



Meinungsmonitor Entwicklungspolitik 2019

MEDIEN, MEDIENNUTZUNG UND BERICHTERSTATTUNG ZU WELTWEITER ARMUT

Zusammenfassung

2019

Impressum

Herausgeber

Deutsches Evaluierungsinstitut der
Entwicklungszusammenarbeit (DEval)
Fritz-Schäfer-Straße 26
53113 Bonn, Germany

Tel: +49 (0)228 33 69 07-0

E-Mail: info@DEval.org

www.DEval.org

Verfasst von

Dr. Sebastian H. Schneider
Jens Eger
Paolo Morini, PhD
Prof. David Hudson, PhD
Prof. Jennifer Hudson, PhD

Verantwortlich

Dr. Martin Bruder

Gestaltung Umschlag und Grafiken

MedienMélange:Kommunikation!, Hamburg
www.medienmelange.de

Lektorat

Marcus Klein, PhD

Bildnachweis

MedienMélange:Kommunikation!, Hamburg
www.medienmelange.de

Bibliografische Angabe

Schneider, S. H., J. Eger, P. Morini, D. Hudson und
J. Hudson (2019), *Meinungsmonitor Entwicklungspolitik 2019 – Medien, Mediennutzung und Berichterstattung zu weltweiter Armut*, Deutsches Evaluierungsinstitut der Entwicklungszusammenarbeit (DEval), Bonn.

Druck

Bonifatius, Paderborn



Das Deutsche Evaluierungsinstitut der Entwicklungszusammenarbeit (DEval) ist vom Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ) mandatiert, Maßnahmen der deutschen Entwicklungszusammenarbeit unabhängig und nachvollziehbar zu analysieren und zu bewerten.

Mit seinen Evaluierungen trägt das Institut dazu bei, die Entscheidungsgrundlage für eine wirksame Gestaltung des Politikfelds zu verbessern und die Transparenz zu den Ergebnissen zu erhöhen.

In der Reihe „Meinungsmonitor Entwicklungspolitik“ verfasst das DEval regelmäßig Analysen über die Einstellungen der Bevölkerung zu Entwicklungspolitik und -zusammenarbeit sowie globaler nachhaltiger Entwicklung.

Der vorliegende Bericht ist auch auf der DEval-Website als PDF-Download verfügbar unter: www.deval.org/de/evaluierungsberichte.html

Anfragen nach einer gebundenen Ausgabe richten Sie bitte an: info@DEval.org.

Dies ist die deutsche Zusammenfassung des DEval-Berichts "Meinungsmonitor Entwicklungspolitik 2019 – Medien, Mediennutzung und Berichterstattung zu weltweiter Armut".

Der vollständige Bericht kann hier heruntergeladen werden:

© Deutsches Evaluierungsinstitut der
Entwicklungszusammenarbeit (DEval),
2019

ISBN 978-3-96126-097-3 (gebundene Ausgabe)

ISBN 978-3-96126-098-0 (PDF)



RG4

www.blauer-engel.de/uz195

ZUSAMMENFASSUNG

Entwicklungspolitisch relevante Themen erfahren in den letzten Jahren und aktuell große öffentliche Aufmerksamkeit. Zu nennen sind unter anderem die globalen Herausforderungen Krieg und Konflikt, Klima und Klimawandel sowie Flucht und Migration. Entwicklungszusammenarbeit (EZ) wird in diesem Zusammenhang als mögliche Intervention angeführt, um die Nachwirkungen von Kriegen und Konflikten einzudämmen, den Klimawandel zu bremsen sowie globale Ungleichheiten zu verringern und so ein nachhaltiges Wirtschaften auf der ganzen Welt zu ermöglichen. Die Agenda 2030 und die darin verwurzelten 17 Ziele für nachhaltige Entwicklung (*Sustainable Development Goals*, SDGs) betonen im Besonderen die Rolle der Bürgerinnen und Bürger und deren Beitrag zu einer nachhaltigen globalen Entwicklung. Gleichzeitig ist die Bevölkerung wenig informiert über das Themenfeld, weite Teile halten EZ für ineffektiv und haben Korruptionsvermutungen in sogenannten Empfängerländern.

