

Ergebnisse einer explorativen Studie

▶ Bezugspunkte von Medienvertrauen

Von Bernd Blöbaum*

Debatte über Leistungen der Massenmedien

Die Berichterstattung über die Ukraine-Krise 2014, die Lügenpresse-Vorwürfe von Pegida und AfD, Medienberichte über die „Kölner Silvesternacht“ und über die Flüchtlinge 2015 haben in Deutschland eine Debatte über die Leistungen von Massenmedien ausgelöst. (1) Die Diskussion berührt dabei den Kern der Beziehung zwischen Medien und Publikum, nämlich die Frage, ob die Rezipienten Medien noch vertrauen (können). Die Medien stehen vor der Frage, ob sie aus Sicht des Publikums die erwarteten Leistungen erbringen.

In der jüngeren Vergangenheit haben mehrere Studien die Haltung von Mediennutzern unter den Gesichtspunkten von Vertrauen und Misstrauen untersucht. Eine Langzeitstudie zu Medienvertrauen aus Mainz lieferte Belege dafür, dass ein tiefgreifender Vertrauensverlust gegenüber Medien in Deutschland nicht vorhanden ist. (2) Die Mainzer Forscher hatten schon 2017 eine Polarisierung bezüglich des Medienvertrauens festgestellt: Danach ist sowohl der Anteil derjenigen, die etablierten Medien bei der Berichterstattung über wichtige Dinge wie politische Skandale vertrauen, als auch die Gruppe, die „eher nicht“ oder „überhaupt nicht“ vertraut, seit 2008 erheblich gewachsen. (3) Im Medienvergleich schneiden die öffentlich-rechtlichen Angebote und die Tageszeitungen in Sachen Glaubwürdigkeit bei Repräsentativbefragungen deutlich besser ab als private TV-Angebote und Boulevardzeitungen. Ein systematischer Vergleich bundesweiter Repräsentativbefragungen aus den Jahren 2015, 2016 und 2018 kommt zu dem Ergebnis, dass die Glaubwürdigkeit deutscher Medien im Untersuchungszeitraum gestiegen ist. (4)

Bei Fragen nach Vertrauen in bzw. Glaubwürdigkeit von Medien bleibt jedoch oft undeutlich, was die Befragten unter Medien verstehen: Beurteilen sie das Mediensystem, den Rundfunk, die Presse? Haben sie einzelne Sender oder Sendungen, ihre Regionalzeitung oder konkrete Berichterstattungsfelder im Sinn, wenn sie nach Medienvertrauen gefragt werden? Im Folgenden wird auf Basis von Daten aus repräsentativen Bevölkerungsbefragungen aus den Jahren 2017 und 2018 genauer untersucht, worauf sich Medienvertrauen bezieht. Dafür wurden im Auftrag des DFG-Graduiertenkollegs „Vertrauen und Kommunikation in einer digitalisierten Welt“ und des Zentrums zur Erforschung digitalisierter Öffentlichkeiten am Institut für Kom-

munikationswissenschaft der Universität Münster jeweils etwas über 1 000 Personen zwischen 14 und 64 Jahren in einer standardisierten Onlinebefragung durch das Institut mindline media befragt (vgl. Tabelle 1). (5)

Kurz und knapp

- Die explorative Studie untersucht, womit Mediennutzer die Begriffe Medienvertrauen und Medienmisstrauen konkreter verbinden.
- Differenziert wurde nach vier Ebenen des Vertrauens: Berichterstattungsfelder, konkrete Themen, einzelne Sendungen sowie bekannte Journalisten.
- Vertrauen und Misstrauen können bei Nutzern zugleich auftreten – je nach der Ebene, auf die Bezug genommen wird.
- Ein Ergebnis: Eine hartnäckige Medienskepsis gibt es nur bei einem kleinen Teil der Bevölkerung sowie insbesondere bei polarisierenden Themen (z.B. Flüchtlingsdebatte).

Die Untersuchungen differenzieren das Konstrukt „Vertrauen in Medien“, um genauer zu erfassen, welche Referenzen Medienvertrauen und Medienmisstrauen auf Seiten der Mediennutzer haben. Unterschieden werden dabei vier exemplarische Ebenen, auf die sich Vertrauen beziehen kann: Berichterstattungsfelder (hier: Politik und Sport), konkrete Themen (hier: AfD- und Flüchtlingsberichterstattung), Sendungen sowie namentlich bekannte Journalisten (hier: Moderatoren von „Sportschau“ und „heute-journal“). Die Auswahl der Themen, Sendungen und Journalisten ist exemplarisch und verfolgt den Zweck, näher zu ergründen, was Mediennutzer als Vertrauensobjekte auf Seiten der Medien ansehen könnten. Das recht allgemeine Konstrukt „Medien“ wird damit gewissermaßen kleingearbeitet und konkretisiert. Aufgrund der eng begrenzten Auswahl an untersuchten Themen, Sendungen und Journalisten kann keine Repräsentativität für „die Medien“ insgesamt abgeleitet werden. Die Ergebnisse sind demnach als empirisch untermauerte Hinweise auf eine notwendige Differenzierung des Konstrukts „Vertrauen in die Medien“ zu verstehen. Für Verantwortliche in Medien und Journalismus, aber auch für die wissenschaftliche Forschung relevant ist der Befund, dass sich die Werte für Medienvertrauen deutlich anders darstellen, wenn konkrete Vertrauensobjekte (wie Sendungen oder einzelne Journalisten) adressiert werden. (6) Insgesamt zeigt sich eine sehr differenzierte Haltung der Bürger bezüglich Medienskepsis und Medienvertrauen.

