



Wie die Bevölkerung mit Migrationshintergrund vor Wahlen Medien nutzt: Befunde aus dem SVR-Integrationsbarometer

Ergänzende Zahlen und Fakten zum SVR-Policy Brief „Auf Empfang gestellt? Aktuelle Befunde zur Mediennutzung und zum Medienvertrauen der Bevölkerung mit Migrationshintergrund“

Wahlberechtigung und Wahlbeteiligung

In Deutschland ist die Teilnahme an politischen Wahlen mit wenigen Ausnahmen grundsätzlich nur mit deutscher Staatsangehörigkeit möglich. In Deutschland leben rund 21,2 Millionen Menschen mit Migrationshintergrund. Mehr als die Hälfte von ihnen besitzt die deutsche Staatsbürgerschaft und hat demnach ab Volljährigkeit das Recht, an Wahlen teilzunehmen (Statistisches Bundesamt 2020). 2019 stellten sie rund 12,5 Prozent aller Wahlberechtigten (Statistisches Bundesamt 2020; eigene Berechnung). Dieser Anteil wird unabhängig von Neuzuwanderung und Einbürgerungen weiter steigen, wenn Angehörige der zweiten und dritten Zuwanderungsgeneration volljährig werden (vgl. Wüst/Faas 2018: 5–9), die nach dem Geburtsortprinzip die deutsche Staatsangehörigkeit und damit das Wahlrecht erhalten haben (s. SVR 2021: 47–48).

Allerdings gehen Deutsche mit Migrationshintergrund, und dabei besonders die der ersten Zuwanderungsgeneration, seltener wählen als Deutsche ohne Zuwanderungsgeschichte. Das ist das Ergebnis von Befragungen im Rahmen des SVR-Integrationsbarometers 2020: 86 Prozent der wahlberechtigten Befragten ohne Migrationshintergrund gaben an, bei der Bundestagswahl 2017 gewählt zu haben. Unter den wahlberechtigten Befragten mit Migrationshintergrund waren dies nur 65 Prozent. Gründe für eine geringere Wahlbeteiligung können zunächst soziodemografische Faktoren wie Alter, Geschlecht oder Bildungsniveau sein – ähnlich wie bei Wahlberechtigten ohne Migrationshintergrund. Daneben spielen aber auch migrationsspezifische Aspekte wie Sprachkenntnisse, Aufenthaltsdauer oder Bleibeabsicht eine Rolle (s. SVR-Forschungsbereich 2020: 28–31).



Quelle: SVR-Integrationsbarometer 2020; gewichtete Daten

Die Rolle der Medien als Informationsquelle vor Wahlen

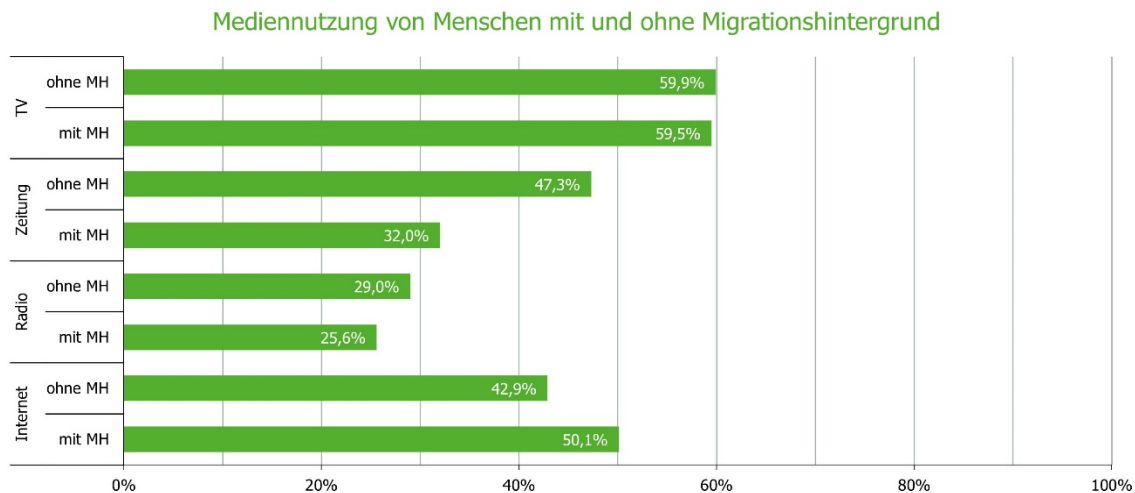
Massenmedien sind ein zentraler Bestandteil der politischen Kommunikation. Während die Mehrheit der Bürgerinnen und Bürger in modernen Demokratien wie Deutschland kaum direkten Kontakt zu politischen Akteuren hat, sind über die Medien eine Vielzahl an Menschen erreichbar. Durch die Herstellung einer breiten politischen Öffentlichkeit tragen die „klassischen“ Medien (Zeitungen, Radio, TV etc.) mit ihrer Berichterstattung somit zur öffentlichen Meinungs- und Willensbildung bei. Sie unterliegen hierbei zum Teil strikten Grundsätzen: Rundfunksender sind bspw. zu Objektivität und Unparteilichkeit verpflichtet (vgl. z.B. RStV § 10,2), und auch der Pressekodex schreibt vor, dass „die Presse in der Wahlkampfberichterstattung auch über Auffassungen berichtet, die sie selbst nicht teilt“ (Richtlinie 1.2).¹

¹ Der gesamte Pressekodex des Presserats kann eingesehen werden unter: <https://www.presserat.de/pressekodex.html> (13.07.2021).



Hinzugekommen sind in den letzten beiden Jahrzehnten zunehmend soziale Netzwerke und Online-Medien als Informationsquellen, die – mit Ausnahme der Online-Angebote von etablierten Sendern und Print-Medien – deutlich weniger (oder gar nicht) reguliert und regulierbar sind. Auch sie tragen zur Meinungsbildung von Wählerinnen und Wählern bei.

Mediennutzung vor Wahlen

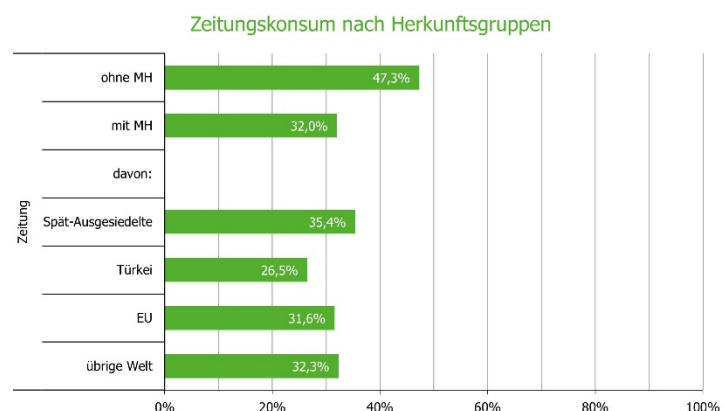


Quelle: SVR-Integrationsbarometer 2018; gewichtete Daten

Im SVR-Integrationsbarometer 2018 wurden Menschen mit und ohne Migrationshintergrund danach gefragt, wie sie sich über das politische Geschehen vor Wahlen informieren.² Dabei zeigte sich, dass mit einem Anteil von fast 60 Prozent das Fernsehen bei allen Befragten das meistgenutzte Informationsmedium war. Das Radio wurde am seltensten genutzt. Diese Befunde decken sich weitgehend mit denen der *German Longitudinal Election Study* (GLES). Bei dieser Untersuchung zum Medienkonsum von Wahlberechtigten im Vorfeld der Bundestagswahl 2017 wurde das Fernsehen ebenfalls als beliebtestes Informationsmedium ermittelt (s. Staudt/Schmitt-Beck 2019).

Fast jeder zweite Befragte ohne Migrationshintergrund informiert sich vor Wahlen aus der Zeitung (47 Prozent). Bei Befragten mit Migrationshintergrund ist es fast jeder Dritte (32 Prozent); in der Gruppe der Türkeistämmigen nur jeder vierte Befragte (27 Prozent).

Dass die Nutzung von Printmedien im Vergleich jeweils anders ausfällt, ist vor allem auf das unterschiedliche durchschnittliche Bildungsniveau zurückzu-



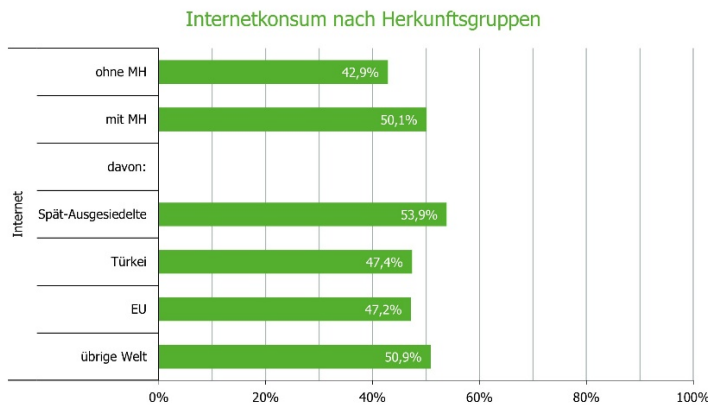
Quelle: SVR-Integrationsbarometer 2018; gewichtete Daten

² Die Mediennutzung wurde mithilfe folgender Frage untersucht: „Im Wahlkampf gibt es verschiedene Möglichkeiten, wie man sich über das politische Geschehen in Deutschland informieren kann. Woher haben Sie die meisten Informationen über die Parteien oder den Wahlkampf zur Bundestagswahl bekommen: aus dem Fernsehen, aus der Zeitung, aus dem Radio, aus dem Internet, aus persönlichen Gesprächen oder aus einer anderen Quelle?“. Mehrfachnennungen waren möglich.



führen. Mit zunehmendem Bildungsniveau steigt unabhängig vom Migrationshintergrund die Wahrscheinlichkeit, dass Zeitungen als Informationsquelle angegeben werden. Allerdings wirkt sich der Bildungsgrad bei Befragten mit Migrationshintergrund weniger stark auf das Nutzungsverhalten aus als bei Befragten ohne Migrationshintergrund (Tonassi/Wittlif/Schemer 2021: 628–629).

Für Befragte mit Zuwanderungsgeschichte stellt statt Printmedien das Internet die zweithäufigste Informationsquelle dar. Rund die Hälfte von ihnen gibt an, sich online über den Wahlkampf zu informieren



(bei den Befragten ohne Migrationshintergrund sind es nur rund 43 Prozent).

Eine mögliche Erklärung für die unterschiedliche Internetnutzung von Befragten mit und ohne Migrationshintergrund ist das Vorhandensein bzw. das Niveau von Sprachkenntnissen. Sie spielen bei der Nutzung des Internets als Informationsquelle eine geringere Rolle als beispielsweise beim Radio- oder Zeitungskonsum, bei denen fehlende Deutschkenntnisse eine Barriere für die Nutzung dieser Medienangebote darstellen. In Bezug auf die Inter-

Quelle: SVR-Integrationsbarometer 2018; gewichtete Daten

netnutzung lässt sich zudem ein Unterschied bei den Geschlechtern feststellen: Frauen nutzen Informationsangebote im Netz seltener als Männer. Die Geschlechterdifferenz ist allerdings bei Befragten mit Migrationshintergrund geringer: Hier geben 53 Prozent der männlichen und 47 Prozent der weiblichen Befragten an, sich im Internet zu informieren, während bei den Befragten ohne Migrationshintergrund 48 Prozent der Männer und 38 Prozent der Frauen das Internet nutzen (Tonassi/Wittlif/Schemer 2021: 629).

Insgesamt unterliegt die Medienlandschaft seit Jahrzehnten aber rapiden Veränderungsdynamiken. So hat sich das Medienangebot nicht nur weiter diversifiziert, sondern auch vervielfacht. Das bringt große methodische Herausforderungen mit sich. Die Online-Angebote von Zeitungen und Zeitschriften relativieren bspw. die im Integrationsbarometer 2018 vorgenommene Unterscheidung der Mediengattungen (z. B. Internet vs. Zeitung). Zudem spielen soziale Netzwerke oder Plattformen eine immer größere Rolle – sowohl als Informationsquelle als auch Mobilisierungsinstrument.

Allgemein sind in Deutschland allerdings nach wie vor die öffentlich-rechtlichen Angebote (TV und Rundfunk, inkl. Internetangebot) gefolgt von Zeitungen/Zeitschriften, gedruckt oder digital, die wichtigsten Informationsquellen über Politik – das gilt auch für junge Menschen zwischen 14 und 29 Jahren (s. ARD/ZDF 2020). Es ist aber davon auszugehen, dass das Mediennutzungsverhalten von Menschen mit und ohne Migrationshintergrund vor Wahlen weiter an Komplexität gewinnen wird.

Weitere Informationen

Tonassi, Timo/Wittlif, Alex 2021: [Auf Empfang gestellt? Aktuelle Befunde zur Mediennutzung und zum Medienvertrauen der Bevölkerung mit Migrationshintergrund](#). SVR-Policy Brief 2021-2, Berlin.



Quellen

ARD/ZDF 2020: ARD/ZDF-Massenkommunikation 2020. Langzeitstudie im Auftrag der ARD/ZDF-Forschungskommission.

Staudt/Schmitt-Beck 2019: Nutzung traditioneller und neuer politischer Informationsquellen im Bundestagswahlkampf 2017, in: Roßteutscher, Sigrid/Schmitt-Beck, Rüdiger/Schoen, Harald/Weßels, Bernhard/ Wolf, Christof (Hrsg.): Zwischen Polarisierung und Beharrung: Die Bundestagswahl 2017, 63–80.

Statistisches Bundesamt 2020: Bevölkerung und Erwerbstätigkeit. Bevölkerung mit Migrationshintergrund. Ergebnisse des Mikrozensus 2019. Fachserie 1 Reihe 2.2, Wiesbaden.

SVR-Forschungsbereich 2020: Mitten im Spiel – oder nur an der Seitenlinie? Politische Partizipation und zivilgesellschaftliches Engagement von Menschen mit Migrationshintergrund in Deutschland, Berlin.

SVR 2021: Normalfall Diversität? Wie das Einwanderungsland Deutschland mit Vielfalt umgeht. Jahresgutachten 2021, Berlin.

Tonassi, Timo/Wittlif, Alex 2021: Auf Empfang gestellt? Aktuelle Befunde zur Mediennutzung und zum Medienvertrauen der Bevölkerung mit Migrationshintergrund, Berlin

Tonassi, Timo/Wittlif, Alex/Schemer, Christian 2021: Mediennutzung und Medienvertrauen von Migranten. Untersuchung auf Basis des SVR-Integrationsbarometers 2018, in: Media Perspektiven, 12/2020, 626–635.

Wüst, Andreas M./Faas, Thorsten 2018: Politische Einstellungen von Menschen mit Migrationshintergrund. Gutachten der Friedrich-Ebert-Stiftung, Berlin.

Impressum

Herausgeber

Sachverständigenrat für Integration und Migration (SVR) gGmbH
Neue Promenade 6
10178 Berlin
www.svr-migration.de

© SVR gGmbH, Berlin 2021