

Mediennutzung und politische Kultur in Mecklenburg-Vorpommern

Hölig, Sascha

Erstveröffentlichung / Primary Publication
Arbeitspapier / working paper

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Hölig, S. (2023). *Mediennutzung und politische Kultur in Mecklenburg-Vorpommern*. (Arbeitspapiere des Hans-Bredow-Instituts, 66). Hamburg: Leibniz-Institut für Medienforschung | Hans-Bredow-Institut (HBI). <https://doi.org/10.21241/ssoar.86819>

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer CC BY Lizenz (Namensnennung) zur Verfügung gestellt. Nähere Auskünfte zu den CC-Lizenzen finden Sie hier:
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.de>

Terms of use:

This document is made available under a CC BY Licence (Attribution). For more information see:
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0>



LEIBNIZ-INSTITUT
FÜR MEDIENFORSCHUNG
HANS-BREDOW-INSTITUT

Sascha Hölig

MEDIENNUTZUNG UND POLITISCHE KULTUR IN MECKLENBURG-VORPOMMERN

Arbeitspapiere des Hans-Bredow-Instituts | Projektergebnisse Nr. 66



Hölig, Sascha (2023): Mediennutzung und politische Kultur in Mecklenburg-Vorpommern. Hamburg: Verlag Hans-Bredow-Institut, Juni 2023 (Arbeitspapiere des Hans-Bredow-Instituts | Projektergebnisse Nr. 66)

DOI: <https://doi.org/10.21241/ssoar.86819>

ISSN 1435-9413

ISBN 978-3-87296-180-8



Dieses Werk ist lizenziert unter einer Creative Commons Namensnennung 4.0 International Lizenz CC BY 4.0. Die Hefte der Schriftenreihe „Arbeitspapiere des Hans-Bredow-Instituts“ finden sich zum Download auf der Website des Instituts unter <https://leibniz-hbi.de/de/publikationen/arbeitspapiere>.

Leibniz-Institut für Medienforschung | Hans-Bredow-Institut (HBI), Hamburg

Das Leibniz-Institut für Medienforschung | Hans-Bredow-Institut (HBI) erforscht den Medienwandel und die damit verbundenen strukturellen Veränderungen öffentlicher Kommunikation. Medienübergreifend, interdisziplinär und unabhängig verbindet es Grundlagenwissenschaft und Transferforschung und schafft so problemrelevantes Wissen für Politik, Wirtschaft und Zivilgesellschaft. Mehr unter www.leibniz-hbi.de.

Das Leibniz-Institut für Medienforschung | Hans-Bredow-Institut (HBI) bedankt sich für die institutionelle Förderung durch die Freie und Hansestadt Hamburg (Behörde für Wissenschaft, Forschung, Gleichstellung und Bezirke BWFG) und die Bundesrepublik Deutschland (Bundesministerium für Bildung und Forschung BMBF).

Der Autor

Dr. Sascha Hölig ist Senior Researcher für Mediennutzung am Leibniz-Institut für Medienforschung | Hans-Bredow-Institut (HBI) in Hamburg. Sein großer Dank gilt Louisa Pröschel, Svenja Gauss, Jasmina Moradi und Leonie Wunderlich für ihre Unterstützung in der Projektarbeit.

Projekt „Mediennutzung und politische Kultur in Mecklenburg-Vorpommern“

In der Studie wird untersucht, wie sich Menschen in Mecklenburg-Vorpommern über Politik und andere gesellschaftlich relevante Themen in ihrem Bundesland informieren und welche generellen Einstellungen sie zur Politik haben. Die Untersuchung soll dabei helfen, einen Überblick über die politisch orientierte Mediennutzung und politische Kultur in Mecklenburg-Vorpommern zu bekommen sowie Strategien zu entwickeln, Bevölkerungsgruppen, die die Nutzung von Nachrichten und politischen Inhalten weitgehend vermeiden, besser zu erreichen. Das Leibniz-Institut für Medienforschung | Hans-Bredow-Institut wurde für diese Studie von der Landeszentrale für politische Bildung Mecklenburg-Vorpommern und der Medienanstalt Mecklenburg-Vorpommern unterstützt.

Verlag

Leibniz-Institut für Medienforschung | Hans-Bredow-Institut (HBI)
Rothenbaumchaussee 36
20148 Hamburg
Tel.: (+49 40) 450 217-0
info@leibniz-hbi.de
www.leibniz-hbi.de



Inhaltsverzeichnis

Überblick über die wichtigsten Ergebnisse.....	5
1. Zielsetzung und Stichprobe der Studie	7
2. Interesse am aktuellen Geschehen	9
3. Wege zu relevanten regionalen Informationen	11
3.1. TV-Nutzung.....	13
3.2. Radio-Nutzung	15
3.3. Print-Nutzung	18
3.4. Internet-Nutzung	20
3.4.1. Partizipation im Internet.....	26
3.4.2. Rezeptionspräferenzen im Internet – Text, Video und Audio.....	27
3.4.3. Rezeptionspräferenzen im Internet – live und zeitversetzt	30
3.5. Persönliche Gespräche	31
3.6. Suche nach Informationen	34
3.6.1. Kontakt mit regional relevanten Informationen	34
3.6.2. Wichtigstes Problem in Mecklenburg-Vorpommern	35
3.6.3. Informationsquellen zum wichtigsten Problem in Mecklenburg-Vorpommern ...	37
4. Einstellungen und gesellschaftspolitische Beteiligung.....	39
4.1. Glaubwürdigkeit von Informationsangeboten	39
4.2. Vertrauen in Institutionen	42
4.3. Zufriedenheit mit der Demokratie	44
4.4. Gesellschaftspolitische Beteiligung.....	49
4.5. Selbstwirksamkeit	50
5. Zusammenfassung und Handlungsmöglichkeiten.....	53
Abbildungsverzeichnis.....	54





Überblick über die wichtigsten Ergebnisse

- Über 90 Prozent der Einwohner Mecklenburg-Vorpommers im Alter ab 16 Jahren sind sehr oder zumindest einigermaßen an den aktuellen Themen in ihrem Bundesland interessiert.
- Informationen zum aktuellen Geschehen in ihrem Bundesland erhalten die Einwohner am ehesten über das Fernsehen und das Radio. Jeweils 73 Prozent nutzen diese beiden Informationswege mindestens mehrfach pro Woche.
- In persönlichen Gesprächen erfahren 69 Prozent mehrfach wöchentlich Aktuelles aus ihrem Bundesland; im Internet informieren sich 62 Prozent und 50 Prozent über eine gedruckte Tages- oder Wochenzeitung.
- Während Menschen im Alter unter 30 Jahren am ehesten in persönlichen Gesprächen in Kontakt mit Neuigkeiten und Informationen zum relevanten Geschehen im eigenen Bundesland kommen, informieren sich ältere Nutzer klassisch in Fernsehen und Radio und die mittlere Altersgruppe nutzt bevorzugt das Internet.
- Von den Nutzern, die sich mindestens mehrfach in der Woche im Fernsehen informieren, nutzen 92 Prozent Angebote des NDR; 40 Prozent nutzen privat-kommerzielle TV-Angebote und elf Prozent informieren sich im regionalen Bürgerfernsehen, wie zum Beispiel bei Fernsehen in Schwerin oder ROK-TV.
- Unter denjenigen, die regelmäßig Radio hören, um regionale Informationen zu bekommen, ist – wie auch beim Fernsehen – der regionale öffentlich-rechtliche Rundfunk die am häufigsten genannte Quelle.
- Unter denjenigen, die das Internet mindestens mehrfach pro Woche für regionale Informationen verwenden, nutzen 47 Prozent hierfür soziale Medien. Bezogen auf die Gesamtbevölkerung Mecklenburg-Vorpommerns ab 16 Jahren entspricht das 29 Prozent.
- Ausschließlich in sozialen Medien informiert sich nur ein sehr kleiner Teil der Befragten. Ein Prozent der Einwohner in Mecklenburg-Vorpommern im Alter ab 16 Jahren nutzt kein weiteres Medienangebot mindestens mehrfach pro Woche.
- 15 Prozent der Befragten „sharen“ regelmäßig aktuelle Inhalte; zwölf Prozent „likern“ sie und sieben Prozent kommentieren gesellschaftspolitische Themen in sozialen Medien. Die Anteile der Bevölkerung, die regelmäßig „likern“ und „sharen“, sind unter Anhängern der AfD und der Grünen am größten.
- Wenn es um gesellschaftlich relevante Informationen über Mecklenburg-Vorpommern geht, bevorzugen die meisten Internetnutzer die Textform. Insgesamt lesen 57 Prozent häufig oder sehr häufig derartige Beiträge im Internet. Beiträge zum Anhören oder zum Anschauen werden von jeweils jedem Fünften präferiert (20 %).
- Als die gegenwärtig wichtigsten Probleme im Bundesland werden die Migrationspolitik, die Energiekrise und der Vertrauensverlust gegenüber der Politik erachtet. Die wichtigsten Informationsquellen dazu sind das Fernsehen, die Zeitung, persönliche Erfahrungen und Gespräche.



- Die größte Glaubwürdigkeit gilt den öffentlich-rechtlichen Informationsangeboten und den regionalen Tageszeitungen; die geringste der Boulevardpresse und den Informationen von Politikern und sozialen Medien.
- Polizei, Justiz, ihrer Gemeindevertretung und Verwaltung vertrauen die Menschen in Mecklenburg-Vorpommern am meisten. „Je weiter weg“ sich die politischen Institutionen befinden, desto weniger Vertrauen wird ihnen entgegengebracht; insgesamt wird den Parteien im Allgemeinen und der Bundesregierung am wenigsten Vertrauen geschenkt.
- Insgesamt stimmen 60 Prozent der Aussage zu, dass die Demokratie das politische System ist, welches am besten zu unserer Gesellschaft passt. Zufrieden darüber, wie die Demokratie in Mecklenburg-Vorpommern funktioniert, sind 32 Prozent.
- Die Anteile unter den Zufriedenen sowie den Teils-teils- und Nicht-Zufriedenen, die die abgefragten Medienangebote nutzen, weisen keine unterschiedlichen Muster auf. Der deutlich größte Anteil der Bevölkerung wird über klassische Informationsanbieter wie die Nachrichten und Presseerzeugnisse, on- und offline, sowie in persönlichen Gesprächen von regionalen Informationen erreicht.
- Zwar zeigen sich kaum Unterschiede in der Mediennutzung, deutlich werden sie jedoch in den Glaubwürdigkeitszuschreibungen. Diejenigen, die mit dem Funktionieren der Demokratie unzufrieden sind, attestieren den Informationsangeboten weniger Glaubwürdigkeit, insbesondere Informationen von Politikern, und sie vertrauen politischen Institutionen deutlich weniger als die beiden zufriedeneren Vergleichsgruppen.
- Der Ansicht, politisch in Deutschland etwas bewirken zu können, sind zwölf Prozent der Befragten. Die Hälfte der über 16-jährigen Einwohner Mecklenburg-Vorpommerns ist der Meinung, dass ihre Wirksamkeit nicht besonders stark ist.
- Die Wahrnehmung, inwieweit man politisch mitwirken kann, steht in enger Verbindung mit der Zufriedenheit darüber, wie die Demokratie in Mecklenburg-Vorpommern funktioniert. Von denjenigen, die der Ansicht sind, sie könnten politisch etwas bewirken, sind über die Hälfte (51 %) zufrieden damit, wie die Demokratie in ihrem Bundesland funktioniert. Von denjenigen, die meinen, ihr Tun hätte kaum Auswirkungen auf die politische Gestaltung des Lebens in Deutschland, ist lediglich jeder Vierte mit dem Funktionieren der Demokratie zufrieden.



1. Zielsetzung und Stichprobe der Studie

Aktuelle wissenschaftliche Befunde zur Nachrichtennutzung belegen eine gewisse Nachrichtenmüdigkeit der Bevölkerung in Deutschland, die sich in einem rückläufigen Interesse und geringer werdender Nutzung von dementsprechenden Medienangeboten niederschlägt.¹ Bestimmte Teilgruppen der Gesellschaft kommen ohnehin lediglich beiläufig in sozialen Medien mit Nachrichten in Kontakt.² Beide Phänomene verdeutlichen eine bewusste oder unbewusste Abkehr von medial vermittelten Nachrichten.³ Die beispielhaft genannten Studien beziehen sich explizit auf das Genre „Nachrichten“, im Sinne von durch Journalismus bereitgestellten aktuellen gesellschaftlich relevanten Informationen, die der Meinungs- und Willensbildung dienen und als essenzielle Voraussetzung für das Funktionieren einer Demokratie gelten.

Befunde zur Nachrichtennutzung, aber auch Untersuchungen, die – etwas allgemeiner formuliert – die Nutzung von Informationen über das aktuelle Geschehen im eigenen Ort, in Deutschland und in der Welt fokussieren, wie etwa die #UseTheNews-Studie, zeigen gleichermaßen, dass journalistisch-professionell erstellte Medienangebote für Menschen nicht zwangsläufig als einzige geeignete Quelle für aktuell relevante Informationen gelten, sondern dass sie sich auch an anderen, insbesondere in sozialen Medien auftretenden, Akteuren orientieren. Auffällig ist dabei, dass Akteure mit einer ausgewiesenen fachlichen oder rollenspezifischen Expertise, wie zum Beispiel Wissenschaftler oder Politiker, im Vergleich zu anderen Quellen eine geringe Rolle spielen.⁴

Dieses Bild wird ergänzt durch den Deutschland-Monitor im Bericht des Beauftragten der Bundesregierung für Ostdeutschland, Carsten Schneider, in welchem eine steigende Politikverdrossenheit in Deutschland festgestellt wird, insbesondere in den neuen Bundesländern.⁵

Die genannten Studien haben eins gemein: Sie ermöglichen zwar robuste Einblicke über das Mediennutzungsverhalten der Bevölkerung im gesamten Land, erlauben aber aufgrund ihrer Stichprobengröße und -zusammensetzung kaum Aussagen auf der Ebene einzelner Bundesländer, insbesondere nicht über Bundesländer mit einer im Vergleich geringen Einwohneranzahl.

Dies gibt Anlass dazu, eine spezifisch ausgerichtete Studie zu der Frage durchzuführen, wie sich Menschen über politische Angelegenheiten informieren, und dabei den Fokus auf die Einwohner von Mecklenburg-Vorpommern (MV) zu richten, eine Grundgesamtheit, über die vergleichsweise wenige belastbare Erkenntnisse vorliegen. Die Untersuchung soll dabei helfen, sich einen Überblick über die politisch orientierte Mediennutzung und politische Kultur in Mecklenburg-Vorpommern zu verschaffen, sowie Strategien entwickeln zu können, insbesondere die Teilgruppen der Bevölkerung besser zu erreichen, die die Nutzung von Nachrichten und politischen Inhalten weitgehend vermeiden.

¹ Hölig, S., Behre, J., & Schulz, W. (2022). Reuters Institute Digital News Report 2022 – Ergebnisse für Deutschland (Arbeitspapiere des Hans-Bredow-Instituts Nr. 63). Leibniz-Institut für Medienforschung.

² Kumpel, A. S. (2020). Nebenbei, mobil und ohne Ziel? Eine Mehrmethodenstudie zu Nachrichtennutzung und -verständnis von jungen Erwachsenen. *Medien & Kommunikationswissenschaft* 1-2, Jg. 68, S. 11-31.

³ Skovsgaard, M., & Andersen, K. (2020). Conceptualizing News Avoidance: Towards a Shared Understanding of Different Causes and Potential Solutions. *Journalism Studies*, 21(4), 459-476.

⁴ Hasebrink, U., Hölig, S., & Wunderlich, L. (2021). #UseTheNews. Studie zur Nachrichtenkompetenz Jugendlicher und junger Erwachsener in der digitalen Medienwelt (Arbeitspapiere des Hans-Bredow-Instituts Nr.55). Leibniz-Institut für Medienforschung.

⁵ Der Beauftragte der Bundesregierung für Ostdeutschland (2022). Ostdeutschland. Ein neuer Blick. Bericht 2022.



Die Studie basiert auf einer telefonischen Befragung von 1050 zufällig ausgewählten Einwohnern in Mecklenburg-Vorpommern im Alter ab 16 Jahren. Die mehrfach geschichtete (Random-Digit-Dialing) und gewichtete Stichprobe stellt ein strukturgleiches Abbild der Grundgesamtheit entsprechend der Kriterien Alter, Geschlecht, formale Bildung und regionale Verteilung dar. Die vorgelegten Resultate sind repräsentativ für die Einwohner Mecklenburg-Vorpommerns im Alter ab 16 Jahren. Die Feldarbeit wurde zwischen dem 1. und dem 31. März 2023 vom Befragungsinstitut IPSOS durchgeführt.

Das Leibniz-Institut für Medienforschung | Hans-Bredow-Institut wurde für diese Studie von der Landeszentrale für politische Bildung Mecklenburg-Vorpommern und der Medienanstalt Mecklenburg-Vorpommern unterstützt.

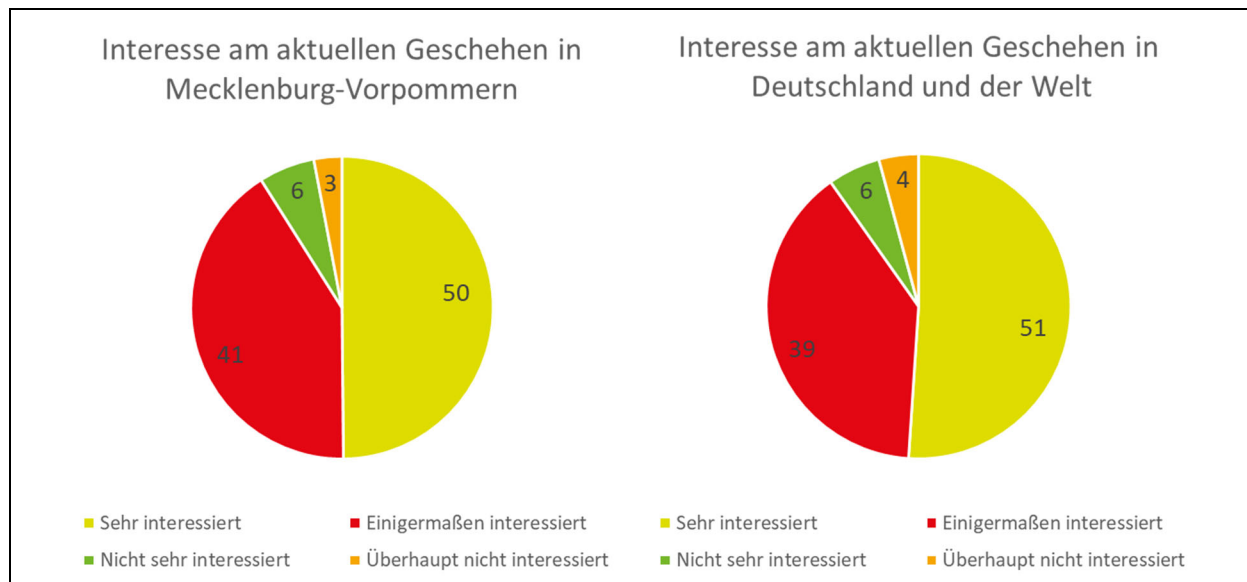
Der Ergebnisbericht beinhaltet deskriptive Statistiken zu den erhobenen Merkmalen Mediennutzung mit Blick auf gesellschaftlich relevante Informationen in Mecklenburg-Vorpommern, Gewohnheiten des Auffindens derartiger Informationen und Rezeptionspräferenzen sowie Vertrauens-, Glaubwürdigkeits- und Partizipationsaspekten. Die Darstellung erfolgt in der Regel differenziert nach Altersgruppen, ggf. aber auch hinsichtlich anderer soziodemographischer Variablen. Die Zahlen der Ergebnisdarstellung sind gerundet, weshalb es in der Summe mitunter zu geringfügigen Abweichungen von 100 Prozent kommen kann. Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird im Folgenden geschlechtsabstrahierend das generische Maskulinum verwendet.



2. Interesse am aktuellen Geschehen

Der überwiegende Anteil der Einwohner Mecklenburg-Vorpommers im Alter ab 16 Jahren interessiert sich für das aktuelle Geschehen im eigenen Bundesland. Über 90 Prozent sind sehr (50 %) oder zumindest einigermaßen (41 %) an den regional relevanten Themen interessiert. Lediglich neun Prozent geben an, nicht sehr oder überhaupt nicht interessiert zu sein (Abbildung 1). Der Anteil der Interessierten ist in der Gruppe der 16- bis 29-Jährigen im Altersvergleich zwar am geringsten, entspricht mit fast drei von vier Befragten dennoch der deutlichen Mehrheit (Abbildung 2). Die Anteile derer, die sich für das aktuelle Geschehen in Deutschland und der Welt interessieren, bewegen sich auf einem sehr ähnlichen Niveau wie die Zahlen hinsichtlich des Interesses an Mecklenburg-Vorpommern.

Abbildung 1: Interesse am aktuellen Geschehen (in Prozent)

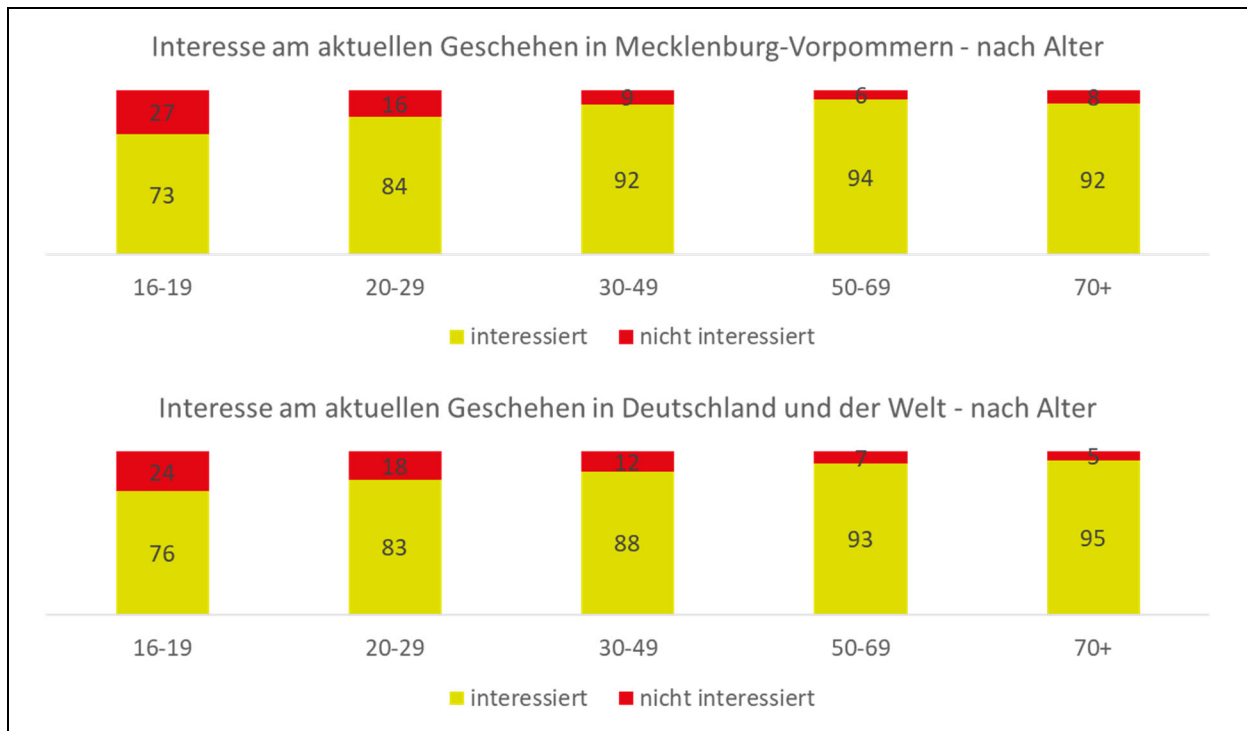


Leibniz-Institut für Medienforschung | Hans-Bredow-Institut 2023

Frage: Und wie sehr interessieren Sie sich für das aktuelle Geschehen und gesellschaftlich relevante Themen in Mecklenburg-Vorpommern? Antwortmöglichkeiten: sehr interessiert; einigermaßen interessiert; nicht sehr interessiert; überhaupt nicht interessiert; keine Angabe.

Frage: Einmal ganz allgemein gesprochen: Wie sehr interessieren Sie sich für das aktuelle Geschehen in Deutschland und der Welt? Basis: n=1050.

Abbildung 2: Interesse am aktuellen Geschehen (nach Alter, in Prozent)



Leibniz-Institut für Medienforschung | Hans-Bredow-Institut 2023

Frage: Und wie sehr interessieren Sie sich für das aktuelle Geschehen und gesellschaftlich relevante Themen in Mecklenburg-Vorpommern? Antwortmöglichkeiten: Sehr interessiert; Einigermaßen interessiert (interessiert); Nicht sehr interessiert; Überhaupt nicht interessiert (nicht interessiert); keine Angabe.

Frage: Einmal ganz allgemein gesprochen: Wie sehr interessieren Sie sich für das aktuelle Geschehen in Deutschland und der Welt? Basis: n=1050.

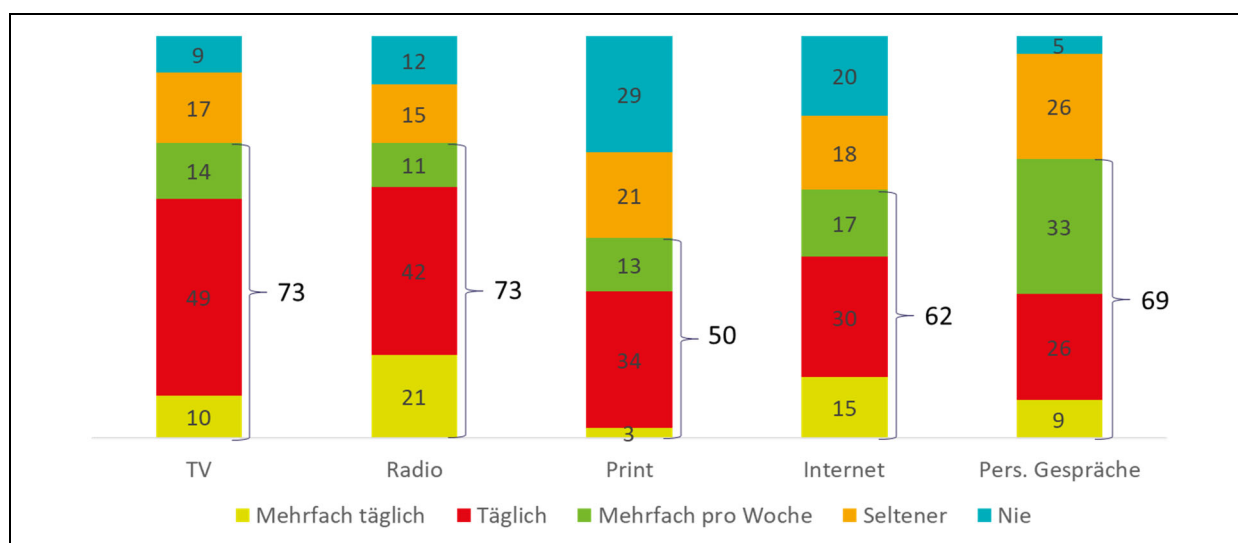


3. Wege zu relevanten regionalen Informationen

Informationen zum aktuellen Geschehen in ihrem Bundesland erhalten die Einwohner Mecklenburg-Vorpommerns am ehesten über das Fernsehen und das Radio. Jeweils knapp drei Viertel der Befragten im Alter ab 16 Jahren nutzen diese beiden Informationswege mindestens mehrfach pro Woche (jeweils 73 %), um sich darüber zu informieren, was in ihrer Heimat vor sich geht (Abbildung 3). Neben dem herkömmlichen Radio und Fernsehen als Informationsquellen geben die meisten Menschen an, dass sie in persönlichen Gesprächen Aktuelles aus ihrem Bundesland erfahren; für 69 Prozent ist dies mindestens mehrfach wöchentlich der Fall. Im Internet informieren sich in diesem Zeitraum 62 Prozent und jeder Zweite nutzt hierfür eine gedruckte Tages- oder Wochenzeitung (50 %). Die altersspezifische Betrachtung in Abbildung 4 zeigt, dass sich die Präferenzen für bestimmte Informationsquellen stark unterscheiden. Während Menschen im Alter unter 30 Jahren am ehesten in persönlichen Gesprächen in Kontakt mit Neuigkeiten und Informationen zum relevanten Geschehen im eigenen Bundesland kommen, informieren sich ältere Nutzer eher klassisch in Fernsehen und Radio, und die mittlere Altersgruppe bevorzugt das Internet.

Unter den am Geschehen in MV-Interessierten sind die Anteile derer, die über die vier Medienangebote und über persönliche Gespräche mindestens mehrfach pro Woche mit aktuellen Informationen in Kontakt kommen, größer als bei den Nicht-Interessierten (Abbildung 5). Aber auch innerhalb dieser kleinen Gruppe, die anteilig neun Prozent ausmacht, erfährt jeweils etwa die Hälfte regelmäßig im Radio (49 %) oder durch persönliche Gespräche (48 %) etwas über das relevante Geschehen im Bundesland; auch Internet und Fernsehen dienen für 46 bzw. 40 Prozent mehrfach wöchentlich als Informationsquelle. Gedruckte Zeitungen nutzt jeder Fünfte in der Gruppe der wenig Interessierten regelmäßig.

Abbildung 3: Gattungen und Häufigkeiten zum aktuellen Geschehen in MV (in Prozent)



Leibniz-Institut für Medienforschung | Hans-Bredow-Institut 2023

Frage: Denken Sie nun bitte einmal daran, wie Sie sich über das aktuelle Geschehen und gesellschaftlich relevante Themen in Mecklenburg-Vorpommern informieren. Über welche der folgenden Quellen bzw. Wege erhalten Sie normalerweise wie häufig derartige Informationen? Antwortmöglichkeiten: TV; Radio; Gedruckte Zeitungen und Zeitschriften; Internet; Persönliche Gespräche. Häufigkeit: Mehrfach täglich; Täglich; Mehrfach pro Woche; Seltener; Nie; Keine Angabe. Basis: n=1047-1050.



Abbildung 4: Gattungen und Häufigkeiten zum aktuellen Geschehen in MV (nach Alter, in Prozent)

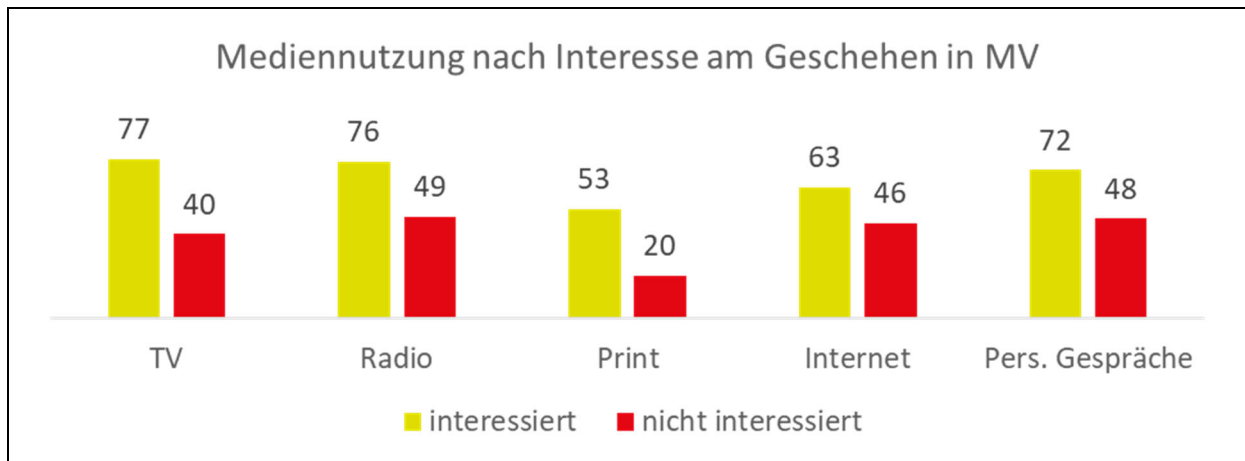


Leibniz-Institut für Medienforschung | Hans-Bredow-Institut 2023

Frage: Denken Sie nun bitte einmal daran, wie Sie sich über das aktuelle Geschehen und gesellschaftlich relevante Themen in Mecklenburg-Vorpommern informieren. Über welche der folgenden Quellen bzw. Wege erhalten Sie normalerweise wie häufig derartige Informationen? Antwortmöglichkeiten: TV; Radio; Gedruckte Zeitungen und Zeitschriften; Internet; Persönliche Gespräche. Häufigkeit: Mehrfach täglich; Täglich; Mehrfach pro Woche; Seltener; Nie; Keine Angabe. Basis: n=1047-1050.



Abbildung 5: Mediennutzung nach Interesse (mind. mehrfach pro Woche, in Prozent)



Leibniz-Institut für Medienforschung | Hans-Bredow-Institut 2023

Frage: Denken Sie nun bitte einmal daran, wie Sie sich über das aktuelle Geschehen und gesellschaftlich relevante Themen in Mecklenburg-Vorpommern informieren. Über welche der folgenden Quellen bzw. Wege erhalten Sie normalerweise wie häufig derartige Informationen? Antwortmöglichkeiten: TV; Radio; Gedruckte Zeitungen und Zeitschriften; Internet; Persönliche Gespräche. Häufigkeit: Mehrfach täglich; täglich; mehrfach pro Woche; seltener; nie; keine Angabe.

Frage: Und wie sehr interessieren Sie sich für das aktuelle Geschehen und gesellschaftlich relevante Themen in Mecklenburg-Vorpommern? Antwortmöglichkeiten: Sehr interessiert; Einigermaßen interessiert (interessiert); Nicht sehr interessiert; Überhaupt nicht interessiert (nicht interessiert); Keine Angabe. Basis: n=1047-1050.

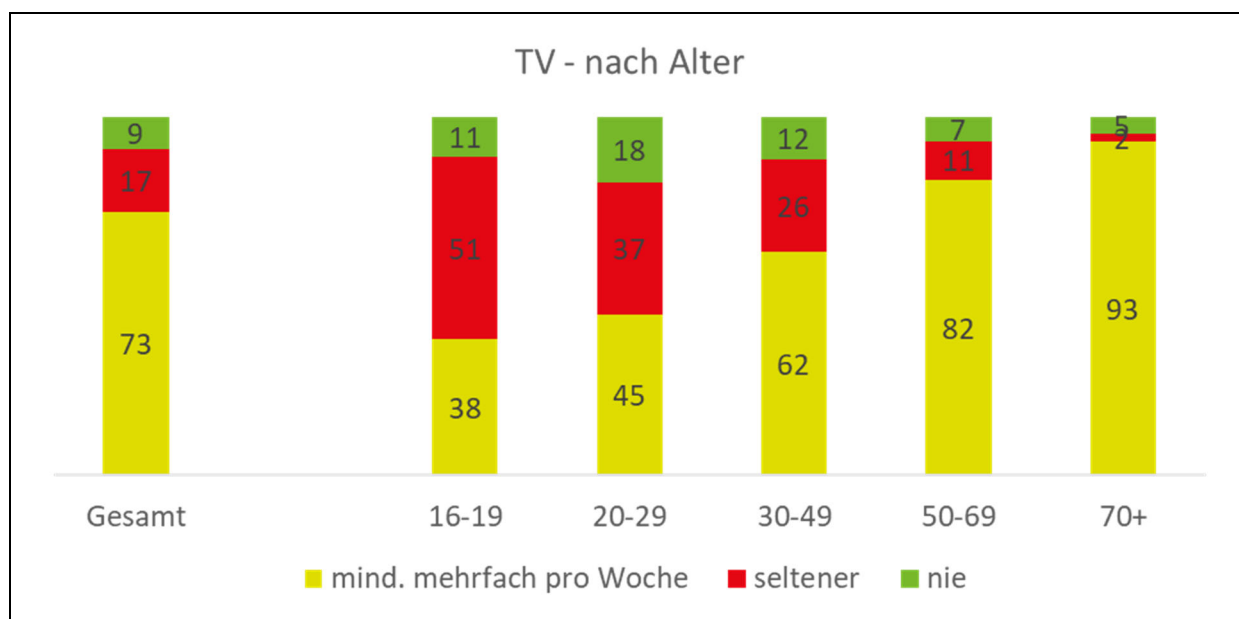
3.1. TV-Nutzung

Die altersgruppenspezifischen Anteile, die sich mindestens mehrfach pro Woche über das aktuelle Geschehen in MV im Fernsehen informieren, weisen die in der Gattung typische Schiefe auf, nach welcher in den älteren Gruppen die Anteile der Nutzer größer sind als in den jüngeren. Aber auch bei den 16- bis 19-Jährigen schauen 38 Prozent mehrfach pro Woche fern, um sich über relevante Begebenheiten in MV zu informieren; lediglich elf Prozent nutzen nie das Fernsehen hierfür (Abbildung 6).

Von den regelmäßigen Nutzern, also denjenigen, die sich mindestens mehrfach in der Woche im Fernsehen informieren, schauen 92 Prozent Angebote des regionalen öffentlich-rechtlichen Fernsehens, also des NDR; 40 Prozent nutzen privat-kommerzielle TV-Angebote, wie zum Beispiel von RTL oder Sat1 und elf Prozent informieren sich im regionalen Bürgerfernsehen, wie zum Beispiel bei Fernsehen in Schwerin oder ROK-TV (Abbildung 7). Im Vergleich der Altersgruppen werden jeweils am häufigsten die Informationsangebote des regionalen öffentlich-rechtlichen Fernsehens als genutzte Quelle genannt (Abbildung 8).



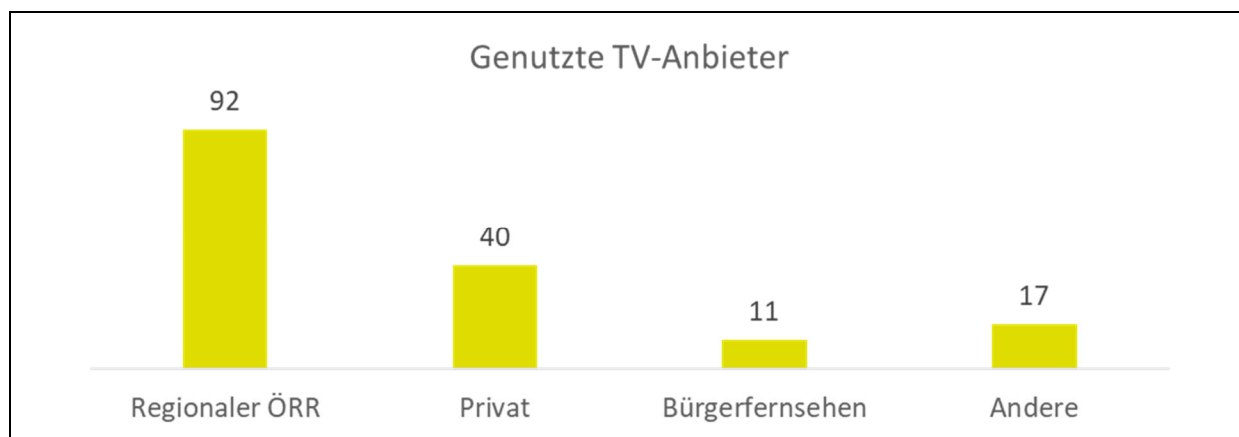
Abbildung 6: TV-Nutzung zum aktuellen Geschehen in MV (nach Alter, in Prozent)



Leibniz-Institut für Medienforschung | Hans-Bredow-Institut 2023

Frage: Denken Sie nun bitte einmal daran, wie Sie sich über das aktuelle Geschehen und gesellschaftlich relevante Themen in Mecklenburg-Vorpommern informieren. Über welche der folgenden Quellen bzw. Wege erhalten Sie normalerweise wie häufig derartige Informationen? Antwortmöglichkeit: TV. Häufigkeit: Mehrfach täglich; Täglich; Mehrfach pro Woche (mind. mehrfach pro Woche); Seltener; Nie; Keine Angabe. Basis: n=1050.

Abbildung 7: TV-Nutzung zum aktuellen Geschehen in MV – Anbieter (in Prozent)

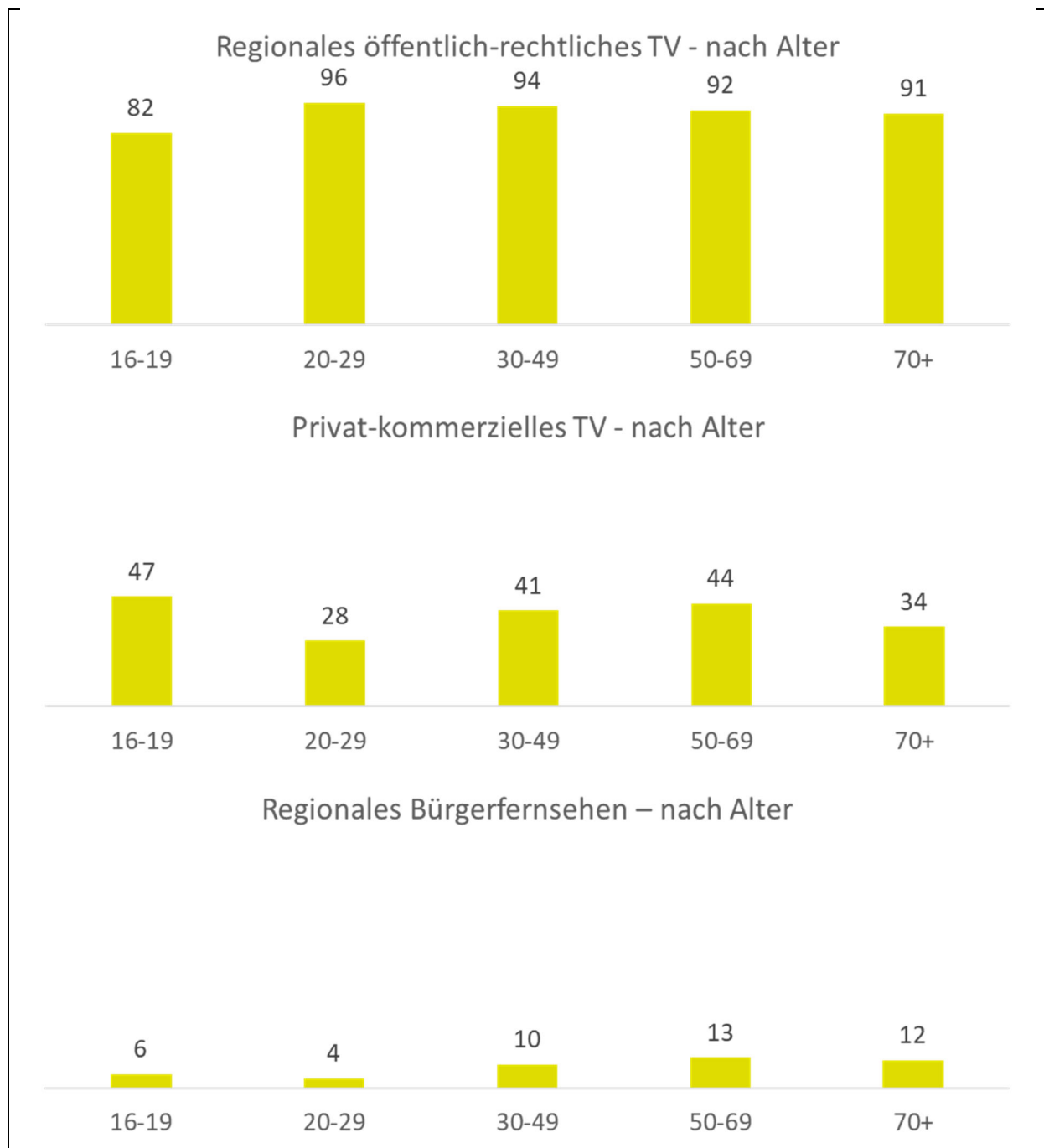


Leibniz-Institut für Medienforschung | Hans-Bredow-Institut 2023

Frage: Sie haben angegeben, dass Sie TV genutzt haben. Welche Quellen waren das dort? Antwortmöglichkeiten: Einen regionalen öffentlich-rechtlichen Fernsehsender (wie z. B. NDR o. a.); Das Angebot eines privaten Fernsehsenders (wie z. B. RTL, Sat.1 o. a.); Einen regionalen Bürgerfernsehsender (wie z. B. Fernsehen in Schwerin, ROK-TV o. a.); Andere; Keine Angabe. Basis: n(TV-Nutzung mind. mehrfach pro Woche)=770.



Abbildung 8: TV-Nutzung zum aktuellen Geschehen in MV – Anbieter (nach Alter, in Prozent)



Leibniz-Institut für Medienforschung | Hans-Bredow-Institut 2023

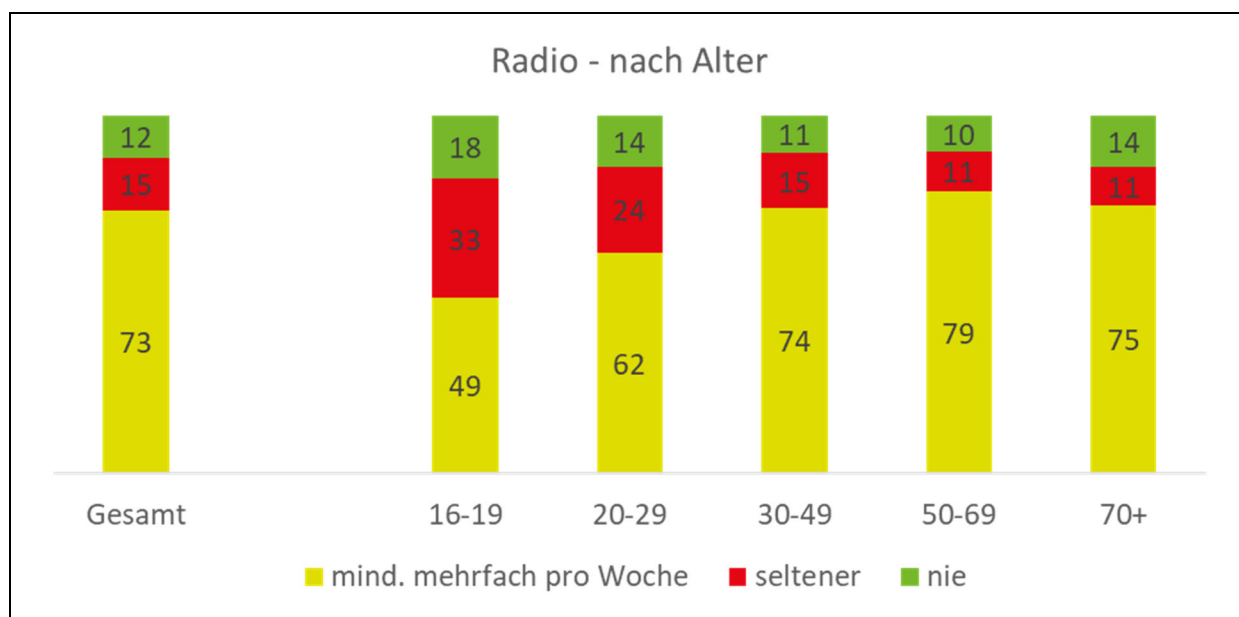
Frage: Sie haben angegeben, dass Sie TV genutzt haben. Welche Quellen waren das dort? Antwortmöglichkeiten: Einen regionalen öffentlich-rechtlichen Fernsehsender (wie z. B. NDR o. a.); Das Angebot eines privaten Fernsehsenders (wie z. B. RTL, Sat.1 o. a.); Einen regionalen Bürgerfernsehsender (wie z. B. Fernsehen in Schwerin, ROK-TV o. a.); Andere; Keine Angabe. Basis: n(TV-Nutzung mind. mehrfach pro Woche)=770.

3.2. Radio-Nutzung

Insgesamt geben fast drei Viertel der Befragten an, dass sie sich mindestens mehrfach pro Woche im Radio über das aktuelle Geschehen in Mecklenburg-Vorpommern informieren (73 %). Mit 79 Prozent ist der Anteil in der Gruppe der 50- bis 69-Jährigen am größten und mit knapp jedem Zweiten in der Gruppe der 16- bis 19-Jährigen am niedrigsten (Abbildung 9).



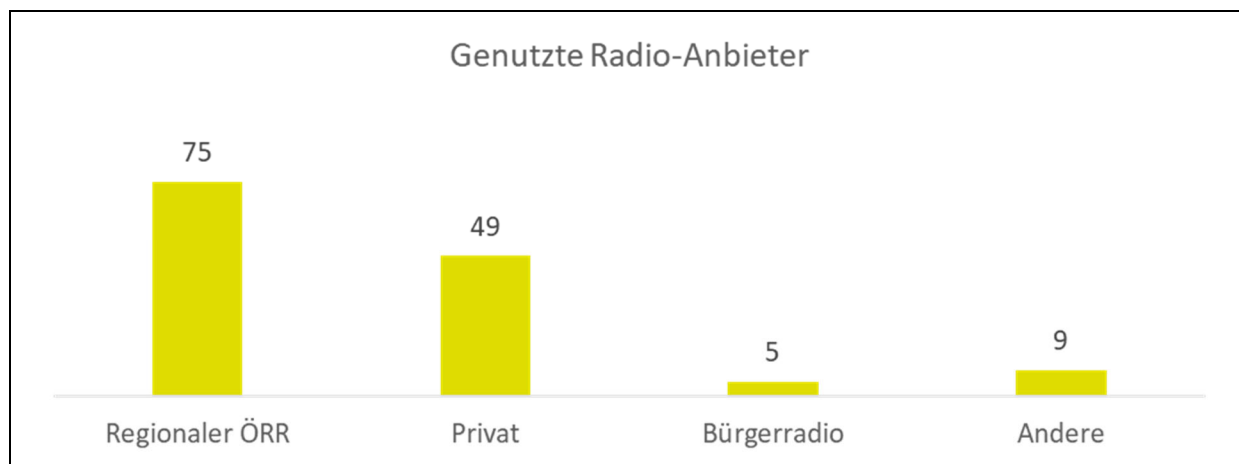
Abbildung 9: Radio-Nutzung zum aktuellen Geschehen in MV (nach Alter, in Prozent)



Leibniz-Institut für Medienforschung | Hans-Bredow-Institut 2023

Frage: Denken Sie nun bitte einmal daran, wie Sie sich über das aktuelle Geschehen und gesellschaftlich relevante Themen in Mecklenburg-Vorpommern informieren. Über welche der folgenden Quellen bzw. Wege erhalten Sie normalerweise wie häufig derartige Informationen? Antwortmöglichkeit: Radio. Häufigkeit: Mehrfach täglich; Täglich; Mehrfach pro Woche (mind. mehrfach pro Woche); seltener; nie; keine Angabe. Basis: n=1050.

Abbildung 10: Radio-Nutzung zum aktuellen Geschehen in MV – Anbieter (in Prozent)



Leibniz-Institut für Medienforschung | Hans-Bredow-Institut 2023

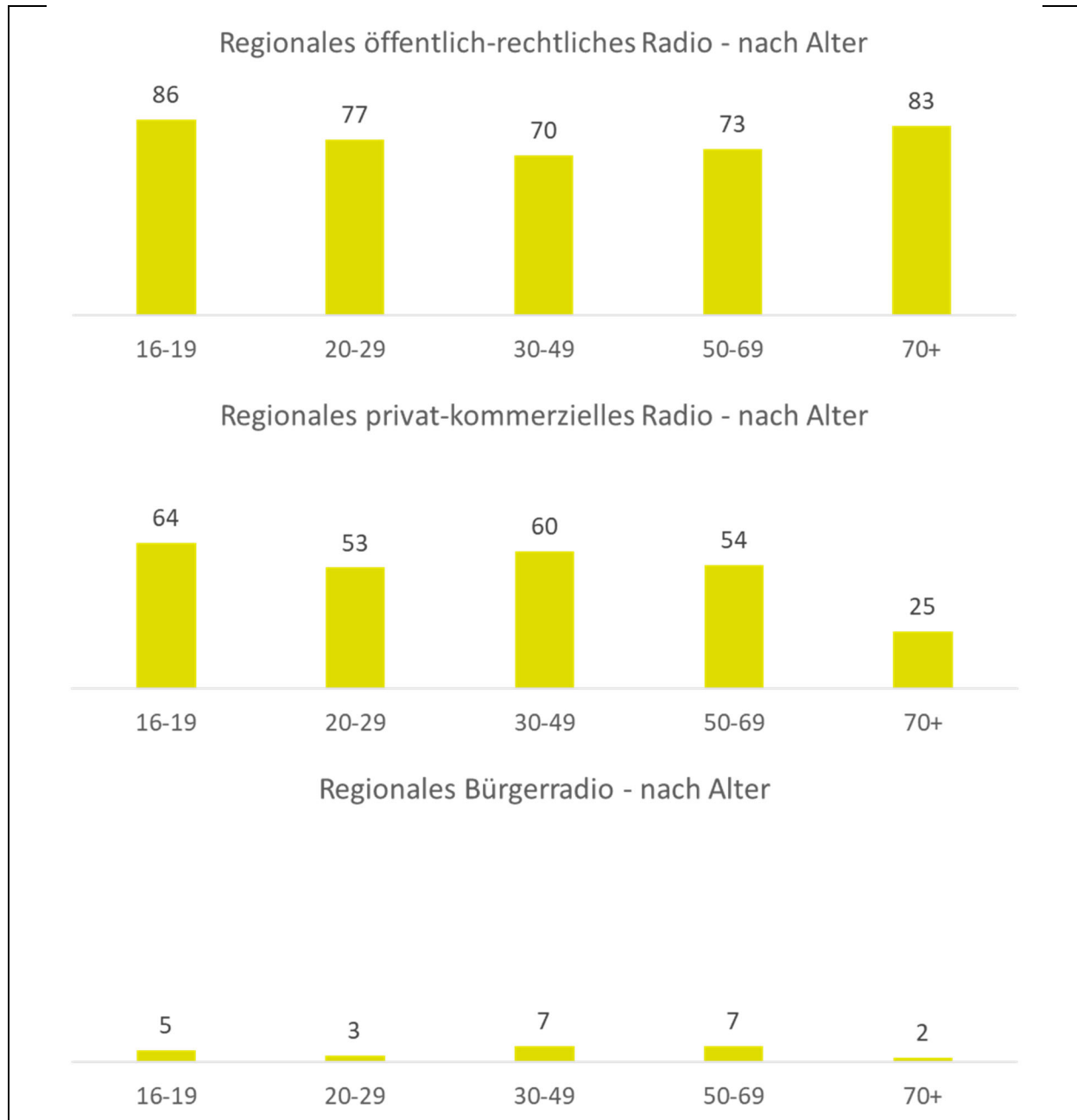
Frage: Sie haben angegeben, dass Sie Radio genutzt haben. Welche Quellen waren das dort? Antwortmöglichkeiten: Einen regionalen öffentlich-rechtlichen Radiosender (wie z. B. NDR 1 o. a.); Einen privaten Radiosender (wie z. B. Ostseewelle o. a.); Ein regionales Bürgerradio (wie z. B. Radio LOHRO, NB Radiotreff, Radio 98eins); Andere; Keine Angabe. Basis: n(Radio-Nutzung mind. mehrfach pro Woche)=770.

Unter denjenigen, die regelmäßig Radio hören, um regionale Informationen zu bekommen, ist – wie auch beim Fernsehen – der regionale öffentlich-rechtliche Rundfunk die am häufigsten genannte Quelle (Abbildung 10). 75 Prozent der Hörer geben an, dass sie hierfür den NDR einschalten, 49 Prozent nennen Angebote des regionalen privat-kommerziellen Rundfunks und fünf Prozent Radiosendungen eines regionalen Bürgerradios. Im Vergleich der Altersgruppen werden auch beim Radio jeweils am häufigsten die Informationsangebote des regionalen öffentlich-



rechtlichen Rundfunks als verwendete Quelle genannt (Abbildung 11). Jedoch ist der altersbezogene Unterschied zwischen der Nutzung öffentlich-rechtlicher und privat-kommerzieller Angebote hier geringer als beim Fernsehen.

Abbildung 11: Radio-Nutzung zum aktuellen Geschehen in MV – Anbieter (nach Alter, in Prozent)



Leibniz-Institut für Medienforschung | Hans-Bredow-Institut 2023

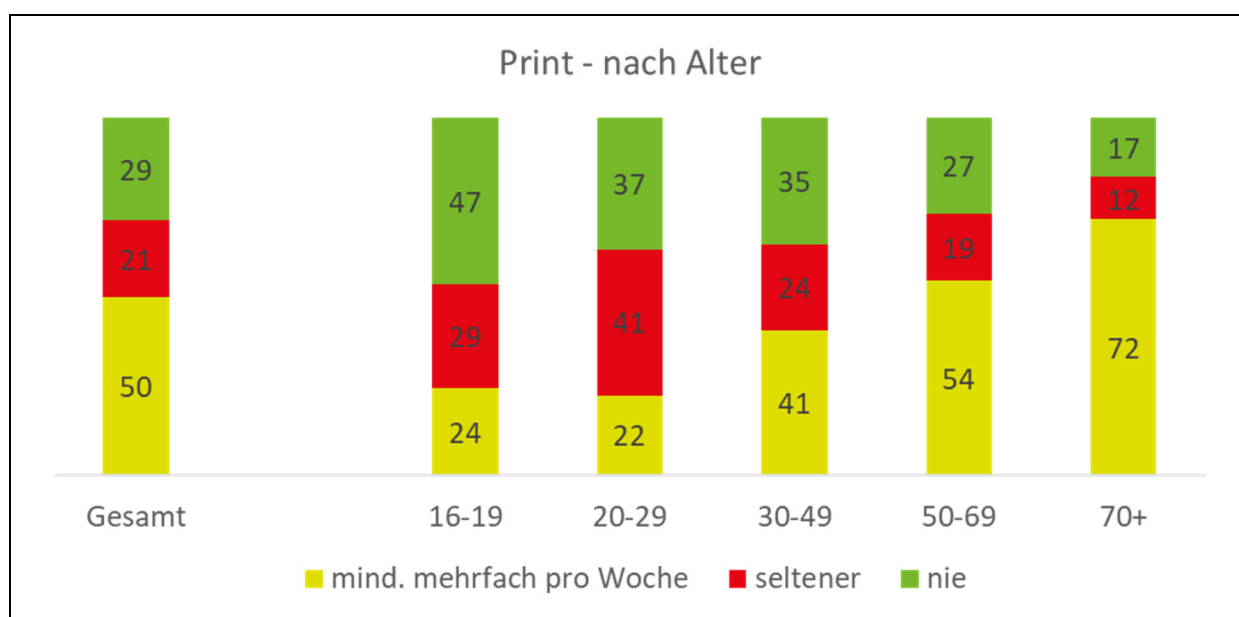
Frage: Sie haben angegeben, dass Sie Radio genutzt haben. Welche Quellen waren das dort? Antwortmöglichkeiten: Einen regionalen öffentlich-rechtlichen Radiosender (wie z. B. NDR 1 o. a.); Einen privaten Radiosender (wie z. B. Ostseewelle o. a.); Ein regionales Bürgerradio (wie z. B. Radio LOHRO, NB Radiotreff, Radio 98eins); Andere; Keine Angabe. Basis: n(Radio-Nutzung mind. mehrfach pro Woche)=770.



3.3. Print-Nutzung

Insgesamt liest jeder zweite Einwohner in Mecklenburg-Vorpommern mindestens mehrfach pro Woche eine gedruckte Zeitung. Damit ist „Print“ die am wenigsten verwendete Gattung, um sich über das regionale Geschehen zu informieren. Allerdings zeigen sich bei der gedruckten Zeitung erhebliche Unterschiede mit Blick auf das Alter. Während bei den über 70-Jährigen mit 72 Prozent fast drei von vier Befragten regelmäßig eine Zeitung lesen, sind es in den Gruppen im Alter unter 30 Jahren knapp über 20 Prozent (Abbildung 12). Unter den Lesern wird mit 85 Prozent am häufigsten eine regionale Tageszeitung, wie zum Beispiel die Ostseezeitung, gelesen; 42 Prozent beziehen ihre gedruckten Informationen aus regionalen Anzeigenblättern bzw. Gratiszeitungen wie Blitz oder Express (Abbildung 13, Abbildung 14).

Abbildung 12: Print-Nutzung zum aktuellen Geschehen in MV (nach Alter, in Prozent)

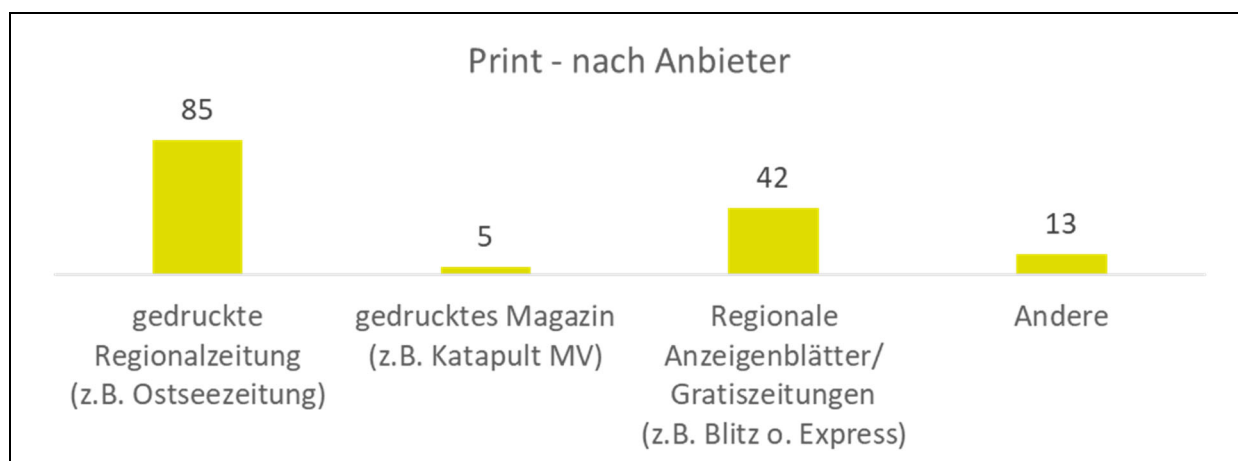


Leibniz-Institut für Medienforschung | Hans-Bredow-Institut 2023

Frage: Denken Sie nun bitte einmal daran, wie Sie sich über das aktuelle Geschehen und gesellschaftlich relevante Themen in Mecklenburg-Vorpommern informieren. Über welche der folgenden Quellen bzw. Wege erhalten Sie normalerweise wie häufig derartige Informationen? Antwortmöglichkeit: Gedruckte Zeitungen oder Zeitschriften. Häufigkeit: Mehrfach täglich; Täglich; Mehrfach pro Woche (mind. mehrfach pro Woche); Seltener; Nie; Keine Angabe. Basis: n=1047.



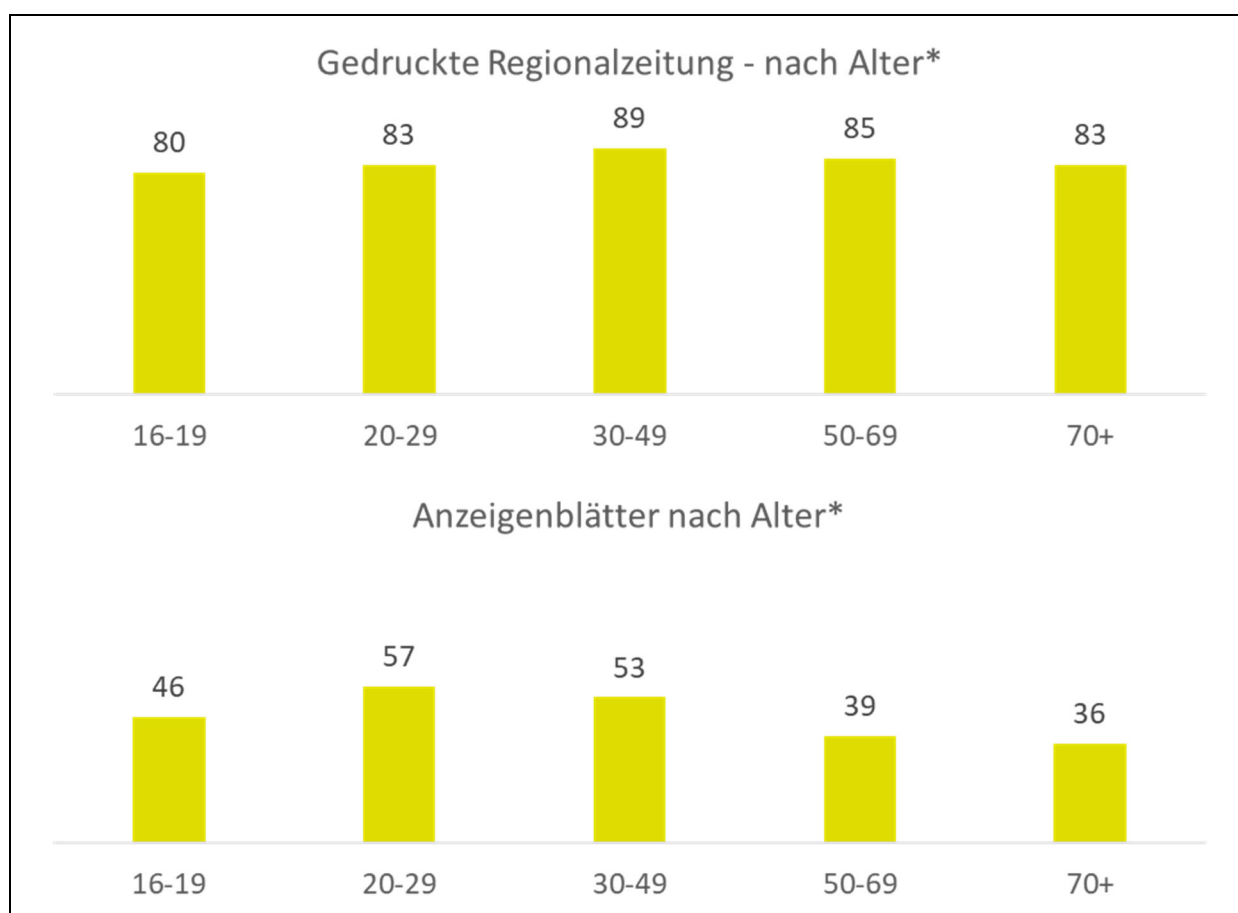
Abbildung 13: Print-Nutzung zum aktuellen Geschehen in MV – Anbieter (in Prozent)



Leibniz-Institut für Medienforschung | Hans-Bredow-Institut 2023

Frage: Sie haben angegeben, dass Sie gedruckte Zeitungen und Zeitschriften genutzt haben. Welche Quellen waren das dort? Antwortmöglichkeiten: Gedruckte Regionalzeitung (wie z. B. Ostseezeitung o. a.); Gedrucktes Magazin (wie z. B. Katapult MV); Regionale Anzeigenblätter oder Gratiszeitungen (wie z. B. Blitz oder Express); Andere; Keine Angabe. Basis: n(Print-Nutzung mind. mehrfach pro Woche)=521.

Abbildung 14: Print-Nutzung zum aktuellen Geschehen in MV – Anbieter (nach Alter, in Prozent)



Leibniz-Institut für Medienforschung | Hans-Bredow-Institut 2023

Frage: Sie haben angegeben, dass Sie gedruckte Zeitungen und Zeitschriften genutzt haben. Welche Quellen waren das dort? Antwortmöglichkeiten: Gedruckte Regionalzeitung (wie z. B. Ostseezeitung o. a.); Gedrucktes Magazin (wie z. B. Katapult MV); Regionale Anzeigenblätter oder Gratiszeitungen (wie z. B. Blitz oder Express); Andere; Keine Angabe. Basis: n(Print-Nutzung mind. mehrfach pro Woche)=521.

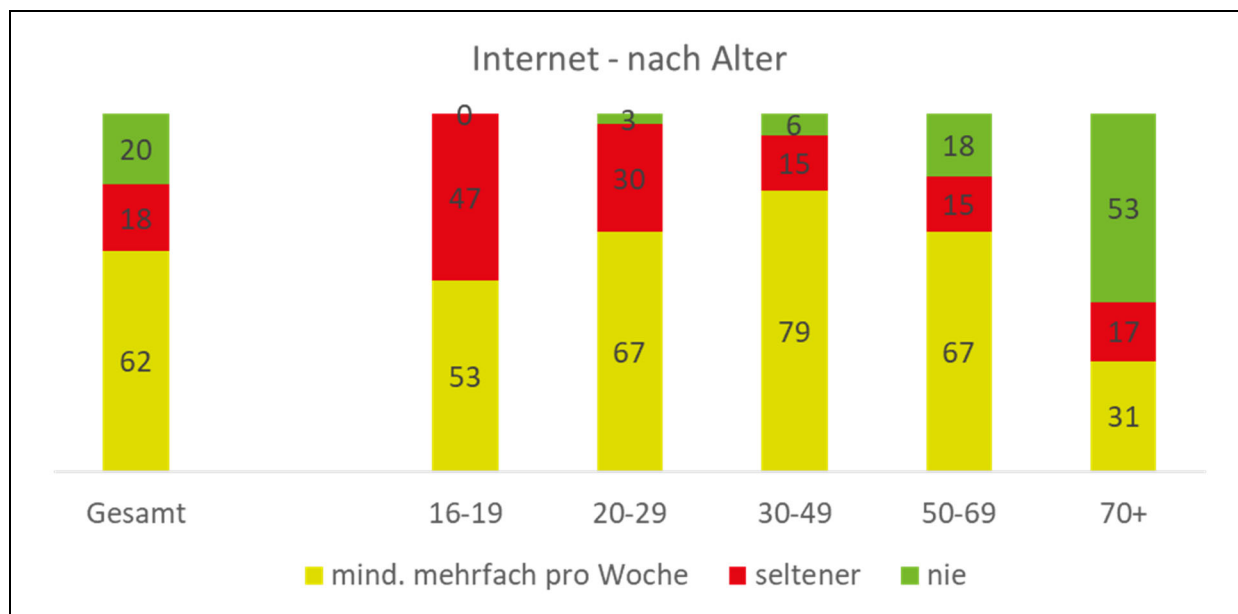
*Begrenzte Aussagekraft aufgrund geringer absoluter Fallzahlen in jungen Altersgruppen.



3.4. Internet-Nutzung

Insgesamt nutzen 62 Prozent der Einwohner ab 16 Jahren in Mecklenburg-Vorpommern mindestens mehrmals in der Woche Angebote mit regionalen Informationen im Internet. Am höchsten ist der Anteil in der mittleren Altersgruppe der 30- bis 49-Jährigen, am geringsten in der ältesten Gruppe der über 70-Jährigen. Unter den 16- bis 19-Jährigen lesen, hören oder schauen 53 Prozent regelmäßig Informationen über Mecklenburg-Vorpommern online. Damit ist das Internet in dieser jungen Altersgruppe die Mediengattung, über die die meisten regelmäßig Aktuelles über das regionale Geschehen erfahren (Abbildung 15).

Abbildung 15: Internet-Nutzung zum aktuellen Geschehen in MV (nach Alter, in Prozent)



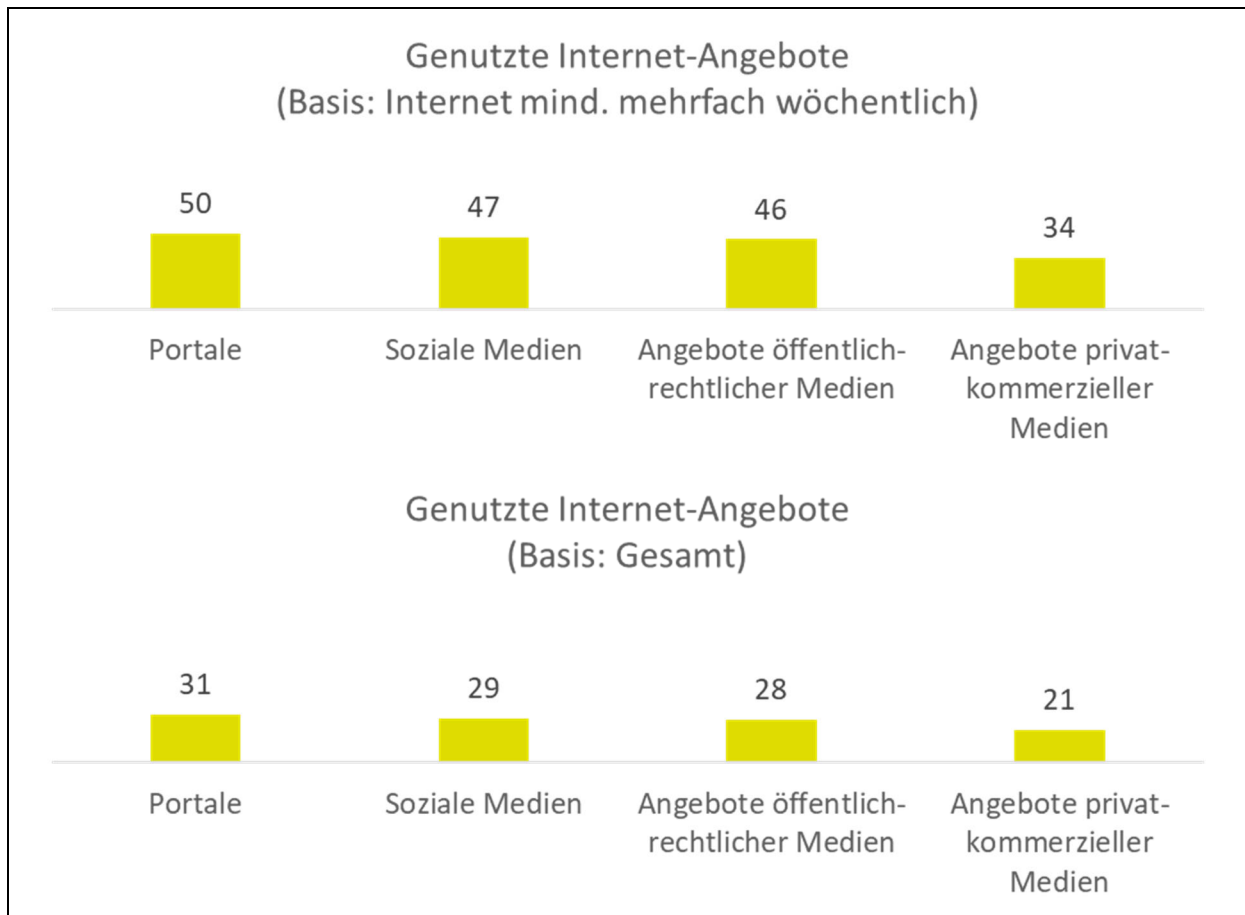
Leibniz-Institut für Medienforschung | Hans-Bredow-Institut 2023

Frage: Denken Sie nun bitte einmal daran, wie Sie sich über das aktuelle Geschehen und gesellschaftlich relevante Themen in Mecklenburg-Vorpommern informieren. Über welche der folgenden Quellen bzw. Wege erhalten Sie normalerweise wie häufig derartige Informationen? Antwortmöglichkeit: Internet. Häufigkeit: Mehrfach täglich; Täglich; Mehrfach pro Woche (mind. mehrfach pro Woche); Seltener; Nie; Keine Angabe. Basis: n=1048.

Unter denjenigen, die das Internet mindestens mehrfach pro Woche für regionale Informationen verwenden, greift jeder Zweite zu Websites bzw. Apps von Portalen, die Nachrichten aus verschiedenen Quellen bündeln, wie z. B. auch die Startseiten von gmx.de oder web.de (50 %). 47 Prozent nutzen soziale Medien hierfür, 46 Prozent Internet-Angebote des öffentlich-rechtlichen Rundfunks und 34 Prozent Inhalte privat-kommerzieller Medien (Abbildung 16). Werden als Grundgesamtheit, auf welche sich die Prozentuierung bezieht, alle Einwohner Mecklenburg-Vorpommerns im Alter ab 16 Jahren betrachtet und nicht nur die Internetnutzer, wird deutlich, welche Rolle die genannten Angebote in der Gesellschaft innehaben. Auf dieser Basis zeigt sich, dass Portale von 31 Prozent der Befragten für aktuelle Informationen aus MV verwendet werden und soziale Medien von 29 Prozent.



Abbildung 16: Internet-Nutzung zum aktuellen Geschehen in MV – Angebote (in Prozent)



Leibniz-Institut für Medienforschung | Hans-Bredow-Institut 2023

Frage: Sie haben angegeben, dass Sie das Internet über Computer, Smartphone oder Tablet genutzt haben. Welche Quellen waren das dort? Antwortmöglichkeiten: Websites/Apps von öffentlich-rechtlichen Angeboten (wie z. B. NDR o. a.); Websites/Apps von privaten Angeboten aus Fernsehen, Radio und Zeitung (wie z. B. Nordkurier, Ostseezeitung, Ostseewelle o. a.); Websites/Apps von Portalen, die Nachrichten aus verschiedenen Quellen bündeln (wie z. B. gmx.de, t-online.de, web.de o. a.); Soziale Medien (wie z. B. Facebook, Instagram, YouTube, Twitter o. a.); Andere. Basis: n(Internet-Nutzung mind. mehrfach pro Woche)=648. Basis: n(Gesamt)=1050.

Unter den Nutzern, die regelmäßig das Internet für regionale Informationen verwenden, informiert sich jeder Zweite auf den Seiten von Portalen, die Nachrichten aus verschiedenen Quellen bündeln. Mit 57 Prozent ist der Anteil der Portal-Nutzer in der Gruppe der 20- bis 29-Jährigen am größten; die Unterschiede innerhalb der Altersgruppen sind jedoch vergleichsweise gering (Abbildung 17). Dies gilt allerdings nur, wenn ausschließlich diejenigen betrachtet werden, die mindestens mehrfach wöchentlich das Internet nutzen, um sich regional zu informieren. Mit allen Einwohnern Mecklenburg-Vorpommerns als rechnerischer Grundlage zeigen sich durchaus Unterschiede. Zum Beispiel nutzen 43 Prozent der über 70-jährigen regelmäßigen Onliner auch Portale, um sich zu informieren; innerhalb der gesamten Gruppe der über 70-Jährigen, sind es jedoch nur 13 Prozent (Abbildung 18).



Abbildung 17: Internet-Nutzung zum aktuellen Geschehen in MV – Angebote (nach Alter, in Prozent)

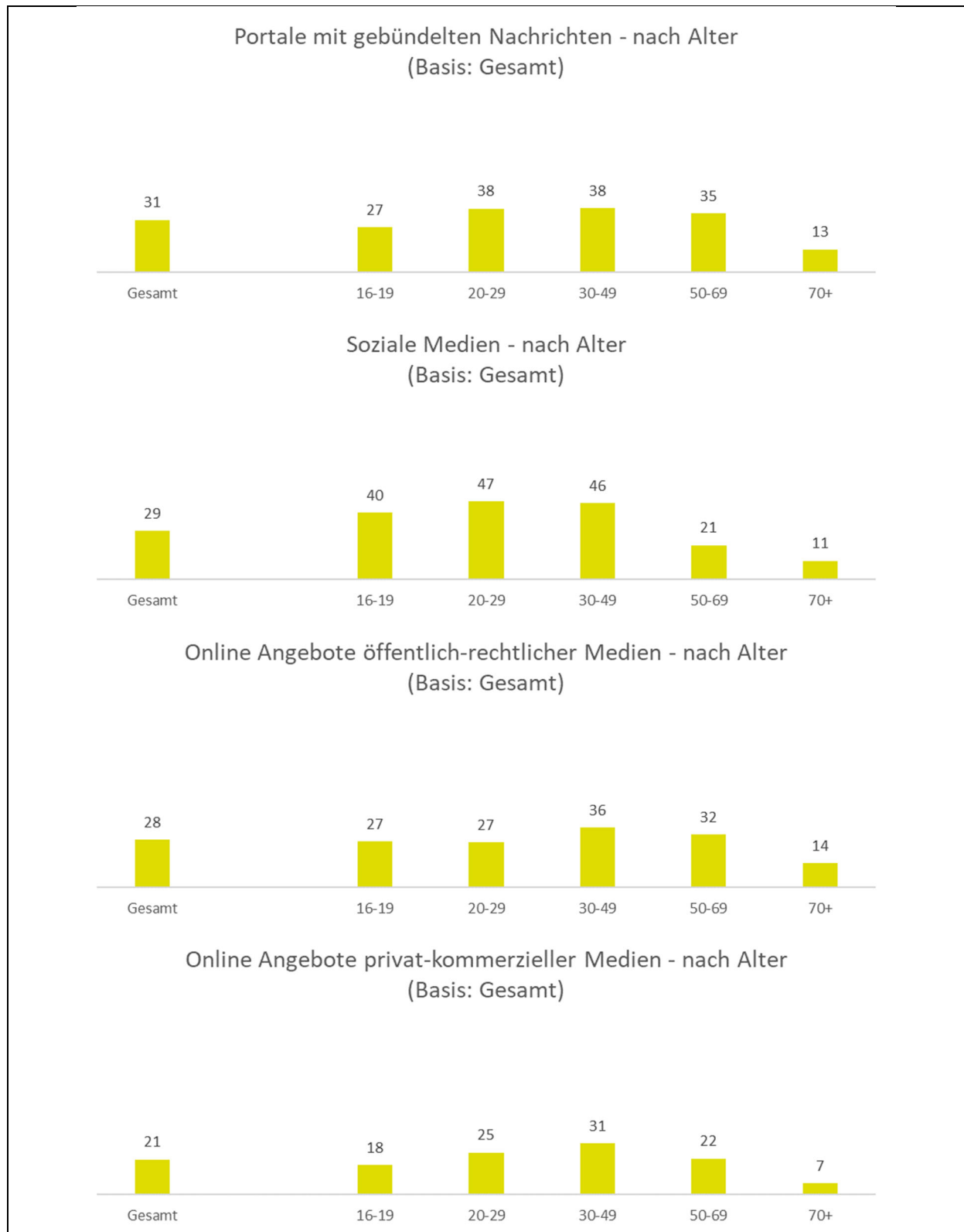


Leibniz-Institut für Medienforschung | Hans-Bredow-Institut 2023

Frage: Sie haben angegeben, dass Sie das Internet über Computer, Smartphone oder Tablet genutzt haben. Welche Quellen waren das dort? Antwortmöglichkeiten: Websites/Apps von öffentlich-rechtlichen Angeboten (wie z. B. NDR o. a.); Websites/Apps von privaten Angeboten aus Fernsehen, Radio und Zeitung (wie z. B. Nordkurier, Ostseezeitung, Ostseewelle o. a.); Websites/Apps von Portalen, die Nachrichten aus verschiedenen Quellen bündeln (wie z. B. gmx.de, t-online.de, web.de o. a.); Soziale Medien (wie z. B. Facebook, Instagram, YouTube, Twitter o. a.); Andere. Basis: n(Internet-Nutzung mind. mehrfach pro Woche)=648.



Abbildung 18: Internet-Nutzung zum aktuellen Geschehen in MV – Angebote (nach Alter, in Prozent, Gesamt)



Leibniz-Institut für Medienforschung | Hans-Bredow-Institut 2023

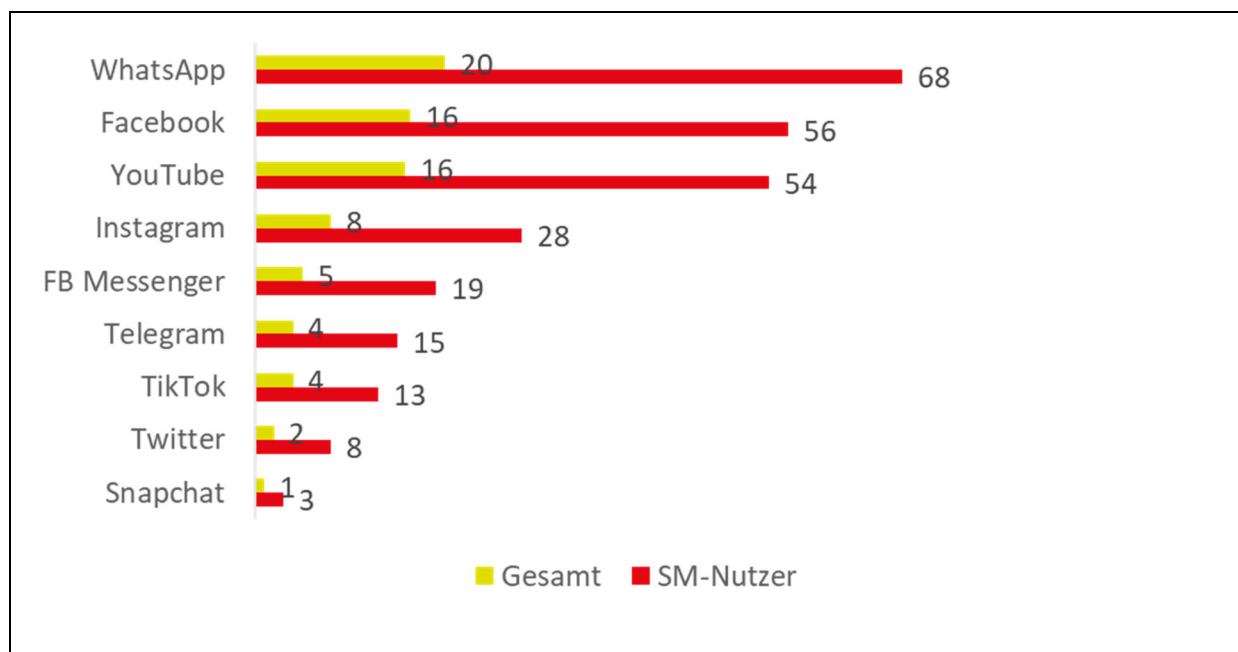
Frage: Sie haben angegeben, dass Sie das Internet über Computer, Smartphone oder Tablet genutzt haben. Welche Quellen waren das dort? Antwortmöglichkeiten: Websites/Apps von öffentlich-rechtlichen Angeboten (wie z. B. NDR o. a.); Websites/Apps von privaten Angeboten aus Fernsehen, Radio und Zeitung (wie z. B. Nordkurier, Ostseezeitung, Ostseewelle o. a.); Websites/Apps von Portalen, die Nachrichten aus verschiedenen Quellen bündeln (wie z. B. gmx.de, t-online.de, web.de o. a.); Soziale Medien (wie z. B. Facebook, Instagram, YouTube, Twitter o. a.); Andere. Basis: n=1050.



Mit Blick auf soziale Medien zeigen sich ähnliche Muster wie bei den Portalen: Während z. B. 75 Prozent der 16- bis 19-Jährigen, die regelmäßig das Internet für regionale Informationen verwenden, auch soziale Medien als Quelle nennen, sind es in Bezug auf alle 16- bis 19-Jährigen nur 40 Prozent. Bei den über 70-Jährigen, die sich mehrfach pro Woche online regional informieren, verwenden 37 Prozent auch soziale Medien hierfür; unterdessen sind es bei den über 70-Jährigen insgesamt lediglich 11 Prozent. Die am weitesten verbreiteten Social-Media-Plattformen, um gesellschaftlich relevante Informationen zu erhalten, sind WhatsApp (20 %), Facebook (16 %) und YouTube (16%). Hauptsächlich bekommt man diese dort von Freunden, Familie und Bekannten (23 %)(Abbildung 19, Abbildung 20).

In diesem Kontext tauchen in der Öffentlichkeit immer wieder Diskussionen über mutmaßlich vorhandene Filterblasen oder Echokammern auf, in welchen ohne Kontakt mit vielfältigen Informationen ausschließlich die eigene Meinung gestärkt wird. Die Analyse, wie groß der Anteil in der Bevölkerung Mecklenburg-Vorpommerns ist, der sich ausschließlich in sozialen Medien über das regionale Geschehen informiert, zeigt, dass dieser ausgesprochen gering ist. Lediglich ein Prozent aller Einwohner in Mecklenburg-Vorpommern im Alter ab 16 Jahren nutzt außer sozialen Medien kein weiteres Medienangebot mindestens mehrfach pro Woche. Es ist vermutlich nicht übertrieben, die demokratiegefährdende Gefahr angeblicher Filterblasen und Echokammern aufgrund dieses Befundes als begrenzt einzuschätzen. Um sich über regionale Neuigkeiten zu informieren, nutzen 2,6 Prozent ausschließlich das Internet (Abbildung 21).

Abbildung 19: Soziale Medien zum aktuellen Geschehen in MV – Verwendete Plattformen (in Prozent)

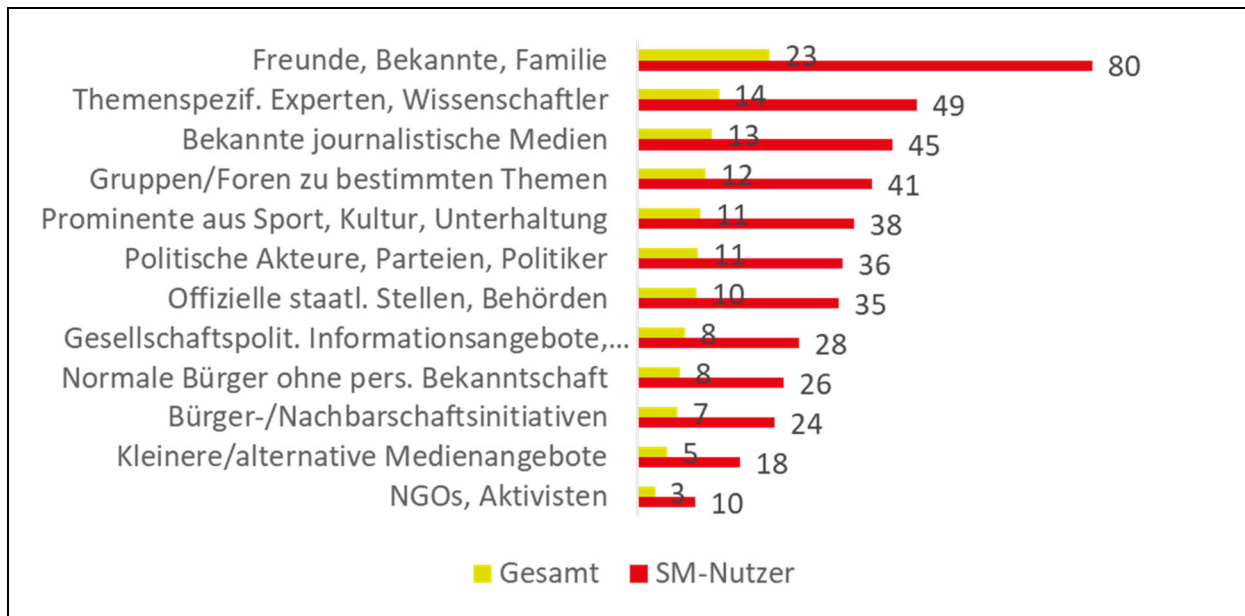


Leibniz-Institut für Medienforschung | Hans-Bredow-Institut 2023

Frage: Sie haben angegeben, dass Sie regionale, gesellschaftlich relevante Informationen in sozialen Medien erhalten. Welche der folgenden Plattformen nutzen Sie hierfür? Basis: n(Social-Media-Nutzung)=305; Basis: n(gesamt)=1050.



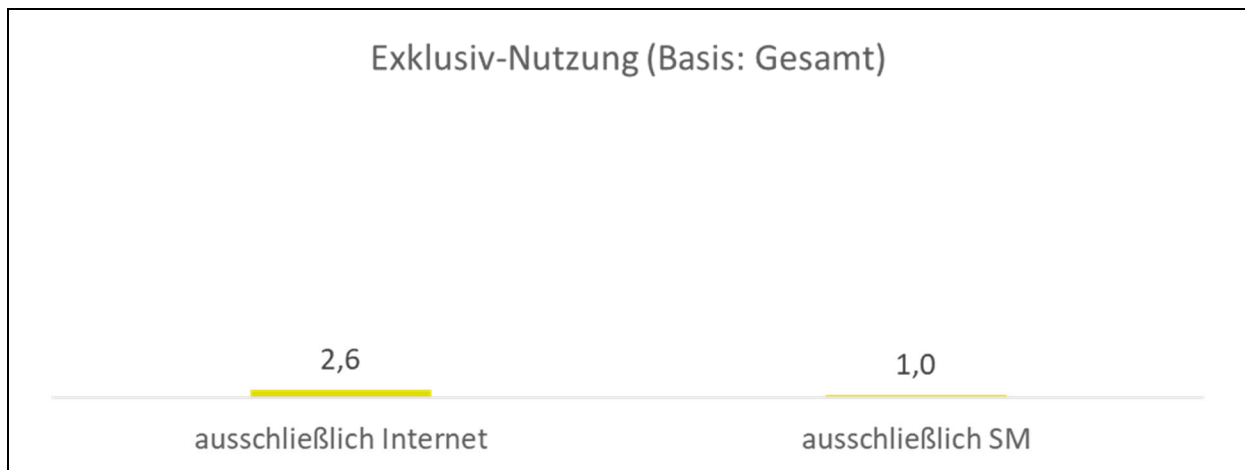
Abbildung 20: Soziale Medien zum aktuellen Geschehen in MV – Abonnierte Akteure (in Prozent)



Leibniz-Institut für Medienforschung | Hans-Bredow-Institut 2023

Frage: Welchen Angeboten oder Personen folgen Sie in sozialen Medien, um sich über gesellschaftlich relevante Geschehnisse in Mecklenburg-Vorpommern zu informieren? Antwortmöglichkeiten: Bekannte journalistische Medien oder einzelne Journalistinnen und Journalisten; Kleinere oder alternative Medienangebote; Offizielle staatliche Stellen, Behörden, Ministerien; Politische Akteure, z. B. Parteien, einzelne Politiker; Gesellschaftspolitische Informationsangebote, wie z. B. Landeszentrale für politische Bildung, Medienanstalt MV, Bildungsinitiativen; NGOs oder Aktivisten, wie z. B. Fridays for Future; Bürger- oder Nachbarschaftsinitiativen; Themenspezifische Expertinnen und Experten, Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler; Prominente aus Sport, Kultur und Unterhaltung oder Influencer; Gruppen oder Foren, die sich mit bestimmten Themen auseinandersetzen; Freunde, Bekannte, Familie; Normale Bürgerinnen und Bürger, die Sie jedoch nicht persönlich kennen. Basis: n(Social-Media-Nutzung)=305; Basis(gesamt)=1050.

Abbildung 21: Internet und Soziale Medien zum aktuellen Geschehen in MV – Exklusiv (in Prozent, Gesamt)



Leibniz-Institut für Medienforschung | Hans-Bredow-Institut 2023

Frage: Denken Sie nun bitte einmal daran, wie Sie sich über das aktuelle Geschehen und gesellschaftlich relevante Themen in Mecklenburg-Vorpommern informieren. Über welche der folgenden Quellen bzw. Wege erhalten Sie normalerweise wie häufig derartige Informationen? Antwortmöglichkeiten: TV; Radio; Gedruckte Zeitungen und Zeitschriften; Internet; Persönliche Gespräche. Häufigkeit: Mehrfach täglich; täglich; mehrfach pro Woche; seltener; nie; keine Angabe.

Frage: Sie haben angegeben, dass Sie das Internet über Computer, Smartphone oder Tablet genutzt haben. Welche Quellen waren das dort? Antwortmöglichkeiten: Websites/Apps von öffentlich-rechtlichen Angeboten (wie z. B. NDR o. a.); Websites/Apps von privaten Angeboten aus Fernsehen, Radio und Zeitung (wie z. B. Nordkurier, Ostseezeitung, Ostseewelle o. a.); Websites/Apps von Portalen, die Nachrichten aus verschiedenen Quellen bündeln (wie z. B. gmx.de, t-online.de, web.de o. a.); Soziale Medien (wie z. B. Facebook, Instagram, YouTube, Twitter o. a.); Andere. Basis: n=1050.

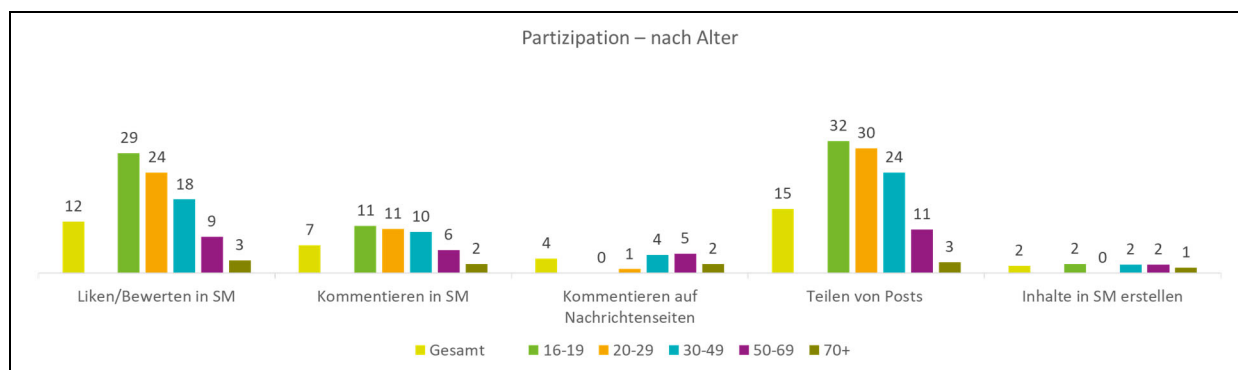


3.4.1. Partizipation im Internet

Das Internet und speziell soziale Medien bieten die Möglichkeit, sich ohne großen Aufwand online an Diskussionen zu aktuellen gesellschaftspolitischen Themen zu beteiligen bzw. seiner Meinung durch Bewerten, Teilen oder Kommentieren Ausdruck zu verleihen. Die von den Einwohnern Mecklenburg-Vorpommerns am häufigsten angegebene Partizipationsmöglichkeit im Internet, der sie in einer durchschnittlichen Woche nachgehen, ist das Teilen von Posts zu aktuellen Themen (Abbildung 22). 15 Prozent der Befragten „sharen“ regelmäßig derartige Inhalte; zwölf Prozent „likern“ sie und sieben Prozent kommentieren gesellschaftspolitische Themen in sozialen Medien. Die Aufgliederung der altersbezogenen Anteile für das Bewerten, das Teilen und Kommentieren in sozialen Medien weist ein klares Muster auf: Unter den Jüngeren sind die jeweiligen Anteile deutlich größer als unter den Älteren. Dennoch darf nicht übersehen werden, dass das Bild, welches in sozialen Medien entsteht, von einem kleinen Teil der Gesellschaft geprägt wird.

Dieser Befund wird noch beachtenswerter, wenn das Partizipationsverhalten im Internet entsprechend der vorhandenen Parteiaffinität betrachtet wird (Abbildung 23). Es zeigt sich, dass Anhänger der AfD und der Grünen die deutlich aktivsten sind. Die Anteile der Einwohner Mecklenburg-Vorpommerns ab 16 Jahren, die regelmäßig gesellschaftspolitische Inhalte in sozialen Medien „likern“ oder „sharen“, sind unter den Freunden dieser beiden Parteien jeweils am größten. Was das Kommentieren in sozialen Medien oder auf den Seiten von Nachrichtenmedien betrifft, zeigen sich die Sympathisanten der AfD als mit Abstand am kommentierfreudigsten.

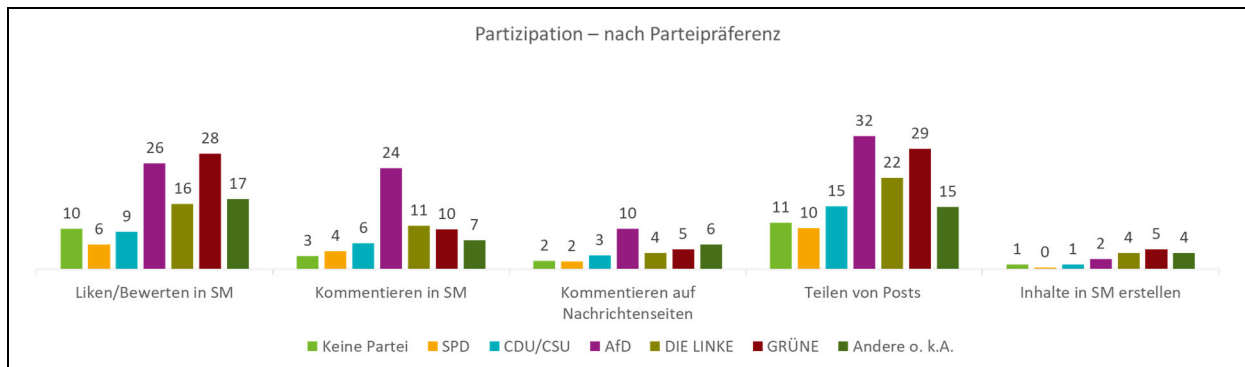
Abbildung 22: Partizipation im Internet zum aktuellen Geschehen in MV – Exklusiv (nach Alter, in Prozent)



Leibniz-Institut für Medienforschung | Hans-Bredow-Institut 2023

Frage: Wie ist das bei Ihnen? Teilen, kommentieren oder erstellen Sie selbst Posts zu aktuellen gesellschaftspolitischen Themen in Mecklenburg-Vorpommern? Bitte geben Sie alle Arten der Beteiligung an, die Sie in einer durchschnittlichen Woche ausüben. Antwortmöglichkeiten: Ich bewerte oder like derartige Inhalte in sozialen Medien; Ich kommentiere gesellschaftspolitische Inhalte in sozialen Medien; Ich kommentiere auf der Seite von Nachrichtenmedien; Ich teile bzw. „share“ online Posts zu aktuellen Themen; Ich erstelle selbst derartige Inhalte/Beiträge in sozialen Medien; Keine Angabe. Basis n=1050.

Abbildung 23: Internet und Soziale Medien zum aktuellen Geschehen in MV – Exklusiv (in Prozent, Gesamt)



Leibniz-Institut für Medienforschung | Hans-Bredow-Institut 2023

Frage: Wie ist das bei Ihnen? Teilen, kommentieren oder erstellen Sie selbst Posts zu aktuellen gesellschaftspolitischen Themen in Mecklenburg-Vorpommern? Bitte geben Sie alle Arten der Beteiligung an, die Sie in einer durchschnittlichen Woche ausüben. Antwortmöglichkeiten: Ich bewerte oder like derartige Inhalte in sozialen Medien; Ich kommentiere gesellschaftspolitische Inhalte in sozialen Medien; Ich kommentiere auf der Seite von Nachrichtenmedien; Ich teile bzw. „share“ online Posts zu aktuellen Themen; Ich erstelle selbst derartige Inhalte/Beiträge in sozialen Medien; Keine Angabe

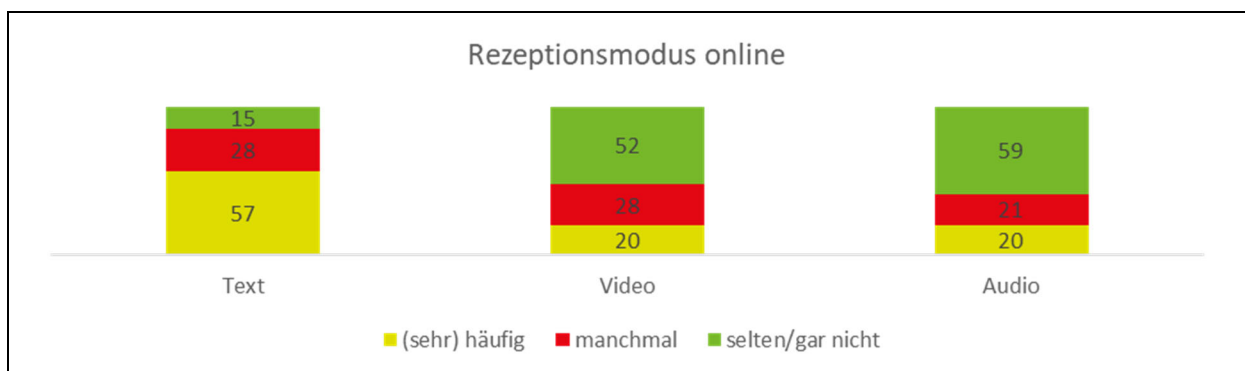
Frage: Viele Leute in der Bundesrepublik neigen längere Zeit einer bestimmten Partei zu, obwohl sie auch ab und zu eine andere Partei wählen. Wie ist das bei Ihnen: Welcher Partei neigen Sie zu? Antwortmöglichkeiten: SPD; CDU/CSU; AfD; Die Linke; FDP; Bündnis 90/ Die Grünen; Freie Wähler; Keine Partei; Eine andere Partei; Keine Angabe. Basis: n=1050.

*Einzeln ausgewiesen sind Parteien mit einem Präferenz-Anteil von über 5 Prozent innerhalb der Stichprobe.

3.4.2. Rezeptionspräferenzen im Internet – Text, Video und Audio

Das Internet bietet eine breite Vielfalt, Inhalte darzustellen. Wenn es um gesellschaftlich relevante Informationen über Mecklenburg-Vorpommern geht, bevorzugen die meisten Nutzer die Textform (Abbildung 24). Insgesamt lesen 57 Prozent der Einwohner des Bundeslandes im Alter über 16 Jahren häufig oder sehr häufig derartige Beiträge im Internet. Beiträge zum Anhören oder zum Anschauen werden von jeweils jedem Fünften präferiert (20 %). Hinsichtlich des Alters zeigen sich bei den Rezeptionsvorlieben kaum Unterschiede; jedoch mit Blick auf die formale Bildung (Abbildung 25, Abbildung 26): Zwar bevorzugen die Befragten mit allen hier abgebildeten formalen Schulabschlüssen die Textform, jedoch zeigen insbesondere Menschen mit formal geringerer Bildung eine höhere Affinität dafür, sich Informationen per Video anzuschauen oder als Audio, etwa als Podcast, anzuhören.

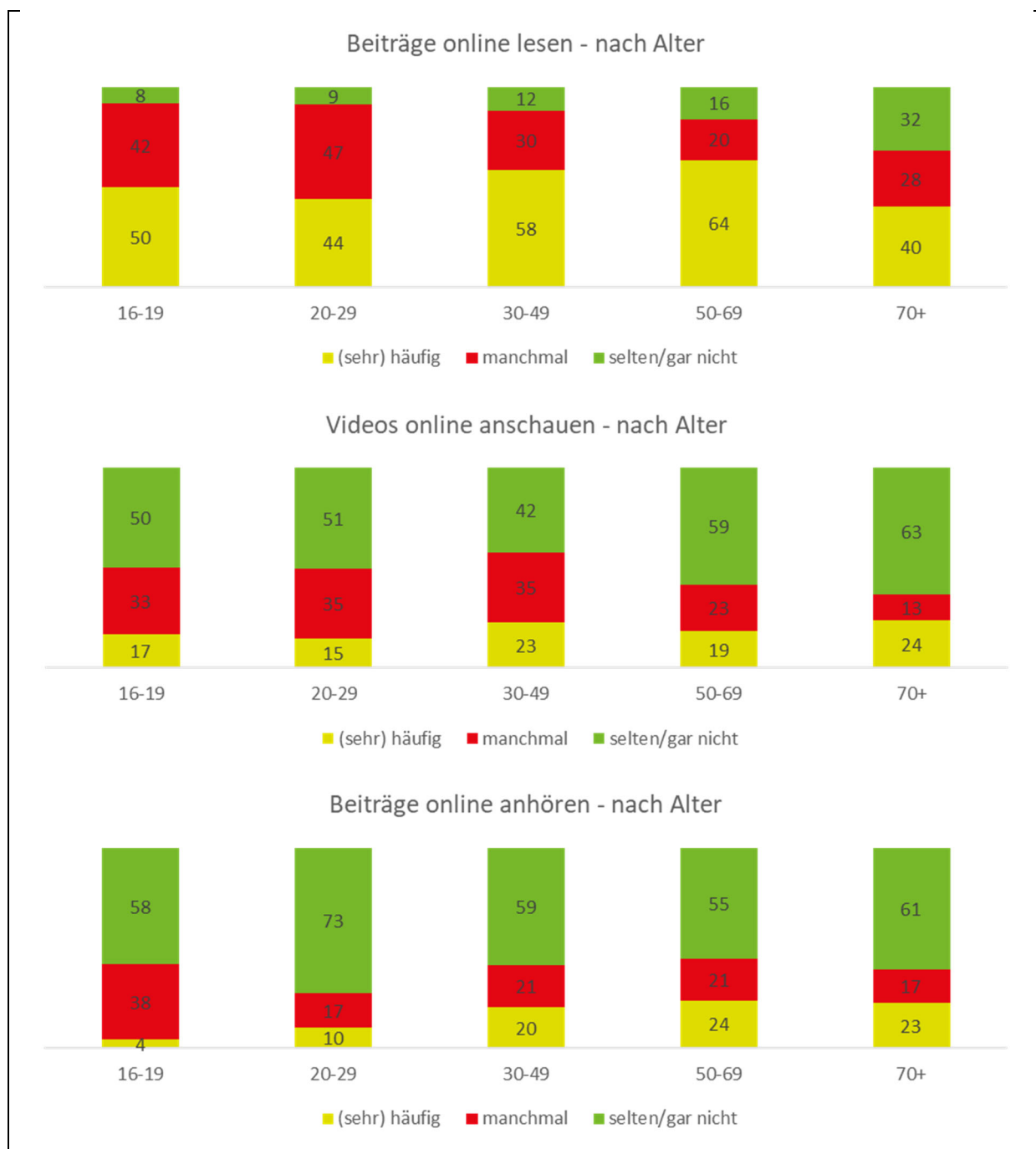
Abbildung 24: Rezeptionspräferenzen im Internet zum aktuellen Geschehen in MV (in Prozent)



Leibniz-Institut für Medienforschung | Hans-Bredow-Institut 2023

Frage: Wenn Sie an regionale, gesellschaftlich relevante Informationen im Internet denken, wie nutzen Sie diese in der Regel? Antwortmöglichkeiten: Beiträge lesen; Videos anschauen; Beiträge anhören. Häufigkeiten: Sehr häufig; Häufig; Manchmal; Selten; Gar nicht; Keine Angabe. Basis: n(Internet-Nutzung mind. mehrfach pro Woche)=648.

Abbildung 25: Rezeptionspräferenzen im Internet zum aktuellen Geschehen in MV (nach Alter, in Prozent)



Leibniz-Institut für Medienforschung | Hans-Bredow-Institut 2023

Frage: Wenn Sie an regionale, gesellschaftlich relevante Informationen im Internet denken, wie nutzen Sie diese in der Regel? Antwortmöglichkeiten: Beiträge lesen; Videos anschauen; Beiträge anhören. Häufigkeiten: Sehr häufig; Häufig; Manchmal; Selten; Gar nicht; Keine Angabe. Basis: n(Internet-Nutzung mind. mehrfach pro Woche)=648.



Abbildung 26: Rezeptionspräferenzen im Internet zum aktuellen Geschehen in MV (nach Bildung, in Prozent)



Leibniz-Institut für Medienforschung | Hans-Bredow-Institut 2023

Frage: Wenn Sie an regionale, gesellschaftlich relevante Informationen im Internet denken, wie nutzen Sie diese in der Regel? Antwortmöglichkeiten: Beiträge lesen; Videos anschauen; Beiträge anhören. Häufigkeiten: Sehr häufig; Häufig; Manchmal; Selten; Gar nicht; Keine Angabe.

Frage: Welchen höchsten allgemeinbildenden Schulabschluss haben Sie? Antwortmöglichkeiten: Schule beendet ohne Abschluss; Hauptschule, Volksschule, Abschluss Polytechnische Oberschule 8. oder 9. Klasse; Mittlere Reife/Realschule/Fachschulreife/Abschluss Polytechn. Oberschule 10. Klasse; Fachhochschulreife (Abschluss einer Fachoberschule etc.); Abitur/Erweiterte Oberschule mit Abschluss 12. Klasse (Hochschulreife); Anderer Schulabschluss; Noch in der Schule; Keine Angabe. Basis: n(Internet-Nutzung mind. mehrfach pro Woche)=648.

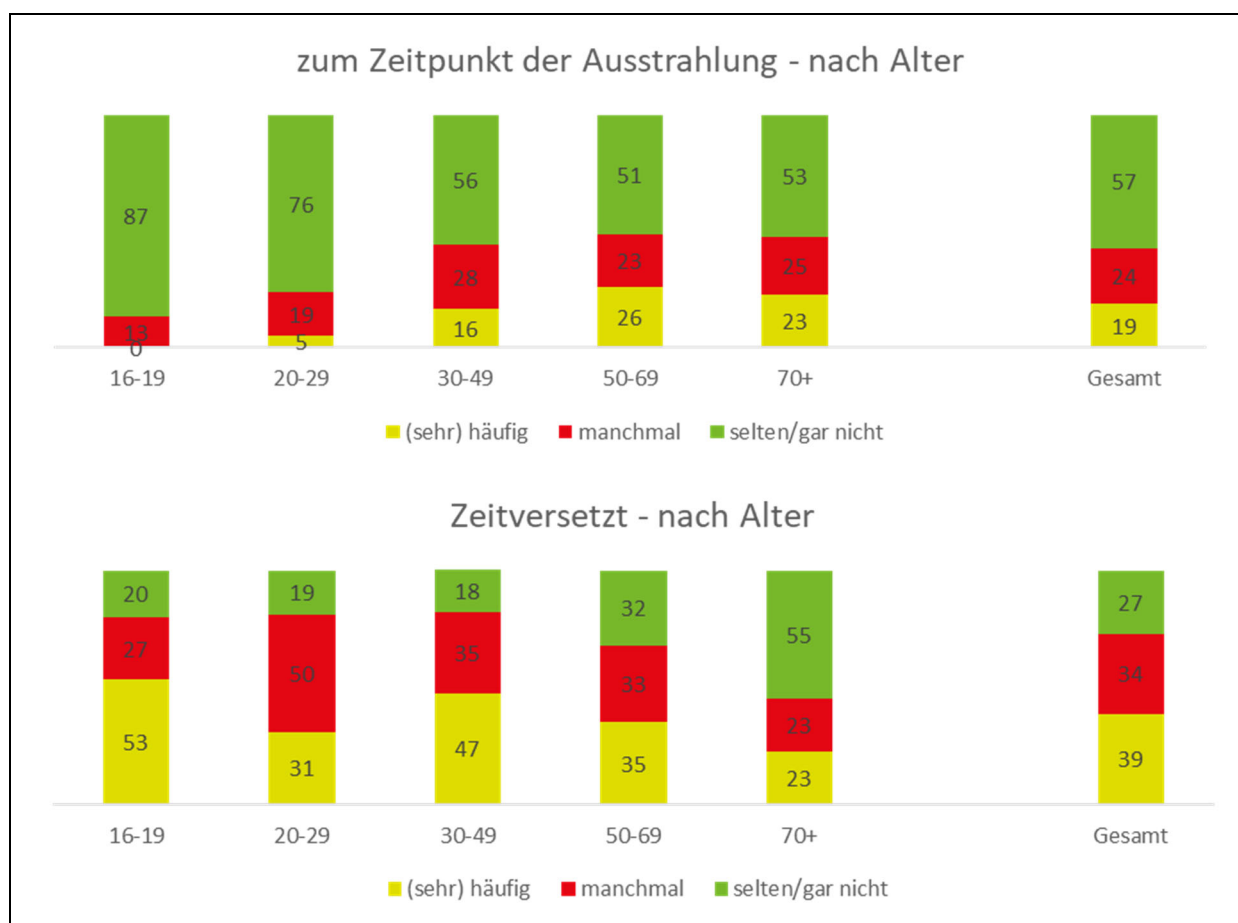


3.4.3. Rezeptionspräferenzen im Internet – live und zeitversetzt

Videos und Podcasts im Internet können live und zeitversetzt angeschaut bzw. angehört werden. Von denjenigen, die mindestens manchmal Audio- oder Video-Beiträge zu aktuellen gesellschaftlich relevanten Themen in Mecklenburg-Vorpommern anhören oder ansehen, nutzen 39 Prozent diese Möglichkeit in der Regel zeitversetzt und 19 Prozent zum Zeitpunkt der Ausstrahlung, also live. Tendenziell sind jüngere Menschen eher Freunde der zeitversetzten Nutzung als ältere (Abbildung 27).

Das Bedürfnis nach zeitlicher Flexibilität beim Anschauen oder Anhören von Informationsbeiträgen im Internet unterscheidet sich nicht nur mit Blick auf die Altersgruppen, sondern insbesondere in Abhängigkeit von der vorliegenden Erwerbssituation (Abbildung 28). Rentner und Menschen in Altersteilzeit mit null Stunden widmen sich eher live den Beiträgen als zum Beispiel Voll- und Teilzeit-Erwerbstätige oder Menschen in der Ausbildung. Die beiden letztgenannten Gruppen nutzen zu deutlich größeren Anteilen die zeitversetzte Möglichkeit.

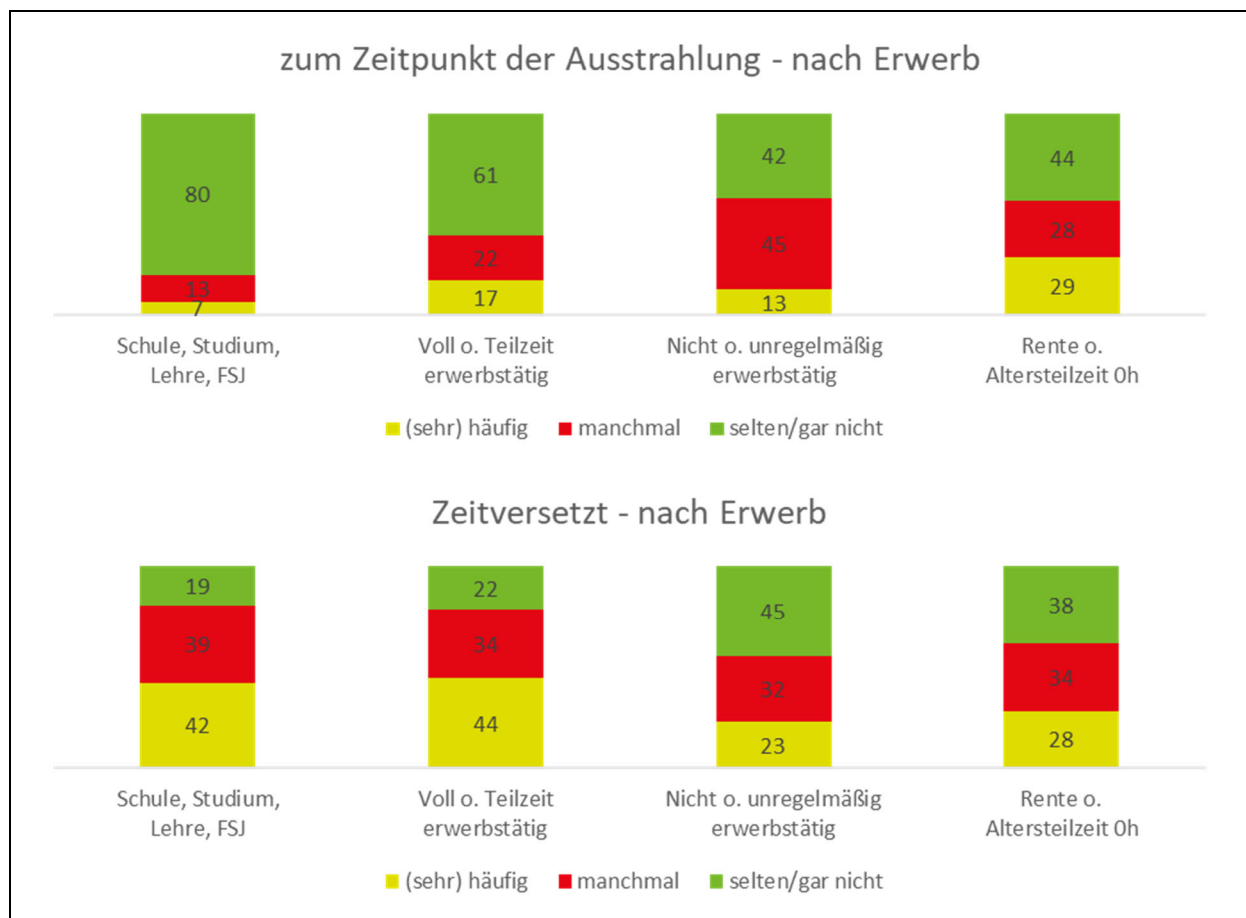
Abbildung 27: Zeitbezug bei Audio- und Video-Beiträgen im Internet (nach Alter, in Prozent)



Leibniz-Institut für Medienforschung | Hans-Bredow-Institut 2023

Frage: Wenn Sie an regionale, gesellschaftlich relevante Informationen im Internet als Video- oder Audiobeiträge denken, wie nutzen Sie diese in der Regel? Antwortmöglichkeiten: Live, zum Zeitpunkt der Ausstrahlung; Zeitversetzt, z. B. aus der Mediathek. Häufigkeiten: Sehr häufig; Häufig; Manchmal; Selten; Gar nicht; Keine Angabe. Basis: n(Internet-Nutzung mind. mehrfach pro Woche und Nutzung von Audio- oder Videobeiträgen mind. manchmal)=394.

Abbildung 28: Zeitbezug bei Audio- und Video-Beiträgen im Internet (nach Erwerb, in Prozent)



Leibniz-Institut für Medienforschung | Hans-Bredow-Institut 2023

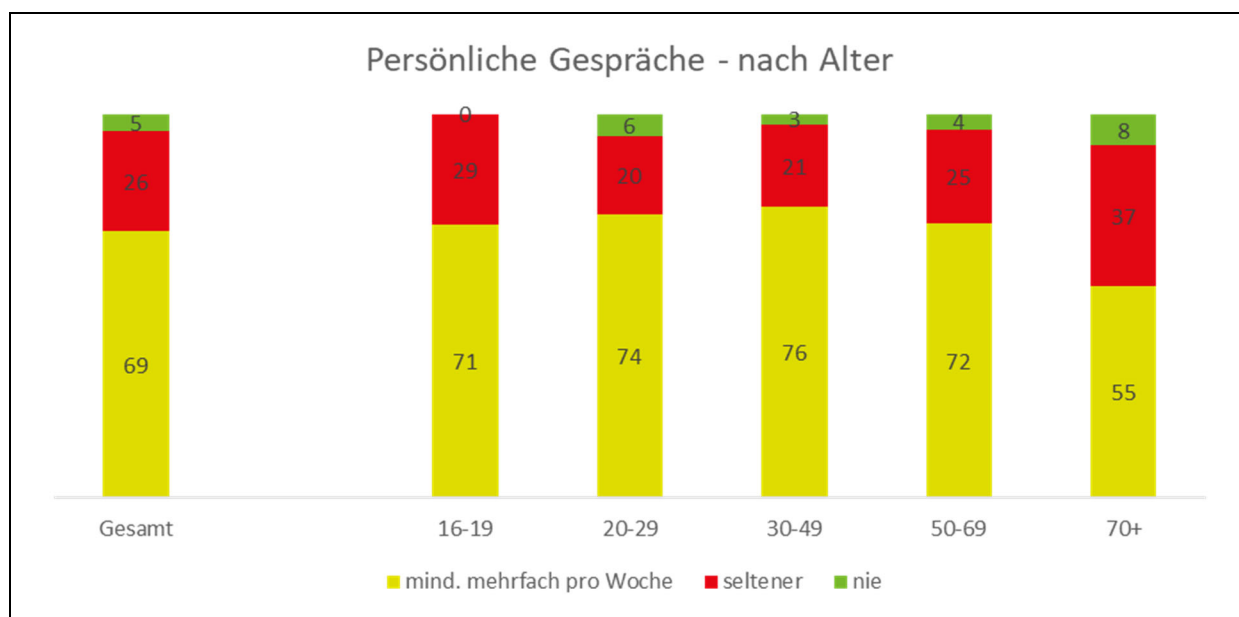
Frage: Wenn Sie an regionale, gesellschaftlich relevante Informationen im Internet als Video- oder Audiobeiträge denken, wie nutzen Sie diese in der Regel? Antwortmöglichkeiten: Live, zum Zeitpunkt der Ausstrahlung; Zeitversetzt, z. B. aus der Mediathek. Häufigkeiten: Sehr häufig; Häufig; Manchmal; Selten; Gar nicht; Keine Angabe.

Frage: Welche Tätigkeit üben Sie derzeit aus? Was trifft für Sie zu? Antwortmöglichkeiten: In schulischer Ausbildung; Im Studium; In betrieblicher Ausbildung, Lehre oder betrieblicher Umschulung; Voll erwerbstätig; In Teilzeitbeschäftigung; Geringfügig oder unregelmäßig erwerbstätig; In Altersteilzeit mit Arbeitszeit Null; Freiwilliger Wehrdienst, Freiwilliges soziales/ökologisches Jahr, Bundesfreiwilligendienst; In Rente; Nicht erwerbstätig; Keine Angabe. Basis: n(Internet-Nutzung mind. mehrfach pro Woche und Nutzung von Audio- oder Videobeiträgen mind. manchmal)=394.

3.5. Persönliche Gespräche

Menschen erfahren in der Regel nicht nur medienvermittelt vom aktuellen Geschehen, sondern auch durch Gespräche im eigenen Umfeld. 69 Prozent der Befragten unterhalten sich mindestens mehrmals pro Woche mit Familienmitgliedern, Freunden, Verwandten, Nachbarn oder Arbeitskollegen und erhalten auf diesem Weg Informationen über relevante Themen im eigenen Bundesland. Auffällig ist, dass in den Altersgruppen unter 30 Jahren persönliche Gespräche die häufigste Informationsquelle für derartige Neuigkeiten darstellen (Abbildung 29). Altersübergreifend sind Familie und Freunde die am häufigsten genannten Gesprächspartner, aber Arbeitskollegen, Kommilitonen oder Mitschüler spielen insbesondere im Ausbildungs- bzw. Arbeitsleben für viele ebenfalls eine Rolle, genauso wie Nachbarn und Bekannte (Abbildung 30, Abbildung 31).

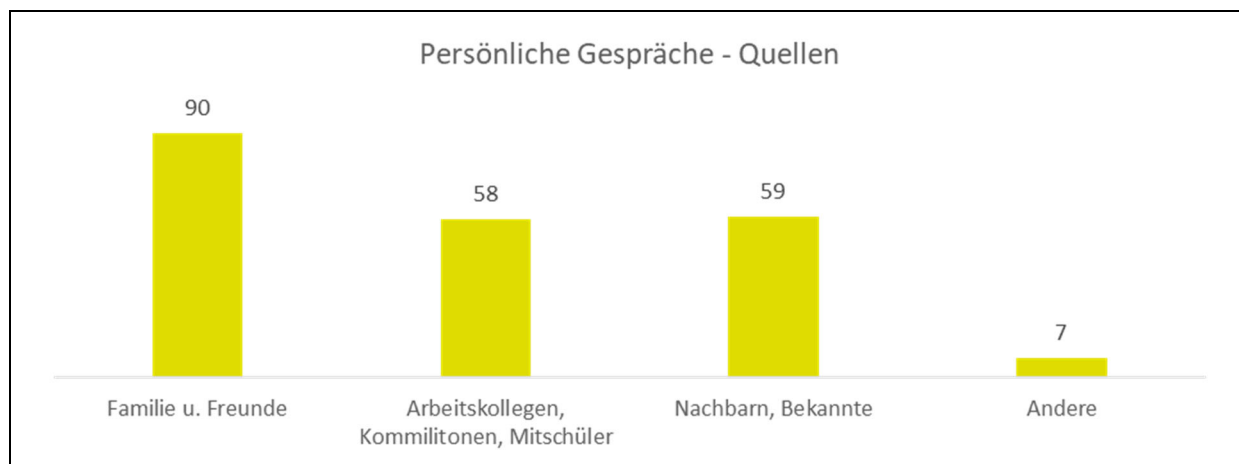
Abbildung 29: Persönliche Gespräche zum aktuellen Geschehen in MV (nach Alter, in Prozent)



Leibniz-Institut für Medienforschung | Hans-Bredow-Institut 2023

Frage: Denken Sie nun bitte einmal daran, wie Sie sich über das aktuelle Geschehen und gesellschaftlich relevante Themen in Mecklenburg-Vorpommern informieren. Über welche der folgenden Quellen bzw. Wege erhalten Sie normalerweise wie häufig derartige Informationen? Antwortmöglichkeit: Persönliche Gespräche, z. B. mit Familie, Freunden, Arbeitskollegen, Nachbarn etc. Häufigkeit: Mehrfach täglich; Täglich; Mehrfach pro Woche (mind. mehrfach pro Woche); Seltener; Nie; Keine Angabe. Basis: n=1050.

Abbildung 30: Persönliche Gespräche zum aktuellen Geschehen in MV – Quellen (in Prozent)



Leibniz-Institut für Medienforschung | Hans-Bredow-Institut 2023

Frage: Sie haben angegeben, dass Sie persönliche Gespräche mit Familie, Freunden, Arbeitskollegen, Nachbarn etc. genutzt haben. Welche Quellen waren das dort? Antwortmöglichkeiten: Mit Familie und Freunden; Mit Arbeitskollegen (bzw. Kommilitonen oder Mitschülern); Mit Nachbarn und Bekannten; Andere; Keine Angabe. Basis: n=1050.



Abbildung 31: Persönliche Gespräche zum aktuellen Geschehen in MV – Quellen (nach Alter, in Prozent)



Leibniz-Institut für Medienforschung | Hans-Bredow-Institut 2023

Frage: Sie haben angegeben, dass Sie persönliche Gespräche mit Familie, Freunden, Arbeitskollegen, Nachbarn etc. genutzt haben. Welche Quellen waren das dort? Antwortmöglichkeiten: Mit Familie und Freunden; Mit Arbeitskollegen (bzw. Kommilitonen oder Mitschülern); Mit Nachbarn und Bekannten; Andere; Keine Angabe. Basis: n=1050.

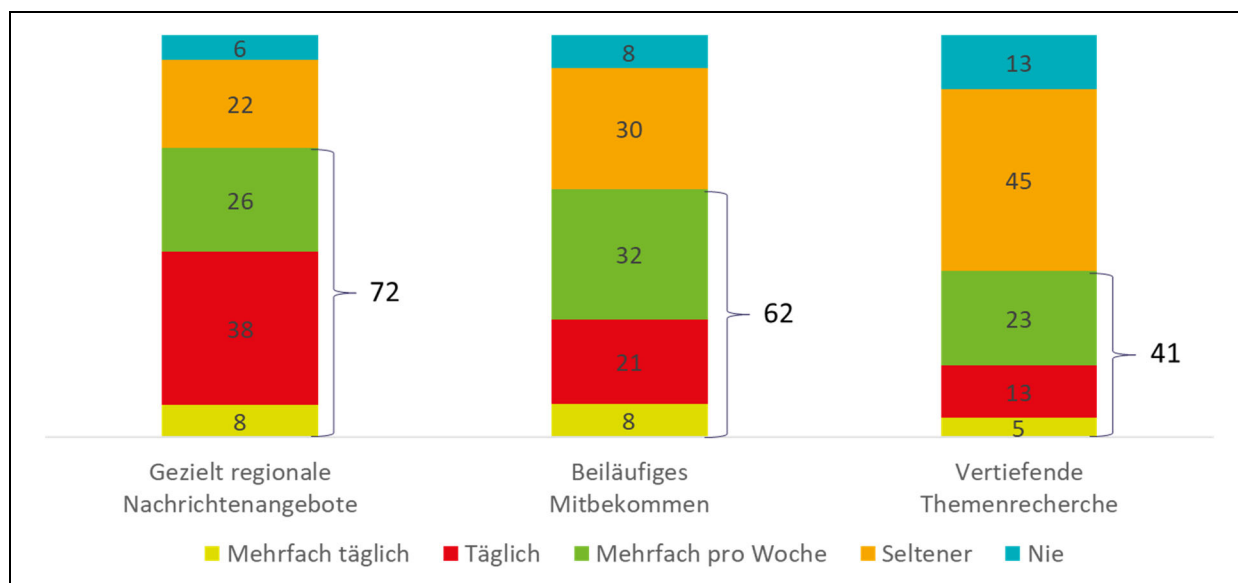


3.6. Suche nach Informationen

3.6.1. Kontakt mit regional relevanten Informationen

Über das aktuelle Geschehen in Mecklenburg-Vorpommern informieren sich die Einwohner im Alter ab 16 Jahren am ehesten ganz gezielt in regionalen Nachrichtenformaten (Abbildung 32). 72 Prozent geben an, sich auf diesem Weg mindestens mehrmals wöchentlich ganz bewusst einen Überblick zu verschaffen. Auch beiläufig werden derartige Informationen von Vielen mitbekommen; 62 Prozent sagen, dass sie regelmäßig ganz nebenbei, während sie eigentlich etwas anderes tun, regionale Informationen erfahren. In den Teilgruppen im Alter unter 50 Jahren sind die Anteile derjenigen, die regionale Informationen beiläufig mitbekommen, geringfügig größer als diejenigen, die ganz gezielt regionale Nachrichten anschauen, lesen oder hören. Allerdings, wie die Prozentzahlen nahelegen, schließen sich beide Wege nicht aus; die meisten Menschen nutzen gezielt Nachrichtenformate und bekommen auch beiläufig Informationen mit. Vertieft nach ergänzenden Informationen zu interessanten Themen suchen 41 Prozent der Befragten regelmäßig; mit 52 Prozent ist ihr Anteil in der Gruppe der 50- bis 69-Jährigen am größten (Abbildung 33).

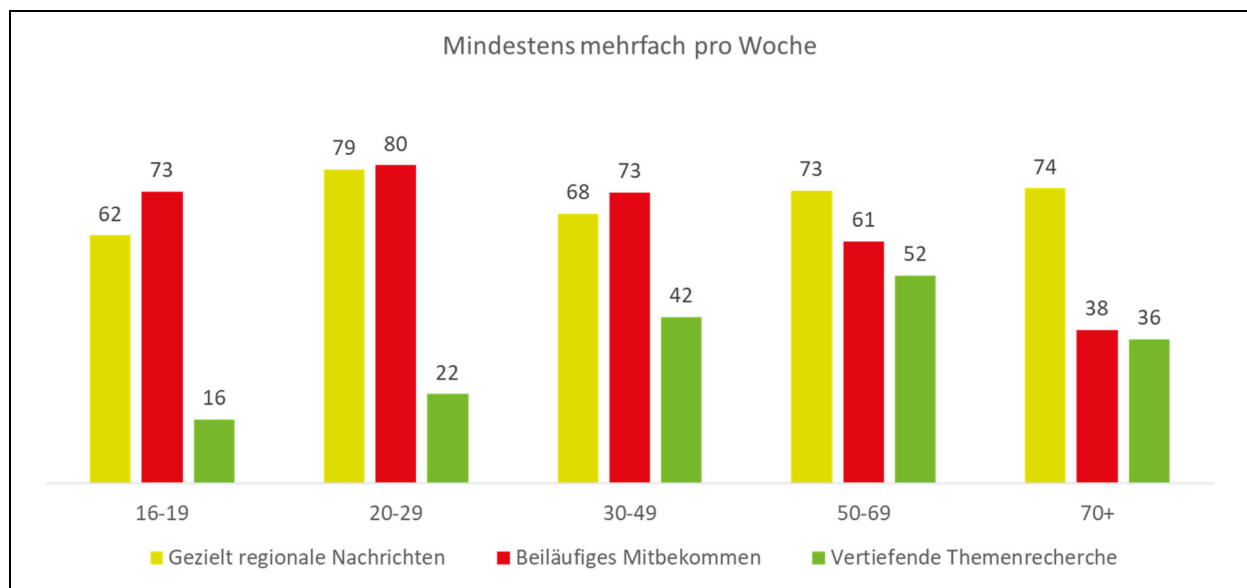
Abbildung 32: Wege zu regionalen Informationen in MV (in Prozent)



Leibniz-Institut für Medienforschung | Hans-Bredow-Institut 2023

Frage: Wie erfahren Sie in der Regel von regionalen, gesellschaftlich relevanten Informationen? Antwortmöglichkeiten: Ich bekomme solche Information beiläufig mit, wenn ich eigentlich etwas Anderes mache, z. B. beim Surfen im Internet, beim Zeitvertreib in sozialen Medien oder in Gesprächen mit anderen; Ich nutze gezielt regionale Nachrichtenangebote, um mir einen Überblick zu verschaffen; Ich recherchiere gezielt nach weiterführenden Informationen zu einem regionalen Thema, welches mich besonders interessiert. Häufigkeit: Mehrfach täglich; täglich; mehrfach pro Woche; seltener; nie; keine Angabe. Basis: n=1050.

Abbildung 33: Wege zu regionalen Informationen in MV (mind. mehrfach pro Woche, nach Alter, in Prozent)



Leibniz-Institut für Medienforschung | Hans-Bredow-Institut 2023

Frage: Wie erfahren Sie in der Regel von regionalen, gesellschaftlich relevanten Informationen? Antwortmöglichkeiten: Ich bekomme solche Information beiläufig mit, wenn ich eigentlich etwas Anderes mache, z. B. beim Surfen im Internet, beim Zeitvertreib in sozialen Medien oder in Gesprächen mit anderen; Ich nutze gezielt regionale Nachrichtenangebote, um mir einen Überblick zu verschaffen; Ich recherchiere gezielt nach weiterführenden Informationen zu einem regionalen Thema, welches mich besonders interessiert. Häufigkeit: Mehrfach täglich; täglich; mehrfach pro Woche; seltener; nie; keine Angabe. Basis: n=1050.

3.6.2. Wichtigstes Problem in Mecklenburg-Vorpommern

Wir haben den Studienteilnehmern die Frage gestellt, welches ihrer Meinung nach gegenwärtig das wichtigste Problem in Mecklenburg-Vorpommern sei. Die Frage war offen formuliert; es gab dementsprechend keine auswählbaren Antwortvorgaben und die Befragten konnten ohne Einschränkungen berichten, was ihnen persönlich aktuell am bedeutendsten ist. Das Spektrum der Antworten war ausgesprochen breit gefächert. Einen beispielhaften Einblick zeigt Abbildung 34. Wir haben die gegebenen Antworten inhaltsanalytisch untersucht und in einem induktiven iterativen Verfahren kategorisiert, also auf Grundlage der genannten Themen und ohne theoretische Vorannahmen in mehrfachen Wiederholungen die am besten zutreffenden zusammenfassenden Gesichtspunkte identifiziert und die Antworten dementsprechend zugeordnet.

Die Häufigkeitsauswertung dieser Kategorien gibt einen Eindruck über die vordringlichsten Probleme, die Menschen in Mecklenburg-Vorpommern beschäftigen (Abbildung 35). Dabei stechen drei Themen mit großem Abstand hervor: Die Migrationspolitik, die Energiekrise und der Vertrauensverlust gegenüber der Politik. Das am häufigsten auftretende Thema „Migrationspolitik“, zu welchem 22 Prozent der gegebenen Antworten gerechnet werden können, umfasst verschiedene Aspekte, worunter z. B. die oftmals als zu groß eingeschätzte Menge an Flüchtlingen fällt, die nicht mehr untergebracht und integriert werden könne. Tenor ist durchaus, dass Flüchtlingen geholfen werden sollte, aber dass die Situation bzgl. der Unterkünfte die Menschen überfordert und das Geld, das hierfür ausgegeben werden muss, woanders dringend gebraucht werde. Außerdem wurden in diesem Zusammenhang Schwierigkeiten in den Schulen aufgrund fehlender Sprachkenntnisse als problematisch benannt. Auch Ängste, Flüchtlingen zu begegnen, die sich nicht benehmen können, werden wiederholt erwähnt. Sehr oft kommt ein Gefühl der Überforderung und des Übergehens der Menschen zum Ausdruck.

Die mit 19 Prozent am zweithäufigsten aufgetretene Kategorie „Energiekrise“ umfasst die gestiegenen Preise für Gas, Strom, Öl oder Benzin genauso wie die hohen Kosten im Zuge der Etablierung erneuerbarer Energien. Neben den sehr häufig genannten hohen Preisen wurden auch Unklarheiten hinsichtlich einer gesicherten Versorgung und Umweltfaktoren mit Blick auf die Gas-Spezialschiffe geäußert.

Im Zusammenhang mit der Energieversorgung fallen oftmals Begriffe wie Nord Stream 2-Explosionen, Klimastiftung und eine verbrannte Steuererklärung – oft begleitet von dem Vorwurf mangelnder Transparenz und dem Eindruck, nicht mehr zu wissen, was und wem man glauben kann. Im Kontext der Migrationspolitik ist ebenfalls von Vertrauensverlusten, Glaubwürdigkeitsproblemen und dem Übergehen der Einwohner die Rede. Derartige Kritik an Politik umschreibt das am dritthäufigsten von den Bürgern Mecklenburg-Vorpommerns als wichtigstes Problem genannte Thema. Auch andere Aspekte kamen zum Tragen, wie zum Beispiel Arbeits- oder Wohnungsmangel, fehlende Infrastruktur oder falsche Bildungspolitik, aber die mit Abstand meisten Antworten beziehen sich auf die drei oben genannten Punkte.

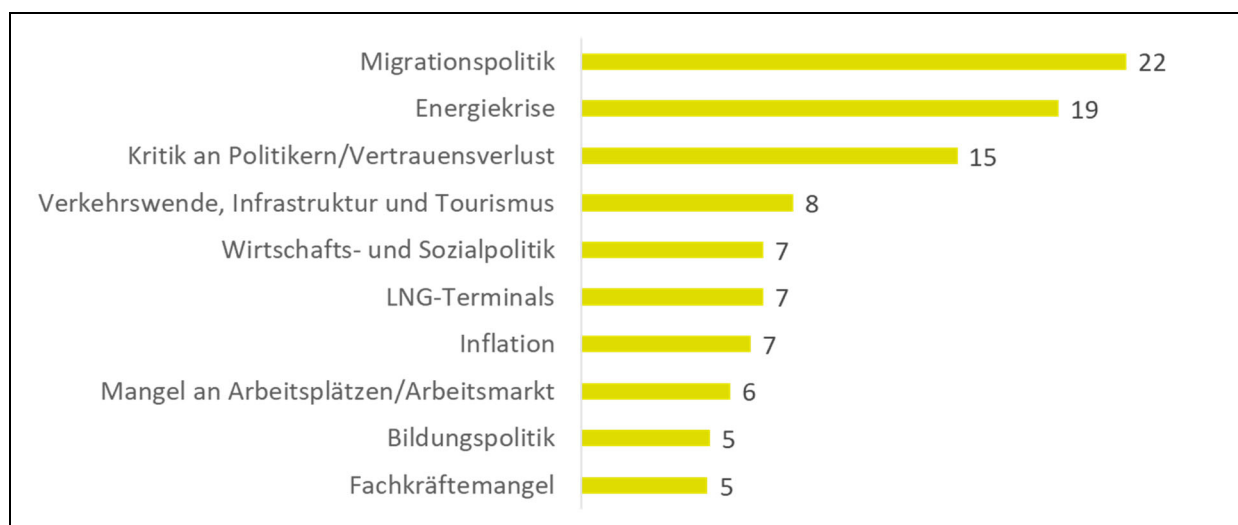
Abbildung 34: Beispielantworten zum gegenwärtig wichtigsten Problem in MV



Leibniz-Institut für Medienforschung | Hans-Bredow-Institut 2023

Frage: Was ist Ihrer Meinung nach gegenwärtig das wichtigste Problem in Mecklenburg-Vorpommern? Basis: n=1050.
(Rechtschreibfehler aus den Originaldaten übernommen.)

Abbildung 35: Kategorisierte Themen zum gegenwärtig wichtigsten Problem in MV (Top 10, in Prozent)



Leibniz-Institut für Medienforschung | Hans-Bredow-Institut 2023

Frage: Was ist Ihrer Meinung nach gegenwärtig das wichtigste Problem in Mecklenburg-Vorpommern? Basis: n=1050.

3.6.3. Informationsquellen zum wichtigsten Problem in Mecklenburg-Vorpommern

Ergänzend zur offenen Frage nach dem gegenwärtig wichtigsten Problem wurde nach der hierfür wichtigsten Informationsquelle gefragt. Auch diese Frage war offen und wurde ohne mögliche Antwortvorgaben gestellt. Einen Eindruck vom Spektrum der genannten Quellen zeigt Abbildung 36.

Abbildung 36: Beispielantworten zu den Informationsquellen bzgl. der wichtigsten Probleme in MV

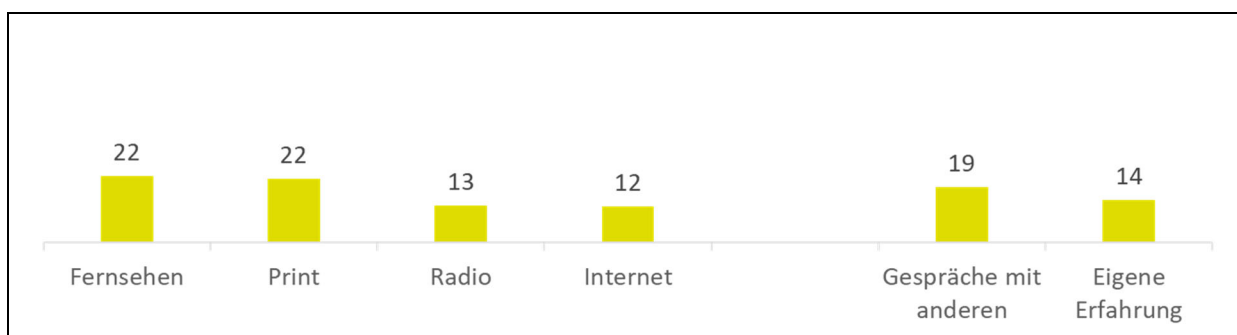


Leibniz-Institut für Medienforschung | Hans-Bredow-Institut 2023

Frage: Was würden Sie sagen, ist ihre wichtigste Quelle für Informationen zu dem gegenwärtig wichtigsten Problem? Basis: n=1050.

Die Antworten beziehen sich meist auf einen Informationsweg bzw. technischen Übertragungs-kanal oder/und einen Anbieter, von welchem die Informationen stammen. Mit jeweils 22 Prozent wurden am häufigsten die Quellen Fernsehen und Tageszeitung genannt. Aber auch nicht mediale Informationswege spielen eine sehr große Rolle. Viele erhalten ihre Eindrücke und Informationen durch eigene Erfahrungen und Gespräche mit anderen (Abbildung 37). Auf die Frage nach der wichtigsten Informationsquelle wurde in 21 Prozent der Antworten der NDR bzw. das Nordmagazin als konkreter Anbieter bzw. Absender der Informationen genannt (Abbildung 38). Die mit 33 Prozent der Nennungen insgesamt am häufigsten vergebenen Kategorie lautete „regionale Medien“. Da sich mit dieser Bezeichnung jedoch weder ein technischer Übertragungsweg noch ein konkreter Anbieter verbinden lässt, wurde diese Kategorie nicht in der Abbildung berücksichtigt.

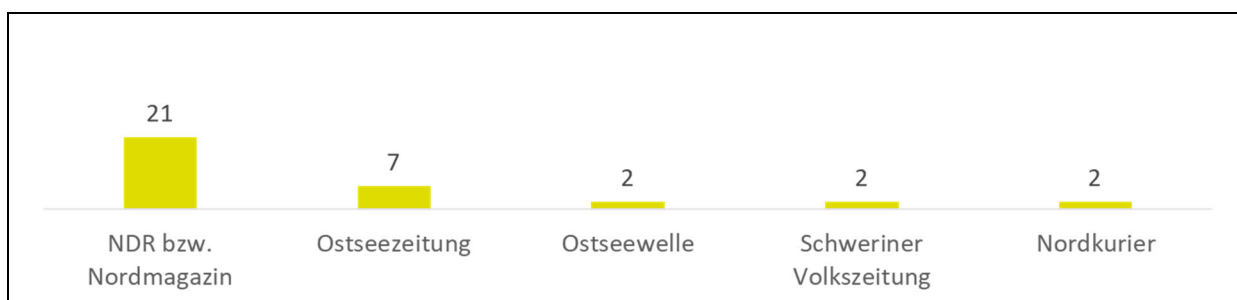
Abbildung 37: Kategorisierte Antworten zu den Informationsquellen – Informationsweg (in Prozent)



Leibniz-Institut für Medienforschung | Hans-Bredow-Institut 2023

Frage: Was würden Sie sagen, ist ihre wichtigste Quelle für Informationen zu dem gegenwärtig wichtigsten Problem? Basis: n=1050.

Abbildung 38: Kategorisierte Antworten zu den Informationsquellen – Anbieter (in Prozent)



Leibniz-Institut für Medienforschung | Hans-Bredow-Institut 2023

Frage: Was würden Sie sagen, ist ihre wichtigste Quelle für Informationen zu dem gegenwärtig wichtigsten Problem? Basis: n=1050.



4. Einstellungen und gesellschaftspolitische Beteiligung

4.1. Glaubwürdigkeit von Informationsangeboten

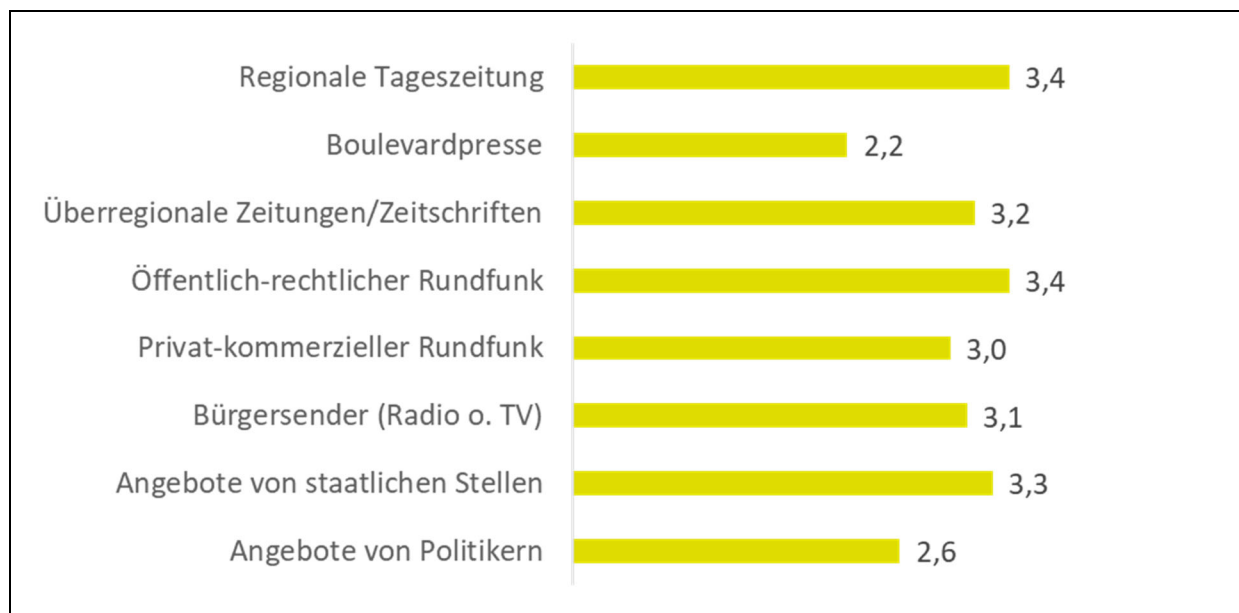
Von den abgefragten Informationsmöglichkeiten wird den regionalen Tageszeitungen und dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk mit ihren on- und offline angebotenen Inhalten insgesamt die höchste Glaubwürdigkeit zugesprochen (Abbildung 39). Auf einer Skala von 1 „überhaupt nicht glaubwürdig“ bis 5 „äußerst glaubwürdig“ erreichen beide Angebote den Mittelwert 3,4. Die geringste Glaubwürdigkeit wird den Inhalten der Boulevardpresse und Informationen von Politikern, etwa in Reden oder Veröffentlichungen, zugesprochen. Mit Blick auf das Alter zeigen sich kaum Unterschiede in der Glaubwürdigkeitsreihenfolge der Angebote. Allerdings halten jüngere Menschen aus Mecklenburg-Vorpommern die abgefragten Informationsmöglichkeiten für glaubwürdiger als ältere Menschen (Abbildung 40).

Große Unterschiede in den Glaubwürdigkeitszuschreibungen zeigen sich hingegen bei der Ausdifferenzierung nach Parteiaffinität (Abbildung 41). Tendenziell halten Anhänger der SPD und der Grünen die abgefragten Angebote für glaubwürdiger als Freunde anderer Parteien. Sympathisanten der AfD beurteilen alle abgefragten Informationsmöglichkeiten im Vergleich zum Durchschnitt der Bevölkerung in Mecklenburg-Vorpommern als weniger glaubwürdig – mit Ausnahme der Boulevardpresse.

Unter den abgefragten Social-Media-Plattformen wird YouTube mit einem Wert von 2,6 die höchste Glaubwürdigkeit zugeschrieben und TikTok mit 1,7 die geringste. Tendenziell wird die Glaubwürdigkeit der sozialen Medien im Vergleich zu den abgefragten eher klassischen Informationsmöglichkeiten jedoch als deutlich geringer eingeschätzt (Abbildung 42). Hinsichtlich des Alters zeigt sich für die Einschätzung der Glaubwürdigkeit sozialer Medien ein ähnlicher Effekt wie bei den Informationsangeboten herkömmlicher Absender; Die Glaubwürdigkeitsreihenfolge ist identisch, nur halten jüngere Menschen die einzelnen Plattformen für etwas glaubwürdiger als ältere (Abbildung 43). Mit Perspektive auf die Parteiaffinität zeigt sich ein gegensätzliches Bild. Freunde der AfD halten alle Plattformen für überdurchschnittlich glaubwürdig, insbesondere YouTube, Facebook und Telegram (Abbildung 44).



Abbildung 39: Glaubwürdigkeit von Informationsangeboten in MV (Mittelwerte)



Leibniz-Institut für Medienforschung | Hans-Bredow-Institut 2023

Frage: Ich nenne Ihnen jetzt einige Informationsmöglichkeiten. Sagen Sie mir bitte jeweils, ob Sie diese für glaubwürdig oder für nicht glaubwürdig halten. Verwenden Sie bitte die nachfolgende Skala, auf der 5 „Äußerst glaubwürdig“ und 1 „Überhaupt nicht glaubwürdig“ bedeutet. Mit den Werten dazwischen können Sie Ihre Meinung abstimmen: Regionale Tageszeitungen (Print oder online); Boulevardpresse (Print oder online); Überregionale Zeitungen, Zeitschriften und Magazine (Print oder online); Angebot öffentlich-rechtlicher Sender (Radio, Fernsehen, Online); Angebot privater Sender (Radio, Fernsehen, Online); Angebot von Bürgersendern (Radio oder Fernsehen) (wie z. B. Radio LOHRO, ROK-TV, NB Radiotreff etc. – Angebote wo Bürger Sendungen gestalten können); Angebot von staatlichen Stellen [wie z. B. von Bundes- und Landesbehörden (Gemeinde, Landkreise, Bundestag, Bundesrat, etc.)]; Angebot von Politikern (z. B. Nachrichten/Veröffentlichung/Reden von Politikern). Basis: n=1050.

Abbildung 40: Glaubwürdigkeit von Informationsangeboten in MV (nach Alter, Mittelwerte)

nach Alter	16-19	20-29	30-49	50-69	70+	Gesamt
Regionale Tageszeitung	3,7	3,6	3,6	3,4	3,2	3,4
Boulevardpresse	2,3	2,4	2,1	2,1	2,2	2,2
Überregionale Zeitungen/Zeitschriften	3,7	3,6	3,4	3,0	2,8	3,2
Öffentlich-rechtlicher Rundfunk	3,7	3,7	3,6	3,4	3,2	3,4
Privat-kommerzieller Rundfunk	3,4	3,1	3,1	2,9	2,7	3,0
Bürgersender (Radio o. TV)	3,6	3,3	3,2	3,1	2,8	3,1
Angebote von staatlichen Stellen	3,8	3,6	3,5	3,2	3,1	3,3
Angebote von Politikern	2,8	2,7	2,5	2,6	2,6	2,6

Leibniz-Institut für Medienforschung | Hans-Bredow-Institut 2023

Frage: Ich nenne Ihnen jetzt einige Informationsmöglichkeiten. Sagen Sie mir bitte jeweils, ob Sie diese für glaubwürdig oder für nicht glaubwürdig halten. Verwenden Sie bitte die nachfolgende Skala, auf der 5 „Äußerst glaubwürdig“ und 1 „Überhaupt nicht glaubwürdig“ bedeutet. Mit den Werten dazwischen können Sie Ihre Meinung abstimmen: Regionale Tageszeitungen (Print oder online); Boulevardpresse (Print oder online); Überregionale Zeitungen, Zeitschriften und Magazine (Print oder online); Angebot öffentlich-rechtlicher Sender (Radio, Fernsehen, Online); Angebot privater Sender (Radio, Fernsehen, Online); Angebot von Bürgersendern (Radio oder Fernsehen) (wie z. B. Radio LOHRO, ROK-TV, NB Radiotreff etc. – Angebote wo Bürger Sendungen gestalten können); Angebot von staatlichen Stellen [wie z. B. von Bundes- und Landesbehörden (Gemeinde, Landkreise, Bundestag, Bundesrat, etc.)]; Angebot von Politikern (z. B. Nachrichten/Veröffentlichung/Reden von Politikern). Basis: n=1050.



Abbildung 41: Glaubwürdigkeit von Informationsangeboten in MV (nach Parteipräferenz, Mittelwerte)

nach Parteipräferenz	Keine Partei	SPD	CDU/CSU	AfD	DIE LINKE	GRÜNE	Andere, k.A.	Gesamt
Regionale Tageszeitung	3,3	3,7	3,5	2,7	3,6	3,8	3,6	3,4
Boulevardpresse	2,1	2,3	2,3	2,2	2,0	2,0	2,1	2,2
Überregionale Zeitungen/Zeitschriften	3,0	3,4	3,1	2,5	3,3	3,9	3,3	3,2
Öffentlich-rechtlicher Rundfunk	3,2	3,7	3,6	2,5	3,5	4,3	3,6	3,4
Privat-kommerzieller Rundfunk	2,9	3,0	3,2	2,8	2,9	3,1	3,0	3,0
Bürgersender (Radio o. TV)	3,1	3,2	2,8	2,8	3,4	3,4	3,3	3,1
Angebote von staatlichen Stellen	3,1	3,7	3,4	2,2	3,3	4,2	3,6	3,3
Angebote von Politikern	2,3	2,9	2,8	2,2	2,5	3,0	2,6	2,6

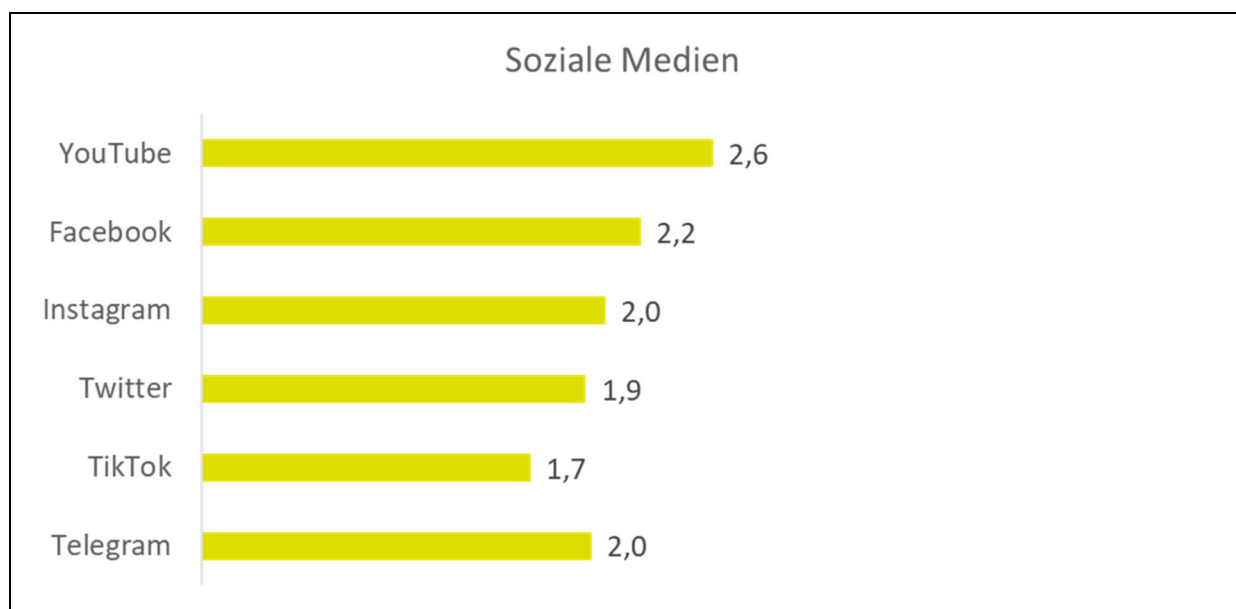
Leibniz-Institut für Medienforschung | Hans-Bredow-Institut 2023

Frage: Ich nenne Ihnen jetzt einige Informationsmöglichkeiten. Sagen Sie mir bitte jeweils, ob Sie diese für glaubwürdig oder für nicht glaubwürdig halten. Verwenden Sie bitte die nachfolgende Skala, auf der 5 „Äußerst glaubwürdig“ und 1 „Überhaupt nicht glaubwürdig“ bedeutet. Mit den Werten dazwischen können Sie Ihre Meinung abstufen: Regionale Tageszeitungen (Print oder online); Boulevardpresse (Print oder online); Überregionale Zeitungen, Zeitschriften und Magazine (Print oder online); Angebot öffentlich-rechtlicher Sender (Radio, Fernsehen, Online); Angebot privater Sender (Radio, Fernsehen, Online); Angebot von Bürgersendern (Radio oder Fernsehen) (wie z. B. Radio LOHRO, ROK-TV, NB Radiotreff etc. – Angebote wo Bürger Sendungen gestalten können); Angebot von staatlichen Stellen [wie z. B. von Bundes- und Landesbehörden (Gemeinde, Landkreise, Bundestag, Bundesrat, etc.)]; Angebot von Politikern (z. B. Nachrichten/Veröffentlichung/Reden von Politikern).

Frage: Viele Leute in der Bundesrepublik neigen längere Zeit einer bestimmten Partei zu, obwohl sie auch ab und zu eine andere Partei wählen. Wie ist das bei Ihnen: Welcher Partei neigen Sie zu? Antwortmöglichkeiten: SPD; CDU/CSU; AfD; Die Linke; FDP; Bündnis 90/ Die Grünen; Freie Wähler; Keine Partei; Eine andere Partei; Keine Angabe. Basis: n=1050.

*Einzelne ausgewiesen sind Parteien mit einem Präferenz-Anteil von über 5 Prozent innerhalb der Stichprobe.

Abbildung 42: Glaubwürdigkeit von Informationsangeboten in MV – Soziale Medien (Mittelwerte)



Leibniz-Institut für Medienforschung | Hans-Bredow-Institut 2023

Frage: Ich nenne Ihnen jetzt einige Informationsmöglichkeiten. Sagen Sie mir bitte jeweils, ob Sie diese für glaubwürdig oder für nicht glaubwürdig halten. Verwenden Sie bitte die nachfolgende Skala, auf der 5 „Äußerst glaubwürdig“ und 1 „Überhaupt nicht glaubwürdig“ bedeutet. Mit den Werten dazwischen können Sie Ihre Meinung abstufen: YouTube; Facebook; Instagram; Twitter; TikTok; Telegram. Basis: n=1050.



Abbildung 43: Glaubwürdigkeit von Informationsangeboten in MV – Soziale Medien (nach Alter, Mittelwerte)

nach Alter	16-19	20-29	30-49	50-69	70+	Gesamt
YouTube	2,9	2,7	2,6	2,5	2,5	2,6
Facebook	2,6	2,5	2,2	2,1	2,0	2,2
Instagram	2,4	2,2	2,2	1,9	1,9	2,0
Twitter	2,3	2,3	2,0	1,8	1,8	1,9
TikTok	1,8	1,7	1,7	1,6	1,5	1,7
Telegram	2,4	2,1	1,8	1,9	2,3	2,0

Leibniz-Institut für Medienforschung | Hans-Bredow-Institut 2023

Frage: Ich nenne Ihnen jetzt einige Informationsmöglichkeiten. Sagen Sie mir bitte jeweils, ob Sie diese für glaubwürdig oder für nicht glaubwürdig halten. Verwenden Sie bitte die nachfolgende Skala, auf der 5 „Äußerst glaubwürdig“ und 1 „Überhaupt nicht glaubwürdig“ bedeutet. Mit den Werten dazwischen können Sie Ihre Meinung abstufen: YouTube; Facebook; Instagram; Twitter; TikTok; Telegram. Basis: n=1050.

Abbildung 44: Glaubwürdigkeit von Informationsangeboten in MV – Soziale Medien (nach Parteipräferenz, MW)

nach Parteipräferenz	Keine Partei	SPD	CDU/CSU	AfD	DIE LINKE	GRÜNE	Andere o. k.A.	Gesamt
YouTube	2,6	2,4	2,6	2,8	2,7	2,5	2,6	2,6
Facebook	2,2	2,0	2,3	2,7	2,3	2,1	2,1	2,2
Instagram	2,1	2,0	2,0	2,3	2,0	1,9	2,1	2,0
Twitter	1,9	1,9	1,9	2,3	2,1	2,1	1,9	2,0
TikTok	1,6	1,5	1,7	2,4	1,6	1,3	1,6	1,7
Telegram	1,9	1,8	2,1	2,6	1,9	1,5	2,0	2,0

Leibniz-Institut für Medienforschung | Hans-Bredow-Institut 2023

Frage: Ich nenne Ihnen jetzt einige Informationsmöglichkeiten. Sagen Sie mir bitte jeweils, ob Sie diese für glaubwürdig oder für nicht glaubwürdig halten. Verwenden Sie bitte die nachfolgende Skala, auf der 5 „Äußerst glaubwürdig“ und 1 „Überhaupt nicht glaubwürdig“ bedeutet. Mit den Werten dazwischen können Sie Ihre Meinung abstufen: YouTube; Facebook; Instagram; Twitter; TikTok; Telegram. Frage: Viele Leute in der Bundesrepublik neigen längere Zeit einer bestimmten Partei zu, obwohl sie auch ab und zu eine andere Partei wählen. Wie ist das bei Ihnen: Welcher Partei neigen Sie zu? Antwortmöglichkeiten: SPD; CDU/CSU; AfD; Die Linke; FDP; Bündnis 90/ Die Grünen; Freie Wähler; Keine Partei; Eine andere Partei; Keine Angabe. Basis: n=1050.

*Einzeln ausgewiesen sind Parteien mit einem Präferenz-Anteil von über 5 Prozent innerhalb der Stichprobe.

4.2. Vertrauen in Institutionen

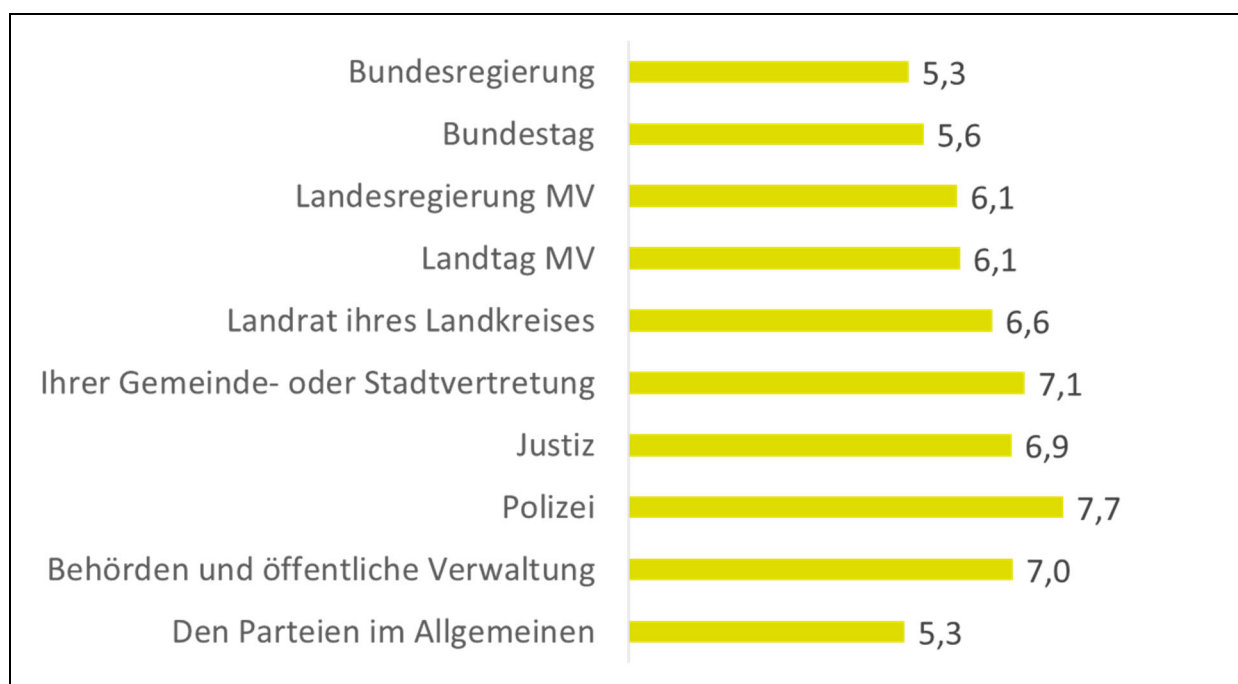
Die Einschätzung, inwieweit man gesellschaftlichen Institutionen auf einer Skala von 1 „vertraue überhaupt nicht“ bis 10 „vertraue voll und ganz“ vertrauen kann, zeichnet ein klares Bild: Polizei, Justiz, ihrer Gemeindevertretung und Verwaltung vertrauen die Menschen in Mecklenburg-Vorpommern am ehesten (Abbildung 45). „Je weiter weg“ die abgefragten politischen Institutionen



sich befinden, desto weniger Vertrauen wird ihnen entgegengebracht. Insgesamt wird den Parteien im Allgemeinen und der Bundesregierung am wenigsten Vertrauen geschenkt.

Mit Bezug auf Alter und vorhandene Parteipräferenzen zeigen sich in der Vertrauensfrage ähnliche Muster wie bei der Einschätzung der Glaubwürdigkeit von Informationsquellen: Jüngere unterscheiden sich in ihrer Reihenfolge kaum von den Älteren, aber ihr Vertrauen ist tendenziell etwas größer (Abbildung 46). Insgesamt äußern Anhänger der SPD und der Grünen gegenüber den abgefragten Institutionen das größte Vertrauen, Freunde der AfD das geringste, insbesondere gegenüber der Bundesregierung und dem Bundestag (Abbildung 47).

Abbildung 45: Vertrauen in Institutionen in MV (Mittelwerte)



Leibniz-Institut für Medienforschung | Hans-Bredow-Institut 2023

Frage: Bitte geben Sie zu jeder der folgenden öffentlichen Einrichtung oder Organisation an, wie sehr Sie persönlich jeder einzelnen davon vertrauen. Verwenden Sie bitte die nachfolgende Skala, auf der 10 „Vertraue voll und ganz“ und 1 „Vertraue überhaupt nicht“ bedeutet. Mit den Werten dazwischen können Sie Ihre Meinung abstufen: Der Bundesregierung; Dem Bundestag; Der Landesregierung Mecklenburg-Vorpommern; Dem Landtag Mecklenburg-Vorpommern; Dem Landrat ihres Landkreises; Der Gemeinde- oder Stadtvertretung Ihrer Gemeinde oder Stadt; Der Justiz; Der Polizei; Behörden und öffentliche Verwaltung; Den Parteien im Allgemeinen. Basis: n=1050.



Abbildung 46: Vertrauen in Institutionen in MV (nach Alter, Mittelwerte)

Nach Alter	16-19	20-29	30-49	50-69	70+	Gesamt
Bundesregierung	6,4	5,8	5,3	5,1	5,5	5,3
Bundestag	6,5	6,0	5,4	5,4	5,7	5,6
Landesregierung MV	6,6	5,9	6,0	5,9	6,5	6,1
Landtag MV	6,6	6,0	6,2	6,0	6,4	6,1
Landrat ihres Landkreises	7,3	7,1	6,6	6,4	6,8	6,6
Ihrer Gemeinde- oder Stadtvertretung	7,5	7,1	7,4	7,0	7,1	7,1
Justiz	8,1	7,4	7,1	6,7	6,6	6,9
Polizei	8,3	7,7	7,9	7,6	7,5	7,7
Behörden und öffentliche Verwaltung	7,9	7,0	7,2	6,7	6,8	7,0
Den Parteien im Allgemeinen	6,2	5,5	5,3	5,1	5,3	5,3

Leibniz-Institut für Medienforschung | Hans-Bredow-Institut 2023

Frage: Bitte geben Sie zu jeder der folgenden öffentlichen Einrichtung oder Organisation an, wie sehr Sie persönlich jeder einzelnen davon vertrauen. Verwenden Sie bitte die nachfolgende Skala, auf der 10 „Vertraue voll und ganz“ und 1 „Vertraue überhaupt nicht“ bedeutet. Mit den Werten dazwischen können Sie Ihre Meinung abstimmen: Der Bundesregierung; Dem Bundestag; Der Landesregierung Mecklenburg-Vorpommern; Dem Landtag Mecklenburg-Vorpommern; Dem Landrat ihres Landkreises; Der Gemeinde- oder Stadtvertretung Ihrer Gemeinde oder Stadt; Der Justiz; Der Polizei; Behörden und öffentliche Verwaltung; Den Parteien im Allgemeinen. Basis: n=1050.

Abbildung 47: Vertrauen in Institutionen in MV (nach Parteipräferenz, Mittelwerte)

Nach Parteipräferenz	Keine Partei	SPD	CDU/CSU	AfD	DIE LINKE	GRÜNE	Andere, k.A.	Gesamt
Bundesregierung	4,7	6,9	5,4	2,4	5,1	7,4	5,5	5,3
Bundestag	5,0	7,0	5,7	3,2	5,2	7,3	5,7	5,6
Landesregierung MV	5,7	7,3	5,7	4,5	6,6	6,6	6,5	6,1
Landtag MV	5,7	7,2	5,9	4,6	6,5	6,9	6,4	6,1
Landrat ihres Landkreises	6,2	7,6	6,7	5,1	7,2	7,1	6,6	6,6
Ihrer Gemeinde- oder Stadtvertretung	6,9	7,7	7,1	6,1	7,3	7,5	7,3	7,1
Justiz	6,6	7,8	6,9	5,2	6,7	8,2	7,2	6,9
Polizei	7,6	8,3	7,8	6,6	7,2	8,2	7,8	7,7
Behörden und öffentliche Verwaltung	6,7	7,6	7,1	5,3	6,8	8,0	7,1	7,0
Den Parteien im Allgemeinen	4,6	6,4	5,6	3,8	5,1	6,3	5,4	5,3

Leibniz-Institut für Medienforschung | Hans-Bredow-Institut 2023

Frage: Bitte geben Sie zu jeder der folgenden öffentlichen Einrichtung oder Organisation an, wie sehr Sie persönlich jeder einzelnen davon vertrauen. Verwenden Sie bitte die nachfolgende Skala, auf der 10 „Vertraue voll und ganz“ und 1 „Vertraue überhaupt nicht“ bedeutet. Mit den Werten dazwischen können Sie Ihre Meinung abstimmen: Der Bundesregierung; Dem Bundestag; Der Landesregierung Mecklenburg-Vorpommern; Dem Landtag Mecklenburg-Vorpommern; Dem Landrat ihres Landkreises; Der Gemeinde- oder Stadtvertretung Ihrer Gemeinde oder Stadt; Der Justiz; Der Polizei; Behörden und öffentliche Verwaltung; Den Parteien im Allgemeinen.

Frage: Viele Leute in der Bundesrepublik neigen längere Zeit einer bestimmten Partei zu, obwohl sie auch ab und zu eine andere Partei wählen. Wie ist das bei Ihnen: Welcher Partei neigen Sie zu? Antwortmöglichkeiten: SPD; CDU/CSU; AfD; Die Linke; FDP; Bündnis 90/ Die Grünen; Freie Wähler; Keine Partei; Eine andere Partei; Keine Angabe. Basis: n=1050.

*Einzeln ausgewiesen sind Parteien mit einem Präferenz-Anteil von über 5 Prozent innerhalb der Stichprobe.

4.3. Zufriedenheit mit der Demokratie

Neben der Glaubwürdigkeit von Informationsangeboten und dem Vertrauen in gesellschaftliche Institutionen, steht die Zufriedenheit mit der Demokratie im Fokus dieser Untersuchung. Insgesamt stimmen 60 Prozent der Einwohner Mecklenburg-Vorpommerns im Alter ab 16 Jahren der



Aussage eher oder voll und ganz zu, dass die Demokratie das politische System ist, welches am besten zu unserer Gesellschaft passt; 10 Prozent sehen das nicht so (Abbildung 48). Bei der Beantwortung der Frage nach der Zufriedenheit darüber, wie die Demokratie in Mecklenburg-Vorpommern funktioniert, sind die Befragten deutlich kritischer. 32 Prozent sind mit dem Funktionieren sehr oder eher zufrieden und knapp jeder Fünfte (19 %) ist eher oder sehr unzufrieden.

Hinsichtlich der Einschätzungen in den unterschiedlichen Altersgruppen zeigt sich, dass tendenziell mehr jüngere Menschen die Demokratie als das am besten geeignete System für unsere Gesellschaft begreifen als dies in den älteren Gruppen der Fall ist, aber dass es hinsichtlich der Zufriedenheit darüber, wie die Demokratie in Mecklenburg-Vorpommern funktioniert, kaum altersspezifische Unterschiede gibt (Abbildung 49).

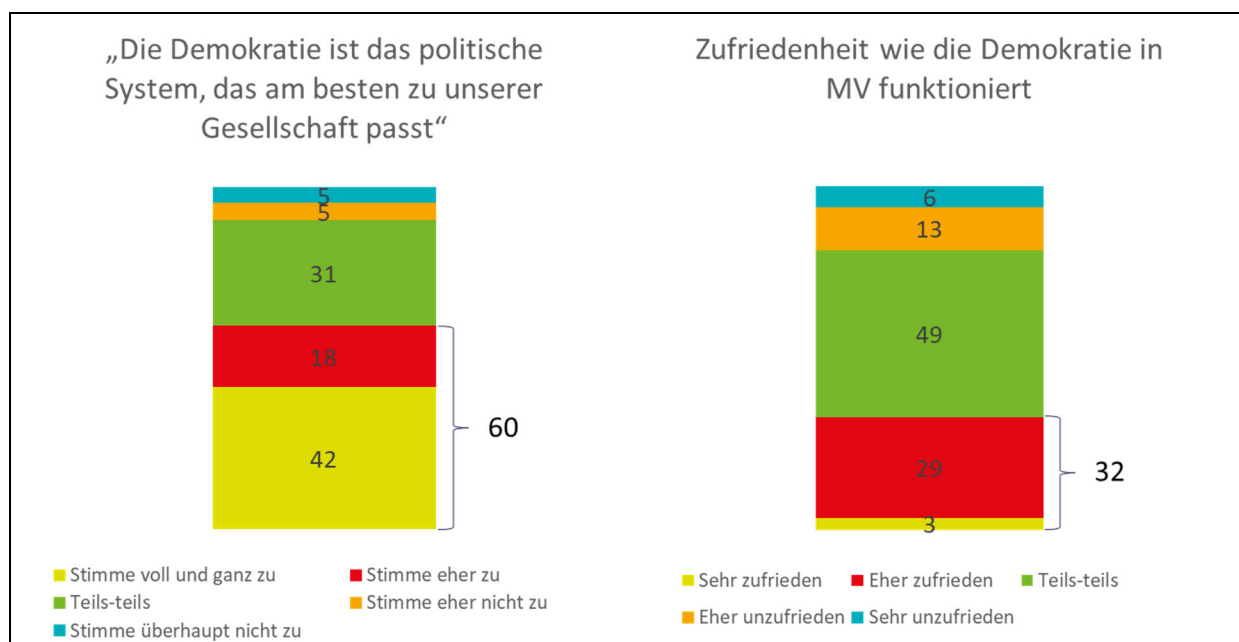
Mit Blick auf die Parteienaffinität wird deutlich, dass Anhänger der Grünen mit einem Anteil von 93 Prozent die größte Überzeugung aufweisen, bei der Demokratie handele es sich um das am besten geeignete politische System für unser Land (Abbildung 50). Im Vergleich dazu ist lediglich knapp jeder vierte Sympathisant der AfD dieser Meinung (24 %); 26 Prozent von ihnen stimmen dieser Aussage explizit nicht zu. Ein ähnliches Bild zeigt sich hinsichtlich der Zufriedenheit mit dem Funktionieren der Demokratie in Mecklenburg-Vorpommern. Die größte Unzufriedenheit besteht mit 56 Prozent innerhalb der Anhängerschaft der AfD. Von ihnen sind lediglich zehn Prozent zufrieden. Auch unter denjenigen, die keiner Partei zuneigen, ist die Zufriedenheit mit 23 Prozent sehr verhalten ausgeprägt. Die größten Anteile an zufriedenen Mitbürgern sind bei den Anhängern der Grünen (53 %) und der SPD (48 %) zu finden.

Dass die Zufriedenheit mit dem Funktionieren der Demokratie in Mecklenburg-Vorpommern etwas damit zu tun haben könnte, über welche Wege sich die Menschen informieren, kann an dieser Stelle nicht bestätigt werden. Die Anteile unter den Zufriedenen sowie den Teils-teils- und den Nicht-Zufriedenen, die die abgefragten Medienangebote nutzen, weisen keine großen Unterschiede oder klaren Muster auf (Abbildung 51). Etwas auffällig ist vielleicht die vergleichsweise geringere Nutzung von regionalen Informationsangeboten in Fernsehen, Radio und gedruckten Zeitungen sowie eine etwas weiter verbreitete Nutzung des Internets und sozialer Medien als Informationsquelle in der Teilgruppe der Unzufriedenen. Allerdings sind die Unterschiede zu gering, um ihnen in der sozialen Realität eine zu große Bedeutung beizumessen. Relevant ist vielmehr, dass der deutlich größte Anteil der Bevölkerung über klassische Informationsanbieter, wie die Nachrichten und Presseerzeugnisse on- und offline, sowie in persönlichen Gesprächen von regionalen Informationen erreicht wird.

Deutlich wird jedoch auch, dass diejenigen, die mit dem Funktionieren der Demokratie unzufrieden sind, den klassischen Informationsangeboten weniger Glaubwürdigkeit zuschreiben, insbesondere Informationen von Politikern. Zudem vertrauen sie politischen Institutionen deutlich weniger als die beiden zufriedeneren Vergleichsgruppen (Abbildung 52, Abbildung 53).



Abbildung 48: Zufriedenheit mit der Demokratie in MV (in Prozent)

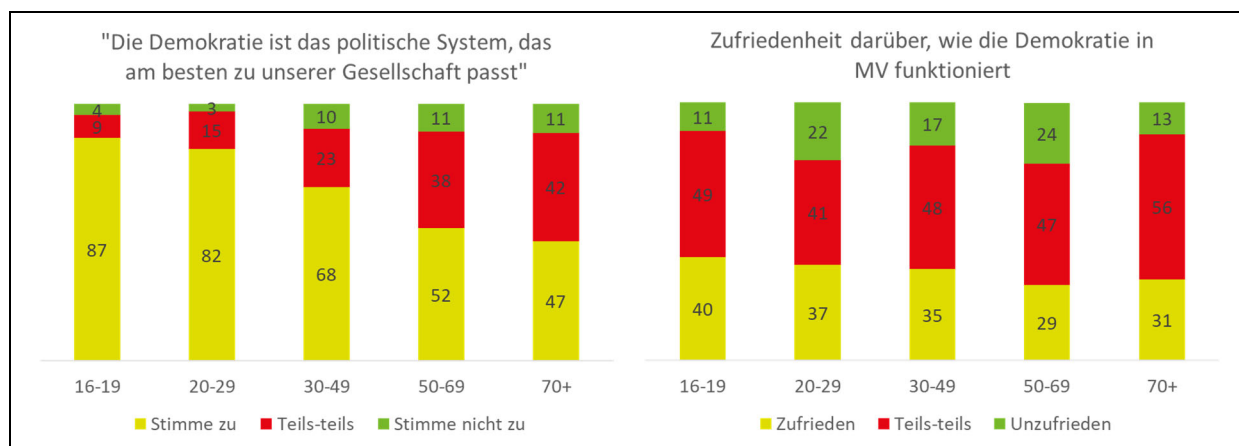


Leibniz-Institut für Medienforschung | Hans-Bredow-Institut 2023

Frage: Inwiefern stimmen Sie der folgenden Aussage zu? „Die Demokratie ist das politische System, das am besten zu unserer Gesellschaft passt.“ Antwortmöglichkeiten: Stimme überhaupt nicht zu; Stimme eher nicht zu; Teils-teils; Stimme eher zu; Stimme voll und ganz zu; Keine Angabe. Basis: n=1033.

Frage: Sind Sie mit der Art und Weise, wie die Demokratie in Mecklenburg-Vorpommern in der Praxis funktioniert, alles in allem sehr zufrieden, eher zufrieden, Teils-teils, eher unzufrieden oder sehr unzufrieden? Antwortmöglichkeiten: Sehr zufrieden; Eher zufrieden; Teils-teils; Eher unzufrieden; Sehr unzufrieden; Keine Angabe. Basis: n=1038.

Abbildung 49: Zufriedenheit mit der Demokratie in MV (nach Alter, in Prozent)

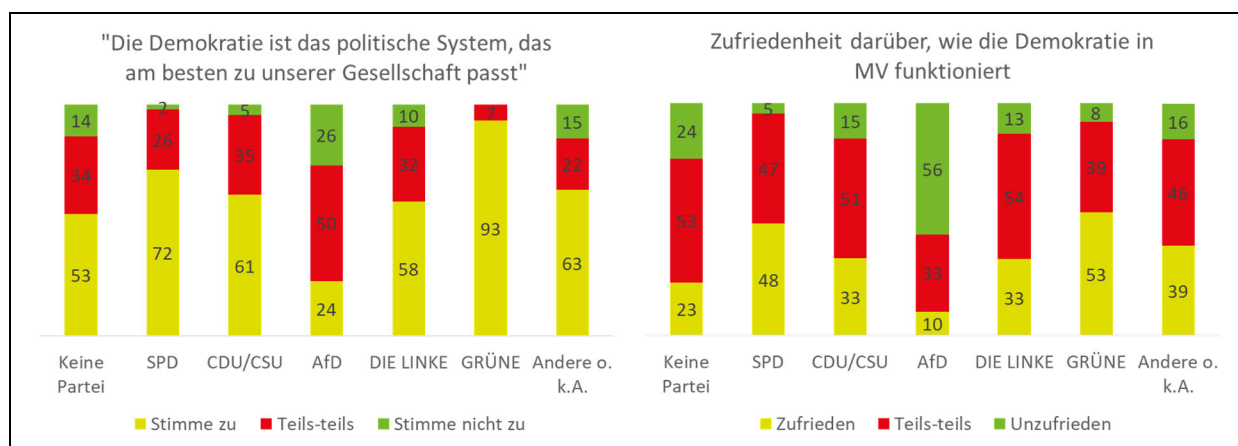


Leibniz-Institut für Medienforschung | Hans-Bredow-Institut 2023

Frage: Inwiefern stimmen Sie der folgenden Aussage zu? „Die Demokratie ist das politische System, das am besten zu unserer Gesellschaft passt.“ Antwortmöglichkeiten: Stimme überhaupt nicht zu; Stimme eher nicht zu; Teils-teils; Stimme eher zu; Stimme voll und ganz zu; Keine Angabe. Basis: n=1033.

Frage: Sind Sie mit der Art und Weise, wie die Demokratie in Mecklenburg-Vorpommern in der Praxis funktioniert, alles in allem sehr zufrieden, eher zufrieden, Teils-teils, eher unzufrieden oder sehr unzufrieden? Antwortmöglichkeiten: Sehr zufrieden; Eher zufrieden; Teils-teils; Eher unzufrieden; Sehr unzufrieden; Keine Angabe. Basis: n=1038.

Abbildung 50: Zufriedenheit mit der Demokratie in MV (nach Parteipräferenz*, in Prozent)



Leibniz-Institut für Medienforschung | Hans-Bredow-Institut 2023

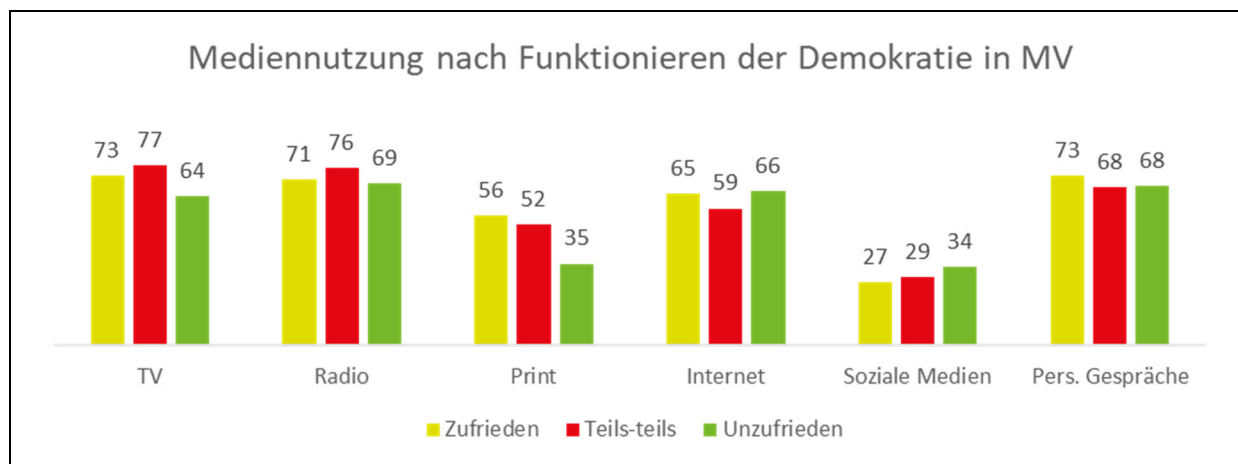
Frage: Inwiefern stimmen Sie der folgenden Aussage zu? „Die Demokratie ist das politische System, das am besten zu unserer Gesellschaft passt.“ Antwortmöglichkeiten: Stimme überhaupt nicht zu; Stimme eher nicht zu; Teils-teils; Stimme eher zu; Stimme voll und ganz zu; Keine Angabe. Basis: n=1033.

Frage: Sind Sie mit der Art und Weise, wie die Demokratie in Mecklenburg-Vorpommern in der Praxis funktioniert, alles in allem sehr zufrieden, eher zufrieden, Teils-teils, eher unzufrieden oder sehr unzufrieden? Antwortmöglichkeiten: Sehr zufrieden; Eher zufrieden; Teils-teils; Eher unzufrieden; Sehr unzufrieden; Keine Angabe. Basis: n=1038.

Frage: Viele Leute in der Bundesrepublik neigen längere Zeit einer bestimmten Partei zu, obwohl sie auch ab und zu eine andere Partei wählen. Wie ist das bei Ihnen: Welcher Partei neigen Sie zu? Antwortmöglichkeiten: SPD; CDU/CSU; AfD; Die Linke; FDP; Bündnis 90/ Die Grünen; Freie Wähler; Keine Partei; Eine andere Partei; Keine Angabe.

*Einzeln ausgewiesen sind Parteien mit einem Präferenz-Anteil von über 5 Prozent innerhalb der Stichprobe.

Abbildung 51: Mediennutzung nach Zufriedenheit mit der Demokratie in MV (mind. mehrfach pro Woche, in Prozent)



Leibniz-Institut für Medienforschung | Hans-Bredow-Institut 2023

Frage: Sind Sie mit der Art und Weise, wie die Demokratie in Mecklenburg-Vorpommern in der Praxis funktioniert, alles in allem sehr zufrieden, eher zufrieden, Teils-teils, eher unzufrieden oder sehr unzufrieden? Antwortmöglichkeiten: Sehr zufrieden; Eher zufrieden (zufrieden); Teils-teils; Eher unzufrieden; Sehr unzufrieden (unzufrieden); Keine Angabe.

Frage: Denken Sie nun bitte einmal daran, wie Sie sich über das aktuelle Geschehen und gesellschaftlich relevante Themen in Mecklenburg-Vorpommern informieren. Über welche der folgenden Quellen bzw. Wege erhalten Sie normalerweise wie häufig derartige Informationen? Antwortmöglichkeiten: TV; Radio; Gedruckte Zeitungen und Zeitschriften; Internet; Persönliche Gespräche. Häufigkeit: Mehrfach täglich; täglich; mehrfach pro Woche; seltener; nie; keine Angabe. Basis: n=1035-1048.

Abbildung 52: Glaubwürdigkeit von Informationsangeboten nach Zufriedenheit mit der Demokratie in MV (MW)

	Zufrieden	Teils-teils	Unzufrieden
Regionale Tageszeitung (on-/offline)	3,9	3,4	2,8
Boulevardpresse (on-/offline)	2,2	2,2	2,0
Überregionale Zeitungen/Zeitschriften (on-/offline)	3,6	3,1	2,6
Öffentlich-rechtlicher Rundfunk (on-/offline)	3,9	3,4	2,7
Privat-kommerzieller Rundfunk (on-/offline)	3,1	3,0	2,7
Bürgersender (Radio o. TV)	3,2	3,1	2,8
Angebote von staatlichen Stellen	3,9	3,3	2,5
Angebote von Politikern	2,9	2,6	2,0
YouTube	2,6	2,6	2,7
Facebook	2,1	2,3	2,3
Instagram	2,1	2,0	2,1
Twitter	2,0	2,0	1,8
TikTok	1,5	1,6	2,0
Telegram	1,8	2,0	2,2

Leibniz-Institut für Medienforschung | Hans-Bredow-Institut 2023

Frage: Sind Sie mit der Art und Weise, wie die Demokratie in Mecklenburg-Vorpommern in der Praxis funktioniert, alles in allem sehr zufrieden, eher zufrieden, Teils-teils, eher unzufrieden oder sehr unzufrieden? Antwortmöglichkeiten: Sehr zufrieden; Eher zufrieden; Teils-teils; Eher unzufrieden; Sehr unzufrieden; Keine Angabe.

Frage: Ich nenne Ihnen jetzt einige Informationsmöglichkeiten. Sagen Sie mir bitte jeweils, ob Sie diese für glaubwürdig oder für nicht glaubwürdig halten. Verwenden Sie bitte die nachfolgende Skala, auf der 5 „Äußerst glaubwürdig“ und 1 „Überhaupt nicht glaubwürdig“ bedeutet. Mit den Werten dazwischen können Sie Ihre Meinung abstufen: YouTube; Facebook; Instagram; Twitter; TikTok; Telegram. Basis: n=1038.

Abbildung 53: Vertrauen in Institutionen nach Zufriedenheit mit der Demokratie in MV (MW)

	Zufrieden	Teils-teils	Unzufrieden
Bundesregierung	6,8	5,2	3,1
Bundestag	7,0	5,4	3,7
Landesregierung MV	7,1	6,1	4,3
Landtag MV	7,2	6,1	4,4
Landrat ihres Landkreises	7,6	6,5	5,2
Ihrer Gemeinde- oder Stadtvertretung	8,0	7,0	6,1
Justiz	8,1	6,8	5,5
Polizei	8,5	7,6	6,9
Behörden und öffentliche Verwaltung	7,9	6,8	5,7
Den Parteien im Allgemeinen	6,3	5,3	3,8

Leibniz-Institut für Medienforschung | Hans-Bredow-Institut 2023

Frage: Sind Sie mit der Art und Weise, wie die Demokratie in Mecklenburg-Vorpommern in der Praxis funktioniert, alles in allem sehr zufrieden, eher zufrieden, Teils-teils, eher unzufrieden oder sehr unzufrieden? Antwortmöglichkeiten: Sehr zufrieden; Eher zufrieden; Teils-teils; Eher unzufrieden; Sehr unzufrieden; Keine Angabe.

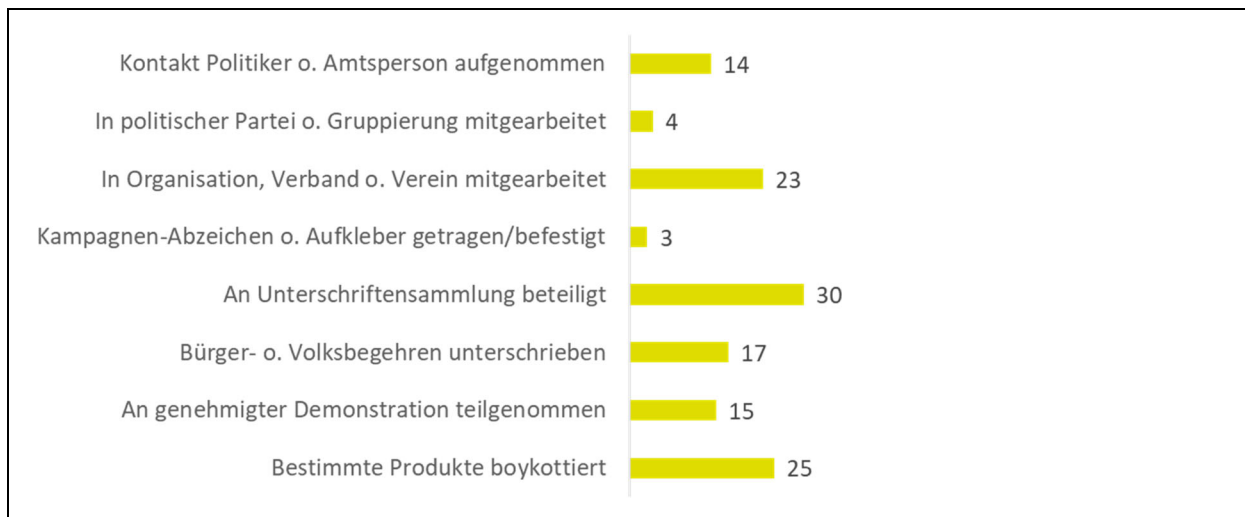
Frage: Bitte geben Sie zu jeder der folgenden öffentlichen Einrichtung oder Organisation an, wie sehr Sie persönlich jeder einzelnen davon vertrauen. Verwenden Sie bitte die nachfolgende Skala, auf der 10 „Vertraue voll und ganz“ und 1 „Vertraue überhaupt nicht“ bedeutet. Mit den Werten dazwischen können Sie Ihre Meinung abstufen: Der Bundesregierung; Dem Bundestag; Der Landesregierung Mecklenburg-Vorpommern; Dem Landtag Mecklenburg-Vorpommern; Dem Landrat ihres Landkreises; Der Gemeinde- oder Stadtvertretung Ihrer Gemeinde oder Stadt; Der Justiz; Der Polizei; Behörden und öffentliche Verwaltung; Den Parteien im Allgemeinen. Basis: n=1038.



4.4. Gesellschaftspolitische Beteiligung

Eine funktionierende Demokratie hat immer etwas mit gesamtgesellschaftlicher Beteiligung und Mitgestaltung zu tun. Die abgefragte Auswahl an Möglichkeiten, sich gesellschaftspolitisch zu beteiligen, zeigt, dass knapp jeder Dritte (30 %) innerhalb des vergangenen Jahres an einer Unterschriftensammlung teilgenommen und jeder Vierte bestimmte Produkte boykottiert (25 %) hat (Abbildung 54). In den mittleren Altersgruppen ist diese Möglichkeit mitzugestalten am höchsten ausgeprägt. Die jüngste Altersgruppe der 16- bis 19-Jährigen ist vergleichsweise eher aktiv bei der Mitarbeit in einem Verein oder in einer Organisation (36 %) oder Partei oder politischen Gruppierung (9 %)(Abbildung 55). Insgesamt sagen vier Prozent der Befragten, in einer Partei oder politischen Gruppierung mitgearbeitet zu haben.

Abbildung 54: Gesellschaftspolitische Beteiligung in MV (in Prozent)

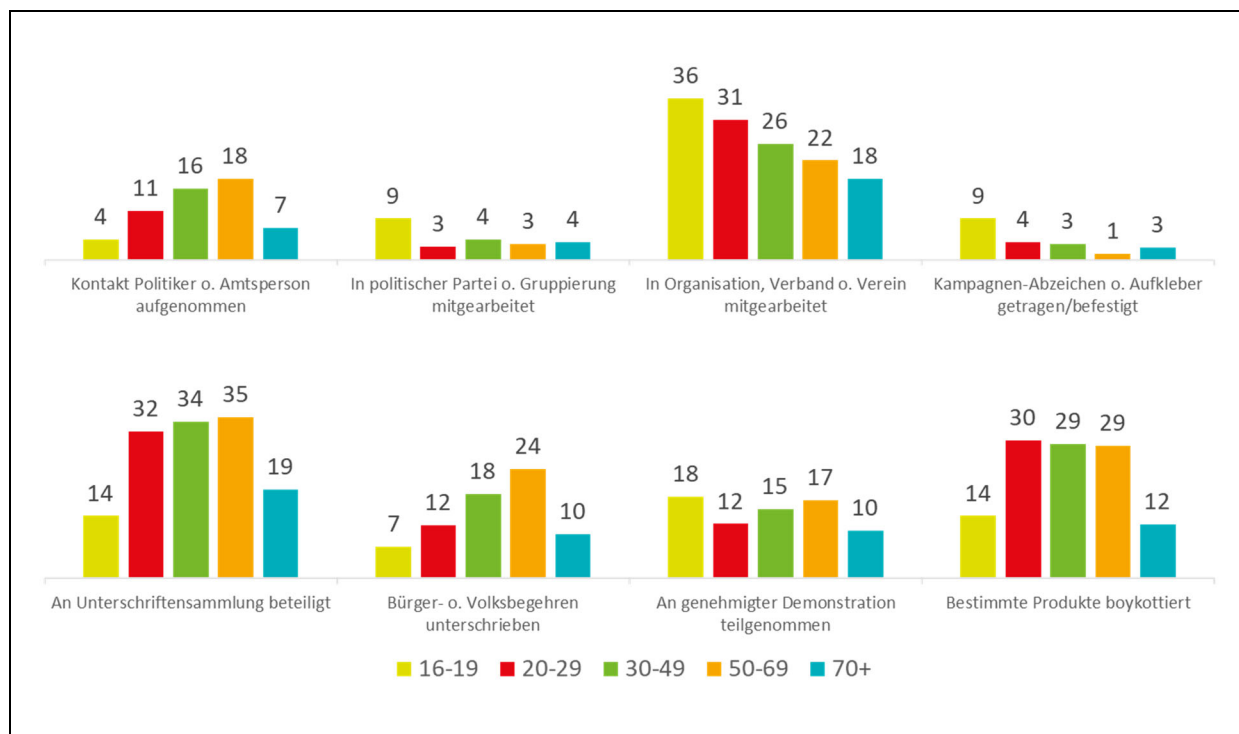


Leibniz-Institut für Medienforschung | Hans-Bredow-Institut 2023

Frage: Es gibt verschiedene Möglichkeiten, mit denen man versuchen kann, etwas in Deutschland zu verbessern oder zu verhindern, dass sich etwas verschlechtert. Haben Sie im Verlauf der letzten 12 Monate: Kontakt zu einem Politiker oder einer Amtsperson aufgenommen?; In einer politischen Partei oder Gruppierung mitgearbeitet?; In einer anderen Organisation oder in einem anderen Verband oder Verein mitgearbeitet?; Ein Abzeichen oder einen Aufkleber einer politischen Kampagne getragen oder irgendwo befestigt?; Sich an einer Unterschriftensammlung beteiligt?; Ein Bürgerbegehren oder Volksbegehren unterschrieben; An einer genehmigten öffentlichen Demonstration teilgenommen?; Bestimmte Produkte boykottiert? Basis: n=1045-1050.



Abbildung 55: Gesellschaftspolitische Beteiligung in MV (nach Alter, in Prozent)



Leibniz-Institut für Medienforschung | Hans-Bredow-Institut 2023

Frage: Es gibt verschiedene Möglichkeiten, mit denen man versuchen kann, etwas in Deutschland zu verbessern oder zu verhindern, dass sich etwas verschlechtert. Haben Sie im Verlauf der letzten 12 Monate: Kontakt zu einem Politiker oder einer Amtsperson aufgenommen?; In einer politischen Partei oder Gruppierung mitgearbeitet?; In einer anderen Organisation oder in einem anderen Verband oder Verein mitgearbeitet?; Ein Abzeichen oder einen Aufkleber einer politischen Kampagne getragen oder irgendwo befestigt?; Sich an einer Unterschriftensammlung beteiligt?; Ein Bürgerbegehren oder Volksbegehren unterschrieben; An einer genehmigten öffentlichen Demonstration teilgenommen?; Bestimmte Produkte boykottiert? Basis: n=1045-1050.

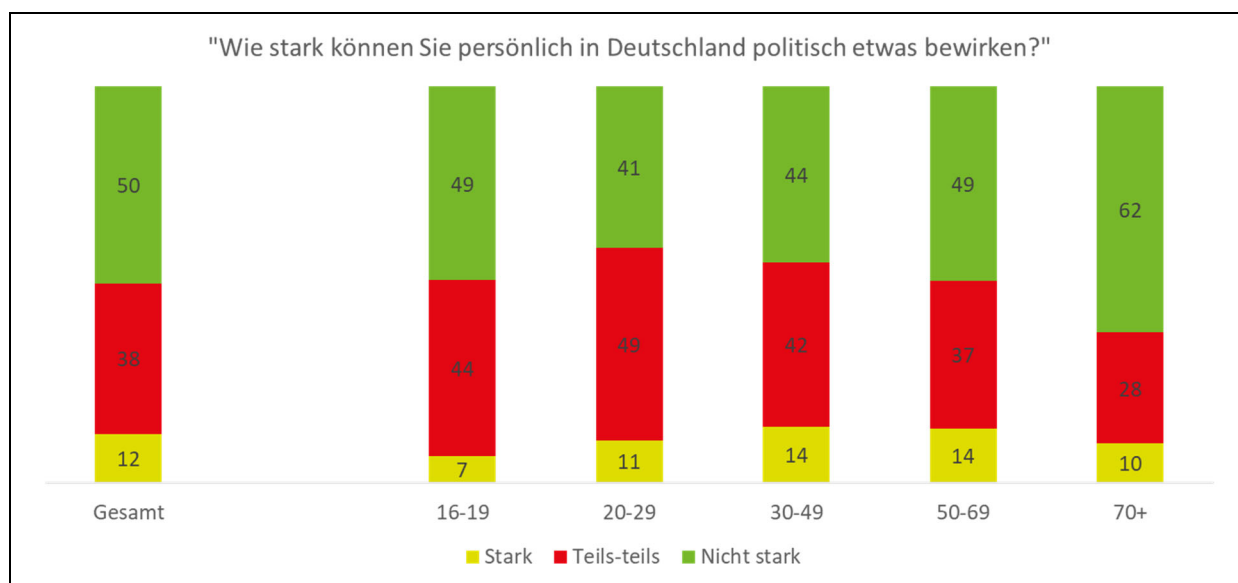
4.5. Selbstwirksamkeit

Der Ansicht, politisch in Deutschland etwas bewirken zu können, sind zwölf Prozent der Befragten. Die Hälfte (50 %) der über 16-jährigen Einwohner Mecklenburg-Vorpommerns ist der Meinung, dass ihre Wirksamkeit nicht besonders stark ist (Abbildung 56). Am größten ist der Anteil derjenigen, die eine Selbstwirksamkeit vermissen, unter den Anhängern der AfD (65 %) und denjenigen, die keiner Partei zuneigen (58 %)(Abbildung 57).

Die Wahrnehmung, inwieweit man als Person politisch tatsächlich mitwirken kann, steht in enger Verbindung mit der Zufriedenheit darüber, wie die Demokratie in Mecklenburg-Vorpommern funktioniert. Von denjenigen, die der Ansicht sind, sie könnten eher oder sehr stark politisch etwas bewirken, sind über die Hälfte (51 %) zufrieden darüber, wie die Demokratie in ihrem Bundesland funktioniert; unzufrieden sind elf Prozent von ihnen (Abbildung 58). Von denjenigen, die meinen, ihr Tun hätte kaum Auswirkungen auf die politische Gestaltung des Lebens in Deutschland, ist lediglich jeder Vierte mit dem Funktionieren der Demokratie in Mecklenburg-Vorpommern zufrieden, während ein ähnlicher großer Anteil explizit seine Unzufriedenheit äußert.



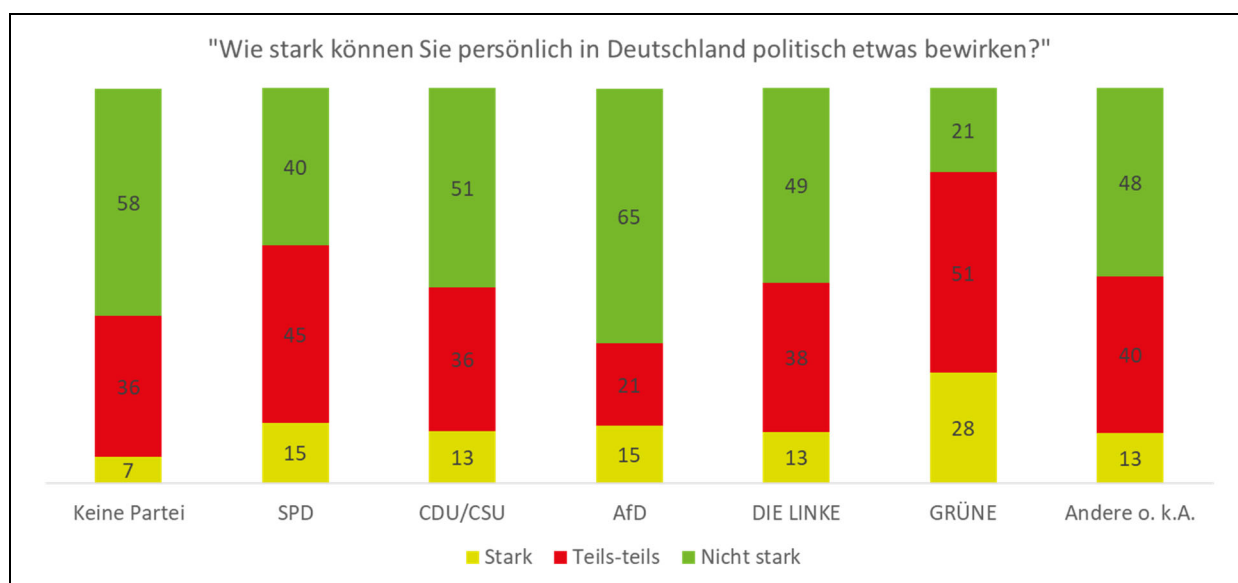
Abbildung 56: Selbstwirksamkeit in MV (nach Alter, in Prozent)



Leibniz-Institut für Medienforschung | Hans-Bredow-Institut 2023

Frage: Was würden Sie sagen, wie stark können Sie persönlich in Deutschland politisch etwas bewirken, z. B. durch die Teilnahme an Demonstrationen oder Unterschriftenaktionen, durch Parteimitarbeit oder ähnliches? Antwortmöglichkeiten: Sehr stark; Eher stark (stark); Teils-teils; Nicht so stark; Gar nicht stark (nicht stark); Keine Angabe. Basis: n=1041.

Abbildung 57: Selbstwirksamkeit in MV (nach Parteipräferenz*, in Prozent)



Leibniz-Institut für Medienforschung | Hans-Bredow-Institut 2023

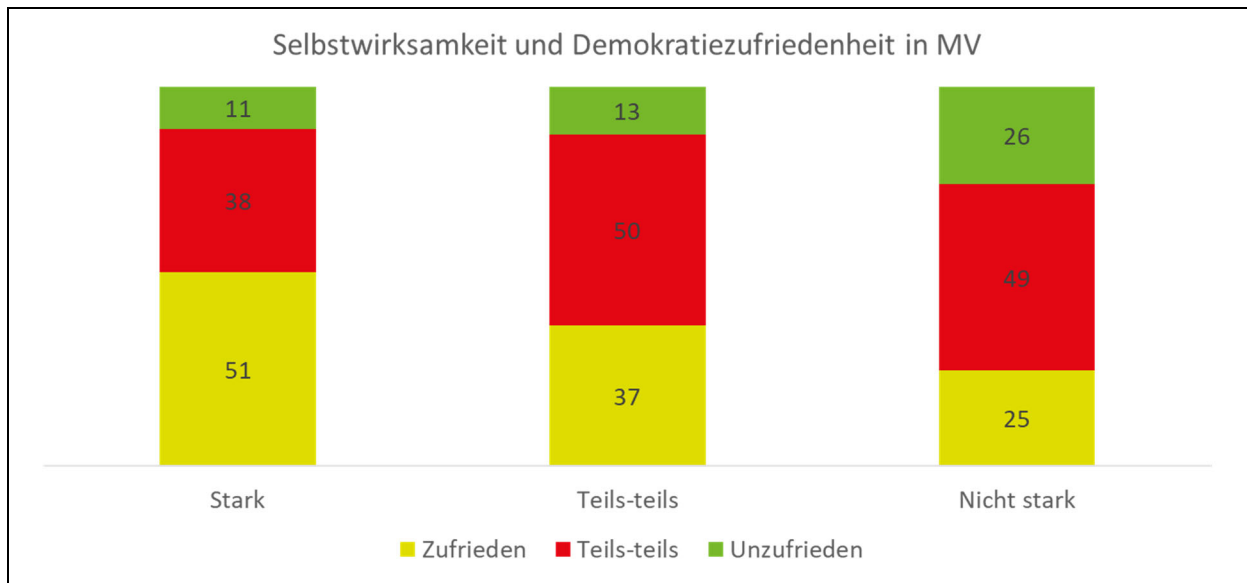
Frage: Was würden Sie sagen, wie stark können Sie persönlich in Deutschland politisch etwas bewirken, z. B. durch die Teilnahme an Demonstrationen oder Unterschriftenaktionen, durch Parteimitarbeit oder ähnliches? Antwortmöglichkeiten: Sehr stark; Eher stark (stark); Teils-teils; Nicht so stark; Gar nicht stark (nicht stark); Keine Angabe. Basis: n=1041.

Frage: Viele Leute in der Bundesrepublik neigen längere Zeit einer bestimmten Partei zu, obwohl sie auch ab und zu eine andere Partei wählen. Wie ist das bei Ihnen: Welcher Partei neigen Sie zu? Antwortmöglichkeiten: SPD; CDU/CSU; AfD; Die Linke; FDP; Bündnis 90/ Die Grünen; Freie Wähler; Keine Partei; Eine andere Partei; Keine Angabe.

*Einzelne ausgewiesen sind Parteien mit einem Präferenz-Anteil von über 5 Prozent innerhalb der Stichprobe.



Abbildung 58: Selbstwirksamkeit nach Demokratiezufriedenheit in MV (in Prozent)



Leibniz-Institut für Medienforschung | Hans-Bredow-Institut 2023

Frage: Was würden Sie sagen, wie stark können Sie persönlich in Deutschland politisch etwas bewirken, z. B. durch die Teilnahme an Demonstrationen oder Unterschriftenaktionen, durch Parteimitarbeit oder ähnliches? Antwortmöglichkeiten: Sehr stark; Eher stark (stark); Teils-teils; Nicht so stark; Gar nicht stark (nicht stark); Keine Angabe. Basis: n=1041.

Frage: Sind Sie mit der Art und Weise, wie die Demokratie in Mecklenburg-Vorpommern in der Praxis funktioniert, alles in allem sehr zufrieden, eher zufrieden, Teils-teils, eher unzufrieden oder sehr unzufrieden? Antwortmöglichkeiten: Sehr zufrieden; Eher zufrieden (zufrieden); Teils-teils; Eher unzufrieden; Sehr unzufrieden (unzufrieden); Keine Angabe. Basis: n=1038.



5. Zusammenfassung und Handlungsmöglichkeiten

Die meisten Einwohner Mecklenburg-Vorpommerns sind an dem, was in ihrem Bundesland passiert, interessiert und informieren sich recht klassisch in Radio und Fernsehen; bei den Jüngeren spielen zudem das Internet und soziale Medien eine Rolle. Aber auch online sind es zum einen ebenfalls hauptsächlich die Informationen etablierter Nachrichtenanbieter aus Rundfunk und Presse, die genutzt werden, und zum anderen erhält nur ein ausgesprochen kleiner Teil der Menschen seine Informationen ausschließlich aus sozialen Medien. In den Daten wurden keine Hinweise darauf gefunden, dass bedenkenswert viele Menschen sich gar nicht oder ausschließlich in sozialen Medien informieren.

Zudem zeigt sich, dass viele Menschen neben medienvermittelten Informationen das Geschehen um sie herum auch im eigenen Erleben und in Gesprächen mit Familie, Freunden und Bekannten erfahren. Dies betrifft z. B. die Auswirkungen von Migrationspolitik und Energiekrise. Das sind die beiden Themen, die die Menschen in Mecklenburg-Vorpommern gegenwärtig als am wichtigsten erachten. Zudem taucht immer wieder der Vorwurf mangelnder Transparenz auf und das Gefühl, nicht mehr zu wissen, was und wem man glauben kann. Oft ist von Vertrauensverlusten, Glaubwürdigkeitsproblemen und dem Übergehen der Einwohner die Rede.

Diese Kritik an der Politik spiegelt sich auch in den Vertrauenswerten gegenüber demokratischen Institutionen. Während Polizei und Justiz ein vergleichsweise großes Vertrauen besitzen, wird den Parteien im Allgemeinen, der Bundesregierung und dem Bundestag, genauso wie der Landesregierung und dem Landtag deutlich weniger Vertrauen geschenkt. Den Reden von Politikern wird neben Boulevardmedien die geringste Glaubwürdigkeit zugesprochen. Die höchste Glaubwürdigkeit haben der öffentlich-rechtliche Rundfunk und die regionalen Tageszeitungen, auch wenn in sozialen Medien mitunter ein anderes Bild entsteht. Dies wiederum mag darauf zurückzuführen sein, dass dort zum einen nur vergleichsweise kleine Anteile der Bevölkerung ihre Meinung kundtun, und zum anderen Sympathisanten der AfD am kommentierfreudigsten sind. Ihre Anhänger äußern im Vergleich die deutlich geringste Glaubwürdigkeit gegenüber etablierten Medien und das niedrigste Vertrauen gegenüber demokratischen Institutionen. Aber es sind nicht nur Anhänger der AfD, die unzufrieden damit sind, wie die Demokratie in Mecklenburg-Vorpommern funktioniert. Insbesondere Menschen, die keiner Partei zuneigen, äußern sich kritisch. Unzufriedenheit mit dem Funktionieren der Demokratie geht einher mit mangelndem Vertrauen in demokratische Institutionen und eine den Medien zugeschriebene fehlende Glaubwürdigkeit.

Dennoch informieren sich auch die Unzufriedenen nicht wesentlich anders als diejenigen, die mit dem Funktionieren zufriedener sind. Etablierte Anbieter aus Radio, Fernsehen und Presse dienen den meisten als Informationsquellen, on- oder offline, ergänzt durch persönliche Gespräche. Neben mangelndem Vertrauen in Parteien und Regierung steht die Wahrnehmung, inwieweit man selbst politisch etwas bewirken kann, in enger Verbindung mit der Demokratiezufriedenheit. Menschen, die der Meinung sind, ihr Tun hätte Auswirkungen auf die Gestaltung der Gesellschaft, sind deutlich zufriedener als diejenigen, die sich machtlos und übergangen fühlen.

Die Studie gibt im Kern drei Hinweise für mehr Demokratiezufriedenheit in Mecklenburg-Vorpommern: (1) Medien sollten durch Glaubwürdigkeit auch ihre Skeptiker überzeugen. (2) Regierung und Parteien ist angeraten, mehr Transparenz ihres Handelns herzustellen, genauso wie eine geringere Distanz zu den normalen Menschen, ihrem Alltag und ihren Sorgen. (3) Menschen sollten nicht nur informiert werden, sondern auch die Möglichkeit bekommen mitzugestalten. Eine Bevölkerung, die wahrgenommen wird und das Gefühl hat, ihr Handeln entfalte Wirksamkeit, ist die zufriedenste.



Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1:	Interesse am aktuellen Geschehen (in Prozent)	9
Abbildung 2:	Interesse am aktuellen Geschehen (nach Alter, in Prozent)	10
Abbildung 3:	Gattungen und Häufigkeiten zum aktuellen Geschehen in MV (in Prozent)	11
Abbildung 4:	Gattungen und Häufigkeiten zum aktuellen Geschehen in MV (nach Alter, in Prozent)	12
Abbildung 5:	Mediennutzung nach Interesse (mind. Mehrfach pro Woche, in Prozent)	13
Abbildung 6:	TV-Nutzung zum aktuellen Geschehen in MV (nach Alter, in Prozent)	14
Abbildung 7:	TV-Nutzung zum aktuellen Geschehen in MV – Anbieter (in Prozent)	14
Abbildung 8:	TV-Nutzung zum aktuellen Geschehen in MV – Anbieter (nach Alter, in Prozent)	15
Abbildung 9:	Radio-Nutzung zum aktuellen Geschehen in MV (nach Alter, in Prozent)	16
Abbildung 10:	Radio-Nutzung zum aktuellen Geschehen in MV – Anbieter (in Prozent)	16
Abbildung 11:	Radio-Nutzung zum aktuellen Geschehen in MV – Anbieter (nach Alter, in Prozent)	17
Abbildung 12:	Print-Nutzung zum aktuellen Geschehen in MV (nach Alter, in Prozent)	18
Abbildung 13:	Print-Nutzung zum aktuellen Geschehen in MV – Anbieter (in Prozent)	19
Abbildung 14:	Print-Nutzung zum aktuellen Geschehen in MV – Anbieter (nach Alter, in Prozent)	19
Abbildung 15:	Internet-Nutzung zum aktuellen Geschehen in MV (nach Alter, in Prozent)	20
Abbildung 16:	Internet-Nutzung zum aktuellen Geschehen in MV – Angebote (in Prozent)	21
Abbildung 17:	Internet-Nutzung zum aktuellen Geschehen in MV – Angebote (nach Alter, in Prozent)	22
Abbildung 18:	Internet-Nutzung zum aktuellen Geschehen in MV – Angebote (nach Alter, in Prozent, Gesamt)	23
Abbildung 19:	Soziale Medien zum aktuellen Geschehen in MV – Verwendete Plattformen (in Prozent)	24
Abbildung 20:	Soziale Medien zum aktuellen Geschehen in MV – Abonnierte Akteure (in Prozent)	25
Abbildung 21:	Internet und Soziale Medien zum aktuellen Geschehen in MV – Exklusiv (in Prozent, Gesamt)	25
Abbildung 22:	Partizipation im Internet zum aktuellen Geschehen in MV – Exklusiv (nach Alter, in Prozent)	26
Abbildung 23:	Internet und Soziale Medien zum aktuellen Geschehen in MV – Exklusiv (in Prozent, Gesamt)	27
Abbildung 24:	Rezeptionspräferenzen im Internet zum aktuellen Geschehen in MV (in Prozent)	27
Abbildung 25:	Rezeptionspräferenzen im Internet zum aktuellen Geschehen in MV (nach Alter, in Prozent)	28
Abbildung 26:	Rezeptionspräferenzen im Internet zum aktuellen Geschehen in MV (nach Bildung, in Prozent)	29
Abbildung 27:	Zeitbezug bei Audio- und Video-Beiträgen im Internet (nach Alter, in Prozent)	30
Abbildung 28:	Zeitbezug bei Audio- und Video-Beiträgen im Internet (nach Erwerb, in Prozent)	31



Abbildung 29: Persönliche Gespräche zum aktuellen Geschehen in MV (nach Alter, in Prozent)	32
Abbildung 30: Persönliche Gespräche zum aktuellen Geschehen in MV – Quellen (in Prozent)	32
Abbildung 31: Persönliche Gespräche zum aktuellen Geschehen in MV – Quellen (nach Alter, in Prozent)	33
Abbildung 32: Wege zu regionalen Informationen in MV (in Prozent)	34
Abbildung 33: Wege zu regionalen Informationen in MV (mind. mehrfach pro Woche, nach Alter, in Prozent)	35
Abbildung 34: Beispielantworten zum gegenwärtig wichtigsten Problem in MV	36
Abbildung 35: Kategorisierte Themen zum gegenwärtig wichtigsten Problem in MV (Top 10, in Prozent)	37
Abbildung 36: Beispielantworten zu den Informationsquellen bzgl. der wichtigsten Probleme in MV	37
Abbildung 37: Kategorisierte Antworten zu den Informationsquellen – Informationsweg (in Prozent)	38
Abbildung 38: Kategorisierte Antworten zu den Informationsquellen – Anbieter (in Prozent)....	38
Abbildung 39: Glaubwürdigkeit von Informationsangeboten in MV (Mittelwerte).....	40
Abbildung 40: Glaubwürdigkeit von Informationsangeboten in MV (nach Alter, Mittelwerte)....	40
Abbildung 41: Glaubwürdigkeit von Informationsangeboten in MV (nach Parteipräferenz, Mittelwerte).....	41
Abbildung 42: Glaubwürdigkeit von Informationsangeboten in MV – Soziale Medien (Mittelwerte)	41
Abbildung 43: Glaubwürdigkeit von Informationsangeboten in MV – Soziale Medien (nach Alter, Mittelwerte)	42
Abbildung 44: Glaubwürdigkeit von Informationsangeboten in MV – Soziale Medien (nach Parteipräferenz, MW)	42
Abbildung 45: Vertrauen in Institutionen in MV (Mittelwerte).....	43
Abbildung 46: Vertrauen in Institutionen in MV (nach Alter, Mittelwerte).....	44
Abbildung 47: Vertrauen in Institutionen in MV (nach Parteipräferenz, Mittelwerte).....	44
Abbildung 48: Zufriedenheit mit der Demokratie in MV (in Prozent).....	46
Abbildung 49: Zufriedenheit mit der Demokratie in MV (nach Alter, in Prozent).....	46
Abbildung 50: Zufriedenheit mit der Demokratie in MV (nach Parteipräferenz*, in Prozent).....	47
Abbildung 51: Mediennutzung nach Zufriedenheit mit der Demokratie in MV (mind. mehrfach pro Woche, in Prozent)	47
Abbildung 52: Glaubwürdigkeit von Informationsangeboten nach Zufriedenheit mit der Demokratie in MV (MW)	48
Abbildung 53: Vertrauen in Institutionen nach Zufriedenheit mit der Demokratie in MV (MW).....	48
Abbildung 54: Gesellschaftspolitische Beteiligung in MV (in Prozent).....	49
Abbildung 55: Gesellschaftspolitische Beteiligung in MV (nach Alter, in Prozent).....	50
Abbildung 56: Selbstwirksamkeit in MV (nach Alter, in Prozent)	51
Abbildung 57: Selbstwirksamkeit in MV (nach Parteipräferenz*, in Prozent)	51
Abbildung 58: Selbstwirksamkeit nach Demokratiezufriedenheit in MV (in Prozent)	52

