

Vortrag

Resignierter Blick auf die Medien

Christian Spahr, Leiter Medienprogramm Südosteuropa, Konrad-Adenauer-Stiftung

Sehr geehrte Damen und Herren,
liebe Kollegen,
liebe Freunde der Konrad-Adenauer-Stiftung,

herzlich willkommen zu unserer Pressekonferenz, die in der bulgarischen Medienszene schon eine feste Größe ist. Die Konrad-Adenauer-Stiftung und die Stiftung Mediendemokratie bringen erneut eine breite Analyse und viele Daten zur Medienlandschaft mit. Ich kann vorwegnehmen: Die grundsätzliche Entwicklung und der Handlungsbedarf im Mediensektor haben sich nicht geändert. Nach wie vor ist das Vertrauen in die Medien extrem niedrig und die Medienszene polarisiert, aber im Detail gibt es einige interessante Neuigkeiten. Das betrifft die Medienresonanz einzelner Politiker, aber auch aktuelle Themen wie die Flüchtlingskrise.

Zunächst herzlichen Dank an die Europäische Kommission, dass wir bei diesem europaweit wichtigen Thema – der Medienfreiheit – hier zu Gast sein dürfen. Nach der Vorstellung der Ergebnisse haben wir Gelegenheit, mit Persönlichkeiten aus den Medien zu diskutieren. So sind heute Vyara Ankova und Velislava Popova als prominente Journalistinnen bei uns.

Zunächst aber stellen wir Ihnen zwei Untersuchungen vor: Eine neue, repräsentative Meinungsumfrage zum Vertrauen der Bulgaren in die Medien und in die Kommunikation der Politiker. Zusätzlich erfahren Sie in unserem jährlichen Medien-Monitoring, wie die Politiker und Parteien in wichtigen Zeitungen und Fernsehsendern wahrgenommen werden. Wir haben dabei unsere Methodik weiterentwickelt und auch die Anzahl der untersuchten Berichte und Sendungen erhöht. In viele Fragestellungen haben wir jetzt auch Online-Medien einbezogen. Dobromir Zhivkov vom Institut Market Links sowie Orlin Spassov und Nikoleta Daskalova von der Stiftung Mediendemokratie werden die Ergebnisse gemeinsam mit mir vorstellen. – Als Einstieg ins Thema möchte ich Ihnen nun unsere neueste Meinungsumfrage vorstellen.

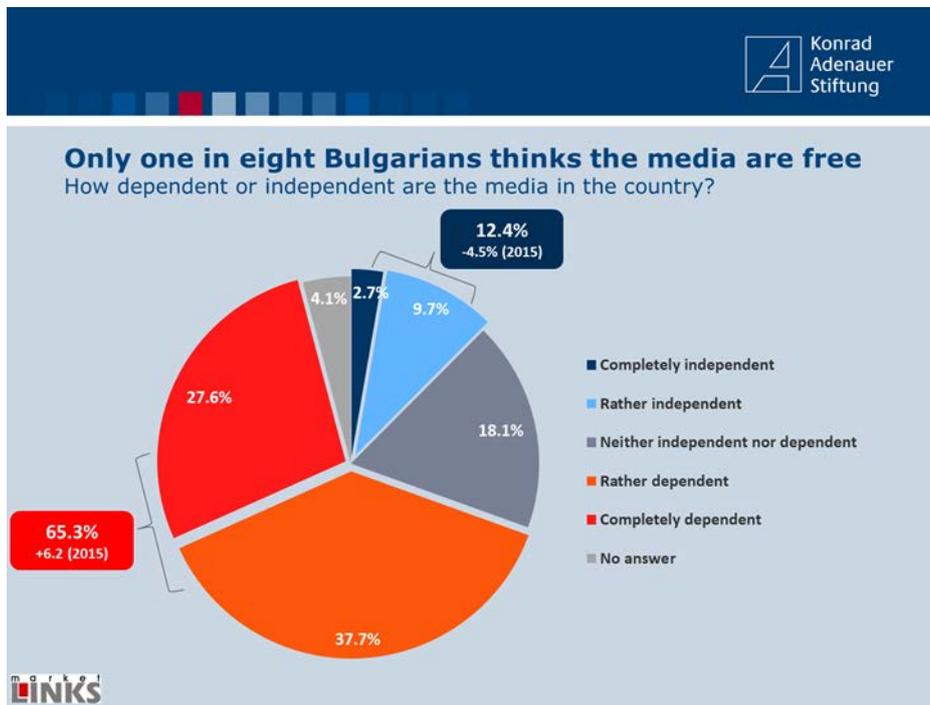


SURVEY DESIGN

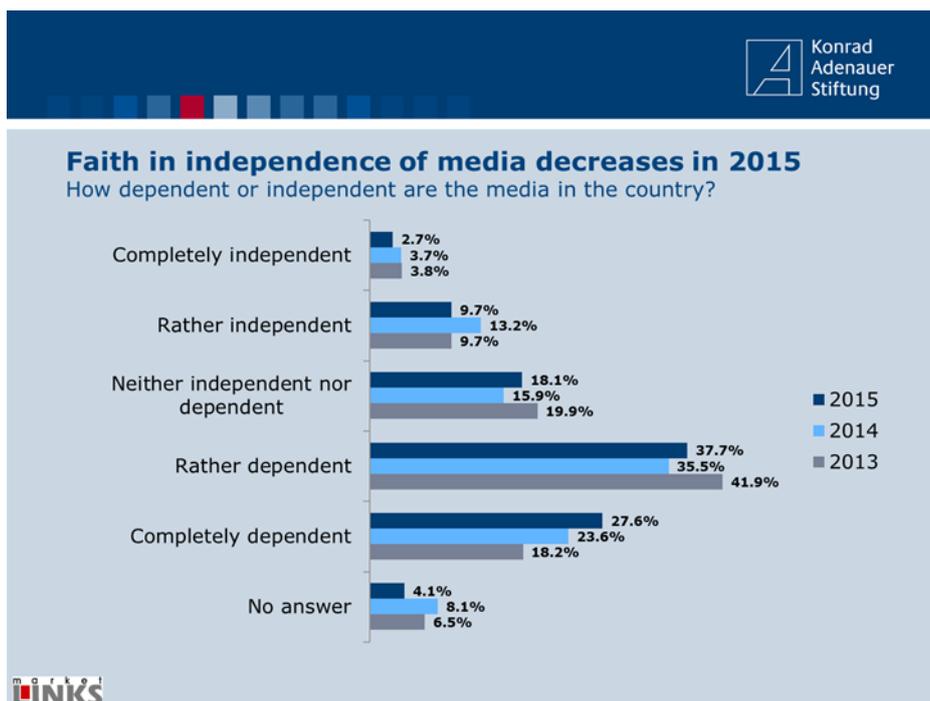
- Target: Population, 18+, Bulgaria
- Method of registration: Face-to-face interview
- Sample design: Nationally representative for urban and rural population
- Sample size: 1,004
- Fieldwork: December 2015
- Conception of questionnaire: KAS, Market Links
- Fieldwork and data analysis: Market Links



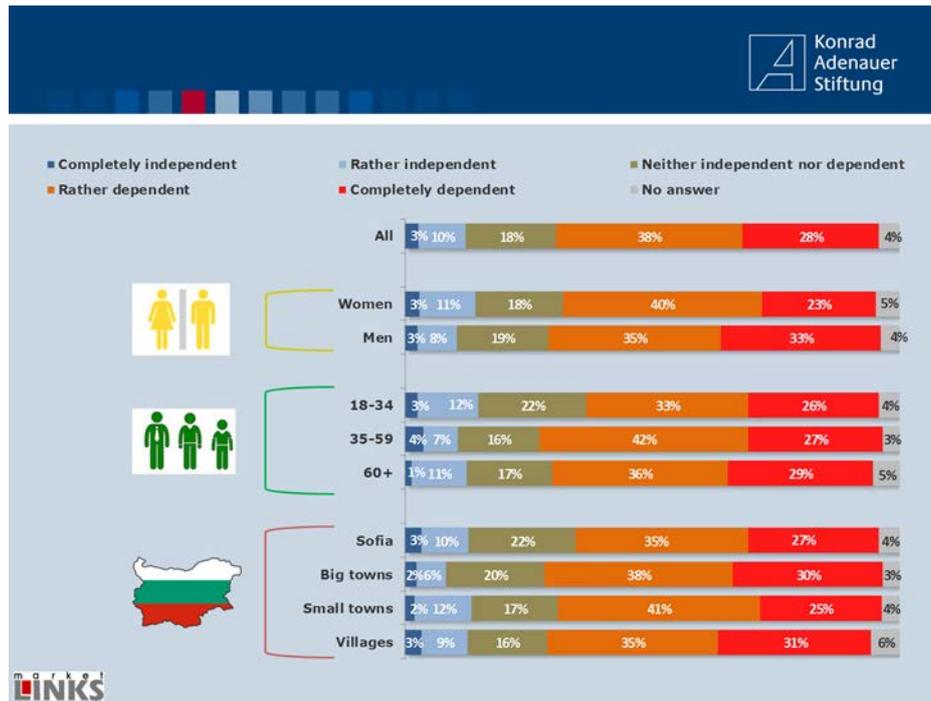
Hier ein kurzer Überblick zur Methodik. Market Links hat in unserem Auftrag 1.000 Erwachsene verschiedener Alters- und Bevölkerungsgruppen befragt, im Dezember 2015.



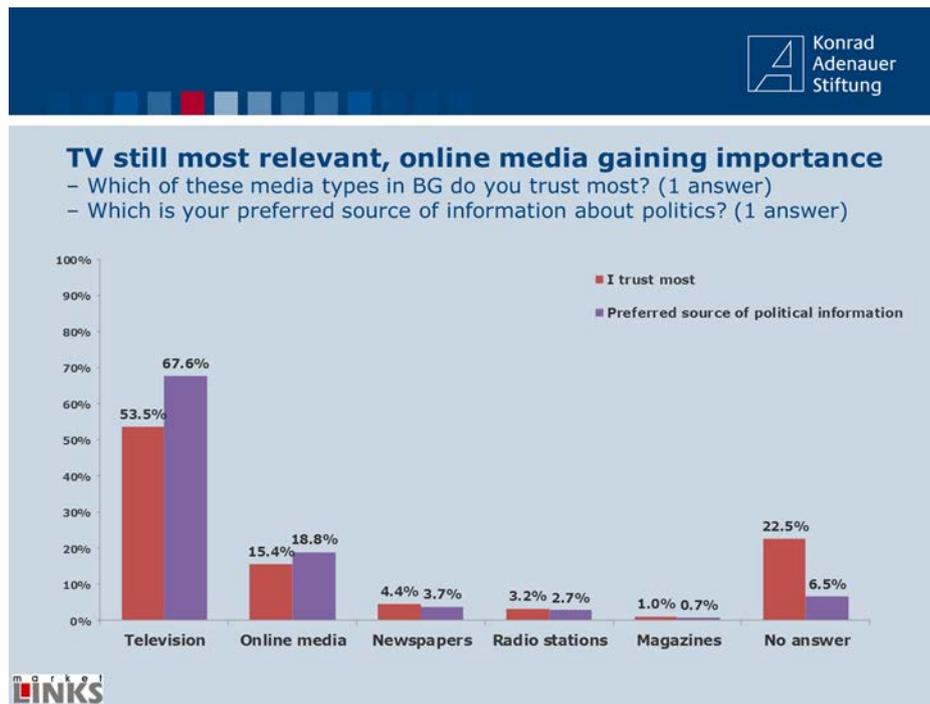
Weiterhin glauben nur wenige Bulgaren an unabhängigen Journalismus. Aktuell sind es zwölf Prozent, der niedrigste Wert in drei Jahren. 65 Prozent verneinen, dass die Medien unabhängig sind. Jeder sechste ist unentschieden. Ich möchte dabei betonen, dass es in Bulgarien keine systematische Unterdrückung kritischer Journalisten gibt. Aber es gibt unterschiedliche Arten der Einflussnahme von politischen Akteuren, Medieneigentümern und Werbekunden. Auch unsichere Arbeitsverhältnisse und Selbstzensur engen die Medienfreiheit ein. Das trägt zu dem geringen Vertrauen in der Bevölkerung bei. Die Bulgaren blicken resigniert auf ihre Medien.



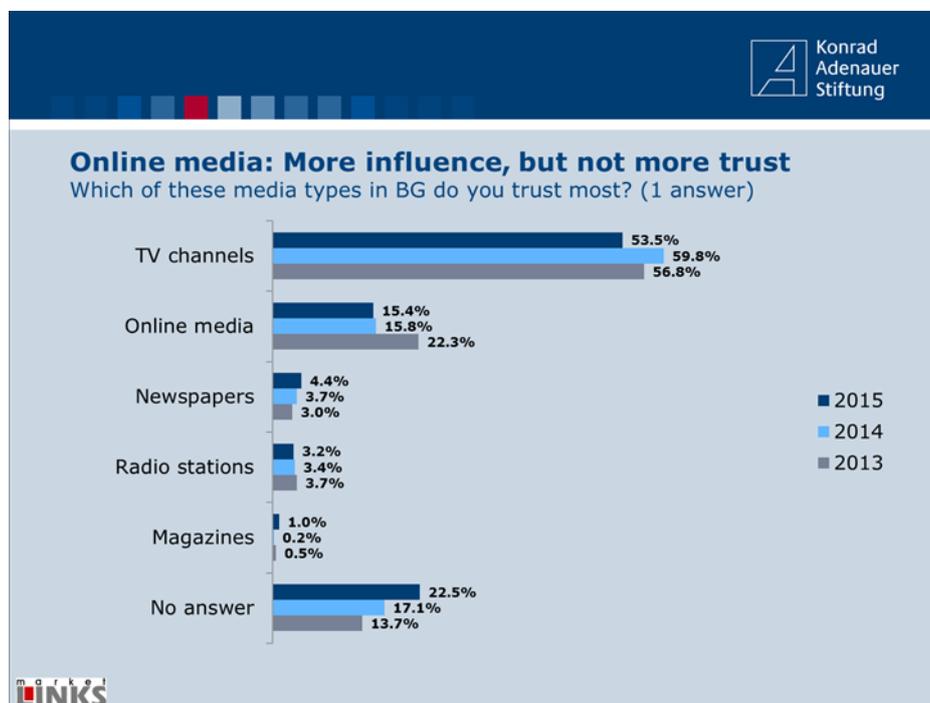
Hier sehen Sie die Antwortoptionen im Vergleich der vergangenen drei Jahre. Auch wenn der aktuelle Wert für das Medienvertrauen ein besonders niedriger ist, sind die Unterschiede nicht groß. Die Meinung der Bürger ist auch weitgehend unabhängig von der jeweils aktuellen Regierung. Der Anteil aller Bulgaren, die die Medien als „völlig“ oder „eher abhängig“ sehen, lag in den vergangenen drei Jahren bei drei unterschiedlichen Koalitionen stets bei etwa 60 bis 70 Prozent. Der Anteil der Optimisten in puncto Pressefreiheit bewegt sich zwischen 12 und 17 Prozent. Geringe statistische Schwankungen bei der Befragung müssen auch berücksichtigt werden. Insofern spricht vieles dafür, dass die Vertrauenskrise zum großen Teil an strukturellen Problemen in der Branche liegt, nicht in erster Linie an der aktuellen politischen Landschaft.



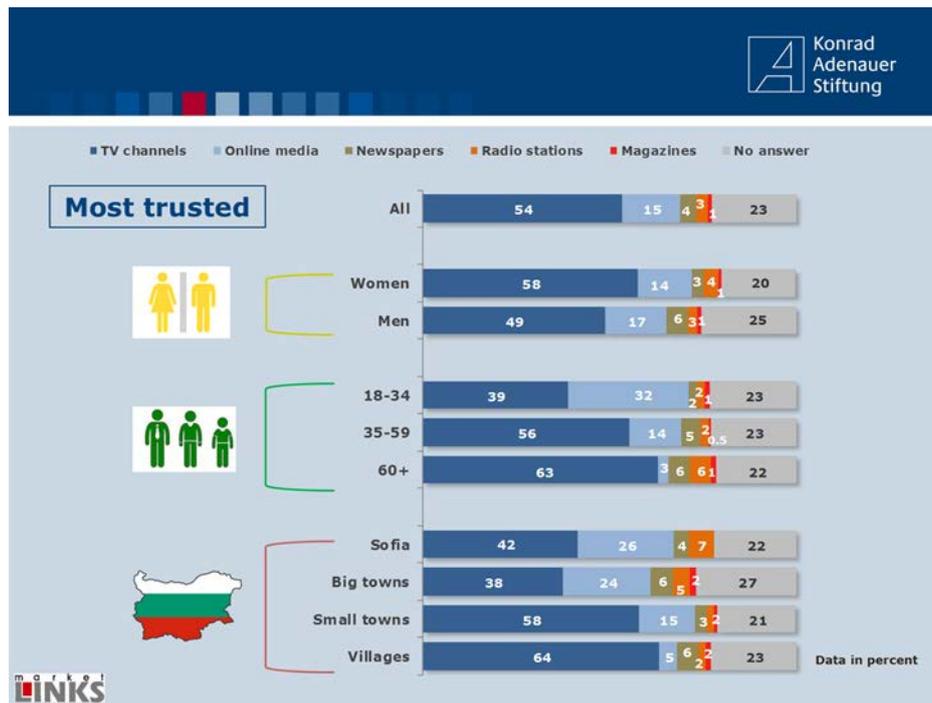
Die Zahlen für einzelne Bevölkerungsgruppen unterscheiden sich nicht wesentlich. Die Differenzen sind nicht groß genug, um von verschiedenen Denkweisen zu sprechen.



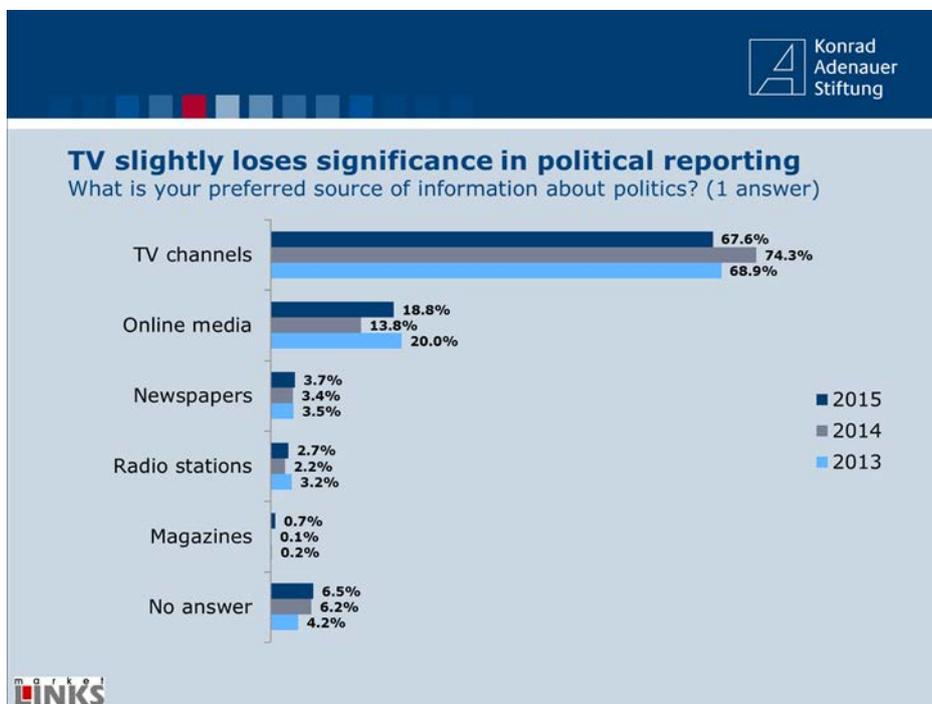
Wir haben auch nach dem größten Vertrauen in eine einzelne Mediengattung gefragt. Hier gab es nur eine Antwortoption. Das Fernsehen liegt weiter vorn, mit 54 Prozent. Eine zweite Frage zielt auf das bevorzugte Medium für politische Informationen. Das Fernsehen ist für 68 Prozent das politische Medium Nummer eins; 19 Prozent nennen das Web und 4 Prozent die Zeitungen. Die Gewichte haben sich etwas verschoben: das Fernsehen hat im Vergleich zum Vorjahr sieben Prozentpunkte an Relevanz verloren, Online-Medien haben fünf Prozentpunkte hinzugewonnen.



Der Zuspruch für Online-Medien hängt mit den sich ändernden Nutzungsgewohnheiten der Menschen zusammen, aber nicht unbedingt mit Vertrauen: In diesem Punkt können die Online-Medien keine Gewinne gegenüber den Vorjahren verzeichnen, wie unsere Statistik zeigt.

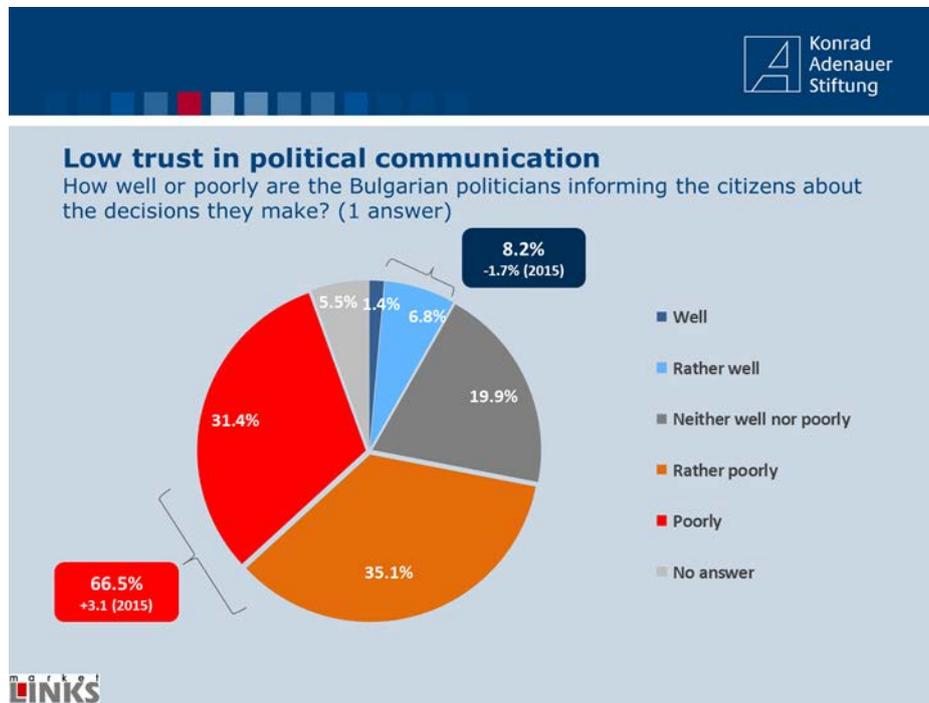


Beim Vertrauen in einzelne Medienarten gibt es größere Unterschiede unter den Bevölkerungsgruppen. In der jüngeren Generation der bis 34-Jährigen und in Großstädten ist das Vertrauen in Online-Medien – relativ gesehen – am größten, Senioren und Einwohner ländlicher Kommunen vertrauen dem Netz am wenigsten.



Nun noch weitere Details zur bevorzugten politischen Informationsquelle der Bulgaren. Wie erwähnt, verliert das Fernsehen sieben Prozentpunkte gegenüber dem Vorjahr. Es gab aber auch schon Schwankungen in die andere Richtung, sodass es zu früh wäre, von einer starken Tendenz zu sprechen. Nach wie vor hat das Fernsehen eine starke Position als Informations-

medium. Es hat viel damit zu tun, dass es insgesamt das dominierende Medium und im Alltag der Bürger fest verankert ist. Hinzu kommt, dass viele Menschen Bildern mehr vertrauen als Worten. Die Rolle der Zeitungen ist in Bulgarien nicht so stark wie zum Beispiel in Deutschland, und die Bereitschaft, für Journalismus zu bezahlen, ist nur in geringem Umfang vorhanden.



Nun zur letzten Folie der Umfrage – wir haben auch eine Meinung zur Kommunikation der Politiker eingeholt. Es braucht nicht nur gute Journalisten, um Politik transparent zu machen. Es braucht auch gute Kommunikationsexperten in der Politik. Parteien und Regierungen haben die Aufgabe, ihr Handeln transparent zu machen. Das gelingt der politischen Klasse noch nicht so, wie sich das die Bürger wünschen. Fast zwei Drittel der Bulgaren fühlen sich von Politikern im Allgemeinen schlecht informiert – die Situation hat sich nicht verbessert. Nur acht Prozent der Bulgaren geben positive Noten. Im Rahmen der Erhebung wurde nach der politischen Klasse insgesamt gefragt, also nicht zwischen der Regierung und den Parteien unterschieden.

Ich bin mir sicher – wir können über diese Ergebnisse im Anschluss lebhaft diskutieren, und ich freue mich darauf. Eine kurze Info zum weiteren Verlauf: Zunächst möchte ich Dobromir Zhivkov einladen, die Methodik des Medien-Monitorings zu erklären. Orlin Spassov und Nikoleta Daskalova werden die Ergebnisse interpretieren. Dann beantworten wir die Fragen der hauptberuflichen Journalisten, und anschließend sind Sie eingeladen zur Podiumsdiskussion mit Vyara Ankova, Velislava Popova und Orlin Spassov. Sie können den Experten dabei auch selbst Fragen stellen. Zum Abschluss laden wir Sie dann zu einem kleinen Imbiss ein.

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit.