STANDARD EUROBAROMETER 100

Mediennutzung in der Europäischen Union

Eurobarometer Report
OKTOBER – NOVEMBER 2023

Diese Umfrage wurde von der Europäischen Kommission, Generaldirektion Kommunikation, beantragt und koordiniert.

Dieses Dokument stellt nicht den Standpunkt der Europäischen Kommission dar. Die darin enthaltenen Interpretationen und Meinungen sind ausschließlich die der Autoren.

Projekttitel	Standard Eurobarometer 100 – Herbst 2023 Mediennutzung in der Europäischen Union
Sprachfassung	EN
Medien/Volumen	PDF/Volume_01
Katalognummer	NA-AO-23-043-DE-N
ISBN	978-92-68-09983-4
ISSN	1977-3927
DOI	10.2775/25739

© Europäische Union, 2023

https://www.europa.eu/eurobarometer

Bildnachweis: Getty Bilder

Inhaltsverzeichnis

Einführung....4
I. Mediennutzung und Vertrauen in die Medien....9
1. Mediennutzung....10
2. Vertrauen in die Medien....39
II. Der Informationsstand über europäische Angelegenheiten....46
III. Informationsquellen für politische Angelegenheiten und die Europäische Union....57
1. Europäische politische Angelegenheiten....58
2. Die aktive Suche nach Informationen über die Europäische Union....65
IV. Meinungen zum Pluralismus und zur Unabhängigkeit der nationalen Medien....70
1. Pluralismus in den nationalen Medien....71
2. Unabhängigkeit der nationalen Medien....75
V. Europäer und Fake News....84
VI. Soziale Netzwerke....96
1. Soziale Online-Netzwerke und politische Informationen....97
Kommentare....112

Eŭropo Demokratio Esperanto

Dokument von Pierre Dieumegard für Europa-Demokratie-Esperanto
Ziel dieses „vorläufigen“ Dokuments ist es, mehr Menschen in der Europäischen Union auf Dokumente aufmerksam zu machen, die von der Europäischen Union (und durch ihre Steuern finanziert) erstellt wurden. **Ohne Übersetzungen werden die Menschen von der Debatte ausgeschlossen.**
Dieses Dokument „Eurobarometer“ war nur in französischer, deutscher und englischer Sprache, in einer pdf-Datei. Aus dieser ursprünglichen Datei haben wir eine odt-Dateierstellt, die von Libre Office Software erstellt wurde, für die maschinelle Übersetzung in andere Sprachen. Die Ergebnisse sind nunin allen Amtssprachen verfügbar.

Es ist wünschenswert, dass die EU-Verwaltung die Übersetzung wichtiger Dokumente übernimmt. „Wichtige Dokumente“ sind nicht nur Gesetze und Vorschriften, sondern auch die wichtigen Informationen, die erforderlich sind, um gemeinsam fundierte Entscheidungen zu treffen.
Um unsere gemeinsame Zukunft gemeinsam zu diskutieren und zuverlässige Übersetzungen zu ermöglichen, wäre die internationale Sprache Esperanto aufgrund ihrer Einfachheit, Regelmäßigkeit und Genauigkeit sehr nützlich.

Kontaktieren Sie uns:
Kontakto (europokune.eu)
https://e-d-e.org/-Kontakti-EDE

Einführung

Das Standard Eurobarometer 100. 2 (EB100) Umfrage vom Herbst 2023 wurde vom 23. Oktober und 17. November 2023 in 37 Ländern oder Gebieten durchgeführt: die 27 Mitgliedstaaten der Europäischen Union (EU), sieben Kandidatenländer (Albanien, Bosnien und Herzegowina, Moldau, Montenegro, Nordmazedonien, Serbien und Türkiye), die türkisch-zyprische Gemeinschaft in dem nicht von der Regierung der Republik Zypern kontrollierten Teil des Landes sowie im Kosovo[1]und im Vereinigten Königreich.

Der vollständige Bericht der Standard Eurobarometer 100 Umfrage besteht aus mehreren Bänden. Der erste Band stellt die Ergebnisse allgemeiner Fragen zum Stand der öffentlichen Meinung in der Europäischen Union vor. Vier weitere Bände präsentieren die Meinungen der Europäer zu folgenden Themen: die Nutzung von Medien in der Europäischen Union, die Prioritäten der Europäischen Union, die europäische Staatsbürgerschaft und Meinungen zur russischen Invasion der Ukraine.

Der vorliegende Band der Eurobarometer-Umfrage vom Herbst 2023 konzentriert sich auf die Mediennutzung in der Europäischen Union. Hier analysieren wir folgende Themen:

Mediennutzung und Vertrauen in die Medien – das Ausmaß, in dem verschiedene Medien von den europäischen Bürgern am meisten genutzt werden. Wie viel Vertrauen haben die Europäer in die Medien und die von ihnen bereitgestellten Informationen?

Der Informationsstand über europäische Angelegenheiten – fühlen sich die Europäer gut über europäische Themen informiert? Haben sie das Gefühl, dass die Bürger in ihrem Land über diese Themen gut informiert sind?

Informationsquellen für politische Angelegenheiten und die Europäische Union – Was sind die wichtigsten Informationsquellen, die von den Europäern für Nachrichten über europäische politische Angelegenheiten und bei der Suche nach Informationen über die Europäische Union verwendet werden?

Meinungen zum Pluralismus und zur Unabhängigkeit der nationalen Medien – meinen die europäischen Bürger, dass europäische Medien eine Vielzahl von Ansichten und Meinungen bieten? Stehen diese Medien unter politischem und kommerziellem Druck?

Europäer und Fake News – sind Bürger der Europäischen Union oft mit Fake News oder Nachrichten konfrontiert, die die Realität falsch darstellen? Sind sie in der Lage, es zu identifizieren? Halten sie es für ein Problem in ihrem Land und für die Demokratie im Allgemeinen?

Soziale Netzwerke – sind soziale Online-Netzwerke eine Möglichkeit, über politische Nachrichten auf dem Laufenden zu bleiben und ein Mitspracherecht in politischen Angelegenheiten zu haben? Können die Bürgerinnen und Bürger sich für politische Angelegenheiten interessieren? Kann man politischen Informationen in sozialen Netzwerken vertrauen?

1 Diese Benennung berührt nicht die Standpunkte zum Status und steht im Einklang mit der Resolution 1244/99 des VN-Sicherheitsrates und der Stellungnahme des Internationalen Gerichtshofs zur Unabhängigkeitserklärung des Kosovo.

Methodik

Die verwendete Methode ist die der Standard-Eurobarometer-Erhebungen der Generaldirektion Kommunikation (Referat Medienüberwachung und Eurobarometer)[2][3]. Ein technischer Hinweis zu den Interviews der Mitgliedsinstitute des Kantar-Netzwerks ist diesem Bericht beigefügt. Es gibt auch die Konfidenzintervalle an.

Im Anschluss an die EU-Datenschutz-Grundverordnung [4] (DSGVO) wurden die Befragten gefragt, ob sie zustimmen würden, Fragen zu Themen gestellt zu werden, die als „sensibel“ angesehen werden könnten.

Anmerkung: In diesem Bericht werden die EU-Länder durch ihre offizielle Abkürzung bezeichnet. Die in diesem Bericht verwendeten Abkürzungen entsprechen:

Belgien	SEIN	Litauen	LT
Bulgarien	BG	Luxemburg	LU
Tschechien	CZ	Ungarn	HU
Dänemark	DK	Malta	MT
Deutschland	DE	Niederlande	NL
Estland	EE	Österreich	BEI
Irland	IE	Polen	PL
Griechenland	EL	Portugal	PT
Spanien	ES	Rumänien	RO
Frankreich	FR	Slowenien	SI
Kroatien	PERSONALABTEILUNG	Slowakei	SK
Italien	IT	Finnland	FI
Republik Zypern	CY*	Schweden	SE
Lettland	LV	Nordmazedonien	MK
Türkisch-zyprische Gemeinschaft	CY (tcc)	Serbien	RS
Albanien	AL	Türkei	TR
Bosnien und Herzegowina	BA	Das Vereinigte Königreich	GROSSBRITANNIEN
Moldau	MD		
Montenegro	ICH		
Das Kosovo[5]	XK		
Europäische Union – gewichteter Durchschnitt der 27 Mitglieder	EU-27		
Staaten der Europäischen Union			
BE, FR, IT, LU, DE, AT, ES,PT, IE, NL, FI, EL, EE, SI, CY, MT, SK, LV, LT, HR	Euro-Währungsgebiet		
BG, CZ, DK, HU, PL, RO, SE	Außerhalb des Euro-Währungsgebiets		

2 https://www.europa.eu/eurobarometer

3 Die Ergebnistabellen sind beigefügt. Es sei darauf hingewiesen, dass die in den Tabellen in diesem Bericht angegebenen Prozentsätze 100 % überschreiten können, wenn der Antragsgegner mehrere Antworten auf dieselbe Frage auswählen konnte.

4 2016/679

5 Diese Benennung berührt nicht die Standpunkte zum Status und steht im Einklang mit der Resolution 1244/99 des VN-Sicherheitsrates und der Stellungnahme des Internationalen Gerichtshofs zur Unabhängigkeitserklärung des Kosovo.

Zypern ist einer der 27 Mitgliedstaaten der Europäischen Union. Der Besitzstand wurde jedoch in dem Teil des Landes ausgesetzt, der nicht von der Regierung der Republik Zypern kontrolliert wird. Aus praktischen Gründen werden nur die Interviews in dem von der Regierung der Republik Zypern kontrollierten Teil des Landes in die Kategorie „CY“ und im Durchschnitt der EU27 aufgenommen.

Wir möchten uns bei den Menschen in ganz Europa bedanken, die sich Zeit für die Teilnahme an dieser Umfrage gegeben haben.

Ohne ihre aktive Teilnahme wäre diese Studie nicht möglich gewesen.

I. Mediennutzung und Vertrauen in die Medien

1. Mediennutzung

Fernsehen ist nach wie vor die am häufigsten verwendete Form von Medien.

Das Fernsehen ist bei weitem die meistgenutzte Form der Medien, wobei 93 % der Befragten (keine Änderung seit Winter 2022-2023) mindestens einmal pro Woche über ein Fernsehgerät oder das Internet fernsehen und fast acht von zehn (79 %, -1 Prozentpunkt) dies täglich oder fast täglich tun.

Fast neun von zehn (89 %) schauen mindestens einmal pro Woche auf einem Fernsehgerät fern. Obwohl dieser Anteil seit dem letzten Mal, als diese Frage im Winter 2022-2023 gestellt wurde, unverändert geblieben ist, ist er immer noch deutlich niedriger als zwischen Herbst 2010 (EB74) und Herbst 2012 (EB78), als 97 % mindestens einmal pro Woche auf einem Fernsehgerät fernsehen berichteten.

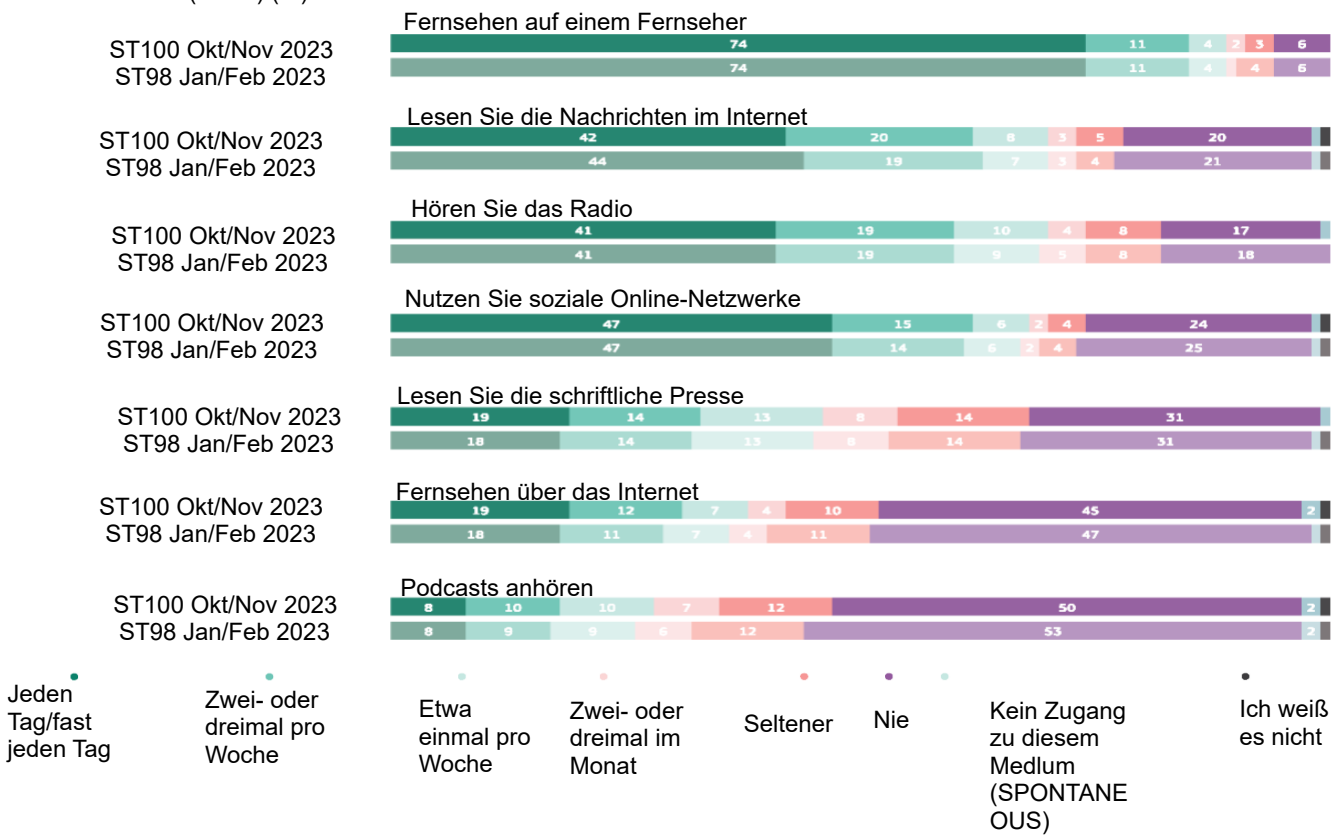
Der Anteil der Befragten, die über das Internet fernsehen, steigt stetig an, wobei 38 % mindestens einmal pro Woche auf diese Weise fernsehen – ein Anstieg um zwei Prozentpunkte seit dem Winter 2022-2023 und um 22 Prozentpunkte, da diese Frage erstmals im Herbst 2011 gestellt wurde (EB76).

Sieben von zehn Berichten hören das Radio mindestens einmal pro Woche. Dieser Anteil ist seit dem Winter 2022-2023 um einen Prozentpunkt gestiegen und stoppt damit einen langsamen, aber kontinuierlichen Rückgang seit Herbst 2019 (EB92) (74 %). Dennoch ist das längerfristige Muster immer noch eine rückläufige Funknutzung (von 79 % im Herbst 2010 auf 70 % in der aktuellen Umfrage).

Nach einem Anstieg von drei Prozentpunkten zwischen dem Winter 2021-2022 und dem Winter 2022-2023 ist der Anteil, der die Nachrichten mindestens einmal pro Woche im Internet liest, in der aktuellen Umfrage stabil geblieben, wobei sieben von zehn, die dies berichten.

Der Anteil der Befragten, die mindestens einmal pro Woche online soziale Netzwerke nutzen, ist seit dem Winter 2022-2023 leicht auf 68 % gestiegen. Dieser Anteil liegt nun wieder auf dem Niveau des Winters 2020-21 (EB94) nach einem stetigen Anstieg der regelmäßigen Nutzung sozialer Online-Netzwerke (von 33 % im Herbst 2010).

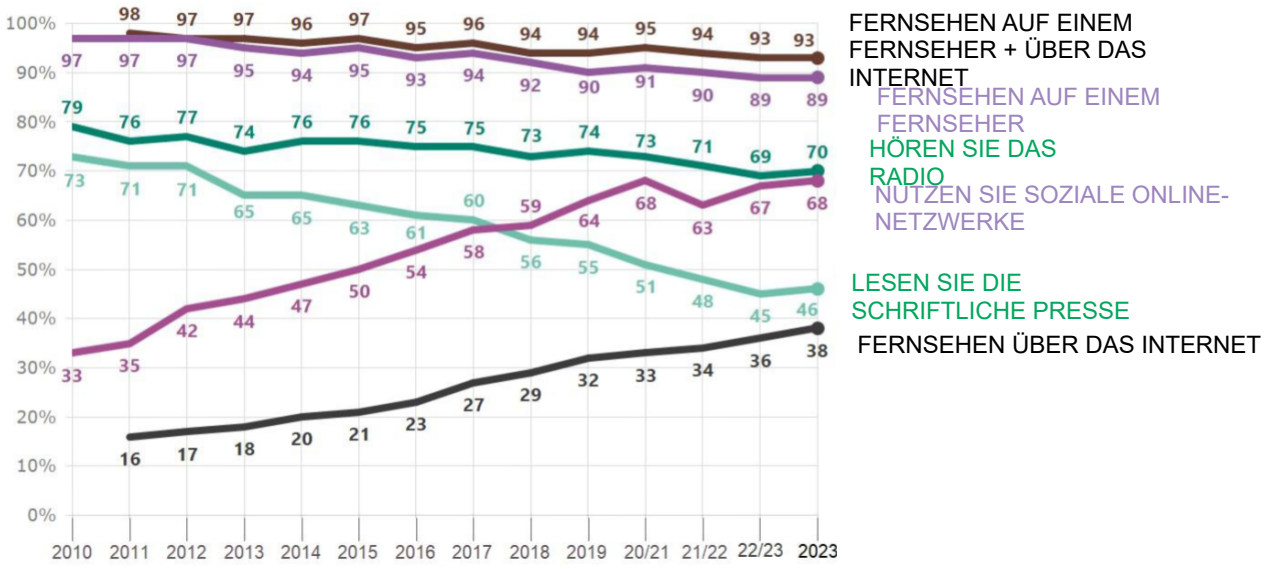
QE3. Können Sie sagen, in welchem Umfang Sie...?
(EU27) (%)



Weniger als die Hälfte (46 %) liest die Presse mindestens einmal pro Woche. Dies entspricht einem Anstieg um einen Prozentpunkt bei diesem Anteil der Befragten seit dem Winter 2022-2023, wodurch ein langfristiger, fast kontinuierlicher Rückgang seit Herbst 2010 gestoppt wird (73 %).

Schließlich hören fast drei von zehn (28 %) Podcasts mindestens einmal pro Woche – ein Anstieg um zwei Prozent seit dem Winter 2022-2023 und eine Erhöhung um sechs Prozent seit dem Winter 2021-2022[6].

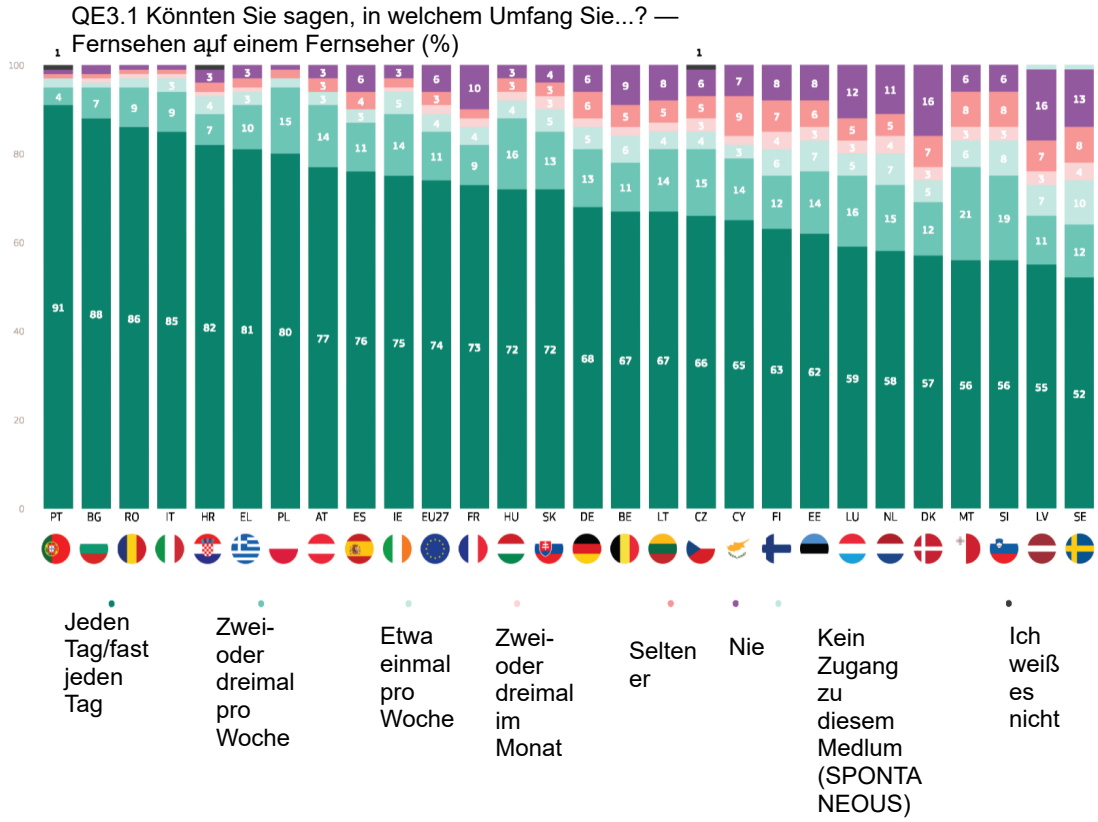
QE3 Könnten Sie sagen, in welchem Umfang Sie...?
(IN % – EU – MINDESTENS EINMAL PRO WOCHE)



6 QE3. Können Sie sagen, in welchem Umfang Sie...? 1) Fernsehen auf einem Fernseher; 2) Fernsehen über das Internet; 3) Hören Sie das Radio; 4) Hören Sie Podcasts; 5) Lesen Sie die schriftliche Presse; 6) Lesen Sie Nachrichten im Internet; 7) Verwenden Sie soziale Online-Netzwerke.

In der gesamten EU schauen fast drei Viertel (74 %) täglich oder fast täglich auf einem Fernsehgerät fern. Die Befragten in Portugal (91 %), Bulgarien (88 %) und Rumänien (86 %) tun dies am ehesten. Am anderen Ende der Skala berichten 52 % in Schweden, 55 % in Lettland und 56 % in Malta und Slowenien, täglich oder fast täglich fernzusehen.

Der Anteil der Befragten, die täglich oder fast täglich fernsehen, ist in 18 Ländern seit dem Winter 2022-2023 zurückgegangen, vor allem in Zypern (65 %, -14 Prozentpunkte), Malta (56 %, -13 Prozentpunkte) und Lettland (55 %, -9 Prozentpunkte). Umgekehrt ist dieser Anteil der Befragten in sieben Ländern gestiegen, insbesondere in Frankreich (73 %, + 4 Prozentpunkte) und Spanien (76 %, + 3 Prozentpunkte). Diese Zahl ist in Deutschland (68 %) und Estland (62 %) stabil geblieben.



Die soziodemografische Analyse zeigt, dass das Fernsehen auf einem Fernsehgerät je nach Altersgruppe und Bildungsniveau unterschiedlich ist. Je älter die Befragten sind, desto wahrscheinlicher ist es, dass sie täglich oder fast täglich auf einem Fernsehgerät fernsehen. Zum Beispiel tun 88 % der Personen, die 55 Jahre oder älter sind, dies, verglichen mit 45 % der 15- bis 24-Jährigen. Darüber hinaus sind die Befragten, die eine Vollzeitausbildung im Alter von 15 oder jünger beendet haben, häufiger als diejenigen, die im Alter von 20 Jahren oder älter sind, täglich oder fast täglich fernzusehen (91 % vs. 69 %).

Unterschiede können auch in den sozioprofessionellen Kategorien beobachtet werden, wobei Hausbewohner (84 %) am ehesten täglich/fast täglich Fernsehzuschauer auf einem Fernsehgerät sind, insbesondere im Vergleich zu Managern (65 %). Die Befragten, die sich selbst als Teil der Arbeiterklasse betrachten (81 %) der Gesellschaft, sind auch die wahrscheinlichsten, täglich oder fast täglich auf einem Fernsehgerät fernzusehen.

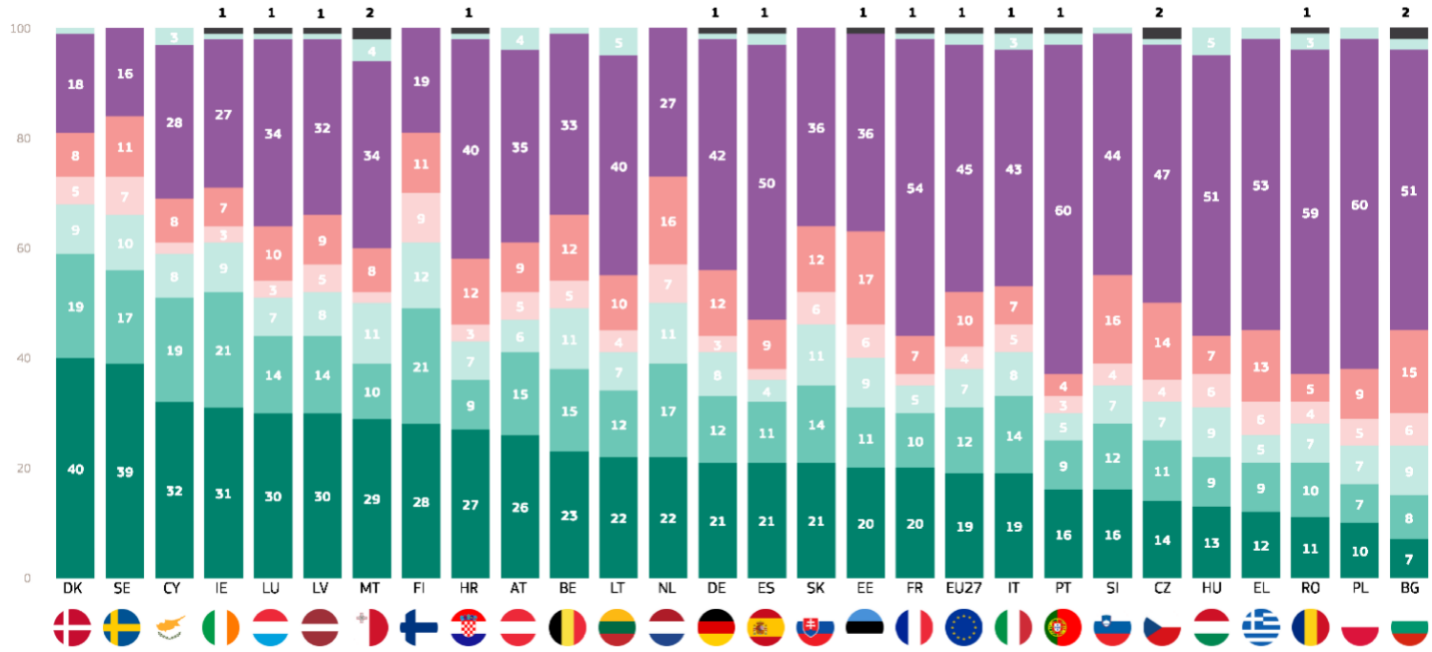
QE3.1 Könnten Sie sagen, in welchem Umfang Sie...? Fernsehen auf einem Fernsehgerät (% – EU)

	Täglich/fast täglich	Zwei- oder dreimal pro Woche	Etwa einmal pro Woche	Zwei- oder dreimal im Monat	Seltener	Nie	Kein Zugang zu diesem Medium (SPONTANEOUS)	Ich weiß nicht	Insgesamt mindestens einmal pro Woche
EU-27	74	11	4	2	3	6	0	0	89
Geschlecht									
Mann	73	12	4	2	3	6	0	0	89
Frau	76	11	4	1	3	5	0	0	91
Alter									
15-24	45	20	9	4	9	12	0	1	74
25-39	64	14	5	2	5	10	0	0	83
40-54	75	13	3	2	3	4	0	0	91
55 +	88	6	2	1	1	2	0	0	96
Bildung (Ende)									
15—	91	6	1	0	1	1	0	0	98
16-19	81	9	3	1	2	4	0	0	93
20+	69	13	5	2	4	7	0	0	87
Studieren noch	43	19	9	4	11	14	0	0	71
Sozio-professionelle Kategorie									
Selbstständige	72	14	5	1	3	5	0	0	91
Führungskräfte	65	16	4	3	5	7	0	0	85
Andere weiße Kragen	72	12	5	2	3	5	0	1	89
Handwerkliche Mitarbeiter	77	12	4	1	2	4	0	0	93
Hauspersonen	84	8	1	1	2	4	0	0	93
Arbeitslose	69	9	4	1	6	11	0	0	82
Rentner	90	5	1	1	1	2	0	0	96
Studenten	43	19	9	4	11	14	0	0	71
Schwierigkeiten beim Bezahlen von Rechnungen									
Die meiste Zeit	73	11	4	1	4	7	0	0	88
Von Zeit zu Zeit	76	11	4	1	3	5	0	0	91
Fast nie/nie	74	11	4	2	3	6	0	0	89
Betrachten Sie die Zugehörigkeit zu									
Die Arbeiterklasse	81	8	3	1	2	5	0	0	92
Die untere Mittelschicht	76	9	4	2	4	5	0	0	89
Die Mittelschicht	73	13	4	2	3	5	0	0	90
Die obere Mittelschicht	62	15	7	3	6	7	0	0	84
Die Oberschicht	71	15	1	4	1	7	0	1	87
Bild der EU									
Positiv	73	12	4	1	4	6	0	0	89
Neutral	75	12	4	2	3	4	0	0	91
Negativ	74	9	4	2	3	8	0	0	87

Fast jeder Fünfte (19 %, + 1 Prozentpunkte seit Winter 2022-2023) Fernsehen im Internet täglich oder fast täglich. Dieser Anteil der Befragten ist in den 27 EU-Mitgliedstaaten sehr unterschiedlich, wobei die höchsten Anteile in Dänemark (40 %), Schweden (39 %) und Zypern (32 %) und den niedrigsten Anteilen in Bulgarien (7 %), Polen (10 %) und Rumänien (11 %) zu verzeichnen sind.

In 12 EU-Mitgliedstaaten sagen die Befragten eher, dass sie täglich oder fast täglich im Internet fernsehen als im Winter 2022-2023. Der größte Anstieg dieses Anteils ist in Portugal (16 %, + 5 Prozentpunkte), Estland (20 %, + 4 Prozentpunkte) und Spanien (21 %, + 4 Prozentpunkte) zu verzeichnen. Diese Zahl ist in weiteren 12 Ländern zurückgegangen, insbesondere in Malta (29 %, -13 Prozentpunkte), Luxemburg (30 %, -7 Prozentpunkte), Lettland (30 %, -5 Prozentpunkte) und Rumänien (11 %, -5 Prozentpunkte). Dänemark (40 %), Finnland (28 %) und Tschechien (14 %).

QE3.2. Können Sie sagen, in welchem Umfang Sie...? —Fernsehen über „le Internet“ (96)



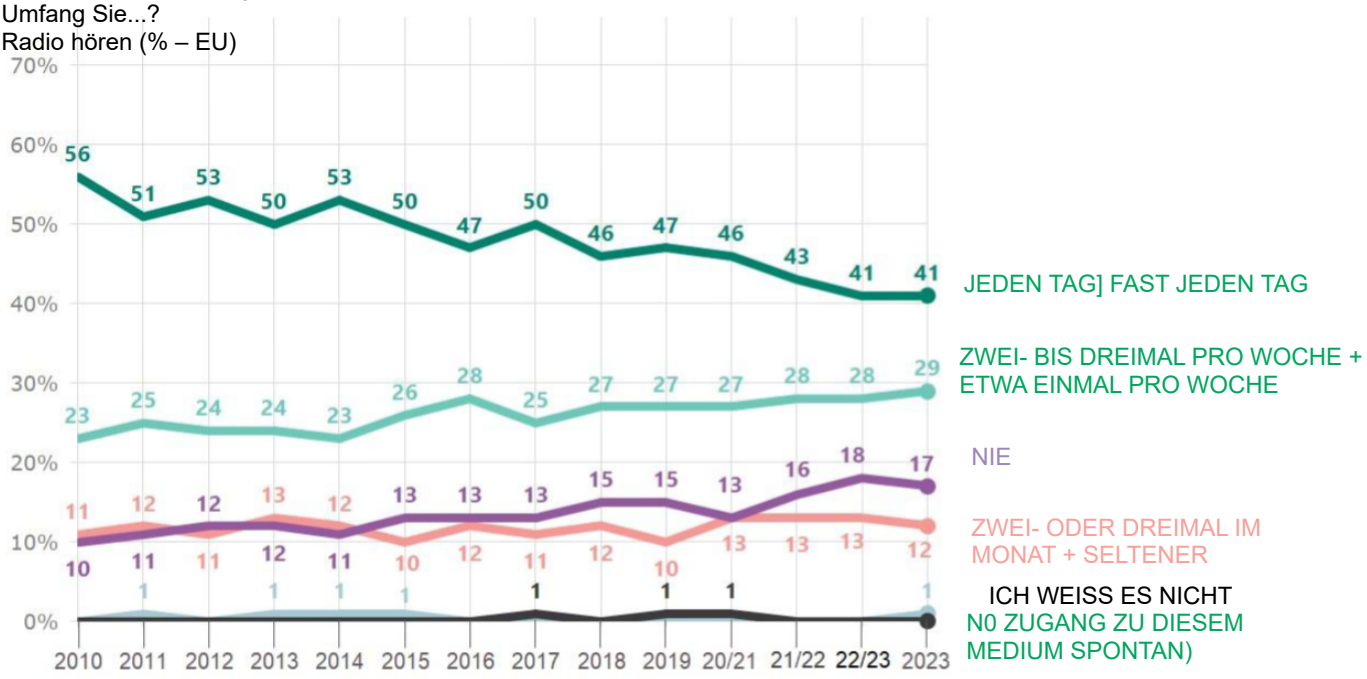
Die soziodemografische Analyse zeigt, dass jüngere Befragten und diejenigen, die länger in Vollzeitbildung geblieben sind, eher tägliche oder fast tägliche Fernsehzuschauer im Internet sind. Insbesondere 29 % der 15- bis 24-Jährigen schauen täglich oder fast täglich im Internet fern, verglichen mit 11 % der Personen im Alter von 55 Jahren oder älter. Ähnlich sehen fast ein Viertel (24 %) derjenigen, die eine Vollzeitausbildung im Alter von 20 Jahren oder älter beendet haben, täglich oder fast täglich im Internet fern, verglichen mit weniger als einem von zehn (7 %), die die Bildung im Alter von 15 Jahren oder jünger verlassen haben.

QE3.2 Könnten Sie sagen, in welchem Umfang Sie...? Fernsehen über das Internet (% – EU)

	Täglich/fast täglich	Zwei- oder dreimal pro Woche	Etwa einmal pro Woche	Zwei- oder dreimal im Monat	Seltener	Nie	Kein Zugang zu diesem Medium (SPONTANEOUS)	Ich weiß nicht	Insgesamt mindestens einmal pro Woche
EU-27	19	12	7	4	10	45	2	1	38
Geschlecht									
Mann	21	13	8	4	10	42	1	1	42
Frau	18	11	6	4	9	49	2	1	35
Alter									
15-24	29	18	11	5	10	26	0	1	58
25-39	26	16	9	5	13	30	1	0	51
40-54	22	14	8	5	10	40	1	0	44
55 +	11	6	5	3	7	64	3	1	22
Bildung (Ende)									
15—	7	3	4	1	5	74	5	1	14
16-19	16	10	6	4	10	51	2	1	32
20+	24	16	9	5	11	34	1	0	49
Studieren noch	32	18	12	5	11	21	0	1	62
Sozio-professionelle Kategorie									
Selbstständige	24	15	8	5	11	36	1	0	47
Führungskräfte	25	19	8	6	12	29	1	0	52
Andere weiße Kragen	22	15	9	6	12	35	1	0	46
Handwerkliche Mitarbeiter	20	12	8	4	9	45	2	0	40
Hauspersonen	14	8	5	3	7	60	2	1	27
Arbeitslose	21	9	6	3	10	49	1	1	36
Rentner	9	5	4	2	7	69	3	1	18
Studenten	32	18	12	5	11	21	0	1	62
Schwierigkeiten beim Bezahlen von Rechnungen									
Die meiste Zeit	16	8	6	3	10	53	2	2	30
Von Zeit zu Zeit	19	12	8	4	9	46	1	1	39
Fast nie/nie	20	12	7	4	10	44	2	1	39
Betrachten Sie die Zugehörigkeit zu									
Die Arbeiterklasse	14	7	5	3	7	61	2	1	26
Die untere Mittelschicht	18	10	7	4	11	48	1	1	35
Die Mittelschicht	21	14	8	4	10	40	2	1	43
Die obere Mittelschicht	25	17	10	6	11	30	0	1	52
Die Oberschicht	18	12	9	4	9	45	2	1	39
Bild der EU									
Positiv	22	14	8	5	9	40	1	1	44
Neutral	17	11	7	4	10	48	2	1	35
Negativ	18	9	7	2	10	51	2	1	34

Das regelmäßige Hören von Radiosendern ist seit dem Standard-Eurobarometer vom Winter 2022-2023 weitgehend stabil geblieben. Sieben von zehn Befragten hören mindestens einmal pro Woche Radio (+ 1 Prozentpunkt), davon 41 % (keine Änderung), die dies täglich oder fast täglich tun. Etwa jeder Sechste sagt, dass sie nie Radio hören (17 %, -1 pp).

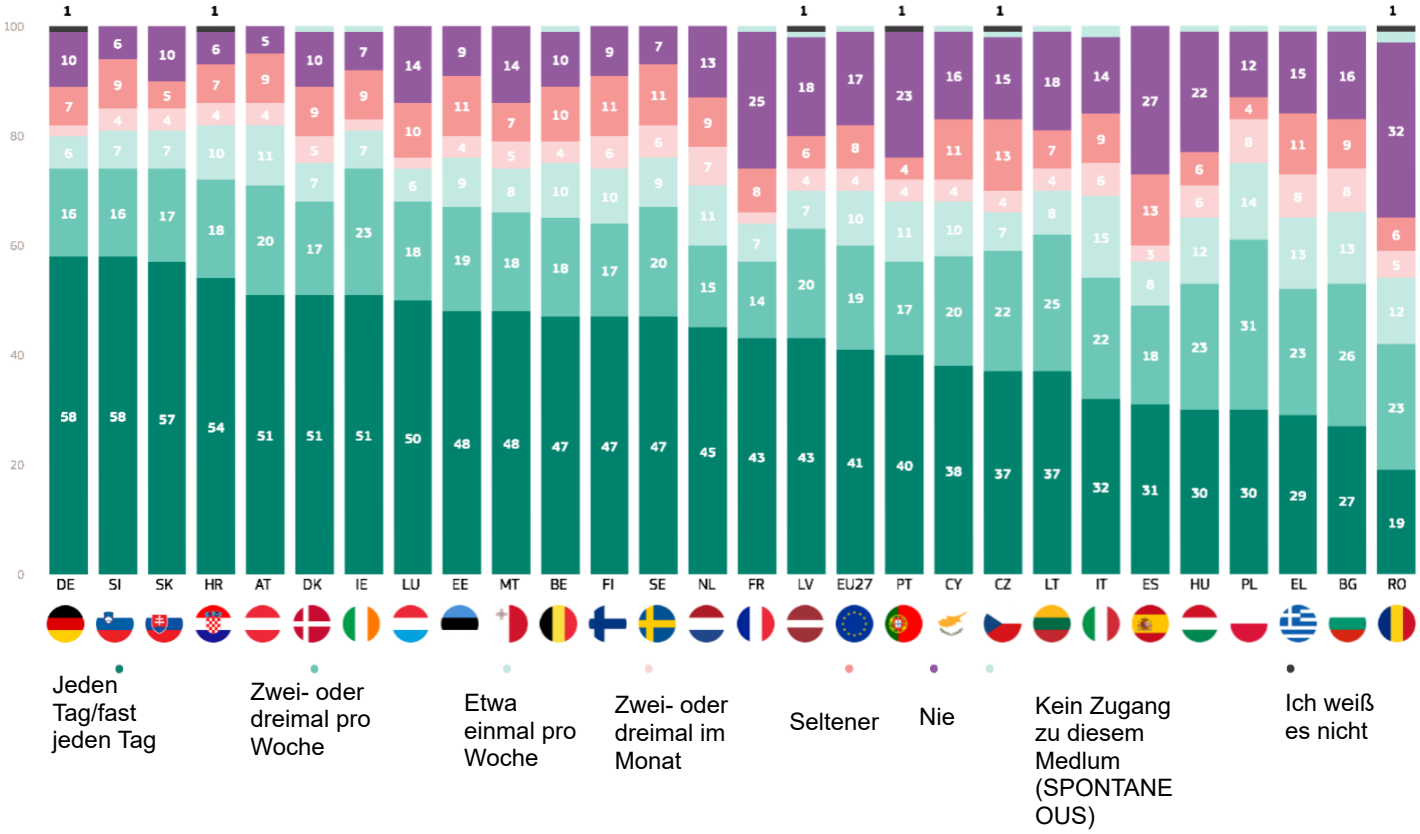
QE3.3 Könnten Sie sagen, in welchem Umfang Sie...?
Radio hören (% – EU)



Der Anteil der Befragten, die täglich oder fast täglich Radio hören, reicht von 58 % in Deutschland und Slowenien und 57 % in der Slowakei bis zu weniger als drei von zehn in Rumänien (19 %), Bulgarien (27 %) und Griechenland (29 %).

In 14 EU-Mitgliedstaaten ist der Anteil der Befragten, die täglich oder fast täglich Radio hören, im Vergleich zum Winter 2022-2023 zurückgegangen. Die stärksten Rückgänge sind in Zypern (38 %, -7 Prozentpunkte), Lettland (43 %, -6 Prozentpunkte) und Ungarn (30 %, -6 Prozentpunkte) zu beobachten. Das Hören von Radiosendern ist in acht Ländern gestiegen, insbesondere in Kroatien (54 %, + 6 Prozentpunkte) und in Deutschland (58 %, + 4 Prozentpunkte) und ist in fünf Ländern stabil geblieben: Slowenien (58 %), die Slowakei (57 %), Österreich (51 %), Luxemburg (50 %) und Frankreich (43 %).

QE3.3. Können Sie sagen, in welchem Ausmaß Sie..? Radio hören
(%)



Jeden Tag/fast jeden Tag

Zwei- oder dreimal pro Woche

Etwa einmal pro Woche

Zwei- oder dreimal im Monat

Seltener

Nie

Kein Zugang zu diesem Medlum (SPONTANE OUS)

Ich weiß es nicht

Das tägliche oder fast tägliche Hören des Radios ist bei Männern höher (44 %) als bei Frauen (38 %). Dieser Anteil steigt auch, wenn das Alter der Befragten ansteigt, wobei fast die Hälfte (48 %) unter den Personen im Alter von 55 oder mehr täglich oder fast täglich Radio hören, verglichen mit zwei von zehn Personen im Alter von 15-24 Jahren. Es gibt auch Unterschiede in Bezug auf das Bildungsniveau, wobei diejenigen, die eine Vollzeitausbildung im Alter von 16 Jahren oder älter (44-45 %) abgeschlossen haben, wahrscheinlicher sind als diejenigen, die im Alter von 15 oder jünger (37 %) dies verlassen haben. Schließlich beträgt der Anteil der Befragten, die täglich oder fast täglich Radio hören, 45 % unter den Befragten, die nie oder fast nie Schwierigkeiten haben, Rechnungen zu bezahlen, verglichen mit 33-36 % bei denjenigen, die von Zeit zu Zeit Schwierigkeiten haben.

QE3.3 Könnten Sie sagen, in welchem Umfang Sie...? Radio hören (% – EU)

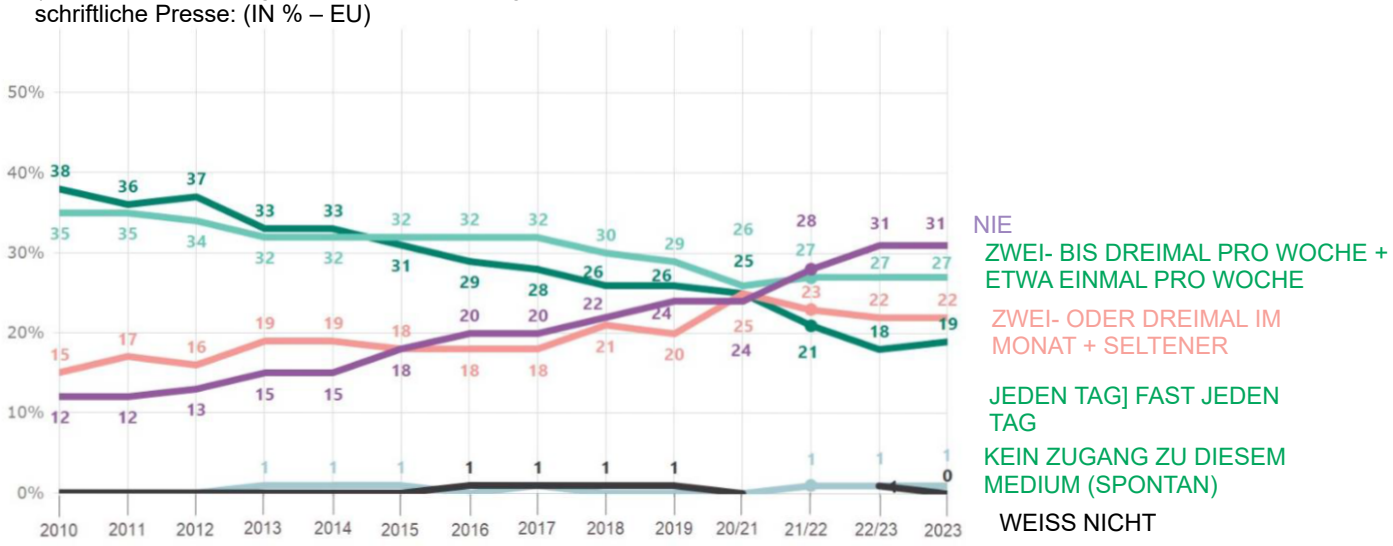
	Täglich/fast täglich	Zwei- oder dreimal pro Woche	Etwa einmal pro Woche	Zwei- oder dreimal im Monat	Seltener	Nie	Kein Zugang zu diesem Medium (SPONTANEOUS)	Ich weiß nicht	Insgesamt mindestens einmal pro Woche
EU-27	41	19	10	4	8	17	1	0	70
Geschlecht									
Mann	44	19	11	4	8	14	0	0	74
Frau	38	19	9	5	9	19	1	0	66
Alter									
15-24	20	16	13	8	15	27	1	0	49
25-39	37	21	11	5	10	16	0	0	69
40-54	44	21	11	4	7	12	1	0	76
55 +	48	18	7	3	7	16	1	0	73
Bildung (Ende)									
15—	37	16	8	4	8	24	2	1	61
16-19	44	20	9	4	7	16	0	0	73
20+	45	21	10	4	8	12	0	0	76
Studieren noch	20	15	15	8	17	24	0	1	50
Sozio-professionelle Kategorie									
Selbstständige	50	21	9	4	6	10	0	0	80
Führungskräfte	47	23	10	4	7	9	0	0	80
Andere weiße Kragen	41	22	11	5	9	12	0	0	74
Handwerkliche Mitarbeiter	41	20	10	4	7	17	1	0	71
Hauspersonen	31	16	10	6	10	25	2	0	57
Arbeitslose	29	15	10	5	14	26	1	0	54
Rentner	47	18	7	3	6	18	1	0	72
Studenten	20	15	15	8	17	24	0	1	50
Schwierigkeiten beim Bezahlen von Rechnungen									
Die meiste Zeit	36	16	9	4	10	23	1	1	61
Von Zeit zu Zeit	33	21	13	5	9	18	1	0	67
Fast nie/nie	45	19	8	4	8	15	1	0	72
Betrachten Sie die Zugehörigkeit zu									
Die Arbeiterklasse	36	18	9	4	8	24	1	0	63
Die untere Mittelschicht	39	20	9	4	10	17	1	0	68
Die Mittelschicht	43	20	10	4	8	14	1	0	73
Die obere Mittelschicht	46	18	11	5	9	11	0	0	75
Die Oberschicht	38	31	10	5	3	10	2	1	79
Bild der EU									
Positiv	42	20	10	5	8	15	0	0	72

Neutral	39	19	10	4	9	18	1	0	68
Negativ	41	18	9	3	9	19	1	0	68

Der Anteil, der die Presse täglich oder fast täglich liest, ist seit dem Winter 2022-2023 weitgehend stabil geblieben (+ 1 Prozentpunkte). Der langfristige Trend des täglichen Konsums der schriftlichen Presse ist jedoch von einem stetigen Rückgang von 38 % im Herbst 2010 auf 19 % in der aktuellen Umfrage.

Der Anteil derjenigen, die die Presse nie gelesen haben, ist wieder auf dem höchsten Niveau, das jemals in einer Standard-Eurobarometer-Umfrage verzeichnet wurde (31 %, keine Veränderung seit Winter 2022-2023).

(13.5 Könnten Sie sagen, in welchem Umfang Sie...? Lesen Sie die schriftliche Presse: (IN % – EU)

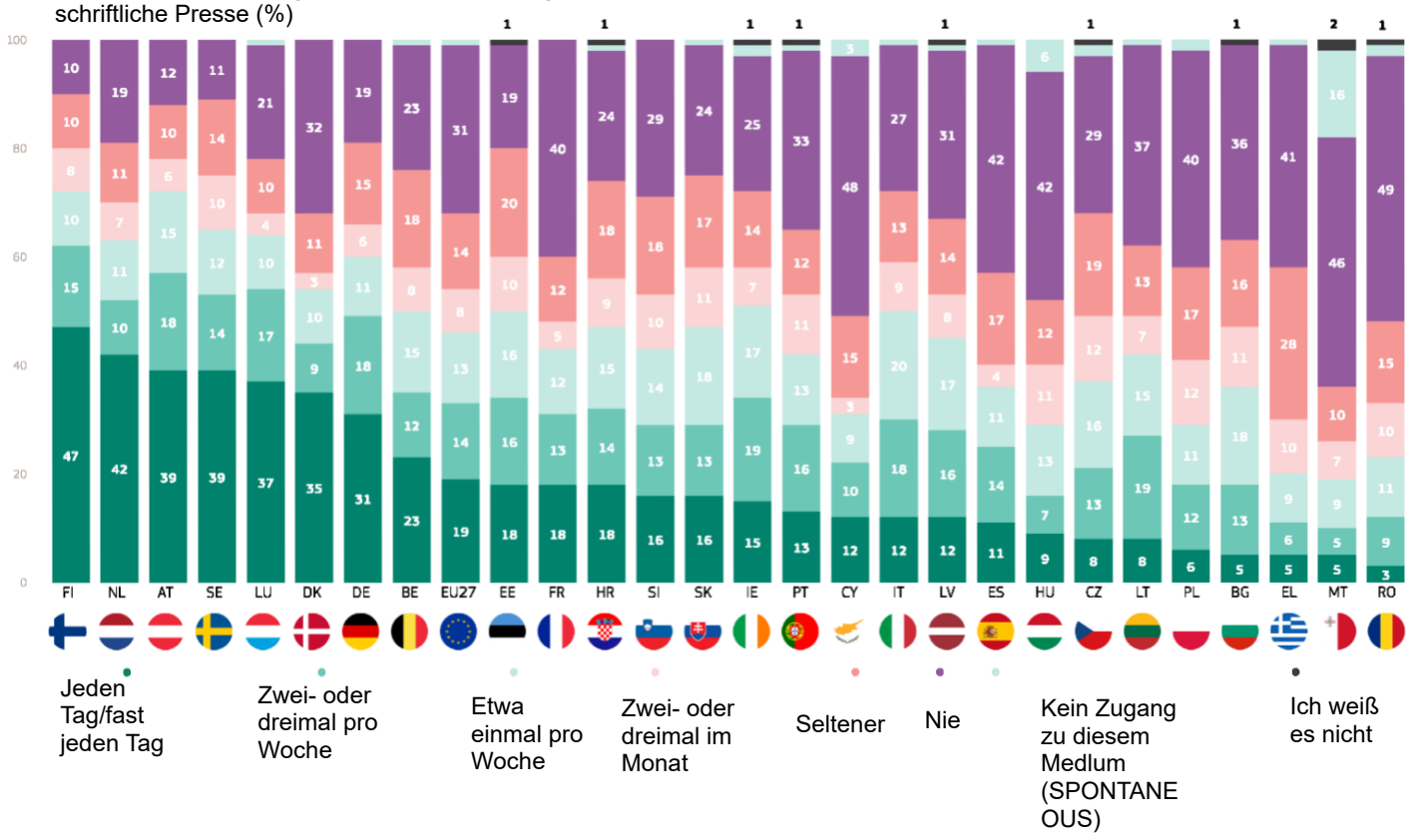


In den EU-Mitgliedstaaten gibt es große Unterschiede beim täglichen Verbrauch schriftlicher Presse. Rund vier von zehn Befragten oder mehr sagen, dass sie täglich oder fast täglich in Finnland (47 %), den Niederlanden (42 %) und Österreich und Schweden (beide 39 %) lesen, während dieser Anteil in Rumänien (3 %) und in Bulgarien, Griechenland und Malta (alle 5 %) auf einen von zwanzig oder weniger fällt.

Die tägliche oder fast tägliche Lektüre der schriftlichen Presse ist in 14 EU-Mitgliedstaaten seit dem Winter 2022-2023 zurückgegangen.

Ein besonders starker Rückgang ist in Malta (5 %, – 21 Prozentpunkte) zu beobachten, während in Schweden (39 %) und Belgien (23 %) ein Rückgang um fünf Prozentpunkte zu verzeichnen ist. Dagegen ist dieser Anteil der Befragten in acht Ländern um drei Prozentpunkte oder weniger gestiegen, vor allem in Dänemark (35 %, + 3 Prozentpunkte), Deutschland (31 %, + 3 Prozentpunkte) und Portugal (13 %, + 3 Prozentpunkte). Diese Zahl ist in Estland (18 %), der Slowakei (16 %) in Tschechien (8 %), Litauen (8 %) und Griechenland (5 %) unverändert geblieben.

QE3.5. Können Sie sagen, in welchem Umfang Sie...? Lesen Sie die schriftliche Presse (%)



Die soziodemografische Analyse zeigt, dass ältere Befragten und diejenigen, die länger in Vollzeitausbildung geblieben sind, am ehesten täglich oder fast täglich die schriftliche Presse lesen. Konkret sagen 28 % der Personen im Alter von 55 Jahren oder älter (im Vergleich zu 6 % der 15- bis 24-Jährigen) und 25 % derjenigen, die eine Vollzeitausbildung im Alter von 20 Jahren oder älter abgeschlossen haben (im Vergleich zu 17-18 % derjenigen, die früher gegangen sind) dies zu tun.

Selbständige und Führungskräfte (beide 23 %) sind am ehesten täglich oder fast täglich Leser der schriftlichen Presse (im Vergleich zu 11 % der Arbeitslosen), ebenso wie diejenigen, die nie oder fast nie Schwierigkeiten haben, ihre Rechnungen zu bezahlen (23 %, verglichen mit 11 % derjenigen, die häufiger Schwierigkeiten haben). In ähnlicher Weise gibt es auch einen Unterschied in der sozialen Klasse, wobei diejenigen, die sich der Oberschicht (33 %) oder der oberen Mittelschicht (32 %) der Gesellschaft angehörten, häufiger täglich oder fast täglich die schriftliche Presse lesen als diejenigen, die sich der Arbeiterklasse (12 %) angehörten.

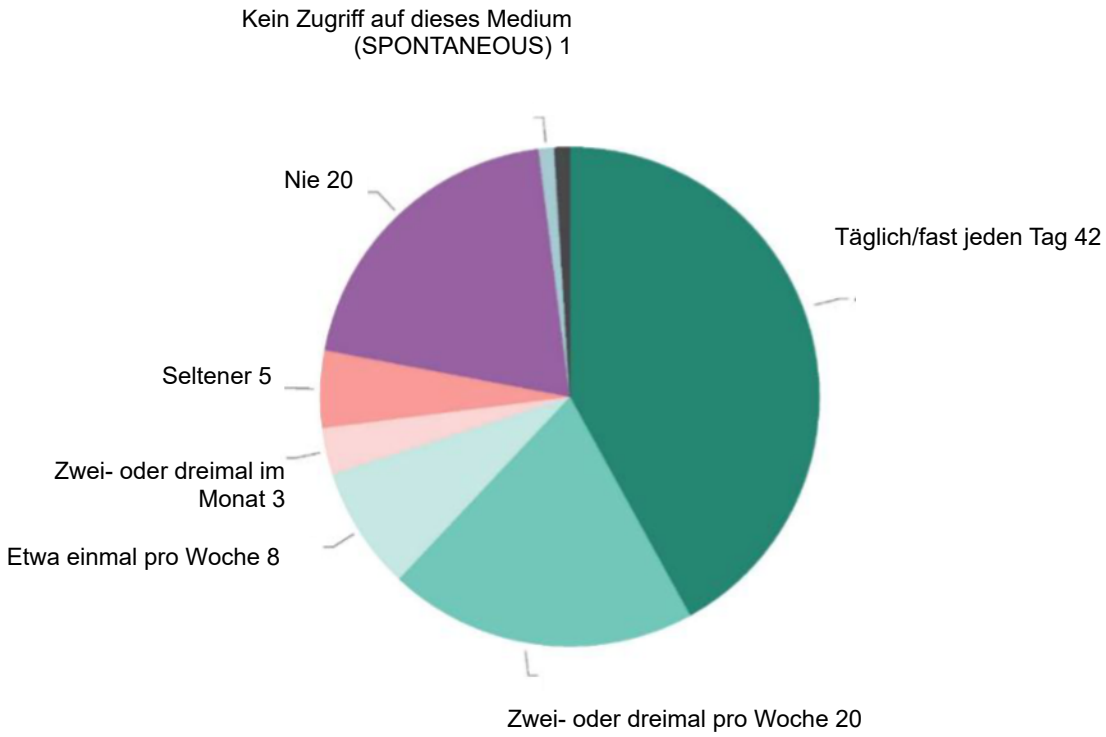
QE3.5 Könnten Sie sagen, in welchem Umfang Sie...? Lesen Sie die schriftliche Presse (% – EU)

	Täglich/fast täglich	Zwei- oder dreimal pro Woche	Etwa einmal pro Woche	Zwei- oder dreimal im Monat	Seltener	Nie	Kein Zugang zu diesem Medium (SPONTANEOUS)	Ich weiß nicht	Insgesamt mindestens einmal pro Woche
EU-27	19	14	13	8	14	31	1	0	46
Geschlecht									
Mann	20	15	14	8	14	28	1	0	49
Frau	17	14	13	7	15	33	1	0	44
Alter									
15-24	6	9	11	9	20	43	1	1	26
25-39	12	14	14	9	19	31	1	0	40
40-54	15	16	15	9	16	28	1	0	46
55 +	28	15	12	5	9	29	1	1	55
Bildung (Ende)									
15—	18	12	12	6	10	39	2	1	42
16-19	17	16	14	7	13	32	1	0	47
20+	25	15	13	8	15	24	0	0	53
Studieren noch	6	10	11	9	24	38	1	1	27
Sozio-professionelle Kategorie									
Selbstständige	23	15	16	7	14	25	0	0	54
Führungskräfte	23	17	15	8	15	22	0	0	55
Andere weiße Kragen	15	16	15	10	16	27	0	1	46
Handwerkliche Mitarbeiter	12	15	13	8	16	35	1	0	40
Hauspersonen	13	10	12	7	12	44	2	0	35
Arbeitslose	11	9	11	9	16	43	0	1	31
Rentner	31	14	11	5	9	28	1	1	56
Studenten	6	10	11	9	24	38	1	1	27
Schwierigkeiten beim Bezahlen von Rechnungen									
Die meiste Zeit	11	15	12	7	15	38	1	1	38
Von Zeit zu Zeit	11	14	15	8	17	33	1	1	40
Fast nie/nie	23	14	12	7	14	29	1	0	49
Betrachten Sie die Zugehörigkeit zu									
Die Arbeiterklasse	12	12	13	7	13	41	1	1	37
Die untere Mittelschicht	15	14	13	9	15	33	1	0	42
Die Mittelschicht	21	15	14	7	15	27	1	0	50
Die obere Mittelschicht	32	16	11	7	14	20	0	0	59
Die Oberschicht	33	18	8	12	13	14	1	1	59
Bild der EU									

Positiv	21	15	14	8	15	27	0	0	50
Neutral	15	15	13	8	14	33	2	0	43
Negativ	18	13	11	7	14	35	1	1	42

Sieben von zehn europäischen Bürgern (keine Veränderung seit Winter 2022-2023) lesen mindestens einmal wöchentlich Nachrichten im Internet, 42 % (-2 Prozentpunkte) sagen, dass sie dies täglich oder fast täglich tun. Jeder fünfte (-1 pp) liest die Nachrichten nie im Internet.

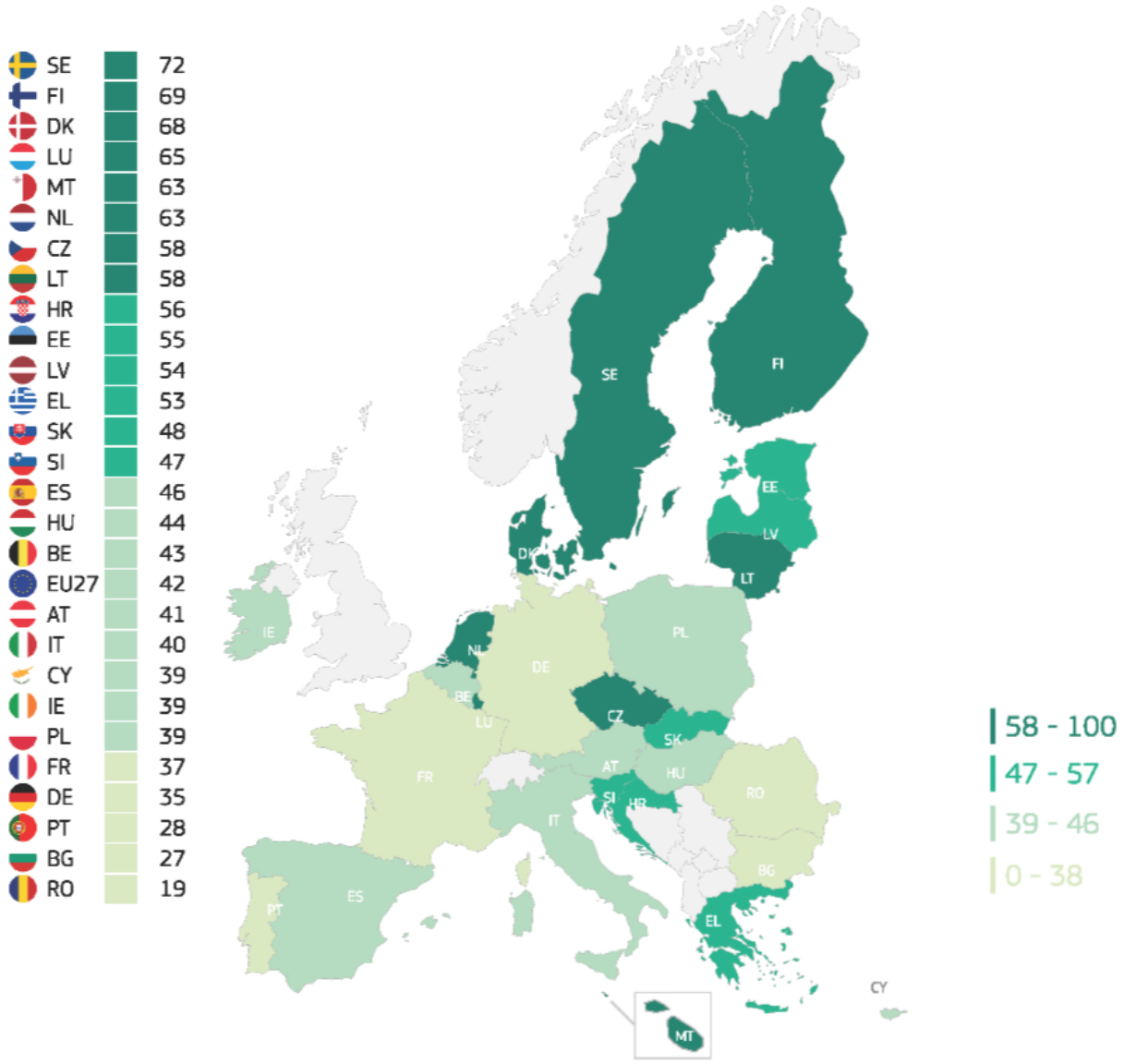
QE3.6. Können Sie sagen, in welchem Umfang Sie...? Lesen Sie die Nachrichten im Internet (EU27)(%)



Der Anteil der Befragten, die täglich oder fast täglich Nachrichten im Internet lesen, variiert in den EU-Mitgliedstaaten erheblich, von mehr als zwei Dritteln in Schweden (72 %), Finnland (69 %) und Dänemark (68 %) bis zu weniger als drei von zehn in Rumänien (19 %), Bulgarien (27 %) und Portugal (28 %).

In neun Ländern gibt mindestens jedes Fünfte an, dass sie nie Nachrichten im Internet lesen, vor allem in Portugal (35 %), Rumänien (34 %) und Frankreich (26 %). In 16 Ländern sind die Befragten weniger wahrscheinlich als im Winter 2022-2023, täglich oder fast täglich Nachrichten im Internet zu lesen, wobei die größten Rückgänge in Rumänien (19 %, -12 Prozentpunkte), Bulgarien (27 %, -8 Prozentpunkte), den Niederlanden (63 %, -7 Prozentpunkte), Lettland (54 %, -7 Prozentpunkte) und Zypern (39 %, -7 Prozentpunkte) verzeichnet wurden. Umgekehrt ist diese Zahl in neun Ländern gestiegen, aber nur in der Slowakei (48 %, + 4 Prozentpunkte), Österreich (41 %, + 4 Prozentpunkte) und Luxemburg (65 %, + 3 Prozentpunkte) ist dieser Anteil um mindestens drei Prozentpunkte gestiegen. In Finnland (69 %) und Spanien (46 %) gab es keine Veränderung.

QE3.6. Können Sie sagen, in welchem Umfang Sie...? Lesen Sie die Nachrichten im Internet -
Täglich/fast täglich (%)



Männer (47 %) sagen häufiger als Frauen (37 %), dass sie täglich oder fast täglich Nachrichten im Internet lesen. Über Altersgruppen hinweg ist dieser Anteil bei älteren Befragten im Alter von 55 Jahren oder darüber (30 %) am niedrigsten, verglichen mit 47-52 % bei jüngeren Befragten. Je länger die Befragten in Vollzeitausbildung geblieben sind, desto wahrscheinlicher ist es, dass sie täglich oder fast täglich Nachrichten im Internet lesen, wobei 58 % derjenigen, die im Alter von 20 oder älter abgeschlossen sind, dies tun, verglichen mit 16 % derjenigen, die im Alter von 15 Jahren oder jünger gegangen sind.

Führungskräfte (59 %) und Selbständige (54 %) lesen am ehesten täglich oder fast täglich Nachrichten im Internet, insbesondere im Vergleich zu Hauspersonen (30 %). Befragten, die nie oder fast nie Schwierigkeiten haben, ihre Rechnungen zu bezahlen, sind am ehesten täglich oder fast täglich Nachrichten im Internet zu lesen (45 %, verglichen mit 35 % derjenigen, die häufiger Schwierigkeiten haben), ebenso diejenigen, die sich als Teil der oberen oder oberen Mittelschicht der Gesellschaft betrachten (60-62 %, verglichen mit 31 % derjenigen, die sich als zur Arbeiterklasse gehören).

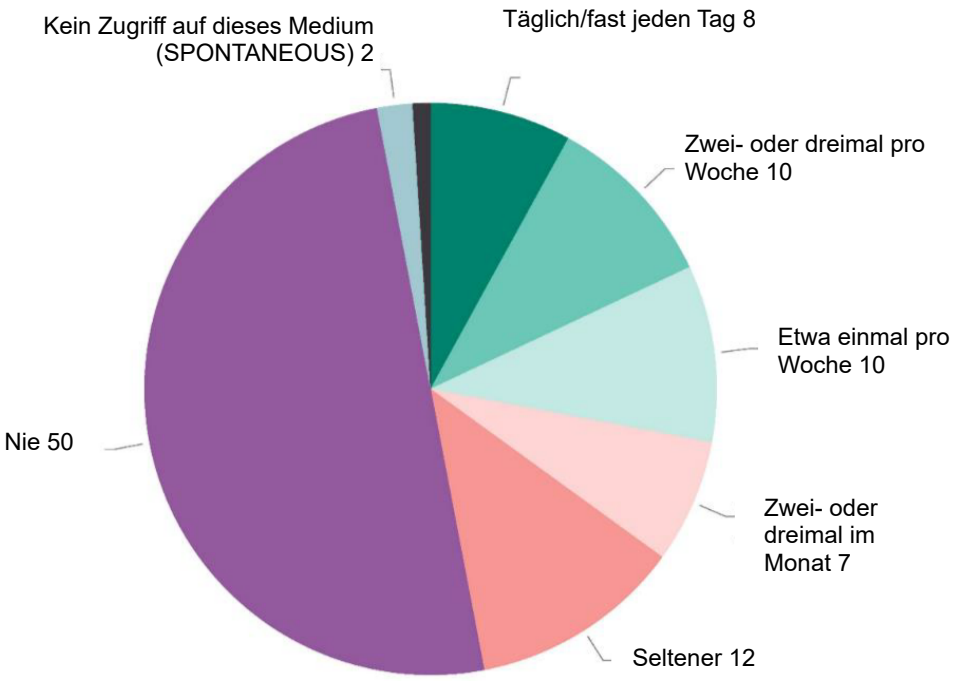
QE3.6 Könnten Sie sagen, in welchem Umfang Sie...? Lesen Sie die Nachrichten im Internet (% – EU)

	Täglich/fast täglich	Zwei- oder dreimal pro Woche	Etwa einmal pro Woche	Zwei- oder dreimal im Monat	Seltener	Nie	Kein Zugang zu diesem Medium (SPONTANEOUS)	Ich weiß nicht	Insgesamt mindestens einmal pro Woche
EU-27	42	20	8	3	5	20	1	1	70
Geschlecht									
Mann	47	19	8	3	5	17	1	0	74
Frau	37	20	9	3	5	24	1	1	66
Alter									
15-24	47	23	13	4	5	7	0	1	83
25-39	52	23	9	3	5	8	0	0	84
40-54	49	22	9	3	5	12	0	0	80
55 +	30	15	6	3	6	37	2	1	51
Bildung (Ende)									
15—	16	13	5	2	5	53	5	1	34
16-19	35	23	9	4	6	22	1	0	67
20+	58	18	8	2	4	10	0	0	84
Studieren noch	51	24	11	4	5	5	0	0	86
Sozio-professionelle Kategorie									
Selbstständige	54	21	7	3	5	10	0	0	82
Führungskräfte	59	20	8	3	4	6	0	0	87
Andere weiße Kragen	48	24	10	4	5	9	0	0	82
Handwerkliche Mitarbeiter	40	24	10	4	6	15	1	0	74
Hauspersonen	30	18	9	3	6	31	2	1	57
Arbeitslose	44	17	9	2	6	21	1	0	70
Rentner	25	13	6	2	5	45	3	1	44
Studenten	51	24	11	4	5	5	0	0	86
Schwierigkeiten beim Bezahlen von Rechnungen									
Die meiste Zeit	35	17	7	3	6	29	2	1	59
Von Zeit zu Zeit	35	23	10	4	5	21	1	1	68
Fast nie/nie	45	19	8	3	5	19	1	0	72
Betrachten Sie die Zugehörigkeit zu									
Die Arbeiterklasse	31	17	8	3	5	33	2	1	56
Die untere Mittelschicht	37	21	9	3	5	24	1	0	67
Die Mittelschicht	44	21	9	3	6	16	1	0	74
Die obere Mittelschicht	60	16	9	3	4	8	0	0	85
Die Oberschicht	62	19	7	2	2	6	0	2	88
Bild der EU									

Positiv	48	20	8	3	4	16	1	0	76
Neutral	35	20	9	4	6	24	1	1	64
Negativ	40	19	8	2	5	24	1	1	67

Das regelmäßige Hören von Podcasts nimmt zu, wobei dieser Anteil nun 28 % (+ 2 Prozentpunkte seit Winter 2022-2023 und + 6 Prozentpunkte seit Winter 2021-2022) erreicht, darunter fast jeder Zehnte (8 %, keine Veränderung seit Winter 2022-2023), die sie täglich oder fast täglich hören. Allerdings hört die Hälfte der Befragten (50 %, -3 pp) nie Podcasts.

QE3.4. Können Sie sagen, in welchem Umfang Sie...? Hören Sie podcasls (EU27) an (%)

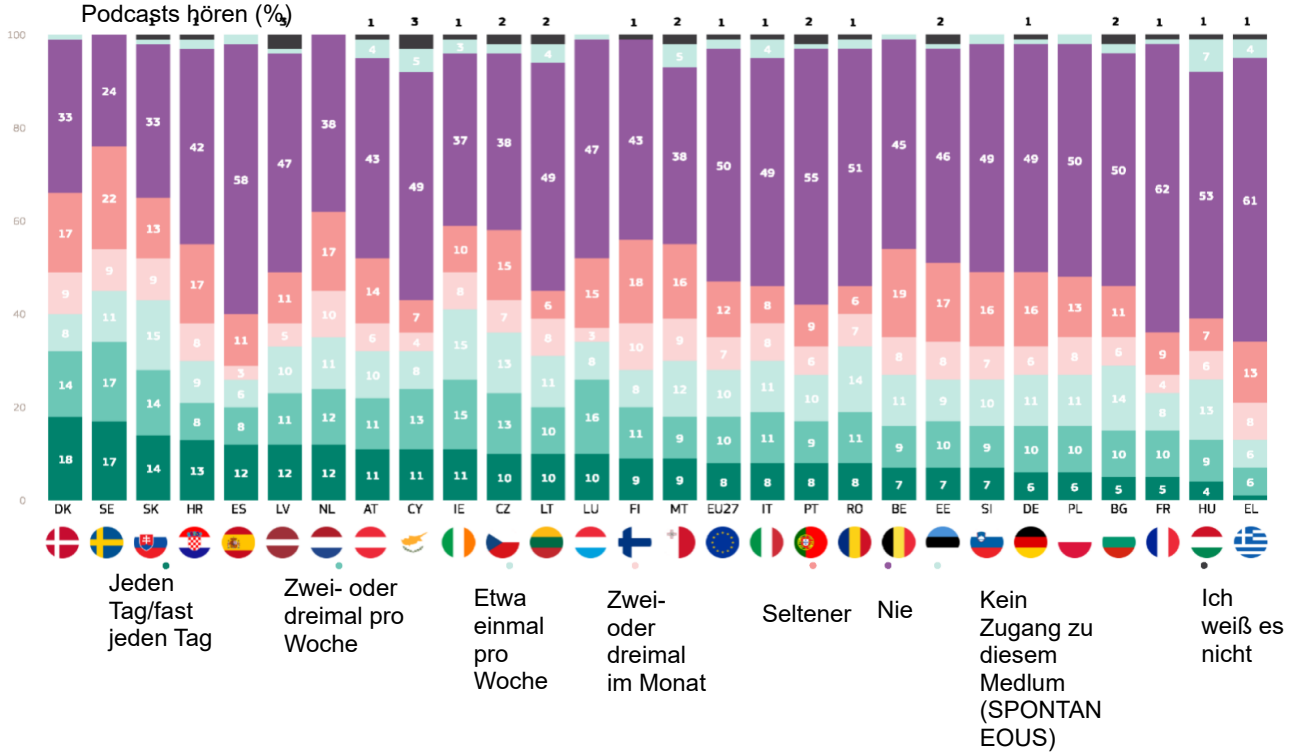


In allen EU-Mitgliedstaaten hören weniger als jeder Fünfte täglich Podcasts oder fast jeden Tag. Die Befragten werden dies am ehesten in Dänemark (18 %), Schweden (17 %) und der Slowakei (14 %) tun. Am anderen Ende des Spektrums hört einer von zwanzig oder weniger Podcasts täglich oder fast täglich in Griechenland (1 %), Ungarn (4 %) und Bulgarien und Frankreich (beide 5 %).

Mindestens die Hälfte der Befragten in acht Ländern gibt an, Podcasts nie zu hören, wobei die höchsten Anteile in Frankreich (62 %), Griechenland (61 %) und Spanien (58 %) zu verzeichnen sind.

Seit dem Winter 2022-2023 gibt es in 16 EU-Mitgliedstaaten einen Rückgang der Anteile, die Podcasts täglich oder fast täglich hören. Wieder einmal ist der größte Rückgang in Malta zu verzeichnen (9 %, -16 Prozentpunkte), während in Irland (11 %, -6 Prozentpunkte) und Ungarn (4 %, -5 Prozentpunkte) ein Rückgang um mindestens fünf Prozentpunkte zu verzeichnen ist. Das tägliche oder fast tägliche Hören von Podcasts hat in sechs Ländern zugenommen, insbesondere in Spanien (12 %, + 5 Prozentpunkte). Diese Zahl ist in fünf Ländern unverändert geblieben: Schweden (17 %), Luxemburg (10 %), Finnland (9 %), Estland (7 %) und Griechenland (1 %).

QE3.4. Können Sie sagen, in welchem Umfang Sie...?
Podcasts hören (%)



Jeden Tag/fast jeden Tag

Zwei- oder dreimal pro Woche

Etwa einmal pro Woche

Zwei- oder dreimal im Monat

Seltener

Nie

Kein Zugang zu diesem Medium (SPONTANEOUS)

Ich weiß es nicht

Es gibt einen deutlichen Altersunterschied zwischen den Befragten, die Podcasts täglich oder fast täglich hören, wobei mehr als jeder zehnte (13-14 %) diese Antwort bei den 15-39-Jährigen gibt, verglichen mit weniger als einem von zwanzig (3 %) unter den 55-Jährigen oder älter. Dieser Anteil ist auch bei denjenigen, die bis zum Alter von 20 Jahren oder älter (10 %) in Vollzeitbildung geblieben sind, am höchsten, verglichen mit denjenigen, die die Ausbildung im Alter von 15 Jahren oder jünger beendet haben (2 %).

Manager (12 %) hören am ehesten Podcasts jeden Tag oder fast täglich, insbesondere im Vergleich zu Hauspersonen (3 %). Schließlich ist das tägliche oder fast tägliche Hören von Podcasts bei denjenigen, die sich als Teil der oberen oder oberen Mittelschicht der Gesellschaft betrachten (11-12 %) höher als bei denen, die sich als Teil der Arbeiterklasse oder der unteren Mittelschicht betrachten (beide 6 %).

QE3.4 Könnten Sie sagen, in welchem Umfang Sie...? Podcasts anhören (% – EU)

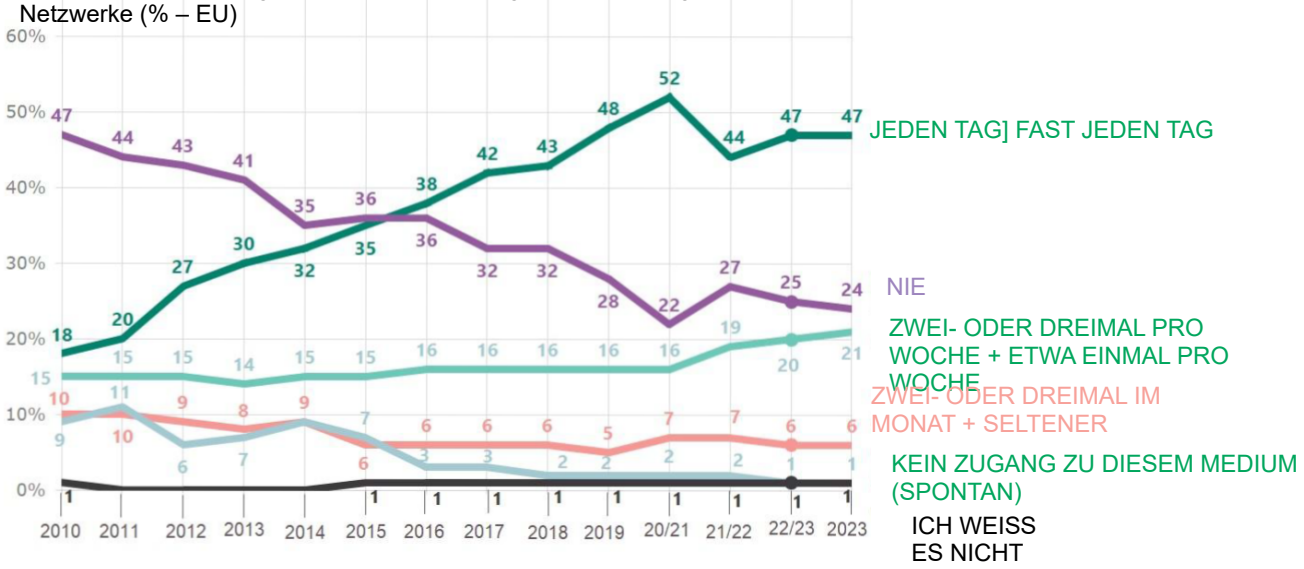
	Täglich/fast täglich	Zwei- oder dreimal pro Woche	Etwa einmal pro Woche	Zwei- oder dreimal im Monat	Seltener	Nie	Kein Zugang zu diesem Medium (SPONTANEOUS)	Ich weiß nicht	Insgesamt mindestens einmal pro Woche
EU-27	8	10	10	7	12	50	2	1	28
Geschlecht									
Mann	9	11	10	7	13	47	2	1	30
Frau	7	10	10	6	11	53	2	1	27
Alter									
15-24	14	18	15	9	13	29	1	1	47
25-39	13	16	14	9	14	33	1	0	43
40-54	7	10	12	8	14	46	2	1	29
55 +	3	5	5	4	9	69	3	2	13
Bildung (Ende)									
15—	2	3	3	1	5	79	5	2	8
16-19	6	8	9	6	11	57	2	1	23
20+	10	14	12	9	16	38	1	0	36
Studieren noch	17	18	16	9	14	25	0	1	51
Sozio-professionelle Kategorie									
Selbstständige	9	14	13	8	14	41	1	0	36
Führungskräfte	12	16	14	11	16	30	1	0	42
Andere weiße Kragen	9	13	14	9	14	39	1	1	36
Handwerkliche Mitarbeiter	7	10	10	6	13	51	2	1	27
Hauspersonen	3	5	9	2	8	68	4	1	17
Arbeitslose	8	7	8	6	12	57	1	1	23
Rentner	2	4	4	2	7	75	4	2	10
Studenten	17	18	16	9	14	25	0	1	51
Schwierigkeiten beim Bezahlen von Rechnungen									
Die meiste Zeit	7	9	8	6	8	57	3	2	24
Von Zeit zu Zeit	7	12	10	6	10	52	2	1	29
Fast nie/nie	8	10	10	7	13	49	2	1	28
Betrachten Sie die Zugehörigkeit zu									
Die Arbeiterklasse	6	6	6	4	8	66	2	2	18
Die untere Mittelschicht	6	10	10	6	12	54	2	0	26
Die Mittelschicht	8	12	11	7	14	45	2	1	31
Die obere Mittelschicht	12	15	14	11	14	33	1	0	41
Die Oberschicht	11	16	15	10	17	29	1	1	42
Bild der EU									
Positiv	9	12	12	8	13	44	1	1	33
Neutral	6	8	9	6	12	55	3	1	23

Negativ	7	9	7	5	10	57	3	2	23

Die tägliche Nutzung sozialer Online-Netzwerke ist seit dem Winter 2022-2023 stabil geblieben (47 %, unverändert). Dieser Anteil sank zwischen Winter 2020-2021 und Winter 2021-2022 (von 52 % auf 44 %), bevor er im Winter 2022-2023 erneut anstieg (47 %). Nichtsdestotrotz deutet das langfristige Muster auf einen stetigen Anstieg der täglichen Nutzung sozialer Online-Netzwerke seit Herbst 2010 (18 %).

Auch der Anteil der Befragten, die soziale Online-Netzwerke mindestens wöchentlich nutzen, ist seit dem Winter 2022-2023 weitgehend stabil geblieben (+ 1 Prozentpunkte) und liegt derzeit bei 68 %, während rund ein Viertel (24 %, -1 Prozentpunkte) sagen, dass sie sie nie nutzen.

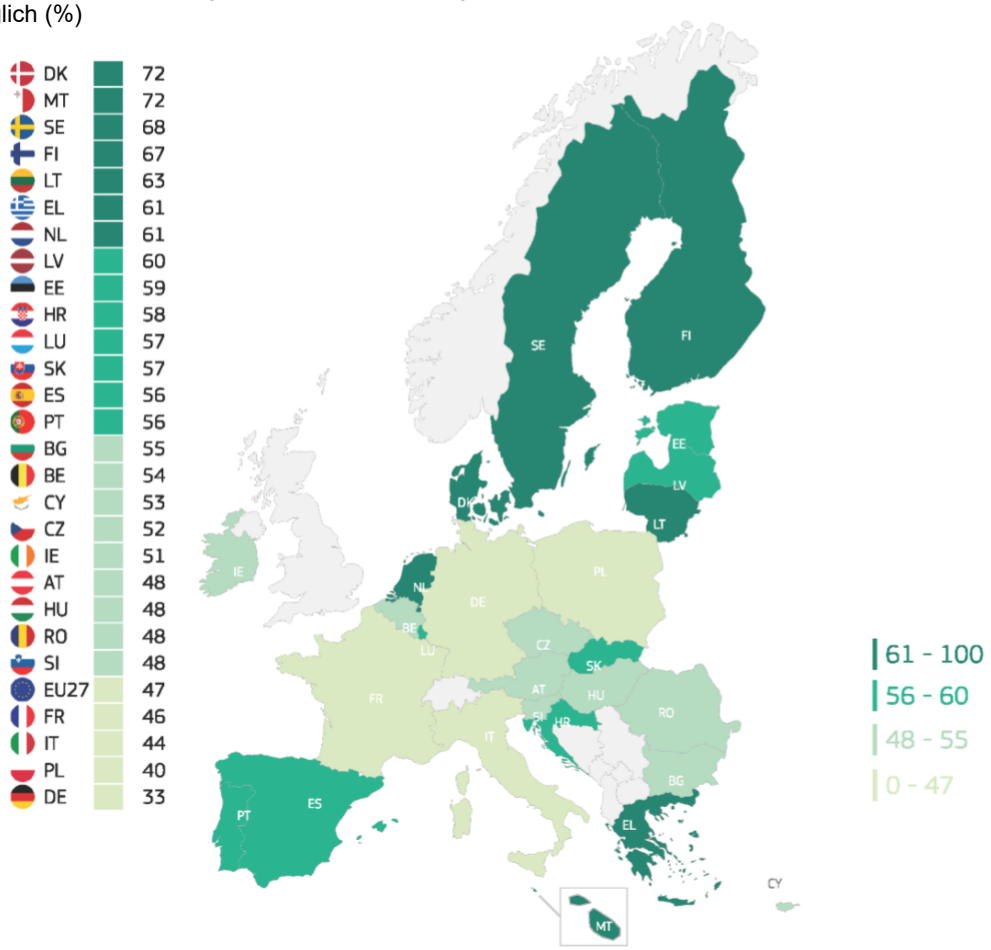
QE3.7 Könnten Sie sagen, in welchem Umfang Sie...? Nutzung sozialer Online-Netzwerke (% – EU)



In 19 Ländern nutzt eine Mehrheit täglich oder fast jeden Tag soziale Online-Netzwerke. Dies gilt insbesondere für die Befragten in Dänemark und Malta (beide 72 %) und Schweden (68 %). Dagegen sagen 33 % in Deutschland, 40 % in Polen und 44 % in Italien, dass sie sie täglich oder fast täglich verwenden. Die tägliche oder fast tägliche Nutzung sozialer Online-Netzwerke ist in 15 EU-Mitgliedstaaten seit dem Winter 2022-2023 gestiegen.

Steigerungen um mindestens fünf Prozentpunkte werden in Österreich (48 %, + 6 Prozentpunkte), Finnland (67 %, + 5 Prozentpunkte) und Luxemburg (57 %, + 5 Prozentpunkte) beobachtet. Am anderen Ende der Skala ist dieser Anteil in 11 Ländern zurückgegangen, insbesondere in Zypern (53 %, -11 Prozentpunkte), Ungarn (48 %, -7 Prozentpunkte) und Polen (40 %, -7 Prozentpunkte). In Italien gab es keine Veränderung (44 %).

QE3.7. Können Sie sagen, in welchem Umfang Sie...? Nutzen Sie soziale Online-Netzwerke – Alltag/Fast täglich (%)



Die soziodemografischen Daten zeigen, dass je jünger die Befragten sind, desto wahrscheinlicher ist es, dass sie täglich oder fast täglich online soziale Netzwerke nutzen. So tun beispielsweise acht von zehn der 15- bis 24-Jährigen dies, verglichen mit einem Viertel der 55-Jährigen oder älter.

Je länger die Befragten in Vollzeit-Bildung geblieben sind, desto wahrscheinlicher sind sie täglich oder fast täglich Nutzer sozialer Online-Netzwerke. 53 % geben diese Antwort unter denjenigen, die eine Vollzeitausbildung im Alter von 20 oder älter beendet haben, verglichen mit 23 % derjenigen, die im Alter von 15 Jahren oder jünger gegangen sind.

Hausbewohner (42 %) sind am wenigsten täglich oder fast täglich Nutzer von sozialen Online-Netzwerken, insbesondere im Vergleich zu Arbeitslosen (59 %). In Bezug auf die soziale Klasse sind die Befragten, die sich als Teil der Arbeiterklasse (41 %) der Gesellschaft betrachten, am wenigsten zu sagen, dass sie täglich oder fast täglich online soziale Netzwerke nutzen, wobei diejenigen, die sich als Teil der oberen oder oberen Mittelschicht betrachten (52 % bzw. 57 %), dies am ehesten tun.

QE3.7 Könnten Sie sagen, in welchem Umfang Sie...? Nutzung sozialer Online-Netzwerke (% – EU)

	Täglich/fast täglich	Zwei- oder dreimal pro Woche	Etwa einmal pro Woche	Zwei- oder dreimal im Monat	Seltener	Nie	Kein Zugang zu diesem Medium (SPONTANEOUS)	Ich weiß nicht	Insgesamt mindestens einmal pro Woche
EU-27	47	15	6	2	4	24	1	1	68
Geschlecht									
Mann	46	15	8	2	5	23	1	0	69
Frau	48	14	5	2	4	24	2	1	67
Alter									
15-24	80	11	3	1	1	3	0	1	94
25-39	65	16	7	2	4	6	0	0	88
40-54	52	19	8	3	3	14	1	0	79
55 +	25	12	6	2	6	45	3	1	43
Bildung (Ende)									
15—	23	8	4	2	4	52	6	1	35
16-19	43	17	8	2	4	24	1	1	68
20+	53	15	7	2	5	17	1	0	75
Studieren noch	80	11	3	1	2	3	0	0	94
Sozio-professionelle Kategorie									
Selbstständige	54	18	7	2	4	15	0	0	79
Führungskräfte	54	18	7	2	5	13	1	0	79
Andere weiße Kragen	56	19	8	3	4	10	0	0	83
Handwerkliche Mitarbeiter	53	17	8	3	4	14	1	0	78
Hauspersonen	42	12	5	3	4	30	3	1	59
Arbeitslose	59	12	4	1	4	19	1	0	75
Rentner	19	10	5	2	5	54	4	1	34
Studenten	80	11	3	1	2	3	0	0	94
Schwierigkeiten beim Bezahlen von Rechnungen									
Die meiste Zeit	51	11	4	2	2	27	2	1	66
Von Zeit zu Zeit	47	16	8	2	4	21	1	1	71
Fast nie/nie	47	14	6	2	5	24	2	0	67
Betrachten Sie die Zugehörigkeit zu									
Die Arbeiterklasse	41	12	4	2	3	35	2	1	57
Die untere Mittelschicht	44	15	6	3	4	26	1	1	65
Die Mittelschicht	49	16	7	2	5	19	1	1	72
Die obere Mittelschicht	57	14	7	3	5	14	0	0	78
Die Oberschicht	52	20	7	3	2	14	1	1	79
Bild der EU									
Positiv	52	15	6	2	4	20	1	0	73
Neutral	44	14	7	3	4	26	2	0	65
Negativ	43	15	6	2	4	27	2	1	64

2. Vertrauen in die Medien

Die Mehrheit neigt dazu, den Medien nicht zu trauen.

Fast vier von zehn (39 %) geben an, dass sie dazu neigen, den Medien zu vertrauen, ein Anstieg um drei Prozentpunkte seit dem letzten Mal, als diese Frage im Frühjahr 2023 gestellt wurde (EB99). Die Mehrheit (57 %, -3 pp) sagt jedoch, dass sie ihnen nicht vertrauen[7].

In den 27 EU-Mitgliedstaaten gibt es erhebliche Unterschiede hinsichtlich des Vertrauens in die Medien. In sechs Ländern gibt eine Mehrheit der Befragten an, den Medien zu vertrauen: Finnland (72 %), Portugal (61 %), Schweden (57 %), Österreich (56 %) und Dänemark und die Niederlande (beide 55 %). Am anderen Ende der Skala gibt jeder Fünfte diese Antwort in Griechenland, wie etwa ein Viertel in Frankreich, Malta und Slowenien (alle 26 %). Der Anteil der Befragten, die den Medien tendenziell nicht vertrauen, ist in Griechenland (79 %), Slowenien (73 %) und Frankreich (71 %) am höchsten.

Der Anteil der Befragten, die eher den Medien vertrauen, ist in 14 EU-Mitgliedstaaten im Vergleich zum Winter 2022-2023 gestiegen. Am deutlichsten ist der Anstieg des Vertrauensniveaus in Österreich (56 %, + 9 Prozentpunkte), Deutschland (44 %, + 8 Prozentpunkte) und Italien (38 %, + 7 Prozentpunkte). Dagegen ging diese Zahl in 11 Ländern zurück, insbesondere in Dänemark (55 %, -7 Prozentpunkte), Tschechien (38 %, -6 Prozentpunkte) und Belgien (43 %, -5 Prozentpunkte). In Polen (40 %) und Litauen (39 %) gab es keine Veränderung.

Das Vertrauen in die Medien ist jetzt die Mehrheitsmeinung in Österreich.

QA6.1 Wie viel Vertrauen haben Sie in bestimmten Institutionen? Neigen Sie für jede der folgenden Institutionen dazu, ihm zu vertrauen oder neigen Sie dazu, ihm nicht zu vertrauen? Die Medien (%)

		EU-27	BEI	DE	IT	EE	RO	SK	BG	ES	FR	PERSONALABTEILUNG	HU	MT	IE	SI	LT	PL	CY	LV	NL	PT	SE	EL	LU	FI	SEIN	CZ	DK
Tendieren zum Vertrauen	Okt/ Nov 2023	39	56	44	38	44	44	37	44	30	26	37	31	26	42	26	39	40	27	42	55	61	57	20	37	72	43	38	55
	Mai/ Juni 2023	3	9	8	7	6	6	6	5	3	A)2	A)2	A)2	A)2	A)1	A)1	=	=	▼2	▼2	▼2	▼2	▼2	▼3	▼3	▼3	▼5	▼6	▼7
Neigen dazu, nicht zu vertrauen	Okt/ Nov 2023	57	38	52	58	51	52	59	48	68	71	60	67	68	52	73	58	52	69	53	43	37	41	79	59	23	55	58	41
	Mai/ Juni 2023	▼3	▼10	▼8	▼7	▼7	▼7	▼7	▼6	▼2	▼1	▼4	▼3	▼4	▼3	3	A)1	▼2	=	3	A)2	A)2	A)2	3	6	A)2	5	4	5
Ich weiß nicht	Okt/ Nov 2023	4	5	4	4	4	3	3	7	3	4	1	1	4	4	5	4	6	2	6	2	2	2	1	7	4	2	2	2
	Mai/ Juni 2023	=	A)1	=	=	A)1	A)1	A)1	A)1	▼1	▼1	A)2	A)1	A)2	A)2	▼4	▼1	A)2	A)2	▼1	=	=	=	=	▼3	A)1	=	A)2	A)2

7 QA6. Wie viel Vertrauen haben Sie in bestimmten Institutionen? Neigen Sie für jede der folgenden Institutionen dazu, ihm zu vertrauen oder neigen Sie dazu, ihm nicht zu vertrauen? 1) Die Medien

Die soziodemografische Analyse zeigt, dass das Vertrauen in die Medien bei den jüngsten Befragten im Alter von 15-24 Jahren (43 %) etwas höher ist als bei älteren Befragten (38-39 %). Die Befragten, die eine Vollzeitausbildung im Alter von 20 Jahren oder älter beendet haben, vertrauen auch den Medien am ehesten (43 %, verglichen mit 35 % unter denjenigen, die früher die Ausbildung verlassen haben).

Der Anteil, der den Medien vertraut, ist unter den Führungskräften am höchsten (44 %), insbesondere im Vergleich zu Arbeitslosen (24 %). Vertrauensniveaus sind auch bei den Befragten, die die geringsten finanziellen Schwierigkeiten haben, weiter verbreitet. Genauer gesagt, 43 % derjenigen, die nie oder fast nie Schwierigkeiten haben, ihre Rechnungen zu bezahlen, verglichen mit 26 % derjenigen, die die meiste Zeit Schwierigkeiten haben.

QA6.1 Wie viel Vertrauen haben Sie in bestimmten Institutionen? Neigen Sie für jede der folgenden Institutionen dazu, ihm zu vertrauen oder neigen Sie dazu, ihm nicht zu vertrauen? Die Medien (% – EU)

	Tendieren zum Vertrauen	Neigen dazu, nicht zu vertrauen	Ich weiß nicht
EU-27	39	57	4
Geschlecht			
Mann	39	58	3
Frau	40	56	4
Alter			
15-24	43	54	3
25-39	38	58	4
40-54	38	58	4
55 +	39	57	4
Bildung (Ende)			
15—	35	60	5
16-19	35	61	4
20+	43	54	3
Studieren noch	49	48	3
Sozio-professionelle Kategorie			
Selbstständige	41	55	4
Führungskräfte	44	53	3
Andere weiße Kragen	38	59	3
Handwerkliche Mitarbeiter	35	61	4
Hauspersonen	36	59	5
Arbeitslose	24	73	3
Rentner	40	56	4
Studenten	49	48	3
Schwierigkeiten beim Bezahlen von Rechnungen			
Die meiste Zeit	26	70	4
Von Zeit zu Zeit	35	62	3
Fast nie/nie	43	53	4
Betrachten Sie die Zugehörigkeit zu			
Die Arbeiterklasse	31	65	4
Die untere Mittelschicht	36	61	3
Die Mittelschicht	42	55	3
Die obere Mittelschicht	51	46	3
Die Oberschicht	43	52	5
Bild der EU			
Positiv	55	42	3
Neutral	32	63	5
Negativ	17	81	2

Eine Mehrheit ist der Meinung, dass ihre nationalen Medien vertrauenswürdige Informationen liefern, obwohl dieser Anteil in den einzelnen Ländern sehr unterschiedlich ist.

Sechs von zehn Befragten (+ 1 Prozentpunkt seit Winter 2022-2023) sind der Ansicht, dass ihre nationalen Medien vertrauenswürdige Informationen liefern, entweder „auf unbestimmte Zeit“ (12 %, + 1 S.) oder „in gewissem Maße“ (48 %, unverändert). Umgekehrt sagen mehr als ein Drittel (35 %, -1 pp) das Gegenteil („nein, nicht wirklich“ oder „nein, überhaupt nicht“) und 4 % (keine Änderung) sagen, dass sie es nicht wissen[8].

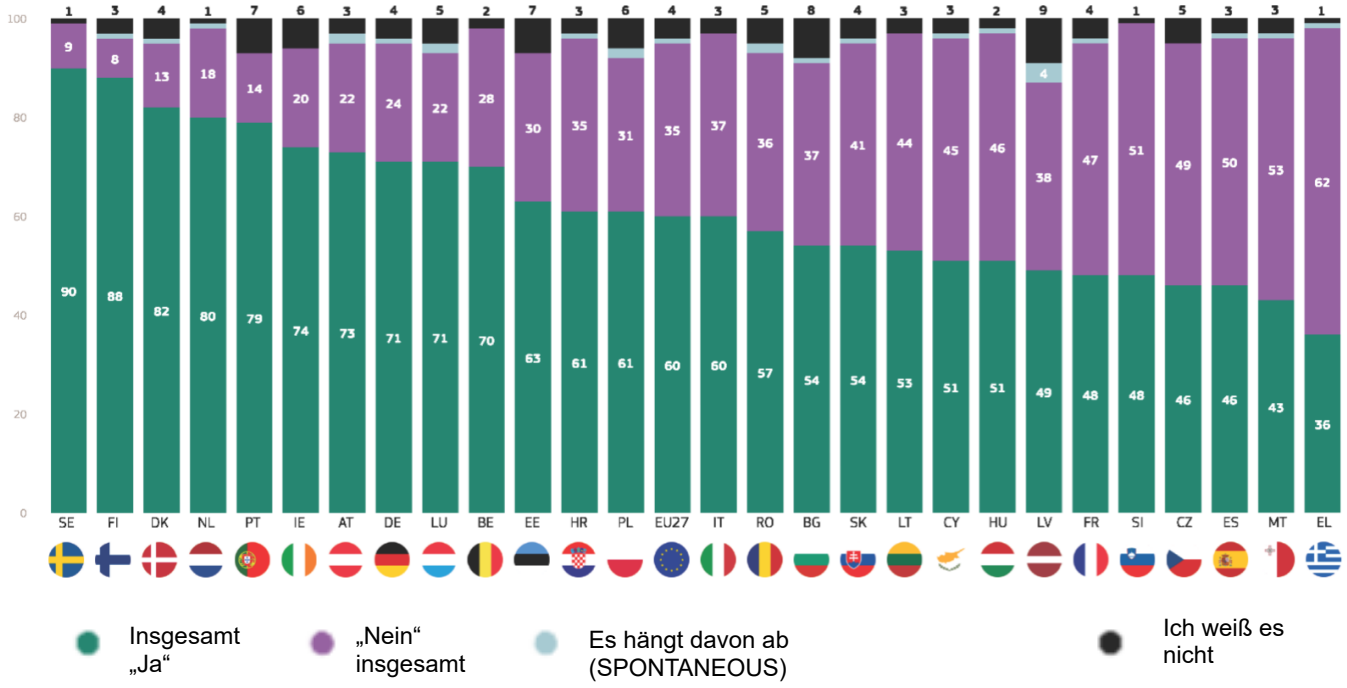
In 22 EU-Mitgliedstaaten (gegenüber 21 im Winter 2022-2023) geben die meisten Medien in ihrem Land vertrauenswürdige Informationen an. Besonders verbreitet ist diese Einschätzung in Schweden (90 %), Finnland (88 %) und Dänemark (82 %). In den übrigen fünf Mitgliedstaaten gehen die Befragten höchstwahrscheinlich davon aus, dass ihre nationalen Medien keine vertrauenswürdigen Informationen liefern: Griechenland (62 %), Malta (53 %), Slowenien (51 % Nein vs 48 % „Ja“), Spanien (50 % vs 46 %) und Tschechien (49 % vs. 46 %).

In 12 EU-Mitgliedstaaten glauben die Befragten eher als im Winter 2022-2023, dass ihre nationalen Medien vertrauenswürdige Informationen liefern. Dies gilt insbesondere für die Slowakei (54 %, + 12 Prozentpunkte), Polen (61 %, + 9 Prozentpunkte) und Frankreich (48 %, + 6 Prozentpunkte). Dieser Anteil ist in weiteren 12 Ländern zurückgegangen, wobei der größte Rückgang in Malta (43 %, -11 Prozentpunkte), Zypern (51 %, -9 Prozentpunkte) und Lettland (49 %, -8 Prozentpunkte) zu verzeichnen ist. Diese Zahl ist in Irland (74 %), Luxemburg (71 %) und Litauen (53 %) unverändert geblieben.

Im Vergleich zum Winter 2022-2023 ist die Ansicht, dass nationale Medien vertrauenswürdige Informationen liefern, die Mehrheitsposition in Frankreich, Ungarn und der Slowakei. Dennoch ist dies auch in Malta und Spanien zur Minderheitsansicht geworden.

8 QE7. Für jede der folgenden Aussagen geben Sie bitte an, inwieweit sie der Situation der (NATIONALITÄT) Medien entsprechen oder nicht. 1) (NATIONALITÄT) Medien liefern vertrauenswürdige Informationen.

QE7.1. Für jede der folgenden Aussagen geben Sie bitte an, inwieweit sie der Situation der (NATIONALITÄT) Medien entsprechen oder nicht – (NATIONALITÄT) Medien liefern vertrauenswürdige Informationen (%)



Die soziodemografischen Daten zeigen, dass die Ergebnisse geschlechter- und altersübergreifend konsistent sind. Mehr Unterschiede sind je nach Bildungsniveau zu beobachten, wobei die Befragten, die eine Vollzeitausbildung im Alter von 20 Jahren oder älter abgeschlossen haben (65 %), häufiger als diejenigen, die 15 oder jünger verließen (55 %), sagen, dass die Medien in ihrem Land vertrauenswürdige Informationen liefern.

In sozioprofessionellen Kategorien sagen Manager (71 %) am ehesten, dass ihre nationalen Medien vertrauenswürdige Informationen liefern, insbesondere im Vergleich zu Arbeitslosen (45 %). Der Anteil, der diese Antwort gibt, ist auch der höchste unter denjenigen, die nie oder fast nie Schwierigkeiten haben, ihre Rechnungen zu bezahlen (64 %, verglichen mit 47 % derjenigen, die die meiste Zeit Schwierigkeiten haben).

QE7.1 Für jede der folgenden Aussagen geben Sie bitte an, inwieweit sie der Situation der (NATIONALITÄT) Medien entsprechen oder nicht: (Nationalitäts-)Medien liefern vertrauenswürdige Informationen (% – EU)

	Insgesamt „Ja“	„Nein“ insgesamt	Ich weiß nicht
EU-27	60	35	4
Geschlecht			
Mann	61	35	3
Frau	60	35	4
Alter			
15-24	60	34	5
25-39	60	36	3
40-54	62	35	3
55 +	61	34	4
Bildung (Ende)			
15—	55	37	7
16-19	58	38	3
20+	65	32	2
Studieren noch	66	29	4
Sozio-professionelle Kategorie			
Selbstständige	62	34	3
Führungskräfte	71	27	1
Andere weiße Kragen	59	36	4
Handwerkliche Mitarbeiter	56	39	4
Hauspersonen	55	36	8
Arbeitslose	45	51	3
Rentner	61	34	4
Studenten	66	29	4
Schwierigkeiten beim Bezahlen von Rechnungen			
Die meiste Zeit	47	48	4
Von Zeit zu Zeit	57	38	4
Fast nie/nie	64	32	3
Betrachten Sie die Zugehörigkeit zu			
Die Arbeiterklasse	51	41	6
Die untere Mittelschicht	57	39	3
Die Mittelschicht	65	32	2
Die obere Mittelschicht	73	26	1
Die Oberschicht	62	34	3
Bild der EU			
Positiv	73	23	3
Neutral	57	37	5

Negativ	39	58	2

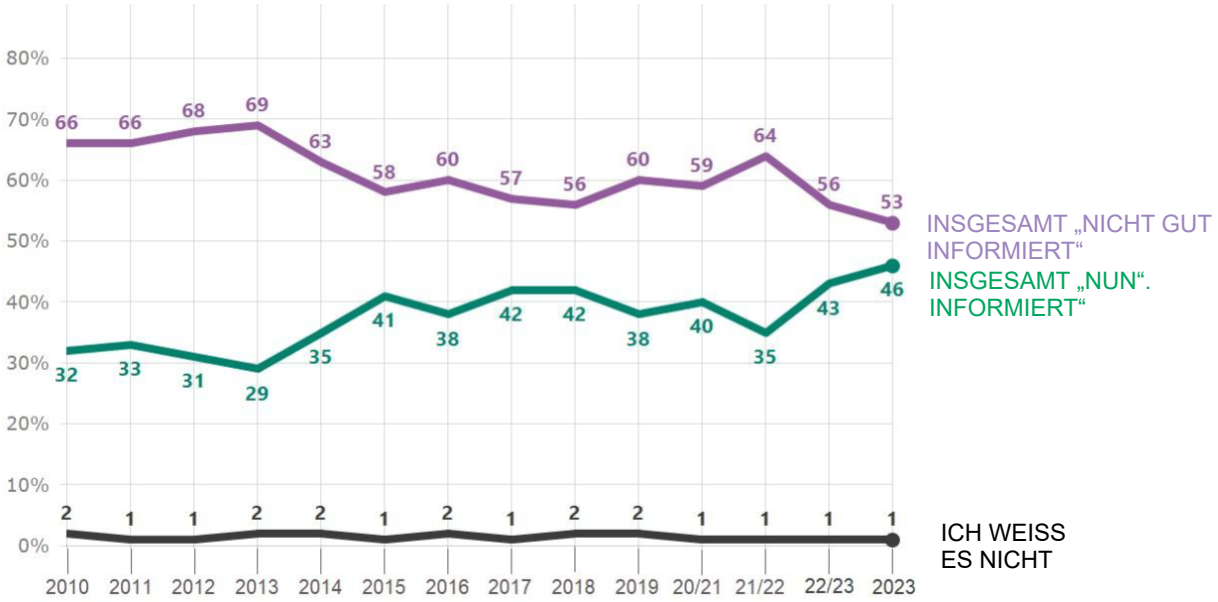
II. Der Informationsstand über europäische Angelegenheiten

Der Anteil der Europäer, die sich über europäische Angelegenheiten gut informiert fühlen, ist am höchsten.

Nach einem Anstieg um acht Prozentpunkte zwischen dem Winter 2021-2022 und dem Winter 2022-2023 ist der Anteil der Befragten, die sich über europäische Angelegenheiten gut informiert fühlen, in der aktuellen Standard-Eurobarometer-Umfrage (46 %) um drei Prozentpunkte gestiegen und befindet sich nun auf dem höchsten Niveau seit Beginn der Reihe im Herbst 2010[9].

Obwohl sich die absolute Mehrheit weiterhin nicht gut informiert fühlt (53 %, -3 Prozentpunkte), liegt dieser Anteil nun auf dem niedrigsten jemals verzeichneten Niveau.

QE2 Inwieweit glauben Sie, dass Sie über europäische Angelegenheiten gut informiert sind oder nicht? (% – EU)

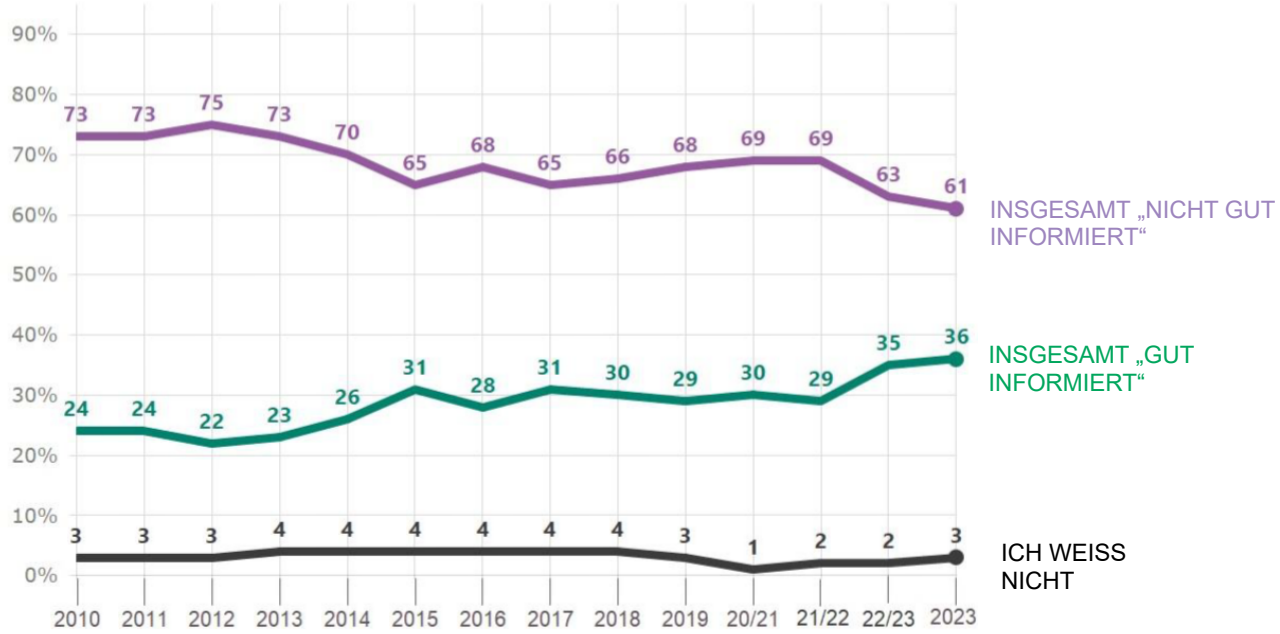


9 QE2. Und insgesamt, wie gut informiert sind Sie Ihrer Meinung nach über europäische Angelegenheiten?

Mehr als ein Drittel glaubt, dass die Menschen in ihrem Land gut über europäische Angelegenheiten informiert sind (36 %), während etwa sechs von zehn der Meinung sind, dass das Gegenteil (61 %) und 3 % sagen, dass sie es nicht wissen[10].

Der Anteil der Befragten, die angeben, dass die Menschen in ihrem Land gut über europäische Angelegenheiten informiert sind, liegt auf ihrem Rekordniveau, da diese Frage erstmals im Herbst 2010 gestellt wurde (+ 1 Prozentpunkte seit Winter 2022-2023); + 7 S. seit Winter 2021-2022). Umgekehrt ist der Anteil, der glaubt, dass die Menschen nicht gut informiert sind, auf dem niedrigsten Niveau (-2 Prozentpunkte seit Winter 2022-2023, -8 Prozentpunkte seit Winter 2021-2022).

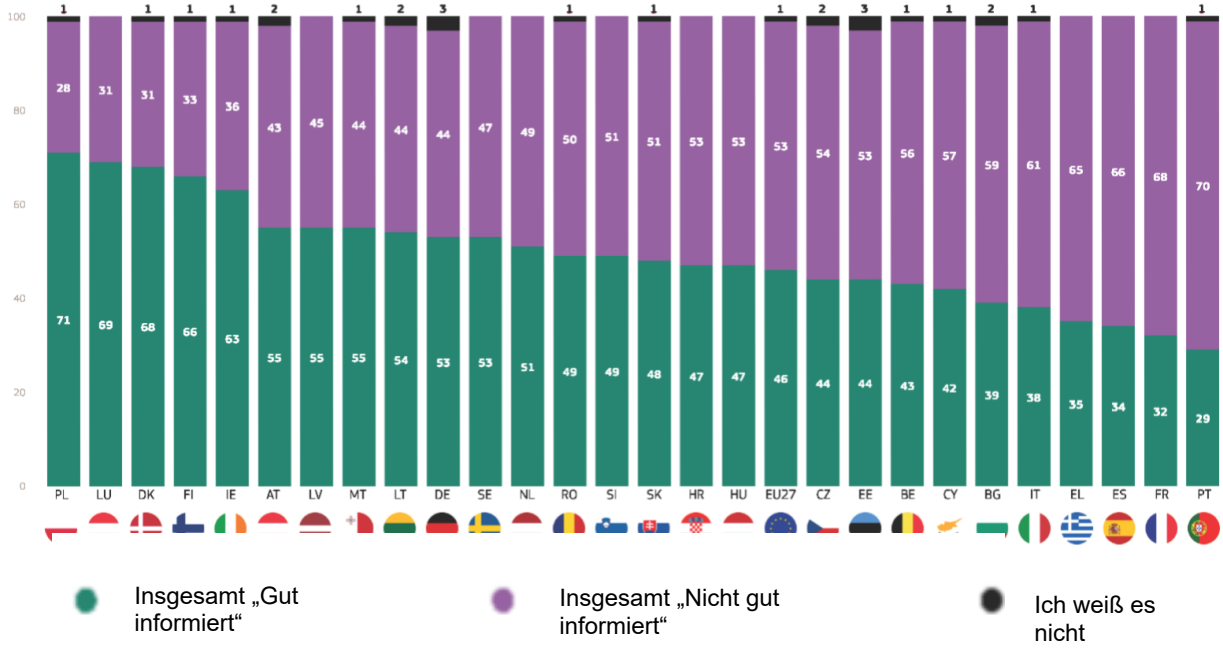
QE1 Insgesamt, inwieweit glauben Sie, dass die Menschen in (unserem Land) gut informiert sind oder nicht über europäische Angelegenheiten? (% – E U)



10 QF1(* oder QE1? *). Wie gut informiert denken Sie, dass die Menschen in (Unser Land) über europäische Angelegenheiten sind?

In 12 EU-Mitgliedstaaten (gegenüber neun im Winter 2022-2023) ist die Mehrheit der Befragten der Meinung, dass sie über europäische Angelegenheiten gut informiert sind. Die höchsten Anteile, die dies sagen, sind in Polen (71 %), Luxemburg (69 %) und Dänemark (68 %) zu beobachten. Am anderen Ende des Spektrums glauben die Befragten am ehesten, dass sie in 15 Ländern nicht gut informiert sind. Dies gilt insbesondere für die Befragten in Portugal (70 %), Frankreich (68 %) und Spanien (66 %).

QE2. Und insgesamt: Inwieweit glauben Sie, dass Sie über europäische Angelegenheiten gut informiert sind oder nicht? (%)



Insgesamt „Gut informiert“

Insgesamt „Nicht gut informiert“

Ich weiß es nicht

In 17 Ländern ist der Anteil der Befragten, die sich über europäische Angelegenheiten informiert fühlen, seit dem Winter 2022-2023 gestiegen. Steigerungen von mehr als fünf Prozentpunkten sind in Deutschland (53 %, + 7 Prozentpunkte), Schweden (53 %, + 6 Prozentpunkte) und Slowenien (49 %, + 6 Prozentpunkte) zu verzeichnen. Umgekehrt ist dieser Anteil in sechs Ländern zurückgegangen, insbesondere in Malta (55 %, -12 Prozentpunkte), Portugal (29 %, -7 Prozentpunkte) und Zypern (42 %, -4 Prozentpunkte) und blieb in vier Ländern stabil: Irland (63 %), Litauen (54 %), Rumänien (49 %) und Bulgarien (39 %). Im Vergleich zum Winter 2022-2023 ist das Gefühl, sich gut informiert zu fühlen, in Deutschland, den Niederlanden und Schweden die Mehrheitsposition.

QE2 Inwieweit glauben Sie, dass Sie über europäische Angelegenheiten gut informiert sind oder nicht? (%)

		EU-27	DE	SI	SE	EE	BEI	PL	DK	FI	FR	PERSONALABTEILUNG	SK	SEIN	CZ	EL	ES	NL	LV	BG	IE	LT	RO	IT	LU	HU	CY	PT	MT
Insgesamt „gut informiert“	Okt/Nov 2023	46	53	49	53	44	55	71	68	66	32	47	48	43	44	35	34	51	55	39	63	54	49	38	69	47	42	29	55
	Mai/ Juni 2023	3	7	6	6	5	5	5	4	4	3	3	3	A)2	A)2	A)2	A)2	A)2	A)1	=	=	=	=	▼2	▼2	▼2	▼4	▼7	▼12
Insgesamt „nicht gut informiert“	Okt/Nov 2023	53	44	51	47	53	43	28	31	33	68	53	51	56	54	65	66	49	45	59	36	44	50	61	31	53	57	70	44
	Mai/ Juni 2023	▼3	▼9	▼5	▼6	▼7	▼6	▼5	▼5	▼5	▼2	▼3	▼1	▼3	▼1	▼2	▼2	▼2	▼1	=	=	▼1	=	A)1	A)2	A)2	3	6	12
Ich weiß nicht	Okt/Nov 2023	1	3	0	0	3	2	1	1	1	0	0	1	1	2	0	0	0	0	2	1	2	1	1	0	0	1	1	1
	Mai/ Juni 2023	=	A)2	▼1	=	A)2	A)1	=	A)1	A)1	▼1	=	▼2	A)1	▼1	=	=	=	=	=	=	A)1	=	A)1	=	=	A)1	A)1	=

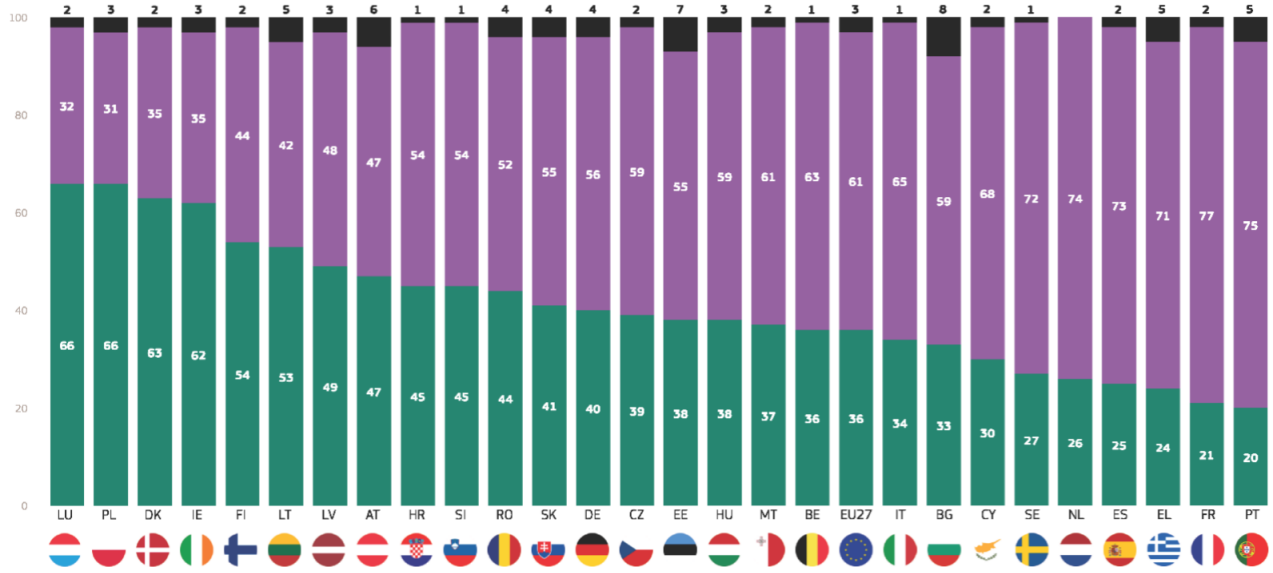
In sieben EU-Mitgliedstaaten (wie im Winter 2022-2023) ist die Mehrheit der Meinung, dass die Menschen in ihrem Land gut über europäische Angelegenheiten informiert sind, wobei mehr als sechs von zehn dies in Luxemburg und Polen (beide 66 %), Dänemark (63 %) und Irland (62 %) anzeigen.

In 19 EU-Mitgliedstaaten sind die meisten Befragten der Meinung, dass die Menschen in ihrem Land über europäische Angelegenheiten nicht gut informiert sind.

Die größten Anteile, die diese Antwort geben, finden sich in Frankreich (77 %), Portugal (75 %) und den Niederlanden (74 %).

Die Meinungen sind in Österreich geteilt, wo der gleiche Anteil sagt, dass die Menschen gut informiert und nicht gut informiert sind (beide 47 %).

QE1. Inwiefern sind Sie der Meinung, dass die Menschen in unserem Land gut über europäische Angelegenheiten informiert sind oder nicht? (%)



Insgesamt „Gut informiert“

Insgesamt „Nicht gut informiert“

Ich weiß es nicht

In 15 EU-Mitgliedstaaten ist der Anteil der Befragten, die der Meinung sind, dass die Menschen in ihrem Land gut über europäische Angelegenheiten informiert sind, seit dem Winter 2022-2023 gestiegen. Dies gilt insbesondere für Dänemark (63 %, + 6 Prozentpunkte), Slowenien (45 %, + 6 Prozentpunkte) und Deutschland (40 %, + 6 Prozentpunkte). In acht Ländern sind die Befragten weniger wahrscheinlich als im Winter 2022-2023, und zwar mit einem Rückgang von mehr als zehn Prozentpunkten in Malta (37 %, – 21 Prozentpunkte) und Zypern (30 %, -12 Prozentpunkte). Diese Zahl ist in vier Ländern stabil geblieben: Lettland (49 %), Ungarn (38 %), Belgien (36 %) und Portugal (20 %).

Im Vergleich zum Winter 2022-2023 ist die Ansicht, dass die Menschen in ihrem Land über europäische Angelegenheiten gut informiert sind, jetzt die Mehrheitsmeinung in Lettland. Im Gegensatz dazu ist dies nun in Malta und Rumänien zur Minderheitsansicht geworden, während die Meinung in Österreich gespalten ist.

QE1 Insgesamt, inwieweit glauben Sie, dass die Menschen in (unserem Land) gut informiert sind oder nicht über europäische Angelegenheiten? (%)

		EU-27	DK	DE	SI	L	CZ	EE	PERSONALABTEILUNG	BEI	FR	NL	SE	ES	LT	SK	FI	SEIN	LV	HU	—T	BG	IE	EL	IT	LU	RO	CY	MT
Insgesamt „gut informiert“	Okt/ Nov 2023	36	63	40	45	66	39	38	45	47	21	26	27	25	53	41	54	36	49	38	20	33	62	24	34	66	44	30	37
	Mai/ Juni 2023	A)1	6	6	6	5	4	4	4	4	3	3	A)2	A)1	A)1	A)1	A)1	=	=	=	=	▼1	▼1	▼1	▼2	▼3	▼4	▼12	▼21
Insgesamt „nicht gut informiert“	Okt/ Nov 2023	61	35	56	54	31	59	55	54	47	77	74	72	73	42	55	44	63	48	59	75	59	35	71	65	32	52	68	61
	Mai/ Juni 2023	▼2	▼6	▼6	▼5	▼6	▼2	▼6	▼4	▼5	▼2	▼2	▼2	▼2	▼3	=	▼2	A)1	▼1	▼2	▼1	▼1	A)1	▼2	A)2	A)2	4	11	22
Ich weiß nicht	Okt/ Nov 2023	3	2	4	1	3	2	7	1	6	2	0	1	2	5	4	2	1	3	3	5	8	3	5	1	2	4	2	2
	Mai/ Juni 2023	A)1	=	=	▼1	A)1	▼2	A)2	=	A)1	▼1	▼1	=	A)1	A)2	▼1	A)1	▼1	A)1	A)2	A)1	A)2	=	3	=	A)1	=	A)1	▼1

Die soziodemografische Analyse zeigt, dass sich Männer (50 %) eher als Frauen (41 %) über europäische Angelegenheiten informiert fühlen. Dieser Anteil ist auch bei den Befragten in den zentralen Alterskohorten am höchsten (48 % der 25-54-Jährigen im Vergleich zu 43-44 % der jüngeren und älteren) und bei denjenigen, die länger in der Vollzeitausbildung blieben (56 % derjenigen, die eine Ausbildung im Alter von 20 Jahren oder älter abschließen, verglichen mit 27 % derjenigen, die im Alter von 15 Jahren oder jünger gegangen sind).

Das Gefühl, über europäische Angelegenheiten gut informiert zu sein, ist bei Führungskräften am weitesten verbreitet (59 %) als bei Hausangestellten (31 %) und Arbeitslosen (33 %). Darüber hinaus gibt es auch Unterschiede in Bezug auf die finanziellen Schwierigkeiten der Befragten und die selbst wahrgenommene soziale Klasse. Insbesondere etwa die Hälfte (51 %) derjenigen, die nie oder fast nie Schwierigkeiten haben, ihre Rechnungen zu bezahlen, denken, dass sie gut informiert sind, verglichen mit etwa einem Viertel (27 %) derjenigen, die die meiste Zeit Schwierigkeiten haben. Ebenso geben die Befragten, die sich der oberen (75 %) oder der oberen Mittelschicht (65 %) der Gesellschaft angehörten, diese Antwort eher als diejenigen, die sich selbst als Teil der Arbeiterklasse betrachten (31 %).

Schließlich glauben die Befragten, die ein positives Bild von der EU haben (60 %), eher über europäische Angelegenheiten informiert zu sein als diejenigen, die ein neutrales (37 %) oder negatives Image haben.

QE2 Inwieweit glauben Sie, dass Sie über europäische Angelegenheiten gut informiert sind oder nicht? (% – EU)

	Insgesamt „Gut informiert“	Total „Nicht gut informiert“	Ich weiß es nicht
EU-27	46	53	1
Geschlecht			
Mann	50	49	1
Frau	41	58	1
Alter			
15-24	43	56	1
25-39	48	51	1
40-54	48	51	1
55 +	44	55	1
Bildung (Ende)			
15—	27	72	1
16-19	44	55	1
20+	56	43	1
Studieren noch	46	53	1
Sozio-professionelle Kategorie			
Selbstständige	54	45	1
Führungskräfte	59	40	1
Andere weiße Kragen	51	48	1
Handwerkliche Mitarbeiter	41	58	1
Hauspersonen	31	67	2
Arbeitslose	33	66	1
Rentner	42	56	2
Studenten	46	53	1
Schwierigkeiten beim Bezahlen von Rechnungen			
Die meiste Zeit	27	72	1
Von Zeit zu Zeit	39	60	1
Fast nie/nie	51	48	1
Betrachten Sie die Zugehörigkeit zu			
Die Arbeiterklasse	31	68	1
Die untere Mittelschicht	39	59	2
Die Mittelschicht	51	48	1
Die obere Mittelschicht	65	35	0
Die Oberschicht	75	25	0
Bild der EU			
Positiv	60	40	0
Neutral	37	62	1
Negativ	31	67	2

Die soziodemografischen Ergebnisse sind ähnlich, wenn man die Proportionen betrachtet, die glauben, dass die Menschen in ihrem Land gut über europäische Angelegenheiten informiert sind, obwohl die Unterschiede weniger ausgeprägt sind und es keine eindeutigen Unterschiede nach Geschlecht gibt.

Die ältesten Befragten im Alter von 55 oder älter (34 %) sind etwas weniger wahrscheinlich als diejenigen im Alter von 15 bis 54 Jahren (37-38 %), die sagen, dass die Menschen in ihrem Land gut informiert sind. Ein deutlicherer Unterschied ist in Bezug auf das Bildungsniveau zu beobachten, wobei fast vier von zehn (39 %) unter denjenigen, die eine Vollzeitausbildung im Alter von 20 Jahren oder älter abgeschlossen haben, diese Antwort geben, verglichen mit etwa einem Viertel (27 %) derjenigen, die im Alter von 15 Jahren oder jünger gegangen sind.

Führungskräfte (42 %) glauben am ehesten, dass die Menschen in ihrem Land gut informiert sind, insbesondere im Vergleich zu Arbeitslosen (25 %). Das Gefühl, dass die Menschen im eigenen Land über europäische Angelegenheiten gut informiert sind, ist am weitesten verbreitet bei denjenigen, die Schwierigkeiten haben, ihre Rechnungen nie/fast nie oder von Zeit zu Zeit zu bezahlen (34-39 %, verglichen mit 25 % derjenigen, die die meiste Zeit Schwierigkeiten haben) und bei denen, die sich selbst als Teil der oberen Klasse der Gesellschaft betrachten (52 %, verglichen mit 28 % derjenigen, die sich als zur Arbeiterklasse gehören).

Schließlich haben diejenigen, die ein positives Bild von der EU haben (47 %), eher das Gefühl, dass die Menschen ihres Landes über europäische Angelegenheiten gut informiert sind als diejenigen, die ein neutrales (33 %) oder negatives Image haben (19 %).

QE1 Insgesamt, inwieweit glauben Sie, dass die Menschen in (unserem Land) gut informiert sind oder nicht über europäische Angelegenheiten? (% – EU)

	Insgesamt „Gut informiert“	Total „Nicht gut informiert“	Ich weiß es nicht
EU-27	36	61	3
Geschlecht			
Mann	37	61	2
Frau	36	61	3
Alter			
15-24	38	59	3
25-39	38	60	2
40-54	37	61	2
55 +	34	63	3
Bildung (Ende)			
15—	27	68	5
16-19	36	61	3
20+	39	59	2
Studieren noch	39	58	3
Sozio-professionelle Kategorie			
Selbstständige	38	61	1
Führungskräfte	42	57	1
Andere weiße Kragen	41	57	2
Handwerkliche Mitarbeiter	36	62	2
Hauspersonen	32	63	5
Arbeitslose	25	72	3
Rentner	33	63	4
Studenten	39	58	3
Schwierigkeiten beim Bezahlen von Rechnungen			
Die meiste Zeit	25	71	4
Von Zeit zu Zeit	34	64	2
Fast nie/nie	39	58	3
Betrachten Sie die Zugehörigkeit zu			
Die Arbeiterklasse	28	67	5
Die untere Mittelschicht	35	62	3
Die Mittelschicht	40	58	2
Die obere Mittelschicht	42	58	0

Die Oberschicht	52	46	2
Bild der EU			
Positiv	47	51	2
Neutral	33	64	3
Negativ	19	79	2

III. Informationsquellen für politische Angelegenheiten und die Europäische Union

1. Europäische politische Angelegenheiten

Die Europäer erhalten weiterhin den größten Teil ihrer Nachrichten über europäische politische Angelegenheiten von generalistischen und Nachrichtenfernsehsendern.

Generalistische Fernsehsender sind nach wie vor die bevorzugte Nachrichtenquelle zu europäischen politischen Fragen (57 %, -1 Prozentpunkte seit Winter 2022-2023), dicht gefolgt von Fernsehnachrichtenkanälen (53 %, + 2 S.)[11].

Mehr als die Hälfte verlässt sich auf ein internetbasiertes Medium als Hauptnachrichtenquelle zu europäischen politischen Fragen (55 %, + 1 S.).

Vier von zehn (keine Änderung) gehen auf Informationswebsites, während drei von zehn (+ 1 pp) ihre Nachrichten zu europäischen politischen Fragen aus sozialen Online-Netzwerken erhalten. Weniger als jeder zehnte verlässt sich auf Videohosting-Websites (7 %, keine Änderung), Podcasts (7 %, + 1 pp) oder Blogs (3 %, keine Änderung).

Unter den traditionellen Medien wird das Radio von rund einem Drittel der Befragten (34 %, + 1 S.) erwähnt, während die schriftliche Presse um etwa ein Viertel (26 %, + 1 S.) angegeben wird.

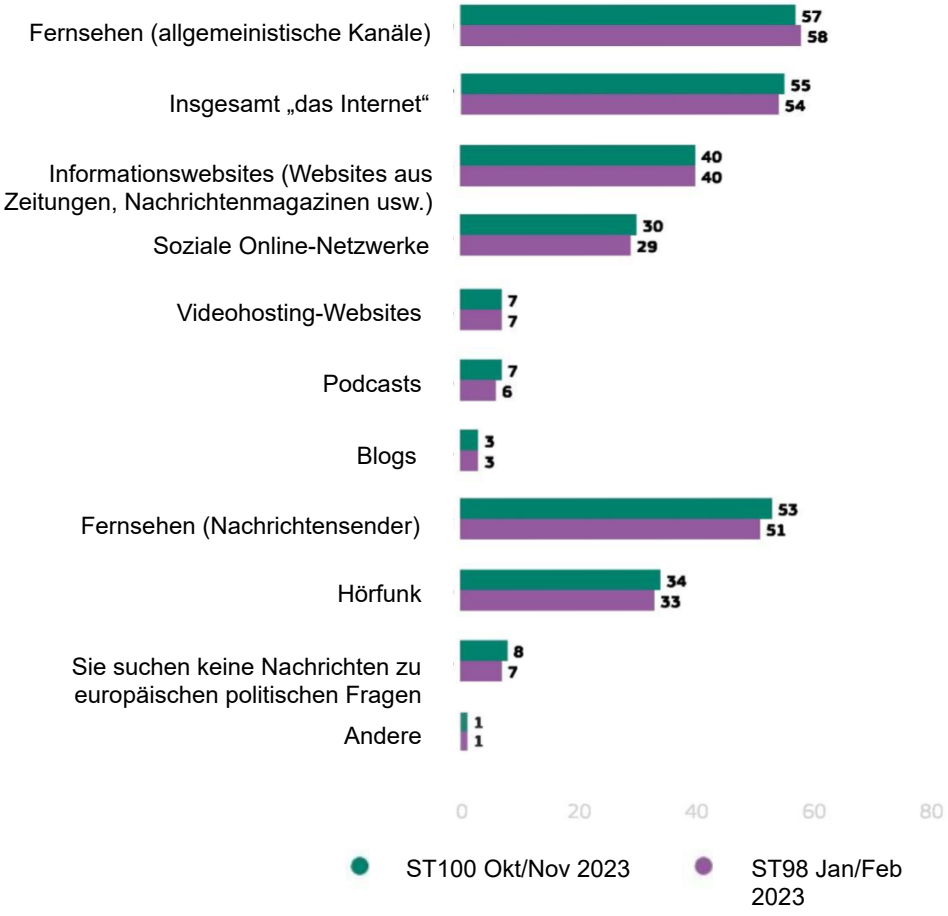
Weniger als jeder Zehnte (8 %, + 1 S.) sagt, dass sie keine Informationen zu europäischen politischen Fragen suchen[12].

Insgesamt blieben diese Zahlen, abgesehen von einem leichten Anstieg des Anteils der Fernsehnachrichtensender (+ 2 Prozentpunkte), seit dem Winter 2022-2023 weitgehend stabil.

11 Das gesamte „Internet“ kombiniert die Punktzahlen für die Elemente: Informationswebsites (Websites von Zeitungen, Nachrichtenmagazinen usw.), soziale Online-Netzwerke, Videohosting-Websites, Podcasts und Blogs.

12 QE4a. Wo bekommen Sie die meisten Nachrichten zu europäischen politischen Fragen? Erstens? QE4b. Und dann? (MEHRERE ANTWORTEN MÖGLICH)

QE4T. Wo bekommen Sie die meisten Nachrichten zu europäischen politischen Fragen? Erstens? Und dann? (MEHRERE ANTWORTEN MÖGLICH) (EU27) (%)



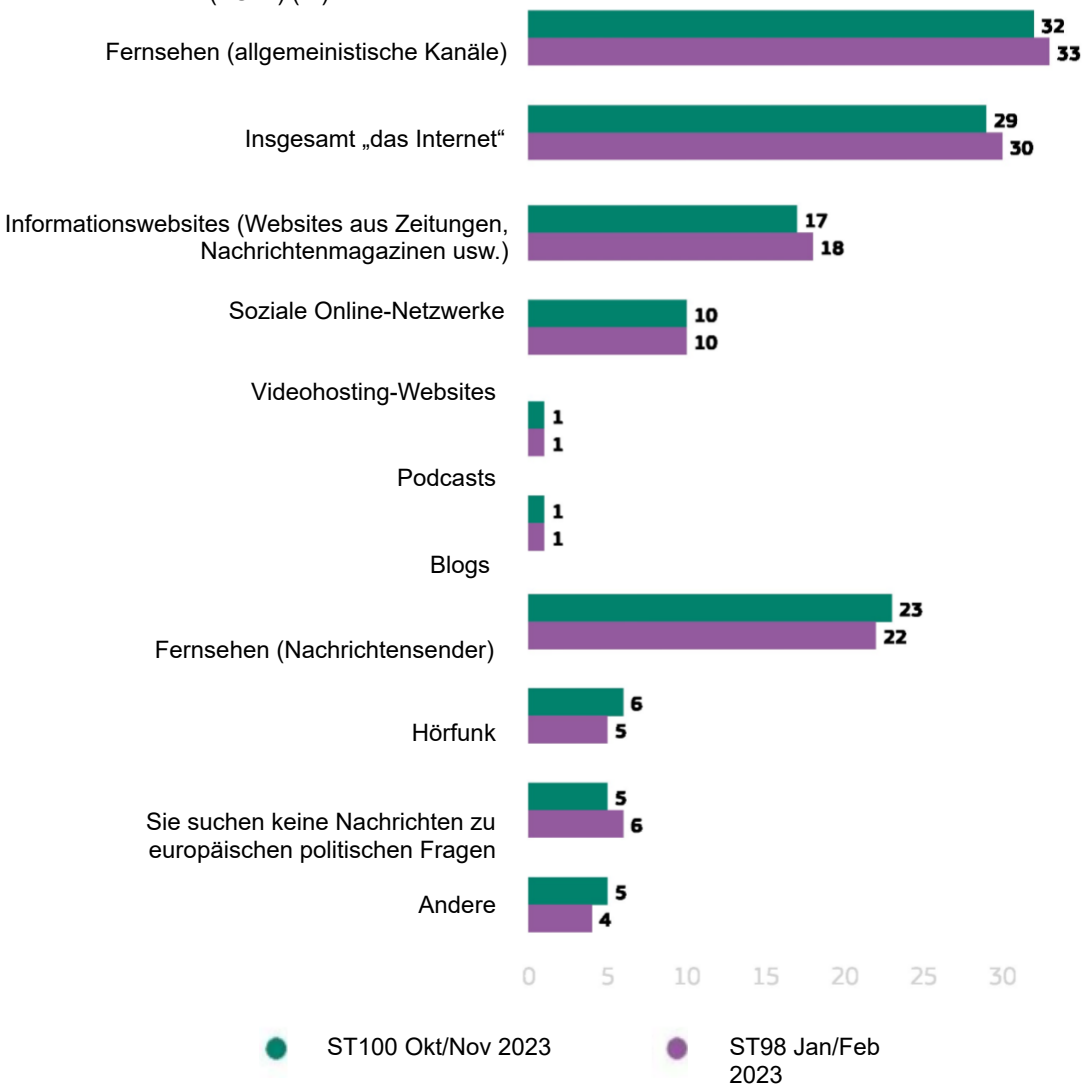
Die Rangfolge der Nachrichtenquellen zu europäischen politischen Fragen ist ähnlich, wenn man sich nur die erste Antwort der Befragten ansieht. Generalistische Fernsehkanäle (32 %, -1 Prozentpunkte seit Winter 2022-2023) sind wieder die bevorzugte Quelle, gefolgt von Nachrichtenfernsehkanälen (23 %, + 1 S.).

Rund drei von zehn (29 %, -1 Prozentpunkte) bevorzugen eine internetbasierte Quelle für Nachrichten zu europäischen politischen Fragen[13]. Innerhalb dieser Kategorie nennen 17 % (-1 pp) Informationswebsites als Quelle für diese Art von Inhalten, während jeder zehnte (keine Änderung) die sozialen Online-Netzwerke erwähnt.

Was die traditionellen Medien betrifft, so geben 6 % (+ 1 S.) die schriftliche Presse als erste Wahl an, um Nachrichten über europäische politische Angelegenheiten zu erhalten, und 5 % (-1 pp) nennen das Radio.

13 Das gesamte „Internet“ kombiniert die Punktzahlen für die Elemente: Informationswebsites (Websites von Zeitungen, Nachrichtenmagazinen usw.), soziale Online-Netzwerke, Videohosting-Websites, Podcasts und Blogs (es gab keine Befragten, die Blogs als erste Nachrichtenquelle zu europäischen politischen Angelegenheiten erwähnten).

QE4a. Wo bekommen Sie die meisten Nachrichten zu europäischen politischen Fragen? Erstens?
(EU27) (%)



Generalistische Fernsehsender sind die erste am häufigsten erwähnte Quelle von Nachrichten über europäische politische Angelegenheiten in sieben EU-Mitgliedstaaten. Der höchste Anteil der Befragten, die dieses Medium anführen, ist in Portugal (83 %), Kroatien (72 %) und Rumänien (70 %) zu beobachten. Am anderen Ende der Skala erwähnen 21 % in Schweden, 35 % in Dänemark und 37 % in den Niederlanden diese Quelle. Generalistische Kanäle sind eine der drei am häufigsten erwähnten Quellen in 18 Ländern.

Das Internet[14] ist eine der drei am häufigsten genannten Quellen von Befragten in allen Mitgliedstaaten (mit Ausnahme der Befragten in Deutschland) und ist die am häufigsten genannte Quelle in 19 Ländern, darunter Malta (76 %), die Niederlande (74 %) und Lettland (73 %). Das Internet wird am wenigsten in Rumänien (38 %), Portugal (39 %) und Deutschland (48 %) erwähnt.

TV-Nachrichtensender gelten als die Top-Nachrichtenquelle zu europäischen politischen Angelegenheiten in Rumänien und als einer der Top-3 in 22 Ländern. Die Befragten in Portugal (79 %), Rumänien (75 %) und Dänemark (68 %) nennen diese Quelle am ehesten, während die Befragten in Spanien (39 %), Finnland (42 %) und Zypern (43 %) dies am wenigsten wahrscheinlich tun. In 11 EU-Mitgliedstaaten gehören Informationswebsites zu den ersten drei am häufigsten genutzten Nachrichtenquellen zu europäischen politischen Fragen. Die höchsten Anteile, die diese Antwort geben, werden in Malta und Finnland (beide 61 %) sowie in Tschechien und den Niederlanden (beide 59 %) verzeichnet. Informationswebseiten hingegen werden am wenigsten in Rumänien (17 %), Bulgarien (26 %) und Portugal (27 %) erwähnt.

Das Radio ist die zweit- oder dritthäufigste Nachrichtenquelle in drei Ländern. Mindestens die Hälfte nennt dies in Deutschland (57 %), Schweden (52 %) und der Slowakei (50 %), während 21 % in Italien und Rumänien und 22 % in Malta dies tun.

Soziale Online-Netzwerke sind die am zweithäufigsten erwähnte Quelle zu europäischen politischen Fragen in Zypern (53 %) und die dritthäufigsten in Malta (48 %). Diese Quelle wird auch von fast der Hälfte der Befragten in Lettland (48 %) zitiert. Dagegen sind 20 % in Portugal, 26 % in Deutschland und 27 % in Frankreich und den Niederlanden auf soziale Online-Netzwerke als Nachrichtenquelle angewiesen.

Die schriftliche Presse ist das dritthäufigste Medium für Nachrichten über europäische politische Angelegenheiten in Luxemburg (45 %) (gemeinsam mit Nachrichtenfernsehsendern). Zusammen mit denen in Luxemburg wird diese Quelle am ehesten in Finnland (47 %) und Österreich (46 %) erwähnt. Am anderen Ende des Spektrums finden sich die niedrigsten Anteile, die diese Antwort geben, in Malta (6 %), Polen (9 %) und Zypern, Ungarn und Rumänien (alle 12 %).

In sieben EU-Mitgliedstaaten erwähnen mehr als jeder zehnte Podcast, vor allem in Dänemark und der Slowakei (je 17 %) und Schweden (14 %). Videohosting-Websites werden von etwa jedem Fünften in der Slowakei (21 %) und von mindestens einem von zehn in weiteren sieben Ländern, insbesondere in Kroatien (16 %) und Tschechien (14 %), zitiert. Blogs werden von fast einem Viertel in Griechenland (23 %) und von mehr als einem von zehn in Zypern (13 %) erwähnt.

Schließlich gibt es drei Länder, in denen mindestens jedes zehnte Land nicht nach Informationen zu europäischen politischen Fragen sucht: Spanien (17 %) und Zypern und Italien (beide 10 %).

14 Das gesamte „Internet“ kombiniert die Punktzahlen für die Elemente: Informationswebsites (Websites von Zeitungen, Nachrichtenmagazinen usw.), soziale Online-Netzwerke, Videohosting-Websites, Podcasts und Blogs.

Die soziodemografische Analyse hebt Folgendes hervor:

Männer sind häufiger als Frauen, die meisten ihrer Nachrichten über europäische politische Angelegenheiten von Informationswebseiten (44 % vs 36 %), dem Radio (36 % vs 33 %) und der schriftlichen Presse (28 % vs 24 %) zu erhalten. Frauen nutzen häufiger als Männer generalistische Fernsehkanäle (60 % gegenüber 55 %).

Je älter die Befragten sind, desto wahrscheinlicher ist es, dass sie europäische politische Nachrichten von generalistischen oder Nachrichtenfernsehsendern, der schriftlichen Presse oder dem Radio erhalten, und desto geringer ist es, dass sie sie aus dem Internet erhalten, einschließlich Informationswebsites, Podcasts, Online-soziale Netzwerke, Blogs oder Videohosting-Websites. Zum Beispiel erhalten 61 % der 15- bis 24-Jährigen diese Art von Nachrichten aus sozialen Online-Netzwerken, verglichen mit 13 % der Personen im Alter von 55 oder älter.

Je länger die Befragten in Vollzeitausbildung geblieben sind, desto wahrscheinlicher sind sie Internet-Quellen, darunter Informationswebsites, Podcasts, soziale Online-Netzwerke und Videohosting-Websites, und desto seltener sind sie allgemeingültige Fernsehkanäle zu erwähnen. Zum Beispiel sind 52 % der Personen, die ihre Ausbildung im Alter von 20 Jahren oder älter abgeschlossen haben, auf Informationswebsites angewiesen, verglichen mit 15 % derjenigen, die die Ausbildung im Alter von 15 oder jünger beendet haben.

Am ehesten erwähnen die Manager Informationswebsites (58 %), Radio (40 %), schriftliche Presse (30 %) und Podcasts (12 %). Hausbewohner sind am ehesten auf generalistische (64 %) und Nachrichtenfernsehsender (60 %) angewiesen, während sie am wenigsten Internetquellen (38 %), Informationswebsites (24 %), soziale Online-Netzwerke (23 %), Video-Hosting-Dienste (4 %), Podcasts (3 %) und Blogs (1 %) nennen.

Die Befragten, die nie oder fast nie Schwierigkeiten haben, Rechnungen zu bezahlen, erhalten die meisten ihrer europäischen politischen Nachrichten eher von Informationswebsites (43 %, verglichen mit 33 % derjenigen, die die meiste Zeit Schwierigkeiten haben), dem Radio (37 % im Vergleich zu 28 %) oder der schriftlichen Presse (28 % im Vergleich zu 19 %).

Das Internet wird eher von denjenigen genutzt, die sich der Oberschicht (76 %) oder der oberen Mittelschicht (71 %) der Gesellschaft angehörten, verglichen mit denen, die sich selbst als Teil der Arbeiterklasse (43 %) oder der unteren Mittelschicht (50 %) betrachten. Das gleiche Muster gilt für die schriftliche Presse (37 % im Vergleich zu 19-24 %). Im Gegensatz dazu werden generalistische Fernsehsender mehr von Befragten genutzt, die sich als Teil der Arbeiterklasse (61 %) oder der unteren Mittelschicht (60 %) betrachten, als von denjenigen, die sich selbst als Teil der oberen oder oberen Mittelschicht betrachten (beide 45 %).

QE4T Wo erhalten Sie die meisten Nachrichten zu europäischen politischen Fragen? Erstens? Und dann? (MEHRERE ANTWORTEN MÖGLICH)
(% – EU)

	Fernsehen (allgemeinistische Kanäle)	Insgesamt „das Internet“	Fernsehen (Nachrichtensender)	Informationswebsites (Websites aus Zeitungen, Nachrichtenmagazinen usw.)	Hörfunk	Soziale Online-Netzwerke	Die schriftliche Presse	Sie suchen keine Nachrichten zu europäischen politischen Fragen	Podcasts	Videohosting-Websites	Blogs	Andere	Ich weiß nicht
EU-27	57	55	53	40	34	30	26	8	7	7	3	1	0
Geschlecht													
Mann	55	58	53	44	36	30	28	6	8	8	4	1	0
Frau	60	52	53	36	33	30	24	9	6	6	3	1	0
Alter													
15-24	35	80	34	52	15	61	11	11	15	14	6	1	0
25-39	48	73	48	51	29	42	18	6	11	9	5	1	0
40-54	57	62	55	46	35	30	24	7	7	7	4	1	0
55 +	69	34	60	26	42	13	36	7	3	3	2	1	0
Bildung (Ende)													
15—	75	22	57	15	34	13	27	15	1	2	1	1	1
16-19	62	50	55	35	37	28	26	7	4	6	3	1	0
20+	51	67	53	52	37	30	30	4	10	8	4	1	0
Studieren noch	33	82	35	57	17	59	11	10	18	16	7	1	0
Sozio-professionelle Kategorie													
Selbstständige	56	66	54	53	39	33	29	4	9	10	7	1	0
Führungskräfte	48	72	54	58	40	31	30	3	12	8	4	0	0
Andere weiße Kragen	55	65	54	46	33	35	23	6	8	9	5	1	0
Handwerkliche Mitarbeiter	57	60	52	40	32	35	19	8	6	7	3	1	0
Hauspersonen	64	38	60	24	25	23	20	16	3	4	1	0	0
Arbeitslose	56	60	42	41	22	36	16	12	7	7	3	1	0
Rentner	72	26	60	21	43	9	39	8	2	2	1	1	1
Studenten	33	82	35	57	17	59	11	10	18	16	7	1	0
Schwierigkeiten beim Bezahlen von Rechnungen													
Die meiste Zeit	60	49	50	33	28	29	19	12	6	8	3	1	0
Von Zeit zu Zeit	59	52	54	34	29	32	22	9	6	7	5	1	0
Fast nie/nie	56	57	53	43	37	29	28	6	8	7	3	1	0
Betrachten Sie die Zugehörigkeit zu													
Die Arbeiterklasse	61	43	53	30	32	25	19	14	5	5	2	1	1
Die untere Mittelschicht	60	50	53	33	33	30	24	8	5	7	3	1	0
Die Mittelschicht	57	60	53	44	35	31	28	5	8	8	4	1	0
Die obere Mittelschicht	45	71	51	55	39	33	37	2	12	9	5	1	0
Die Oberschicht	45	76	60	64	36	37	37	2	9	7	9	0	1
Bild der EU													
Positiv	57	61	56	47	36	32	29	4	9	7	3	1	0
Neutral	59	50	52	34	34	28	24	9	6	6	3	0	0
Negativ	53	53	47	36	31	30	22	10	7	8	4	1	1

2. Die aktive Suche nach Informationen über die Europäische Union

Die meisten Befragten verlassen sich auf traditionelle Medien (Fernsehen, Radio, schriftliche Presse), wenn sie nach Informationen über die EU, ihre Politik und ihre Institutionen suchen (52 %, keine Änderung seit Winter 2022-2023), während fast die Hälfte (48 %, + 1 Prozentpunkt) im Internet schaut[15].

Bei der Aufschlüsselung der Elemente, die in der kombinierten Kategorie „Internet“ enthalten sind, erwähnen etwa drei von zehn (31 %, + 1 S.) Informationswebsites, während fast zwei von zehn (19 %, + 1 S.) auf soziale Online-Netzwerke gehen. Weniger als jeder Fünfte (17 %, keine Änderung) besucht institutionelle und offizielle Websites, um nach Informationen über die EU, ihre Politik und ihre Institutionen zu suchen, während nur 3 % (keine Änderung) auf Blogs angewiesen sind.

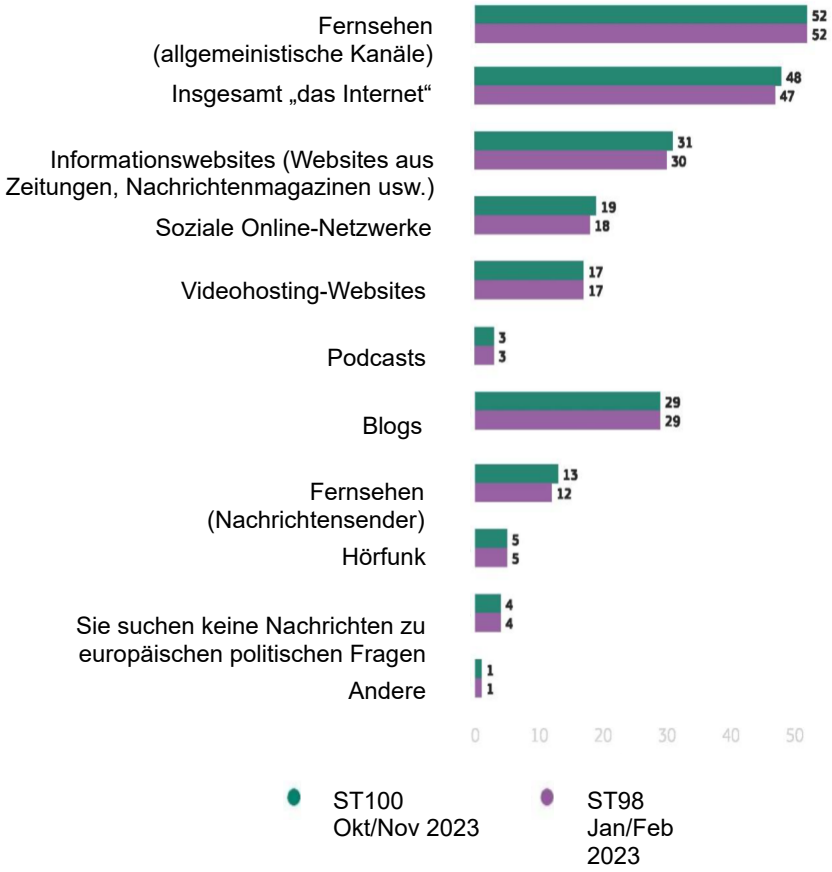
Fast drei von zehn (29 %, keine Änderung) sagen, dass sie nach solchen Informationen suchen, indem sie Gespräche mit Freunden, Verwandten oder Kollegen führen. Andere Quellen werden von einer von zwanzig oder weniger erwähnt: Bücher, Broschüren und Informationsbroschüren (5 %, keine Änderung), (Online-) Konferenzen, Vorträge und Besprechungen (4 %, keine Änderung) und Telefon (1 %, keine Änderung).

Mehr als jeder zehnte (13 %, + 1 pp) sagt spontan, dass sie nie nach solchen Informationen suchen oder nicht an Informationen über die EU interessiert sind[16].

15 Das gesamte „Internet“ kombiniert die Punktzahlen für die Elemente: Informationswebsites (Websites von Zeitungen, Nachrichtenmagazinen, Videohosting-Websites usw.), soziale Online-Netzwerke, institutionelle und offizielle Websites (staatliche Websites usw.) und Blogs.

16 QE5. Wenn Sie nach Informationen über die EU, ihre Politik und ihre Institutionen suchen, welche der folgenden Quellen nutzen Sie? (MEHRERE ANTWORTEN MÖGLICH)

QE5. Wenn Sie nach Informationen über die EU, ihre Politik und ihre Institutionen suchen, welche der folgenden Quellen nutzen Sie? (MEHRERE ANTWORTEN MÖGLICH) (EU27)(%)



In jedem EU-Mitgliedstaat ist die am häufigsten genannte Quelle bei der Suche nach Informationen über die EU entweder das Internet oder traditionelle Medien. Das Internet rangiert am höchsten in 16 Ländern, während traditionelle Medien die am häufigsten erwähnte Quelle in zehn Ländern sind. In Luxemburg liegen diese beiden Quellen gemeinsam am höchsten.

Traditionelle Medien (Fernsehen, Radio, schriftliche Presse) werden in Luxemburg (63 %), Deutschland (60 %) und Dänemark und Italien (beide 59 %) mit knapp sechs von zehn oder mehr erwähnt. Dies entspricht 36 % in Malta und Estland und 38 % in Tschechien und Lettland, die diese Antwort geben. Traditionelle Medien sind eine der drei am häufigsten erwähnten Quellen in allen EU-Mitgliedstaaten.

Das Internet[17] wird am häufigsten in den Niederlanden (76 %), Schweden (74 %) und Finnland (73 %) erwähnt. Am anderen Ende der Skala suchen 27 % in Rumänien und 31 % in Portugal nach Informationen über die EU im Internet. Das Internet ist eine der drei am häufigsten erwähnten Quellen in jedem Land.

Informationswebsites sind die zweit- oder dritthöchste Quelle in 19 Ländern. Sie werden am häufigsten in Schweden (53 %), Finnland (48 %) und den Niederlanden (45 %) erwähnt. Dagegen werden sie am wenigsten in Rumänien (12 %) und in Bulgarien und Portugal (beide 18 %) zitiert.

Mehr als vier von zehn in Rumänien (43 %), Griechenland und der Slowakei (beide 42 %) und Deutschland (41 %) geben an, dass sie Gespräche mit Verwandten, Freunden oder Kollegen führen, wenn sie nach Informationen über die EU suchen. Am anderen Ende der Skala erwähnt weniger als jeder Fünfte dies in Estland, Frankreich und Irland (alle 18 %) und in Spanien (19 %). Dies ist die zweit- oder dritthäufigste Quelle in sieben Ländern.

Die sozialen Online-Netzwerke werden von mehr als einem Drittel in Zypern (37 %) und in Lettland und Malta (beide 34 %) unter den bevorzugten Informationsquellen über die EU ausgewählt. Dagegen führen 14 % in Slowenien und Portugal und 16 % in Frankreich, Ungarn, Polen und Rumänien an. Soziale Online-Netzwerke sind die dritthäufig erwähnte Quelle in Zypern und gemeinsam mit Informationswebsites Estland.

Institutionelle und offizielle Websites sind die dritthäufig erwähnte Quelle von Befragten in den Niederlanden (50 %). Diejenigen in Finnland und Schweden (beide 43 %) gehören ebenfalls zu den wahrscheinlichsten, die sich für Informationen über die EU auf sie verlassen. Am anderen Ende des Spektrums erwähnt weniger als jeder zehnte diese Websites in Portugal (7 %) und in Bulgarien, Ungarn und Rumänien (alle 8 %).

Mindestens jeder Zehnte in Luxemburg und Schweden (beide 11 %) und in Dänemark und Deutschland (beide 10 %) gibt an, dass sie in Büchern, Broschüren und Informationsbroschüren nach Informationen über die EU suchen würden.

Nur in Zypern (10 %) nehmen mindestens jeder Zehnte an (Online-) Konferenzen, Vorträgen oder Treffen teil, während 17 % in Griechenland auf Blogs angewiesen sind und weniger als jeder zwanzigte in allen Ländern Telefon erwähnt.

Schließlich gibt mindestens jeder Zehnte von 22 EU-Mitgliedstaaten an, dass sie niemals nach solchen Informationen suchen oder nicht interessiert sind, vor allem in Estland und Portugal (beide 27 %) und in Litauen und Spanien (beide 22 %).

Die soziodemografische Analyse zeigt, dass Männer häufiger als Frauen das Internet nutzen, wenn sie nach Informationen über die EU suchen (52 % gegenüber 45 %) und insbesondere Informationswebsites (34 % vs. 27 %) und institutionelle und offizielle Websites (18 % vs. 15 %) nutzen.

Je älter die Befragten sind, desto wahrscheinlicher ist es, dass sie traditionelle Medien (Fernsehen, Radio oder schriftliche Presse) erwähnen (65 % der Personen im Alter von 55 Jahren oder älter, verglichen mit 32 % der Personen im Alter von 15 bis 24 Jahren), während das Gegenteil für das Internet gilt (68 % der

17 Das gesamte „Internet“ kombiniert die Punktzahlen für die Elemente: Informationswebsites (Websites von Zeitungen, Nachrichtenmagazinen, Videohosting-Websites usw.), soziale Online-Netzwerke, institutionelle und offizielle Websites (staatliche Websites usw.) und Blogs.

Personen im Alter von 15 bis 24 Jahren, verglichen mit 31 % der Personen im Alter von 55 Jahren) und insbesondere für soziale Online-Netzwerke (39 % gegenüber 9 %) und institutionelle und offizielle Websites (23 % vs. 11 %).

Je länger ein Befragter in Vollzeitausbildung blieb, desto wahrscheinlicher ist es, dass er im Internet nach Informationen über die EU sucht (63 % derjenigen, die 20 oder älter abgeschlossen haben, verglichen mit 18 % derjenigen, die im Alter von 15 oder jünger endeten). Dies ist am deutlichsten, wenn es um Informationswebsites geht, wobei mehr als vier von zehn (43 %) derjenigen, die eine Ausbildung im Alter von 20 oder älter abgeschlossen haben, dies erwähnen, verglichen mit etwa einem von zehn (11 %) derjenigen, die im Alter von 15 Jahren oder jünger gegangen sind. Das umgekehrte Muster gilt für traditionelle Medien (Fernsehen, Radio oder schriftliche Presse) (62 % derjenigen, die eine Ausbildung im Alter von 15 oder jünger abgeschlossen haben, verglichen mit 52 % derjenigen, die im Alter von 20 Jahren oder älter endeten).

Selbständige (55 %) und Hausangestellte (54 %) sind am ehesten auf Fernsehen, Radio oder schriftliche Presse angewiesen, insbesondere in Bezug auf Arbeitslose (40 %). Die Manager nutzen am ehesten das Internet (69 %), insbesondere Informationswebsites (47 %) und institutionelle und offizielle Websites (29 %), während soziale Online-Netzwerke unter den Arbeitslosen am weitesten verbreitet sind (25 %). Beschwerdegegner, die nie oder fast nie Schwierigkeiten haben, Rechnungen zu bezahlen, sind wahrscheinlicher als diejenigen, die die meiste Zeit Schwierigkeiten haben, Informationen über die EU sowohl in traditionellen Medien (Fernsehen, Radio, schriftliche Presse) (53 % vs 46 %) und Internetquellen (51 % vs 41 %) zu suchen. Unter den letzteren ist die Lücke am größten, wenn es um Informationswebsites geht (34 % gegenüber 23 %).

Die Befragten, die sich als Teil der oberen oder oberen Mittelschicht der Gesellschaft betrachten, sind wahrscheinlicher als diejenigen, die sich als Teil der Arbeiterklasse betrachten, um das Internet zu nutzen, wenn sie nach Informationen über die EU suchen (69-71 % gegenüber 35 %). Die Unterschiede sind am bemerkenswertesten in Bezug auf Informationswebsites (46-48 % gegenüber 22 %) und institutionelle und offizielle Websites (29-34 % vs. 9 %).

QE5 Wenn Sie nach Informationen über die EU, ihre Politik und ihre Institutionen suchen, welche der folgenden Quellen nutzen Sie? (MEHRERE ANTWORTEN MÖGLICH) (% – EU)

	Fernsehen (allgemeinistische Kanäle)	Insgesamt „das Internet“	Fernsehen (Nachrichtensender)	Informationswebsites (Websites aus Zeitungen, Nachrichtenmagazinen usw.)	Hörfunk	Soziale Online-Netzwerke	Die schriftliche Presse	Sie suchen keine Nachrichten zu europäischen politischen Fragen	Podcasts	Videohosting-Websites	Blogs	Andere	Ich weiß nicht
EU-27	52	48	31	29	19	17	13	5	4	3	1	0	1
Geschlecht													
Mann	52	52	34	28	19	18	12	5	5	3	1	0	1
Frau	53	45	27	29	19	15	14	5	4	3	1	0	1
Alter													
15-24	32	68	39	30	39	23	14	5	6	5	2	0	0
25-39	42	62	40	29	26	22	11	5	5	4	2	0	1
40-54	51	54	34	29	20	19	12	4	5	4	1	0	1
55 +	65	31	21	28	9	11	14	5	3	1	1	0	1
Bildung (Ende)													
15—	62	18	11	26	8	3	22	2	2	1	0	0	1
16-19	55	42	25	29	18	12	14	4	4	3	1	0	1
20+	52	63	43	29	19	25	8	7	5	4	1	0	1
Studieren noch	32	71	43	30	38	28	12	7	7	5	3	0	0
Sozio-professionelle Kategorie													
Selbstständige	55	59	39	32	22	20	9	7	7	5	1	0	1
Führungskräfte	51	69	47	31	20	29	6	8	6	4	1	0	1
Andere weiße Kragen	51	56	34	30	22	19	9	4	6	4	1	0	1
Handwerkliche Mitarbeiter	49	48	29	27	21	13	14	3	3	3	1	0	1
Hauspersonen	54	31	20	28	14	9	24	2	3	1	1	0	0
Arbeitslose	40	48	26	22	25	14	22	3	2	3	1	0	1
Rentner	67	26	17	27	6	9	15	6	2	1	1	0	1
Studenten	32	71	43	30	38	28	12	7	7	5	3	0	0
Schwierigkeiten beim Bezahlen von Rechnungen													
Die meiste Zeit	46	41	23	28	20	10	21	4	4	3	1	0	1
Von Zeit zu Zeit	52	44	25	30	21	14	14	4	5	4	1	0	1
Fast nie/nie	53	51	34	28	18	19	11	6	4	2	1	0	1
Betrachten Sie die Zugehörigkeit zu													
Die Arbeiterklasse	49	35	22	24	15	9	23	2	2	2	1	0	2
Die untere Mittelschicht	52	43	24	29	20	12	14	5	4	3	1	0	1
Die Mittelschicht	54	53	34	30	20	19	9	6	5	3	1	0	1
Die obere Mittelschicht	52	69	46	31	22	34	5	9	8	5	1	0	0
Die Oberschicht	53	71	48	35	25	29	2	8	9	8	1	0	2
Bild der EU													
Positiv	57	56	36	32	21	20	8	6	5	3	1	0	0
Neutral	50	43	26	27	17	14	16	4	4	3	1	0	1
Negativ	47	44	26	26	20	14	17	4	4	3	1	0	1

IV. Meinungen zum Pluralismus und zur Unabhängigkeit der nationalen Medien

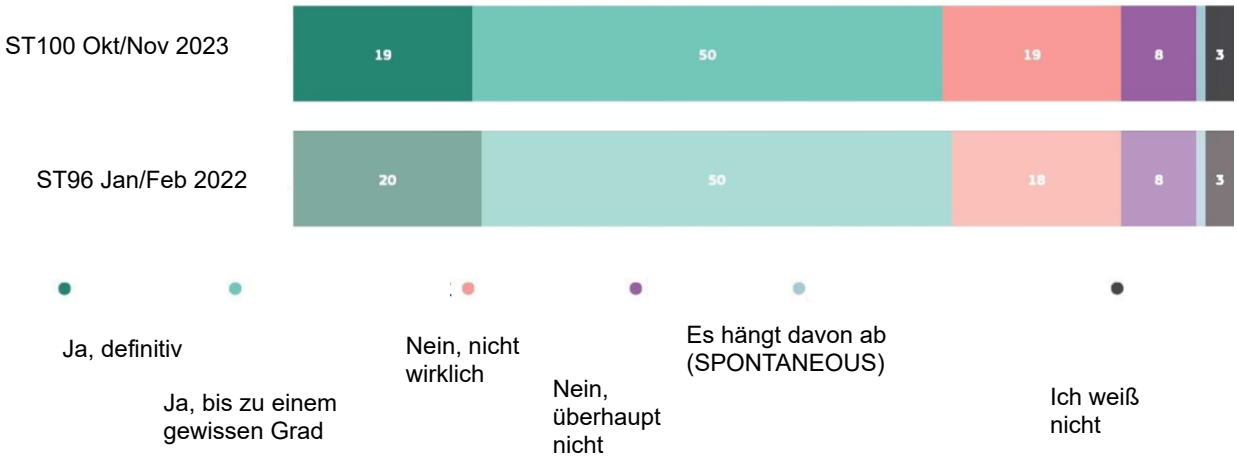
1. Pluralismus in den nationalen Medien

Eine große Mehrheit glaubt, dass ihre nationalen Medien eine Vielfalt an Ansichten und Meinungen bieten.

Fast sieben von zehn Befragten (69 %, -1 Prozentpunkte seit Winter 2021-2022) geben an, dass ihre nationalen Medien eine Vielfalt an Ansichten und Meinungen bieten, wobei fast jeder fünfte (19 %, -1 Prozentpunkte) der Fall ist. Umgekehrt geben mehr als ein Viertel (27 %, + 1 S.) eine negative Antwort, darunter weniger als ein Zehntel (8 %, keine Veränderung), die „nein, überhaupt nicht“ sagen, und 3 % (keine Änderung) sagen, dass sie es nicht wissen[18].

Diese Zahlen sind seit der letzten Beantwortung dieser Frage im Winter 2021-2022 (EB96) stabil geblieben.

QE7. Für jede der folgenden Aussagen geben Sie bitte an, inwieweit sie der Situation der (NATIONALITÄTEN) Medien (EU27) (%) entspricht oder nicht.
(Nationalitäts-)Medien bieten eine Vielfalt von Ansichten und Meinungen

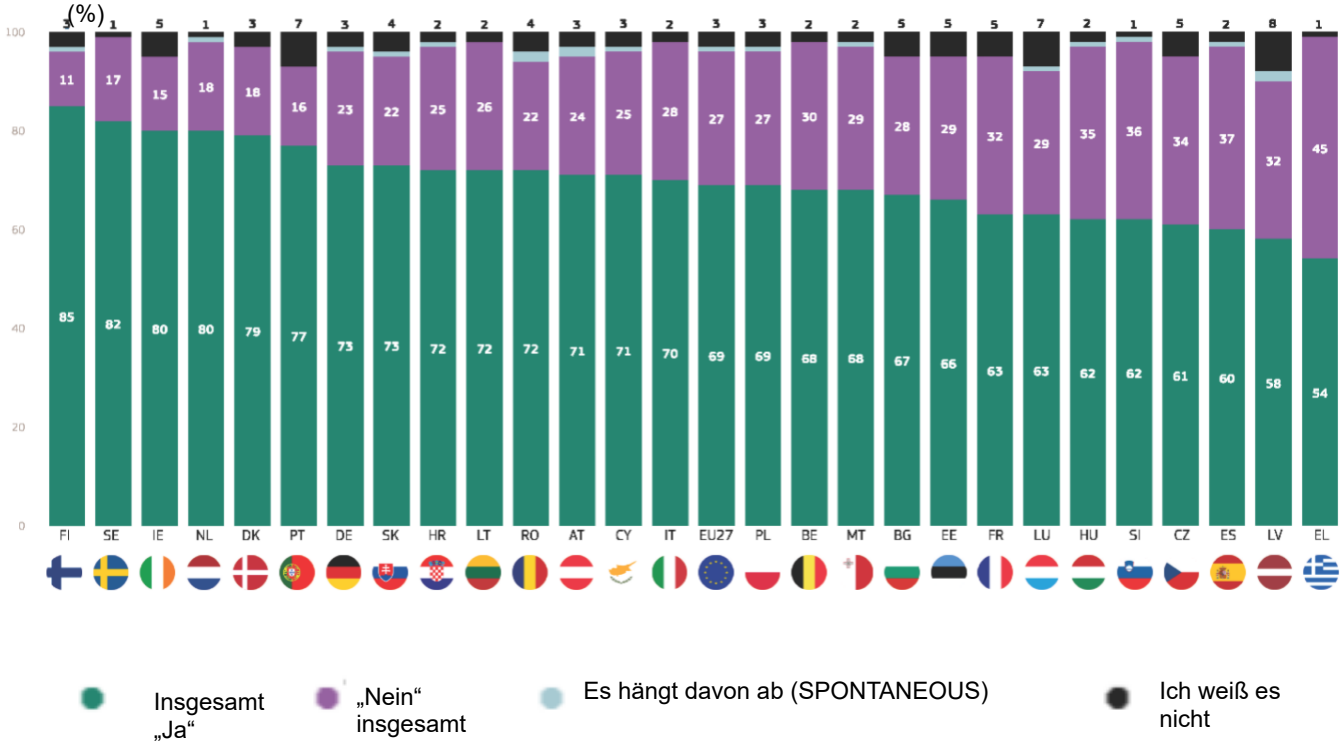


18 QE7. Für jede der folgenden Aussagen geben Sie bitte an, inwieweit sie der Situation der (NATIONALITÄT) Medien entsprechen oder nicht. 2) (NATIONALITÄT) Medien bieten eine Vielfalt von Ansichten und Meinungen.

Eine absolute Mehrheit in allen EU-Mitgliedstaaten ist der Ansicht, dass ihre nationalen Medien eine Vielfalt an Ansichten und Meinungen bieten. Dieser Anteil reicht von mindestens acht von zehn in Finnland (85 %), Schweden (82 %) und Irland und den Niederlanden (beide 80 %) bis sechs zu zehn in Griechenland (54 %), Lettland (58 %) und Spanien (60 %).

In 14 Ländern ist es wahrscheinlicher als im Winter 2021-2022, dass ihre nationalen Medien eine Vielfalt an Ansichten und Meinungen bieten, insbesondere in Polen (69 %, + 8 Prozentpunkte), der Slowakei (73 %, + 7 Prozentpunkte) und Slowenien (62 %, + 7 Prozentpunkte). Dieser Anteil der Befragten ist in 12 Ländern zurückgegangen, wobei der größte Rückgang in Estland (66 %, -13 Prozentpunkte), Tschechien (61 %, -13 Prozentpunkte) und Deutschland (73 %, -7 Prozentpunkte) zu verzeichnen ist. In Österreich gab es keine Veränderung (71 %).

QE7.2. Bitte geben Sie für jede der folgenden Aussagen an, inwieweit sie der Situation der (NATIONALITÄT-) Medien entsprechen oder nicht – (NATIONALITÄT) Medien bieten eine Vielfalt von Ansichten und Meinungen (%)



QE7.2 Für jede der folgenden Aussagen geben Sie bitte an, inwieweit sie der Situation der (NATIONALITÄTEN) Medien (NATIONALITÄT) entsprechen oder nicht, die eine Vielfalt von Ansichten und Meinungen bieten (%)

		EU-27	PL	SI	SK	SE	IE	EL	LV	MT	ES	PERSONALABTEILUNG	LT	SEIN	BG	FI	BEI	FR	IT	LU	HU	PT	CY	NL	DK	RO	DE	CZ	EE
Ja, definitiv	Okt/Nov 2023	19	17	16	17	28	19	12	12	16	13	17	16	12	20	33	29	16	15	13	17	15	21	29	28	27	21	17	14
	Mai/Juni 2023	▼1	4	3	A)2	4	▼4	▼2	A)1	3	▼1	=	=	▼1	▼1	3	A)2	A)1	▼2	3	=	▼5	A)2	=	=	=	▼9	▼4	▼13
Ja, bis zu einem gewissen Grad	Okt/Nov 2023	50	52	46	56	54	61	42	46	52	47	55	56	56	47	52	42	47	55	50	45	62	50	51	51	45	52	44	52
	Mai/Juni 2023	=	4	4	5	A)2	9	5	A)2	=	3	A)2	A)2	A)2	A)2	▼2	▼2	▼2	A)1	▼4	▼1	4	▼4	▼2	▼4	▼5	A)2	▼9	=
Nein, nicht wirklich	Okt/Nov 2023	19	18	22	14	14	12	30	23	23	22	20	21	24	16	9	15	23	20	25	22	15	18	14	13	17	18	23	20
	Mai/Juni 2023	A)1	▼2	▼2	▼2	▼1	▼3	=	▼5	A)1	▼1	▼2	=	▼1	=	▼3	▼1	=	A)2	▼1	=	A)2	=	3	=	6	6	A)2	3
Nein, überhaupt nicht	Okt/Nov 2023	8	9	14	8	3	3	15	9	6	15	5	5	6	12	2	9	9	8	4	13	1	7	4	5	5	5	11	9
	Mai/Juni 2023	=	▼5	▼3	▼3	▼4	▼3	▼3	▼3	▼2	A)1	▼2	=	=	A)2	▼1	=	A)1	A)1	▼3	A)1	▼1	4	▼2	A)2	=	▼1	6	5
Es hängt davon ab (SPONTANEOUS)	Okt/Nov 2023	1	1	1	1	0	0	0	2	1	1	1	0	0	0	1	2	0	0	1	1	0	1	1	0	2	1	0	0
	Mai/Juni 2023	=	=	=	▼1	▼1	=	=	A)2	▼1	=	A)1	▼1	▼1	▼1	A)1	=	=	▼1	A)1	=	▼1	=	A)1	=	A)1	A)1	=	=
Ich weiß es nicht	Okt/Nov 2023	3	3	1	4	1	5	1	8	2	2	2	2	2	5	3	3	5	2	7	2	7	3	1	3	4	3	5	5
	Mai/Juni 2023	=	▼1	▼2	▼1	=	A)1	=	3	▼1	▼2	A)1	▼1	A)1	▼2	A)2	A)1	=	▼1	4	=	A)1	▼2	=	A)2	▼2	A)1	5	5
Insgesamt „Ja“	Okt/Nov 2023	69	69	62	73	82	80	54	58	68	60	72	72	68	67	85	71	63	70	63	62	77	71	80	79	72	73	61	66
	Mai/Juni 2023	▼1	8	7	7	6	5	3	3	3	A)2	A)2	A)2	A)1	A)1	A)1	=	▼1	▼1	▼1	▼1	▼1	▼2	▼2	▼4	▼5	▼7	▼13	▼13
„Nein“ insgesamt	Okt/Nov 2023	27	27	36	22	17	15	45	32	29	37	25	26	30	28	11	24	32	28	29	35	16	25	18	18	22	23	34	29
	Mai/Juni 2023	A)1	▼7	▼5	▼5	▼5	▼6	▼3	▼8	▼1	=	▼4	=	▼1	A)2	▼4	▼1	A)1	3	▼4	A)1	A)1	4	A)1	A)2	6	5	8	8

Die soziodemografische Analyse zeigt keine signifikanten geschlechtsspezifischen Unterschiede in den Proportionen, die glauben, dass ihre nationalen Medien eine Vielfalt von Ansichten und Meinungen bieten. Dennoch ist folgendes noch zu beachten:

Die ältesten Befragten im Alter von 55 oder älter (71 %) vertreten diese Ansicht am ehesten, insbesondere im Vergleich zu den 15-39-Jährigen (65 %).

Diejenigen, die ihre Vollzeitausbildung im Alter von 20 Jahren oder älter (71 %) abgeschlossen haben, sind etwas wahrscheinlicher als diejenigen, die im Alter von 15 Jahren oder früher (67 %) verlassen haben, glauben, dass ihre nationalen Medien eine Vielfalt an Ansichten und Meinungen bieten.

Führungskräfte (73 %) geben diese Antwort am ehesten, insbesondere im Vergleich zu Arbeitslosen (55 %).

Je weniger finanzielle Schwierigkeiten die Befragten haben, desto wahrscheinlicher ist es, dass ihre nationalen Medien eine Vielfalt an Ansichten und Meinungen bieten. Zum Beispiel sagen 71 % derjenigen, die nie oder fast nie Schwierigkeiten haben, ihre Rechnungen zu bezahlen, dies im Vergleich zu 60 % derjenigen, die Schwierigkeiten haben, dies die meiste Zeit zu tun.

QE7.2 Für jede der folgenden Aussagen geben Sie bitte an, inwieweit sie der Situation der (NATIONALITÄT) Medien entsprechen oder nicht: (Nationalitäts-)Medien bieten eine Vielfalt an Ansichten und Meinungen (% – EU)

	Insgesamt „Ja“	„Nein“ insgesamt	Ich weiß nicht
EU-27	69	27	3
Geschlecht			
Mann	69	28	3
Frau	69	27	3
Alter			
15-24	65	30	4
25-39	65	31	3
40-54	69	29	2
55 +	71	24	4
Bildung (Ende)			
15—	67	26	6
16-19	68	29	3
20+	71	28	1
Studieren noch	68	27	4
Sozio-professionelle Kategorie			
Selbstständige	71	27	2
Führungskräfte	73	26	1
Andere weiße Kragen	67	29	3
Handwerkliche Mitarbeiter	68	29	3
Hauspersonen	68	25	7
Arbeitslose	55	40	3
Rentner	71	24	4
Studenten	68	27	4
Schwierigkeiten beim Bezahlen von Rechnungen			
Die meiste Zeit	60	35	4
Von Zeit zu Zeit	67	30	3
Fast nie/nie	71	26	3
Betrachten Sie die Zugehörigkeit zu			
Die Arbeiterklasse	64	29	6
Die untere Mittelschicht	67	30	3
Die Mittelschicht	71	26	2
Die obere Mittelschicht	75	24	1
Die Oberschicht	69	28	2
Bild der EU			
Positiv	78	20	2
Neutral	67	28	4

Negativ	50	46	3

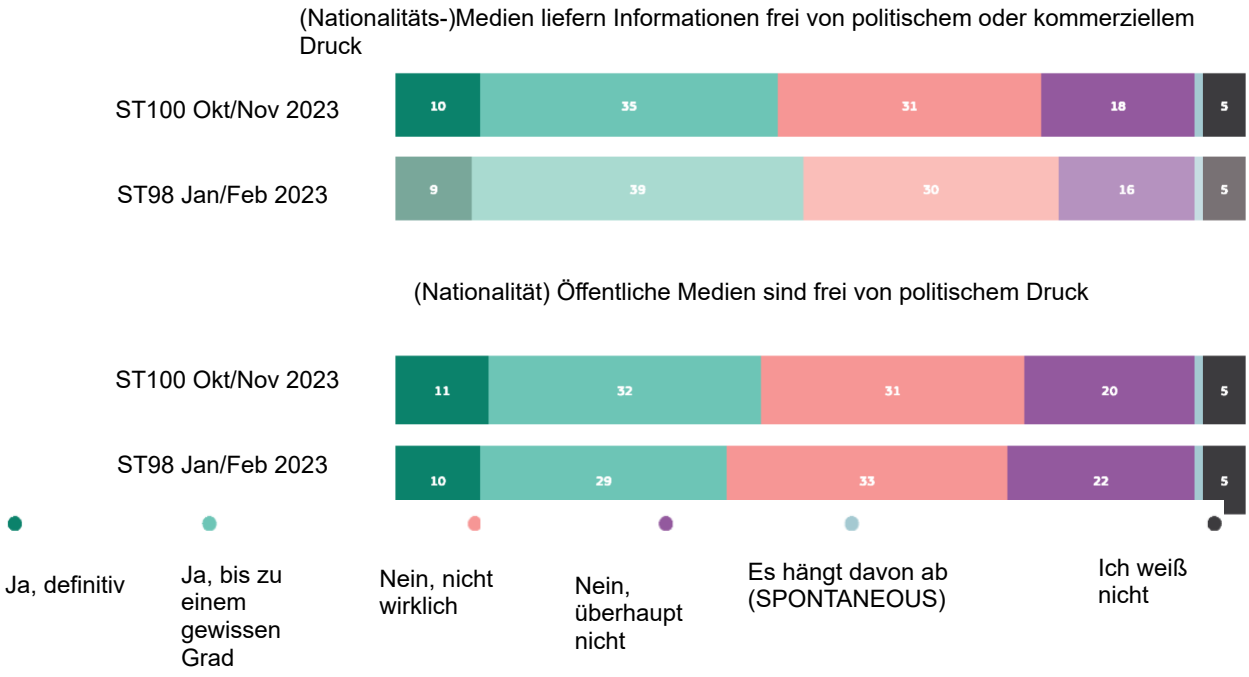
2. Unabhängigkeit der nationalen Medien

Eine Mehrheit ist der Meinung, dass ihre nationalen Medien keine Informationen bereitstellen, die frei von kommerziellem oder politischem Druck sind.

Mehr als vier von zehn Befragten (45 %) geben an, dass ihre nationalen Medien Informationen frei von politischem oder kommerziellem Druck bereitstellen, darunter jeder zehnte, der der Meinung ist, dass dies „unbestimmt“ der Fall ist. Knapp die Hälfte (49 %) ist jedoch der Meinung, dass die von den nationalen Medien bereitgestellten Informationen nicht frei von dieser Art von Druck sind, wobei fast jeder Fünfte (18 %) der Meinung ist, dass dies „nicht“ der Fall ist. Jeder zwanzigste sagt, dass er es nicht weiß[19].

Nach einem Anstieg um fünf Prozentpunkte zwischen dem Winter 2021-2022 und dem Winter 2022-2023 ist der Anteil der Befragten, die der Meinung sind, dass ihre nationalen Medien Informationen frei von politischem oder kommerziellem Druck bereitstellen, in der aktuellen Umfrage um drei Prozentpunkte zurückgegangen. Umgekehrt ist der Anteil derjenigen, die das Gegenteil denken, um drei Prozentpunkte gestiegen.

0E7. Für jede der folgenden Aussagen geben Sie bitte an, inwieweit sie der Situation der (NATIONALITÄTEN) Medien (EU27) (%) entspricht oder nicht.



19 QE7. Für jede der folgenden Aussagen geben Sie bitte an, inwieweit sie der Situation der (NATIONALITÄT) Medien entsprechen oder nicht. 3) (NATIONALITÄT) Medien liefern Informationen frei von politischem oder kommerziellem Druck.

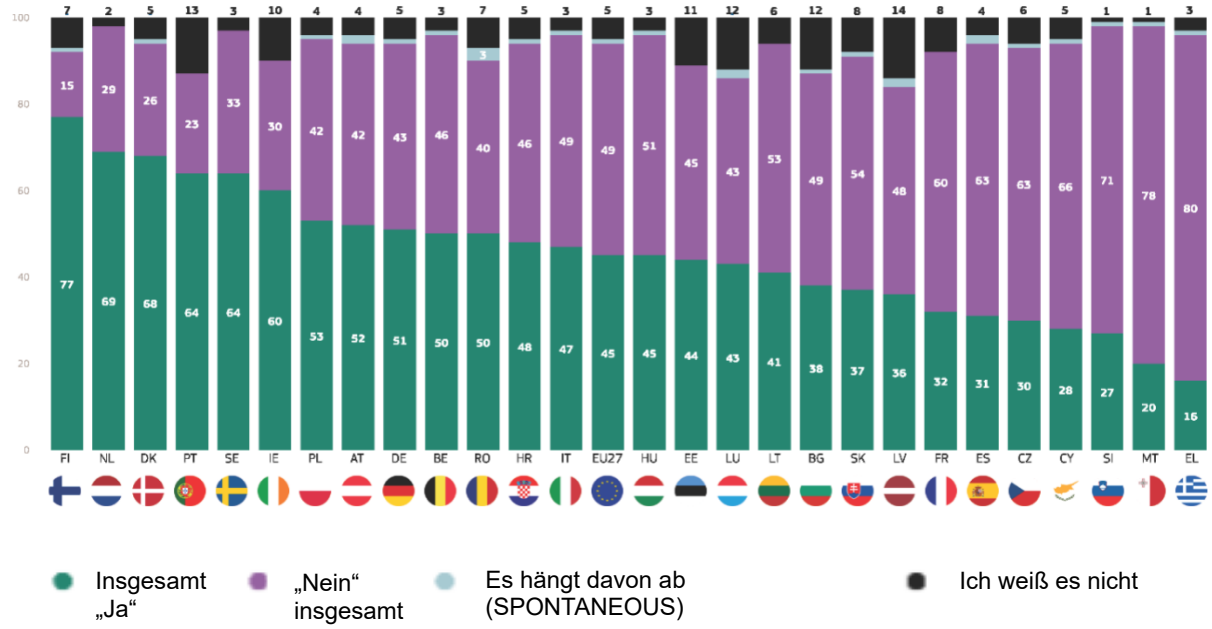
In 12 EU-Mitgliedstaaten ist die Mehrheit der Befragten der Ansicht, dass die Medien in ihrem Land Informationen frei von politischem oder kommerziellem Druck bereitstellen (gegenüber 14 im Winter 2022-2023), vor allem in Finnland (77 %), den Niederlanden (69 %) und Dänemark (68 %).

Dies ist die Minderheitsmeinung in 14 Ländern, wobei die Befragten in Griechenland (16 %), Malta (20 %) und Slowenien (27 %) am wenigsten eine positive Antwort geben. Die Meinungen sind in Luxemburg geteilt (43 % „ja“ vs 43 % „nein“).

Seit dem Winter 2022-2023 glauben die Befragten in 21 der 27 EU-Mitgliedstaaten weniger wahrscheinlich, dass ihre nationalen Medien Informationen frei von politischem oder kommerziellem Druck bereitstellen. Ein Rückgang um mindestens zehn Prozentpunkte zeigt sich in Malta (20 %, -20 Prozentpunkte), Luxemburg (43 %, -14 Prozentpunkte), Zypern (28 %, -12 Prozentpunkte), Belgien (50 %, -10 Prozentpunkte) und Lettland (36 %, -10 Prozentpunkte). Dieser Anteil ist in Polen (53 %) und in Kroatien (48 %) und der Slowakei (37 %) um 12 Prozentpunkte gestiegen, während in Portugal ein leichter Anstieg (64 %, + 1 Prozentpunkte) zu verzeichnen ist. Diese Zahl ist in Ungarn (45 %) und Litauen (41 %) unverändert geblieben.

Die Ansicht, dass nationale Medien Informationen liefern, die frei von politischem oder kommerziellem Druck sind, ist inzwischen die Mehrheitsposition in Kroatien und Polen geworden. Im Gegensatz dazu ist dies in Estland, Italien und Lettland die Minderheitsansicht, während sich die Meinung in Luxemburg gespalten hat.

QE7.3. Für jede der folgenden Aussagen geben Sie bitte an, inwieweit sie der Situation der (NATIONALITÄTEN) Medien (NATIONALITÄT) entsprechen oder nicht, die Informationen frei von politischem oder kommerziellem Druck bereitstellen (%)



QE7.3 Für jede der folgenden Aussagen geben Sie bitte an, inwieweit sie der Situation der (NATIONALITÄT-) Medien (NATIONALITÄT) entsprechen oder nicht, die Informationen frei von politischem oder kommerziellem Druck bereitstellen (%)

		EU-27	PL	PERSONALABTEILUNG	SK	PT	LT	HU	BG	DE	FR	RO	CZ	DK	NL	BEI	SE	EE	EL	IT	SI	FI	IE	ES	SEIN	LV	CY	LU	MT
Insgesamt „Ja“	Okt/Nov 2023	10	14	11	6	9	6	12	9	8	6	14	4	19	19	14	15	8	4	13	5	26	15	5	10	7	5	9	5
	Mai/Juni 2023	A)1	3	A)2	=	A)1	=	6	A)1	A)1	3	A)2	▼1	▼6	A)1	4	▼5	A)1	A)1	3	▼1	▼5	▼3	▼2	▼2	▼2	=	=	▼20
„Nein“ insgesamt	Okt/Nov 2023	35	39	37	31	55	35	33	29	43	26	36	26	49	50	38	49	36	12	34	22	51	45	26	40	29	23	34	15
	Mai/Juni 2023	▼4	9	A)1	3	=	=	▼6	▼2	▼2	▼4	▼4	▼2	3	▼4	▼7	A)2	▼6	▼6	▼8	▼4	=	▼5	▼7	▼8	▼8	▼12	▼14	=
Ja, definitiv	Okt/Nov 2023	31	28	31	34	18	37	27	28	31	38	27	36	19	22	26	24	29	36	32	37	12	22	31	35	32	34	36	32
	Mai/Juni 2023	A)1	▼8	▼1	6	5	A)1	▼1	A)1	A)2	A)2	=	▼1	A)2	4	3	3	4	▼4	A)1	4	A)2	5	=	6	=	4	11	6
Ja, bis zu einem gewissen Grad	Okt/Nov 2023	18	14	15	20	5	16	24	21	12	22	13	27	7	7	16	9	16	44	17	34	3	8	32	11	16	32	7	46
	Mai/Juni 2023	A)2	▼2	▼4	▼9	▼1	▼2	=	▼1	▼1	A)1	=	A)1	=	=	▼1	▼2	A)1	6	5	5	=	=	7	3	6	8	A)2	13
Nein, nicht wirklich	Okt/Nov 2023	1	1	1	1	0	0	1	1	1	0	3	1	1	0	2	0	0	1	1	1	1	0	2	1	2	1	2	1
	Mai/Juni 2023	=	▼2	=	=	▼1	=	A)1	▼1	=	▼1	A)2	=	A)1	▼1	A)1	=	▼1	A)1	=	▼1	=	▼1	A)2	=	A)1	A)1	A)1	A)1
Nein, überhaupt nicht	Okt/Nov 2023	5	4	5	8	13	6	3	12	5	8	7	6	5	2	4	3	11	3	3	1	7	10	4	3	14	5	12	1
	Mai/Juni 2023	=	=	A)2	=	▼4	A)1	=	A)2	=	▼1	=	3	=	=	=	A)2	A)1	A)2	▼1	▼3	3	4	=	A)1	3	▼1	=	=
Es hängt davon ab (SPONTANEOUS	Okt/Nov 2023	45	53	48	37	64	41	45	38	51	32	50	30	68	69	52	64	44	16	47	27	77	60	31	50	36	28	43	20
	Mai/Juni 2023	▼3	12	3	3	A)1	=	=	▼1	▼1	▼1	▼2	▼3	▼3	▼3	▼3	▼3	▼5	▼5	▼5	▼5	▼5	▼8	▼9	▼10	▼10	▼12	▼14	▼20
Ich weiß nicht	Okt/Nov 2023	49	42	46	54	23	53	51	49	43	60	40	63	26	29	42	33	45	80	49	71	15	30	63	46	48	66	43	78
	Mai/Juni 2023	3	▼10	▼5	▼3	4	▼1	▼1	=	A)1	3	=	=	A)2	4	A)2	A)1	5	A)2	6	9	A)2	5	7	9	6	12	13	19

Die soziodemografischen Daten zeigen, dass, obwohl die Ergebnisse nach Geschlecht und Altersgruppen konsistent sind, es deutliche Unterschiede in der Bildung gibt. Die Befragten, die ihre Vollzeitausbildung im Alter von 20 Jahren oder älter (47 %) abgeschlossen haben, sind eher der Meinung, dass ihre nationalen Medien Informationen frei von politischem oder kommerziellem Druck bereitstellen als diejenigen, die 15 oder jünger abgeschlossen haben (40 %).

Die Mehrheit der Manager (52 %) gibt an, dass nationale Medien Informationen frei von politischem oder kommerziellem Druck bereitstellen, während etwa ein Drittel (34 %) dies bei den Arbeitslosen tut. Befragten, die Schwierigkeiten haben, ihre Rechnungen die meiste Zeit zu bezahlen (37 %) geben diese Antwort seltener als diejenigen, die von Zeit zu Zeit oder weniger häufig Schwierigkeiten haben (45-47 %). Ebenso sind diejenigen, die sich der Arbeiterklasse angehören (37 %), weniger wahrscheinlich als diejenigen, die sich der Mittelschicht (49 %), der oberen Mittelschicht (55 %) oder der Oberschicht (48 %) angehörten.

QE7.3 Für jede der folgenden Aussagen geben Sie bitte an, inwieweit sie der Situation der (NATIONALITÄTEN) Medien entspricht oder nicht: (Nationalitäts-)Medien liefern Informationen, die frei von politischem oder kommerziellem Druck sind (% – EU)

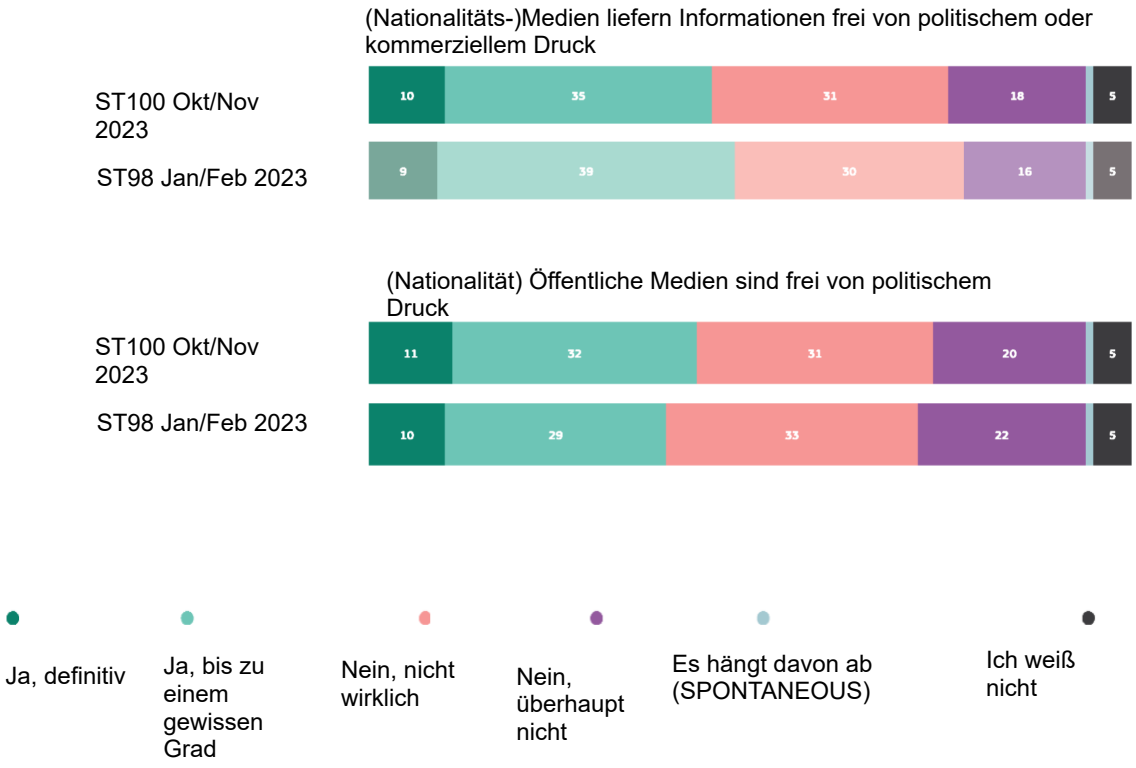
	Insgesamt „Ja“	„Nein“ insgesamt	Ich weiß nicht
EU-27	45	49	5
Geschlecht			
Mann	46	49	4
Frau	45	48	6
Alter			
15-24	46	44	8
25-39	46	48	5
40-54	46	49	4
55 +	44	49	6
Bildung (Ende)			
15—	40	49	9
16-19	44	50	5
20+	47	49	3
Studieren noch	49	42	7
Sozio-professionelle Kategorie			
Selbstständige	43	54	3
Führungskräfte	52	45	2
Andere weiße Kragen	46	49	4
Handwerkliche Mitarbeiter	46	48	5
Hauspersonen	44	46	9
Arbeitslose	34	58	7
Rentner	44	49	6
Studenten	49	42	7
Schwierigkeiten beim Bezahlen von Rechnungen			
Die meiste Zeit	37	55	6
Von Zeit zu Zeit	45	48	6
Fast nie/nie	47	47	5
Betrachten Sie die Zugehörigkeit zu			
Die Arbeiterklasse	37	52	9
Die untere Mittelschicht	43	51	5
Die Mittelschicht	49	47	3
Die obere Mittelschicht	55	43	2
Die Oberschicht	48	43	8
Bild der EU			

Positiv	55	40	4
Neutral	43	49	6
Negativ	29	66	4

Die Mehrheit sagt, dass ihre nationalen öffentlich-rechtlichen Medien nicht frei von politischem Druck sind.

Mehr als vier von zehn Befragten (43 %, + 4 Prozentpunkte seit Winter 2021-2022) geben an, dass ihre nationalen öffentlich-rechtlichen Medien frei von politischem Druck seien, wobei etwa jeder zehnte (11 %, + 1 Prozentpunkte) der Fall sei. Dennoch denkt die Mehrheit (51 %, -4 Prozentpunkte) das Gegenteil, einschließlich einer von fünf (-2 Prozentpunkten), die sagen, dass die nationalen öffentlich-rechtlichen Medien „nicht“ frei von politischem Druck sind. Jeder zwanzigste (keine Änderung) sagt, dass er es nicht weiß[20].

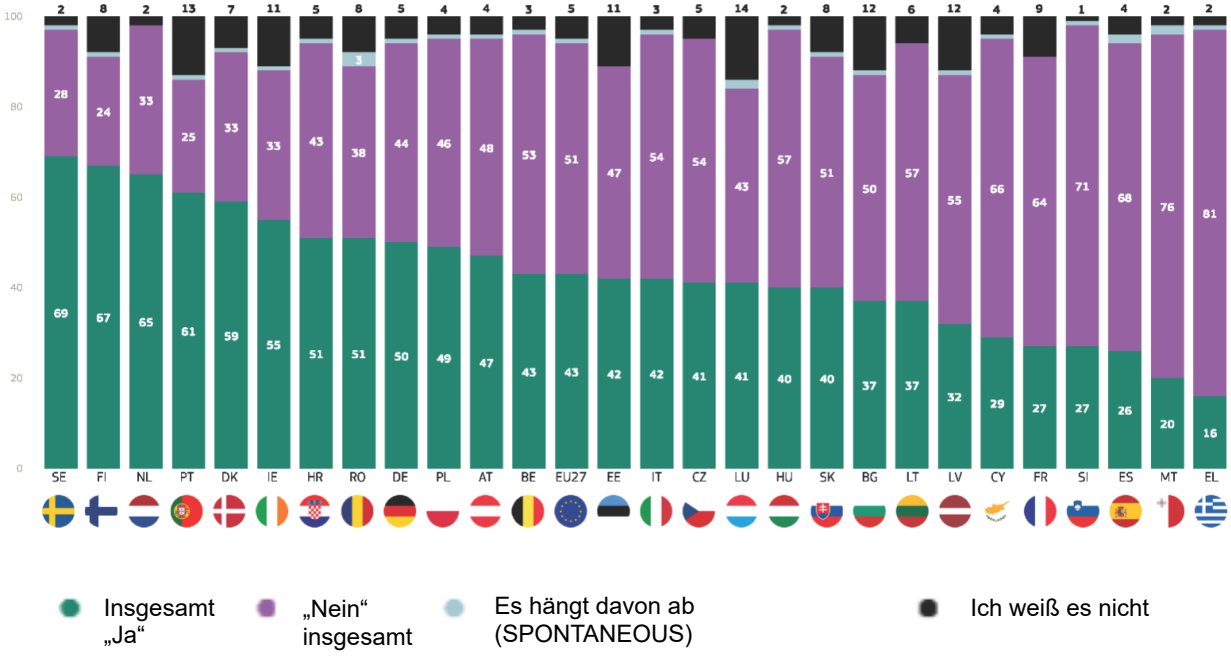
QE7. Für jede der folgenden Aussagen geben Sie bitte an, inwieweit sie der Situation der (NATIONALITÄTEN) Medien (EU27) (%) entspricht oder nicht.



20 QE7. Für jede der folgenden Aussagen geben Sie bitte an, inwieweit sie der Situation der (NATIONALITÄT) Medien entsprechen oder nicht. 4) (NATIONALITÄT) öffentlich-rechtliche Medien sind frei von politischem Druck.

In zehn Ländern gibt die Mehrheit an, dass ihre nationalen öffentlich-rechtlichen Medien frei von politischem Druck sind, insbesondere in Schweden (69 %), Finnland (67 %) und den Niederlanden (65 %). Dagegen denkt eine Minderheit in den übrigen 17 EU-Mitgliedstaaten so, wobei die niedrigsten Anteile in Griechenland (16 %), Malta (20 %) und Spanien (26 %) zu verzeichnen sind.

QE7.4. Für jede der folgenden Aussagen geben Sie bitte an, inwieweit sie der Situation der (NATIONALITÄT) Medien entsprechen oder nicht:-(NATIONALITY) Öffentliche Medien sind frei von politischem Druck (%)



In 18 EU-Mitgliedstaaten ist der Anteil der Befragten, die der Meinung sind, dass ihre nationalen öffentlich-rechtlichen Medien frei von politischem Druck sind, seit Winter 2021-2022 gestiegen, wobei der größte Anstieg in Polen (49 %, + 15 Prozentpunkte), Schweden (69 %, + 9 Prozentpunkte) und Bulgarien (37 %, + 9 Prozentpunkte) verzeichnet wurde. In acht Ländern sind die Befragten weniger wahrscheinlich als im Winter 2021-2022, um diese Antwort zu geben. Dies gilt insbesondere für die Befragten in Estland (42 %, -21 Prozentpunkte) sowie in Dänemark (59 %, -9 Prozentpunkte) und Luxemburg (41 %, -9 Prozentpunkte). In Malta gab es keine Veränderung (20 %)

Die Ansicht, dass die nationalen öffentlich-rechtlichen Medien frei von politischem Druck sind, ist jetzt die Mehrheitsposition in Kroatien und Polen. Umgekehrt ist dies nun die Minderheitsansicht in Estland und Luxemburg.

QE7.4 Für jede der folgenden Aussagen geben Sie bitte an, inwieweit sie der Situation der (NATIONALITÄTEN) Medien (NATIONALITÄT) entsprechen oder nicht, die öffentlich-rechtlichen Medien sind frei von politischem Druck (%)

		EU-27	L	BG	SE	PERSONALABTEILUNG	CY	LV	LT	FR	NL	BEI	ES	EL	IT	FI	SEIN	DE	IE	HU	MT	—T	SK	SI	RO	CZ	DK	LU	EE
Insgesamt „Ja“	Okt/Nov 2023	11	15	9	29	12	6	7	5	4	23	13	4	3	10	22	11	10	13	10	5	8	9	8	14	16	16	9	9
	Mai/Juni 2023	A)1	5	4	3	▼2	3	A)2	=	=	=	A)2	=	A)1	=	3	3	▼2	▼2	A)1	A)1	▼3	=	=	▼1	=	▼2	A)1	▼13
„Nein“ insgesamt	Okt/Nov 2023	32	34	28	40	39	23	25	32	23	42	34	22	13	32	45	32	40	42	30	15	53	31	19	37	25	43	32	33
	Mai/Juni 2023	3	10	5	6	8	3	4	6	5	4	A)2	3	A)1	A)2	▼1	▼2	3	3	=	▼1	A)2	▼1	▼4	▼4	▼8	▼7	▼10	▼8
Ja, definitiv	Okt/Nov 2023	31	28	28	18	29	31	34	37	38	25	31	31	35	33	20	42	31	24	29	29	20	31	30	26	35	24	34	31
	Mai/Juni 2023	▼2	▼1	▼4	▼3	▼2	▼4	▼7	▼5	▼2	3	▼2	▼3	▼8	▼3	▼4	4	▼1	▼3	=	▼13	A)2	9	9	5	=	A)2	3	6
Ja, bis zu einem gewissen Grad	Okt/Nov 2023	20	18	22	10	14	35	21	20	26	8	17	37	46	21	4	11	13	9	28	47	5	20	41	12	19	9	9	16
	Mai/Juni 2023	▼2	▼14	=	▼6	▼4	=	▼6	=	▼4	▼5	▼3	A)1	6	3	▼3	▼6	=	▼2	▼1	13	▼4	▼5	=	A)1	3	A)2	▼4	4
Nein, nicht wirklich	Okt/Nov 2023	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	3	0	1	2	0
	Mai/Juni 2023	=	=	▼1	=	▼1	A)1	A)1	▼1	=	▼1	▼1	A)1	=	=	A)1	=	=	A)1	A)1	=	▼1	▼2	▼2	A)1	=	A)1	A)2	=
Nein, überhaupt nicht	Okt/Nov 2023	5	4	12	2	5	4	12	6	9	2	4	4	2	3	8	3	5	11	2	2	13	8	1	8	5	7	14	11
	Mai/Juni 2023	=	=	▼4	=	A)1	▼3	6	=	A)1	▼1	A)2	▼2	=	▼2	4	A)1	=	3	▼1	=	4	▼1	▼3	▼2	5	4	8	11
Es hängt davon ab (SPONTANEOUS	Okt/Nov 2023	43	49	37	69	51	29	32	37	27	65	47	26	16	42	67	43	50	55	40	20	61	40	27	51	41	59	41	42
	Mai/Juni 2023	4	15	9	9	6	6	6	6	5	4	4	3	A)2	A)2	A)2	A)1	A)1	A)1	A)1	=	▼1	▼1	▼4	▼5	▼8	▼9	▼9	▼21
Ich weiß nicht	Okt/Nov 2023	51	46	50	28	43	66	55	57	64	33	48	68	81	54	24	53	44	33	57	76	25	51	71	38	54	33	43	47
	Mai/Juni 2023	▼4	▼15	▼4	▼9	▼6	▼4	▼13	▼5	▼6	▼2	▼5	▼2	▼2	=	▼7	▼2	▼1	▼5	▼1	=	▼2	4	9	6	3	4	▼1	10

Die soziodemografische Analyse zeigt keinen signifikanten geschlechtsspezifischen Unterschied. Über Altersgruppen hinweg sind die ältesten Befragten im Alter von 55 oder älter (40 %) etwas weniger wahrscheinlich als ihre jüngeren Kollegen (43-44 %), dass ihre nationalen öffentlich-rechtlichen Medien frei von politischem Druck sind.

Etwas ausgeprägter sind die Unterschiede nach Bildungsniveau, wobei 44 % derjenigen, die eine Vollzeitausbildung im Alter von 20 Jahren oder älter abgeschlossen haben, die sagen, dass ihre nationalen öffentlich-rechtlichen Medien frei von politischem Druck sind, verglichen mit 38 % derjenigen, die im Alter von 15 Jahren oder jünger endeten.

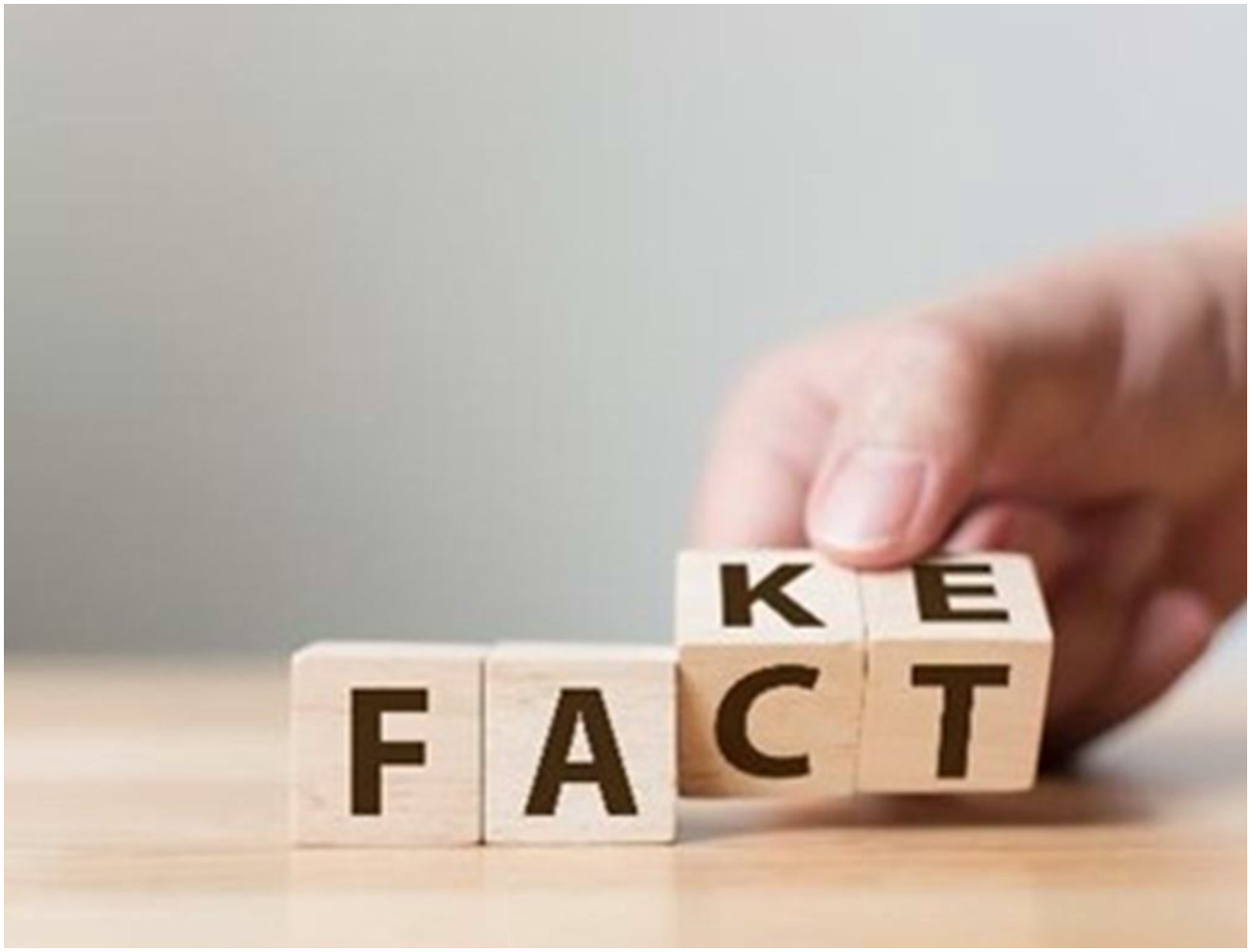
In sozial-professionellen Kategorien ist die Hälfte der Führungskräfte der Meinung, dass ihre nationalen öffentlich-rechtlichen Medien frei von politischem Druck sind, während drei von zehn unter den Arbeitslosen dies tun. Befragten, die nie oder fast nie Schwierigkeiten haben, ihre Rechnungen zu bezahlen (44 %), halten diese Ansicht am ehesten ein, insbesondere im Vergleich zu denjenigen, die die meiste Zeit Schwierigkeiten haben (34 %). Ebenso sind die Befragten, die sich der oberen Mittelschicht (53 %) oder der Oberschicht (48 %) der Gesellschaft angehörten, am ehesten diese Antwort zu geben, insbesondere im Vergleich zu denen, die sich selbst als Teil der Arbeiterklasse betrachten (35 %).

QE7.4 Für jede der folgenden Aussagen geben Sie bitte an, inwieweit sie der Situation der (NATIONALITÄT) Medien entsprechen oder nicht: (Nationalität) öffentlich-rechtliche Medien sind frei von politischem Druck (% – EU)

	Insgesamt „Ja“	„Nein“ insgesamt	Ich weiß nicht
EU-27	43	51	5
Geschlecht			
Mann	42	53	4
Frau	43	50	6
Alter			
15-24	44	48	7
25-39	44	51	4
40-54	43	52	4
55 +	40	53	6
Bildung (Ende)			
15—	38	51	9
16-19	41	53	5
20+	44	52	3
Studieren noch	46	46	7
Sozio-professionelle Kategorie			
Selbstständige	42	54	3
Führungskräfte	50	47	3
Andere weiße Kragen	42	53	4
Handwerkliche Mitarbeiter	42	52	5
Hauspersonen	42	47	9
Arbeitslose	30	63	6
Rentner	40	52	7
Studenten	46	46	7
Schwierigkeiten beim Bezahlen von Rechnungen			
Die meiste Zeit	34	59	6
Von Zeit zu Zeit	41	52	6
Fast nie/nie	44	50	5
Betrachten Sie die Zugehörigkeit zu			
Die Arbeiterklasse	35	54	9
Die untere Mittelschicht	39	55	5
Die Mittelschicht	45	50	4
Die obere Mittelschicht	53	44	2
Die Oberschicht	48	44	7
Bild der EU			

Positiv	52	43	4
Neutral	39	53	7
Negativ	27	69	3

V. Europäer und Fake News



Große Mehrheiten sind sich einig, dass Nachrichten oder Informationen, die falsch sind oder die Realität falsch darstellen, ein Problem in ihrem Land und für die Demokratie im Allgemeinen sind.

Die Befragten wurden gefragt, inwieweit sie mit vier Aussagen über Nachrichten oder Informationen einverstanden waren, die die Realität falsch darstellen oder sogar falsch sind[21]. Insgesamt sind die Ergebnisse seit dem Winter 2022-2023 stabil geblieben.

Rund acht von zehn (81 %, keine Änderung seit Winter 2022-2023) stimmen zu, dass die Existenz von Nachrichten oder Informationen, die die Realität falsch darstellen oder sogar falsch sind, ein Problem für die Demokratie im Allgemeinen ist, mit etwa vier von zehn, die „total zustimmen“ (38 %, keine Änderung). Mehr als jeder Zehnte (13 %, -1 Prozentpunkte) stimmt nicht zu.

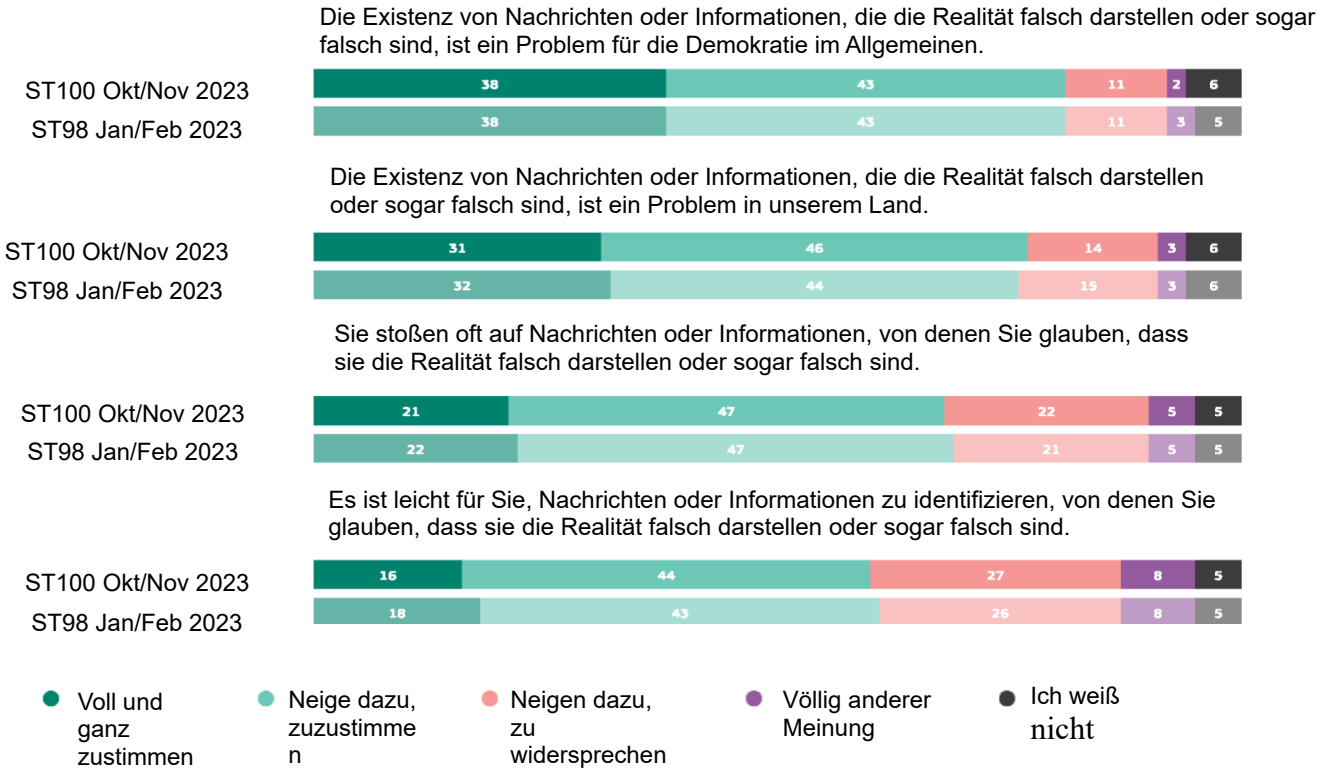
Mehr als drei Viertel (77 %, + 1 pp) stimmen zu, dass die Existenz von Nachrichten oder Informationen, die die Realität falsch darstellen oder sogar falsch sind, ein Problem in ihrem Land ist, darunter etwa drei von zehn (31 %, -1 pp) sagen, dass sie „total zustimmen“. Weniger als jeder Fünfte (17 %, -1 pp) stimmt dieser Aussage nicht zu.

Mehr als zwei Drittel (68 %, -1 pp) stimmen zu, dass sie oft auf Nachrichten oder Informationen stoßen, von denen sie glauben, dass sie die Realität falsch darstellen oder sogar falsch sind, einschließlich 21 % (-1 pp), die dieser Aussage „völlig zustimmen“. Mehr als ein Viertel (27 %, + 1 pp) sind nicht einverstanden.

Sechs von zehn (-1 pp) stimmen zu, dass es für sie leicht ist, Nachrichten oder Informationen zu identifizieren, von denen sie glauben, dass sie die Realität falsch darstellen oder sogar falsch sind, mit 16 % (-2 Prozentpunkte) in völliger Übereinstimmung mit dieser Aussage. Mehr als ein Drittel (35 %, + 1 pp) stimmt nicht zu.

21 QE8. Stimmen Sie völlig zu, neigen dazu, zuzustimmen, neigen dazu, zu widersprechen oder völlig mit jeder der folgenden Aussagen übereinzustimmen. 1) Sie stoßen oft auf Nachrichten oder Informationen, von denen Sie glauben, dass sie die Realität falsch darstellen oder sogar falsch sind; 2) Es ist leicht für Sie, Nachrichten oder Informationen zu identifizieren, von denen Sie glauben, dass sie die Realität falsch darstellen oder sogar falsch sind; 3) Das Vorhandensein von Nachrichten oder Informationen, die die Realität falsch darstellen oder sogar falsch sind, ist ein Problem in unserem Land; 4) Die Existenz von Nachrichten oder Informationen, die die Realität falsch darstellen oder sogar falsch sind, ist ein Problem für die Demokratie im Allgemeinen.

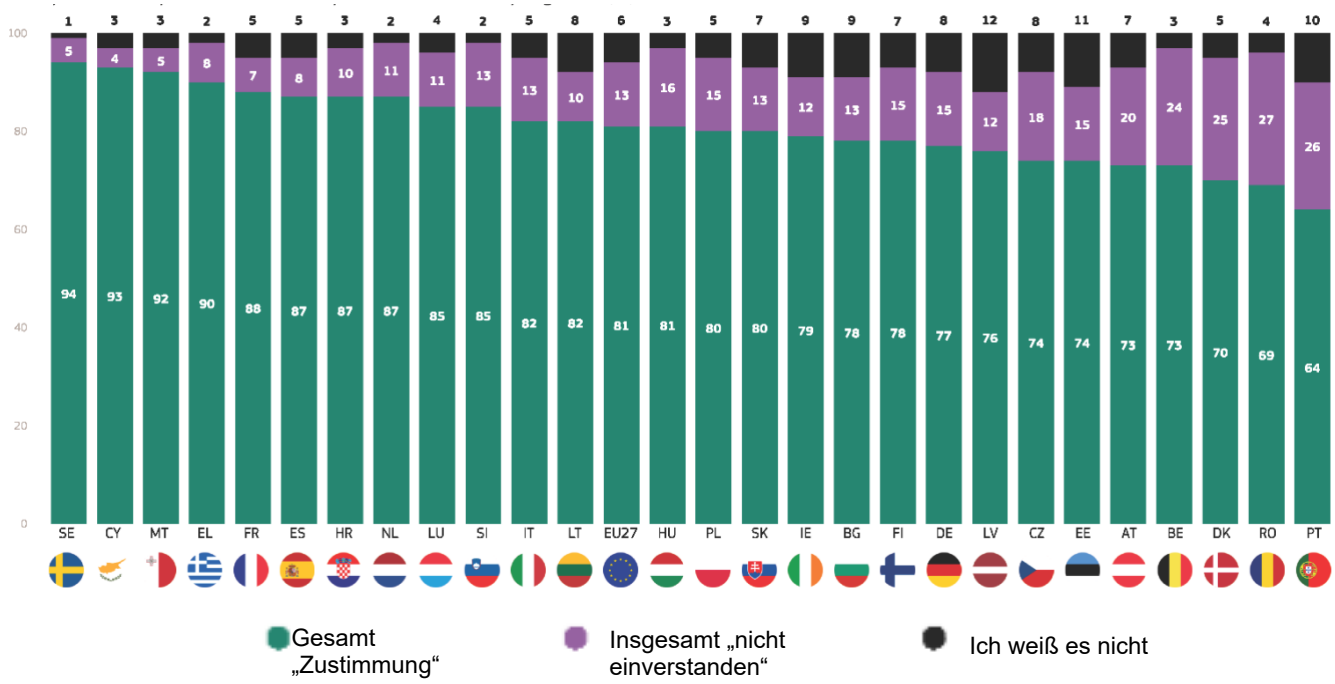
QE8. Stimmen Sie völlig zu, neigen dazu, zuzustimmen, neigen dazu, zu widersprechen oder völlig mit jeder der folgenden Aussagen übereinzustimmen. (EU27) (%)



In jedem EU-Mitgliedstaat sind sich mehr als sechs von zehn Mitgliedstaaten darin einig, dass das Vorhandensein von Nachrichten oder Informationen, die die Realität falsch darstellen oder sogar falsch sind, ein Problem für die Demokratie im Allgemeinen ist. Die höchsten Vereinbarungen sind in Schweden (94 %), Zypern (93 %) und Malta (92 %) zu beobachten, während die niedrigsten in Portugal (64 %), Rumänien (69 %) und Dänemark (70 %) zu verzeichnen sind.

In fünf Ländern stimmt mehr als die Hälfte mit dieser Erklärung überein: Schweden (67 %), Griechenland (60 %), Malta (57 %), Zypern (56 %) und die Niederlande (51 %).

QEB.4. Stimmen Sie völlig zu, neigen dazu, zuzustimmen, neigen dazu, zu widersprechen oder völlig mit jeder der folgenden Aussagen übereinzustimmen. Die Existenz von Nachrichten oder Informationen, die die Realität falsch darstellen oder sogar falsch sind, ist ein Problem für die Demokratie im Allgemeinen (%)

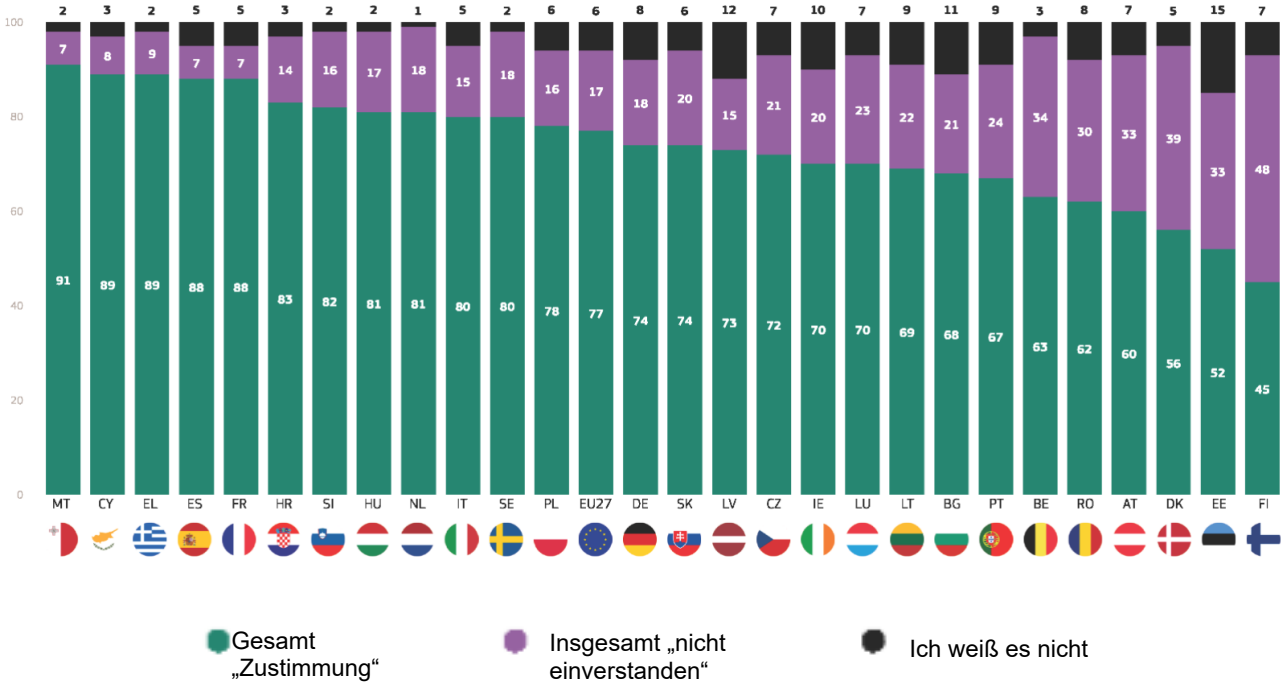


In 13 EU-Mitgliedstaaten gab es seit dem Winter 2022-2023 einen Rückgang des Anteils der Befragten, die zustimmen, dass das Vorhandensein von Nachrichten oder Informationen, die die Realität falsch darstellen oder sogar falsch sind, ein Problem für die Demokratie im Allgemeinen ist. Dies gilt insbesondere für Bulgarien (78 %, -5 Prozentpunkte) und Belgien (73 %, -5 Prozentpunkte), die Slowakei (80 %, -4 Prozentpunkte) und Irland (79 %, -4 Prozentpunkte). Das Niveau der Einigung ist in acht Ländern gestiegen, vor allem in Luxemburg (85 %, + 5 Prozentpunkte), Rumänien (69 %, + 4 Prozentpunkte), Finnland (78 %, + 3 Prozentpunkte) und Portugal (64 %, + 3 Prozentpunkte). Diese Zahl ist in sechs Ländern unverändert geblieben: Griechenland (90 %), Kroatien (87 %), Slowenien (85 %), Italien (82 %), Polen (80 %) und Deutschland (77 %).

In jedem EU-Mitgliedstaat mit Ausnahme Finnlands stimmt die Mehrheit der Befragten darin überein, dass das Vorhandensein von Nachrichten oder Informationen, die die Realität falsch darstellen oder sogar falsch sind, in ihrem Land ein Problem darstellt. Die höchsten Anteile, die dieser Aussage zustimmen, werden in Malta (91 %) und in Zypern und Griechenland (beide 89 %) verzeichnet. Am anderen Ende des Spektrums stimmen 45 % in Finnland, 52 % in Estland und 56 % in Dänemark dieser Erklärung zu.

Mindestens die Hälfte in Griechenland (53 %) und Zypern (50 %) stimmt völlig zu, dass die Existenz von Nachrichten oder Informationen, die die Realität falsch darstellen oder sogar falsch sind, ein Problem in ihrem Land ist, ebenso wie in Schweden (43 %) und in Spanien und Frankreich (beide 41 %).

QEB.3. Stimmen Sie völlig zu, neigen dazu, zuzustimmen, neigen dazu, zu widersprechen oder völlig mit jeder der folgenden Aussagen übereinzustimmen. Die Existenz von Nachrichten oder Informationen, die die Realität falsch darstellen oder sogar falsch sind, ist ein Problem in (Unser Land) (%)



In 14 Ländern gab es seit dem Winter 2022-2023 einen Anstieg des Anteils der Befragten, die zustimmen, dass das Vorhandensein von Nachrichten oder Informationen, die die Realität falsch darstellen oder sogar falsch sind, ein Problem für ihr Land ist. Der bemerkenswerteste Anstieg ist in Portugal zu verzeichnen (67 %, + 15 Prozentpunkte), und auch in Luxemburg (70 %, + 8 Prozentpunkte), Spanien (88 %, + 5 Prozentpunkte) und Slowenien (82 %, + 5 Prozentpunkte) sind positive Entwicklungen um mindestens fünf Prozentpunkte zu beobachten. Dagegen ist das Niveau der Abkommen in 12 Ländern zurückgegangen, insbesondere in Litauen (69 %, -8 Prozentpunkte), Bulgarien (68 %, -8 Prozentpunkte) und der Slowakei (74 %, -6 Prozentpunkte). In Irland gab es keine Veränderung (70 %).

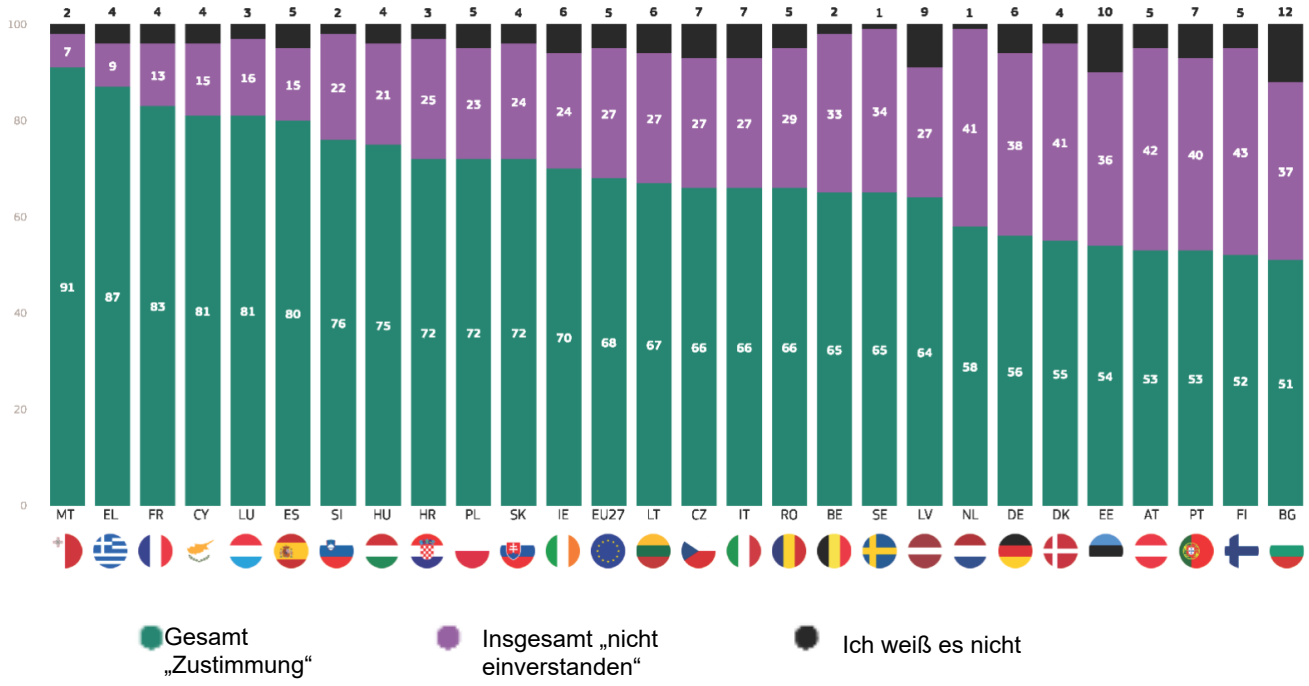
QE8.3 Sind Sie völlig einverstanden, neigen dazu, zuzustimmen, neigen dazu, zu widersprechen oder völlig mit jeder der folgenden Aussagen übereinzustimmen. Die Existenz von Nachrichten oder Informationen, die die Realität falsch darstellen oder sogar falsch sind, ist ein Problem in (Unser Land) (%)

		EU-27	PT	LU	ES	SI	DK	FR	NL	FI	MT	PL	DE	IT	LV	RO	IE	EL	PERSONALABTEILUNG	BE	IN	CZ	EE	CY	HU	SE	SK	BG	LT
Voll und ganz zustimmen	Okt/Nov 2023	31	11	20	41	39	19	41	38	14	38	25	32	25	26	25	22	53	27	25	16	27	18	50	33	43	26	31	23
	Mai/Juni 2023	▼1	A)2	8	▼3	▼4	▼4	A)1	▼1	A)2	▼8	▼2	4	▼3	=	4	A)1	▼4	▼4	▼5	▼1	▼3	▼2	3	=	▼3	▼6	▼2	▼5
Neige dazu, zuzustimmen	Okt/Nov 2023	46	56	50	47	43	37	47	43	31	53	53	42	55	47	37	48	36	56	35	47	45	34	39	48	37	48	37	46
	Mai/Juni 2023	A)2	13	=	8	9	7	A)2	4	A)1	10	4	▼3	4	A)1	▼3	▼1	3	3	3	▼2	=	▼1	▼6	▼3	=	=	▼6	▼3
Neigen dazu, zu widersprechen	Okt/Nov 2023	14	22	20	6	13	30	6	16	35	6	14	15	13	12	26	16	7	13	24	28	16	27	7	14	14	18	17	20
	Mai/Juni 2023	▼1	▼9	▼6	▼4	▼2	▼2	▼2	=	=	▼1	=	▼1	▼2	▼2	▼2	▼1	=	4	4	4	3	▼1	3	3	A)2	7	4	4
Völlig anderer Meinung	Okt/Nov 2023	3	2	3	1	3	9	1	2	13	1	2	3	2	3	4	4	2	1	9	6	5	6	1	3	4	2	4	2
	Mai/Juni 2023	=	▼1	A)1	▼1	▼1	▼1	=	▼1	▼2	▼1	▼1	=	▼1	=	▼1	=	=	▼2	▼1	=	▼1	A)2	▼1	A)2	=	A)1	A)2	A)1
Ich weiß nicht	Okt/Nov 2023	6	9	7	5	2	5	5	1	7	2	6	8	5	12	8	10	2	3	7	3	7	15	3	2	2	6	11	9
	Mai/Juni 2023	=	▼5	▼3	=	▼2	=	▼1	▼2	▼1	=	▼1	=	A)2	A)1	A)2	A)1	A)1	▼1	▼1	▼1	A)1	A)2	A)1	▼2	A)1	▼2	A)2	3
Gesamt „Zustimmung“	Okt/Nov 2023	77	67	70	88	82	56	88	81	45	91	78	74	80	73	62	70	89	83	60	63	72	52	89	81	80	74	68	69
	Mai/Juni 2023	A)1	15	8	5	5	3	3	3	3	A)2	A)2	A)1	A)1	A)1	A)1	=	▼1	▼1	▼2	▼3	▼3	▼3	▼3	▼3	▼3	▼6	▼8	▼8
Insgesamt „nicht einverstanden“	Okt/Nov 2023	17	24	23	7	16	39	7	18	48	7	16	18	15	15	30	20	9	14	33	34	21	33	8	17	18	20	21	22
	Mai/Juni 2023	▼1	▼10	▼5	▼5	▼3	▼3	▼2	▼1	▼2	▼2	▼1	▼1	▼3	▼2	▼3	▼1	=	A)2	3	4	A)2	A)1	A)2	5	A)2	8	6	5

In allen EU-Mitgliedstaaten stimmt die Mehrheit zu, dass sie oft auf Nachrichten oder Informationen stoßen, von denen sie glauben, dass sie die Realität falsch darstellen oder sogar falsch sind. Diese Stellungnahme findet am häufigsten in Malta (91 %), Griechenland (87 %) und Frankreich (83 %) statt. Dagegen stimmen die Befragten in Bulgarien (51 %), Finnland (52 %) und Österreich und Portugal (beide 53 %) am wenigsten dieser Aussage zu.

In fünf Ländern stimmen mindestens drei von zehn „ganzheitlich“ zu, dass sie oft auf Nachrichten oder Informationen stoßen, von denen sie glauben, dass sie die Realität falsch darstellen oder sogar falsch sind: Zypern (37 %), Spanien (36 %), Griechenland und Frankreich (jeweils 34 %) und Slowenien (30 %).

QE8.1. Stimmen Sie völlig zu, neigen dazu, zuzustimmen, neigen dazu, zu widersprechen oder völlig mit jeder der folgenden Aussagen übereinzustimmen. Sie stoßen oft auf Nachrichten oder Informationen, von denen Sie glauben, dass sie die Realität falsch darstellen oder sogar falsch sind (%)



Der Anteil der Befragten, die oft auf Nachrichten oder Informationen stoßen, von denen sie glauben, dass sie die Realität falsch darstellen oder sogar falsch sind, ist in 13 EU-Mitgliedstaaten seit dem Winter 2022-2023 zurückgegangen. Die größten Rückgänge verzeichneten Irland (70 %, -10 Prozentpunkte), Bulgarien (51 %, -8 Prozentpunkte), die Slowakei (72 %, -6 Prozentpunkte) und Belgien (65 %, -6 Prozentpunkte). Dieser Wert ist in 11 Ländern gestiegen, in Slowenien (76 %, + 6 Prozentpunkte), in den Niederlanden (58 %, + 5 Prozentpunkte) und in Dänemark (55 %, + 5 Prozentpunkte) um mindestens fünf Prozentpunkte. In Frankreich (83 %), Litauen (67 %) und Finnland (52 %) gab es keine Veränderung.

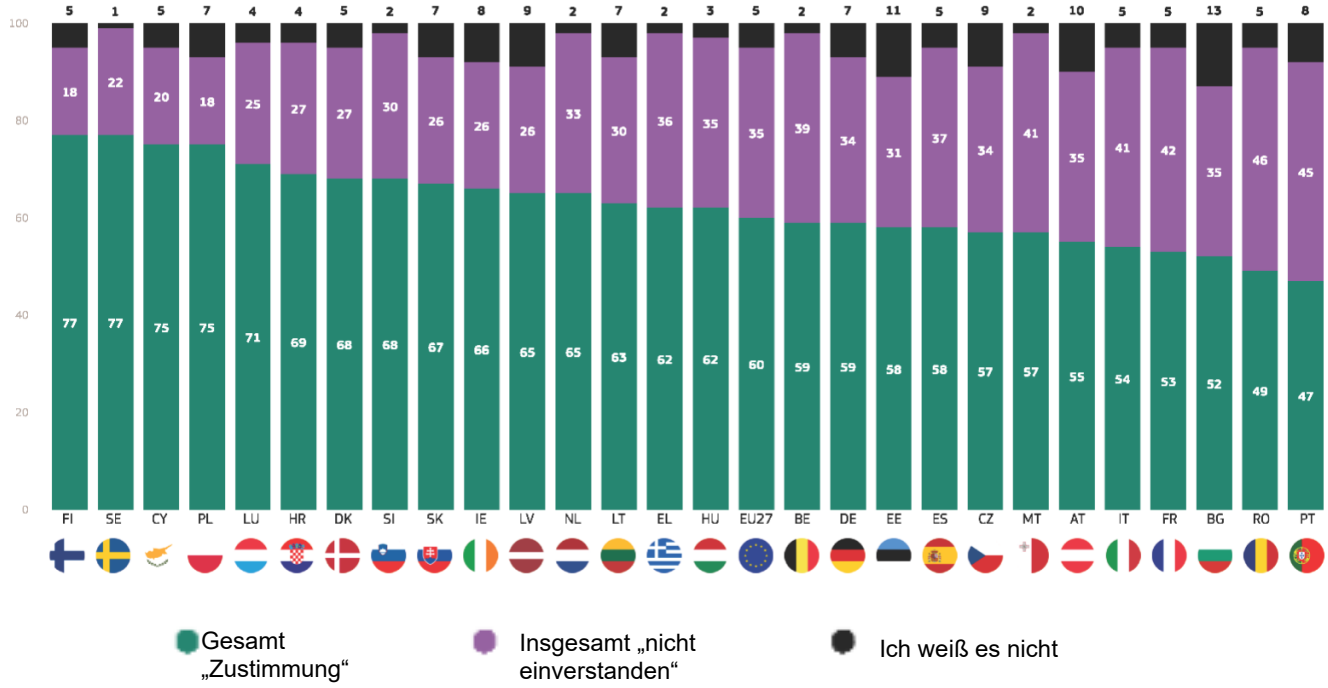
QE8.1 Sind Sie völlig einverstanden, neigen dazu, zuzustimmen, neigen dazu, zu widersprechen oder völlig mit jeder der folgenden Aussagen übereinzustimmen. Sie stoßen oft auf Nachrichten oder Informationen, von denen Sie glauben, dass sie die Realität falsch darstellen oder sogar falsch sind (%)

		EU-27	SI	DK	NL	LU	PT	RO	ES	IT	LV	MT	SE	FR	LT	FI	EL	HU	CZ	EE	CY	BEI	DE	PERSONALABTEILUNG	PL	SEIN	SK	BG	IE
Voll und ganz zustimmen	Okt/ Nov 2023	21	30	18	16	28	9	22	36	12	14	29	20	34	16	13	34	28	25	15	37	19	14	19	19	14	21	15	20
	Mai/ Juni 2023	A)1	A)1	5	A)1	10	=	A)2	A)2	A)1	4	12	6	A)1	=	A)1	A)1	=	A)2	=	A)1	=	A)1	=	4	A)2	3	5	4	
Neige dazu, zuzustimmen	Okt/ Nov 2023	47	46	37	42	53	44	44	44	54	50	62	45	49	51	39	53	47	41	39	44	34	42	53	53	51	51	36	50
	Mai/ Juni 2023	=	7	=	4	6	3	A)1	=	3	5	13	5	A)1	=	A)1	A)1	A)2	5	3	A)2	3	3	4	=	4	3	3	6	
Neigen dazu, zu widersprechen	Okt/ Nov 2023	22	18	30	36	14	36	23	13	21	23	7	25	11	24	36	8	16	22	30	12	32	30	20	21	29	21	27	19
	Mai/ Juni 2023	A)1	3	4	A)2	A)1	A)1	A)2	=	4	A)1	A)1	A)2	A)2	=	=	A)1	A)1	3	A)1	5	3	A)2	A)2	4	5	7	6	7	
Völlig anderer Meinung	Okt/ Nov 2023	5	4	11	5	2	4	6	2	6	4	0	9	2	3	7	1	5	5	6	3	10	8	5	2	4	3	10	5
	Mai/ Juni 2023	=	A)1	A)2	A)2	A)1	A)1	A)1	3	A)1	=	=	A)1	=	=	A)1	=	3	A)2	3	A)2	A)1	A)1	3	=	=	=	4	A)2
Ich weiß nicht	Okt/ Nov 2023	5	2	4	1	3	7	5	5	7	9	2	1	4	6	5	4	4	7	10	4	5	6	3	5	2	4	12	6
	Mai/ Juni 2023	=	A)2	A)1	A)1	A)2	3	A)2	A)1	3	=	=	=	A)2	=	A)1	3	=	A)2	A)1	=	A)1	A)1	A)1	=	A)1	A)1	A)2	A)1	
Gesamt „Zustimmung“	Okt/ Nov 2023	68	76	55	58	81	53	66	80	66	64	91	65	83	67	52	87	75	66	54	81	53	56	72	72	65	72	51	70
	Mai/ Juni 2023	A)1	6	5	5	4	3	3	A)2	A)2	A)1	A)1	A)1	=	=	=	A)2	A)2	3	3	3	3	4	4	4	6	6	8	10	
Insgesamt „nicht einverstanden“	Okt/ Nov 2023	27	22	41	41	16	40	29	15	27	27	7	34	13	27	43	9	21	27	36	15	42	38	25	23	33	24	37	24
	Mai/ Juni 2023	A)1	4	6	4	A)2	=	A)1	3	5	A)1	A)1	A)1	A)2	=	A)1	A)1	A)2	A)1	A)2	3	A)2	3	5	4	5	7	10	9	

Die Mehrheit in allen EU-Mitgliedstaaten ist sich einig, dass es leicht ist, Nachrichten oder Informationen zu identifizieren, die die Realität falsch darstellen oder sogar falsch sind. Mindestens drei Viertel stimmen dieser Erklärung in Finnland und Schweden (jeweils 77 %) sowie in Zypern und Polen (beide 75 %) zu. Dagegen stimmt weniger als die Hälfte in Portugal (47 %) und Rumänien (49 %) zu, ebenso 52 % in Bulgarien.

Der Anteil der Befragten, die mit dieser Erklärung einverstanden sind, ist in Zypern (26 %), Ungarn (25 %) und Slowenien (24 %) am höchsten.

QE8.2. Stimmen Sie völlig zu, neigen dazu, zuzustimmen, neigen dazu, zu widersprechen oder völlig mit jeder der folgenden Aussagen übereinzustimmen. Es ist leicht für Sie, Nachrichten oder Informationen zu identifizieren, von denen Sie glauben, dass sie die Realität falsch darstellen oder sogar falsch sind (%)



Seit dem Winter 2022-2023 ist der Anteil der Befragten, die zustimmen, dass es leicht ist, Nachrichten oder Informationen zu identifizieren, die die Realität falsch darstellen oder sogar falsch sind, in 16 Ländern zurückgegangen. Ein besonders starker Rückgang dieses Anteils ist in Malta zu verzeichnen (57 %, -24 Prozentpunkte), wobei auch in Bulgarien (52 %, -6 Prozentpunkte), Belgien (59 %, -5 Prozentpunkte), Frankreich (53 %, -5 Prozentpunkte) und Rumänien (49 %, -5 Prozentpunkte) ein Rückgang um mindestens fünf Prozentpunkte zu verzeichnen ist. In acht EU-Mitgliedstaaten ist das Niveau der Einigung mit dieser Erklärung gestiegen, vor allem in Portugal (47 %, + 9 Prozentpunkte), Polen (75 %, + 7 Prozentpunkte) und Estland und Spanien (beide 58 %, + 3 Prozentpunkte). Diese Zahl ist in Schweden (77 %), Slowenien (68 %) und den Niederlanden (65 %) stabil geblieben.

Die Übereinstimmung, dass es leicht ist, Nachrichten oder Informationen zu identifizieren, die die Realität falsch darstellen oder sogar falsch sind, ist jetzt die Mehrheitsmeinung in Portugal.

QE8.2 Sind Sie völlig einverstanden, neigen dazu, zuzustimmen, neigen dazu, zu widersprechen oder völlig mit jeder der folgenden Aussagen übereinzustimmen. Es ist leicht für Sie, Nachrichten oder Informationen zu identifizieren, von denen Sie glauben, dass sie die Realität falsch darstellen oder sogar falsch sind (%)

		EU-27	PT	PL	EE	ES	EL	FI	LU	SK	NL	SI	SE	DK	DE	LT	HU	CZ	PERSONALABTEILUNG	IE	IT	CY	LV	BEI	SEIN	FR	RO	BG	MT
Voll und ganz zustimmen	Okt/ Nov 2023	16	8	21	16	15	20	21	15	18	16	24	18	17	15	18	25	12	19	23	13	26	18	19	12	13	15	15	18
	Mai/ Juni 2023	▼2	A)1	=	A)1	▼5	A)1	A)1	5	▼2	▼1	▼1	▼2	▼5	▼1	=	▼1	=	=	▼2	▼2	▼2	▼4	▼5	▼1	▼3	▼3	▼1	▼1
Neige dazu, zuzustimmen	Okt/ Nov 2023	44	39	54	42	43	42	56	56	49	49	44	59	51	44	45	37	45	50	43	41	49	47	36	47	40	34	37	39
	Mai/ Juni 2023	A)1	8	7	A)2	8	A)1	A)1	▼4	3	A)1	A)1	A)2	4	=	▼1	=	▼2	▼2	▼1	▼1	▼1	A)1	A)1	▼4	▼2	▼2	▼5	▼23
Neigen dazu, zu widersprechen	Okt/ Nov 2023	27	39	16	24	27	30	16	23	20	29	27	18	23	25	26	27	27	19	21	29	16	21	25	35	35	32	27	38
	Mai/ Juni 2023	A)1	▼3	▼5	▼2	▼2	=	A)1	A)2	▼2	A)2	3	A)1	=	A)1	▼1	=	▼1	▼1	▼2	A)1	4	A)1	5	5	6	A)1	4	23
Völlig anderer Meinung	Okt/ Nov 2023	8	6	2	7	10	6	2	2	6	4	3	4	4	9	4	8	7	8	5	12	4	5	10	4	7	14	8	3
	Mai/ Juni 2023	=	▼5	▼3	=	▼2	▼2	▼1	▼2	A)1	▼2	▼1	=	=	▼2	=	A)2	A)1	A)2	A)2	A)1	▼3	=	▼3	=	A)1	5	A)1	A)2
Ich weiß nicht	Okt/ Nov 2023	5	8	7	11	5	2	5	4	7	2	2	1	5	7	7	3	9	4	8	5	5	9	10	2	5	5	13	2
	Mai/ Juni 2023	=	▼1	A)1	▼1	A)1	=	▼2	▼1	=	=	▼2	▼1	A)1	A)2	A)2	▼1	A)2	A)1	3	A)1	A)2	A)2	A)2	=	▼2	▼1	A)1	▼1
Gesamt „Zustimmung“	Okt/ Nov 2023	60	47	75	58	58	62	77	71	67	65	68	77	68	59	63	62	57	69	66	54	75	65	55	59	53	49	52	57
	Mai/ Juni 2023	▼1	9	7	3	3	A)2	A)2	A)1	A)1	=	=	=	▼1	▼1	▼1	▼1	▼2	▼2	▼3	▼3	▼3	▼3	▼4	▼5	▼5	▼5	▼6	▼24
Insgesamt „nicht einverstanden“	Okt/ Nov 2023	35	45	18	31	37	36	18	25	26	33	30	22	27	34	30	35	34	27	26	41	20	26	35	39	42	46	35	41
	Mai/ Juni 2023	A)1	▼8	▼8	▼2	▼4	▼2	=	=	▼1	=	A)2	A)1	=	▼1	▼1	A)2	=	A)1	=	A)2	A)1	A)1	A)2	5	7	6	5	25

Die soziodemografische Analyse hebt folgende Muster hervor:

Männer (64 %) stimmen eher zu als Frauen (55 %), dass es für sie leicht ist, Nachrichten oder Informationen zu identifizieren, von denen sie glauben, dass sie die Realität falsch darstellen oder sogar falsch sind. Unterschiede nach Geschlecht sind bei den anderen Aussagen weniger ausgeprägt.

Ältere Befragten im Alter von 55 Jahren oder älter stimmen am wenigsten zu, dass es für sie leicht ist, Nachrichten oder Informationen zu identifizieren, von denen sie glauben, dass sie die Realität falsch darstellen oder sogar falsch sind (53 %, verglichen mit 63-67 % der jüngeren Befragten), dass sie häufig auf solche Nachrichten oder Informationen stoßen (62 %, verglichen mit 71-72 %) und dass die Existenz solcher Nachrichten oder Informationen in ihrem Land ein Problem darstellt (74 %, verglichen mit 79-80 %). „Die Existenz von Nachrichten oder Informationen, die die Realität falsch darstellen oder sogar falsch sind, ist ein Problem für die Demokratie im Allgemeinen“.

Je länger ein Befragter in Vollzeitausbildung blieb, desto wahrscheinlicher ist es, dass er mit jeder Aussage über Nachrichten oder Informationen übereinstimmt, die die Realität falsch darstellen oder sogar falsch sind. Dies ist am offensichtlichsten, wenn man die Übereinstimmungsebenen für die Aussage beobachtet, dass „es für Sie leicht ist, Nachrichten oder Informationen zu identifizieren, von denen Sie glauben, dass sie die Realität falsch darstellen oder sogar falsch sind“ (67 % unter denjenigen, die die Ausbildung im Alter von 20 oder älter verlassen haben, verglichen mit 41 % derjenigen, die 15 oder jünger abgeschlossen haben).

Hauspersonen sind am wenigsten wahrscheinlich mit jeder Aussage in Bezug auf Nachrichten oder Informationen einverstanden, die die Realität falsch darstellen oder sogar falsch sind. 47 % der Hausbewohner sind sich einig, dass es für sie leicht ist, solche Nachrichten oder Informationen zu identifizieren, verglichen mit 69 % der Manager.

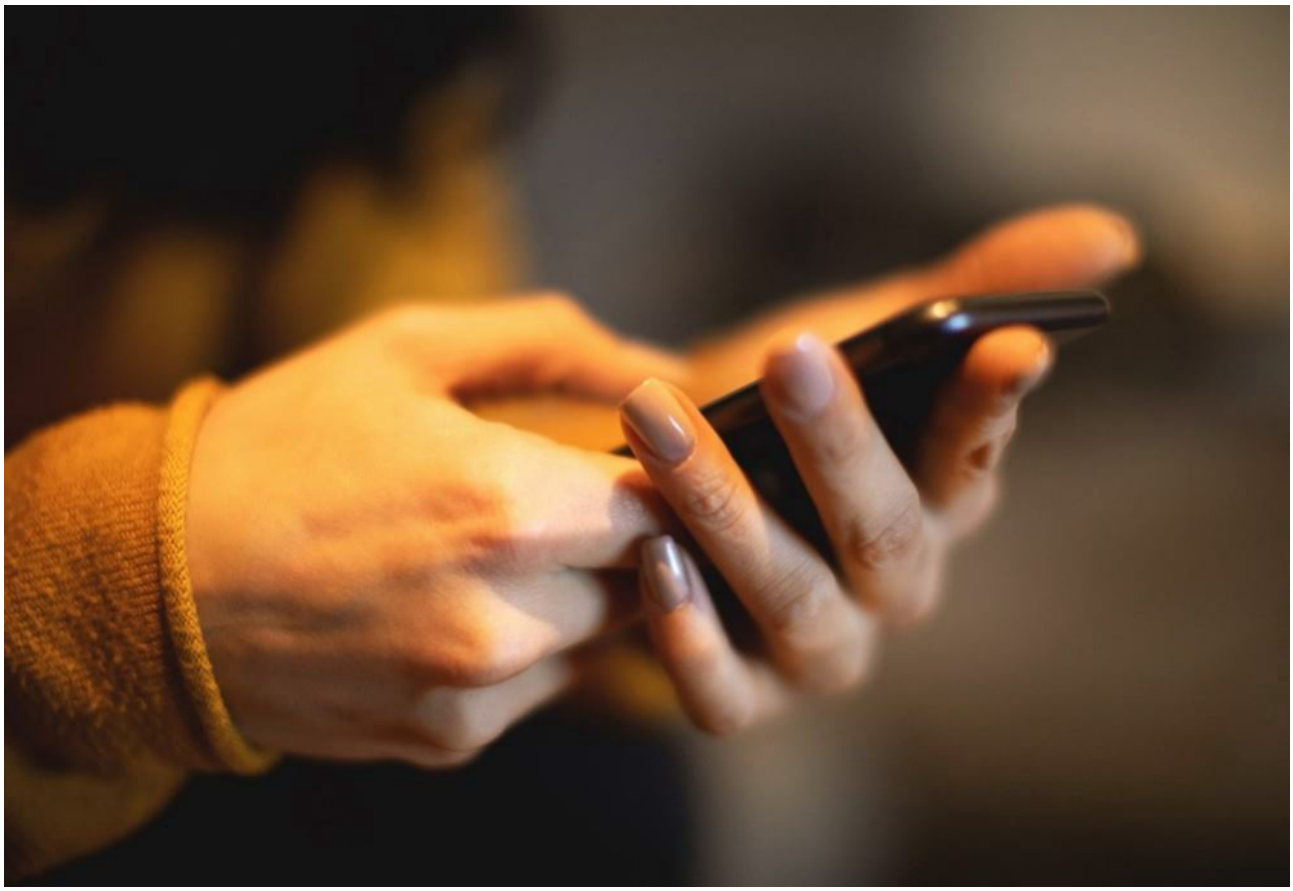
Die Befragten, die nie oder fast nie Schwierigkeiten haben, ihre Rechnungen zu bezahlen (61 %), sind am wahrscheinlicheren als diejenigen, die die meiste Zeit Schwierigkeiten haben (52 %) zu sagen, dass es für sie leicht ist, Nachrichten oder Informationen zu identifizieren, von denen sie glauben, dass sie die Realität falsch darstellen oder sogar falsch sind.

Je höher die soziale Klasse ist, der die Befragten angehören, desto wahrscheinlicher ist es, dass sie zustimmen, dass es für sie leicht ist, Nachrichten oder Informationen zu identifizieren, von denen sie glauben, dass sie die Realität falsch darstellen oder sogar falsch sind (70-77 % derjenigen, die sich als zur oberen oder oberen Mittelschicht gehörend betrachten, verglichen mit 51 % derjenigen, die sich selbst als zur Arbeiterklasse gehörend betrachten). Diejenigen, die sich selbst als zur Arbeiterklasse gehörend betrachten, sind auch am wenigsten der Meinung, dass die Existenz solcher Nachrichten oder Informationen ein Problem für die Demokratie im Allgemeinen ist (76 %, verglichen mit 83-85 % derjenigen, die sich als Teil der Mittel-, Ober- oder Oberschicht betrachten). Die Unterschiede sind für die beiden übrigen Aussagen weniger signifikant.

QE8.1 Sind Sie völlig einverstanden, neigen dazu, zuzustimmen, neigen dazu, zu widersprechen oder völlig mit jeder der folgenden Aussagen zu widersprechen: Sie stoßen oft auf Nachrichten oder Informationen, von denen Sie glauben, dass sie die Realität falsch darstellen oder sogar falsch sind (% – EU)

	Gesamt „Zustimmung“	Insgesamt „nicht einverstanden“	Ich weiß es nicht
EU-27	68	27	5
Geschlecht			
Mann	70	26	4
Frau	66	28	6
Alter			
15-24	71	24	5
25-39	72	24	4
40-54	72	24	4
55 +	62	31	7
Bildung (Ende)			
15—	56	31	13
16-19	69	26	5
20+	72	26	2
Studieren noch	70	25	5
Sozio-professionelle Kategorie			
Selbstständige	73	25	2
Führungskräfte	72	26	2
Andere weiße Kragen	72	24	4
Handwerkliche Mitarbeiter	69	26	5
Hauspersonen	63	28	9
Arbeitslose	73	20	7
Rentner	60	32	8
Studenten	70	25	5
Schwierigkeiten beim Bezahlen von Rechnungen			
Die meiste Zeit	68	24	8
Von Zeit zu Zeit	70	25	5
Fast nie/nie	67	28	5
Betrachten Sie die Zugehörigkeit zu			
Die Arbeiterklasse	66	24	10
Die untere Mittelschicht	67	28	5
Die Mittelschicht	69	27	4
Die obere Mittelschicht	69	29	2
Die Oberschicht	72	26	2
Bild der EU			
Positiv	67	30	3
Neutral	67	27	6
Negativ	74	20	6

VI. Soziale Netzwerke

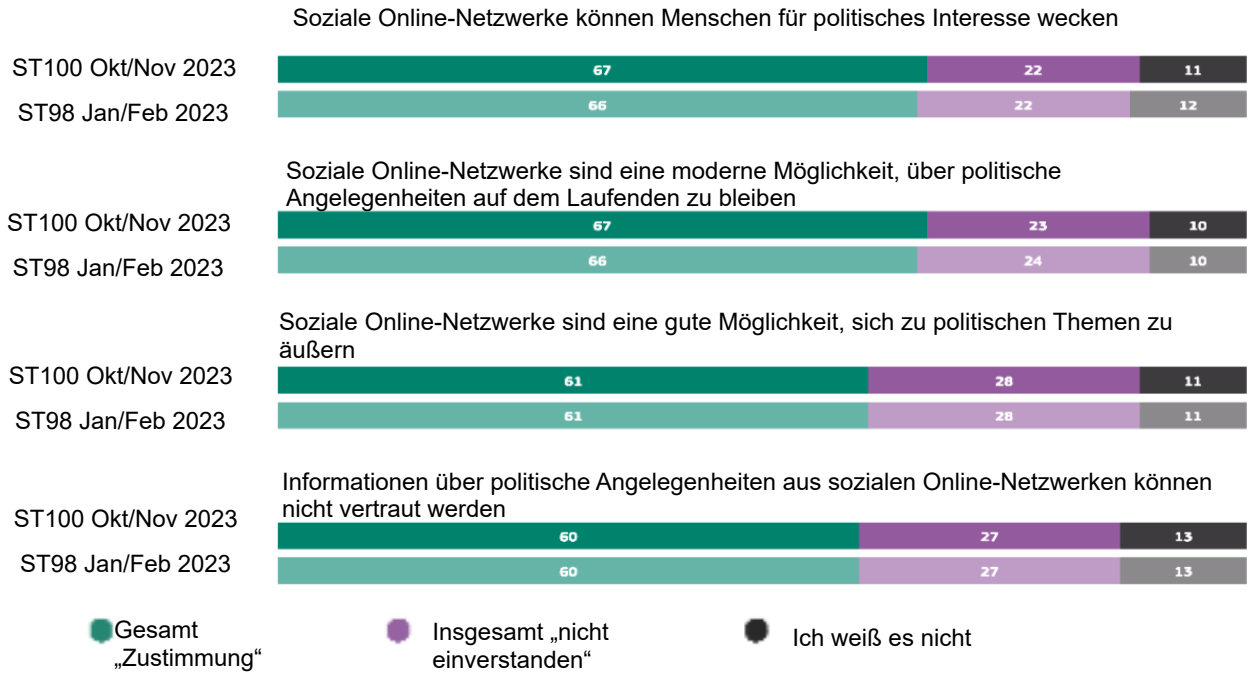


1. Soziale Online-Netzwerke und politische Informationen

Die Mehrheit der europäischen Bürger ist der Meinung, dass soziale Online-Netzwerke es ermöglichen, sich in politische Angelegenheiten einzubringen, obwohl die meisten denken, dass Informationen über politische Angelegenheiten in den sozialen Medien nicht vertraut werden können.

Die Befragten wurden gefragt, ob sie mit vier Aussagen über soziale Medien im Internet einverstanden waren oder nicht[22]. Im Allgemeinen sind die Ergebnisse seit dem Winter 2022-2023 weitgehend stabil geblieben, obwohl zu beachten ist, dass die mit jeder Erklärung übereinstimmenden Proportionen auf ihrem Rekordniveau liegen.

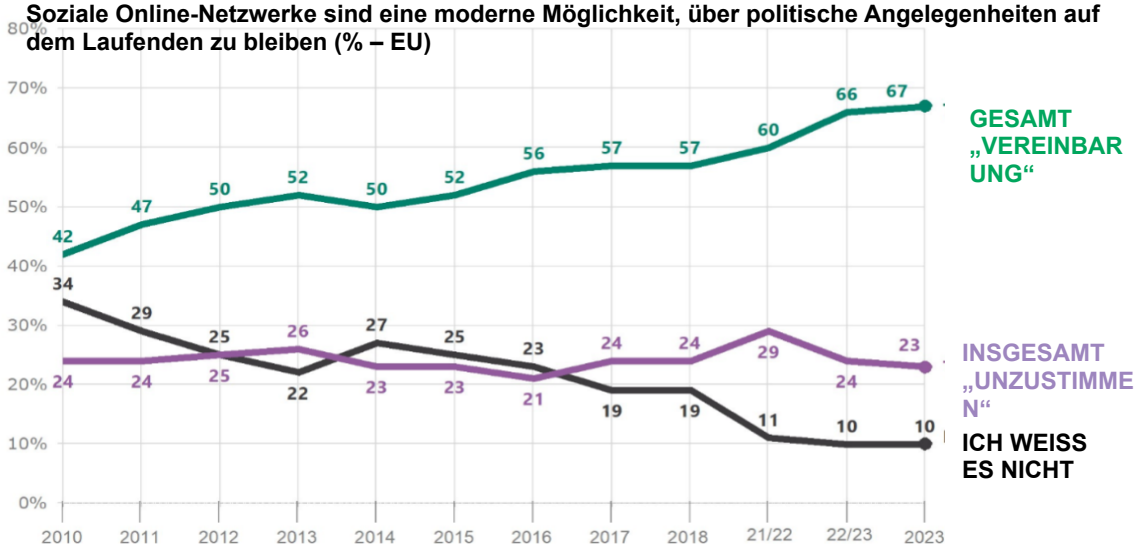
QE6. Unabhängig davon, ob Sie an sozialen Online-Netzwerken teilnehmen oder nicht (Social-Networking-Websites, Blogs, Videohosting-Websites), sagen Sie bitte, ob Sie völlig einverstanden sind, zustimmen, neigen dazu, zu widersprechen oder völlig mit den folgenden Aussagen übereinzustimmen (EU27) (%)



22 QE6. Unabhängig davon, ob Sie an sozialen Online-Netzwerken teilnehmen oder nicht (Social-Networking-Websites, Blogs, Video-Hosting-Websites), sagen Sie bitte, ob Sie völlig zustimmen, zustimmen, neigen dazu, zu widersprechen oder völlig mit jeder der folgenden Aussagen übereinzustimmen. 1) Online-soziale Netzwerke sind eine moderne Möglichkeit, über politische Angelegenheiten auf dem Laufenden zu bleiben. 2) Informationen über politische Angelegenheiten aus sozialen Online-Netzwerken kann nicht vertraut werden; 3) Online soziale Netzwerke können sich für politische Angelegenheiten interessieren; 4) Online-soziale Netzwerke sind ein guter Weg, um Ihr Mitspracherecht in politischen Fragen zu haben.

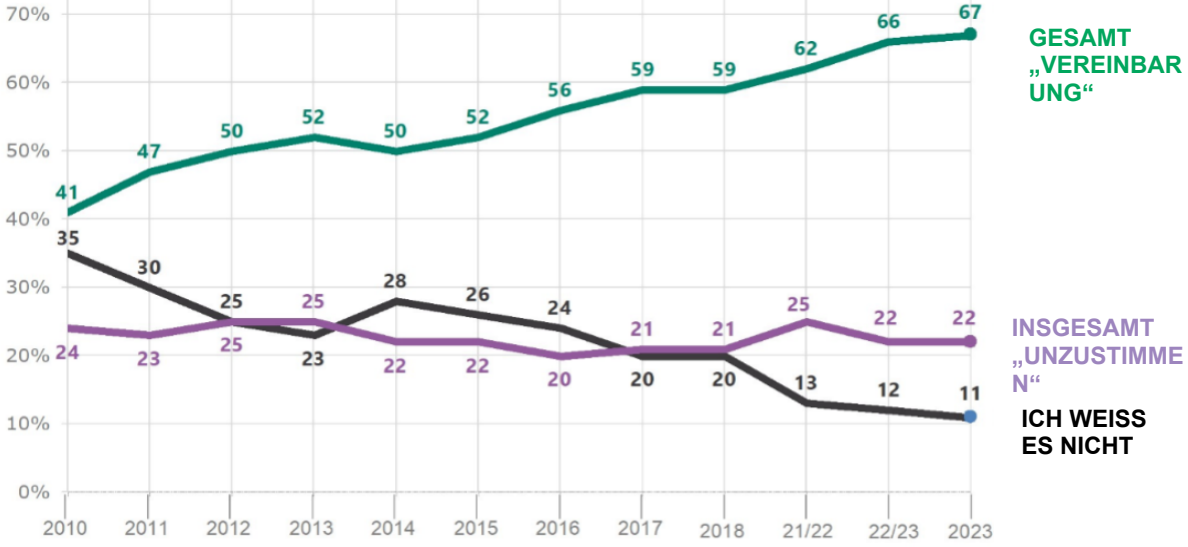
Rund zwei Drittel sind sich darin einig, dass soziale Online-Netzwerke eine moderne Möglichkeit sind, über politische Angelegenheiten auf dem Laufenden zu bleiben (67 %, + 1 Prozentpunkt seit Winter 2022-2023), darunter ein Viertel (+ 1 S.), die mit der Erklärung einverstanden sind. Weniger als ein Viertel (23 %, -1 pp) sind nicht einverstanden, während 10 % (keine Änderung) sagen, dass sie es nicht wissen. Obwohl diese Zahlen seit dem Winter 2022-2023 weitgehend stabil geblieben sind, ist der langfristige Trend eine zunehmende Übereinstimmung mit dieser Erklärung seit Herbst 2010 (+ 25 Prozentpunkte), zusammen mit einem Rückgang des Anteils, der auf „nicht wissen“ antwortet (-24 S.).

Unabhängig davon, ob Sie an sozialen Online-Netzwerken teilnehmen oder nicht (Social-Networking-Websites, Blogs, Video-Hosting-Websites), sagen Sie mir bitte, ob Sie völlig zustimmen, zustimmen, neigen dazu, zu widersprechen oder völlig mit jeder der folgenden Aussagen einverstanden zu sein.
Soziale Online-Netzwerke sind eine moderne Möglichkeit, über politische Angelegenheiten auf dem Laufenden zu bleiben (% – EU)



Rund zwei Drittel sind sich einig, dass soziale Online-Netzwerke Menschen für politische Angelegenheiten interessieren können (67 %, + 1 Prozentpunkte seit Winter 2022-2023), wobei 21 % (-1 Prozentpunkte) insgesamt übereinstimmten. Etwas mehr als jeder fünfte (22 %, keine Änderung) stimmt nicht zu, während 11 % (-1 pp) sagen, dass sie es nicht wissen. Die Analyse des langfristigen Trends zeigt erneut, dass die Übereinstimmung mit dieser Aussage seit Herbst 2010 kontinuierlich zugenommen hat (+ 26 Prozentpunkte), während das Gegenteil für den Anteil der Befragten gilt, die sagen, dass sie es nicht wissen (-24 S.).

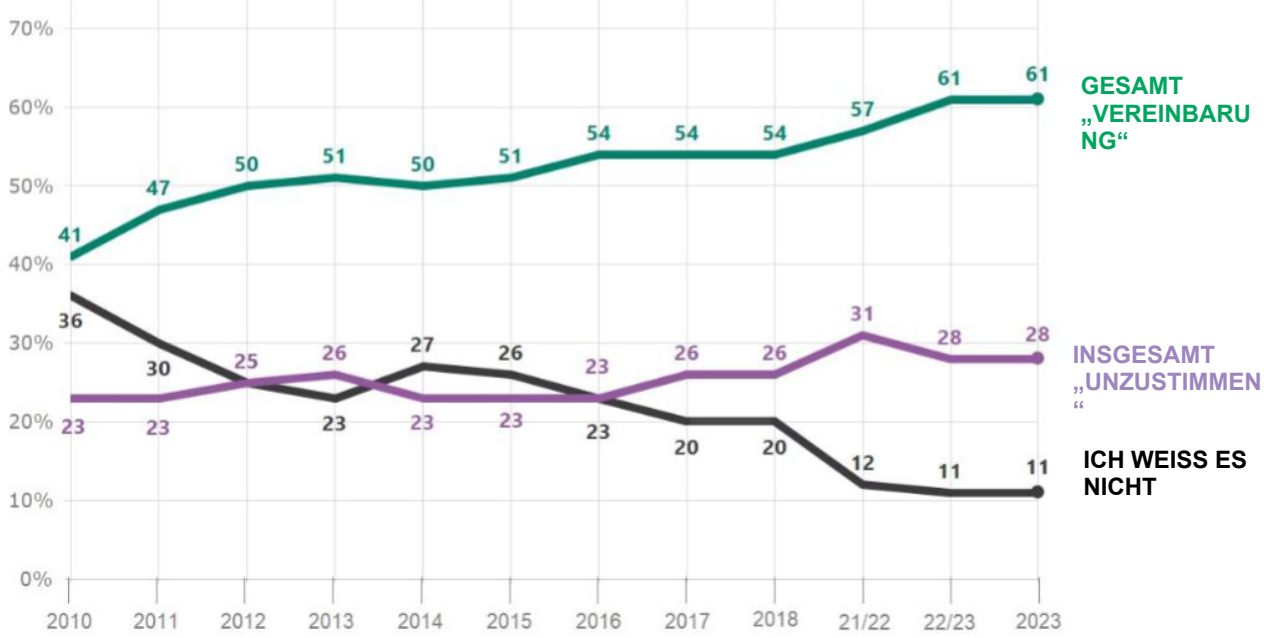
QE6.3 Unabhängig davon, ob Sie an sozialen Online-Netzwerken teilnehmen oder nicht (Social-Networking-Websites, Blogs, Video-Hosting-Websites), sagen Sie mir bitte, ob Sie völlig zustimmen, zustimmen, neigen, zu widersprechen oder völlig mit jeder der folgenden Aussagen einverstanden sind.
Soziale Online-Netzwerke können sich für politische Angelegenheiten interessieren (% – EU)



Rund sechs von zehn Befragten sind sich einig, dass soziale Online-Netzwerke eine gute Möglichkeit sind, sich zu politischen Themen zu äußern (61 %, keine Veränderung seit Winter 2022-2023), darunter fast jeder Fünfte, der „total zustimmen“ (19 %, -1 PP). Weniger als drei von zehn stimmen nicht überein (28 %, keine Änderung), während 11 % (keine Änderung) sagen, dass sie es nicht wissen. Die Übereinstimmung mit dieser Erklärung ist seit Herbst 2010 um 20 Prozentpunkte gestiegen.

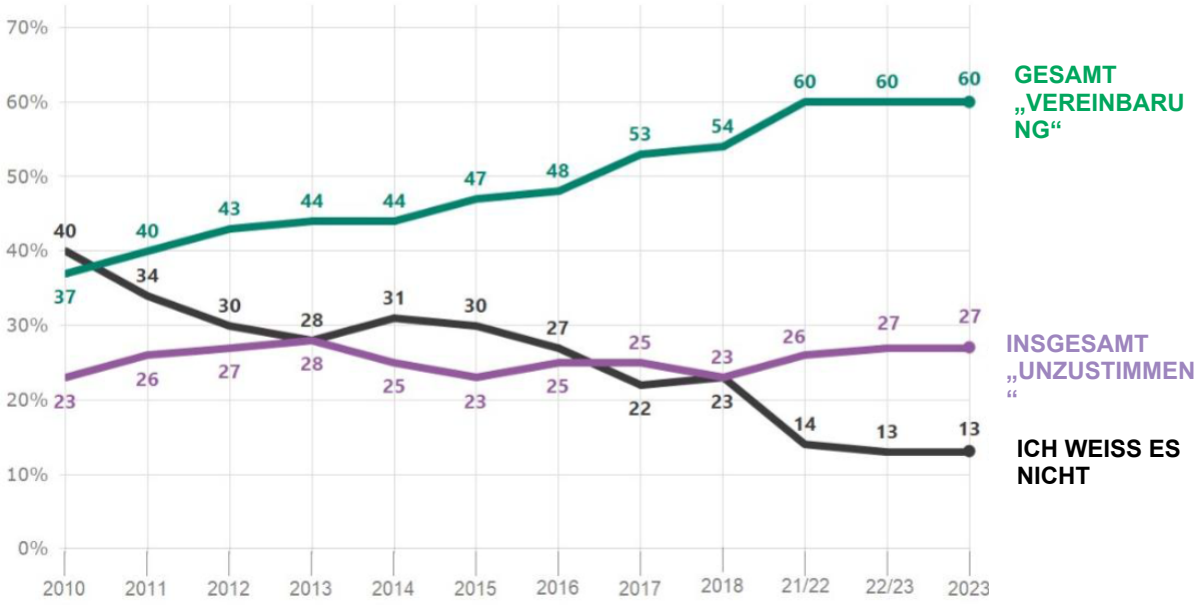
QE6.4 Unabhängig davon, ob Sie an sozialen Online-Netzwerken teilnehmen (Social-Networking-Websites, Blogs, Video-Hosting-Websites), teilen Sie mir bitte mit, ob Sie völlig zustimmen, zustimmen, neigen dazu, zu widersprechen oder völlig mit jeder der folgenden Aussagen einverstanden zu sein.

Soziale Online-Netzwerke sind eine gute Möglichkeit, sich zu politischen Themen zu äußern (% – EU)



Trotz dieser positiven Meinungen zu den Vorteilen sozialer Online-Netzwerke stimmen sechs von zehn (keine Änderung seit Winter 2022 2023) auch darin überein, dass Informationen über politische Angelegenheiten aus sozialen Online-Netzwerken mit 21 % (-1 Prozentpunkte, die „völlig einverstanden“ sind) nicht vertraut werden können. Mehr als ein Viertel stimmt dieser Aussage nicht zu (27 %, keine Änderung), während 13 % (keine Änderung) sagen, dass sie es nicht wissen. Obwohl die Einigung mit dieser Erklärung seit Winter 2021-2022 unverändert geblieben ist, ist der Anteil derjenigen, die glauben, dass Informationen aus sozialen Online-Netzwerken nicht vertrauenswürdig sind, auf längere Sicht 23 Prozentpunkte höher als im Herbst 2010.

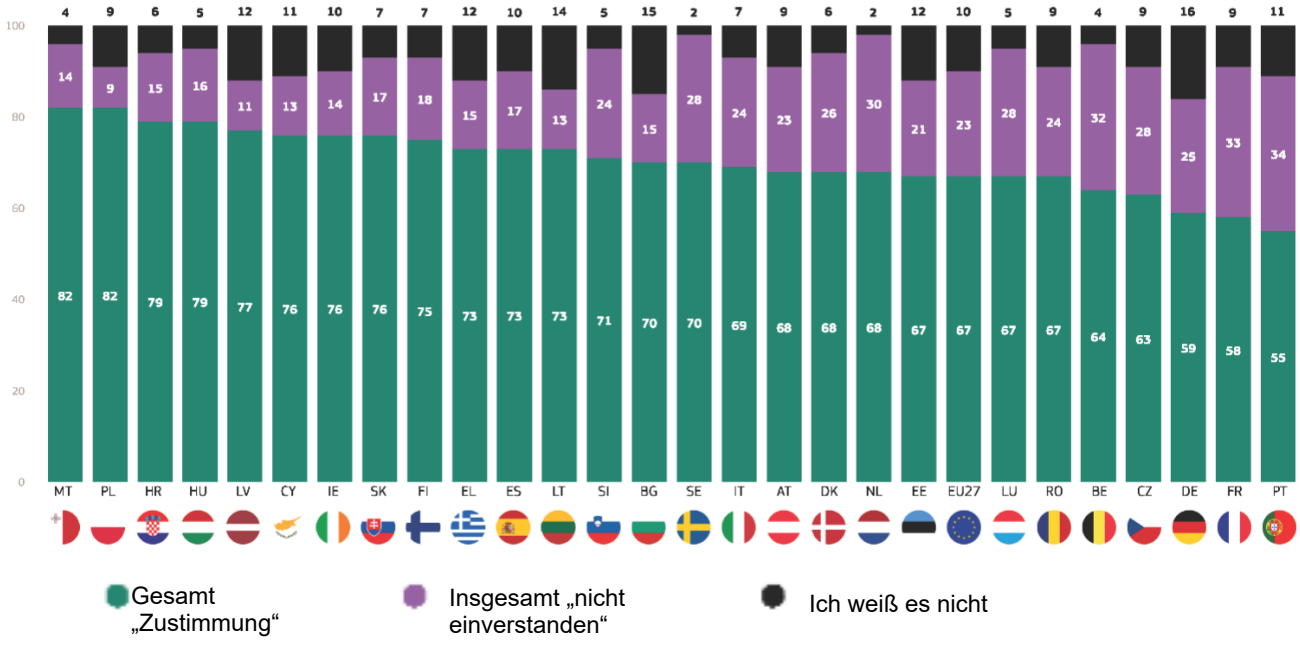
QE6.2 Unabhängig davon, ob Sie an sozialen Online-Netzwerken teilnehmen oder nicht (Social-Networking-Websites, Blogs, Video-Hosting-Websites), sagen Sie mir bitte, ob Sie völlig zustimmen, zustimmen, neigen dazu, zu widersprechen oder völlig mit jeder der folgenden Aussagen einverstanden zu sein.
Informationen über politische Angelegenheiten aus sozialen Online-Netzwerken können nicht vertraut werden (% – EU)



Mehr als die Hälfte der Befragten in jedem EU-Mitgliedstaat sind sich darin einig, dass soziale Online-Netzwerke eine moderne Möglichkeit sind, über politische Angelegenheiten auf dem Laufenden zu bleiben. Am höchsten sind die Abkommen in Malta und Polen (beide 82 %) sowie in Kroatien und Ungarn (beide 79 %), während sie in Portugal (55 %), Frankreich (58 %) und Deutschland (59 %) am niedrigsten sind.

In 13 EU-Mitgliedstaaten ist der Anteil der Befragten, die sich darin einig sind, dass soziale Online-Netzwerke ein moderner Weg sind, um über politische Angelegenheiten auf dem Laufenden zu bleiben, seit dem Winter 2022-2023 gestiegen. Die größten Zuwächse verzeichneten Luxemburg (67 %, + 7 Prozentpunkte), Frankreich (58 %, + 7 Prozentpunkte), Slowenien (71 %, + 5 Prozentpunkte), Österreich (68 %, + 5 Prozentpunkte) und Rumänien (67 %, + 5 Prozentpunkte). Dagegen ist das Niveau der Einigung mit dieser Erklärung in 12 Ländern zurückgegangen, insbesondere in Malta (82 %, -9 Prozentpunkte), Dänemark (68 %, -7 Prozentpunkte) und Zypern (76 %, -5 Prozentpunkte). Diese Zahl ist in Spanien (73 %) und Portugal (55 %) stabil geblieben.

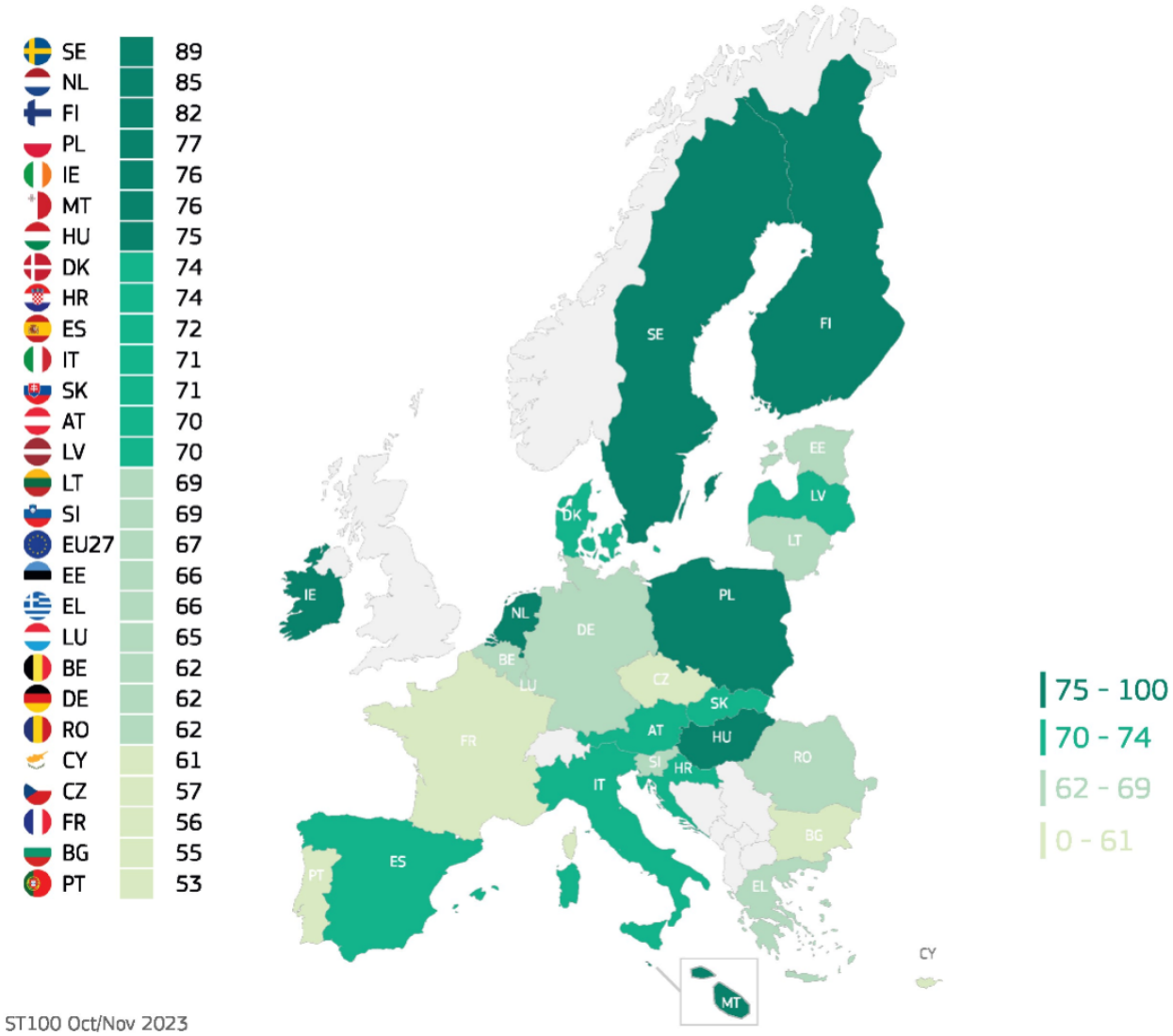
QE6.1. Unabhängig davon, ob Sie an sozialen Online-Netzwerken teilnehmen oder nicht (Social-Networking-Websites, Blogs, Video-Hosting-Websites). Bitte sagen Sie, ob Sie völlig einverstanden sind. tendieren Sie dazu, jeder der folgenden Aussagen zu widersprechen oder völlig zu widersprechen:- Online-soziale Netzwerke sind eine moderne Möglichkeit, über politische Angelegenheiten auf dem Laufenden zu bleiben (%)



Die Mehrheit der Befragten in allen EU-Mitgliedstaaten ist sich einig, dass soziale Online-Netzwerke Menschen für politische Angelegenheiten interessieren können. Diese Ansicht ist am weitesten verbreitet in Schweden (89 %), den Niederlanden (85 %) und Finnland (82 %). Dagegen stimmen die Befragten in Portugal (53 %), Bulgarien (55 %) und Frankreich (56 %) am wenigsten dieser Aussage zu.

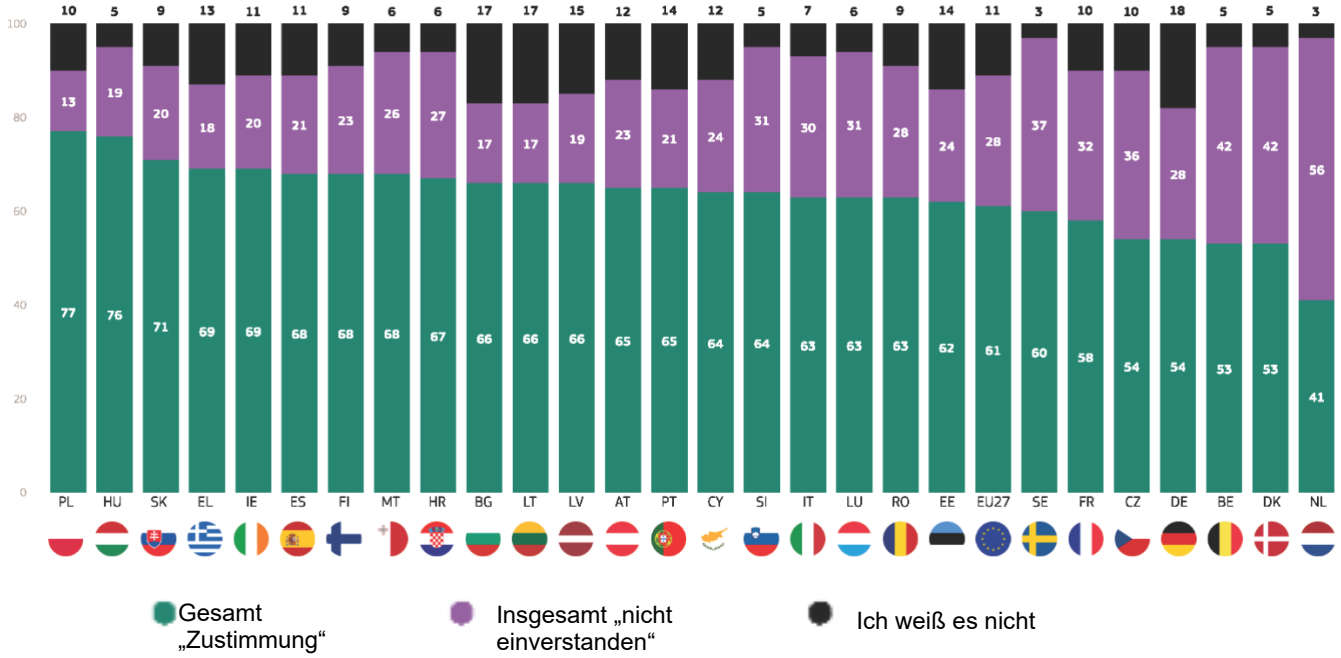
In 13 Ländern stimmen die Befragten häufiger als im Winter 2022-2023 überein, dass soziale Online-Netzwerke Menschen für politische Angelegenheiten interessieren können. Dies gilt insbesondere für die Befragten in Österreich (70 %, + 8 Prozentpunkte), Frankreich (56 %, + 7 Prozentpunkte), Luxemburg (65 %, + 5 Prozentpunkte) und Rumänien (62 %, + 5 Prozentpunkte). Das Niveau der Abkommen ist in zehn Ländern zurückgegangen, vor allem in Malta (76 %, -9 Prozentpunkte), Zypern (61 %, -9 Prozentpunkte) und Belgien (62 %, -6 Prozentpunkte). In Polen (77 %), Ungarn (75 %), Spanien (72 %) und Litauen (69 %) gab es keine Veränderung.

QE6.3. Unabhängig davon, ob Sie an sozialen Online-Netzwerken teilnehmen oder nicht (Social-Networking-Websites, Blogs, Video-Hosting-Websites), sagen Sie bitte, ob Sie völlig zustimmen, zustimmen, neigen dazu, zu widersprechen oder völlig mit jeder der folgenden Aussagen übereinzustimmen: Soziale Online-Netzwerke können sich für politische Angelegenheiten interessieren – Total ‚Agree' (%)



In allen Mitgliedstaaten mit Ausnahme der Niederlande stimmt die Mehrheit zu, dass soziale Online-Netzwerke eine gute Möglichkeit sind, sich zu politischen Fragen zu äußern. Mehr als sieben von zehn stimmen dieser Erklärung in Polen (77 %), Ungarn (76 %) und der Slowakei (71 %) zu. Am anderen Ende der Skala teilen rund vier von zehn diese Ansicht in den Niederlanden (41 %), ebenso 53 % in Belgien und Dänemark. Die Einigung, dass soziale Online-Netzwerke eine gute Möglichkeit sind, sich zu politischen Fragen zu äußern, hat in 13 EU-Mitgliedstaaten seit Winter 2022-2023 zugenommen, wobei die größten Zuwächse in Portugal (65 %, + 14 Prozentpunkte), Österreich (65 %, + 8 Prozentpunkte) und Rumänien (63 %, + 8 Prozentpunkte) zu verzeichnen sind. In zehn Ländern sind Rückgänge zu beobachten, wobei die bemerkenswertesten in Zypern (64 %, -8 Prozentpunkte), Malta (68 %, – 7 Prozentpunkte) und Italien (63 %, -5 Prozentpunkte) zu beobachten sind. Dieser Anteil ist in vier Ländern unverändert geblieben: Ungarn (76 %), Finnland (68 %), Litauen (66 %) und die Niederlande (41 %).

QE6.4. Unabhängig davon, ob Sie an sozialen Online-Netzwerken teilnehmen oder nicht (Social-Networking-Websites, Blogs, Video-Hosting-Websites). Bitte sagen Sie, ob Sie völlig zustimmen, zustimmen, neigen dazu, zu widersprechen oder völlig mit jeder der folgenden Aussagen übereinzustimmen:- soziale Online-Netzwerke sind eine gute Möglichkeit, Ihre Meinung zu politischen Fragen zu haben (%)



QE6.3 Unabhängig davon, ob Sie an sozialen Online-Netzwerken teilnehmen oder nicht (Social-Networking-Websites, Blogs, Video-Hosting-Websites), sagen Sie bitte, ob Sie völlig zustimmen, zustimmen, neigen, zu widersprechen oder völlig mit jeder der folgenden Aussagen einverstanden sind Online-soziale Netzwerke können Menschen an politischen Angelegenheiten interessieren (%)

		EU-27	BEI	FR	LU	RO	EL	PERSONALABTEILUNG	LV	NL	FI	PT	SK	EE	SE	ES	LT	HU	PL	BG	CZ	SI	IE	IT	DE	DK	SEIN	CY	MT
Gesamt „Zustimmung“	Okt/Nov 2023	67	70	56	65	62	66	74	70	85	82	53	71	66	89	72	69	75	77	55	57	69	76	71	62	74	62	61	76
	Mai/Juni 2023	A)1	8	7	5	5	4	4	4	4	4	3	A)2	A)1	A)1	=	=	=	=	▼1	▼1	▼1	▼2	▼2	▼3	▼5	▼6	▼9	▼9
Insgesamt „nicht einverstanden“	Okt/Nov 2023	22	20	34	27	28	22	20	14	13	10	34	20	18	9	17	14	19	13	26	30	25	13	22	21	18	33	27	18
	Mai/Juni 2023	=	▼5	A)1	▼2	▼2	▼6	▼2	▼3	▼3	▼1	3	A)2	3	A)1	▼1	▼2	A)1	A)2	A)1	▼1	4	A)1	A)1	A)1	3	5	7	7
Ich weiß nicht	Okt/Nov 2023	11	10	10	8	10	12	6	16	2	8	13	9	16	2	11	17	6	10	19	13	6	11	7	17	8	5	12	6
	Mai/Juni 2023	▼1	▼3	▼8	▼3	▼3	A)2	▼2	▼1	▼1	▼3	▼6	▼4	▼4	▼2	A)1	A)2	▼1	▼2	=	A)2	▼3	A)1	A)1	A)2	A)2	A)1	A)2	A)2

QE6.1 Unabhängig davon, ob Sie an sozialen Online-Netzwerken teilnehmen oder nicht (Social-Networking-Websites, Blogs, Video-Hosting-Websites), sagen Sie bitte, ob Sie völlig einverstanden sind, zuzustimmen, neigen dazu, zu widersprechen oder völlig mit jeder der folgenden Aussagen einverstanden sind Online-soziale Netzwerke sind eine moderne Möglichkeit, über politische Angelegenheiten auf dem Laufenden zu bleiben (%)

		EU-27	FR	LU	BEI	RO	SI	LV	PL	NL	CZ	PERSONALABTEILUNG	LT	FI	SE	ES	PT	SEIN	EE	EL	HU	SK	DE	IT	BG	IE	CY	DK	MT
Gesamt „Zustimmung“	Okt/Nov 2023	67	58	67	68	67	71	77	82	68	63	79	73	75	70	73	55	64	67	73	79	76	59	69	70	76	76	68	82
	Mai/Juni 2023	A)1	7	7	5	5	5	3	3	A)2	A)1	A)1	A)1	A)1	A)1	=	=	▼1	▼1	▼1	▼1	▼1	▼2	▼2	▼3	▼3	▼5	▼7	▼9
Insgesamt „nicht einverstanden“	Okt/Nov 2023	23	33	28	23	24	24	11	9	30	28	15	13	18	28	17	34	32	21	15	16	17	25	24	15	14	13	26	14
	Mai/Juni 2023	▼1	▼4	▼3	▼2	▼4	▼1	▼2	▼1	▼2	▼1	=	▼1	A)1	=	▼1	5	A)1	4	▼4	A)2	A)2	A)1	▼1	A)2	A)1	A)2	4	9
Ich weiß nicht	Okt/Nov 2023	10	9	5	9	9	5	12	9	2	9	6	14	7	2	10	11	4	12	12	5	7	16	7	15	10	11	6	4
	Mai/Juni 2023	=	▼3	▼4	▼3	▼1	▼4	▼1	▼2	=	=	▼1	=	▼2	▼1	A)1	▼5	=	▼3	5	▼1	▼1	A)1	3	A)1	A)2	3	3	=

QE6.4 Unabhängig davon, ob Sie an sozialen Online-Netzwerken teilnehmen oder nicht (Social-Networking-Websites, Blogs, Video-Hosting-Websites), sagen Sie bitte, ob Sie völlig zustimmen, zustimmen, neigen, zu widersprechen oder völlig mit jeder der folgenden Aussagen einverstanden sind Online-Social Networks sind eine gute Möglichkeit, Ihre Meinung zu politischen Fragen zu haben (%)

		EU-27	PT	BEI	RO	EE	LU	FR	SI	SK	ES	PERSONALABTEILUNG	LV	PL	SE	LT	HU	NL	FI	EL	BG	CZ	IE	DE	SEIN	DK	IT	MT	CY
Gesamt „Zustimmung“	Okt/Nov 2023	61	65	65	63	62	63	58	64	71	68	67	66	77	60	66	76	41	68	69	66	54	69	54	53	53	63	68	64
	Mai/Juni 2023	=	14	8	8	6	6	5	4	4	3	3	A)2	A)2	A)1	=	=	=	=	▼1	▼2	▼2	▼2	▼3	▼4	▼4	▼5	▼7	▼8
Insgesamt „nicht einverstanden“	Okt/Nov 2023	28	21	23	28	24	31	32	31	20	21	27	19	13	37	17	19	56	23	18	17	36	20	28	42	42	30	26	24
	Mai/Juni 2023	=	▼8	▼7	▼6	A)1	▼1	A)2	A)1	▼1	▼4	▼1	▼2	▼1	=	▼1	A)2	=	A)1	▼3	A)2	A)1	A)1	=	3	4	A)2	5	5
Ich weiß nicht	Okt/Nov 2023	11	14	12	9	14	6	10	5	9	11	6	15	10	3	17	5	3	9	13	17	10	11	18	5	5	7	6	12
	Mai/Juni 2023	=	▼6	▼1	▼2	▼7	▼5	▼7	▼5	▼3	A)1	▼2	=	▼1	▼1	A)1	▼2	=	▼1	4	=	A)1	A)1	3	A)1	=	3	A)2	3

QE6.2 Unabhängig davon, ob Sie an sozialen Online-Netzwerken teilnehmen oder nicht (Social-Networking-Websites, Blogs, Video-Hosting-Websites), sagen Sie bitte, ob Sie völlig einverstanden sind, zustimmen, neigen dazu, zu widersprechen oder völlig mit jeder der folgenden Aussagen einverstanden zu sein Informationen über politische Angelegenheiten

aus sozialen Online-Netzwerken können nicht vertraut werden (%)

		EU-27	PT	LU	SK	FR	LV	LT	FI	PL	SI	SE	DK	PERSONALABTEILUNG	NL	ES	IT	BEI	RO	CZ	DE	EE	CY	SEIN	MT	HU	BG	EL	IE
Gesamt „Zustimmung“	Okt/Nov 2023	60	67	70	62	66	62	64	65	61	70	79	65	60	63	68	60	52	55	52	52	54	69	64	81	69	44	51	61
	Mai/Juni 2023	=	8	4	4	3	3	3	3	A)2	A)2	A)2	A)1	A)1	A)1	=	=	=	=	▼1	▼1	▼1	▼1	▼2	▼2	▼3	▼5	▼5	▼10
Insgesamt „nicht einverstanden“	Okt/Nov 2023	27	17	22	26	24	23	18	24	26	24	18	27	33	31	18	32	34	34	34	27	27	19	31	13	22	36	34	27
	Mai/Juni 2023	=	A)1	=	A)2	4	▼1	▼4	▼3	▼2	A)1	▼2	▼3	A)1	▼1	▼3	▼1	A)1	A)2	=	▼2	A)2	=	A)2	A)1	3	5	3	10
Ich weiß nicht	Okt/Nov 2023	13	16	8	12	10	15	18	11	13	6	3	8	7	6	14	8	14	11	14	21	19	12	5	6	9	20	15	12
	Mai/Juni 2023	=	▼9	▼4	▼6	▼7	▼2	A)1	=	=	▼3	=	A)2	▼2	=	3	A)1	▼1	▼2	A)1	3	▼1	A)1	=	A)1	=	=	A)2	=

Die Befragten, die sagen, dass sie mindestens einmal pro Woche soziale Online-Netzwerke nutzen, stimmen den vier Aussagen eher zu als die Europäer insgesamt:

Acht von zehn Befragten, die mindestens einmal pro Woche online soziale Netzwerke nutzen, stimmen darin überein, dass soziale Online-Netzwerke ein moderner Weg sind, um über politische Angelegenheiten auf dem Laufenden zu bleiben, verglichen mit 67 % aller Befragten – ein Unterschied von 13 Prozentpunkten.

Etwa acht von zehn Personen, die mindestens einmal pro Woche online soziale Netzwerke nutzen (78 %) sagen, dass soziale Online-Netzwerke Menschen für politische Angelegenheiten interessieren können, verglichen mit 67 % der Europäer im Allgemeinen – ein Unterschied von 11 Prozent.

Fast drei Viertel (74 %) derjenigen, die soziale Online-Netzwerke mindestens einmal pro Woche nutzen, sind der Meinung, dass soziale Online-Netzwerke eine gute Möglichkeit sind, sich zu politischen Fragen zu äußern, verglichen mit 61 % aller Europäer – ein Unterschied von 13 Prozent.

Unter den Befragten, die mindestens einmal pro Woche online soziale Netzwerke nutzen, stimmen 65 % zu, dass Informationen über politische Angelegenheiten aus sozialen Online-Netzwerken nicht vertraut werden können, verglichen mit 60 % aller Befragten – ein Unterschied von fünf Prozentpunkten.

			EU-27	SEIN	BG	CZ	DK	DE	EE	IE	EL	ES	FR	PERSONALABTEILUNG	IT	CY	LV	LT	LU	HU	MT	NL	BEI	PL	PT	RO	SI	SK	FI	SE
Soziale Online-Netzwerke sind eine gute Möglichkeit, sich zu politischen Themen zu äußern	Gesamt „Zustimmung“	Okt/Nov 2023	67	64	70	63	68	59	67	76	73	73	58	79	69	76	77	73	67	79	82	68	68	82	55	67	71	76	75	70
		Mai/Juni 2023	A)1	▼1	▼3	A)1	▼7	▼2	▼1	▼3	▼1	=	7	A)1	▼2	▼5	3	A)1	7	▼1	▼9	A)2	5	3	=	5	5	▼1	A)1	A)1
	Insgesamt „nicht einverstanden“	Okt/Nov 2023	23	32	15	28	26	25	21	14	15	17	33	15	24	13	11	13	28	16	14	30	23	9	34	24	24	17	18	28
		Mai/Juni 2023	▼1	A)1	A)2	▼1	4	A)1	4	A)1	▼4	▼1	▼4	=	▼1	A)2	▼2	▼1	▼3	A)2	9	▼2	▼2	▼1	5	▼4	▼1	A)2	A)1	=
	Ich weiß nicht	Okt/Nov 2023	10	4	15	9	6	16	12	10	12	10	9	6	7	11	12	14	5	5	4	2	9	9	11	9	5	7	7	2
		Mai/Juni 2023	=	=	A)1	=	3	A)1	▼3	A)2	5	A)1	▼3	▼1	3	3	▼1	=	▼4	▼1	=	=	▼3	▼2	▼5	▼1	▼4	▼1	▼2	▼1
Soziale Online-Netzwerke können sich für politische Angelegenheiten interessieren	Gesamt „Zustimmung“	Okt/Nov 2023	60	64	44	52	65	52	54	61	51	68	66	60	60	69	62	64	70	69	81	63	52	61	67	55	70	62	65	79
		Mai/Juni 2023	=	▼2	▼5	▼1	A)1	▼1	▼1	▼10	▼5	=	3	A)1	=	▼1	3	3	4	▼3	▼2	A)1	=	A)2	8	=	A)2	4	3	A)2
	Insgesamt „nicht einverstanden“	Okt/Nov 2023	27	31	36	34	27	27	27	27	34	18	24	33	32	19	23	18	22	22	13	31	34	26	17	34	24	26	24	18
		Mai/Juni 2023	=	A)2	5	=	▼3	▼2	A)2	10	3	▼3	4	A)1	▼1	=	▼1	▼4	=	3	A)1	▼1	A)1	▼2	A)1	A)2	A)1	A)2	▼3	▼2
	Ich weiß nicht	Okt/Nov 2023	13	5	20	14	8	21	19	12	15	14	10	7	8	12	15	18	8	9	6	6	14	13	16	11	6	12	11	3
		Mai/Juni 2023	=	=	=	A)1	A)2	3	▼1	=	A)2	3	▼7	▼2	A)1	A)1	▼2	A)1	▼4	=	A)1	=	▼1	=	▼9	▼2	▼3	▼6	=	=
Informationen über politische Angelegenheiten aus sozialen Online-Netzwerken können nicht vertraut werden	Gesamt „Zustimmung“	Okt/Nov 2023	67	62	55	57	74	62	66	76	66	72	56	74	71	61	70	69	65	75	76	85	70	77	53	62	69	71	82	89
		Mai/Juni 2023	A)1	▼6	▼1	▼1	▼5	▼3	A)1	▼2	4	=	7	4	▼2	▼9	4	=	5	=	▼9	4	8	=	3	5	▼1	A)2	4	A)1
	Insgesamt „nicht einverstanden“	Okt/Nov 2023	22	33	26	30	18	21	18	13	22	17	34	20	22	27	14	14	27	19	18	13	20	13	34	28	25	20	10	9
		Mai/Juni 2023	=	5	A)1	▼1	3	A)1	3	A)1	▼6	▼1	A)1	▼2	A)1	7	▼3	▼2	▼2	A)1	7	▼3	▼5	A)2	3	▼2	4	A)2	▼1	A)1
	Ich weiß nicht	Okt/Nov 2023	11	5	19	13	8	17	16	11	12	11	10	6	7	12	16	17	8	6	6	2	10	10	13	10	6	9	8	2
		Mai/Juni 2023	▼1	A)1	=	A)2	A)2	A)2	▼4	A)1	A)2	A)1	▼8	▼2	A)1	A)2	▼1	A)2	▼3	▼1	A)2	▼1	▼3	▼2	▼6	▼3	▼3	▼4	▼3	▼2
Soziale Online-Netzwerke sind eine moderne Möglichkeit,	Gesamt „Zustimmung“	Okt/Nov 2023	61	53	66	54	53	54	62	69	69	68	58	67	63	64	66	66	63	76	68	41	65	77	65	63	64	71	68	60
		Mai/Juni 2023	=	▼4	▼2	▼2	▼4	▼3	6	▼2	▼1	3	5	3	▼5	▼8	A)2	=	6	=	▼7	=	8	A)2	14	8	4	4	=	A)1
	Insge	Okt/Nov	28	42	17	36	42	28	24	20	18	21	32	27	30	24	19	17	31	19	26	56	23	13	21	28	31	20	23	37

	samt „nicht einverstanden“	2023																													
		Mai/Juni 2023	=	3	A)2	A)1	4	=	A)1	A)1	▼3	▼4	A)2	▼1	A)2	5	▼2	▼1	▼1	A)2	5	=	▼7	▼1	▼8	▼6	A)1	▼1	A)1	=
über politische Angelegenheiten auf dem Laufenden	Ich weiß nicht	Okt/Nov 2023	11	5	17	10	5	18	14	11	13	11	10	6	7	12	15	17	6	5	6	3	12	10	14	9	5	9	9	3
		Mai/Juni 2023	=	A)1	=	A)1	=	3	▼7	A)1	4	A)1	▼7	▼2	3	3	=	A)1	▼5	▼2	A)2	=	▼1	▼1	▼6	▼2	▼5	▼3	▼1	▼1

Die soziodemografische Analyse zeigt, dass ältere Befragten ab 55 Jahren weniger wahrscheinlich sind als ihre jüngeren Kollegen, den Aussagen in sozialen Online-Netzwerken zuzustimmen. 51 % der 55-Jährigen sind sich beispielsweise darin einig, dass soziale Online-Netzwerke eine moderne Möglichkeit sind, über politische Angelegenheiten auf dem Laufenden zu bleiben, verglichen mit 85 % der 15- bis 24-Jährigen. Die einzige Ausnahme besteht darin, dass „Informationen über politische Angelegenheiten aus sozialen Online-Netzwerken nicht vertraut werden können“ – in diesem Fall stimmen die Befragten in zentralen Alterskohorten (25-54) (65-66 %) eher überein als jüngere (58 %) und ältere Befragten (56 %).

Abweichungen in der Übereinstimmung können auch je nach Bildungsniveau gesehen werden, wobei diejenigen, die eine Vollzeitausbildung im Alter von 16 oder älter beendet haben, eher mit jeder Aussage einverstanden sind als diejenigen, die die Bildung früher verlassen haben. Zum Beispiel stimmen die Befragten, die eine Ausbildung im Alter von 16 Jahren oder älter abgeschlossen haben (66-73 %) eher darin ein, dass soziale Online-Netzwerke Menschen für politische Angelegenheiten interessieren können als diejenigen, die die Ausbildung im Alter von 15 oder jünger beendet haben (46 %).

Unter Berücksichtigung der Ergebnisse nach sozioprofessionellen Kategorien stimmen die Befragten im Ruhestand am wenigsten mit jeder Aussage in Bezug auf soziale Online-Netzwerke überein. Dies gilt insbesondere für eine Einigung mit der Erklärung, dass soziale Online-Netzwerke Menschen für politische Angelegenheiten interessieren können (48 % der Retierees, verglichen mit 76 % der Manager und anderer Angestellter).

Befragten, die von Zeit zu Zeit oder weniger häufig Schwierigkeiten haben, ihre Rechnungen zu bezahlen, sind wahrscheinlicher als diejenigen, die die meiste Zeit Schwierigkeiten haben, zuzustimmen, dass Informationen über politische Angelegenheiten aus sozialen Online-Netzwerken nicht vertraut werden können (61 % im Vergleich zu 55 %) und dass soziale Online-Netzwerke Menschen für politische Angelegenheiten interessieren können (67-68 %, verglichen mit 59 %). Je höher die soziale Klasse, zu der die Befragten gehören, desto wahrscheinlicher ist es, dass Informationen über politische Angelegenheiten aus sozialen Online-Netzwerken nicht vertraut werden können (65-72 % derjenigen, die sich der oberen Mittel- oder Oberschicht anschließen, verglichen mit 53 % derjenigen, die sich für die Arbeiterklasse halten) und dass soziale Online-Netzwerke Menschen für politische Angelegenheiten interessieren (76-80 % im Vergleich zu 57 %). Die Muster in Bezug auf die finanziellen Schwierigkeiten der Befragten und die selbst wahrgenommene soziale Klasse sind für die verbleibenden beiden Aussagen weniger klar.

Unabhängig davon, ob Sie an sozialen Online-Netzwerken teilnehmen oder nicht (Social-Networking-Websites, Blogs, Video-Hosting-Websites), sagen Sie bitte, ob Sie völlig zustimmen, zustimmen, neigen dazu, zu widersprechen oder völlig mit jeder der folgenden Aussagen einverstanden zu sein. (% – ‚Gesamteinwilligung')

	Soziale Online-Netzwerke sind eine moderne Möglichkeit, über politische Angelegenheiten auf dem Laufenden zu bleiben	Informationen über politische Angelegenheiten aus sozialen Online-Netzwerken können nicht vertraut werden	Soziale Online-Netzwerke können sich für politische Angelegenheiten interessieren	Soziale Online-Netzwerke sind eine gute Möglichkeit, sich zu politischen Themen zu äußern
EU-27	67	60	67	61
Geschlecht				
Mann	68	62	69	63
Frau	67	59	66	61
Alter				
15-24	85	58	83	78
25-39	79	65	78	73
40-54	73	66	73	66
55 +	51	56	53	48
Bildung (Ende)				
15—	45	47	46	43
16-19	68	61	66	63
20+	70	66	73	63
Studieren noch	86	59	85	77
Sozio-professionelle Kategorie				
Selbstständige	76	66	75	67
Führungskräfte	72	67	76	66
Andere weiße Kragen	76	66	76	70
Handwerkliche Mitarbeiter	73	64	71	69
Hauspersonen	59	52	56	55
Arbeitslose	70	59	67	67
Rentner	45	52	48	42
Studenten	86	59	85	77
Schwierigkeiten beim Bezahlen von Rechnungen				
Die meiste Zeit	64	55	59	61
Von Zeit zu Zeit	71	61	67	64
Fast nie/nie	66	61	68	61
Betrachten Sie die Zugehörigkeit zu				
Die Arbeiterklasse	60	53	57	55
Die untere Mittelschicht	66	61	65	63
Die Mittelschicht	71	63	72	65
Die obere Mittelschicht	68	65	76	61
Die Oberschicht	71	72	80	69
Bild der EU				
Positiv	72	64	73	66
Neutral	65	58	64	59
Negativ	60	57	60	57

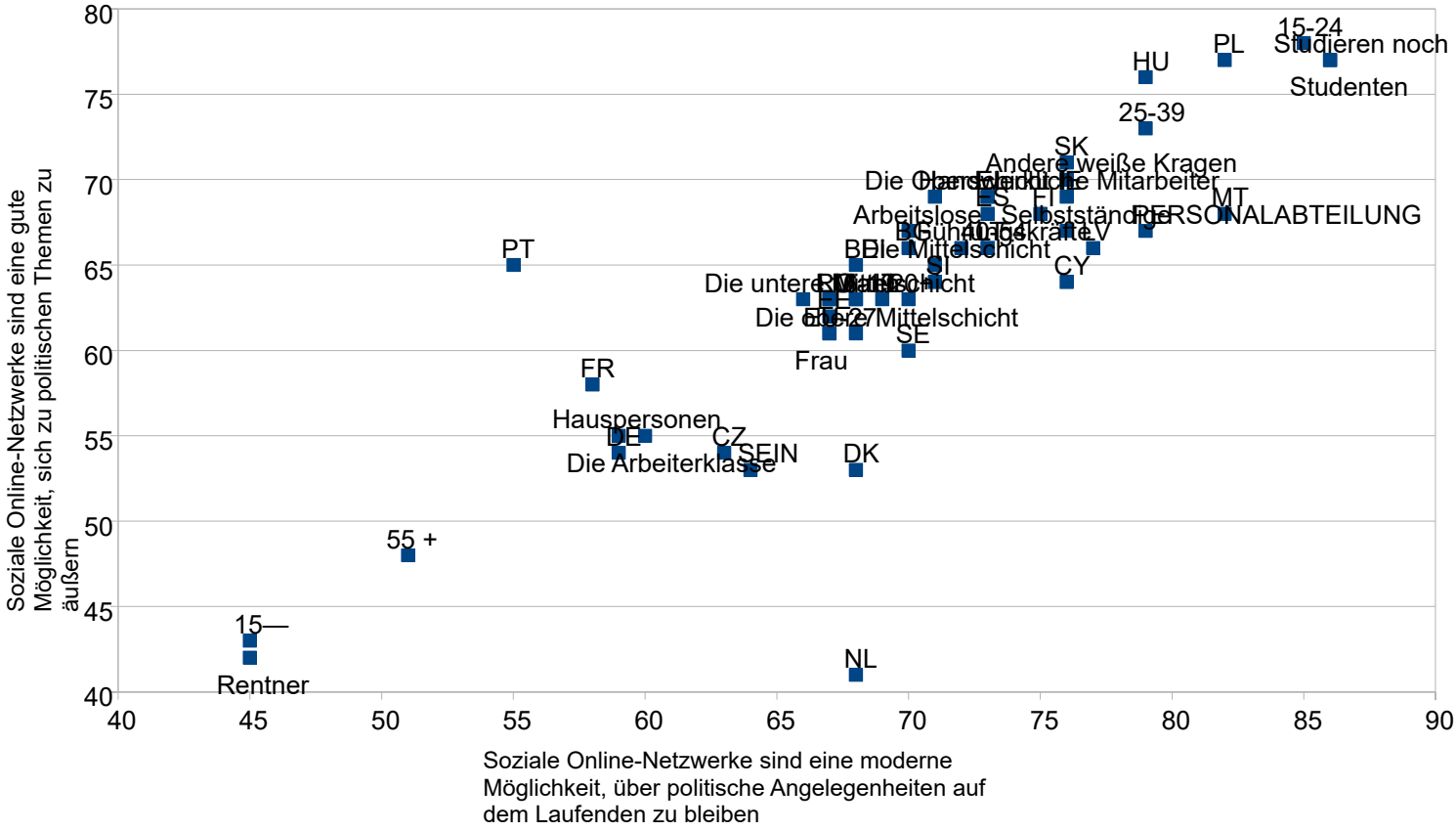
Kommentare

(Pierre Dieumegard)

Wieder einmal wurde dieses Eurobarometer-Dokument vor der Veröffentlichung nicht ordnungsgemäß korrekturgelesen.
Teil VI (Soziale Netzwerke) enthält im Gegensatz zur guten Schreibpraxis in allen Ländern und Sprachen nur einen Unterabschnitt. Fehlt ein Unterabschnitt?

Seit 2010 wird die schriftliche Presse immer weniger gelesen, während soziale Netzwerke mehr und mehr genutzt werden als die schriftliche Presse. Obwohl Radio und Fernsehen leicht rückläufig sind, werden sie immer noch von der Mehrheit der Befragten genutzt (Frage QE3).

der Anteil derjenigen, die der Meinung sind, dass soziale Netzwerke keine gute Möglichkeit sind, sich über politische Angelegenheiten zu informieren, bleibt bei rund einem Viertel der Befragten konstant. Auf der anderen Seite steigt der Anteil derjenigen, die es für einen guten Weg halten, zum Nachteil derjenigen, die keine Meinung haben (QE6).



Alter ist der Hauptfaktor, der Meinungen über die Nützlichkeit sozialer Netzwerke in der Politik erklärt, aber die Meinungen variieren von Land zu Land stark (Frage QE6). Pole als Ganzes verhalten sich ähnlich wie die 15- bis 24-Jährigen als Ganzes.