Differenzierung des Konstrukts „Vertrauen in die Medien“

* Institut für Kommunikationswissenschaft, Universität Münster und DFG-Graduiertenkolleg „Vertrauen und Kommunikation in einer digitalisierten Welt“.

Tab. 1 Trendstudie zu Medienvertrauen 2017 und 2018

Erhebungsverfahren	Standardisierte Onlinebefragung
Grundgesamtheit	Deutschsprachige Personen zwischen 14 und 64 Jahren in Privathaushalten in Deutschland mit Internetanschluss
Auswahlverfahren	Repräsentative Random-Quota-Auswahl (Geschlecht, Alter, Bildung, Region)
Erhebungszeitraum	3. bis 14. März 2017 19. bis 27. März 2018
Stichprobengröße	n=1 034 (2017) n=1 044 (2018)
Gewichtung	Redressement-Gewichtung mit den Merkmalen Geschlecht, Alter, Bildung und Region zum Ausgleich leichter Abweichungen von den Quotenvorgaben

Quelle: IfK Trendstudien 2017 und 2018.

Tab. 2 Allgemeines Vertrauen in Medien
in %

„Im Allgemeinen kann man den Medien vertrauen“	2017	2018
stimme voll und ganz zu	5	4
stimme eher zu	20	29
teils/teils	38	
stimme eher nicht zu	24	41
stimme überhaupt nicht zu	11	24
weiß nicht	3	3

Basis: 2017: n=1 034; 2018: n=1 020.

Quelle: IfK Trendstudien 2017 und 2018.

Untersuchungsdesign

Für die Befragung zu Medienvertrauen wurde ein standardisierter Fragebogen entwickelt, der zuerst 2017 neben der Soziodemografie und der Medienutzung das Vertrauen in einzelne mediale bzw. journalistische Vertrauensobjekte abfragte. Um die Ergebnisse der Befragung zu prüfen, wurden zum Teil die gleichen Fragen in einer weiteren Repräsentativbefragung 2018 gestellt. In Bezug auf die Referenzen wurden zudem Veränderungen vorgenommen, um zu ermitteln, wie stabil die Befunde sind. Der Fragebogen bestand aus 15 Frageblöcken zu Vertrauen und Medienvertrauen mit jeweils mehreren Unterfragen. Zum Einsatz kamen verschiedene Frage- und Antworttypen (semantische Differentiale, validierte Itembatterien) und Skalen (in der Regel vierstufige Likert-Skalen mit der zusätzlichen Möglichkeit, mit „weiß nicht“ zu antworten). 2017 und 2018 waren 48,7 Prozent Frauen und 51,3 Prozent Männer im Sample. Das Durchschnittsalter der Befragten lag 2017 bei 40,4 Jahren und 2018 bei 40,5 Jahren.

Fragestellung und Antwortmöglichkeiten beeinflussen Vertrauenswerte

Die Befragung bestätigt in vielerlei Hinsicht die Erkenntnisse anderer Studien. Sie liefert aber auch zwei wichtige Hinweise, die generell für die Interpretation der Ergebnisse von Erhebungen zu (Medien-)Vertrauen relevant sind. Ein erster Befund

betrifft die Skalierung. In der einschlägigen Forschung sind verschiedene Skalen getestet worden bzw. werden immer wieder benutzt. (7) In der repräsentativen Befragung wurden im Abstand eines Jahres die Abstufungen zur Bewertung der vielfach genutzten grundlegenden Frage „im Allgemeinen kann man den Medien vertrauen“ leicht modifiziert. 2017 gab es eine Skala mit fünf Ausprägungen von „stimme voll und ganz zu“ bis „stimme überhaupt nicht zu“, bei der in der Mitte die Antwort „teils/teils“ möglich war (vgl. Tabelle 2). 2018 wurden für die gleiche Frage nur vier Skalenpunkte angeboten („stimme voll und ganz zu“, „stimme eher zu“, „stimme eher nicht zu“ und „stimme überhaupt nicht zu“). In beiden Befragungen gab es außerdem die Möglichkeit, mit „weiß nicht“ zu antworten. Wurden die Befragten bei vier Antwortausprägungen gebeten, sich explizit zwischen Vertrauen und Nicht-Vertrauen zu entscheiden, lag der Anteil derjenigen, die eher zustimmen, Medien zu vertrauen, bei einem Drittel (33%; 2018). Zwei Drittel (65%) gaben 2018 an, Medien eher nicht zu vertrauen. Wurde die Möglichkeit eröffnet, mit „teils/teils“ zu antworten (in der Studie 2017), sich also nicht explizit für oder gegen Medienvertrauen entscheiden zu müssen, lag der Anteil der eher Vertrauenden nur bei einem Viertel (25%) und der Anteil der eher Nicht-Vertrauenden bei gut einem Drittel (35%). Gut jeder Dritte der Befragten (38%) war in seiner Haltung hin- und hergerissen.

In dieser großen Gruppe könnte es eine Tendenz dazu geben, die Vertrauensfrage negativ zu beantworten, wenn es nicht die differenzierende Antwortmöglichkeit „teils/teils“ gibt.

Abstufungen von Vertrauen und Misstrauen

Dass die Fragestellung und die angebotenen Antwortalternativen das Bild von Medienvertrauen und -misstrauen verändern, zeigt der Vergleich mit einer zweiten Vertrauensfrage, bei der Abstufungen von Vertrauen und Misstrauen als Antwortmöglichkeiten vorgegeben waren. 2017 ordnete weit über die Hälfte der Befragten (57 %) ihre Haltung im Vertrauensbereich (großes, mittleres, geringes Vertrauen) ein. Ein Fünftel wählte eine der Abstufungen bei Misstrauen (großes, mittleres, geringes Misstrauen), um die Einstellung gegenüber Medien auszudrücken (vgl. Tabelle 3). Die Befragungsergebnisse zeigen nicht nur, dass die Art und Weise, wie (mit welchen Items und Ausprägungen) Medienvertrauen ermittelt wird, das Bild von Vertrauen und Misstrauen in Medien in Deutschland verändert. Die Daten legen auch die Interpretation nahe, dass mangelndes Vertrauen gegenüber Medien nicht mit Misstrauen gleichzusetzen ist. 2017 stimmte über ein Drittel (35 %) der Aussage „eher nicht“ oder „überhaupt nicht“ zu, im Allgemeinen Medien vertrauen zu können. In der gleichen Befragung charakterisierte aber nur ein Fünftel (20 %) ihre Haltung als Misstrauen. Der Anteil der explizit den Medien Misstrauenden ist mit 20 Prozent erheblich geringer als der Anteil, der den Medien Vertrauen entgegenbringt (57 %). Mit jeweils 6 Prozent sind die Anteile derjenigen, die Medien gegenüber großes Vertrauen oder großes Misstrauen empfinden, gleich groß.

Große Bandbreite an Vorstellungen über „die Medien“

Das Antwortverhalten lässt sich jedoch auch in eine andere Richtung interpretieren: Bei der Frage nach allgemeinem Medienvertrauen bzw. Misstrauen gegenüber Medien gibt es keine stabilen Haltungen, weil bei den Befragten eine große Bandbreite von Vorstellungen darüber existiert, was mit „Medien“ gemeint ist. Die Frage nach dem allgemeinen Bezugsobjekt „Medien“ lässt den Rezipienten keinen Raum, in ihrem Medienrepertoire zu differenzieren. Was soll jemand hier angeben, der beispielsweise den Nachrichtensendungen des öffentlich-rechtlichen Fernsehens stark vertraut, der Berichterstattung über die AfD in seiner Regionalzeitung jedoch sehr skeptisch gegenübersteht? Erst wenn die Vertrauens- und Misstrauenobjekte genauer spezifiziert werden, lässt sich besser erschließen, wie es um das Vertrauen in journalistische Angebote und Akteure bestellt ist.

Vier Differenzierungsebenen

Im Folgenden werden vier Differenzierungsebenen zu Medienvertrauen vorgestellt:

- Themenfelder: Auf dieser Ebene geht es um die Berichterstattung über Ereignisse in den zwei großen Ereignis- und Themenfeldern Politik und Sport. In aktuellen Massenmedien sind diese Berichterstattungsgebiete in der Regel redaktionell in entsprechenden Ressorts verankert.

Tab. 3 Vertrauen und Misstrauen gegenüber Medien 2017 in %

großes Vertrauen	6
mittleres Vertrauen	38
geringes Vertrauen	13
weder Vertrauen noch Misstrauen	22
geringes Misstrauen	7
mittleres Misstrauen	7
großes Misstrauen	6
weiß nicht	1

Frage: „Wie würden Sie ganz allgemein Ihre Haltung gegenüber Medien einordnen?“

Basis: n=1 034.

Quelle: IfK Trendstudie 2017.

– Konkrete Themen: Dabei werden aktuelle Themen der Berichterstattung als Vertrauensobjekte aus der Perspektive der Mediennutzer fokussiert; in dieser Befragung konkret die Berichterstattung über Flüchtlinge und über die AfD, also über zwei politische Themen mit großer gesellschaftlicher Resonanz.

– Sendungsebene: Fragen in diesem Bereich adressieren exemplarisch als konkrete Sendungen Nachrichtensendungen in der ARD und die ARD-„Sportschau“.

– Journalistenebene: Hier wird danach gefragt, ob allgemein sowie namentlich genannten Journalisten vertraut wird. Diese Frage bezieht sich konkret auf Moderatoren von öffentlich-rechtlichen Informationssendungen, weil hier aufgrund langjähriger Bildschirmpräsenz ein hoher Bekanntheitsgrad in der Bevölkerung vorausgesetzt werden kann.

Die Frage nach dem allgemeinen Vertrauen in große Berichterstattungsfelder zielt darauf ab, herauszufinden, ob die Vertrauenshaltung in Bezug auf Medieninhaltsbereiche variiert (vgl. Tabelle 4). Politikberichterstattung polarisiert deutlich stärker als Sportberichterstattung. Gut die Hälfte (53 %) der Befragten vertraut den Medienberichten über politische Themen, während fast drei Viertel (73 %) den Sportberichten vertrauten. Politikberichterstattung ist demnach erheblich vertrauenssensibler als Sportberichterstattung. Dies korrespondiert mit der öffentlichen Diskussion zu Medienleistungen, die sich vor allem an politischen Konflikten (beispielsweise Ukraine-Krise, Flüchtlingsberichterstattung) entzündet. 45 Prozent der Befragten sind in Bezug auf die Berichterstattung über Politik eher reserviert, bei Sport sind es nur 22 Prozent. Vergleicht man die Antwortverteilung in dem umstrittenen Feld der politischen Berichterstattung mit der oben beschriebenen Haltung beim allgemeinen Medienvertrauen, dann fällt auf, dass im sen-

Vertrauen in Bezug auf große Berichterstattungsfelder

Tab. 4 Vertrauen in ausgewählte Berichterstattungsfelder 2018
in %

	stimme voll und ganz zu	stimme eher zu	stimme eher nicht zu	stimme überhaupt nicht zu	weiß nicht
Berichterstattung über politische Themen	9	44	31	14	2
Berichterstattung über Sportthemen	28	45	18	4	6

Aussage: „Im Allgemeinen vertraue ich der Berichterstattung über politische Themen in den Medien/über Sportthemen in den Medien.“

Basis: n=1 021 (politische Themen) und n=983 (Sportthemen).

Quelle: IfK Trendstudie 2018.

Tab. 5 Haltung zur Berichterstattung über Flüchtlinge und AfD 2017 und 2018
in %

	stimme voll und ganz zu		stimme eher zu		stimme eher nicht zu		stimme überhaupt nicht zu		weiß nicht	
	2017	2018	2017	2018	2017	2018	2017	2018	2017	2018
Berichterstattung über Flüchtlinge	7	6	29	27	35	36	22	27	7	4
Berichterstattung über AfD	12	10	31	31	29	35	18	17	10	7

Aussage: „Im Allgemeinen vertraue ich der Berichterstattung über Flüchtlinge in den Medien/über die AfD in den Medien.“

Basis: n=1 000 Flüchtlingsberichterstattung und n=973 AfD-Berichterstattung.

Quelle: IfK Trendstudien 2017 und 2018.

siblen Feld der Politik mehr als jeder Zweite bei der Vertrauensfrage voll und ganz bzw. eher zustimmt, während bei der Frage nach dem Vertrauen in Medien allgemein die Werte für diese beiden Antwortkategorien (2018) bei einem Drittel lagen (33%). Die Medien als generelles Vertrauensobjekt kommen in Bezug auf Vertrauen damit klar schlechter weg als das polarisierende Feld der Politikberichterstattung.

Auch die Frage nach Vertrauen in Politikberichterstattung ist noch vergleichsweise allgemein gehalten. In den vergangenen Jahren hat sich die öffentliche Kontroverse zu Medienvertrauen vor allem an vier Themen bzw. Ereignissen besonders entzündet: der Ukraine-Krise, der Flüchtlingskrise, der Berichterstattung über die AfD sowie über die Kölner Silvesternacht. Während der Krieg in der Ukraine und die Angriffe auf Frauen während der Kölner Silvesternacht schon längere Zeit zurückliegen, ist die Berichterstattung über die 2017 in den Bundestag eingezogene Partei Alternative für Deutschland (AfD) ein weiterhin aktuelles Thema. Die Flüchtlingsdebatte ist auch drei Jahre nach dem Gipfel der Fluchtbewegungen nach Deutschland zumindest latent aktuell. Die Teilnehmer der repräsentativen Bevölkerungsbefragung 2018 sahen die Berichterstattung über Flüchtlinge in den Medien erheblich kritischer als die Berichte über die AfD. Der AfD-Berichterstattung wurde mehr Vertrauen entgegengebracht als den Beiträgen über Flüchtlinge (vgl. Tabelle 5).

Bei beiden sensiblen Themen genießt die Medienberichterstattung nur wenig Vertrauen bei den Bundesbürgern zwischen 14 und 64 Jahren. Der Anteil derjenigen, die der Aussage, der Berichterstattung hierzu allgemein zu vertrauen, eher nicht und überhaupt nicht zustimmen, ist jeweils deutlich höher als der Anteil derjenigen, die hier den Medienberichten vertrauen. Insbesondere die Flüchtlingskrise hat die Menschen in Deutschland aufgewühlt. Fast zwei Drittel der Befragten (63 %) sind sehr skeptisch, wenn Medien über Flüchtlinge berichten. Auch mit zeitlichem Abstand zum Höhepunkt der Flüchtlingskrise bleiben Rezipienten bei diesem Thema eher misstrauisch. Der Vergleich der Antwortverteilung bei den Befragungen 2017 und 2018 zeigt, dass sich die Bewertung der medialen Leistungen bei diesen beiden Themen im Abstand eines Jahres nahezu nicht geändert hat. Die Haltung der Rezipienten zur Medienberichterstattung über Flüchtlinge und AfD ist stabil. Falls die Redaktionen ihr Berichterstattungskonzept in diesen Themenbereichen modifiziert haben, hat dies bei den Mediennutzern nicht zu mehr Vertrauen – aber auch nicht zu mehr Misstrauen – geführt.

Die Nachrichtensendungen von ARD und ZDF sind das Aushängeschild des öffentlich-rechtlichen Informationsjournalismus. Die Redaktionen von ARD-Aktuell und ZDF-„heute“ gehören zu den größten Fernsehredaktionen in Europa und verantworten täglich mehrere aktuelle Nachrichtensendungen, in denen über Politik, Wirtschaft, Wissenschaft, Kultur und Sport, Gesellschaft – und das Wetter – berichtet wird. Mit hohem redaktionellem Aufwand

Berichterstattung über sensible Themen kritischer beurteilt

Haltung zu Nachrichtensendungen

Tab. 6 Vertrauen in ausgewählte Sendungen
in %

Sendung(en)	stimme voll und ganz zu	stimme eher zu	stimme eher nicht zu	stimme überhaupt nicht zu	weiß nicht
Berichterstattung in den Nachrichtensendungen von ARD und ZDF (2018)	24	40	23	10	3
Berichterstattung der ARD-Tagesschau und ARD-Tagesthemen (2017)	23	40	22	7	8
Berichterstattung der ARD-Sportschau (2017)	31	36	14	3	16

Aussage: 2018: „Im Allgemeinen vertraue ich der Berichterstattung in den Nachrichtensendungen von ARD und ZDF.“
 2017: „Im Allgemeinen vertraue ich der Berichterstattung der ARD-„Tagesschau“ und der ARD-„Tagesthemen“/der Berichterstattung in der ARD-„Sportschau“.
 Basis: n=1 008 (Nachrichtensendungen von ARD und ZDF); n=1 034 (Berichterstattung der ARD-„Tagesschau“ und ARD-„Tagesschau“) und n=1 034 (ARD-„Sportschau“).
 Quelle: IfK Trendstudien 2017 und 2018.

und gestützt durch ein großes Korrespondenten-
 netz haben die Nachrichtenmagazine „Tagesthe-
 men“ (ARD) und „heute-journal“ (ZDF) den An-
 spruch, zu den relevanten Themen tägliche
 Informationen und Hintergründe zu liefern. Inwie-
 weit vertrauen die Bundesbürger diesen Nachrich-
 tensendungen? Und wie ist das Vertrauen in diese
 vor allem auf Politik ausgerichteten Sendungs-
 formate im Vergleich zu anderen Formaten ein-
 zuschätzen? Um Antworten auf diese Fragen zu
 erhalten, wurden die Befragten 2018 gebeten,
 allgemein ihr Vertrauen in die Nachrichtensen-
 dungen von ARD und ZDF anzugeben. In der Re-
 präsentativbefragung 2017 wurde nach der Be-
 richterstattung in ARD-„Tagesschau“ und ARD-
 „Tagesthemen“ und damit nach konkreten Sen-
 dungen gefragt. Außerdem wurde – ebenfalls
 2017 – zum Vergleich das Vertrauen in die Bericht-
 erstattung der ARD-„Sportschau“ erhoben (vgl.
 Tabelle 6).

**Vertrauen in ö.-r.
 Nachrichten stabil
 und konstant**

Das Vertrauen in die Nachrichtensendungen der
 beiden öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten
 in Deutschland wie auch in die konkreten Nach-
 richtenformate der ARD ist stabil und konstant.
 Sowohl 2017 wie auch 2018 gaben jeweils fast
 zwei Drittel an, der Berichterstattung in diesen
 Formaten zu vertrauen. Der Anteil liegt damit über
 dem Wert, der allgemein für die politische Bericht-
 erstattung erhoben wurde (53% vertrauen hier
 voll und ganz bzw. eher). Die Nachrichtensenden-
 gen schneiden damit besser ab als das Bericht-
 erstattungsfeld Politik. Die konkreten Sendungen
 genießen mehr Vertrauen als die politische Bericht-
 erstattung in den Medien allgemein. Bei der ARD-
 „Sportschau“ liegt der Anteil derjenigen, die keine
 Bewertung abgaben, mit 16 Prozent sehr hoch.
 Dies hängt offenbar mit der speziellen Zielgruppe
 der Sendung zusammen, die sich überwiegend dem
 Fußball widmet. Der Anteil der Frauen, die hier bei
 „weiß nicht“ ihr Kreuz setzen, ist mit 19 Prozent
 deutlich höher als der der Männer (14%). Im Ver-
 gleich zu den eher mit Politikthemen bestückten
 Nachrichtenformaten schneidet die Sportsendung
 bei der Vertrauensfrage besser ab. Sport polarisiert
 erheblich weniger als Politik.

Das Bild, in dem Sport in Sachen Vertrauen bei den
 Mediennutzern bessere Einschätzungen verbuchen
 kann als Politiknachrichten, bestätigt sich auch auf
 der vierten Analyseebene: den Journalisten. Mit
 Claus Kleber, einem der Moderatoren des ZDF-
 „heute-journals“ und Gerhard Delling, einem der
 Moderatoren der ARD-„Sportschau“, wurden in der
 Befragung 2017 exemplarisch zwei prominente
 Protagonisten ausgewählt, die jeweils Beiträge an-
 moderieren und durch die Sendungen führen. Zu-
 sätzlich ist der Moderator des Nachrichtenmaga-
 zins als Fragender an der Gestaltung von Interviews
 in der Sendung aktiv beteiligt. Die Vertrauenswerte
 für die Moderatoren fallen schlechter aus als die
 Vertrauenswerte für die Sendungen bzw. Formate,
 für die die Journalisten arbeiten (vgl. Tabelle 7). Zu
 berücksichtigen ist bei der Interpretation der sehr
 hohe Anteil der Befragten, der kein Urteil abgab.
 Der Vergleich der Daten für die namentlich ge-
 nannten Journalisten mit den Antworten auf die
 Frage nach Vertrauen in das Kollektiv „Journalis-
 ten“ bestätigt allerdings: Je konkreter das Bezugs-
 objekt bei Medienvertrauen genannt ist, desto
 bessere Vertrauenswerte ergeben sich. Bei Jour-
 nalistinnen allgemein stimmen nur 7 Prozent der Aus-
 sage zu, dieser Berufsgruppe „voll und ganz zu“
 zu vertrauen. Bei den namentlich genannten Mo-
 deratoren liegen die Werte mit 18 Prozent bei
 Claus Kleber und 21 Prozent bei Gerhard Delling
 sehr deutlich darüber.

**Exemplarischer
 Vergleich prominenter
 Fernsehmoderatoren**

Die Frage, ob es eher die Persönlichkeitsmerk-
 male der Protagonisten sind, ihre Integrität oder
 ihre professionelle Kompetenz, die die Befragten
 ihrem Urteil zugrunde legen, kann mit der standar-
 disierten Fragestellung nicht beantwortet werden.
 Die Befragung 2018 replizierte die Vertrauensfrage
 für die „heute-journal“-Moderation. Diesmal
 dabei nach der Haltung gegenüber Marietta Slomka,
 der Moderatorin des ZDF-Nachrichtenmagazins ge-
 fragt. Die Antwortverteilung (12% stimmen bezüg-

Tab. 7 Vertrauen in ausgewählte Moderatoren sowie Journalisten allgemein 2017
in %

	stimme voll und ganz zu	stimme eher zu	stimme eher nicht zu	stimme überhaupt nicht zu	weiß nicht
Claus Kleber	18	32	21	8	21
Gerhard Delling	21	33	16	4	26
Journalisten	7	35	41	10	7

Aussage: „Im Allgemeinen vertraue ich Claus Kleber, dem Moderator des ZDF-heute journals / Gerhard Delling, dem Moderator der ARD-„Sportschau“ / Journalisten.
Basis: n=1 034.

Quelle: IfK Trendstudie 2017.

lich Vertrauen voll und ganz zu, 33 % stimmen eher zu, 24 % stimmen eher nicht zu, 9 % stimmen überhaupt nicht zu (weiß nicht: 21 %) ist nahezu identisch mit der Verteilung für den männlichen Moderator Claus Kleber 2017. Das ist ein Indiz dafür, dass die Befragten bei ihren Antworten eher die professionelle Rolle im Blick haben als Persönlichkeitsmerkmale wie Aussehen, Kleidung oder Stimme.

Fazit

Die explorativen Studien von 2017 und 2018 vermitteln ein differenziertes Bild von den Haltungen der Bürger und Bürgerinnen gegenüber Medien. Bestätigt werden die Erkenntnisse anderer Untersuchungen zum allgemeinen Medienvertrauen in Deutschland. Danach ist mindestens ein Drittel der Bevölkerung der Auffassung, Medien nicht vertrauen zu können. Durch die Verwendung unterschiedlicher Skalen und durch die Modifizierung der Fragestellung verändern sich die Werte für Vertrauen und Misstrauen in Medien erheblich. Dies ist bei der künftigen Interpretation von Vertrauensbefragungen relativierend zu berücksichtigen.

Differenzierteres Bild von den Haltungen gegenüber Medien gewonnen

Vertrauen und Misstrauen können gleichzeitig auftreten

Die Befragungen bestätigten im weiteren Sinne eine eher wenig beachtete Erkenntnis der Vertrauensforschung: Vertrauen und Misstrauen können zugleich auftreten. Zwar ist dies nicht möglich bei Handlungen und Entscheidungen in Bezug auf das gleiche Objekt (konkretes Medium, konkrete Sendung oder konkretes Thema) in der gleichen Situation – man kann nicht einer bestimmten Aussage in einem Medienbericht vertrauen und ihr gleichzeitig misstrauen. Aber je abstrakter das Objekt konstruiert ist, desto eher ist davon auszugehen, dass derselbe Rezipient Medien einerseits vertrauen und andererseits misstrauen kann. Wird allgemein nach Vertrauen in Medien gefragt, gibt es von den Mediennutzern deutlich weniger positive Antworten als bei der Frage nach Vertrauen in einzelne Sendungen oder Berichterstattungsfelder. Differenziertere und konkretere Referenzen von Medienvertrauen bzw. -misstrauen verändern die ermittelten Vertrauenswerte. Medien als Institutionen kommen beim Publikum schlechter weg als kon-

krete Sendungen und journalistische Akteure, die für diese Studie exemplarisch ausgewählt wurden.

Vertrauen und Misstrauen gegenüber Medien ist demnach aus Perspektive der Rezipienten eine komplexe Angelegenheit – und erfordert als Forschungsproblem eine differenzierte Untersuchungsanlage. Die Befragungsergebnisse zeigen, dass in der Bevölkerung in dieser Hinsicht eine vielschichtige Sichtweise auf Medien vorhanden ist. Die für diese Studien ausgewählten Themen, Sendungen und Personen als Bezugspunkte des Vertrauens von Mediennutzern stehen nur für einen kleinen Ausschnitt des vielfältigen Medienangebots. Um zu ergründen, wie Mediennutzer die Berichterstattung über aktuelle Themen, verschiedene Sendungsformate und Medienakteure unter Vertrauensgesichtspunkten beurteilen, bedarf es vertiefender Studien. Dabei sollten dann auch die konkreten Auslöser von Medienskepsis (z. B. Schlüsselereignisse) und die Konsequenzen, die Rezipienten aus einer medienskeptischen Haltung ziehen, untersucht werden.

Die konkrete Sendung (vielleicht auch der einzelne Beitrag) genießt aus Sicht der Mediennutzer relativ viel Vertrauen und bildet damit ein stabiles Vertrauensfundament für Medien und Journalismus. Auch die Journalisten als Träger der professionellen Vermittlerrolle sind in den Augen der Rezipienten recht vertrauenswürdig. Die Berichterstattungsfelder Politik und mehr noch Sport erreichen andererseits deutlich bessere Werte bei der Vertrauensfrage als die konkreten, aber überaus polarisierenden und sensiblen Themen AfD und Flüchtlinge. „Medien“ als verallgemeinertes Vertrauensobjekt erhalten die wenigste Zustimmung.

Die aktuellen Massenmedien sind besonders wegen der Berichterstattung über die Flüchtlingskrise in die öffentliche Kritik geraten. Die vorliegende Studie gibt Hinweise, dass es in diesem sensiblen Themenfeld zu einem Vertrauensverlust bezüglich der Medienberichterstattung kam, der bis heute nicht kompensiert ist. (8) Bei der Berichterstattung über Flüchtlinge genießen Medien nach wie vor eher geringes Vertrauen. Die Befragungen zeigen eine hartnäckige Medienskepsis bei einem kleinen Teil der Bevölkerung; bei der überwiegenden Mehrheit der Rezipienten gelten aktuelle Massenmedien als vertrauenswürdig. Weniger als die

Explorativ gewonnene Ergebnisse bedürfen der Vertiefung

Unterscheidung zwischen Sendung, Themen(feld) und Journalisten

Medien polarisieren einige der von ihnen aufgegriffenen Themen – und bei der Kontroverse um die gesellschaftlichen Aufregertemen werden Medien als Boten gelegentlich skeptisch beäugt.

**Grenzen
standardisierter
Befragungen**

Die quantitativen Befragungen sind nicht geeignet, daraus eine entsprechende journalistische Strategie abzuleiten. 27 Prozent stimmen der Aussage, Vertrauen in die Medienberichterstattung über Flüchtlinge zu haben, nicht zu. Auf welcher Grundlage die Befragten zu diesem Urteil kommen, kann die standardisierte Befragung nicht beantworten. Ob sie bei Berichten zu diesem Thema skeptisch sind, weil falsch berichtet wird, weil Probleme mit Flüchtlingen zu hoch oder zu niedrig gehängt werden, weil nicht genug oder zu viel berichtet wird – die Motive hinter dem Antwortverhalten bleiben verborgen. Hier sind weitergehende, vor allem qualitative Studien nötig. Weiterführende Untersuchungen zu Vertrauen und Glaubwürdigkeit im Medienbereich sollten außerdem Referenzen von Vertrauenshaltungen weiter differenzieren (z. B. durch den Vergleich ähnlicher Sendungen) und auf der Seite der Rezipienten berücksichtigen, welches Wissen bzw. welche Haltung zu einem bestimmten Berichterstattungsthema vorhanden ist, welche individuelle Bedeutung ihm zugemessen wird und welches Image ein journalistisches Angebot hat.

Anmerkungen:

- 1) Diese Diskussion hat auch den Buchmarkt erreicht. Vgl. dazu beispielsweise: Teusch, Ulrich: Lückenpresse. Das Ende des Journalismus, wie wir ihn kannten. Frankfurt am Main 2016; Wernicke, Jens: Lügen die Medien? Propaganda, Rudeljournalismus und der Kampf um die öffentliche Meinung. Frankfurt am Main 2017; Thoden, Ronald (Hrsg.): ARD & Co. Wie Medien manipulieren. Frankfurt am Main 2015; Kleber, Claus: Rettet die Wahrheit. Berlin 2017.
- 2) Vgl. Ziegele, Marc/Tanjev Schultz/Nikolaus Jakob/Viola Granow/Oliver Quiring/Christian Schemer: Lügenpresse-Hysterie ebbt ab. Mainzer Langzeitstudie „Medienvertrauen“. In: Media Perspektiven 4/2018, S. 150-162.
- 3) Vgl. Schultz, Tanjev/Nikolaus Jakob/Marc Ziegele/Oliver Quiring/Christian Schemer: Erosion des Vertrauens zwischen Medien und Publikum. Ergebnisse einer repräsentativen Bevölkerungsumfrage. In: Media Perspektiven 5/2017, S. 246-259; zur langfristigen Entwicklung von Vertrauen in Medien vgl. auch Reinemann, Carsten/Nayla Fawzi/Magdalena Obermaier: Die „Vertrauenskrise“ der Medien – Fakt oder Fiktion? In: Lilienthal, Volker/Irene Neverla (Hrsg.): Lügenpresse. Anatomie eines politischen Kampfbegriffs. Köln 2017, S. 77-94; ebenso: Newman, Nic/Richard Fletcher/Antonis Kalogeropoulos/David A.L. Levy/Rasmus Kleis Nielsen: Reuters Institute Digital News Report 2017. Oxford 2017.
- 4) Vgl. Simon, Erk: Glaubwürdigkeit deutscher Medien gestiegen. Ergebnisse bundesweiter Repräsentativbefragungen aus den Jahren 2015, 2016 und 2018. In: Media Perspektiven 5/2018, S. 210-215; vgl. auch: Krupp, Manfred/Christian Breunig (Hrsg.): Massenkommunikation IX. Eine Langzeitstudie zur Mediennutzung und Medienbewertung 1964-2015. Baden-Baden 2016.
- 5) Die Studien werden im Folgenden als IfK Trendstudie 2017 und IfK Trendstudie 2018 zitiert. Die Datenerhebung (Feldphase) wurde von der Agentur mindline media übernommen. Die Studien sind Teil der Vertrauensforschung im DFG geförderten Graduiertenkolleg „Vertrauen und Kommunikation in einer digitalisierten Welt“ (<https://www.uni-muenster.de/GK-Vertrauen-Kommunikation/>) (abgerufen am 26.11.2018) und des Zentrums zur Erforschung digitalisierter Öffentlichkeiten (<https://www.uni-muenster.de/ZEDOE/index.html>) (abgerufen am 26.11.2018) der Universität Münster.
- 6) Die Notwendigkeit differenzierter Erhebungen wird in der einschlägigen Literatur wiederholt angesprochen. Vgl. Dietz, Graham/Deanne N. Den Hartog: Measuring trust inside organisations. In: Personnel Review 35, 2006, S. 557-588, insb. S. 564f.; vgl. auch Fisher, Caroline: What Is Meant By 'Trust' In News Media? In: Otto, Kim/Andreas Köhler (Hrsg.): Trust in Media and Journalism. Wiesbaden 2018, S. 19-38.
- 7) Vgl. zu den methodischen Fragen der Vertrauensforschung: Bachmann, Reinhard/Akbar Zaheer (Hrsg.): Handbook of advances in trust research. Cheltenham 2013; Daniller, Andrew/Douglas Allen/Aschley Tallevi/Diana C. Mutz: Measuring trust in the press in a changing media environment. In: Communication Methods and Measures 11, 1/2017, S. 76-85; Fisher, Caroline: What is meant by 'trust' in news media? In: Otto/Köhler (Anm. 6).
- 8) Vgl. Eimeren, Birgit van/Erik Simon/Andreas Riedl: Medienvertrauen und Informationsverhalten von politischen Zweiflern und Entfremdeten. Analysen auf Basis der Studie „Medien als Träger politischer Information“ („Medien und ihr Publikum“) 2017 und der BR-Studie „Informationen fürs Leben“ 2016. In: Media Perspektiven 11/2017, S. 538-554.

