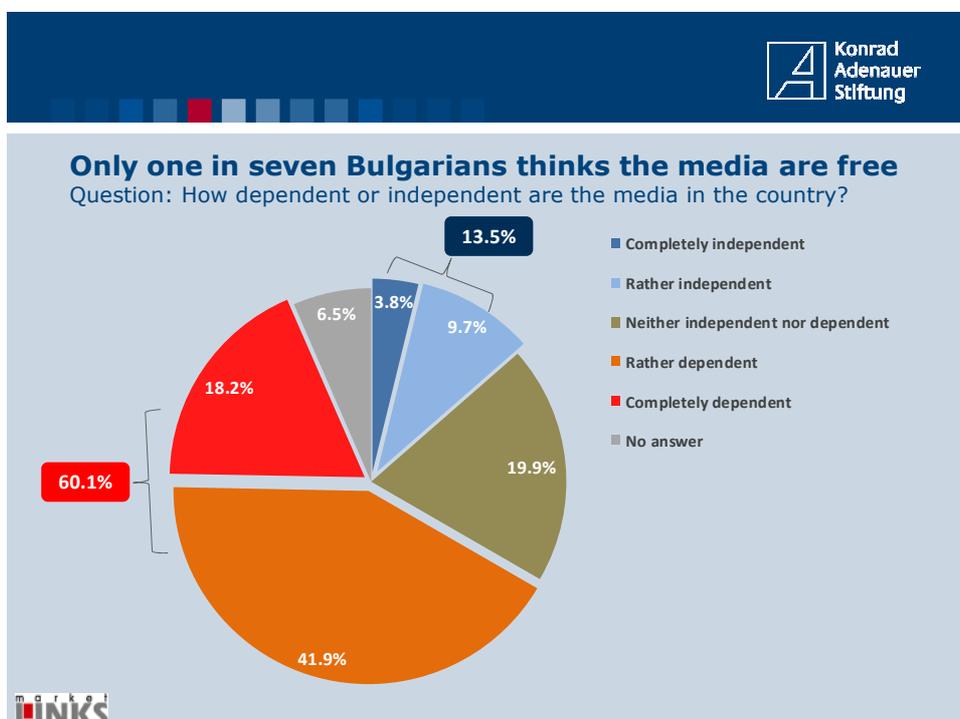

Konrad Adenauer Stiftung

## SURVEY DESIGN

- Target: Population, 18+, Bulgaria
- Method of registration: Face-to-face interview
- Sample design: Nationally representative for urban and rural population
- Sample size: 1,200
- Fieldwork: December 2013
- Conception of questionnaire: KAS, Market Links
- Fieldwork and data analysis: Market Links

