

Ergebnisse zweier Repräsentativstudien  
zur ARD-Themenwoche 2014  
„Toleranz – anders als Du denkst“

## ► Medien und Toleranz: Erwartungen und Werturteile des Publikums

Von Andreas Egger\*

Unter dem Motto „Anders als Du denkst“ beleuchteten vom 15. bis 21. November 2014 Fernsehprogramme, Hörfunkwellen und Onlineangebote der ARD die unterschiedlichsten Facetten des Themas Toleranz. In der neunten Themenwoche setzte die ARD auch in diesem Jahr wieder den Fokus auf ein gesellschaftlich relevantes und, wie die Ereignislage (z. B. hinsichtlich der PEGIDA-Demonstrationen) rund um den Jahreswechsel 2014/2015 zeigt, hochaktuelles Thema. Als unabdingbare Voraussetzung für ein gutes gesellschaftliches Zusammenleben geht das Thema Toleranz alle an – als Bürgerinnen und Bürger in der Öffentlichkeit ebenso wie im persönlichen Umfeld – und öffnet den Blick auf andere Lebensstile und Kulturen, die gemeinsam eine lebendige Gesellschaft bilden. Dem Leitgedanken der Unantastbarkeit der Menschenwürde folgend war das Ziel der Themenwoche, Impulse zur Akzeptanz gesellschaftlicher Vielfalt zu geben und die Diskussion darüber anzuregen. Nach den Schwerpunkten „Leben mit dem Tod“ (2012) und „Zum Glück“ (2013) wird sich die zehnte ARD-Themenwoche im Jahr 2015 mit dem Thema „Heimat“ auseinandersetzen.

**Crossmediales  
Angebot der  
ARD-Themenwoche  
Toleranz**

Im Rahmen der Themenwoche Toleranz entstanden weit über 500 Stunden Radio- und Fernsehprogramm (Wiederholungen nicht eingerechnet), ein vielfältiges Onlineangebot und mehrere medienübergreifende Programm- und Begleitprojekte. Allein die ARD-Radiowellensendeten in 1 044 Beiträgen über 275 Stunden themenspezifisches Programm. Dabei reichte die Bandbreite von Feature- und Talksendungen über Korrespondentenberichte und Interviews bis zu Hörerreaktionen und Reporterstücken mit Selbsttests zu Toleranz und Intoleranz in den verschiedensten Lebensbereichen.

**Breites Radioangebot,  
Schwerpunkt bei  
jungen ARD-Wellen**

Besondere Aufmerksamkeit erfuhr das Thema in den jungen Wellen der ARD, u.a. im Rahmen der gemeinsamen Aktion „#Redefreiheit – Der Toleranz-Slam“. Exemplarisch für die Bandbreite des Hörfunkangebots seien hier folgende Sendungen genannt: „Merav heiratet – ein ganz persönlicher Nah-

ostkonflikt“ (Bayern 2), „Hörstoff: Keine Angst vor dem schwarzen Mann oder können Kinder Toleranz erlernen?“ (SR 2), „Thementag Toleranz am Arbeitsplatz (SWR 1 Baden-Württemberg), „Community-Show“ mit Reaktionen aus den sozialen Netzwerken auf verschiedene Toleranzfragen (MDR JUMP), „Was heißt hier rechts?“ (WDR 3), „hr4-Treffpunkt-Gespräch: Toleranz in der Partnerschaft“ (hr4), „Gott und die Welt – Bigos am Bosporus“ (rbb Kulturradio), „Soundcheck spezial – Musik zum Thema Toleranz“ (NDR 2), „Gesprächszeit 2 nach 1: Shitstorm – (In) Toleranz im Netz“ (Nordwestradio).

Das Fernsehangebot der ARD-Themenwoche umfasste 255 Sendestunden in 581 Sendungen und Beiträgen. Allein Das Erste bot knapp 20 Stunden Programm, das Dritte Programm der 2014 federführenden Landesrundfunkanstalt, das Bayerische Fernsehen, sogar über 62 Stunden. Beiträge zur Themenwoche liefen auch in allen anderen Dritten Programmen, 3sat, ARD-alpha, Einsfestival, Eins-Plus, tagesschau24 und der Deutschen Welle. Auch in diesem Jahr wurde das Schwerpunktthema in unterschiedlichen Programmsparten und Genres aufgegriffen, von tagesbegleitenden und regionalen Magazinen über Talkshows, Nachrichtensendungen, Reportagen und Dokumentationen, aber auch in der fiktionalen und nicht-fiktionalen Unterhaltung.

Insgesamt erreichte das Fernsehangebot zur ARD-Themenwoche laut AGF/GfK-Fernsehforschung 32,50 Millionen Zuschauer in Deutschland. Allein 22,69 Millionen Menschen sahen mindestens einen Beitrag im Ersten, 20,86 Millionen in den Dritten Programmen. Die Übersicht der erfolgreichsten Sendungen zur Themenwoche im Ersten zeigt die Vielfalt der Themen und Herangehensweisen auf (vgl. Tabelle 1). Die höchste Zuschauerresonanz nach der „Tagesschau“-Ausgabe vom 16.11.2014 erzielten die Fernsehfilme „Das Ende der Geduld“ und „Bis zum Ende der Welt“ sowie die beiden Talk-Sendungen „Hart aber fair“ zum Thema „Altenrepublik Deutschland – werden die Jungen ausgeplündert?“ und „Anne Will“ zum Thema Jugendgewalt.

Das gemeinschaftliche Onlineangebot „themenwoche.ard.de“ bot neben Zugängen zu allen Programmhöhepunkten und Aktionen der Landesrundfunkanstalten einen eigenen Schwerpunkt „Toleranz im Netz“. Zentrales Element war der Dialog mit den Nutzern in einem dauerhaft redaktionell betreuten Social-Media-Fenster, drei Chats und einem Social-TV-Angebot zum trimedialen Projekt „Steh zu Dir“ des Bayerischen Rundfunks. Das Onlinespecial umfasste neben Experteninterviews, Reportagen, Hintergrundberichten und Porträts auch das Newsgame „Shitstorm-Fighter“: Das Lernspiel vermittelt, wie leicht man im Netz Ziel von Hassattacken werden kann. Es erfuhr in den sozialen Netzwerken und in journalistischen Onlinemedien große Aufmerksamkeit.

