

Pressemitteilung Deutschland | Edelman Trust Barometer 2021

Vorschuss in der Krise: Vertrauen der Deutschen steigt, globale Infodemie verbreitet aber Misstrauen

- **Der Krise zum Trotz:** Gesellschaftliche Institutionen gewinnen trotz Pandemie weiter an Vertrauen
- **Erstmals an der Spitze:** Regierung (59 %) ist erstmals seit 2012 vor Unternehmen (54 %), Medien (52 %) und NGOs (46 %) die vertrauenswürdigste Institution in Deutschland
- **Positives Momentum:** Institutionen müssen jetzt Kompetenz und Ethik in Einklang bringen, um positiven Vertrauentrend fortzuführen
- **Medien mit Misstrauen konfrontiert:** 43 % der Deutschen denken, dass Journalisten die Menschen absichtlich durch falsche Informationen in die Irre führen wollen

Frankfurt am Main, 16. Februar 2021. Die Bilanz knapp ein Jahr nach dem Ausbruch der Corona-Krise: Das Vertrauen der Bevölkerung hierzulande in die gesellschaftlichen Institutionen Regierung, Unternehmen, Medien und NGOs ist auch im Jahr der Pandemie weiter gewachsen. Während sich im globalen Vergleich klar die Verlierer der Krise zeigen, kann Deutschland einen Vertrauenszuschuss verzeichnen und nimmt im internationalen Vergleich eine Sonderstellung ein. Das zeigen die aktuellen Daten des 21. Edelman Trust Barometer. Darin hat Edelman über 33.000+ Menschen in 28 Märkten zu ihrem Vertrauen befragt.

So belegt Deutschland im globalen Vertrauensranking der allgemeinen Öffentlichkeit Platz 14 von 27 Märkten und erreicht 53 Indexpunkte. Im Vorjahr waren es 46 Indexpunkte. Trotz der anhaltend positiven Entwicklung, die das Vertrauen hierzulande seit 2020 zeigt, schaffen es die Institutionen insgesamt jedoch nicht, dass die Deutschen sie als vertrauenswürdig einstufen. Vielmehr schätzen die Menschen die Institutionen nun im neutralen Vertrauensbereich ein. Als vertrauenswürdigste Institution hierzulande wird die Regierung angesehen (59 %; +14 %pkt.), nun gefolgt von den Unternehmen (54 %; +6 %pkt.), den Medien (52 %; +3 %pkt.) und vor den NGOs (46 %; +3 %pkt.). Auch die Vertrauenslücke zwischen der informierten und breiten Öffentlichkeit hat sich in Deutschland halbiert (2021: 10 Punkte).

„Das Edelman Trust Barometer 2021 zeigt, dass das Vertrauen in die deutschen Institutionen überraschend hoch bleibt. Vor allem die Regierung und die Unternehmen haben trotz aller Herausforderungen durch die Pandemie ein positives Momentum entwickelt. Regierung und Unternehmen müssen jedoch weiter daran arbeiten, Vertrauen zu gewinnen, damit sie langfristig profitieren und die Vertrauensblase nicht platzt“, sagt Christiane Schulz, CEO von Edelman Deutschland.

Denn schon jetzt zeigt das Edelman Trust Barometer 2021 eine Tendenz: Der Zenit der Vertrauenszunahme ist seit dem Frühjahr 2020 überschritten. Während das Vertrauen der Deutschen in die vier Institutionen von Januar 2020 bis Mai 2020 stark angestiegen war (Regierung +19 %pkt; Unternehmen +8 %pkt; Medien +4 %pkt; NGOs +7 %pkt.) hat sich dieser rasante Zuwachs bis Januar 2021 umgekehrt. Die Faktoren für die Verlangsamung sind vielschichtig.

Sorge vor Falschinformationen ist fundamentale Herausforderung

Die Ergebnisse des Edelman Trust Barometer 2021 zeigen, dass sich die Bedürfnisse der Menschen in der Pandemie fundamental verändert haben. Die Deutschen legen aktuell deutlich mehr Wert auf den Kampf gegen Falschinformationen als noch im vergangenen Jahr (+39 Punkte). Erst danach folgen unter anderem die Thematisierung von Armut im eigenen Land (+37 Punkte) und Klimawandel (+33 Punkte) oder die Verbesserung des Bildungssystems (+36 Punkte).

Besorgniserregend schneiden in diesem Kontext die Ergebnisse bei der Frage nach der „Informationshygiene“¹ ab: 43 % (global: 39 %) der in Deutschland Befragten verfügen über eine schlechte Informationshygiene (20 % gut, 37 % moderat; global: 26 % gut, 35 % moderat). Dabei geben 42 % (global: 57 %) an, dass sie Informationen, die sie spannend finden, gern weiterverbreiten. Nur ein Fünftel (global: 29 %) derjenigen, die Informationen, die sie spannend finden, weitergeben, haben eine gute Informationshygiene.

„Es hat sich eine ‚Infodemie‘ entwickelt. Nicht nur in Deutschland, sondern auf globaler Ebene. Ohne vertrauenswürdige Quellen können die Menschen nicht wissen, wo oder bei wem sie zuverlässige Informationen erhalten. In der Konsequenz besteht die Gefahr, dass das Vertrauen in der deutschen Bevölkerung sukzessive wieder abnimmt“, sagt Christiane Schulz.

Medien stehen vor Vertrauensfrage

Das Edelman Trust Barometer 2021 bestätigt den Negativtrend in Bezug auf Medien und Informationen: Die Deutschen treten Journalisten mit Misstrauen entgegen, wenn es darum geht, ob diese das Richtige tun (47 %, -3 %pkt.). Damit liegen Journalisten in Bezug auf das Vertrauen zwar noch vor CEOs (36%; +3 %pkt.) und Regierungsverantwortlichen (42 %; +8 %pkt.), haben im Vergleich zum Vorjahr aber an Vertrauen eingebüßt. Für die Medien hierzulande haben die Befragten ein klares Feedback: 59 % der Deutschen (global: 61 %) empfinden, dass die Medien keinen guten Job machen, wenn es um objektive und überparteiliche Berichterstattung geht. Darüber hinaus sagen 42 % (global: 59 %), dass Nachrichtenorganisationen mehr damit beschäftigt sind, eine Ideologie oder politische Position zu unterstützen als die Öffentlichkeit zu informieren. Alarmierend: Mehr als zwei Fünftel (43 %; global 59 %) der Befragten sagen, dass Journalisten und Reporter die Menschen absichtlich durch falsche und übertriebene Informationen in die Irre führen wollen.

CEOs in der Pflicht, aktiv zu werden

Ihrem eigenen CEO sprechen gut die Hälfte der Deutschen (54 %; global: 63 %) ihr Vertrauen aus, das Richtige zu tun. „An diesen bleibenden Vertrauensvorschuss sind Bedingungen geknüpft: 68 % der hierzulande Befragten wollen, dass CEOs handeln, wenn die Regierung keine Antworten auf gesellschaftliche Herausforderungen findet (global: 68 %). 58 % sind der Meinung, dass CEOs selbst nicht nur gegenüber Aktionären und Vorständen, sondern auch gegenüber der Öffentlichkeit die Verantwortung (global: 65 %) tragen sollten. 57 % sagen darüber hinaus, dass CEOs bei Veränderungen die Führung übernehmen sollten, anstatt auf die Regierung zu warten (global: 66 %)“, betont Christiane Schulz.

„Gerade erleben wir ein besonderes Vertrauensmomentum, auf dem es aufzubauen gilt“, fasst Christiane Schulz zusammen. „Vertrauen entsteht, wenn Ethik und Kompetenz gleichermaßen zusammenkommen. Für alle Institutionen kommt es jetzt darauf an, den Worten Taten folgen zu lassen,

¹ Die Frage nach der Informationshygiene bewertet, wie die Befragten bei den folgenden vier Dimensionen abschneiden: Regelmäßige Beschäftigung mit Nachrichten, Auseinandersetzung mit unterschiedlichen Standpunkten, Überprüfung von Informationen und das Vermeiden der Verbreitung von Falschinformationen

den Menschen Sorgen zu nehmen und Sicherheit zu geben. Dies kann der Beginn einer großen ‚Vertrauensreise‘ sein“.

Über das Edelman Trust Barometer

Das Edelman Trust Barometer 2021 ist die jährliche Umfrage des Unternehmens zu Vertrauen in Regierungen, Unternehmen, Medien und Nichtregierungsorganisationen (NGOs), die in diesem Jahr zum 21. Mal durchgeführt wurde. Die Umfrage wurde von der Marktforschungsfirma Edelman Data & Intelligence (DxI) durchgeführt und bestand aus 30-minütigen Online-Interviews, die zwischen dem 19. Oktober und 18. November 2020 stattfanden. Die Online-Umfrage umfasste mehr als 33.000 Befragte, darunter 1.150 Befragte aus der Allgemeinbevölkerung in 28 Ländern und 200 Befragte aus der informierten Öffentlichkeit in jedem Land, mit Ausnahme von China und den USA, die eine Stichprobe von jeweils 500 Befragten aus der informierten Öffentlichkeit haben, und Nigeria, das 100 Befragte aus der informierten Öffentlichkeit hat. Alle Befragten aus der informierten Öffentlichkeit erfüllten die folgenden Kriterien: 25-64 Jahre alt, Hochschulbildung; Haushaltseinkommen im obersten Quartil für ihr Alter in ihrem Land; lesen oder sehen mindestens mehrmals pro Woche Wirtschafts-/Nachrichtenmedien; verfolgen mindestens mehrmals pro Woche politische Themen in den Nachrichten.

Über Edelman

Edelman ist eine globale Kommunikationsagentur, die Unternehmen und Organisationen dabei unterstützt, ihre Marken und deren Reputation zu entwickeln, zu fördern und zu schützen. In Deutschland liefern rund 300 Experten mit Büros in Berlin, Hamburg, Köln und Frankfurt am Main Kommunikationsstrategien, die es unseren Kunden ermöglichen, zu führen, mit Überzeugung zu handeln und das nachhaltige Vertrauen ihrer Zielgruppen und Stakeholder zu gewinnen. Weitere Informationen unter www.edelman.de.

Pressekontakt

Anna-Lena Schildt, Senior-PR & Marketingmanagerin Edelman Deutschland
Tel.: +49 (0) 40 80 90 36 770, E-Mail: Presse-DE@edelman.com