

Die 10 Kernergebnisse

01 Vertrauen der Deutschen in gesellschaftliche Institutionen steigt

Das Vertrauen der Bevölkerung hierzulande in die gesellschaftlichen Institutionen Regierung, Unternehmen, Medien und NGOs ist auch im Jahr der Pandemie weiter gewachsen. Deutschland belegt im globalen Vertrauensranking der allgemeinen Öffentlichkeit Platz 14 von 27 Märkten und erreicht 53 Indexpunkte. Im Vorjahr waren es 46 Indexpunkte.

02 Regierung vertrauenswürdigste Institution

Die Regierung wird mit 59 % (+14 %pkt.) vor den Unternehmen (54 %; +6 %pkt.), den Medien (52 %; +3 %pkt.) und den NGOs (46 %; +3 %pkt.) als vertrauenswürdigste Institution angesehen. Trotz der anhaltend positiven Entwicklung schaffen es die Institutionen insgesamt jedoch nicht, dass die Deutschen sie als vertrauenswürdig einstufen – bis auf die NGOs liegen sie im neutralen Vertrauensbereich.

03 Zenit der Vertrauenszunahme überschritten

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 der rasante Zuwachs bis Januar 2021 umgekehrt.

04 Institutionen werden als ethischer angesehen

Im Vergleich zum Vorjahr werden alle Institutionen in Deutschland als ethischer angesehen. Einen Rückgang in Bezug auf die Kompetenz verzeichnen Unternehmen und Medien – sie werden von den Befragten weniger kompetent als im Vorjahr wahrgenommen. Für alle Institutionen kommt es jetzt darauf an, das positive Momentum zu nutzen.

05 Vertrauenskluft nimmt ab

Die Vertrauenskluft zwischen der informierten und breiten Öffentlichkeit hat sich in Deutschland halbiert (2021: 10 Punkte; 2020: 20 Punkte).

06 Sorge vor Falschinformationen ist fundamentale Herausforderung

Die Bedürfnisse der Menschen haben sich in der Pandemie fundamental verändert. Die Deutschen legen aktuell deutlich mehr Wert auf den Kampf gegen Falschinformationen als noch im vergangenen Jahr (+39 Punkte). Erst danach folgen unter anderem der Klimawandel (+33 Punkte) oder die Verbesserung des Bildungssystems (+36 Punkte).

07 Hierzulande hat nur 1 von 5 Befragten eine gute Informationshygiene

42 % der Deutschen gaben an, dass sie Informationen, die sie spannend finden, gern weiterverbreiten. Aber nur ein Fünftel dieser Menschen hat auch eine gute Informationshygiene und checkt die Informationen beispielsweise vor dem Weiterleiten gegen.

08 Medien mit Misstrauen konfrontiert

59 % der Deutschen empfinden, dass die Medien keinen guten Job machen, wenn es um objektive und überparteiliche Berichterstattung geht. 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.

09 Gesellschaftlichen Führungspersonen wird nicht zugetraut, das Richtige zu tun

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 an Vertrauen eingebüßt. An der Spitze: Wissenschaftler (71 %; -3 %pkt.), Personen aus meinem lokalen Umfeld (58 %; -9 %pkt.) und mein Arbeitgeber-CEO (54 %).

10 Neue Anforderungen an CEOs

68 % der Deutschen wollen, dass CEOs handeln, wenn die Regierung keine Antworten auf gesellschaftliche Herausforderungen findet. 58 % sind der Meinung, dass CEOs selbst nicht nur gegenüber Aktionären und Vorständen, sondern auch gegenüber der Öffentlichkeit die Verantwortung tragen sollten. 57 % sagen, dass CEOs bei Veränderungen die Führung übernehmen sollten, anstatt auf die Regierung zu warten.