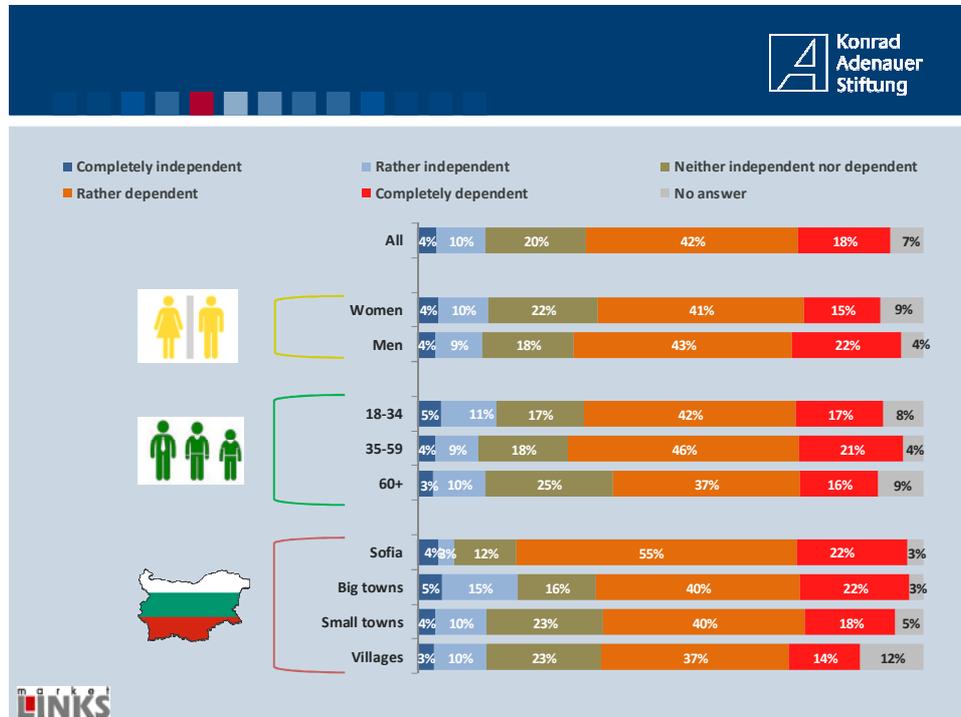



Die Kernbotschaft ist sicher, dass nur 14 Prozent der Bulgaren an unabhängigen Journalismus glauben, das sind die blauen Anteile. 60 Prozent bestreiten, dass die Medien unabhängig sind. Jeder fünfte ist unentschieden, einige geben keine Antwort. Wir haben bewusst mehrere Optionen für die Antwort gelassen, um ein differenziertes Bild zu erhalten. Ich erwähne nicht jede Zahl in meinem Vortrag, sie sehen die Details in Ihrer Pressemappe.

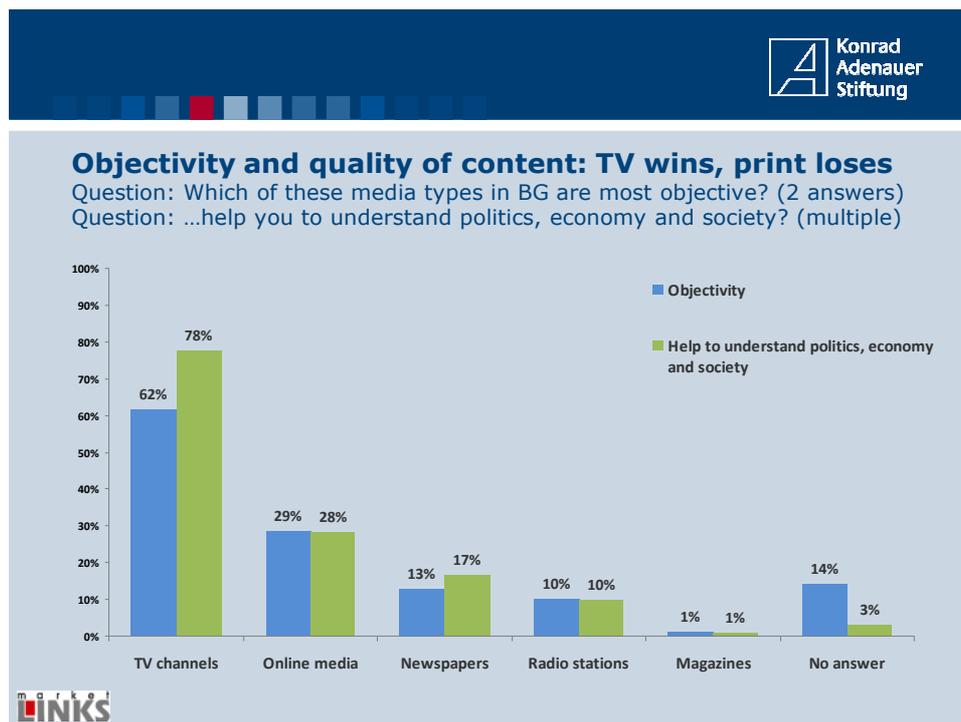


Natürlich denken Menschen unterschiedlich, je nach Alter oder Wohnort. Hier fällt auf: Besonders die Einwohner von Sofia zweifeln an der Unabhängigkeit der Medien. Nur sieben

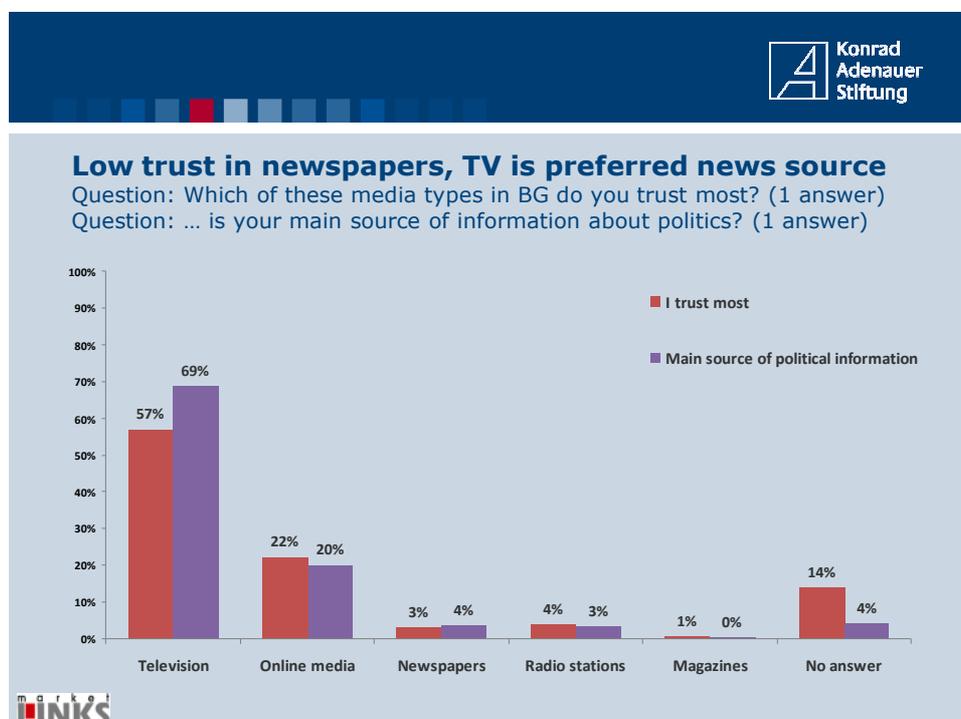
Prozent glauben daran. Die Hauptstädter nutzen ein größeres Medienspektrum, sie nutzen das Internet intensiver, und einige gehen seit Monaten auf die Straße. Sie haben mehr Optionen, Medien zu vergleichen und sich politisch zu betätigen. Es liegt nahe, dass die besonders kritische Haltung zu Medien auch auf solchen Faktoren beruht.



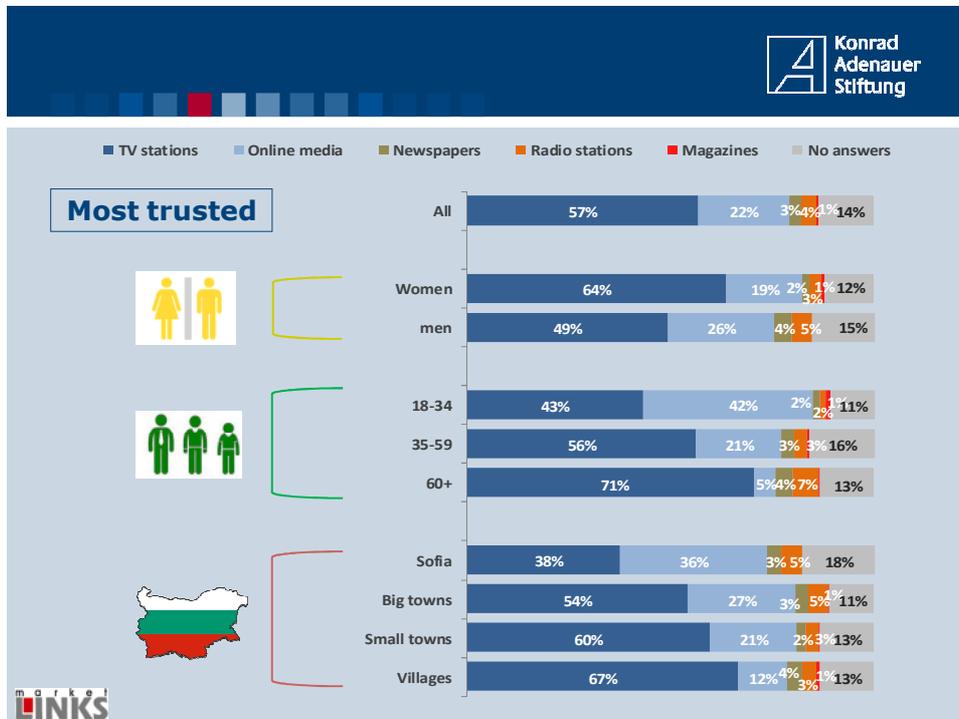
Wenn man einzelne Mediengattungen vergleicht, hat das Fernsehen in der Gunst des Publikums einen deutlichen Vorsprung. Wir haben die Bürger gefragt, welche zwei Mediengattungen am objektivsten sind. Und auch, welche Mediengattungen ihnen helfen, Politik, Wirtschaft und Gesellschaft zu verstehen. Sie sehen, die meisten Bulgaren nennen das Fernsehen. Ich will die Meinung der Bürger nicht relativieren. Orlin Spassov und ich haben das diskutiert. Man kann aber sicher sagen, dass die Zahlen auch von den Gewohnheiten der Bürger bestimmt werden. Das Fernsehen wird von breiteren Bevölkerungskreisen genutzt als Internet und Printmedien, und deshalb ist auch die Identifikation mit dem Fernsehen größer.