**Themenwoche im TV:  
581 Beiträge mit  
255 Sendestunden**

**32,5 Millionen  
Bundesbürger sahen  
Themenwoche im TV**

**Onlinespecial mit  
Interaktions-  
angeboten**

\* BR-Unternehmensanalyse und Medienforschung.

**Tab. 1 Das Erste: Die meistgesehenen Sendungen der ARD-Themenwoche 2014 „Toleranz – anders als Du denkst“**

Rang	Titel	Tag	Datum	Beginn	Dauer	Zuschauer in Mio	Marktanteil in %
1	Tagesschau	So	16.11.14	19:59	00:15	7,41	22,0
2	Das Ende der Geduld	Mi	19.11.14	20:15	01:28	4,82	15,3
3	Bis zum Ende der Welt	Mo	17.11.14	20:15	01:27	3,83	11,7
4	Hart aber fair	Mo	17.11.14	21:44	01:02	3,62	13,3
5	Anne Will	Mi	19.11.14	21:44	00:59	3,61	14,0
6	Die Sache mit der Wahrheit	Fr	21.11.14	20:15	01:28	3,20	10,1
7	Tagesthemen	Mo	17.11.14	22:47	00:29	2,71	13,9
8	Nuhr mit Respekt!	Do	20.11.14	22:47	00:44	2,05	10,4
9	Tagesthemen	Sa	15.11.14	23:15	00:22	1,98	8,7
10	90 Minuten sind kein Leben	Sa	15.11.14	19:00	00:47	1,78	7,5
11	ttt – titel thesen temperamente	So	16.11.14	23:19	00:28	1,65	10,9
12	Willkommen in Hoyerswerda?	So	16.11.14	17:32	00:28	1,46	6,9
13	Jenseits der Toleranz	Mo	17.11.14	23:18	00:44	1,05	7,9
14	Presseclub	So	16.11.14	12:03	00:41	1,02	7,4
15	Mittagsmagazin	Di	18.11.14	12:59	00:56	0,95	10,6
16	Reportage im Ersten: Steh zu dir!	Sa	15.11.14	16:29	00:29	0,94	7,0
17	Tagesschau	Mi	19.11.14	13:12	00:02	0,92	10,3
18	Mittagsmagazin	Mi	19.11.14	12:59	00:56	0,89	9,8
19	Mittagsmagazin	Mo	17.11.14	12:59	00:56	0,84	10,4
20	ARD-Buffer	Mi	19.11.14	12:15	00:43	0,81	9,9

Basis: Zuschauer ab 3 Jahren in Deutschland.

Quelle: AGF in Zusammenarbeit mit GfK, TV Scope, Fernsehpanel D+EU.

#### Medienübergreifende Programmprojekte und Begleitaktionen

Komplettiert wurde das Angebot zur Themenwoche durch mehrere (medienübergreifende) Programmprojekte und Begleitaktionen. Den Auftakt machte dabei das multimediale Projekt „Steh zu Dir“, das drei junge Menschen bei grundlegenden Entscheidungen, für die sie auf die Toleranz ihres persönlichen Umfelds angewiesen sind, begleitete. Dabei konnten die Nutzer schon vor der linearen Ausstrahlung der zugehörigen Reportage im Ersten (am 15. November) in einem Blog und in den sozialen Netzwerken die Entscheidungen der Protagonisten kommentieren und miteinander über die dahinterstehenden persönlichen und gesellschaftlichen Konfliktlinien diskutieren.

#### Aktionstag „#Redefreiheit – der Toleranz-Slam!“

Ein Ankerpunkt der Themenwoche, gerade für das Publikum der jungen Programmangebote der ARD, war der Aktionstag „#Redefreiheit – der Toleranz-Slam!“ am 18. November. An diesem Tag wurden in Radio- und Fernsehsendungen sowie in Schulen, Universitäten, Jugendzentren, Gemeindesälen, Cafés, Theatern und vielen anderen Orten kurze, selbst geschriebene Texte einem Publikum vorgetragen. Zusätzlich veranstaltete die ARD einen zentralen Slam in München mit Teilnehmern aus dem gesamten Bundesgebiet, der live in der ARD-Mediathek und in der Zusammenfassung im Bayerischen Fernsehen verfolgt werden konnte. So entstand eine öffentlichkeitswirksame, bundesweite Aktion für Toleranz.

#### „Aktion Schulstunde“ und Diskussions- veranstaltungen

Auch die 2013 und 2014 mit dem Deutschen Bildungsmedien-Preis digita ausgezeichnete „Aktion Schulstunde“ wurde nach der guten Resonanz der

beiden vergangenen Themenwochen in diesem Jahr wieder angeboten und von Multiplikatoren aus dem Bildungsbereich intensiv in Anspruch genommen. Abgerundet wurde das Begleitangebot durch mehrere hochkarätig besetzte Diskussionsveranstaltungen: Bereits im Vorfeld der Themenwoche veranstaltete der Bayerische Rundfunk vier Funkhausgespräche zu den Themen „Bedeutung der kulturellen Vielfalt in unserer Gesellschaft“, „Toleranz und Respekt gegenüber unterschiedlicher sexueller Orientierung“, „Stellenwert der Toleranz gegenüber Religion und Weltanschauung“ sowie „Toleranz und Respekt gegenüber dem Leben mit Behinderung“, die auch im Radio im Programm Bayern 2 und im Fernsehen in ARD-alpha ausgestrahlt wurden. Am 16. November schließlich markierte das „Berliner Gespräch“ mit einer Keynote der Integrationsbeauftragten der Bundesregierung Aydan Özoguz und einer im Rahmen des „Presseclubs“ im Ersten sowie in einigen Hörfunkwellen der ARD live ausgestrahlten Diskussionsrunde zum Thema „Salafisten, Rechte, Hooligans – Wie tolerant ist Deutschland wirklich?“ den offiziellen Auftakt der ARD-Themenwoche. Wie in den Vorjahren gaben auch 2014 wieder prominente Paten dem Themenschwerpunkt Gesicht und Stimme: Die Skifahrerin und mehrfache Goldmedaillengewinnerin bei den Paralympics Anna Schaffelhuber, der Musiker Jan Delay sowie die Tagesthemen-Moderatorin Pinar Atalay.

**Tab. 2 Toleranz in Deutschland: Gesellschafts- versus Selbstbild in %**

	Gesamt	14-29 J.	30-49 J.	50-64 J.	ab 65 J.	Migrationshintergrund	
						ja	nein
<b>Halte die deutsche Gesellschaft heute für ...</b>							
sehr tolerant	12	12	10	13	12	14	11
sehr tolerant/tolerant	55	69	51	52	52	61	54
<b>Halte mich persönlich für ...</b>							
sehr tolerant	35	37	34	39	29	42	33
sehr tolerant/tolerant	88	92	85	89	89	92	87

Basis: Erwachsene ab 14 Jahren in Deutschland (n=1 006).

Quelle: ARD-Studie „Medien und Toleranz“ 2014.

**Repräsentativ-  
befragung zur  
Toleranz in  
Deutschland und zur  
Rolle der Medien**

**ARD-Studie „Medien und Toleranz“**

Um einen Impuls für die gesellschaftliche Debatte zu setzen und relevante Ergebnisse zum Meinungsbild in der Bevölkerung für die Berichterstattung zu generieren, führte die BR-Medienforschung im Auftrag der ARD im Vorfeld der Themenwoche eine Repräsentativbefragung durch. Mit dem thematischen Fokus „Medien und Toleranz“ sollte die bestehende sozialwissenschaftliche (In)Toleranzforschung (1) um einen bislang weniger stark beachteten Aspekt (2) ergänzt und ein neuer Zugang zum Thema geschaffen werden. Dazu wurden vom Institut mindline media zwischen dem 19. September und dem 10. Oktober 2014 insgesamt 1 006 Personen ab 14 Jahren zu ihren allgemeinen Toleranzeinschätzungen, zur Rolle der Medien bei der Vermittlung von Toleranz (auch im Vergleich zu anderen gesellschaftlichen Institutionen) sowie zu speziellen Erwartungen an Fernseh- und Radiosender befragt. Die zentralen Befunde untermauern einerseits das aus der universitären Forschung bekannte ambivalente Bild zur Toleranz in der deutschen Gesellschaft, insbesondere den Widerspruch zwischen positiven Selbstbildern bei einer überwiegenden Mehrheit der Bevölkerung und der Realität weitverbreiteter Menschenfeindlichkeit und Vorurteilen gegenüber Minderheiten bis in die Mitte der Gesellschaft hinein. (3) Andererseits wird die wichtige Rolle – und damit verbunden auch die besondere Verantwortung – deutlich, die den Medien auf dem Weg zu einem toleranten Umgang mit unterschiedlichen Kulturen und Lebensentwürfen zukommt.

**Mehrheit hält sich selbst für toleranter als die Gesellschaft**

Das Ergebnis der generellen Toleranzeinschätzung (vgl. Tabelle 2) lässt sich unter der Überschrift „Intolerant sind die anderen“ zusammenfassen: 88 Prozent der Erwachsenen ab 14 Jahren in Deutschland stufen sich demnach selbst als tolerant ein, die Gesellschaft halten dagegen nur 55 Prozent für tolerant. Die Diskrepanz zwischen positiver Selbsteinschätzung und verhaltener Wahrnehmung des gesellschaftlichen Klimas zeigt sich noch deutlicher,

wenn nur die Top-Box-Werte (d.h. die Zustimmung zur Antwortkategorie „sehr tolerant“) ins Verhältnis gesetzt werden: Verglichen mit der Gesellschaft (12% halten ihre Umwelt für tolerant) schätzen sich dreimal so viele Befragte tolerant ein (35%). Das positivste Bild von der Toleranz der deutschen Gesellschaft haben junge Menschen unter 30 Jahren, formal höher Gebildete, aber auch Menschen mit Migrationshintergrund. Dies geht einher mit einer tendenziell ebenfalls etwas höheren Einschätzung der eigenen Toleranz in den genannten Gruppen.

Die Rolle einzelner gesellschaftlicher Institutionen für eine offene und tolerante Gesellschaft wird von den Menschen in Deutschland sehr unterschiedlich eingeschätzt. Dabei gelten für die Mehrheit Bildungsinstitutionen, d.h. Schulen, Hochschulen und Einrichtungen der Erwachsenenbildung sowie die Medien als die wichtigsten Einflussfaktoren für eine tolerante Gesellschaft. 71 Prozent bzw. 65 Prozent der Bürger gestehen ihnen einen „sehr starken“ oder „starken“ Beitrag zum toleranten Miteinander in Deutschland zu. Betrachtet man nur die höchste Zustimmungskategorie („sehr stark“), liegen die Medien sogar an erster Stelle. Anderen gesellschaftlichen Institutionen, insbesondere den Parteien, Wirtschaftsunternehmen und -verbänden sowie den Kirchen, wird eine deutlich geringere Bedeutung beigemessen (vgl. Tabelle 3). Die Rolle der Bildungsinstitutionen wird vor allem von 14- bis 29-Jährigen betont, von denen viele selbst noch in der Ausbildung sind, der Beitrag der Medien wird insbesondere von den 30- bis 49-Jährigen sowie von Menschen mit Migrationshintergrund stärker eingestuft. Im mittleren Alterssegment liegen die Medien im Institutionenranking sogar vor den Bildungsinstitutionen. Von den unter 30-Jährigen und Menschen mit Migrationshintergrund werden zudem die öffentliche Verwaltung (wie Stadt-/ Gemeindeämter oder die Polizei) und Gewerkschaften überdurchschnittlich positiv bewertet. Bei den Kirchen sieht dagegen in überdurchschnittlichem Maße die ältere Generation ab 65 Jahren einen besonderen Beitrag zum toleranten Miteinander in Deutschland.

