

Weniger Informationslust und niedriges Vertrauen

Junge Erwachsene und Politik im Zeitalter von Fake-News und verändernder Medienlandschaft

Das Wichtigste in Kürze

easyvote-Politikmonitor 2017

Studie im Auftrag des Dachverbands Schweizer Jugendparlamente, Oktober/November 2017

Im Auftrag von:



DSJ FSPJ FSPG

Dachverband Schweizer Jugendparlamente
Fédération Suisse des Parlements des Jeunes
Federazione Svizzera dei Parlamenti dei Giovani

Forschungsinstitut:



Bern, 03. April 2018
Copyright by gfs.bern
Publikation: 09. April 2018

Die 12 wichtigsten Punkte in Kürze

Übersicht

Der Dachverband Schweizer Jugendparlamente DSJ hat sich zum Ziel gesetzt, die Beteiligung junger Bürgerinnen und Bürger am politischen Prozess der Schweiz zu erhöhen. Zu diesem Zweck wurde das gfs.bern seit 2014 bereits zum dritten Mal mit einer Studie zur politischen Partizipation der jungen Erwachsenen in der Schweiz beauftragt. Mit dem easyvote-Politikmonitor wird die Haltung Jugendlicher in der Schweiz zur Politik erfasst. Zugleich werden die Angebote von easyvote hinsichtlich ihrer Nützlichkeit für die Zielgruppe evaluiert.

Auf Basis der Resultate 2014 wurde das easyvote-Modell zur Steigerung der Stimm- und Wahlbeteiligung gestaltet, welches jährlich auf der Grundlage der Resultate überprüft wird.

Datenbasis Die Grundlage der vorliegenden Auswertung bildet eine Befragung von 1271 SchülerInnen mit einem Durchschnittsalter von knapp 18 Jahren aus fünfzehn ausgewählten Kantonen im Oktober und November 2017. Die Resultate der insgesamt 1271 Befragten wurden in einem fünfstufigen Verfahren gewichtet.

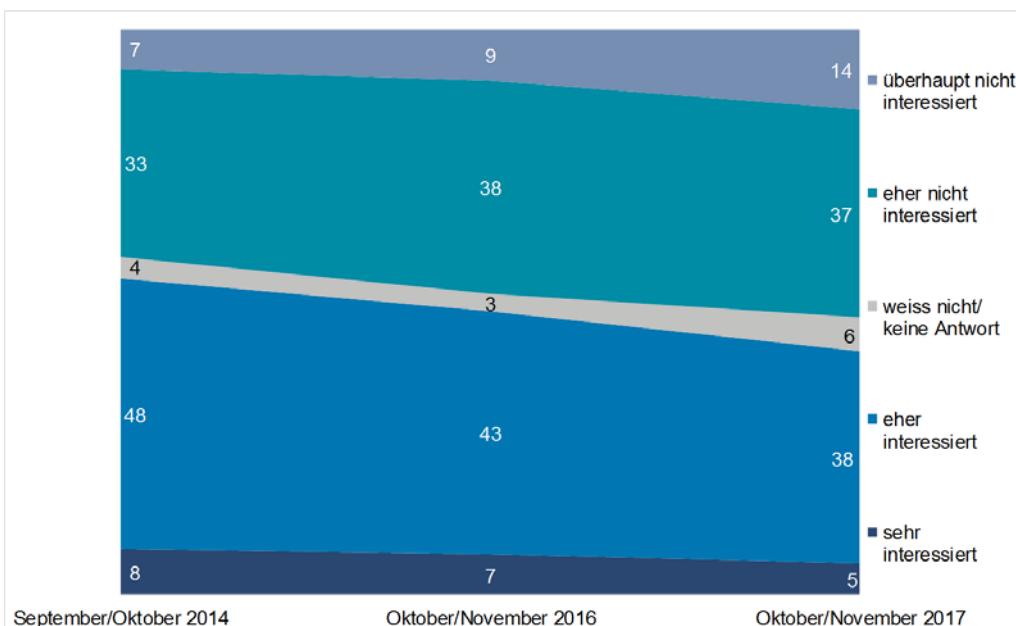
1. Interesse Politik Schweiz und Welt

Ziemlich genau die Hälfte der Schweizer Jugendlichen zwischen 15 und 25 Jahren interessiert sich für weltweite Politik (48%). Für Schweizer Politik liegt das Interesse etwas tiefer (43%). Besonders relevant ist: Während das Interesse an Weltpolitik über die drei Befragungsjahre einigermaßen konstant bleibt, nimmt das Interesse an Schweizerpolitik innerhalb der letzten drei Jahre eindeutig ab.

Grafik 1

Trend Interesse Schweizer Politik

"Im Allgemeinen, wie sehr interessierst du dich für Schweizer Politik?"
in % SchülerInnen zwischen 15 und 25 Jahren



© gfs.bern, easyvote-Politikmonitor, 3. Welle, Oktober/November 2017 (N₂₀₁₄ = 1308, N₂₀₁₆ = 1477, N₂₀₁₇ = 1271)

2. Nach Ausnahmejahr 2016 Rückkehr zum Normalzustand

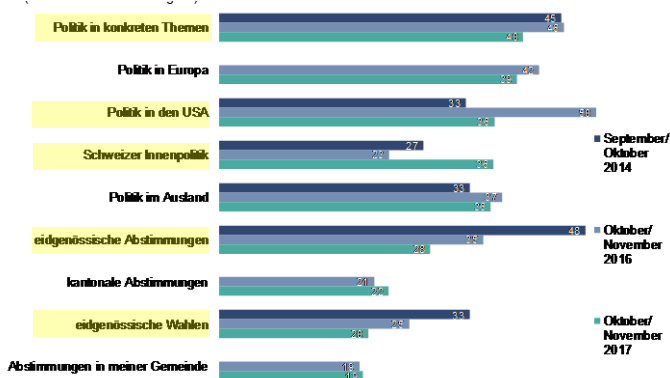
Die Analyse über die Zeit zeigt, dass die öffentliche Agenda, und damit auch die Medien, das Interesse von Jungen stark mitprägen. Im Jahr 2014, dem Jahr der Masseneinwanderungsinitiative, interessierten sich die befragten Jungen am meisten für den Themenbereich der eidgenössischen Abstimmungen. 2016 war "Politik in den USA" der Themenbereich, der die Jugendlichen am meisten interessierte. 2016 war ein weltpolitisch äusserst bewegtes Jahr. Das hinterliess auch im Politikmonitor seine Spuren. Wo 2016 die Aufmerksamkeit und das Interesse besonders gross war, ist 2017 dagegen die Rückkehr zum Normalzustand zu beobachten. Im Vergleich zum letzten Befragungsjahr nimmt das geäusserte Interesse an politischen Themen in fast allen Themengebieten ab.

Grafik 2

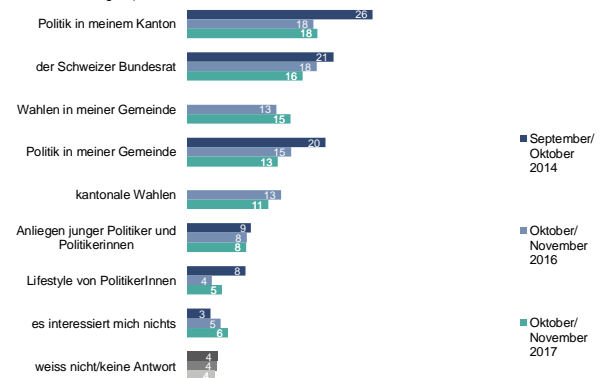
Trend Filter interessierendes politisches Themengebiet (2/2)

"Welche politischen Themengebiete interessieren dich?"

Basis: in % SchülerInnen zwischen 15 und 25 Jahren, die sich über das politische Geschehen informieren (Mehrfachantworten möglich)



© gfs.bern, easyvote-Politikmonitor, 3. Welle, Oktober/November 2017 (n₂₀₁₄ = 1147, n₂₀₁₆ = 1326, n₂₀₁₇ = 1094)



© gfs.bern, easyvote-Politikmonitor, 3. Welle, Oktober/November 2017 (n₂₀₁₄ = 1147, n₂₀₁₆ = 1326, n₂₀₁₇ = 1094)

3. Ereignisse, die politisch prägen

Werden Junge gefragt, welche Ereignisse sie im Leben politisch geprägt haben, ergeben sich drei zentrale Themenbereiche:

- Die Wahl von "starken Figuren" (meist Präsidenten) auf der ganzen Welt. Donald Trump sticht auch hier wieder aus der Masse, genannt wurde beispielsweise aber auch Recep Tayyip Erdogan oder Präsidenten Frankreichs.
- Die Ausländer- und Flüchtlingsfrage
- Kontroverse Volksabstimmungen wie jene zur Masseneinwanderungs- oder Minarettinitiative

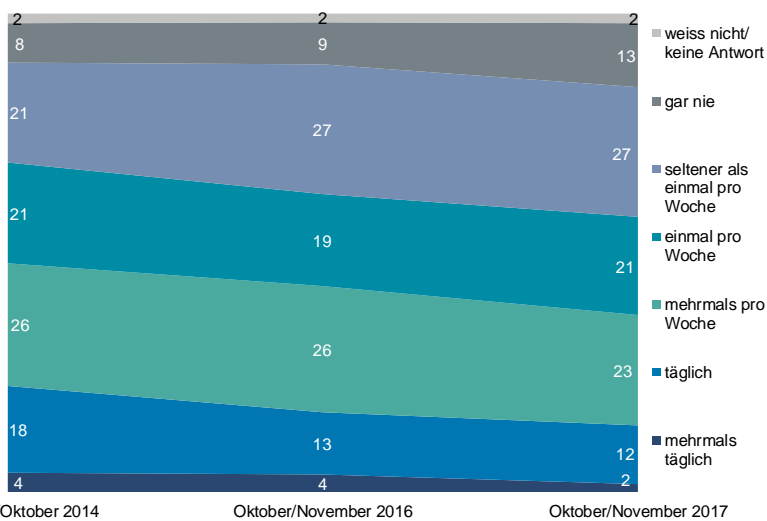
4. Sinkende Informationshäufigkeit

Die Regelmässigkeit mit der sich Jugendliche in den Medien über das politische Geschehen im Allgemeinen informieren hat 2017 erneut abgenommen. Als wichtigster Ort der Informationsbeschaffung steht die Schule klar an erster Stelle. Klassische Medien wie Zeitungen sind dagegen weniger wichtig und büssen im Vergleich zu 2016 klar an Wichtigkeit ein. Eine Verschiebung weg von den klassischen und hin zu den neuen Medien wie Twitter, Facebook oder Instagram ist aber auch nicht einfach zu beobachten. Im Gegenteil: Facebook verzeichnet einen mindestens ebenso starken Relevanzverlust wie die klassischen Medien.

Grafik 3

Trend Häufigkeit Information politisches Geschehen

"Wie regelmässig informierst du dich in den Medien über das politische Geschehen im Allgemeinen?"
in % SchülerInnen zwischen 15 und 25 Jahren



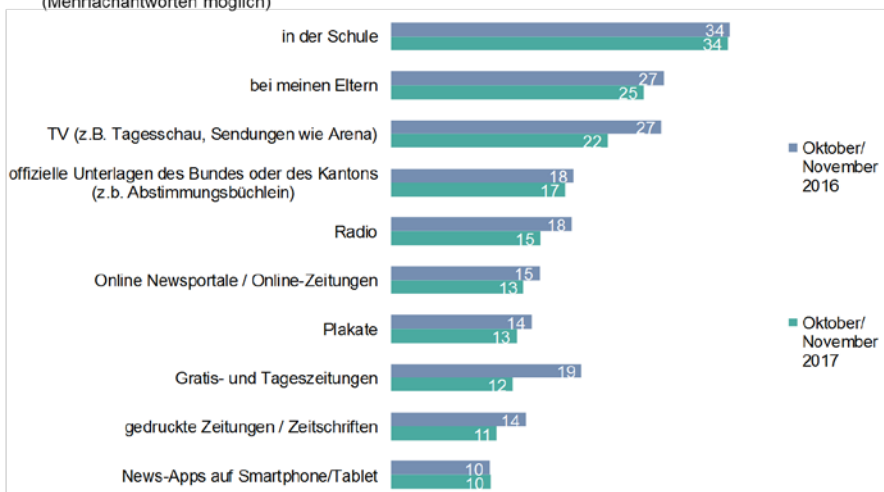
© gfs.bern, easyvote-Politikmonitor, 3. Welle, Oktober/November 2017 (N₂₀₁₄ = 1308, N₂₀₁₆ = 1477, N₂₀₁₇ = 1271)

Grafik 4

Trend Informationskanäle (1/3)

"Bitte gebe so genau wie möglich an, über welche Kanäle du dich über die Abstimmungen vom 25. September 2016/24. September 2017 informiert hast."

Basis: in % SchülerInnen zwischen 15 und 25 Jahren
(Mehrfachantworten möglich)



© gfs.bern, easyvote-Politikmonitor, 3. Welle, Oktober/November 2017 (N₂₀₁₆ = 1477, N₂₀₁₇ = 1271)

5. easyvote-Angebote werden wichtiger und nützlicher

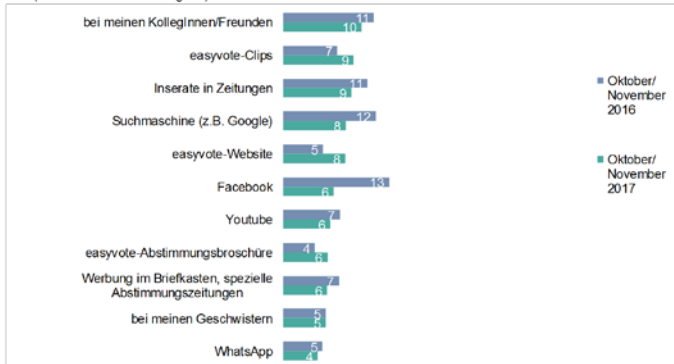
Die einzigen Informationskanäle, die an Wichtigkeit dazugewinnen, sind jene aus dem Portfolio von easyvote: Die easyvote-Clips werden wichtiger, die Website und die Abstimmungsbroschüre ebenso. Die Angebote von easyvote stehen auch an der Spitze, wenn es um die Bewertung der Nützlichkeit für die Meinungsbildung bei Abstimmungen geht.

Grafik 5

Trend Informationskanäle (2/3)

"Bitte gebe so genau wie möglich an, über welche Kanäle du dich über die Abstimmungen vom 25. September 2016/24. September 2017 informiert hast."

Basis: in % SchülerInnen zwischen 15 und 25 Jahren (Mehrfachantworten möglich)

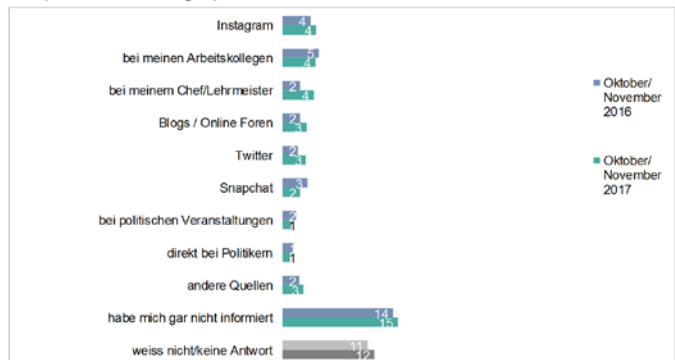


© gfs.bern, easyvote-Politikmonitor, 3. Welle, Oktober/November 2017 (N₂₀₁₆ = 1477, N₂₀₁₇ = 1271)

Trend Informationskanäle (3/3)

"Bitte gebe so genau wie möglich an, über welche Kanäle du dich über die Abstimmungen vom 25. September 2016/24. September 2017 informiert hast."

Basis: in % SchülerInnen zwischen 15 und 25 Jahren (Mehrfachantworten möglich)



© gfs.bern, easyvote-Politikmonitor, 3. Welle, Oktober/November 2017 (N₂₀₁₆ = 1477, N₂₀₁₇ = 1271)

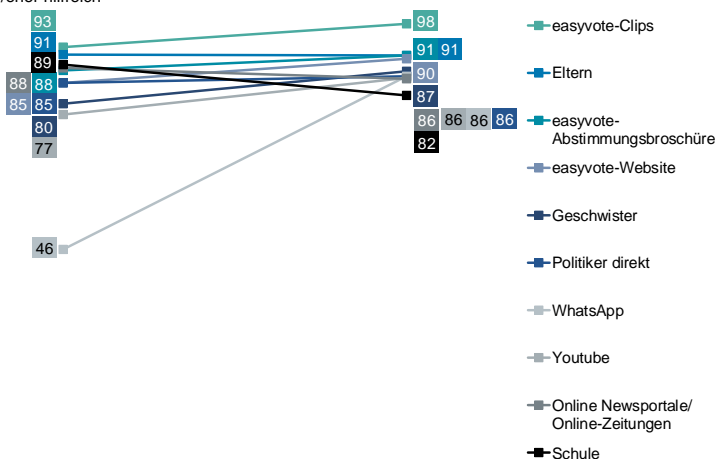
Die easyvote-Clips schneiden bezüglich ihrer Nützlichkeit vor der Abstimmung am 24. September 2017 am besten ab. Diejenigen Befragten, welche die Clips nutzen, beurteilten diese zu 98 Prozent als sehr oder eher hilfreich. An zweiter Stelle folgt – zusammen mit den Eltern – die easyvote-Abstimmungsbroschüre. Am deutlichsten zulegen konnte WhatsApp, der stärkste Verlust in der Nützlichkeit hingegen erfuhr die Schule. Da WhatsApp bezüglich der Nutzung nur eine geringe Rolle spielt, sind die Fallzahlen dazu in dieser Auswertung auch tief und grosse Veränderungen mit Vorsicht zu interpretieren. Die Schule ist hingegen die meist genutzte Informationsquelle. Dass die Nützlichkeit hier so klar zurückgeht, ist problematisch.

Grafik 6

Trend Filter Hilfe Meinungsbildung (1/3)

"Wie hilfreich waren für dich die Informationsquellen, um dir deine eigene Meinung zu bilden?"

in % SchülerInnen zwischen 15 und 25 Jahren, welche die jeweilige Informationsquelle nutzen, Anteil "sehr/eher hilfreich"



Oktober/November 2016 Oktober/November 2017
© gfs.bern, easyvote-Politikmonitor, 3. Welle, Oktober/November 2017
(n₂₀₁₆ variabel zwischen 19 und 482, n₂₀₁₇ variabel zwischen 21 und 446)

6. Kein Vertrauen in die Medien

Die schwierigere Stellung der Medien zeigt sich auch beim Vertrauen, das Junge verschiedenen Akteuren bei politischen Themen entgegenbringen. Lediglich 17 Prozent geben an, Journalistinnen und Journalisten zu vertrauen. Damit landen die Medien im Ranking auf dem letzten von 13 Plätzen, knapp hinter den Führungspersonen aus der Wirtschaft.

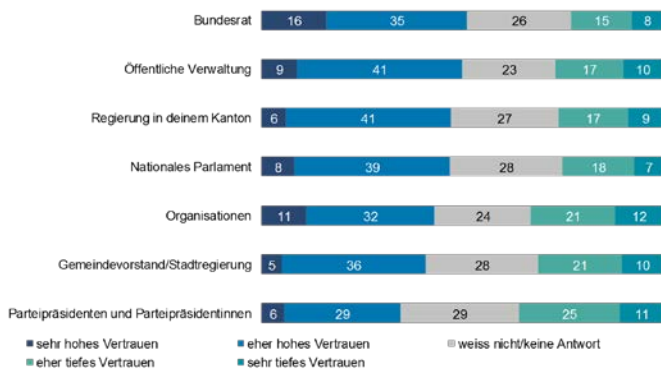
Das ist insofern bedenklich, als dass das politische System der Schweiz als Milizsystem auf der Involvierung von Personen aus der Privatwirtschaft basiert und diesen Austausch auch als Stärke gesehen wird. Für die Befragten sind diese beiden Welten offensichtlich stärker getrennt, als dies für die meinungsbildende Elite der Schweiz der Fall ist.

Grafik 7

Vertrauen in Personen und Organisationen (1/2)

"Wie beurteilst du dein Vertrauen in folgende Personen oder Organisationen, wenn es um politische Themen geht?"

in % SchülerInnen zwischen 15 und 25 Jahren

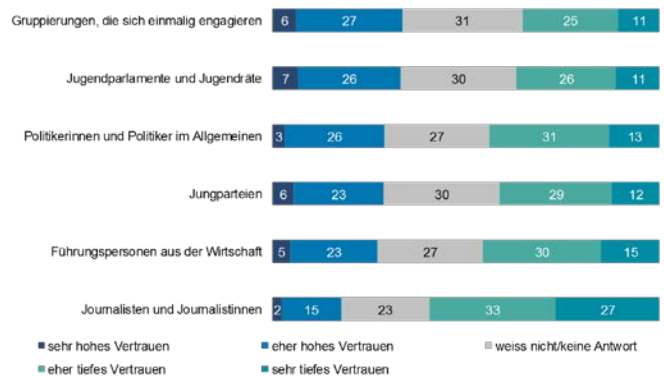


© gfs.bern, easyvote-Politmonitor, 3. Welle, Oktober/November 2017 (N = 1271)

Vertrauen in Personen und Organisationen (2/2)

"Wie beurteilst du dein Vertrauen in folgende Personen oder Organisationen, wenn es um politische Themen geht?"

in % SchülerInnen zwischen 15 und 25 Jahren



© gfs.bern, easyvote-Politmonitor, 3. Welle, Oktober/November 2017 (N = 1271)

Vorderhand drängen sich zwei Interpretationsweisen für diesen tiefen Wert auf:

Zum einen wandelte sich die mediale Landschaft in den letzten Jahren rapide. Die Vormachtstellung einiger weniger Leitmedien traditioneller Prägung wird immer mehr untergraben und an ihre Stelle rücken verschiedene (webbasierte) Informationskanäle – seien dies Facebook, Twitter, internationale Informationsdienste wie BuzzFeed oder das stark auf ein eher junges Publikum ausgerichtete Nachrichtenportal Watson. Die Aufgabe, politische Informationen zur Verfügung zu stellen und zu interpretieren wird so immer breiter verteilt.

Zum anderen wurde im Kampf um die US-Präsidentschaft 2016 nicht nur mit allen möglichen politischen Konventionen gebrochen, sondern auch die Rolle und der Stellenwert der Medien radikal hinterfragt. Die Begriffe "Fake News" oder "alternative Realitäten" schafften innert kürzester Zeit den Sprung über den Atlantik sowie auch ins Vokabular und Verständnis der Schweizer Bevölkerung.

Sowohl der Medienwandel als auch die Bereitschaft zur objektiven und wahrheitsgetreuen Berichterstattung führt dazu, dass die Funktion des Journalisten als Prüfer und Aufbereiter politischer Informationen immer mehr ausgehöhlt wird und unter Druck gerät – was sich zwangsläufig auch auf das Vertrauen auswirkt.

Knapp über 50 Prozent Vertrauen haben die jungen Schweizerinnen und Schweizer vor allem in den Bundesrat und in die öffentliche Verwaltung.

7. Nutzen der Politik wird gesehen

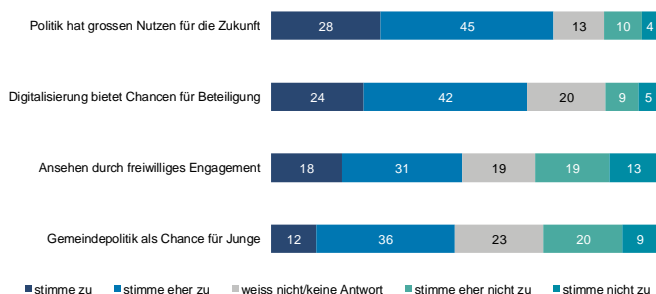
Das Interesse an Politik ist zwar rückläufig, dennoch ist aus den Antworten zu den Hal- tungsfragen zur Politik keine pauschale Politikverdrossenheit zu erkennen. Unabhängig von der eigenen Bereitschaft zum Engagement stimmt eine klare Mehrheit der Jugend- lichen dem Argument zu, dass Politik einen grossen Nutzen für die Zukunft habe. Zwei Drittel sind ebenso überzeugt, dass die Digitalisierung grosse Chancen für die Beteiligung bietet.

Grafik 8

Haltung zur Politik allgemein (1/2)

"Nun geht es um deine Haltung zur Politik im Allgemeinen. Stimmt du folgenden Aussagen zu?"

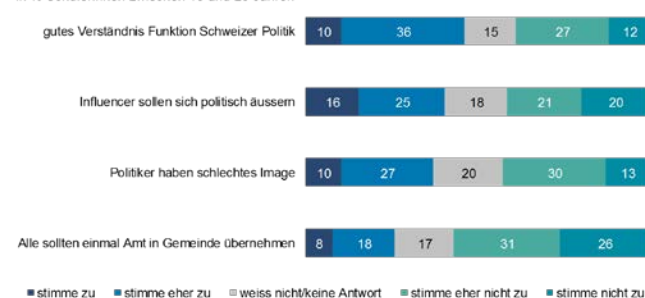
Politik hat grossen Nutzen für die Zukunft: "Die Politik hat einen grossen Nutzen für die Zukunft der Schweiz."
Digitalisierung bietet Chancen für Beteiligung: "Die Digitalisierung bietet grosse Chancen für die politische Beteiligung der BürgerInnen."
Ansehen durch freiwilliges Engagement: "Jugendliche, die sich freiwillig in der Politik engagieren, haben bei mir ein hohes Ansehen."
Gemeindepolitik als Chance für Junge: "Die Politik in der Gemeinde/Stadt bietet jungen Erwachsenen die beste Möglichkeit, ihre Interessen einzubringen und etwas zu bewirken."
 in % SchülerInnen zwischen 15 und 25 Jahren



Haltung zur Politik allgemein (2/2)

"Nun geht es um deine Haltung zur Politik im Allgemeinen. Stimmt du folgenden Aussagen zu?"

gutes Verständnis Funktion Schweizer Politik: "Ich glaube, ein recht gutes Verständnis davon zu haben, wie Politik in der Schweiz funktioniert."
Influencer sollen sich politisch äussern: "Influencer sollen sich auch zu politischen Themen äussern. (Influencer = Personen, die viele Follower in den Sozialen Medien haben)"
Politiker haben schlechtes Image: "PolitikerInnen und Politiker haben für mich grundsätzlich ein schlechtes Image."
Alle sollten einmal Amt in Gemeinde übernehmen: "Alle Bürger und Bürgerinnen sollten sich einmal im Leben in seiner Gemeinde durch die Übernahme eines Amtes engagieren. (z. B. in der Schulkommission, Gemeindevorstand etc.)"
 in % SchülerInnen zwischen 15 und 25 Jahren



© gfs.bern, easyvote-Politmonitor, 3. Welle, Oktober/November 2017 (N = 1271)

© gfs.bern, easyvote-Politmonitor, 3. Welle, Oktober/November 2017 (N = 1271)

8. Argumente für und gegen die Teilnahme an Abstimmungen

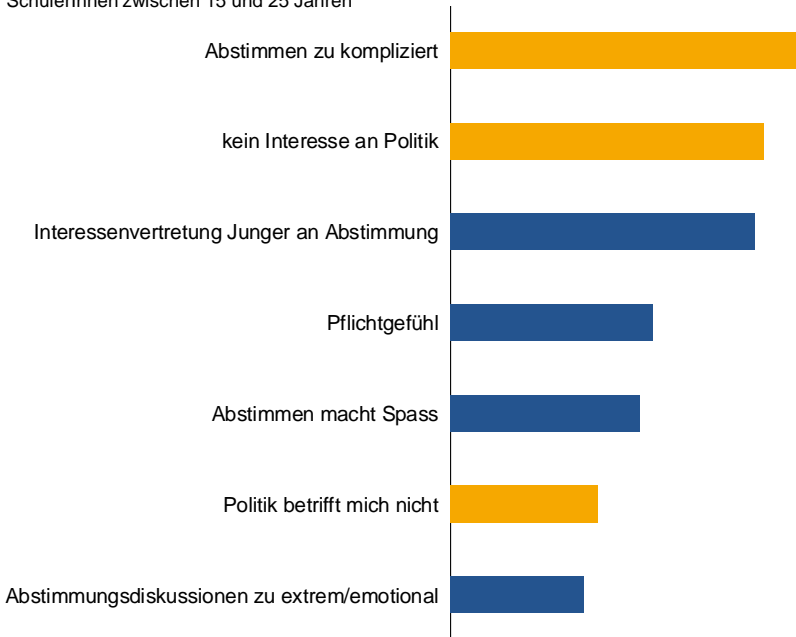
Für das Abstimmen spricht in den Augen der Jugendlichen nach wie vor primär die Inte- ressensvertretung Junger an Abstimmungen und die Möglichkeit, die Zukunft bestim- men zu können. Befragt man die Jugendlichen zu den Argumenten, die für sie gegen eine Teilnahme an Abstimmungen sprechen, gibt eine Mehrheit an, dass ihnen die Spra- che zu kompliziert sei, Abstimmungen Probleme nicht lösen würden oder sie keine Zeit dafür hätten. Nur für eine Minderheit, aber dennoch ein substantieller Anteil, ist das Versagen von Politik und Politiker, das fehlende Interesse an Politik oder die Skepsis ge- genüber der exakten Umsetzung des Volkswillens ein Grund, nicht teilzunehmen.

Am stärksten negativ auf die Teilnahmebereitschaft wirkt sich aus, wenn man dem Ar- gument zustimmt, Abstimmen sei zu kompliziert. Der zweitwichtigste negative Treiber ist das fehlende Interesse an Politik. Mangelnde Betroffenheit spielt ebenfalls eine sig- nifikante, wenn auch weniger starke Rolle, für das Fernbleiben am Abstimmungsson- tag.

Das stärkste Argument für eine Teilnahme ist hingegen die Motivation, die Interessen der Jungen an einer Abstimmung vertreten zu wollen. Das allgemeine Pflichtgefühl oder die Freude am Abstimmen zählen ebenfalls zu den positiven Treibern. Der, auf den ers- ten Blick, etwas kontraintuitive Befund, dass "zu" emotionale und extreme Abstim- mungsdiskussionen einen positiven Effekt auf die Beteiligung haben, lässt sich so ein- ordnen, dass Emotionalität für die Teilnahmebereitschaft Jugendlicher zentral ist. Ein Befund, der sich so bereits im letztjährigen Politikmonitor als prägend herausstellte.

Einfluss auf Teilnahme nächste eidgenössische Abstimmung nach Argumenten zur Abstimmungsteilnahme

SchülerInnen zwischen 15 und 25 Jahren



© gfs.bern, easyvote-Politikmonitor, 3. Welle, Oktober/November 2017 (N = 1271), Erklärungsgrad 33%

9. Grössere Bereitschaft zur Teilnahme an Demonstrationen

Während sich viele vorstellen können, an einer Abstimmung teilzunehmen oder eine Petition zu unterschreiben, nimmt die Bereitschaft zur Partizipation ab, je mehr "Commitment" eine Aktivität erfordert. Klar angestiegen ist dagegen die Bereitschaft, an einer Demonstration teilzunehmen. Auch dies ist vor dem Hintergrund medialer und politischer Aktivitäten zu lesen. Nach der Wahl von Präsident Trump entfachte sich, ausgehend von den USA, ein weltweiter Protestmoment, der sich in Aktionen wie dem "Womens March" auch in der Schweiz bemerkbar machte und offenbar seine Spuren auch bei der Jugend hinterlässt.

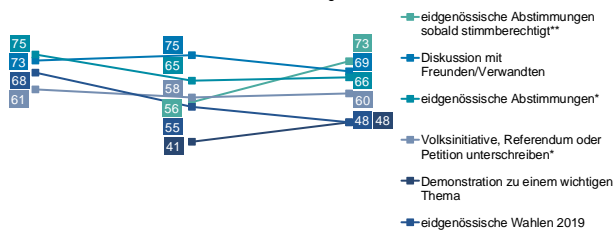
Grafik 10

Trend politische Aktivitäten und Gruppierungen (1/4)

"In der folgenden Auflistung findest du einige politische Aktivitäten oder Gruppierungen. Bitte gib an, wie wahrscheinlich es ist, dass du dich daran beteiligst oder mitmachst:"

- eidgenössische Abstimmungen sobald stimmberechtigt*** "an der ersten Abstimmung, an der ich stimmberechtigt bin"
- Diskussion mit Freunden/Verwandten** "an einer Diskussion mit Freunden oder Verwandten über politische Themen teilnehmen"
- eidgenössische Abstimmungen**** "an den nächsten eidgenössischen Abstimmungen"
- Volksinitiative, Referendum oder Petition unterschreiben** "für eine Volksinitiative, ein Referendum oder eine Petition unterschreiben, damit ein Thema zur Abstimmung kommt bzw. ein Thema von den Politikern aufgenommen wird"
- Demonstration zu einem wichtigen Thema** "an einer Demonstration zu einem für mich wichtigen Thema teilnehmen"
- eidgenössische Wahlen 2019** "an den nächsten eidgenössischen Wahlen im Oktober 2019"

in % SchülerInnen zwischen 15 und 25 Jahren, Anteil "beteiligte mich bestimmt/eher"



September/Oktober 2014 Oktober/November 2016 Oktober/November 2017

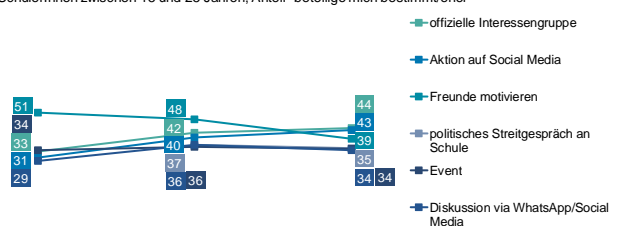
2014: falls stimmberechtigt, * falls stimmberechtigt, ** falls noch nicht stimmberechtigt
© gfs.bern, easyvote-Politikmonitor, 3. Welle, Oktober/November 2017 (n₂₀₁₄ = 493, N₂₀₁₆ = 1477, N₂₀₁₇ = 1271)

Trend politische Aktivitäten und Gruppierungen (2/4)

"In der folgenden Auflistung findest du einige politische Aktivitäten oder Gruppierungen. Bitte gib an, wie wahrscheinlich es ist, dass du dich daran beteiligst oder mitmachst:"

- offizielle Interessengruppe** "in einer offiziellen Interessengruppe (beispielsweise WWF), die sich langfristig für meine politischen Interessen engagiert"
- Aktion auf Social Media** "an einer Aktion auf Social Media teilnehmen"
- Freunde motivieren** "Freunde motivieren an Wahlen und Abstimmungen teilzunehmen, unabhängig der Meinung"
- politisches Streitgespräch an Schule** "an einem Streitgespräch zwischen PolitikerInnen (Podiumsdiskussion) in meiner Schule teilnehmen"
- Event** "an einem Event teilnehmen, das Spass und politische Aktion vereint"
- Diskussion via WhatsApp/Social Media** "an einer Diskussion via WhatsApp/soziale Medien über politische Themen teilnehmen"

in % SchülerInnen zwischen 15 und 25 Jahren, Anteil "beteiligte mich bestimmt/eher"



September/Oktober 2014 Oktober/November 2016 Oktober/November 2017

2014: falls stimmberechtigt
© gfs.bern, easyvote-Politikmonitor, 3. Welle, Oktober/November 2017 (n₂₀₁₄ = 493, N₂₀₁₆ = 1477, N₂₀₁₇ = 1271)

10. Digitaler Aktivismus

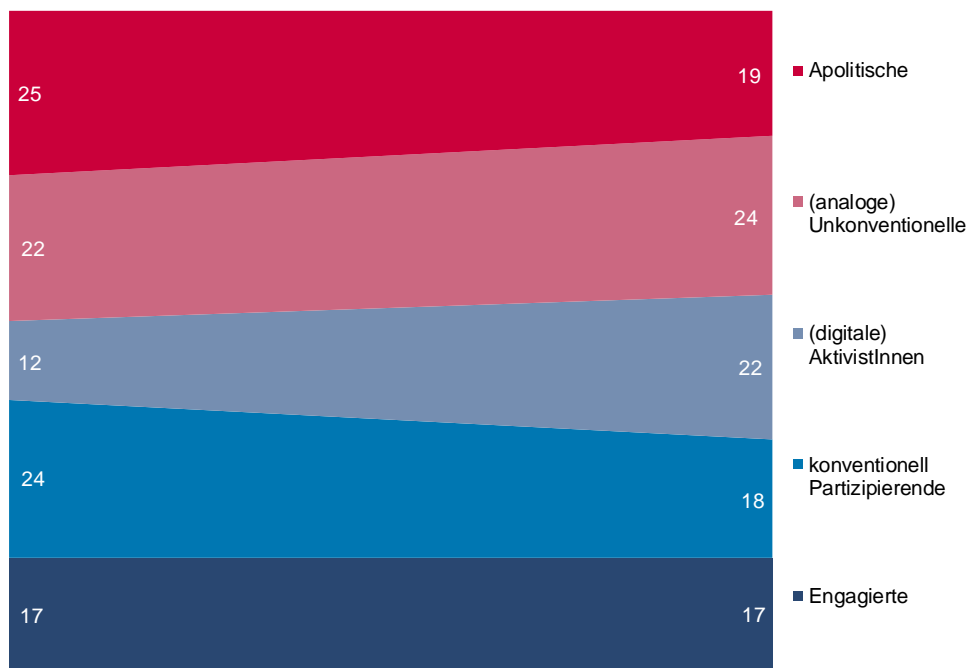
Fragt man die Jugendlichen nach ihrem selbst beurteilten politischen Engagement, zeigt sich dieses in der Tendenz gesamthaft als rückläufig. Dies ist aber eine subjektive Einschätzung. Die systematische Einordnung aller Befragten nach ihrer jeweiligen Bereitschaft, an konkreten Aktivitäten teilzunehmen zeigt, dass die Gruppe der Apolitischen eher abnimmt – und zwar zugunsten der Gruppe von Jugendlichen, die sich vor allem digital einbringen will.

Der auf 22 Prozent gewachsene Anteil von digital affinen Jugendlichen kann am besten als digitaler Aktivismus beschrieben werden. Diese Jugendlichen wählen zwar, wie dies auch bei konventionell Partizipierenden der Fall ist. Allerdings liegt ihr Fokus klar auf der Partizipation über das Internet: Sie unterzeichnen Petitionen lieber online als auf der Strasse, nehmen eher als alle anderen Gruppen an Aktionen auf Social Media teil, treten dort politischen Gruppen bei und diskutieren mit ihrem Umfeld nicht nur im direkten Gespräch, sondern auch über WhatsApp und Co.

Grafik 11

Trend Partizipationstypen

in % SchülerInnen zwischen 15 und 25 Jahren



Oktober/November 2016

Oktober/November 2017

© gfs.bern, easyvote-Politikmonitor, 3. Welle, Oktober/November 2017 (N₂₀₁₆ = 1477, N₂₀₁₇ = 1271)

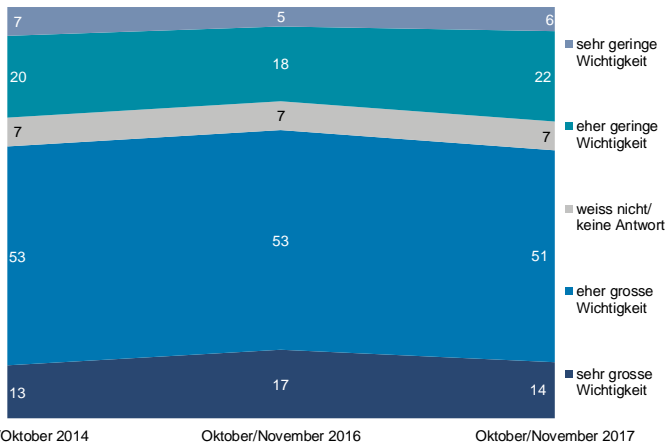
11. Politische Bildung bleibt zentral

Politische Bildung ist und bleibt in den Augen der Befragten zentral. Zwar ist auch in diesem Fall der "Aufmerksamkeits-Kick" des bewegten Jahres 2016 zu beobachten, die Ertragsbilanz kann sich aber dennoch sehen lassen. Eine Mehrheit nimmt diesen Aspekt der schulischen Bildung als wichtig und nützlich wahr.

Grafik 12

Trend Gewicht politische Bildung

"Wie wichtig soll die politische Bildung in der Schule sein? (bis 2016: Welche Wichtigkeit sollte der politischen Bildung in der Schule zugesprochen werden?)"
in % SchülerInnen zwischen 15 und 25 Jahren



© gfs.bern, easyvote-Politikmonitor, 3. Welle, Oktober/November 2017 (N₂₀₁₄ = 1308, N₂₀₁₆ = 1477, N₂₀₁₇ = 1271)

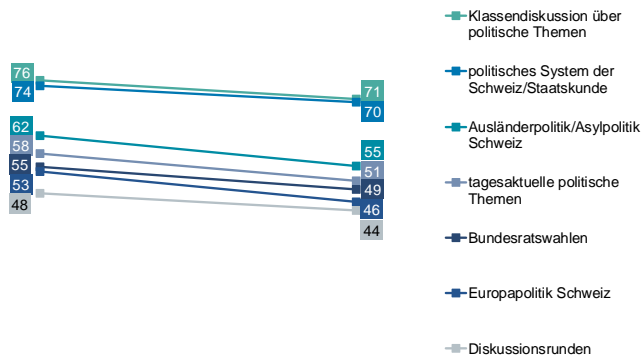
Geht es um Aspekte der politischen Bildung, die in der Schule geübt werden können, zeigt sich eine herausragende Entwicklung: Nach dem Jahr 2016 ging offensichtlich die Zahl der politischen Bildungsinterventionen an den Schweizer Schulen zurück. Fast alle gemessenen Massnahmen verzeichnen einen Rückgang zwischen minimal 5 und maximal 9 Prozent. Insbesondere die Behandlung der nächsten eidgenössischen Abstimmungen ist einer der Bereiche, welcher im Verlauf des letzten Jahres besonders zurückgegangen ist.

Grafik 13

Trend schulische Themen und Aktivitäten (1/2)

"Bitte gebe bei den nachfolgenden Themen oder Aktivitäten an, ob du sie in der Schule oder der Ausbildung bereits behandelt/gemacht hast oder nicht."

in % SchülerInnen zwischen 15 und 25 Jahre, Anteil "Ja"



Oktober/November 2016 Oktober/November 2017

© gfs.bern, easyvote-Politikmonitor, 3. Welle, Oktober/November 2017 (N₂₀₁₆ = 1477, N₂₀₁₇ = 1271)

12. Synthese

Das grundsätzlich fehlende Interesse und die sinkende Informationshäufigkeit übersetzen sich nicht automatisch auch in eine nachlassende Partizipationsbereitschaft. Denkbar ist aber, dass sich der Wille zur Mitgestaltung in Zukunft noch vermehrt an der konkreten Lebenswelt der Jugendlichen ausrichten und damit eher auf den unteren politischen Ebenen spürbar werden wird. So engagiert sich auch derjenige Partizipationstyp, der im Vergleich zum letzten Befragungsjahr am meisten gewachsen ist, primär digital.

Nun ist es genau die Rolle von easyvote mit seinen Angeboten eine Brücke zu schlagen zwischen der trägen und langsam gewachsenen Welt der politischen Institutionen und der schnelllebigen (digitalen) öffentlichen Agenda. Beispielsweise kann man den digitalen Aktivistinnen und Aktivisten erklären, weshalb das politische System der Schweiz nicht immer echtzeit-optimal funktioniert oder weshalb Langsamkeit und Kompromisse notwendig sind und damit entsprechende Hemmschwellen für die Partizipation abbauen. easyvote kommt mit seinen Angeboten aber auch deshalb eine herausragende Rolle zu, weil das Vertrauen in klassische Institutionen wie die Medien aber auch Führungspersonen aus der Wirtschaft nicht gegeben ist. In diesem Sinne nimmt easyvote eine Rolle als unabhängige und klar verständliche Informationsplattform ein, die es weiterhin zu pflegen und auszubauen gilt.

Die Hauptbefunde der Studie werden in den folgenden vier Thesen zusammengefasst und in einen Kontext gesetzt:

These 1: Abnehmende Informationshäufigkeit fordern neue Kanäle

Jugendliche informieren sich immer seltener über politische Ereignisse und Themen. Dieser Trend betrifft verschiedenste Informationskanäle, ganz besonders aber die klassischen Medien wie Zeitungen, das Fernsehen oder auch das Radio. Dabei findet nur bedingt eine Substitution durch neue Medien statt. Dies liegt auch am mangelnden Vertrauen, das Junge vielen Akteuren und Kanälen entgegenbringen, wenn es um politische Information geht. Neutrale, explizit faktenorientierte Plattformen wie easyvote werden als vertrauenswürdige Kanäle darum immer wichtiger. Tatsächlich können in der Bewertung der Jugendlichen nur die Eltern bezüglich der Nützlichkeit als Informationsquelle zu politischen Fragen mit den Angeboten von easyvote mithalten.

These 2: Vertrauensschwierigkeiten in Zeiten von "Fake News"

Vergleicht man das Vertrauen, das Jugendliche gegenüber verschiedenster politischen Institutionen und Akteuren äussern, mit den Zahlen für die gesamte Schweiz aus dem Sorgenbarometer, fällt auf, dass das Vertrauensniveau der Jugendlichen deutlich tiefer liegt. Am tiefsten ist das Vertrauen in Journalistinnen und Journalisten. Die sich rapide verändernde Medienlandschaft und der Zeitgeist (Stichwort "Fake-News" und "postfaktisch") hinterlassen in der Wahrnehmung der Jugendlichen offensichtlich bereits ihre Spuren.

These 3: Politische Bildung wichtig, aber weniger häufig

Ein politisches System ist nur so lange stark wie die eingebundenen Bürgerinnen und Bürger an dessen Legitimität glauben. Das zunehmende Desinteresse an Politik, die sinkende Informiertheit und das teilweise tiefe Vertrauen in die Institutionen sind daher vor diesem Hintergrund als bedenklich zu werten. Umso zentraler ist eine umfassende politische Bildung, deren Wichtigkeit und Wirksamkeit die befragten Jungen selbst bestätigen. Im Vergleich zum letzten Jahr werden allerdings weniger politische Aktivitäten und Themen in den Schulen wahrgenommen. Die Schulen sind dabei als erstes aber nicht als einziges in der Pflicht hier eine klare Gegenbewegung zu lancieren.

These 4: Mobilisierung durch Digitalisierung?

Digitalisierung und Medienwandel gehen Hand in Hand. Mehr Informationen sind schneller und einfacher verfügbar und es gibt zahlreiche Beispiele aus dem In- und Ausland, wo soziale Medien substantiell zur Mobilisierung bestimmter Bevölkerungsschichten – insbesondere auch Junger – beigetragen haben. Derjenige Partizipationstyp, der verglichen mit dem letzten Jahr am meisten gewachsen ist, ist derjenige der digitalen Aktivisten. Dennoch bleibt die Frage offen, ob Junge aufgrund der Vorzüge der Digitalisierung nachhaltig vermehrt politisch partizipieren – oder ob es bei punktuellen Mobilisierungsschüben bleibt.

7. Anhang

a. gfs.bern Team



LUKAS GOLDER

Co-Leiter, Politik- und Medienwissenschaftler, MAS FH in Communication Management

Schwerpunkte:

Integrierte Kommunikations- und Kampagnenanalysen, Image- und Reputationsanalysen, Medienanalysen/Medienwirkungsanalysen, Jugendforschung und gesellschaftlicher Wandel, Abstimmungen, Wahlen, Modernisierung des Staates, Gesundheitspolitische Reformen.

Publikationen in Sammelbänden, Fachmagazinen, Tagespresse und auf dem Internet



CLOÉ JANS

Projektleiterin, Politikwissenschaftlerin

Schwerpunkte:

Abstimmungen und Wahlen, Gesellschaftsforschung, Kampagnen, Analyse politischer Themen und Issues, Medieninhaltsanalysen, Lehre



STEPHAN TSCHÖPE

Leiter Analyse und Dienste, Politikwissenschaftler

Schwerpunkte:

Koordination Dienstleistungen, komplexe statistische Datenanalytik, EDV- und Befragungs-Programmierungen, Hochrechnungen, Parteien- und Strukturanalysen mit Aggregatdaten, Integrierte Kommunikationsanalysen, Visualisierung



NOAH HERZOG

Sekretariat und Administration, Kaufmann EFZ

Schwerpunkte:

Desktop-Publishing, Visualisierungen, Projektadministration, Vortragsadministration



DANIEL BOHN

Projektmitarbeiter, Fachinformatiker Anwendungsentwicklung

Schwerpunkte:

Quantitative und qualitative Datenanalyse, Datenaufbereitung, Visualisierung

b. Team Dachverband Schweizer Jugendparlamente

Für das Zustandekommen des easyvote-Politmonitors danken wir ganz speziell auch den folgenden Helferinnen und Helfer aus dem Team von easyvote:

ZOË MAIRE

Bereichsleiterin easyvote

MARC STEINER

Teamleiter easyvote-school

SEVERIN MARTY

Fachmitarbeiter easyvote-school

GIULIA MARTI

Mitarbeiterin Kundenberatung

OLLIN SÖLLNER

Redaktorin

LARA TARANTOLO

Mitarbeiterin Kundenberatung

gfs.bern
Effingerstrasse 14
Postfach
CH – 3001 Bern
Telefon +41 31 311 08 06
Telefax + 41 31 311 08 19
info@gfsbern.ch
www.gfsbern.ch

Das Forschungsinstitut gfs.bern ist Mitglied des Verbands Schweizer Markt- und Sozialforschung und garantiert, dass keine Interviews mit offenen oder verdeckten Werbe-, Verkaufs- oder Bestellabsichten durchgeführt werden.

Mehr Infos unter www.schweizermarktforschung.ch



**SCHWEIZER
MARKTFORSCHUNG**

Kein Verkauf - Wissenschaftlich - Anonym

gfs.bern
Menschen. Meinungen. Märkte.