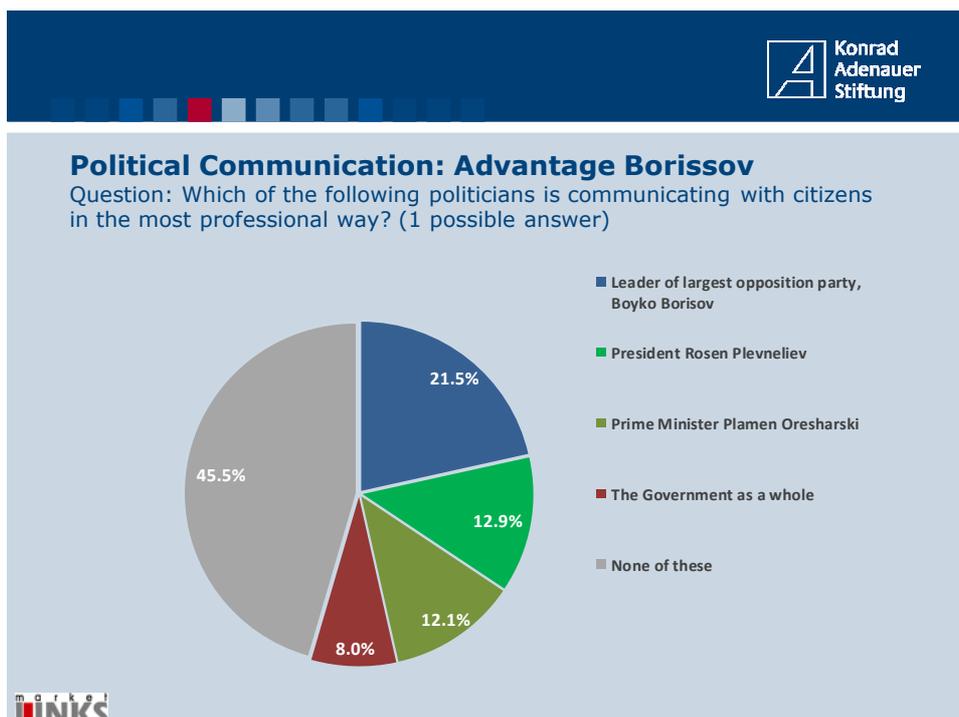
Auch bei dem größten Vertrauen in eine einzelne Mediengattung liegt das Fernsehen vorn, mit 57 Prozent. Die Printmedien sind hier besonders weit abgeschlagen. Ähnliche Zahlen bringt die Frage hervor, was die Hauptquelle der Bürger für politische Informationen ist. Es sind nicht die Zeitungen, obwohl Printmedien sich theoretisch besser eignen, um komplexe Themen gründlich darzustellen.



Schauen wir uns den Aspekt des Vertrauens genauer an – hier gibt es wieder interessante Unterschiede. Für die junge Generation, aber auch die Menschen in Sofia, sind Online-Medien fast genauso vertrauenswürdig wie das Fernsehen. Das Web erfüllt inzwischen wichtige Informationsbedürfnisse einer großen Zahl von Bulgaren.



Für Zeitungen und Zeitschriften ist der Befund in jedem Fall alarmierend. Printmedien, die wirtschaftlich sein wollen, müssen im Wettbewerb mit Fernsehen und Internet konsequent auf höhere Qualität setzen, um für breitere Bevölkerungskreise relevant zu bleiben.



Wir wollten aber nicht nur wissen, wie die Medien bei der Bevölkerung ankommen, sondern auch, wie die Kommunikation der Politiker bewertet wird. Von Boyko Borissov sagen 22 Prozent der Bürger, dass er am professionellsten mit der Bevölkerung kommuniziert. Präsident Plevneliev erreicht 13 Prozent, Premierminister Oresharski 12 Prozent. Wir haben auch die Option angeboten, das Kabinett als Ganzes zu nennen. Auffällig ist, dass 46 Prozent antworten, „keiner von diesen“. Das ist ein Hinweis, dass die politische Kommunikation insgesamt verbesserungswürdig ist.

Ich bin mir fast sicher, dass diese Ergebnisse für eine lebhafte Diskussion im Anschluss sorgen werden. Eine kurze Info zum weiteren Verlauf: Zunächst möchte ich Orlin Spassov einladen, das Bild von Fernsehen und Zeitungen aus wissenschaftlicher Sicht zu ergänzen. Nikoleta Daskalova wird auf die Online-Medien eingehen. Dann beantworten wir in kompakter Form die Fragen der hauptberuflichen Journalisten. Anschließend sind Sie eingeladen, eine Diskussion mit Orlin Spassov, Georgi Lozanov und Ognian Zlatev zu hören und den Experten selbst Fragen zu stellen. Und um neue Energie zu finden, laden wir Sie am Ende zu einem kleinen Imbiss ein.

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit.