



EU-Wahlen: Medien-Wahlkampf mit wenig Härte

Oppositionsführer Borissov kommt wieder auf höchste Medienpräsenz

Der Wahlkampf zum EU-Parlament hat die bulgarischen Medien nicht stärker als üblich polarisiert. Das ist das Ergebnis eines Monitorings der Stiftung Mediendemokratie (FMD) und des Medienprogramms der Konrad-Adenauer-Stiftung (KAS). Europapolitische Themen kamen allerdings kaum vor, die nationale Politik dominierte. Oppositionsführer Boyko Borissov konnte seine Sichtbarkeit in den Printmedien ausbauen und ist jetzt wieder der meistgenannte Politiker.

„Der Wahlkampf in den Medien war relativ ruhig, ohne größere Skandale und harten Schlagabtausch“, sagte FMD-Studienleiter Orlin Spassov am 10. Juni bei einer gemeinsamen Pressekonferenz mit der Konrad-Adenauer-Stiftung. „Es gab aber auch wenig interessante Debatten oder Themen, die die Bürger zum Wählen animiert hätten.“ Die Wahlbeteiligung am 25. Mai hatte bei 35,8 Prozent gelegen. Nach Analyse der FMD spielten echte Europa-Themen in den Medien kaum eine Rolle, die verhärtete innenpolitische Lage dominierte sowohl die Berichterstattung als auch das Wahlverhalten der Bürger. Für die Studie wertete das Institut Market Links im Auftrag von KAS und FMD von Januar bis Mai 2014 rund 7.000 Nachrichten von vier Tageszeitungen und vier TV-Sendern aus.

Wahlsieger Boyko Borissov, im Sofioter Parlament Oppositionsführer, ist in den Medien wieder deutlich präsenter als im Vorjahr. Er wurde 63 Prozent häufiger erwähnt als sein sozialistischer Kontrahent Sergey Stanishev und 57 Prozent häufiger als Ministerpräsident Plamen Oresharski. Diesem knapp auf den Fersen ist der Fernsehmoderator Nikolay Barekov mit seiner neuen Partei „Bulgarien ohne Zensur“. Borissovs Partei GERB ist nun auch wieder die meistgenannte Partei vor der Bulgarischen Sozialistischen Partei und der Bewegung für Rechte und Freiheiten (DPS), die vor allem von der türkischen Minderheit gewählt wird. „GERB hat die Wahl gewonnen, obwohl die Partei weniger Geld für Medienkampagnen ausgegeben hat als andere. Die BSP hat trotz hoher Geldeinsätze verloren“, betont Spassov.

Laut FMD gab es positive Ansätze, um die Wahlberichterstattung fairer zu machen. So hat der Rat für elektronische Medien (SEM) die Wahlkampfphase mit einem eigenen Monitoring begleitet. Zudem ermöglichte das neue Wahlgesetz bessere Finanzierungsmöglichkeiten für Wahlwerbung kleinerer Parteien. Die Unterscheidung von redaktionellen Inhalten und bezahlter Wahlwerbung war jedoch nicht immer klar. Fazit von Christian Spahr, Leiter des KAS-Medienprogramms Südosteuropa: „Über die EU-Wahl wurde in Bulgarien weniger polarisiert berichtet als über die Innenpolitik – allerdings auch recht fade. Bulgarien ist ein europafreundliches Land, aber die Berichterstattung hat die Lust auf europäische Themen nicht verstärkt. Die Defizite in der Unabhängigkeit von Medien sind noch nicht beseitigt. Es braucht noch mehr Transparenz in der Finanzierung von Medien.“

Weiterführende Informationen finden Sie unter: www.kas.de/medien-europa

Konrad-Adenauer-Stiftung e.V. - Medienprogramm Südosteuropa

Leiter: Christian Spahr

Bul. Yanko Sakazov 19, Et. 1, Ap. 2, 1504 Sofia, Bulgarien

Telefon: +359 2 94249-71, Telefax: +359 2 94249-79

E-Mail: christian.spahr@kas.de, Web: www.kas.de/medien-europa