

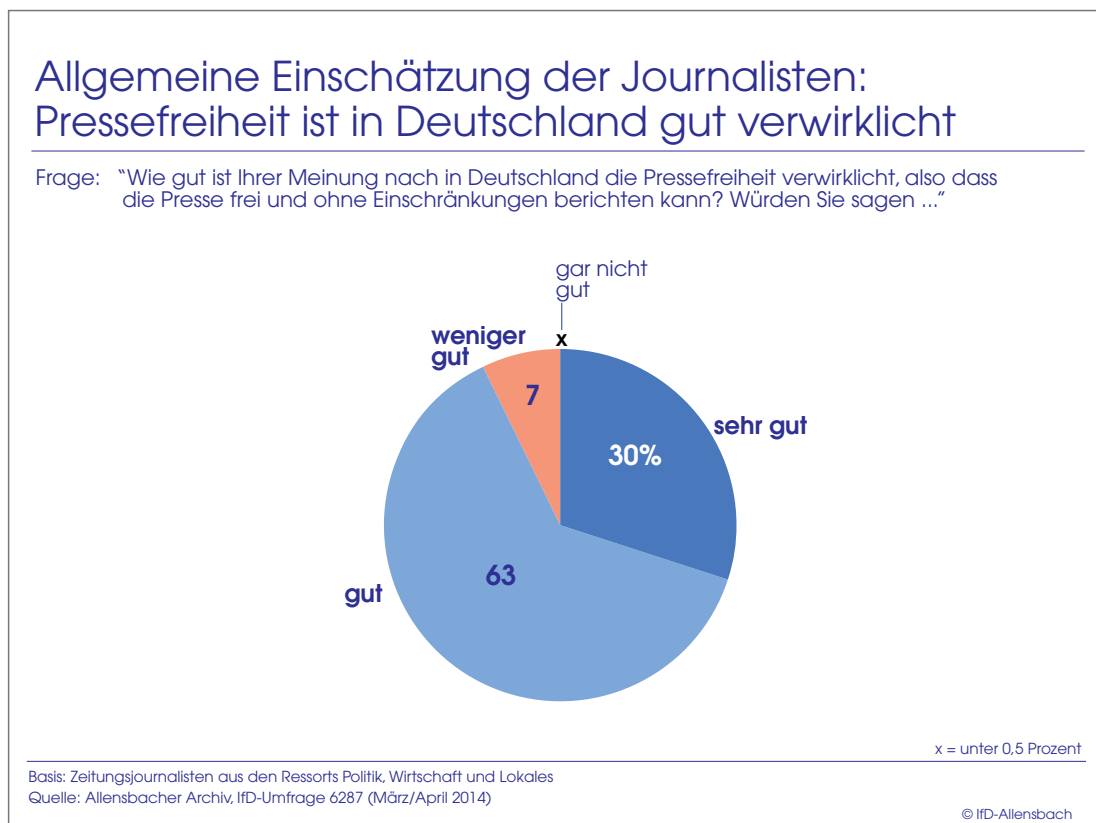
Pressefreiheit in Deutschland: Einflussnahmen von außen auf die journalistische Arbeit

– Zusammenfassung der wichtigsten Ergebnisse einer Befragung von
Zeitungsjournalisten –

Im Auftrag der STIFTERVEREINIGUNG DER PRESSE e.V. hat das INSTITUT FÜR DEMOSKOPIE ALLENSBACH im März und April 2014 insgesamt 432 Zeitungsjournalisten, überwiegend in Leitungsfunktionen (Chefredaktion, Redaktions- und Ressortleitung), der Ressorts Politik, Wirtschaft und Lokales von mehr als 230 Zeitungen befragt. Im Mittelpunkt der Studie standen die persönlichen Erfahrungen und Einschätzungen zu ausgewählten Themen der Pressefreiheit und der Einflussnahme von außen auf die eigene journalistische Tätigkeit.

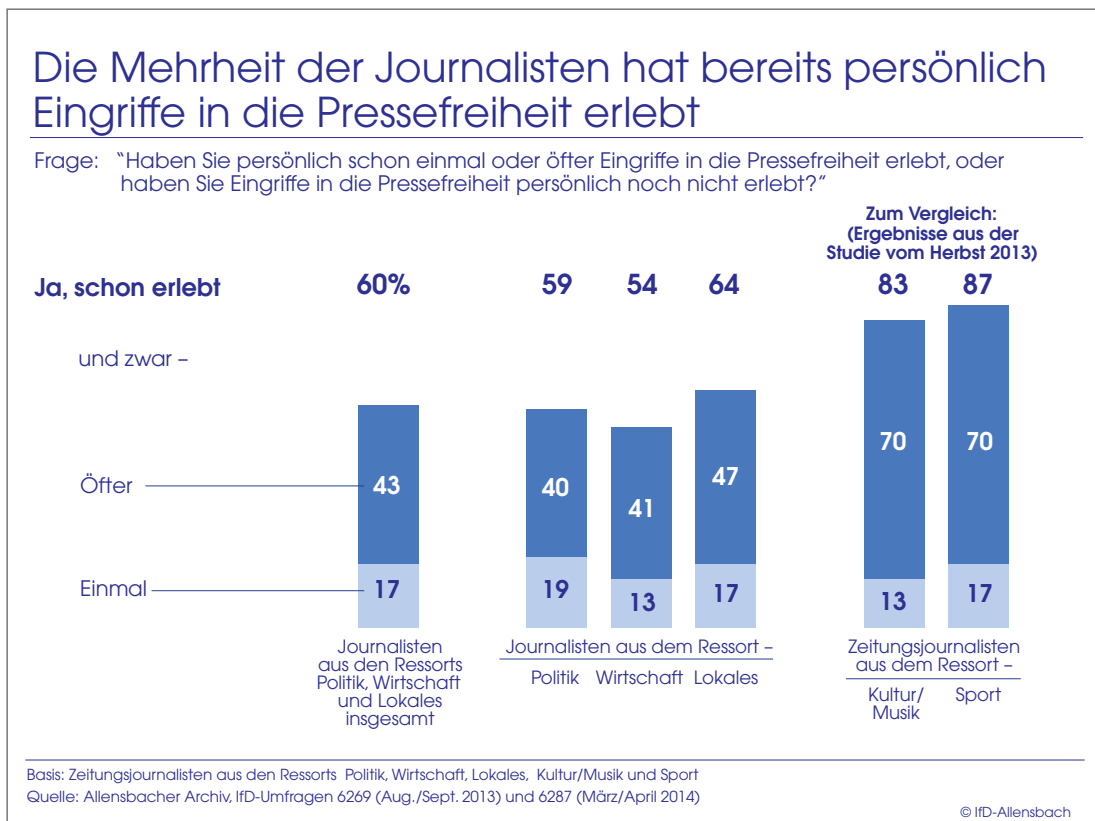
Die ganz überwiegende Mehrheit zieht grundsätzlich eine positive Bilanz der Pressefreiheit in Deutschland. 93 Prozent sind der Meinung, dass die Pressefreiheit in Deutschland gut oder sogar sehr gut verwirklicht ist (Schaubild 1).

Schaubild 1



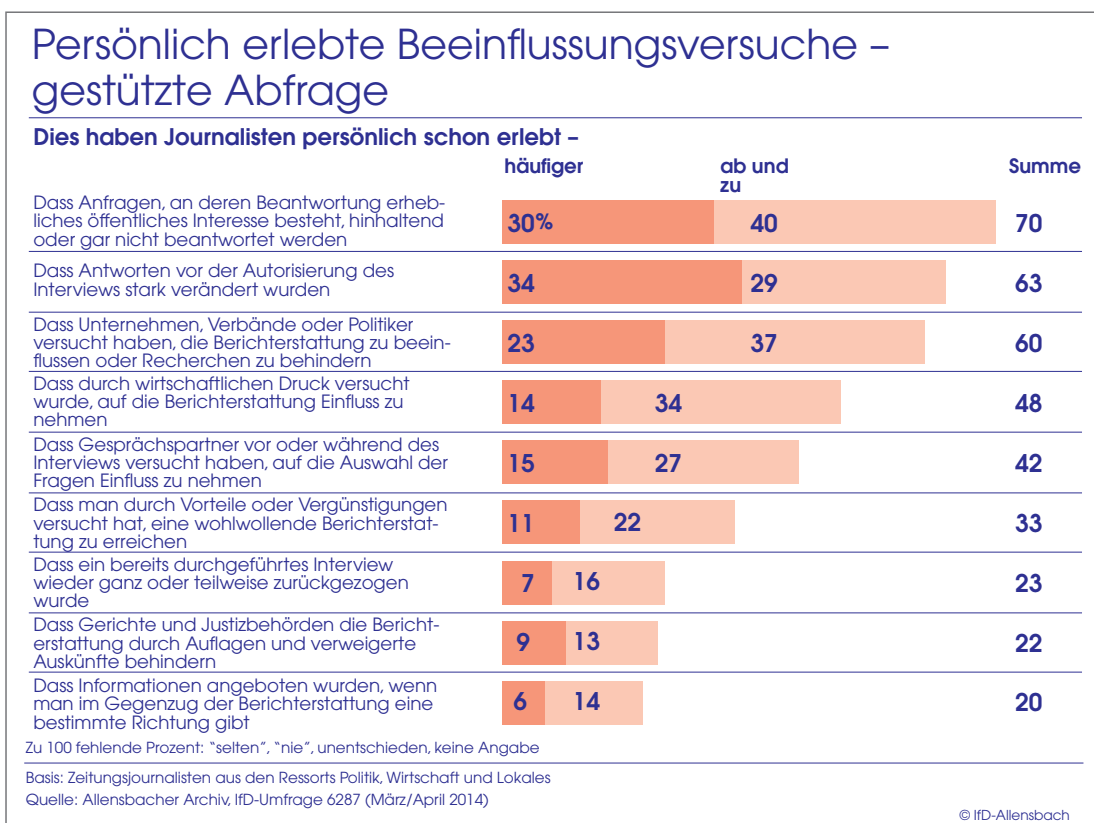
Allerdings haben 60 Prozent der Zeitungsjournalisten bereits persönlich Behinderungen und Beeinflussungen ihrer Arbeit erlebt, die sie als Eingriff in die Pressefreiheit empfunden haben. Die Erfahrungen der Politik-, Wirtschafts- und Lokaljournalisten sind dabei relativ ähnlich. Deutlich überdurchschnittlich berichten hingegen Journalisten aus den Bereichen Kultur und Sport von Eingriffen in die Pressefreiheit (Schaubild 2). Die Ergebnisse für die Ressorts Kultur und Sport stützen sich auf eine vergleichbare Befragung aus dem Vorjahr, in der ebenfalls vom Institut für Demoskopie im Auftrag der Stiftervereinigung der Presse unter anderem rund 100 Zeitungsjournalisten aus diesen beiden Ressorts befragt wurden. Die Eingriffe zielten bei den Politik-, Wirtschafts- und Lokaljournalisten zumeist auf Behinderungen von Recherchen oder auf Einflussnahmen, um eine wohlwollendere Berichterstattung zu erreichen, häufig in Verbindung mit der Ausübung wirtschaftlichen Drucks. Bei den Kultur- und Sportjournalisten kamen häufiger Einschränkungen bei der Fotoberichterstattung und massive Veränderungen der Interviews vor ihrer Autorisierung hinzu.

Schaubild 2



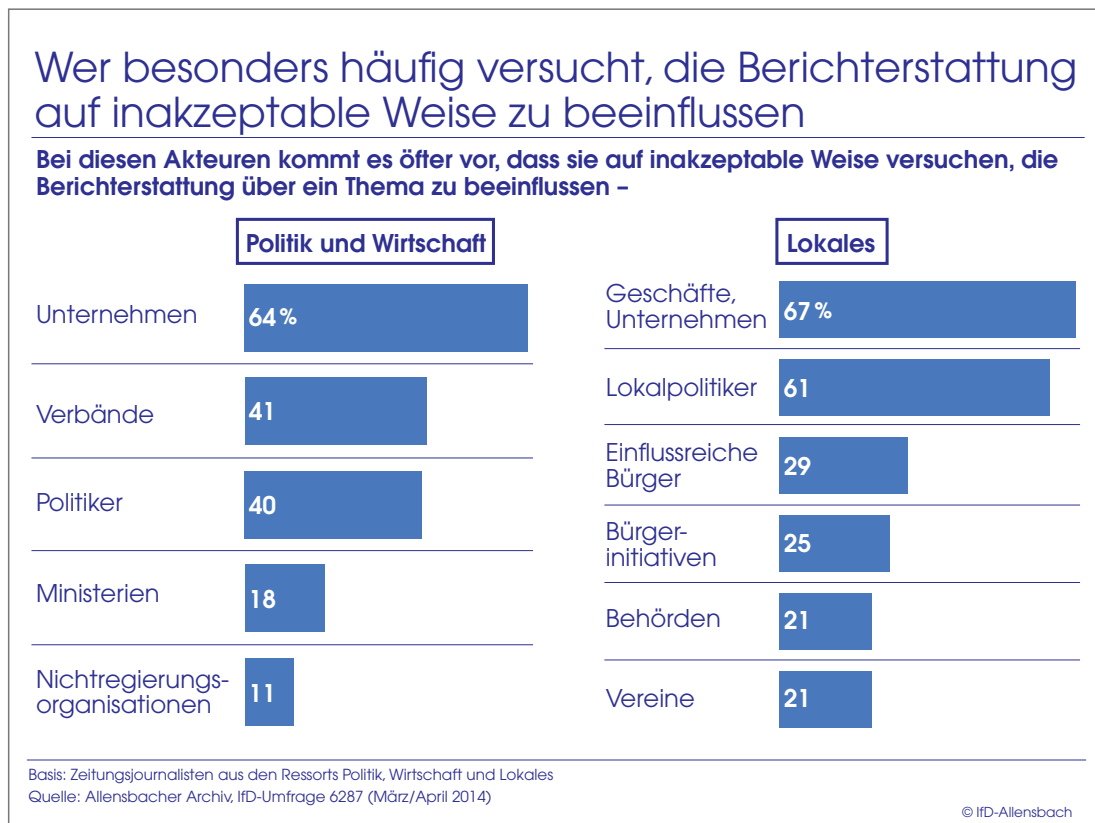
Deutlich mehr Journalisten geben gleichwohl auf Nachfrage zu Protokoll, bereits Versuche von außen erlebt zu haben, die Berichterstattung zu behindern oder zu beeinflussen. So mussten 70 Prozent der Journalisten zumindest gelegentlich hinnehmen, dass wichtige Anfragen inhaltlich oder gar nicht beantwortet wurden: 30 Prozent haben dies schon häufiger erlebt, 40 Prozent ab und zu. 63 Prozent der Journalisten ist es schon häufiger oder gelegentlich passiert, dass Interviewantworten vor der Autorisierung stark verändert wurden. Bei 60 Prozent der Journalisten versuchten Unternehmen, Verbände oder Politiker die Berichterstattung in ihrem Sinne zu lenken oder Recherchen zu behindern. Fast jeder Zweite berichtet, dass auf ihn wirtschaftlicher Druck ausgeübt wurde, um die Berichterstattung zu beeinflussen (Schaubild 3).

Schaubild 3



Aus Sicht von Politik- und Wirtschaftsjournalisten versuchen vor allem Unternehmen, die Berichterstattung auf inakzeptable Weise zu beeinflussen, mit deutlichem Abstand gefolgt von Verbänden und Politikern. Auf lokaler Ebene gelten neben Geschäften und Unternehmen vor Ort auch Lokalpolitiker als diejenigen Akteure, die besonders häufig Einfluss auf die Inhalte der Zeitung zu nehmen versuchen. Aus Sicht von 67 Prozent der Lokaljournalisten versuchen Geschäfte und Unternehmen öfters auf inakzeptable Weise, die Berichterstattung in ihrem Sinne zu steuern. 61 Prozent schreiben ein solches Verhalten Lokalpolitikern zu (Schaubild 4).

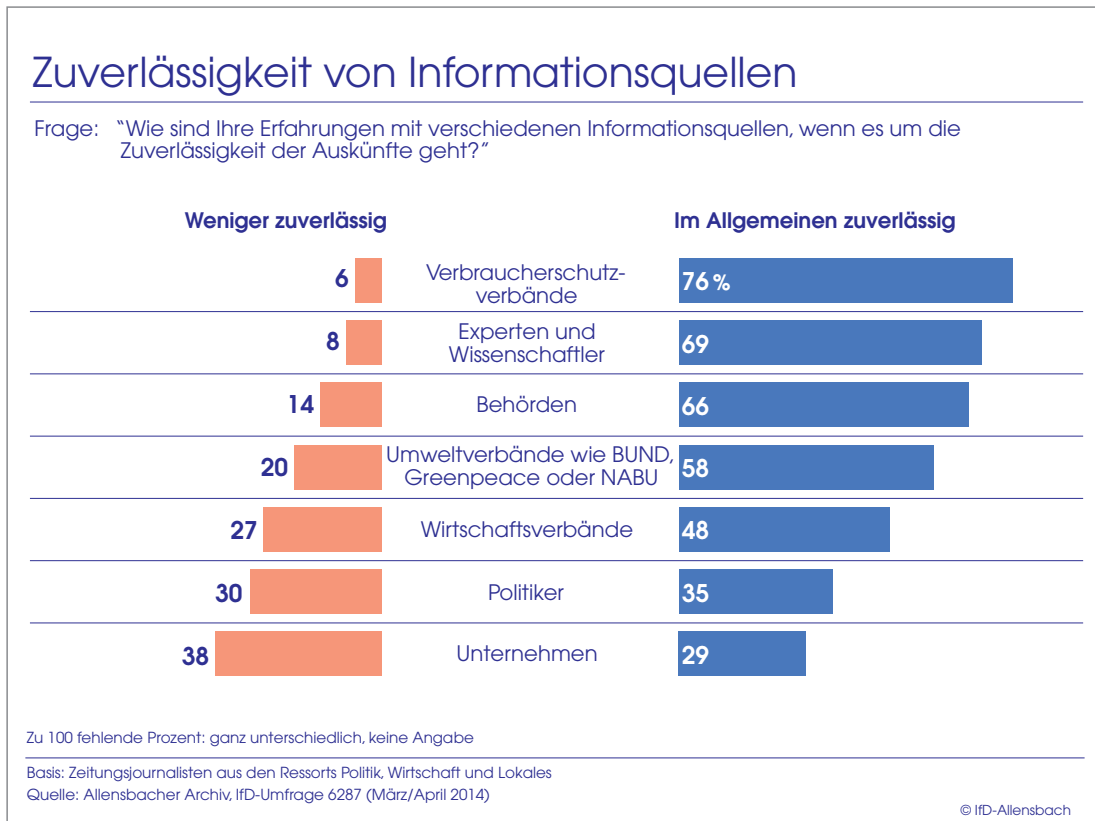
Schaubild 4



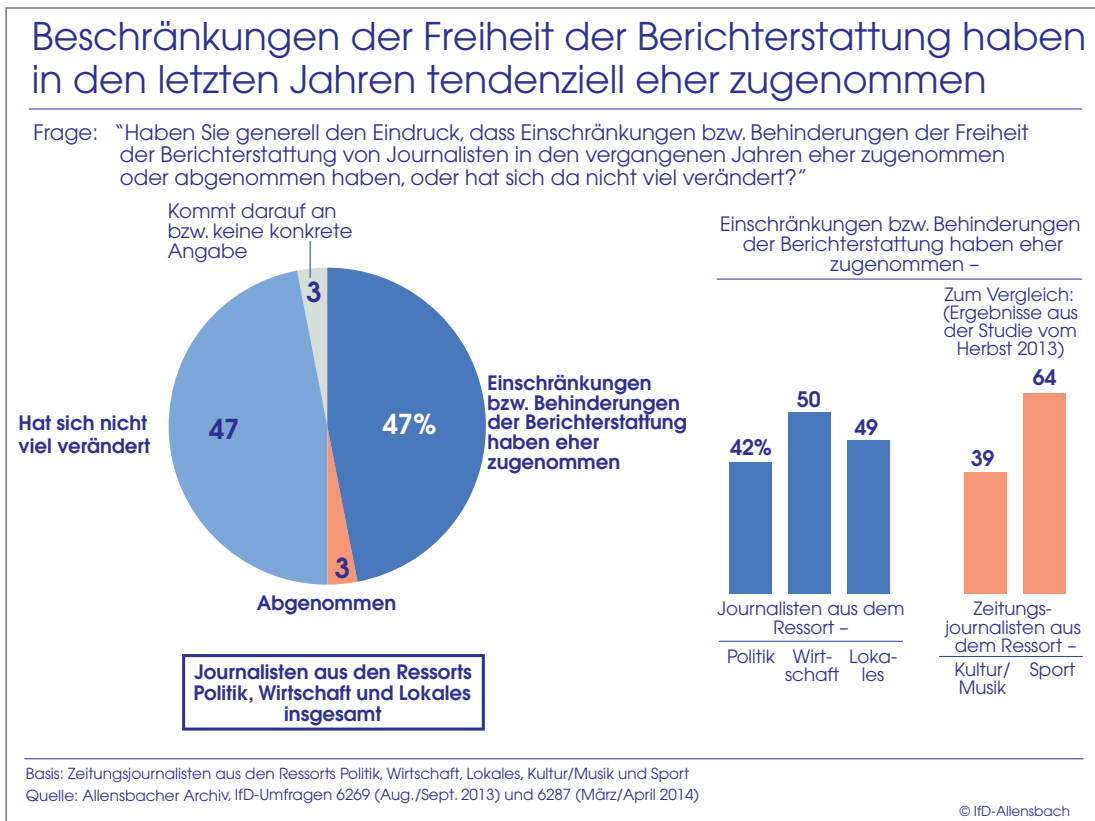
Unternehmen gelten unter Journalisten auch als die am wenigsten zuverlässige Informationsquelle. Nur 29 Prozent sehen Auskünfte von Unternehmen im Zuge ihrer Recherchen und Arbeiten im Allgemeinen als zuverlässig an, Auskünfte von Politikern gelten 35 Prozent der Journalisten als in der Regel zuverlässig. Das größte Vertrauen genießen Verbraucherschutzverbände, Experten und Wissenschaftler sowie

Behörden, denen jeweils zwei Drittel und mehr der Journalisten attestieren, dass man sich auf ihre Auskünfte verlassen kann (Schaubild 5).

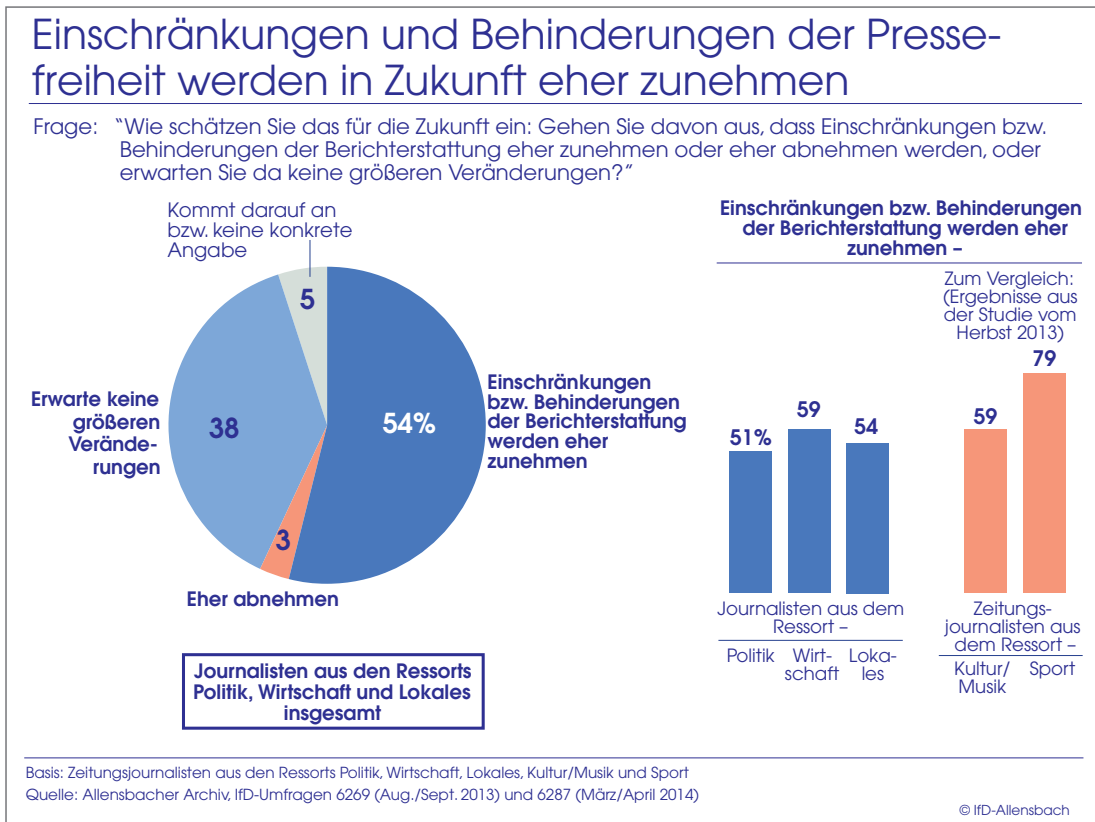
Schaubild 5



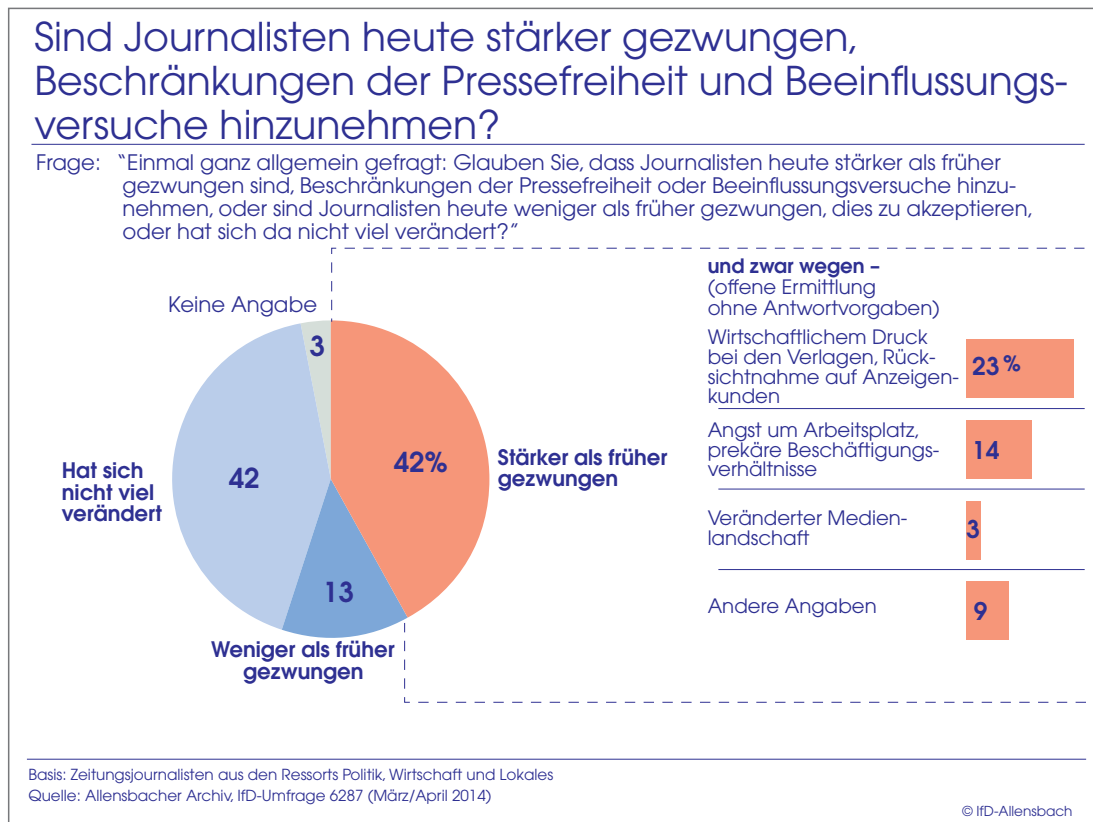
Fast jeder zweite Journalist hat den Eindruck, dass die Einschränkungen und Behinderungen der Pressefreiheit in den letzten Jahren zugenommen haben (Schaubild 6). Besonders die Ausübung wirtschaftlichen Drucks und die Veränderung von Interviewantworten vor der Autorisierung haben aus Sicht der Journalisten stark zugenommen. Tendenziell eher seltener geworden sind dagegen Versuche, durch Vorteile und Vergünstigungen eine wohlwollende Berichterstattung zu erreichen.



Für die Zukunft geht mehr als jeder zweite Politik-, Wirtschafts- und Lokaljournalist von einer Zunahme an Beschränkungen und Einflussnahmen auf die Berichterstattung aus. Deutlich häufiger erwarten im Vergleich dazu Sportjournalisten, dass die Einschränkungen in ihrem Bereich zunehmen werden. Von ihnen gehen 79 Prozent von einer zunehmenden Beschränkung und Einflussnahme aus (Schaubild 7).



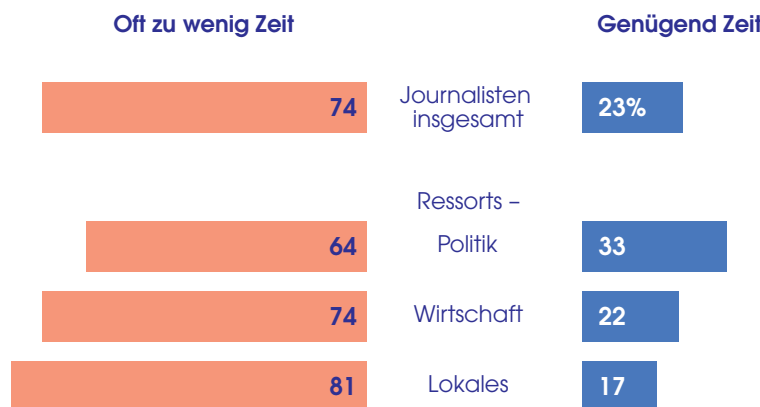
42 Prozent sind auch davon überzeugt, dass sie heute stärker als früher dazu gezwungen sind, solche Einschränkungen zu akzeptieren. Als Grund werden vor allem die wirtschaftlichen Zwänge der Verlage angeführt, so dass Druck leichter zum Erfolg führen kann (Schaubild 8).



Angesichts der tiefgreifenden strukturellen Umbrüche in der Zeitungsbranche haben viele Verlage in den vergangenen Jahren ihre Redaktionen umstrukturiert und dabei dort teilweise auch Stellen eingespart. 74 Prozent der Journalisten beklagen, dass sie oft zu wenig Zeit für Hintergrundrecherchen und das Schreiben ihrer Artikel haben, nur gut jeder Vierte hat dafür in der Regel genügend Zeit. Vor allem im Lokalen beklagen viele Journalisten starken zeitlichen Druck (Schaubild 9). Zwei Drittel konstatieren, dass sie heute weniger Zeit für Recherchen und das Schreiben ihrer Artikel haben als noch vor zehn Jahren. 21 Prozent haben das Gefühl, dass sich hier nicht viel verändert hat.

Die überwiegende Mehrheit der Journalisten hat nach eigener Einschätzung nicht genügend Zeit für Hintergrundrecherchen und das Schreiben ihrer Artikel

Frage: "Würden Sie sagen, dass Sie im Allgemeinen genügend Zeit für Hintergrundrecherchen und das Schreiben Ihrer Artikel haben, oder haben Sie dafür oft zu wenig Zeit?"



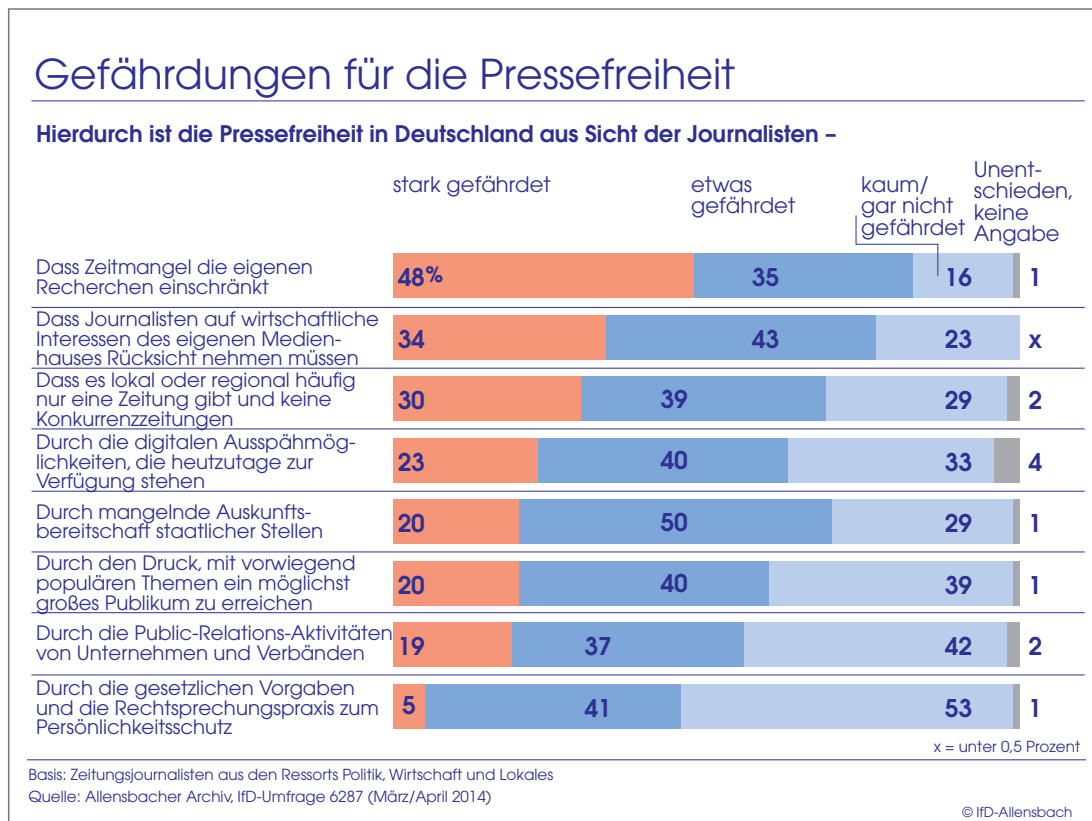
Zu 100 fehlende Prozent: unterschieden, keine Angabe

Basis: Zeitungsjournalisten aus den Ressorts Politik, Wirtschaft und Lokales
Quelle: Allensbacher Archiv, IFD-Umfrage 6287 (März/April 2014)

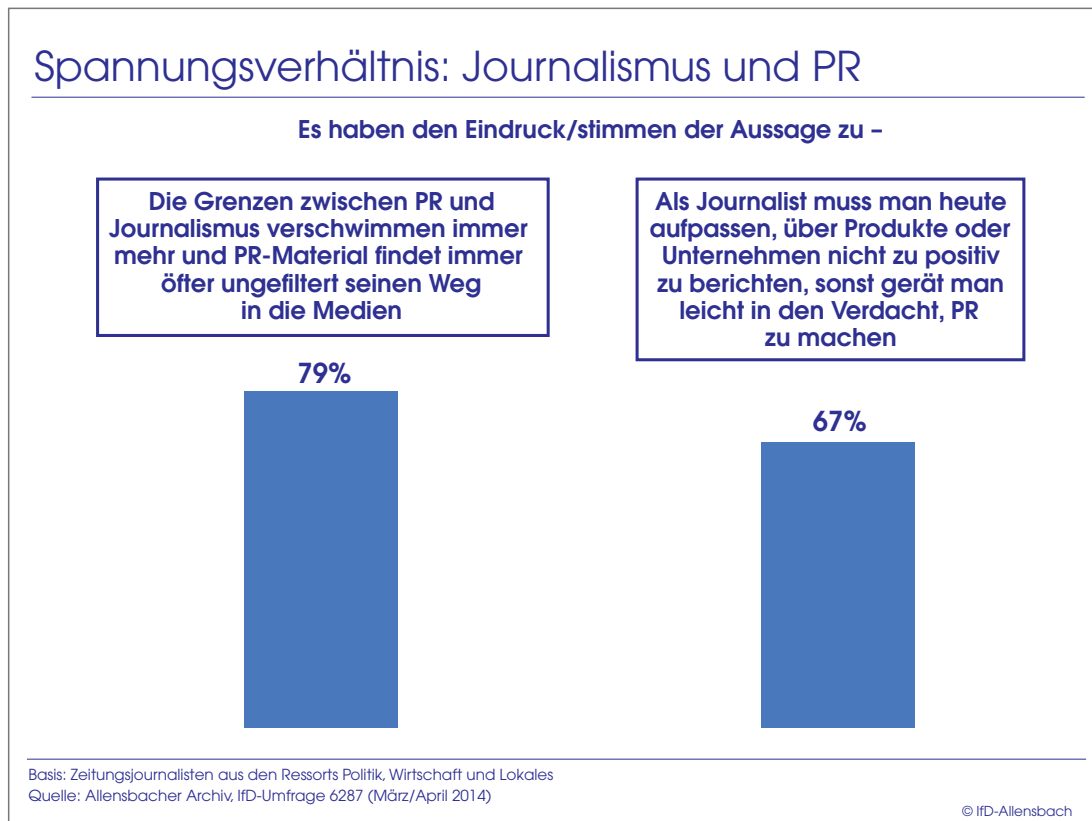
© IFD-Allensbach

Der Mangel an Zeit, um eigene Recherchen durchführen zu können, gilt aus Sicht der befragten Journalisten gleichzeitig aber als die größte Gefahr für die Pressefreiheit, gefolgt von der Rücksicht, die Journalisten auf wirtschaftliche Interessen des eigenen Medienhauses nehmen müssen: 48 Prozent sehen die Pressefreiheit durch den Zeitmangel, 34 Prozent durch die Rücksichtnahme auf wirtschaftliche Interessen des eigenen Verlags stark gefährdet. Die teilweise vorhandene Monopolstellung von Regionalzeitungen in ihrem Verbreitungsgebiet stufen 30 Prozent als große Gefahr für die Pressefreiheit ein. Erst mit deutlichem Abstand folgen die digitalen Auspönmöglichkeiten, die heutzutage zur Verfügung stehen, und die mangelnde Auskunftsbereitschaft staatlicher Stellen (Schaubild 10).

Schaubild 10



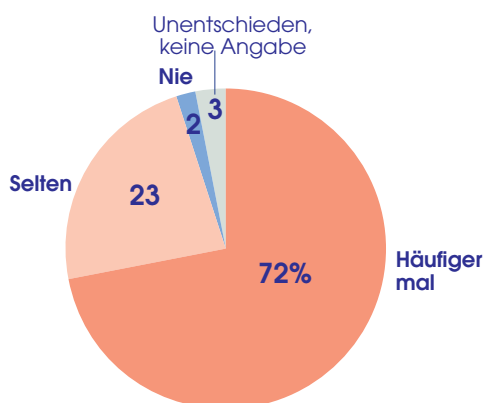
Ein viel diskutiertes Thema ist die Rolle von PR-Agenturen und PR-Abteilungen. 86 Prozent der Journalisten beobachten, dass die Versuche von PR-Agenturen und PR-Abteilungen, Einfluss auf die Berichterstattung zu nehmen, stark oder etwas zugenommen haben. Gleichzeitig meinen 79 Prozent der Journalisten, dass die Grenzen zwischen PR und Journalismus immer mehr verschwimmen und PR-Material immer öfter ungefiltert seinen Weg in die Medien findet. Auf der anderen Seite haben 67 Prozent den Eindruck, dass man als Journalist bei positiven Berichten über Produkte oder Unternehmen leicht in Verdacht gerät, damit PR machen zu wollen (Schaubild 11).



Auch soziale Medien haben als Instrument zur Beeinflussung der öffentlichen Meinung und mithin der Berichterstattung an Bedeutung gewonnen. 35 Prozent der Journalisten geben an, dass soziale Medien in der eigenen Redaktion eine sehr große oder große Rolle auf die Auswahl der Themen, über die geschrieben wird, haben. Gleichzeitig haben 72 Prozent den Eindruck, dass Interessengruppen schon heute häufiger soziale Medien nutzen, um bestimmte Themen in der öffentlichen Diskussion zu lancieren. Vor allem Politiker und Bürgerinitiativen gelten als Gruppen, die diesen Kanal nutzen. Sie werden ungestützt – also ohne die Vorgabe von Antwortalternativen – jeweils von jedem dritten Journalisten genannt (Schaubild 12). Die Rolle sozialer Medien für die Lancierung bestimmter Themen in der öffentlichen Diskussion wird nach einhelliger Meinung von 94 Prozent der Journalisten in Zukunft weiter zunehmen.

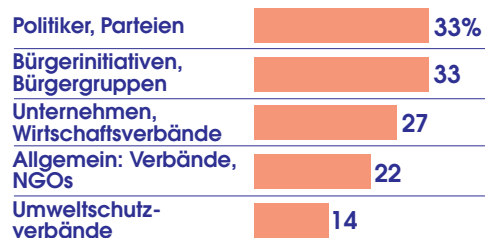
Interessengruppen nutzen soziale Medien zum Lancieren bestimmter Themen in der öffentlichen Diskussion

Frage: "Wie häufig kommt es Ihrem Eindruck nach vor, dass Interessengruppen soziale Medien nutzen, um darüber bestimmte Themen in die öffentliche Diskussion zu bringen oder zu lancieren? Kommt das häufiger mal, selten oder nie vor?"



Nachfrage, falls "häufiger mal" oder "selten":

"Welche Interessengruppen sind Ihrem Eindruck nach besonders aktiv, wenn es darum geht, über soziale Medien bestimmte Themen in die öffentliche Diskussion zu rücken? Welche fallen Ihnen da spontan ein?" (Offene Ermittlung ohne Antwortvorgaben)



Basis: Zeitungsjournalisten aus den Ressorts Politik, Wirtschaft und Lokales
Quelle: Allensbacher Archiv, IfD-Umfrage 6287 (März/April 2014)

© IfD-Allensbach

Allensbach am Bodensee,
am 3. Juni 2014

INSTITUT FÜR DEMOSKOPIE ALLENSBACH