Vor diesem Hintergrund ist es notwendig, den Bürgerinnen und Bürgern Informationen zu diesem Themenfeld zur Verfügung zu stellen. Medien sind hier der reichweitenstärkste Informationskanal. Sie haben das Potenzial, weite Teile der Bevölkerung zu erreichen und so Wissenslücken und Fehlwahrnehmungen zu adressieren.

Hier setzt der *Meinungsmonitor Entwicklungspolitik 2019 – Medien, Mediennutzung und Berichterstattung zu weltweiter Armut* an. In dieser Studie wird untersucht, welche Medien die Bevölkerung nutzt, inwieweit sie diesen und den Sendern von entwicklungspolitischen Informationen vertraut (z. B. Bundesregierung oder Entwicklungsorganisationen) und in welchem Maß sie über die Medien in Kontakt mit dem für die Entwicklungspolitik zentralen Thema „weltweite Armut“ kommt. Darüber hinaus wird der Frage nachgegangen, wie die mediale Berichterstattung zu weltweiter Armut wahrgenommen wird. Die Befunde der Studie sollen dazu beitragen, dass entwicklungspolitische Akteure evidenzbasierte Informationen in Bezug auf Ziele, Maßnahmen und Wirkungen der Entwicklungspolitik und Entwicklungszusammenarbeit erhalten, aber auch ihre Herausforderungen effektiver und bedarfsgerechter an die Bevölkerung vermitteln können.

Bisherige Studien widmeten sich jeweils lediglich Teilaspekten dieses – inhaltlich stark verbundenen – Themenkomplexes. Der *Meinungsmonitor Entwicklungspolitik 2019 – Medien, Mediennutzung und Berichterstattung zu weltweiter Armut* ist die erste Studie, die Mediennutzung, Medienwahrnehmung und Wahrnehmung entwicklungspolitisch relevanter Inhalte innerhalb einer Studie im Zusammenhang analysiert.

Die zentralen Ergebnisse der Studie lassen sich wie folgt zusammenfassen:

Quellen für internationale Nachrichten: Fast 70 % der Bürgerinnen und Bürger stimmen der Aussage zu, mindestens einmal pro Tag aktiv Nachrichten zu internationalen Ereignissen zu lesen, zu sehen oder zu hören. Das öffentlich-rechtliche Fernsehen (56 %), Zeitungen (45 %) und das Radio (40 %) sind dabei die Hauptinformationsquellen. Es folgen private Fernsehsender und internetbasierte Medien. Soziale Medien spielen insbesondere für junge Erwachsene eine wichtige Rolle. Knapp 30 % der 18- bis 29-Jährigen geben sie als eine hauptsächliche Informationsquelle für internationale Nachrichten an. Demgegenüber greifen die älteren Bevölkerungsgruppen (40 bis 59 Jahre sowie 60 Jahre und älter) häufiger auf klassische redaktionelle Medien zurück. Auch entlang der politischen Orientierung sind Unterschiede in der Mediennutzung erkennbar. Personen, die sich politisch weiter rechts verorten, nutzen häufiger soziale Medien und weniger das öffentlich-rechtliche Fernsehen als Hauptquelle für diese Nachrichtenart.

Vertrauen in die Medien: Generell vertraut die Bevölkerung den Medien – nur knapp über 10 % haben niedriges Vertrauen in das mediale Gesamtangebot. Es zeigen sich jedoch erhebliche Unterschiede: Personen, die sich politisch rechts verorten, zweifeln stärker an der Vertrauenswürdigkeit der Medien. Zudem differenziert die Bevölkerung zwischen den verschiedenen Medien. Während beispielsweise den öffentlich-rechtlichen Fernsehsendern hohes Vertrauen entgegengebracht wird, haben andere Medienformate, zum Beispiel Twitter oder Boulevardzeitungen wie Bild, diesbezüglich ein Defizit. Ebenso stellt Vertrauen eine übergreifende Herausforderung dar. Während große Teile der Bevölkerung den Medien vertrauen, wird Sendern entwicklungspolitischer Botschaften (z. B. Bundesregierung, Nichtregierungsorganisationen) weniger

Vertrauen geschenkt. Auch hier zeigen sich erhebliche Unterschiede zwischen verschiedenen Bevölkerungsgruppen. Personen, die sich politisch weiter rechts verorten, weisen durchschnittlich in allen Bereichen niedrigeres Vertrauen auf.

Wahrnehmung der Berichterstattung zu weltweiter Armut: Rund 60 % der Bevölkerung geben an, mediale Berichterstattung zum Thema „weltweite Armut“ wahrzunehmen. Nachrichten und Dokumentationen stellen die hauptsächlichen Kontaktpunkte dar. Krieg und Konflikt, Flucht und Migration sowie Klimawandel sind thematisch die häufigsten Berührungspunkte. Berichte zu entwicklungspolitischen Initiativen, Einkommensungleichheit oder Geschlechtergleichstellung werden von der Bevölkerung hingegen kaum registriert. Zudem nehmen Teile der Bevölkerung Entwicklungspolitik und Themen mit entwicklungspolitischem Bezug als verzerrt dargestellt wahr. In Abhängigkeit vom jeweiligen Thema gilt das vor allem für Personen, die sich politisch weiter rechts verorten.

Mediennutzung und -wahrnehmung verschiedener EZ-Einstellungstypen: Die vier im *Meinungsmonitor Entwicklungspolitik 2018* ermittelten Einstellungstypen *Unterstützende*, *Skeptiker*, *Gegner* und *Unschlüssige* zeichnen sich durch klar abgrenzbare Einstellungsmuster gegenüber Entwicklungspolitik und EZ aus. Die Analysen im vorliegenden Bericht zeigen, dass sich die Einstellungstypen auch darin unterscheiden, welche Medien sie nutzen und wie sie diese wahrnehmen. EZ-Unterstützende und EZ-Skeptiker sind aktive Mediennutzerinnen und -nutzer. Beide Gruppen kommen häufig in Kontakt mit dem Themenfeld „weltweite Armut“. Nachrichten und Dokumentationen sind die zentralen Informationsformate. EZ-Gegner sind hingegen schwerer zu erreichen. Ihr eher geringes Vertrauen in die Medien ist eine Herausforderung. Auch EZ-Unschlüssige finden ihre Meinung zu internationalen Fragen in den Medien nicht wieder. Die Darstellung weltweiter Armut nehmen sie als verzerrt wahr. Alle vier Einstellungstypen kommen mit weltweiter Armut hauptsächlich durch die Themen „Krieg und Konflikt“, „Flucht und Migration“ sowie „Klimawandel“ in Berührung. Sie unterscheiden sich jedoch darin, wie häufig die einzelnen genannten Themen anteilig wahrgenommen werden.

Implikationen: Die Studie schließt mit Implikationen für die entwicklungspolitische Kommunikations- und Bildungsarbeit. Basis entwicklungspolitischer Kommunikation sollte es sein, die Bevölkerung mit relevanten und evidenzbasierten Informationen zu erreichen, die als vertrauenswürdig empfunden werden. Gleichzeitig sollte transparent und faktenbasiert über Erfolge wie Misserfolge der EZ berichtet werden, um nicht den Anschein einer verzerrten Darstellung der entwicklungspolitischen Realität zu erwecken. Flankiert werden könnte dies durch (entwicklungs-)politische Bildungsprogramme, die die Medienkompetenz der Bevölkerung steigern sollen, sodass sie medial vermittelte Informationen angemessen bewerten kann. Angesichts von Befunden aus der Psychologie und Kommunikationswissenschaft sollte zugleich das Potenzial der Kommunikation mit besonders kritischen Gruppen realistisch eingeschätzt werden. So dürften Personen, die Maßnahmen der EZ generell ablehnen oder in hohem Maße von ihrer Unwirksamkeit überzeugt sind, Informationsangebote aus Perspektive ihrer gegenwärtigen Einstellung bewerten und – sofern sie nicht der eigenen Meinung entsprechen – ablehnen.

Für eine zielgruppenorientierte und bedarfsgerechte Kommunikation entwicklungspolitischer Inhalte ist es darüber hinaus notwendig, das Mediennutzungsverhalten unterschiedlicher Bevölkerungsgruppen zu berücksichtigen. Besonders für junge Erwachsene sind soziale Medien ein wichtiger Informationskanal. Aufgrund ihrer steigenden Relevanz sollten entsprechende Informationsangebote weiter ausgebaut werden. Zudem sollten die Nutzung sozialer Medien sowie darin stattfindende öffentliche Diskussionen kontinuierlich beobachtet werden. Die älteren Bevölkerungsgruppen, die stärker auf klassische redaktionelle Informationsangebote (z. B. TV, Zeitung) zurückgreifen, dürfen aber gleichzeitig nicht vernachlässigt werden.

Zielgruppenspezifische Implikationen für EZ-Einstellungstypen

- **Unterstützende:** Diese Gruppe sieht die größten Möglichkeiten, mit eigenen Handlungen zu einer global nachhaltigeren Welt beizutragen. Sie ist wahrscheinlich am offensten für eine intensive Auseinandersetzung mit entwicklungspolitischen Fragestellungen und medial insgesamt gut erreichbar. Dies macht sie auch zur primären Zielgruppe entwicklungspolitischer Bildung. Ziel sollte es sein, durch einfache Einstiegspunkte für persönliches entwicklungspolitisches Engagement die Umsetzung positiver Einstellungen in konkrete Handlungen zu unterstützen.
- **Skeptiker:** Diese Gruppe ist medial relativ gut zu erreichen. Kritik und Vorbehalte im Hinblick auf EZ – beispielsweise die Vermutung hoher Korruption oder Ineffektivität und Ineffizienz – sollten transparent adressiert und selbstkritisch diskutiert werden. Damit kann die Skepsis im Fall des Gelingens entkräftet oder zumindest die Akzeptanz dafür gestärkt werden, dass ein gewisses Risiko (z. B. mit Blick auf das Scheitern einzelner Projekte) Teil einer zielführenden EZ sein darf. Besonders gut könnte dies erreicht werden, wenn Skeptiker über Angebote der entwicklungspolitischen Bildung mit niedrigen Zugangshürden zu einer Auseinandersetzung mit der komplexen Realität der EZ bewegt werden können.
- **Gegner:** Es stellt sich die Frage, ob dieser Einstellungstyp überhaupt in der Kommunikationsarbeit aktiv adressiert werden oder es lediglich Ziel sein sollte, grobe Fehlwahrnehmungen richtigzustellen. Die Gruppe ist nicht nur medial schwer zu erreichen. Angesichts ihres vergleichsweise hohen Misstrauens gegenüber den Medien und den Sendern entwicklungspolitischer Informationen ist sie auch schwer zu überzeugen. Ihre relativ starke Präsenz in sozialen Medien stellt die EZ vor die Herausforderung, mit relevanten Informationen in entsprechende Filterblasen vorzudringen. Möglicherweise bieten Influencer, die der EZ positiv gegenüberstehen und zugleich Zugang zu diesen Filterblasen haben, einen Kommunikationsweg.
- **Unschlüssige:** Diese Gruppe ist medial etwas schwerer zu erreichen. Um EZ-Unschlüssige überhaupt in Berührung mit grundlegenden entwicklungspolitischen Informationen zu bringen, könnte die kreative Nutzung alternativer – auch eher auf Unterhaltung ausgerichteter – Medienangebote ein vielversprechender Ansatz sein.

Trotz der Unterschiede in der Mediennutzung und den daraus abgeleiteten Implikationen sollten die Inhalte entwicklungspolitischer Kommunikation nur mit Vorsicht spezifisch auf einzelne Zielgruppen zugeschnitten werden. Es muss nämlich stets berücksichtigt werden, dass Medien nicht exklusiv von einzelnen Zielgruppen konsumiert werden, sondern vermittelte Informationen potenziell größere Bevölkerungsteile – also Personen mit unterschiedlichen (entwicklungs-)politischen Einstellungen – erreichen und somit Wechsel- beziehungsweise Nebenwirkungen möglich sind. Kurz: Es besteht die Gefahr, dass eine auf ein spezifisches Segment zugeschnittene Kommunikation negative Reaktionen in anderen Bevölkerungsgruppen provoziert.

Dieser Bericht ist Teil der Reihe Meinungsmonitor Entwicklungspolitik. Er schließt an den Meinungsmonitor Entwicklungspolitik 2018 an, in dem Einstellungen der Bevölkerung zu Entwicklungszusammenarbeit und nachhaltiger Entwicklung untersucht wurden. Der Folgebericht Meinungsmonitor Entwicklungspolitik 2020 wird sich auf die Analyse von Medieninhalten und Medienwirkungen fokussieren.