

## Untersuchung auf Basis des SVR-Integrationsbarometers 2018

# Mediennutzung und Medienvertrauen von Migranten

Von Timo Tonassi\*, Alex Wittlif\* und Christian Schemer\*\*

In den vergangenen Jahren hat das Interesse der Kommunikations- wie der Programmforschung an der Mediennutzung von Migrantinnen und Migranten erheblich zugenommen. Die Annahme der meisten Studien ist, dass Medien eine Informations- und Integrationsfunktion für diese Gruppe erfüllen. (2) Die Nutzung von Medien des Aufnahmelandes durch Migrantinnen und Migranten kann demnach Kenntnisse über Fragen und Probleme vermitteln, die Migranten unmittelbar betreffen, wie etwa in Bezug auf den Arbeitsmarkt, politische Debatten oder herrschende Wertvorstellungen. (3) Darüber hinaus informieren Medien über aktuelle Diskussionen, an denen Migranten auch teilhaben können. Diese Formen der Teilhabe durch Medien- und Informationsnutzung sind ein wichtiger Aspekt von Integration. Migranten erfahren aber in Medien des Aufnahmelandes auch viel über den Umgang von dessen Einwohnern mit Migranten, weil Mediendarstellungen immer auch Bilder von Migration und Migranten widerspiegeln und bei negativen Darstellungen auch eine Quelle von Nichtanerkennung darstellen können. (4) Gleichzeitig gewinnen sie aus der Auslandsberichterstattung deutschsprachiger Medien einen Eindruck, wie Deutschland zu dem eigenen Herkunftsland steht. Migranten nutzen aber auch Medien des Herkunftslandes, entweder um informiert zu bleiben oder weil sie sich diesem noch stark verbunden fühlen. Hierbei spielt auch die Nutzung von Internetanwendungen, wie Portalen, E-Mail-Kontakten und sozialen Medien eine bedeutsame Rolle. (5)

Mediennutzung  
als Indikator für  
Integration

In der bisherigen Diskussion kommt der Nutzung deutscher Medienangebote im Vergleich zur Nutzung der Medien des Herkunftslandes eine wichtige Bedeutung als Indikator für die Integration von Migranten zu. (6) Bereits relativ früh in der Forschung wurde entsprechend der Medienghetto-These vermutet, dass die stärkere Nutzung von Medienangeboten des Herkunftslandes und die Vernachlässigung von deutschsprachigen Medien ein Indiz für mangelnde Integration sei. Diese pauschale Annahme stand nicht im Einklang mit den Erkenntnissen, die Mediennutzungsstudien Anfang der 2000er Jahre hervorbrachten. (7) Vielmehr zeigt die bisherige For-

schung in diesem Zusammenhang, dass eine ausgeprägte Nutzung von Medien aus dem Herkunftsland nicht zwangsläufig als Indiz für Segregation oder als Integrationshindernis gesehen werden darf. Ebenso ist eine ausgeprägte Nutzung deutschsprachiger Medien nicht gleichbedeutend mit gelungener Integration. (8) Eine WDR-Studie ergab für Deutschland, dass Migranten vorwiegend deutschsprachige Medien nutzen. Gleichzeitig nutzen diese auch Medien ihrer Herkunftsländer und integrieren damit zwei Medienkulturen. Diese Studie belegt darüber hinaus eine mediale Integration für türkischstämmige junge Migranten, das heißt, diese gleichen ihre Medienpräferenzen an die deutscher Jugendlicher an. (9) Zu ähnlichen Ergebnissen kamen auch schon Vorläuferstudien zur Mediennutzung türkischstämmiger Menschen in Nordrhein-Westfalen. Diese belegen, dass integrative Einstellungen und Verhaltensweisen zunehmen, je eher die Menschen Medien in beiden Sprachen nutzen.

### Kurz und knapp

- Das SVR-Integrationsbarometer misst die Sichtweisen und Bewertungen auf beiden Seiten der Einwanderungsgesellschaft.
- Meistgenutztes Medium für politische Nachrichten ist bei Menschen mit Migrationshintergrund das Fernsehen.
- Wichtigste Faktoren für die Mediennutzung von Migranten sind Bildung und deutsche Sprachkenntnisse.
- Auch das Vertrauen in deutsche Medien ist bei Migranten mit höherer Bildung größer.
- Bei Zugewanderten, die bereits länger in Deutschland leben, vergrößert sich die Medienskepsis.

Eine ausschließliche Nutzung von Medien des jeweiligen Herkunftslandes zeigt sich meist auch nur bei einer kleinen Minderheit der jeweiligen sozialen Gruppe. Dieses Phänomen lässt sich sowohl für die Nutzung von Fernsehen und Radio als auch von Internetangeboten feststellen. (10) Die meisten Forschenden, die unterschiedliche Herkunftsgruppen untersuchen, konstatieren auch, dass Migranten keine homogene Gruppe sind. (11) Insofern ist es wichtig, die Mediennutzung unterschiedlicher Herkunftsgruppen separat zu betrachten oder zumindest nicht von der Mediennutzung einer spezifischen Gruppe auf alle Migranten zu schließen.

Obwohl eine Vielzahl an Erkenntnissen zur Mediennutzung von Migranten vorliegt, leidet die Forschung

Lücken bisheriger  
Forschung

\* Sachverständigenrat deutscher Stiftungen für Integration und Migration (SVR). (1)

\*\* Institut für Publizistik der Johannes Gutenberg-Universität Mainz.

daran, dass viele Ergebnisse nicht verallgemeinerbar sind, weil sie nur für spezifische Herkunftsgruppen gelten, zum Beispiel türkischstämmige Menschen in Deutschland, für einzelne Regionen, zum Beispiel Menschen mit Migrationshintergrund in Nordrhein-Westfalen, weil sie auf geringen Fallzahlen basieren bzw. nicht repräsentativ für die jeweilige Grundgesamtheit sind. Ein verändertes Nutzungsverhalten bei Migranten wird bislang auch eher aus Unterschieden zwischen Alterskohorten geschlussfolgert. Die Dauer des Aufenthaltes in Deutschland wäre vermutlich hier ein besserer Indikator, wenn Längsschnittbefragungen zu aufwändig sind. Schließlich mangelt es auch an Studien, die das Mediennutzungsverhalten von Migranten mit dem der deutschstämmigen Bevölkerung vergleichen.

Vertrauen in Medien  
als wichtiger Faktor

Darüber hinaus ist neben der reinen Häufigkeit der Medien- und Informationsnutzung auch das Verhältnis der Rezipienten zu den genutzten Informationen wichtig. Für politische Nachrichten sind dabei das Vertrauen und die Glaubwürdigkeit relevant, die Mediennutzer bestimmten Medien oder deren Angeboten beimessen. Die Nutzung von Informationen in deutschsprachigen Medienangeboten dürfte kaum zur Integration beitragen, wenn Nutzer ihnen keinen Glauben schenken. Daher scheint Medienvertrauen eine wichtige Voraussetzung dafür zu sein, dass sich Migranten genauer mit genutzten Medieninformationen auseinandersetzen, sofern sie sie nutzen. Obwohl Medienvertrauen in den letzten Jahren ein zentrales Thema der politischen Debatte war (12), beschäftigen sich Studien zur Mediennutzung von Migranten vergleichsweise selten damit. (13)

Um diese Desiderate der bisherigen Forschung anzugehen, beschäftigt sich der vorliegende Beitrag daher zunächst mit der Mediennutzung von unterschiedlichen Gruppen von Migranten, um den Zugang zu Nachrichten und politischen Informationen in dieser sozialen Gruppe im Vergleich zur deutschen Bevölkerung ohne Migrationshintergrund zu untersuchen. In einem weiteren Schritt wird darüber hinaus untersucht, wie weit diese unterschiedlichen Gruppen den Medien vertrauen. Basis dieser Analysen sind Daten des SVR-Integrationsbarometers 2018.

#### Methodische Anlage der Studie

Repräsentative  
Bevölkerungsumfrage  
unter Menschen  
mit und ohne  
Migrationshinter-  
grund

Das Integrationsbarometer des SVR ist eine repräsentative Bevölkerungsumfrage unter Menschen mit und ohne Migrationshintergrund in Deutschland. Es misst das Integrationsklima in der Einwanderungsgesellschaft und erhebt Einschätzungen und Erwartungen der Bevölkerung mit Blick auf Integration und Migration sowie auf die Integrations- und Migrationspolitik. Die Grundgesamtheit für das SVR-Integrationsbarometer 2018 stellen alle in Deutschland lebenden Personen ohne und mit Migrationshintergrund

Tabelle 1  
Stichprobe des SVR-Integrationsbarometers 2018

	Befragte (n)	Anteil in % (ungewichtet)	Anteil in % (gewichtet)
Spät-/Aussiedlerstatus	1 438	15,5	4,8
Türkei	1 479	15,9	2,9
EU	1 532	16,5	5,1
übrige Welt	1 760	18,9	6,2
Flüchtlinge	369	3,97	/
ohne Migrationshintergrund	2 720	29,3	81,1
Gesamt	9 298	100	

Quelle: SVR-Integrationsbarometer 2018.

ab 15 Jahren dar. Tabelle 1 gibt einen groben Überblick über die Stichprobe und die für den vorliegenden Beitrag relevanten Merkmale zur Herkunft der Befragten.

Ein Alleinstellungsmerkmal des Barometers ist, dass es die Sichtweisen und Bewertungen auf beiden Seiten der Einwanderungsgesellschaft misst. Es ergänzt somit Studien, die entweder nur die Menschen ohne oder nur die Menschen mit Migrationsgeschichte in den Blick nehmen. Eine Stärke der Erhebung ist zudem der hohe Anteil (über 70%) an Befragten mit Migrationshintergrund. Die hohe Fallzahl ermöglicht detaillierte Analysen innerhalb der Bevölkerung mit Migrationshintergrund, zum Beispiel nach Herkunftsgruppe oder sozialem Status. Ausgehend von der umfangreichen Zuwanderererstichprobe des SVR-Integrationsbarometers können in Analysen auf Ebene einzelner Herkunftsgruppen – Spät-/Aussiedler (n=1 438), Türkeistämmige (n=1 479), Menschen mit dem Migrationshintergrund EU (n=1 532) sowie Menschen aus der übrigen Welt (n=1 760) – unterschieden werden.

Die Daten wurden derart gewichtet, dass die Stichprobe die tatsächlichen Bevölkerungsanteile von Menschen mit und ohne Migrationshintergrund widerspiegelt. Dies bedeutet, dass bei einer Auswertung für alle Personen mit Migrationshintergrund die einzelnen Herkunftsgruppen gemäß ihrer Anteile in den Ergebnissen berücksichtigt werden. (14) Zudem wurde jede Herkunftsgruppe für sich an die tatsächlichen Verhältnisse in der Gesamtbevölkerung angepasst. Dies geschah anhand ausgewählter soziodemografischer Merkmale (u. a. Bildung, Alter, Geschlecht, Erwerbsstatus) auf der Basis einer Sonderauswertung des Mikrozensus 2015. Die Ergebnisse sind damit repräsentativ für die Bevölkerung mit Migrationshintergrund, aber auch für alle Herkunftsgruppen. Für das SVR-Integrationsbarometer 2018 ist zu beachten, dass die Gruppe der ab 2015 verstärkt zugereisten und per definitionem in die Herkunftsgruppe „übrige Welt“ einzuordnenden

Hohe Fallzahl  
ermöglicht detaillierte  
Analysen u. a. nach  
Herkunftsgruppe und  
sozialem Status

Flüchtlinge in einer gesonderten Herkunftsgruppe aufgeführt ist. Hintergrund ist, dass Flüchtlinge in der als Gewichtung genutzten Sonderauswertung des Mikrozensus 2015 stark untererfasst sind. Entsprechend konnte die Herkunftsgruppe der Flüchtlinge nicht gewichtet (und damit nicht in die Herkunftsgruppe übrige Welt eingeordnet) werden. (15)

Definition  
des Migrations-  
hintergrundes  
entsprechend  
Mikrozensus

Von entscheidender Bedeutung für die Einordnung der Studienergebnisse ist die Definition der Zielpopulation. Das SVR-Integrationsbarometer orientiert sich hierbei an der Definition des Migrationshintergrundes des Statistischen Bundesamtes bzw. des Mikrozensus: „Eine Person hat einen Migrationshintergrund, wenn sie selbst oder mindestens ein Elternteil die deutsche Staatsangehörigkeit nicht durch Geburt besitzt.“ (16) Durch diese Definition wird eine Konzentration auf Personen ohne deutsche Staatsangehörigkeit oder selbst Zugewanderte (sogenannte erste Generation) vermieden, und deren Nachkommen ebenfalls erfasst. Dies ist wichtig, da insbesondere ab der zweiten Generation, also jenen Personen, die in Deutschland geboren und aufgewachsen sind, geringere Unterschiede zu der Bevölkerung ohne Migrationshintergrund zu erwarten sind. Für das SVR-Integrationsbarometer werden alle zwei Jahre Personen in einem wissenschaftlichen Verfahren nach dem Zufallsprinzip ausgewählt und telefonisch befragt. Der Fragebogen wurde in Russisch, Englisch, Türkisch, Arabisch und Farsi übersetzt, um systematische Verzerrungen aufgrund mangelnder Sprachkenntnisse zu minimieren.

Variable  
Mediennutzung

Zentrale Variablen für die vorliegende Untersuchung war zum einen die Abfrage von Mediennutzung mit Hilfe der folgenden Frage: „Im Wahlkampf gibt es verschiedene Möglichkeiten, wie man sich über das politische Geschehen in Deutschland informieren kann. Woher haben Sie die meisten Informationen über die Parteien oder den Wahlkampf zur Bundestagswahl bekommen: aus dem Fernsehen, aus der Zeitung, aus dem Radio, aus dem Internet, aus persönlichen Gesprächen oder aus einer anderen Quelle?“. Mehrfachnennungen waren möglich.

Variable  
Medienvertrauen

Das Medienvertrauen wurde wie folgt erhoben: „Ganz allgemein gefragt: Wie stark vertrauen Sie deutschen Medien?“ (gar nicht, eher schwach, eher stark, sehr stark). Bei Menschen mit Migrationshintergrund wurde zusätzlich erhoben: „Und wie stark vertrauen Sie den Medien ihres Herkunftslandes?“ mit Hilfe derselben Skala.

#### Informationsquellen der Menschen mit und ohne Migrationshintergrund über Politik

Nachrichtennutzung  
ist Mitvoraussetzung  
für (politische)  
Teilhabe

Die Teilhabe am politischen Diskurs setzt ein Mindestmaß an Nachrichtennutzung voraus. Ein zwischen Menschen mit und ohne Migrationshintergrund unterschiedliches Verhalten bei der Nachrichtenrezeption

kann zahlreiche Ursachen haben: Neben einem generell geringeren Interesse an Politik in Deutschland von Menschen mit Migrationshintergrund könnten migrationspezifische Merkmale relevant sein. Aufzuführen wären hier vor allem Sprachkenntnisse, politische Partizipationsmöglichkeiten (insbesondere der Besitz der deutschen Staatsangehörigkeit), aber auch geschlechtsspezifische Rollenwahrnehmungen aufgrund einer im Herkunftsland erfahrenen Sozialisation. Im SVR-Integrationsbarometer 2018 wurde der Nachrichtenkonsum für die folgenden relevanten Medienangebote erhoben: Fernsehen, Zeitung, Radio und Internet. (17) Bei der Einordnung der Ergebnisse ist zu beachten, dass der Einleitungstext zur Mediennutzungsfrage stark auf die Nutzung politischer Informationen und hier insbesondere auf die ein Jahr vor der Erhebung stattgefundenen Bundestagswahl abstellte. Trotz der starken Anlehnung an den Wahlkampf-Kontext kann angenommen werden, dass das Item generellen, politikbezogenen Nachrichtenkonsum erfasst.

Das SVR-Integrationsbarometer 2018 zeigt bei der Nachrichtennutzung über alle abgefragten Medienarten hinweg insgesamt keine gravierenden Unterschiede zwischen Menschen mit und ohne Migrationshintergrund (vgl. Abbildung 1). Meistgenutztes Informationsmedium ist das Fernsehen, gefolgt vom Internet. Der Nutzeranteil liegt beim Fernsehen stets über 50 Prozent, beim Internet etwas darunter. Radio sowie Zeitungen liegen etwa auf einem Niveau und werden von nur etwas weniger als einem Drittel der Befragten zu Informationszwecken genutzt. Betrachtet man Differenzen im Nutzerverhalten zwischen einzelnen Herkunftsgruppen, fällt auf, dass sich Befragte ohne Migrationshintergrund (vor allem im Vergleich zu Türkeistämmigen) deutlich häufiger über die Zeitung informieren. Während rund 47 Prozent der Befragten ohne Migrationshintergrund Zeitung lesen, sind es lediglich etwa 27 Prozent der Türkeistämmigen.

Weitergehende (multivariate) Analysen belegen zum Medienkonsum von Befragten ohne Migrationshintergrund bereits früher nachgewiesene Zusammenhänge: Höher Gebildete nutzen seltener das Fernsehen sowie häufiger die Zeitung, um sich zu informieren; ältere Befragte nutzen alle Medienarten mit Ausnahme des Internets häufiger als jüngere. Die Analysen zeigen ferner, dass die Unterschiede im Nutzungsverhalten zwischen Menschen ohne Migrationshintergrund und einzelnen Herkunftsgruppen weitestgehend auf ein unterschiedliches durchschnittliches Bildungsniveau zurückzuführen sind. Bildung ist insgesamt die wichtigste Determinante für Zeitungskonsum – je höher das Bildungsniveau, desto höher ist grundsätzlich die Wahrscheinlichkeit, dass die Befragten angeben, sich mittels Zeitungen zu informieren. (18)

Fernsehen ist  
bevorzugte  
Informationsquelle

Bildung ist wichtige  
Determinante der  
Mediennutzung

Fehlende  
Deutschkenntnisse  
als Barriere für  
Medienkonsum

Bildung ist auch für Menschen mit Migrationshintergrund ein wichtiger Faktor für die Mediennutzung. Höher Gebildete mit Migrationshintergrund informieren sich über fast alle Medienarten hinweg – mit Ausnahme des Radios – häufiger über das politische Geschehen. Mindestens ebenso relevant wie die formale Bildung sind die Deutschkenntnisse: Informieren sich Menschen mit Migrationshintergrund überwiegend oder ausschließlich auf Deutsch, steigt die Mediennutzung. So nutzen beispielsweise rund 11 Prozent derjenigen, die sich ausschließlich oder überwiegend in ihrer Herkunftssprache informieren, das Radio. Migranten, die – überwiegend oder ausschließlich – Deutsch bevorzugen, informieren sich zu rund 29 Prozent über das Radio. Da das Radioangebot in Deutschland zu großen Teilen nur auf Deutsch angeboten wird, sind entsprechende Deutschkenntnisse als Barriere für den Konsum wenig überraschend. Eine deutlich geringere Rolle spielen Sprachkenntnisse hingegen bei der Informationsnutzung über das Internet. Entsprechend zeigt sich auch in den Daten kein Zusammenhang zwischen Deutschkenntnissen und Internetnutzung.

Internet als  
Nachrichtenquelle

Das Internet ist weiterhin die einzige Nachrichtenquelle, bei der die Staatsangehörigkeit sowie das Geschlecht als Determinanten eine Rolle spielen. Wenig überraschend informieren sich Personen ohne deutsche Staatsangehörigkeit häufiger über das Internet, und zwar auch bei Berücksichtigung der Aufenthaltsdauer in Deutschland. Dies könnte möglicherweise daran liegen, dass bei dieser Gruppe die Bindung zum Herkunftsland sowie zu den entsprechenden Medien stärker ausfallen. Weiterhin wird einzig bei der Internetnutzung ein Geschlechtereffekt bei Befragten mit Migrationshintergrund sichtbar: Frauen nutzen seltener als Männer das Internet. Die Geschlechterdifferenz fällt allerdings bei Befragten mit Migrationshintergrund kleiner aus als bei Befragten ohne. Bei den Befragten ohne Migrationshintergrund nutzen rund 48 Prozent der Männer und etwa 38 Prozent der Frauen das Internet als Nachrichtenquelle. Bei Befragten mit Migrationshintergrund geben rund 53 Prozent der Männer und circa 47 Prozent der Frauen an, sich über das Internet zu informieren. Damit sind vor allem Sprachkenntnisse als migrationsspezifische Faktoren bei der Wahl des Mediums als Nachrichtenquelle entscheidend. Auffällig ist daneben, dass sich bei Migranten das Bildungsniveau über alle abgefragten Medien hinweg weniger stark auf die Nutzung auswirkt als bei Befragten ohne Migrationshintergrund.

#### Vertrauen in deutsche Medien

Medien sind  
„unverzichtbare  
Infrastruktur“  
der Gesellschaft

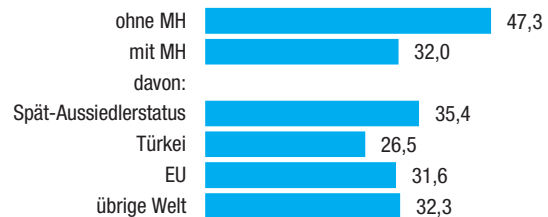
Ob Mediennutzung und damit in Verbindung stehende Medienwirkungen überhaupt zustande kommen, hängt ein Stück weit vom Grad des Medienvertrauens ab. (19) Wenngleich in Demokratien lebende Bürger und Bürgerinnen Medien hinterfragen sollen, steht

Abbildung 1  
Genutzte Informationsquellen nach Herkunftsgruppe der Befragten  
Mehrfachnennungen, in %

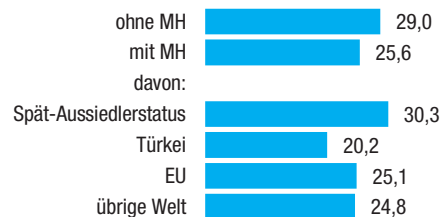
#### Fernsehen



#### Zeitung



#### Radio



#### Internet



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

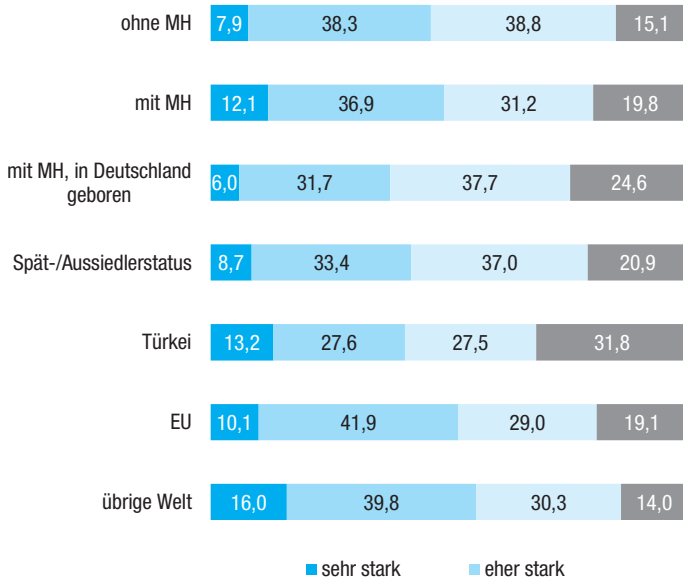
MH=Migrationshintergrund.

Quelle: SVR-Integrationsbarometer 2018, gewichtete Daten.

außer Frage, dass ein grundsätzliches Misstrauen gegenüber Medien demokratischen Gesellschaften schadet – „denn Medien gehören zur unverzichtbaren Infrastruktur einer Gesellschaft“. (20) Ohne sie fehlt der Zugang zu Informationen abseits direkter Erfahrungen, die für Vorstellungen von der eigenen Gesellschaft im Unterschied zu anderen Gesellschaften benötigt werden. Im europäischen Vergleich ist das generelle Medienvertrauen in Deutschland hoch, was jedoch nicht bedeutet, dass eine deutliche Mehr-

Abbildung 2  
Vertrauen in deutschsprachige Medien nach Migrationshintergrund  
und Herkunftsland

in %



Frage: „Ganz allgemein gefragt: Wie stark vertrauen Sie deutschen Medien?“ (gar nicht, eher schwach, eher stark, sehr stark). Bei Menschen mit Migrationshintergrund wurde zusätzlich erhoben: „Und wie stark vertrauen Sie den Medien ihres Herkunftslandes?“ mit Hilfe derselben Skala.

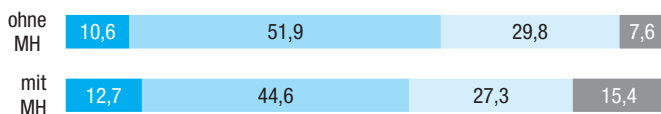
MH=Migrationshintergrund.

Quelle: SVR-Integrationsbarometer 2018, gewichtete Daten.

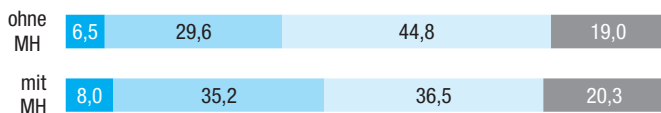
Abbildung 3  
Vertrauen in deutschsprachige Medien nach Bildung  
und Migrationshintergrund

in %

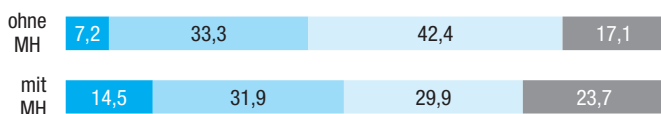
#### hohe Bildung



#### mittlere Bildung



#### niedrige Bildung



MH=Migrationshintergrund.

Quelle: SVR-Integrationsbarometer 2018, gewichtete Daten.

heit der deutschen Bevölkerung Vertrauen in deutsche Medien hegt. Laut Daten des Eurobarometers ist das Vertrauen in die Presse hierzulande in den letzten Jahren zwar etwas angestiegen, lag dabei aber nicht höher als 60 Prozent. (21) Weitere Umfragen kommen zu pessimistischeren Ergebnissen: Die Mainzer Langzeitstudie Medienvertrauen zeigt zum Beispiel, dass in den Jahren 2016 bis 2018 jeweils nur eine Minderheit (zwischen 41 und 44 %) von Befragten angab, man könne deutschen Medien bei wichtigen Thematiken eher bzw. voll und ganz vertrauen. (22) Welches dieser und weiterer Ergebnisse in der Tendenz zutreffender ist, kann nicht zuletzt aufgrund unterschiedlicher Erhebungsmethoden, Fragestellungen und Stichproben schwer beantwortet werden. Zugleich unterscheidet sich das Vertrauen in unterschiedliche Medienformate (z. B. öffentlich-rechtliches Fernsehen vs. Boulevardzeitung) zum Teil stark. (23)

Mit Blick auf das Vertrauen in deutsche Medien in den Jahren 2017 und 2018 bestätigen auch die Daten des SVR-Integrationsbarometers 2018 ein Einstellungsbild, das im oben kursorisch umrissenen Rahmen liegt: Rund 46 der befragten Bevölkerung ohne Migrationshintergrund geben hier an, dass man deutschen Medien „eher stark“ oder „sehr stark“ vertrauen könne (vgl. Abbildung 2). Befragte mit Migrationshintergrund vertrauen deutschen Medien unwesentlich häufiger als Personen ohne Migrationshintergrund. Unter befragten EU-Bürgerinnen und -Bürgern sowie der Herkunftsgruppe „übrige Welt“ traut jeweils eine knappe Mehrheit deutschen Medien. Am höchsten fällt das Vertrauen in deutsche Medien unter Befragten der Herkunftsgruppe „übrige Welt“ aus. Unter Befragten mit Spät-/Aussiedlerstatus und unter Türkeistämmigen ist das Vertrauen mit rund 41 Prozent geringer ausgeprägt als das Misstrauen. Am geringsten ist das Medienvertrauen unter in Deutschland geborenen Befragten mit Migrationshintergrund.

Unter den Personen mit und ohne Migrationshintergrund haben höher gebildete Personen deutlich mehr Vertrauen in deutsche Medien als Befragte mit niedriger und mittlerer Bildung (vgl. Abbildung 3). Über die Hälfte (rund 52 %) der Befragten ohne Migrationshintergrund mit hoher Bildung vertrauen deutschen Medien „eher stark“, rund 11 Prozent „sehr stark“. Fast ein Viertel (rund 24 %) der formal Niedriggebildeten mit Migrationshintergrund vertrauen deutschen Medien dagegen „gar nicht“.

Sowohl unter Befragten mit und ohne Migrationshintergrund sind Frauen gegenüber deutschen Medien positiver eingestellt als Männer (vgl. Abbildung 4). In beiden Befragtengruppen geben knapp über die Hälfte der Frauen an, deutschen Medien „eher stark“ oder „sehr stark“ zu vertrauen.

In Deutschland Geborene mit Migrationshintergrund haben vergleichsweise geringes Medienvertrauen

Höher Gebildete haben stärkeres Medienvertrauen

Neuzugewanderte aus Ländern mit wenig Pressefreiheit haben großes Vertrauen in deutsche Medien

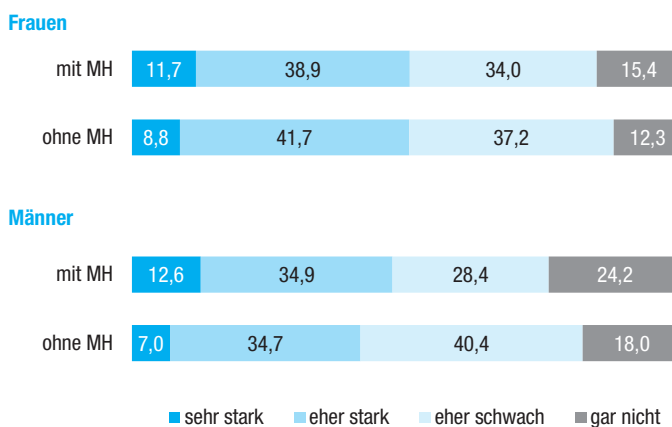
Ein Erklärungsansatz für das vergleichsweise hohe Medienvertrauen in der Herkunftsgruppe „übrige Welt“ (vgl. Abbildung 5) liegt möglicherweise darin, dass ein großer Teil (rund 47%) dieser Gruppe in den zehn Jahren (2007 bis 2017/18) bis zum Erhebungszeitpunkt nach Deutschland zugewandert ist. Bestimmte Gruppen von Neuzugewanderten sind gegenüber dem Einwanderungsland häufig positiver eingestellt als die dort bereits lebende Bevölkerung. Beispielsweise sind Zuwanderer aus nicht-demokratischen Regionen gegenüber der deutschen Demokratie und deutschen politischen Institutionen zunächst positiver eingestellt. (24) Das erhöhte Vertrauen in und die Zufriedenheit mit der Politik des Aufnahmelandes gleicht sich jedoch mit fortlaufender Aufenthaltsdauer zunehmend an die Bevölkerung ohne Migrationshintergrund an. (25) Ein ähnlicher Effekt könnte in der Herkunftsgruppe „übrige Welt“ in Bezug auf deutsche Medien greifen: Besonders viele der zwischen 2007 und 2017 Zugewanderten aus dieser Gruppe stammen aus Ländern, deren Mediensysteme in einem Pressefreiheits-Ranking von 180 Ländern vergleichsweise schlecht bewertet werden. (26) Sie stammen unter anderem aus Staaten wie Syrien (Rang 174), Afghanistan (122), Iran (173), Russland (149), China (177), Marokko (133) oder der Ukraine (96). Möglichweise bringen Neuzugewanderte aus solchen Ländern den Medien bzw. dem Mediensystem Deutschlands (Rang 11) zunächst einen hohen Vertrauensvorsprung entgegen.

Insgesamt sind die in jüngster Zeit (zehn oder weniger Jahre in Deutschland) Zugewanderten in der Gruppe „übrige Welt“ nochmals deutlich vertrauensvoller als länger in Deutschland lebende Personen dieser Gruppe und deutlich vertrauensvoller als Befragte ohne Migrationshintergrund. Am höchsten fällt das Medienvertrauen unter befragten Flüchtlingen aus, von denen abermals viele aus Ländern mit geringer Pressefreiheit stammen, zum Beispiel aus Syrien (Rang 174), Afghanistan (122) oder Nigeria (115). In dieser Befragtengruppe vertrauen rund 41 Prozent deutschen Medien „sehr stark“ und weitere rund 40 Prozent „eher stark“. Nur weniger als ein Zehntel der befragten Flüchtlinge trauen deutschen Medien „gar nicht“. Dieses Ergebnis steht im Einklang mit Erkenntnissen, nach denen Flüchtlinge Deutschland unter anderem wegen seiner rechtsstaatlichen und demokratischen Strukturen wertschätzen. (27) Die in Artikel 5 des Grundgesetzes festgeschriebene Pressefreiheit ist integraler Bestandteil dieser Strukturen.

Geringeres Vertrauen in Medien der Herkunftsländer

Bei Personen mit Migrationshintergrund stellt sich neben der Frage nach dem Vertrauen in deutsche Medien auch die Frage nach dem Vertrauen in die Medien ihres jeweiligen Herkunftslandes. Grundsätz-

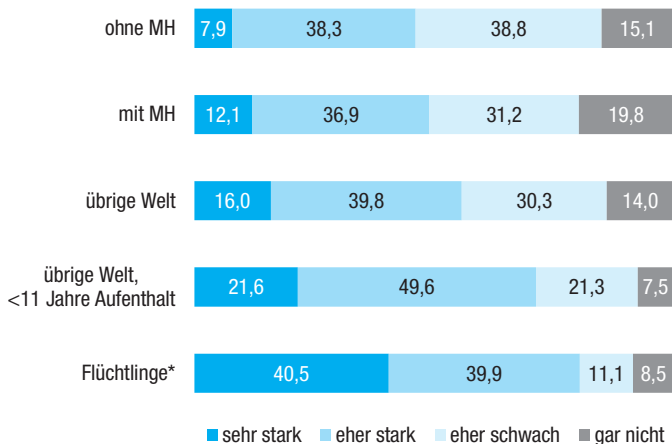
Abbildung 4  
Vertrauen in deutschsprachige Medien nach Geschlecht und Migrationshintergrund  
in %



MH=Migrationshintergrund.

Quelle: SVR-Integrationsbarometer 2018, gewichtete Daten.

Abbildung 5  
Vertrauen in deutschsprachige Medien nach Herkunftsgruppen  
in %



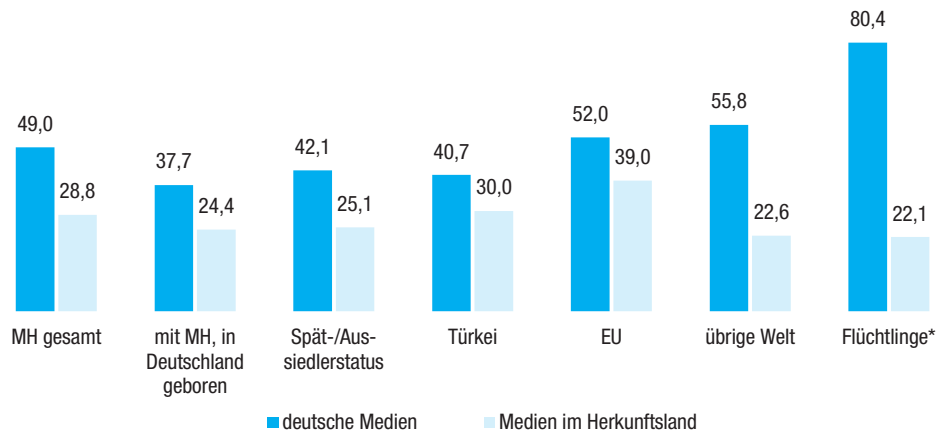
MH=Migrationshintergrund.

Quelle: SVR-Integrationsbarometer 2018, gewichtete und ungewichtete\* Daten.

lich lässt sich herkunftsgruppen- und generationenübergreifend festhalten: Befragte mit Migrationshintergrund vertrauen deutschen Medien deutlich häufiger als den Medien ihres Herkunftslandes bzw. des Herkunftslandes ihrer Eltern (vgl. Abbildung 6).

Ein detaillierterer Blick auf das Vertrauen der Befragten mit einem Migrationshintergrund in ihre jeweiligen Herkunftslandmedien zeigt, dass die Skepsis gegenüber den Medien des Herkunftslandes in der Gruppe „übrige Welt“ und unter Flüchtlingen am höchsten ausfällt. Dies steht im Einklang mit den zuvor ausgeführten Überlegun-

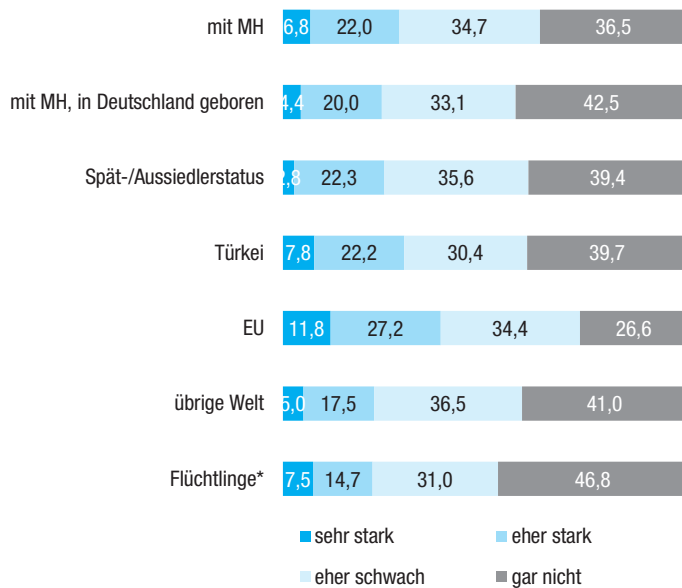
Abbildung 6  
Medienvertrauen nach Herkunftsgruppe  
in %



MH=Migrationshintergrund.

Quelle: SVR-Integrationsbarometer 2018, gewichtete und ungewichtete\* Daten.

Abbildung 7  
Vertrauen in Herkunftslandmedien nach Herkunftsgruppen  
in %



Quelle: SVR-Integrationsbarometer 2018, gewichtete und ungewichtete\* Daten.

gen zum Vertrauen dieser Gruppen in deutsche Medien (vgl. Abbildung 7). Ein ausgeprägtes Misstrauen gegenüber den Medien des jeweiligen Herkunftslandes der Eltern haben zudem Befragte, die in Deutschland geboren wurden. Rund 76 Prozent der Befragten dieser Gruppe trauen den Medien des Herkunftslandes ihrer Eltern „gar nicht“ bzw. „eher schwach“.

Migrantinnen und Migranten, die bei der Frage „In welcher Sprache informieren Sie sich über die Politik

in Deutschland?“ angeben, sich überwiegend oder ausschließlich in deutscher Sprache zu informieren, unterscheiden sich in puncto Vertrauen in deutsche Medien nicht wesentlich von Befragten, die sich ausschließlich oder überwiegend in ihrer Herkunftssprache informieren. Auffällig sind jedoch Unterschiede bei den strikt ablehnenden Haltungen. Beim Vertrauen in die Herkunftslandmedien besteht hingegen ein deutlicher Zusammenhang mit dem Gebrauch der deutschen Sprache: Personen die angeben, sich primär in deutscher Sprache über Politik zu informieren, sind gegenüber den Medien ihres Herkunftslandes sichtlich skeptischer eingestellt als solche, die sich überwiegend in der Herkunftssprache informieren (vgl. Abbildung 8).

#### Medienvertrauen zwischen Herkunftsland- und deutschen Medien

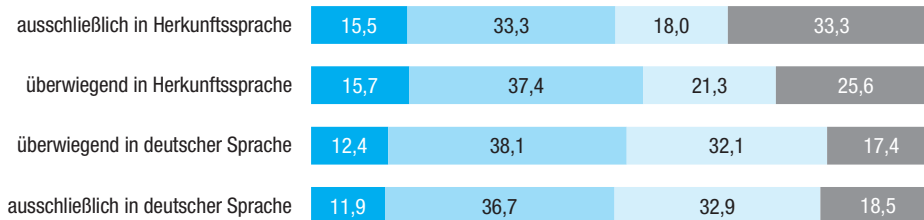
Vor dem Hintergrund der oben dargestellten Ergebnisse wird abschließend der Versuch unternommen, exemplarische Profile von Mediennutzern mit Migrationshintergrund im Hinblick auf ihr Medienvertrauen zu erstellen. Sie sollen einen herkunftsgruppenspezifischen Überblick darüber ermöglichen, wie viele Befragte den Medien weder hier noch im Herkunftsland (der Eltern) vertrauen, wie viele landesspezifische Präferenzen hegen und wie viele sowohl den Medien des Herkunftslandes als auch deutschen Medien vertrauen (vgl. Abbildung 9).

Die meisten Personen in allen aufgeführten Befragten-Gruppen – Flüchtlinge ausgenommen – vertrauen weder den Medien ihres Herkunftslandes bzw. des Herkunftslandes der Eltern noch den deutschen Medien. Besonders häufig kommt dieses medienskeptische Profil in der Herkunftsgruppe Spät-/Aussiedlerstatus und unter in Deutschland geborenen Befrag-

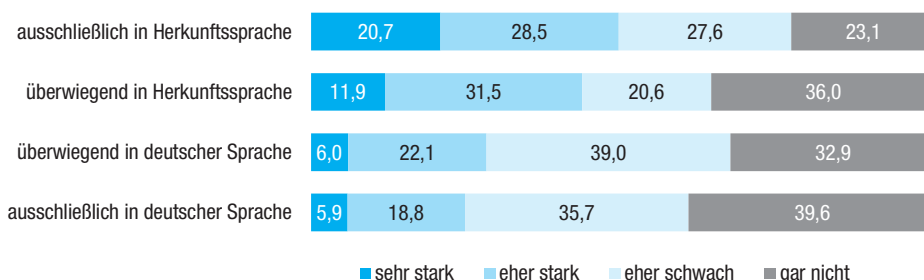
Unterschiede je nach Herkunftsgruppe

Abbildung 8  
Vertrauen in Herkunftslandmedien nach Sprachnutzung  
in %

Vertrauen in HKL-Medien



Vertrauen in deutsche Medien



HKL=Herkunftsland.

Quelle: SVR-Integrationsbarometer 2018, gewichtete Daten.

ten mit Migrationshintergrund vor. Ein besonders ausgeprägtes Vertrauen allein in deutsche Medien zeigt sich in der Herkunftsgruppe übrige Welt (rund 37 %) und ganz besonders deutlich unter Flüchtlingen (rund 60 %). Türkeistämmige Befragte vertrauen vergleichsweise häufig ausschließlich ihren Herkunftslandmedien (rund 13 %), und unter Befragten der Herkunftsgruppe EU herrscht vergleichsweise hohes beidseitiges Medienvertrauen (rund 31 %).

Medienvertrauen sinkt nach einigen Jahren

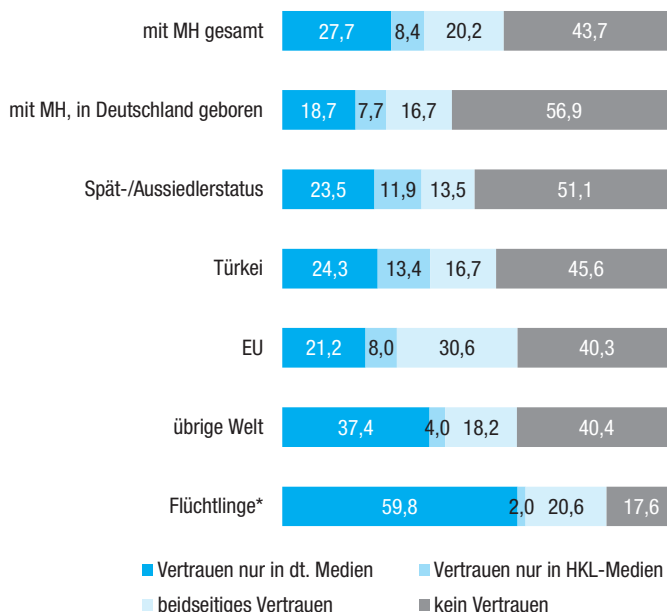
Auch wenn Befragte mit Migrationshintergrund deutschen Medien grundsätzlich mehr vertrauen als den Medien ihres Herkunftslandes (vgl. Abbildung 10), verändern sich die Vertrauensprofile bei zugewanderten Personen, die länger als 25 Jahre in Deutschland leben. Der Anteil der nur deutschen Medien Vertrauenden sinkt. Zugleich steigt die Wahrscheinlichkeit, gar keinen Medien zu vertrauen.

Fazit

Geringe Unterschiede bei TV- und Radionutzung von Menschen mit und ohne Migrationshintergrund

Die Erkenntnisse zur Mediennutzung aus dem SVR-Integrationsbarometer entsprechen weitgehend den Befunden aus früheren Studien zur Mediennutzung von Migranten. Damit bleiben Unterschiede und Gemeinsamkeiten in der Mediennutzung weitgehend stabil. Das heißt, Fernsehen ist das meistgenutzte Medium für politische Nachrichten, und hier gibt es kaum Unterschiede zwischen Menschen mit und ohne Migrationshintergrund. Ähnlich verhält es

Abbildung 9  
Gegenüberstellung Medienvertrauen: Deutsche und Herkunftslandmedien  
in %

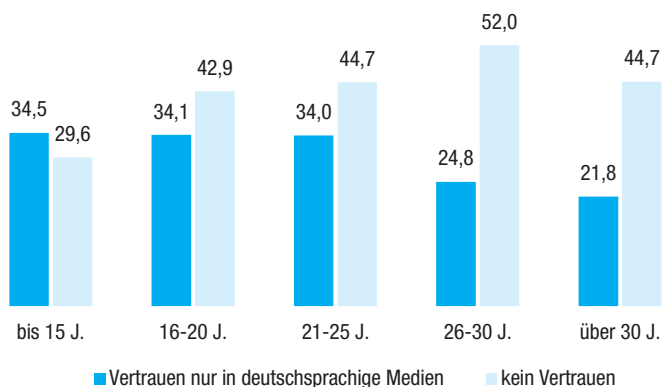


MH=Migrationshintergrund; HKL=Herkunftsland.

Quelle: SVR-Integrationsbarometer 2018, gewichtete und ungewichtete\* Daten.



Abbildung 10  
Medienvertrauen nach Aufenthaltsdauer von Befragten mit Migrationshintergrund  
in %



Quelle: SVR-Integrationsbarometer 2018, gewichtete und ungewichtete\* Daten.

sich mit der Radionutzung zu politischen Informationszwecken. Deutlichere Unterschiede bestehen in der Zeitungsnutzung: Menschen mit Migrationshintergrund nutzen deutlich seltener Zeitungen, um Nachrichten über Politik zu erhalten, als Menschen ohne Migrationshintergrund.

Internet ermöglicht auch Zugang zu muttersprachlichen Informationsangeboten

Ein Erklärungsgrund für diese Gemeinsamkeit liegt in der Bildung der Mediennutzer: Je höher die formale Bildung der Menschen ist, desto mehr informieren sie sich auch über mehrere Kanäle hinweg. Das trifft sowohl für Menschen mit und ohne Migrationshintergrund zu, ist bei ersteren allerdings noch stärker ausgeprägt. Für Menschen mit Migrationshintergrund sind Sprachkenntnisse ein wichtiger Faktor zur Erklärung der Nutzung deutscher Medienangebote. Je eher sich Menschen mit Migrationshintergrund in deutscher Sprache informieren, desto ausgeprägter wird ihre politische Mediennutzung. Die Internetnutzung von Menschen mit Migrationshintergrund liegt etwas höher als bei Menschen ohne. Eine Erklärung könnte sein, dass die Internetnutzung auch Zugang zu muttersprachlichen Informationsangeboten ermöglicht. Unterschiede bei Menschen mit Migrationshintergrund bestehen hauptsächlich zwischen Türkeistämmigen und Spät-/Ausgesiedelten. Letztere sind häufigere Fernseh-, Radio-, Zeitungs- und Internetnutzer, Erstere tun dies seltener als alle anderen Gruppen mit Migrationshintergrund.

Zentrale Bedeutung von Bildung und Sprache für eine gelingende Teilhabe

Beim Medienvertrauen zeigen sich insgesamt wenige Unterschiede zwischen Menschen mit und ohne Migrationshintergrund. Bei genauer Betrachtung fällt allerdings auf, dass Türkeistämmige höheres Misstrauen äußern, während die Herkunftsgruppe „übrige Welt“, in der Neuzugewanderte einen bedeutenden Teil darstellen, den Medien häufiger vertrauen als

Menschen ohne Migrationshintergrund. Für die Gruppe „übrige Welt“ spielt möglicherweise der Vergleich zu Medien im Herkunftsland eine bedeutsame Rolle. Während Verletzungen der Pressefreiheit in vielen der Herkunftsländer von Befragten in dieser Gruppe an der Tagesordnung sind und dort von einer unabhängigen Medienberichterstattung zum Teil keine Rede sein kann, wird Medien in Deutschland deutlich mehr vertraut. Diese Kontrasterfahrung ist bei anderen Befragtengruppen weniger stark ausgeprägt. Dazu passt auch der Befund, dass über alle Gruppen hinweg Medien in Deutschland mehr Vertrauen entgegengebracht wird als Medien des Herkunftslandes. Diese Diskrepanz ist bei Türkeistämmigen am geringsten und bei Flüchtlingen am deutlichsten. Wie bei der Mediennutzung führt höhere Bildung auch zu höherem Vertrauen in die Medien. Sprachkenntnisse spielen ebenfalls eine zentrale Rolle: Ein größeres Misstrauen in deutsche Medien liegt vor allem dann vor, wenn Menschen sich in der Sprache ihres Herkunftslandes informieren und wird geringer, wenn sie sich in deutscher Sprache informieren. Für das Vertrauen in die Medien des Herkunftslandes ist es genau umgekehrt. Insgesamt bestätigen diese Erkenntnisse die zentrale Bedeutung von Bildung und Sprache für eine gelingende Teilhabe am öffentlichen medialen Diskurs und Integration im Allgemeinen.

Anmerkungen:

- 1) Die hier aufgeführten Argumente und Schlussfolgerungen spiegeln nicht notwendigerweise die Meinung des Sachverständigenrats deutscher Stiftungen für Integration und Migration (SVR) wider.
- 2) Vgl. Trebbe, Jürgen: *Ethnische Minderheiten, Massenmedien und Integration*. Wiesbaden 2009, S. 11. Vgl. auch ausführlich zur Integrationsfunktion von Medien allgemein Vlašić, Andreas: *Medien und Integration: Ein Vorschlag zur theoretischen Konzeption und empirischen Erfassung integrationsrelevanter Medieninhalte*. In: *Publizistik* 57, 4/2012, S. 419-444.
- 3) Vgl. Gerhard, Heinz/Natalie Beisch: *Fernsehnutzung von Migranten 2011. Ergebnisse der ARD/ZDF-Studie Migranten und Medien 2011*. In: *Media Perspektiven* 10/2011, S. 479-492, hier S. 483.
- 4) Vgl. hierzu Eberl, Jakob-Moritz/Christine E. Meltzer/Tobias Heidenreich/Beatrice Herrero/Nora Theorien/ Fabienne Lind/Rosa Berganza/Hajo G. Boombaarden/Christian Schemer/Jesper Strömbäck: *The European media discourse on immigration and its effects: a literature review*. In: *Annals of the International Communication Association* 42, 6/2018, S. 207-223.
- 5) Vgl. Hammeran, Regine/Deniz Baspinar/Erk Simon: *Selbstbild und Mediennutzung junger Erwachsener türkischer Herkunft. Ergebnisse einer qualitativen Studie*. In: *Media Perspektiven* 3/2007, S. 126-135, hier S. 135.
- 6) Vgl. Simon, Erk/Ulrich Neuwöhner: *Medien und Migranten 2011. Zielsetzung, Konzeption und Basisdaten einer repräsentativen Untersuchung der ARD/ZDF-Medienkommission*. In: *Media Perspektiven* 10/2011, S. 458-470.
- 7) Vgl. etwa die Studie von Weiß, Hans-Jürgen/Joachim Trebbe: *Mediennutzung und Integration der türkischen Bevölkerung in Deutschland. Ergebnisse einer Umfrage des Presse- und Informationsamtes der Bundesregierung*. Potsdam 2001.
- 8) Vgl. Trebbe, Joachim/Hans-Jürgen Weiß: *Integration als Mediennutzungsmotiv? Eine Typologie junger türkischer*

- Erwachsener. In: *Media Perspektiven* 3/2007, S. 136–141 sowie Zambonini, Gualtiero/Erk Simon: Kulturelle Vielfalt und Integration: Die Rolle der Medien. In: *Media Perspektiven* 3/2008, S. 120–124.
- 9) Vgl. Simon/Neuwöhner (Anm. 6), hier S. 469 sowie Simon, Erk/Iva Krtalic/Gerhard Kloppenburg: Junge Menschen mit Zuwanderungsgeschichte - Mediennutzung und Programmwartungen. Ergebnisse einer Studie aus Nordrhein-Westfalen. In: *Media Perspektiven* 8/2020, S. 447–458. Auf die Altersunterschiede in den jeweiligen Herkunftgruppen weisen auch bereits frühere Studien hin, z. B. Hammeran/Baspinar/Simon (Anm. 5).
  - 10) Vgl. Gerhard/Beisch (Anm. 3), hier S. 481; Kloppenburg, Gerhard/Mai, Lothar: Radionutzung von Migranten. In: *Media Perspektiven* 10/2011, S. 471–478 sowie Müller, Thorsten/Natalie Beisch: Onlinenutzung von Migranten. Ergebnisse der ARD/ZDF-Studie Migranten und Medien 2011. In: *Media Perspektiven* 10/2011, S. 493–503.
  - 11) Vgl. Simon/Neuwöhner (Anm. 6), hier S. 469.
  - 12) Vgl. hierzu Schultz, Tanjev/Nikolaus Jakob/Marc Ziegele/Oliver Quiring/Christian Schemer: Erosion des Vertrauens? Misstrauen, Verschwörungstheorien und Kritik an den Medien in der deutschen Bevölkerung. Ergebnisse einer repräsentativen Bevölkerungsumfrage. In: *Media Perspektiven* 5/2017, S. 246–259; Ziegele, Marc/Tanjev Schultz/Nikolaus Jakob/Viola Granow/Oliver Quiring/Christian Schemer: Lügenpresse-Hysterie ebbt ab. Mainzer Langzeitstudie „Medienvertrauen“. In: *Media Perspektiven* 4/2018, S. 150–162; Schultz, Tanjev/Marc Ziegele/Ilka Jakobs/Nikolaus Jakob/Oliver Quiring/Christian Schemer: Mainzer Langzeitstudie Medienvertrauen 2019. Medienzynismus weiterhin verbreitet, aber mehr Menschen widersprechen. In: *Media Perspektiven* 6/2020, S. 322–330.
  - 13) Erkenntnisse zum Medienvertrauen von Migranten finden sich in den folgenden Studien: Gerhard/Beisch (Anm. 3), hier S. 484; Walter, Mignon/Ute Schlinker/Christiane Fischer: Fernsehnutzung von Migranten. Ergebnisse der ARD/ZDF-Studie „Migranten und Medien 2007“. In: *Media Perspektiven* 9/2007, S. 436–451.
  - 14) Grundlage für die Berechnung der tatsächlichen Anteile sowie für alle weiteren Gewichtungen ist eine Sonderauswertung des Mikrozensus. Für eine detaillierte Beschreibung der Stichprobe sowie der Gewichtungen siehe Wittlif, Alex/Steffen Beigang: SVR-Integrationsbarometer 2018. Methodenbericht, Berlin 2020. [https://www.svr-migration.de/wp-content/uploads/2020/07/Methodenbericht-Integrationsbarometer-2018\\_erg%C3%A4nzte-Fassung-2.pdf](https://www.svr-migration.de/wp-content/uploads/2020/07/Methodenbericht-Integrationsbarometer-2018_erg%C3%A4nzte-Fassung-2.pdf) (abgerufen am 4.12.2020).
  - 15) Aufgrund der fehlenden Gewichtung werden Flüchtlinge bei einer Auswertung für alle Personen mit Migrationshintergrund nicht berücksichtigt. Zu beachten ist ferner die Definition der Herkunftsgruppe Flüchtlinge: In diese Herkunftsgruppe sind – angelehnt an die IAB-BAMF-SOEP-Befragung von Geflüchteten – nur nach 2014 eingereiste Personen aus den folgenden Ländern eingeordnet: Afghanistan, Ägypten, Albanien, Eritrea, Irak, Iran, Nigeria, Pakistan, Somalia, Syrien, Tunesien. Vgl. hierzu Brücker, Herbert/Nina Rother/Jürgen Schupp (Hrsg.): IAB-BAMF-SOEP-Befragung von Geflüchteten: Überblick und erste Ergebnisse. IAB-Forschungsbericht 14/2016. Verfügbar unter: <http://doku.iab.de/forschungsbericht/2016/fb1416.pdf> (abgerufen am 23.10.2020).
  - 16) Vgl. hierzu Statistisches Bundesamt: <https://www.destatis.de/DE/Themen/Gesellschaft-Umwelt/Bevoelkerung/Migration-Integration/Glossar/migrationshintergrund.html> (abgerufen am 22.10.2020).
  - 17) Zusätzlich zu den genannten Medien wurde erhoben, ob sich die Befragten in persönlichen Gesprächen sowie aus einer „anderen Quelle“ über Politik informieren. Diese beiden Informationsquellen werden im Folgenden nicht betrachtet.
  - 18) Auf diese Weise erklärt sich beispielweise das auffällig stark abweichende Nutzungsverhalten bei Zeitungen. Die Differenz von rund 20 Prozentpunkten zwischen Türkeistämmigen und Befragten ohne Migrationshintergrund schrumpft und ist nicht mehr signifikant, wenn man das durchschnittliche Bildungsniveau beider Gruppen einberechnet. Als nicht mehr signifikant gelten Differenzen zwischen einzelnen Merkmalsausprägungen, wenn (i. d. R. mit einer 95-prozentigen Wahrscheinlichkeit) nicht davon ausgegangen werden kann, dass der in der Stichprobe feststellbare Unterschied auch in der Grundgesamtheit vorzufinden ist.
  - 19) Vgl. Jakobs, Ilka: Vertrauenszuschreibungen an Medien. Eine experimentelle Studie zu den Ebenen von Vertrauen in Medien. Mainz, Dissertation 2018.
  - 20) Vgl. Schranz, Mario/Jörg Schneider/Mark Eisenegger: Medienvertrauen – eine vergleichende Perspektive. In: fög – Forschungsinstitut Öffentlichkeit und Gesellschaft/ UZH. Studien Qualität der Medien. Basel 2018.
  - 21) Vgl. Europäische Kommission 2020: <https://ec.europa.eu/commfrontoffice/publicopinion/index.cfm/Chart/getChart/chartType/lineChart/themeKy/18/groupKy/84/savFile/201> (abgerufen am 22.10.2020).
  - 22) Vgl. Schultz u.a. 2020 (Anm. 12).
  - 23) Vgl. ebd., S. 326.
  - 24) Vgl. Raschke, Eva/Bettina Westle: Flitterwochen mit der Demokratie? Politische Unterstützung von Migranten in Europa. In: *Zeitschrift für Vergleichende Politikwissenschaft* 12, 1/2018, S. 321–340; Röder, Antje/Peter Mühlau: Low Expectations of Different Evaluations. What Explains Immigrants' High Levels of Trust in Host-Country Institutions? In: *Journal of Ethnic and Migration Studies* 38, 5/2012, S. 777–792.
  - 25) Vgl. Tonassi, Timo/Magdalena Nowicka/Alex Wittlif: Mit der Politik auf Du und Du? Wie Menschen mit und ohne Migrationshintergrund ihre politische Selbstwirksamkeit wahrnehmen. SVR-Forschungsbereich, Berlin 2019.
  - 26) Vgl. Reporter ohne Grenzen, 2020: <https://www.reporter-ohne-grenzen.de/weltkarte#map-BGR> (abgerufen am 22.10.2020).
  - 27) Vgl. Brücker, Herbert/Nina Rother/Jürgen Schupp/Christian Babka von Gostomski/Axel Böhm/Tanja Fendel/Martin Friedrich/Marco Giesselmann/Yuliya Kosyakova/Martin Kroh/Elisabeth Liebau/David Richter/Agnese Romiti/Diana Schacht/Jana A. Scheible/Paul Schmelzer/Manuel Siegert/Steffen Sirries/Parvati Trübswetter et al.: Flucht, Ankunft in Deutschland und erste Schritte der Integration. In: *DIW Wochenbericht* 46/2016, S. 1103–1119; SVR-Forschungsbereich – Forschungsbereich beim Sachverständigenrat deutscher Stiftungen für Integration und Migration: Was wir über Flüchtlinge (nicht) wissen. Der wissenschaftliche Erkenntnisstand zur Lebenssituation von Flüchtlingen in Deutschland. Eine Expertise im Auftrag der Robert Bosch-Stiftung, Berlin 2016, S. 55.