**Medien und  
Bildungsinstitutionen:  
Große Rolle bei  
Toleranzförderung**

**Tab. 3 Beitrag gesellschaftlicher Institutionen zur Toleranz in der Gesellschaft**  
Zustimmung sehr stark/stark, in %

	Gesamt	14-29 J.	30-49 J.	50-64 J.	ab 65 J.	Migrationshintergrund	
						ja	nein
Bildungsinstitutionen (Schulen, Hochschulen, Volkshochschulen/Erwachsenenbildung)	71	82	69	73	61	74	70
Medien (Fernsehen, Radio, Zeitungen, Zeitschriften, Internetangebote)	65	62	72	62	60	71	63
öffentliche Verwaltung (z. B. Stadt- oder Gemeindeämter, Polizei)	49	63	52	41	41	57	47
Gewerkschaften	48	57	50	48	38	57	46
Kirchen	39	31	39	36	51	36	40
politische Parteien	35	43	35	30	35	34	36
Wirtschaftsunternehmen/-verbände	35	39	39	33	29	46	33

Basis: Erwachsene ab 14 Jahren in Deutschland (n=1 006).

Quelle: ARD-Studie „Medien und Toleranz“ 2014.

**Tab. 4 Beitrag verschiedener Medien zur Toleranz in der Gesellschaft**  
Zustimmung sehr stark/stark, in %

	Gesamt	14-49 J.	ab 50 J.	Affinität zum öffentl.-rechtl. Rundfunk <sup>1)</sup>	Affinität zum privaten Rundfunk <sup>2)</sup>	keine klare Program-affinität <sup>3)</sup>
öffentlich-rechtliche Fernsehsender	71	68	75	78	65	76
öffentlich-rechtliche Radiosender	64	62	67	75	65	64
Tageszeitungen	59	55	63	66	53	56
Zeitschriften/Nachrichtenmagazine	58	61	56	61	62	60
Internetangebote des ö.-r. Rundfunks	53	59	47	55	63	52
private Radiosender	50	56	42	46	68	52
private Fernsehsender	48	57	37	35	69	49
Internetportale	38	48	27	29	53	38

1) Lieblingsprogramm in Hörfunk und Fernsehen öffentlich-rechtlich.

2) Lieblingsprogramm in Hörfunk und Fernsehen privat.

3) Lieblingsprogramm im Hörfunk öffentlich-rechtlich und im Fernsehen privat oder umgekehrt.

Basis: Erwachsene ab 14 Jahren in Deutschland (n=1 006).

Quelle: ARD-Studie „Medien und Toleranz“ 2014.

#### Bevölkerung sieht großen Beitrag ö.-r. Angebote zu Toleranz

Im Binnenvergleich der Mediengattungen und -systeme leisten aus Sicht der Bevölkerung die öffentlich-rechtlichen Fernseh- und Hörfunksender den höchsten Beitrag zu einem toleranten Umgang miteinander in Deutschland: 71 Prozent gestehen diesen öffentlich-rechtlichen Fernsehprogrammen, 64 Prozent den Radioprogrammen zu. Knapp ein Fünftel der Erwachsenen halten den Einfluss des öffentlich-rechtlichen Rundfunks sogar für „sehr stark“. Auf den Plätzen 3 und 4 folgen Tageszeitungen und Zeitschriften, die jeweils von knapp 60 Prozent als Faktor der Toleranzvermittlung wahrgenommen werden, sowie die Internetangebote des öffentlich-rechtlichen Rundfunks und die privaten Radio- und Fernsehsender. Etwas abgeschlagen rangieren Internetportale mit publizistischen Angebotsteilen (4), denen aber immerhin noch 38 Prozent der Bevölkerung – und damit ebenso viele Menschen wie den Kirchen, politischen Parteien oder Wirtschaftsunternehmen und -verbänden – einen Beitrag zu Toleranz und Offenheit zugestehen. Tabelle 4 offenbart, dass die Einschätzungen

zu dieser Frage in Abhängigkeit vom Alter und der Affinität zu bestimmten Medienangeboten – in diesem Fall einer Präferenz für den öffentlich-rechtlichen oder den privaten Rundfunk – stark variieren. Das Grundmuster eines hohen Stellenwerts des öffentlich-rechtlichen Rundfunks erweist sich jedoch als sehr stabil – insbesondere, wenn berücksichtigt wird, dass in den Gruppen mit etwas unterdurchschnittlicher Bewertung für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk (d.h. in jüngeren bzw. dem privaten Rundfunk verbundenen Zielgruppen) dessen Internetangebote überdurchschnittliche Werte erzielen.

Die Menschen in Deutschland haben hohe Anforderungen an Fernsehen und Hörfunk, wenn es um Maßnahmen zur Förderung der Toleranz geht. Rund jeder zweite Bürger unterstützt vollumfänglich die zehn (Fernsehen) bzw. sechs (Hörfunk) vorgegebene

**Hohe Erwartungen an Fernseh- und Radioprogramme**

**Tab. 5 Erwartungen an Fernsehprogramme hinsichtlich toleranzfördernder Maßnahmen**  
Zustimmung und Einschätzung, welches Programm dies jeweils am besten erfüllt, in %

Von Fernsehprogrammen erwarte ich, dass ...	Zustimmung		am besten erfüllt die Erwartung ...		
	voll und ganz	voll und ganz/ weitgehend	Rang 1	Rang 2	Rang 3
... in ihren Sendungen Menschen unterschiedlicher Herkunft und sexueller Orientierung oder Menschen mit Behinderungen genauso selbstverständlich vorkommen wie im täglichen Leben	71	93	Das Erste 24	ZDF 13	RTL 13
... sie vorurteilsfrei über die Anliegen unterschiedlicher sozialer Gruppen berichten	60	87	Das Erste 27	ZDF 17	RTL 10
... sie Vorbild sind für einen vorurteilsfreien Umgang mit Angehörigen von Minderheiten	59	88	Das Erste 27	ZDF 13	RTL 9
... in Fernsehfilmen und Serien Schauspieler mit Migrationshintergrund nicht nur Migranten darstellen, sondern verschiedenste Rollen übernehmen	59	87	Das Erste 23	RTL 14	ZDF 13
... sie positive Beispiele für ein gutes Miteinander unterschiedlicher gesellschaftlicher Gruppen bringen	58	89	Das Erste 22	ZDF 16	RTL 11
... sie in ihren Sendungen eindeutig Stellung gegenüber Diskriminierung und Rassismus beziehen	58	82	Das Erste 28	ZDF 14	RTL 10
... in Fernsehfilmen und Serien auch Darsteller mit Migrationshintergrund präsent sind	56	83	Das Erste 24	RTL 15	ZDF 14
... sie Moderatoren und Korrespondenten mit Migrationshintergrund einsetzen	55	84	Das Erste 23	ZDF 14	RTL 13
... sie mit ihren Sendungen mein Interesse für Menschen in unserem Land mit anderen Lebensstilen und Kulturen wecken	49	83	Das Erste 22	ZDF 17	arte 7
... sie das Verständnis für verschiedene Weltreligionen fördern und deren Vertreter im Programm zu Wort kommen lassen	46	78	Das Erste 26	ZDF 16	RTL 6

Basis: Erwachsene ab 14 Jahren in Deutschland (n=1 006).

Quelle: ARD-Studie „Medien und Toleranz“ 2014.

**Tab. 6 Erwartungen an Radioprogramme hinsichtlich toleranzfördernder Maßnahmen**  
Zustimmung und Einschätzung, welches Programm dies jeweils am besten erfüllt, in %

Von Radioprogrammen erwarte ich, dass ...	Zustimmung		am besten erfüllt die Erwartung ...		
	voll und ganz	voll und ganz/ weitgehend	Rang 1	Rang 2	Rang 3
... sie Vorbild sind für einen vorurteilsfreien Umgang mit Angehörigen von Minderheiten	55	83	ARD <sup>1)</sup> 47	Private <sup>2)</sup> 21	DLR <sup>3)</sup> 4
... sie vorurteilsfrei über die Anliegen unterschiedlicher sozialer Gruppen berichten	53	82	ARD <sup>1)</sup> 46	Private <sup>2)</sup> 20	DLR <sup>3)</sup> 4
... sie positive Beispiele für ein gutes Miteinander unterschiedlicher gesellschaftlicher Gruppen bringen	51	81	ARD <sup>1)</sup> 46	Private <sup>2)</sup> 20	DLR <sup>3)</sup> 4
... sie in ihren Sendungen eindeutig Stellung gegenüber Diskriminierung und Rassismus beziehen	50	77	ARD <sup>1)</sup> 44	Private <sup>2)</sup> 20	DLR <sup>3)</sup> 4
... sie das Verständnis für verschiedene Weltreligionen fördern und deren Vertreter im Programm zu Wort kommen lassen	44	73	ARD <sup>1)</sup> 45	Private <sup>2)</sup> 19	DLR <sup>3)</sup> 4
... sie mit ihren Sendungen mein Interesse für Menschen in unserem Land mit anderen Lebensstilen und Kulturen wecken	43	76	ARD <sup>1)</sup> 47	Private <sup>2)</sup> 19	DLR <sup>3)</sup> 4

1) Radioprogramme der Landesrundfunkanstalten (BR, hr, MDR, NDR, RB, rbb, SR, SWR, WDR).

2) private Radioprogramme.

3) Radioprogramme des Deutschlandradios.

Basis: Erwachsene ab 14 Jahren in Deutschland (n=1 006).

Quelle: ARD-Studie „Medien und Toleranz“ 2014.

nen Statements, die konkrete programmliche Maßnahmen zur Förderung von Toleranz in der Gesellschaft beschreiben. In der Tendenz (Zustimmung „voll und ganz“ oder „weitgehend“) können sich sogar rund drei Viertel bis 93 Prozent der Bevölkerung mit den formulierten Erwartungen identifizie-

ren (vgl. Tabellen 5 und 6). Dabei unterscheiden sich die Zustimmungsniveaus und die Prioritätensetzungen des Publikums bei den einzelnen Anforderungen zwischen Fernsehen und Radio kaum. Aus der Sicht der Befragten sollen die Sender in erster Linie ein ganz selbstverständliches Bild einer im Hinblick auf Herkunft, sexuelle Orientierung oder körperliche wie psychische Einschränkungen vielfältigen Gesellschaft darstellen. Daneben wird von



einer großen Mehrheit aber auch erwartet, dass in der Berichterstattung wie in der (fiktionalen) Unterhaltung vorurteilsfrei mit Angehörigen unterschiedlicher sozialer und ethnischer Gruppen oder gesellschaftlicher Minderheiten sowie deren Anliegen umgegangen wird. Dabei sollen auch positive Beispiele und eine eindeutige Positionierung gegenüber Diskriminierung und Rassismus Platz finden. Von einer überwiegenden Mehrheit der Fernsehzuschauer wird zudem vorausgesetzt, dass Menschen mit Migrationshintergrund als Moderatoren, Korrespondenten oder Protagonisten in unterhaltenden und fiktionalen Programmangeboten präsent sind – ein Ergebnis, das viele öffentlich-rechtliche wie private Sender, die dies zum Teil schon seit Jahren aktiv befördern, bestärken dürfte. Etwas geringere Zustimmung erfahren dagegen Maßnahmen, die nicht nur den Programmachern, sondern auch den Zuschauern und Hörern ein höheres Involvement abfordern: Sendungen und Beiträge, die Verständnis und Interesse für Angehörige anderer Kulturen und Weltreligionen fördern, besitzen im Vergleich zu anderen Programmanforderungen für die Befragten insgesamt einen etwas geringeren Stellenwert. Dieser Befund relativiert ein wenig die sehr hohen Zustimmungswerte für die abgefragten Maßnahmen und macht deutlich, dass sich zum Engagement der Medien auch die Neugier und Reflexionsbereitschaft des Publikums gesellen muss, um ein möglichst großes Wirkungspotenzial für mehr Toleranz und gegenseitige Akzeptanz in der Gesellschaft zu entfalten.

**Offene Frage zeigt:  
Das Erste, ZDF  
und RTL erfüllen  
Erwartungen am  
besten**

Im ungestützt abgefragten Vergleich, welche Fernsehprogramme die toleranzfördernden Maßnahmen aus Publikumssicht am besten umsetzen, konnten im Schnitt jeweils über drei Viertel der Befragten eine eindeutige Aussage treffen. Dabei belegt Das Erste bei allen Anforderungen klar den Spitzenplatz – unabhängig davon, ob es sich um die Präsenz unterschiedlicher gesellschaftlicher Gruppen im Programm oder eine vorurteilsfreie Berichterstattung handelt (vgl. Tabelle 5). Hohe Zustimmungswerte erzielen daneben noch das ZDF und bei den meisten der abgefragten Maßnahmen auch RTL. Dies unterstreicht die besondere Bedeutung der reichweitenstarken nationalen Vollprogramme, wenn es um die Vermittlung gesellschaftlicher Werte im Programm geht. Als besonders positiv für die Förderung von Toleranz durch Das Erste wurden von rund einem Drittel der Zuschauer Beispiele genannt, darunter an erster Stelle Talkshows wie „Hart aber fair“ oder „Günther Jauch“, Filme und Serien wie „Tatort“ und „Lindenstraße“, das Nachrichtenangebot von „Tagesschau“ und „Tagesthemen“ sowie Reportagen, Berichte und politische Magazine.

**Ö.-r. Radioprogramme  
dominieren das  
Ranking der am  
besten umgesetzten  
Toleranzmaßnahmen**

Auch bei der Bewertung der Radioprogramme fühlten sich über die einzelnen Statements hinweg rund drei Viertel der Befragten in der Lage, eine klare Bewertung vorzunehmen. Dabei setzen nach Meinung des Publikums die ARD-Programme die abgefragten toleranzfördernden Maßnahmen am

**Tab. 7 Wahrnehmung der ARD-Themenwochen seit 2010**  
etwas gesehen, gehört oder gelesen?, in %

Jahr	Themenwoche	Gesamt	14-29 J.
2010	Essen ist Leben	58	37
2011	Der mobile Mensch	50	37
2012	Leben mit dem Tod	64	64
2013	Zum Glück	54	36
2014	Toleranz – anders als Du denkst	50	47

Basis: Erwachsene ab 14 Jahren in Deutschland (n=1 000).

Quelle: Repräsentative Begleitforschung zur ARD-Themenwoche 2014.

besten um (vgl. Tabelle 6): Jeweils rund 45 Prozent der Befragten sahen bei den einzelnen Statements die Wellen der Landesrundfunkanstalten vorn, jeweils rund 20 Prozent private Radioprogramme und jeweils vier Prozent die Programme des Deutschlandradios. Der deutliche Vorsprung der öffentlich-rechtlichen Programme ist auch insofern bemerkenswert, als das öffentlich-rechtliche und das private Sendersystem bei der Tagesreichweite deutlich näher zusammenliegen. (5)

#### Ergebnisse der Begleitforschung

Zur Evaluation der Wahrnehmung und der Bewertung des Programmschwerpunkts „Toleranz – anders als Du denkst“ in der Bevölkerung wurde im Anschluss an die Themenwoche eine zweite bundesweit repräsentative Umfrage durchgeführt. Die GfK befragte für diese Begleitforschung in der Woche direkt im Anschluss an den Themenschwerpunkt 1 000 zufällig ausgewählte Erwachsene ab 14 Jahren.

Exakt die Hälfte der Menschen in Deutschland hat die ARD-Themenwoche 2014 wahrgenommen, d. h. Programminhalte der ARD in Fernsehen, Hörfunk oder im Internet genutzt oder über die Presse bzw. die Bewerbung im Vorfeld etwas davon mitbekommen. Damit reicht der Erinnerungswert nicht ganz an den der erfolgreichsten Themenwochen „Leben mit dem Tod“ (2012) oder „Leben – was sonst“ zum Thema Krebs (2006) heran, die jeweils von über 60 Prozent der Bevölkerung erinnert wurden. Eine wesentliche Ursache dafür ist das im Vergleich zu anderen Themenwochen geringere TV-Angebot im Ersten an publikumsstarken (fiktionalen wie nicht-fiktionalen) Unterhaltungssendungen. Teilweise war dies der Ereignislage geschuldet (6), aber auch im Informationsbereich dominierten andere TV-Angebote.

Die „Toleranzwoche“ erzielte bei jungen Menschen unter 30 Jahren mit einem Erinnerungswert von 47 Prozent ein Spitzenergebnis (vgl. Tabelle 7), übertroffen nur von „Leben mit dem Tod“ 2012. Besonders in Erinnerung geblieben sind dem Pub-

**Umfrage zur  
Wahrnehmung und  
Beurteilung der  
Themenwoche**

**Die Hälfte der  
Bevölkerung ab  
14 Jahren nahm  
Themenwoche wahr**

**Hohe  
Erinnerungswerte  
bei jungen Menschen**

**Tab. 8 Nutzung der ARD-Themenwoche 2014  
„Toleranz – anders als Du denkst“ nach Medien  
mindestens an einem Tag der Themenwoche, in %**

	Gesamt	14-29 J.	30-49 J.	50-64 J.	ab 65 J.
Fernsehen	85	92	87	85	79
Radio	57	69	52	48	63
Internet	11	24	8	10	5

Basis: Personen, die etwas von der Themenwoche gesehen, gehört oder gelesen haben (n=505).

Quelle: Repräsentative Begleitforschung zur ARD-Themenwoche 2014.

**Tab. 9 Wahrnehmung der Begleitaktionen zur ARD-Themenwoche 2014  
„Toleranz – anders als Du denkst“  
in %**

	Gesamt	14-29 J.	30-49 J.	50-64 J.	ab 65 J.
„#Redefreiheit – der Toleranz-Slam“	20	32	23	14	13
„Steh zu Dir“	16	20	18	14	11
„Aktion Schulstunde“	12	18	9	10	15

Basis: Personen, die etwas von der Themenwoche gesehen, gehört oder gelesen haben (n=505).

Quelle: Repräsentative Begleitforschung zur ARD-Themenwoche 2014.

likum der Themenwoche ausweislich der offenen Nachfrage (spontaner Recall) in erster Linie die vielfältigen Themen des Programmschwerpunkts – seien es Beiträge zur Toleranz gegenüber einzelnen gesellschaftlichen Gruppen und Minderheiten oder zu allgemeinen Fragestellungen wie dem Anderssein, dem Hinterfragen von Vorurteilen oder zum Cybermobbing. Aber auch einzelne Sendungen wie etwa „Nuhr mit Respekt“ oder die beiden Spielfilme „Bis zum Ende der Welt“ und „Das Ende der Geduld“ wurden hier genannt.

#### Fernsehen und Radio meistgenutzte Ausspielwege

Beinahe alle Menschen, die etwas von der Themenwoche 2014 mitbekommen haben, hatten auch Kontakt mit den Programminhalten der ARD in Fernsehen, Hörfunk oder Internet. Die Gesamtreichweite in den „eigenen Medien“ lag bei 49 Prozent der Erwachsenen ab 14 Jahren in Deutschland. Dabei erzielten alle drei ARD-Ausspielwege im Themenwochen-Vergleich eine sehr gute Resonanz (vgl. Tabelle 8): Das Fernsehen, in dem 85 Prozent der Themenwochen-Nutzer mindestens einen Beitrag verfolgten, und das Internet, wo 11 Prozent der Themenwochen-Nutzer Inhalte abriefen, erreichten sogar neue Bestwerte. Für den Kontakt über die ARD-Radiowellen (57 % Reichweite unter den Themenwochen-Nutzern) wurde das bislang zweithöchste Ergebnis ermittelt. Rund die Hälfte des Themenwochen-Publikums hatte über mindestens zwei der drei Ausspielwege Kontakt mit den Programminhalten. Bemerkenswert ist, dass medienübergreifend bei den 14- bis 29-Jährigen die höch-

ten Reichweitenwerte erzielt wurden: Das gilt für Fernsehen (92 % Ausschöpfung) ebenso wie für das Radio- (69 %) und das Internetangebot (24 %). Vergleichsweise hohe Aufmerksamkeitswerte erzielten auch die oben dargestellten Begleitaktionen zur Themenwoche „#Redefreiheit – der Toleranz-Slam“, „Steh zu Dir“ und „Aktion Schulstunde“, die sich als crossmediale Projekte in erster Linie an junge Zielgruppen richteten (vgl. Tabelle 9). Beim Themenwochen-Publikum unter 30 Jahren erinnerte jeder Dritte „#Redefreiheit – der Toleranz-Slam“ sowie jeder Fünfte die Aktion „Steh zu Dir“. Die für eine sehr spitze Zielgruppe – Schülerinnen und Schüler sowie Lehrkräfte von Grundschulen – konzipierte „Aktion Schulstunde“ wurde von 12 Prozent der Themenwochen-Nutzer wahrgenommen und hat damit gegenüber ihrer Premiere bei der Themenwoche „Leben mit dem Tod“ 2012 (7) ihre Resonanz deutlich ausgebaut.

Kennzeichnend für die Themenwoche 2014 war ein hohes Involvement bei den mit den Programminhalten erreichten Menschen. Das persönliche Interesse des Publikums war so stark ausgeprägt wie bei keiner der vorangegangenen Schwerpunkte: 40 Prozent der Befragten äußerten starkes, über 80 Prozent mindestens durchschnittliches Interesse (vgl. Tabelle 10). Einen neuen Höchststand erreichte auch die Gesamtbewertung des Themenwochen-Angebots: 92 Prozent fanden die Themenwoche Toleranz „sehr gut“ oder „gut“ (vgl. Tabelle 11). Ein besonders positiver Aspekt ist, dass mehr als die Hälfte der Befragten zudem angaben, aufgrund der Beschäftigung mit den Inhalten die eigene Einstellung zum Thema Toleranz hinterfragt zu haben. Dabei äußern sich die Jüngeren unter 30 Jahren, aber auch Menschen mit Migrationshintergrund überdurchschnittlich positiv.

**Hohes Involvement und positive Urteile beim Themenwochen-Publikum**

**Tab. 10 Interesse an den Inhalten der ARD-Themenwoche 2014 „Toleranz – anders als Du denkst“**  
in %

	Gesamt	14-29 J.	30-49 J.	50-64 J.	ab 65 J.	Migrationshintergrund	
						ja	nein
stark	13	6	10	18	18	15	13
ziemlich stark	26	41	32	17	17	35	25
durchschnittlich	43	48	42	42	40	39	43
wenig	11	5	11	17	12	8	12
überhaupt nicht	6	1	5	6	13	4	7

Basis: Personen, die etwas von der Themenwoche gesehen, gehört oder gelesen haben (n=505).

Quelle: Repräsentative Begleitforschung zur ARD-Themenwoche 2014.

**Tab. 11 Generelle Bewertung der ARD-Themenwoche 2014 „Toleranz – anders als Du denkst“**  
in %

	Gesamt	14-29 J.	30-49 J.	50-64 J.	ab 65 J.	Migrationshintergrund	
						ja	nein
sehr gut	21	10	16	27	29	24	20
gut	71	85	77	67	58	74	71
weniger gut	6	5	6	4	11	1	7
gar nicht gut	1	0	1	2	3	0	2

Basis: Personen, die etwas von der Themenwoche gesehen, gehört oder gelesen haben (n=505).

Quelle: Repräsentative Begleitforschung zur ARD-Themenwoche 2014.

**Tab. 12 Public Value: Bewertung der ARD-Themenwoche 2014 „Toleranz – anders als Du denkst“**  
Zustimmung voll und ganz/weitgehend, in %

	Gesamt	14-29 J.	30-49 J.	50-64 J.	ab 65 J.
Alle Befragten <sup>1)</sup>					
Ich finde es wichtig, dass die ARD das Thema Toleranz aufgreift und intensiv behandelt	79	76	81	78	81
Mit der ARD-Themenwoche leistet die ARD einen wertvollen Beitrag für unsere Gesellschaft	78	85	79	74	73
So umfassende und fundierte Informationen bekommt man nur von den öffentlich-rechtlichen Sendern geboten	64	66	64	61	65
Nutzer der Themenwoche <sup>2)</sup>					
Die ARD-Themenwoche hat auch die kritischen Aspekte des Themas Toleranz berücksichtigt	81	85	80	80	79
Die ARD-Themenwoche hat mich dazu bewegt, meine eigene Einstellung zum Thema Toleranz zu hinterfragen	53	65	63	42	44
Mir war das insgesamt zu viel von ein und demselben Thema	32	33	42	22	29

1) Basis: Erwachsene ab 14 Jahren in Deutschland (n=1 000).

2) Basis: Personen, die etwas von der Themenwoche gesehen, gehört oder gelesen haben (n=505).

Quelle: Repräsentative Begleitforschung zur ARD-Themenwoche 2014.

**Hohe Zustimmung für Public Value der Themenwoche Toleranz**

Neben einer hohen persönlichen Relevanz und Zufriedenheit attestieren die Befragten der diesjährigen Themenwoche auch einen überdurchschnittlichen Wert für die Gesellschaft (Public Value): Jeweils rund 80 Prozent der Gesamtbevölkerung halten es für wichtig, dass die ARD dem Thema Toleranz eine Themenwoche gewidmet hat, und sehen darin einen wertvollen Beitrag für die Gesellschaft. Eine große Mehrheit von 81 Prozent der Themenwochen-Nutzer bestätigt zudem, dass auch kritische Fragestellungen ausreichende Berücksichtigung fanden. Nur einer Minderheit von 32 Pro-

zent des Publikums wurde zu viel über das Thema Toleranz berichtet. Die Zustimmung in puncto Public Value ist über die Generationen hinweg hoch ausgeprägt, wobei besonders jüngere Menschen den gesellschaftlichen Beitrag des ARD-Themen-schwerpunkts hervorhoben (vgl. Tabelle 12).



**Fazit**

Die Ergebnisse der ARD-Studie „Medien und Toleranz“ – nämlich die Wahrnehmung von Toleranzdefiziten in der Gesellschaft, der hohe Stellenwert der Medien und insbesondere des öffentlich-rechtlichen Rundfunks für die Toleranzvermittlung einschließlich der Erwartungen des Publikums – verdeutlichen das gesellschaftliche Bedürfnis, dieses Thema umfang- und facettenreich publizistisch aufzuarbeiten. In der Untersuchung wurde das aus anderen Studien bekannte Bild der Diskrepanz zwischen der überwiegend positiven Selbsteinschätzung der eigenen Toleranz und einem verhaltenen Bild vom Toleranzklima in der Gesellschaft bestätigt. Die zentrale Erkenntnis der Untersuchung ist jedoch die hohe Bedeutung, die den Medien aus Sicht der Bürger für eine offene und tolerante Gesellschaft zukommt. Die besondere Verantwortung der Medien für das gesellschaftliche Miteinander, die sich daraus ableiten lässt, manifestiert sich in hohen Erwartungen, die an die einzelnen Medienangebote gestellt werden.

**Ö.-r. Rundfunk leistet wichtigen Beitrag zu toleranter Gesellschaft**

Dabei zeigen die Ergebnisse der Repräsentativbefragung auch, dass der öffentlich-rechtliche Rundfunk nach Meinung der meisten Menschen diesen Erwartungen in hohem Maße gerecht wird und einen wichtigen Beitrag zu einer offenen und toleranten Gesellschaft leistet. Zwar kam die aktuelle Themenwoche nicht ganz an die Aufmerksamkeits- und Reichweitenwerte der meisten vergangenen Themenwochen heran – nicht zuletzt aufgrund des quantitativ geringeren Angebots an publikumsstarken Unterhaltungssendungen zum Schwerpunkt in den beteiligten Fernsehprogrammen. Demgegenüber steht jedoch eine überdurchschnittliche Bewertung des Programmangebots in Fernsehen, Hörfunk und Internet – gerade auch bei jungen Menschen unter 30 Jahren sowie Menschen mit Migrationshintergrund. Die in der Begleitforschung erhobenen hohen Werte für das persönliche Inte-

resse am Themenangebot, für die selbst eingeschätzte „Wirkung“ auf die eigenen Einstellungen und für den wahrgenommenen gesellschaftlichen Beitrag der ARD zeigen, dass die Themenwoche 2014 in puncto Relevanz und Qualität das Publikum überzeugen konnte.

**Anmerkungen:**

- 1) Vgl. z. B. Zick, Andreas/Madlen Preuß: ZuGleich: Zugehörigkeit und (Un)Gleichwertigkeit. Zwischenbericht. Bielefeld 2014; Zick, Andreas/Anna Klein (Hg.): Fragile Mitte – feindselige Zustände. Rechtsextreme Einstellungen in Deutschland 2014. Bonn 2014; Heitmeyer, Wilhelm: Deutsche Zustände (1-10). Berlin 2002-2011.
- 2) Eine Ausnahme bildet die Beschäftigung mit Fragen der Integration von Migranten in der wissenschaftlichen und angewandten Medienforschung sowie Inhaltsanalysen zu den Defiziten der medialen Berichterstattung über einzelnen Minderheiten. Vgl. dazu z. B.: End, Markus: Antiziganismus in der deutschen Öffentlichkeit: Strategien und Mechanismen medialer Kommunikation. Studie für das Dokumentations- und Kulturzentrum Deutscher Sinti und Roma. Heidelberg 2014; 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; Geißler, Rainer/Horst Pöttker (Hrsg.): Massenmedien und die Integration ethnischer Minderheiten in Deutschland. Forschungsbefunde. Bielefeld 2009; Ruhrmann, Georg: Migranten und Medien. Dokumentation zum Forschungsstand der wichtigsten Studien über die Mediendarstellung, Nutzung und Rezeption von Migranten und ethnischen Minderheiten 2003 bis 2009 für die CIVIS Medienstiftung. Jena 2009.
- 3) Vgl. BR (Hrsg.): Themenwoche Toleranz. Anders als Du denkst. München 2014, S. 15; Zick, Andreas (Anm. 1).
- 4) Als Beispiele zur Illustration der Angebotskategorie wurden den Befragten die beiden reichweitenstarken Portale T-Online.de und Web.de genannt.
- 5) Vgl. Gattringer, Karin/Walter Klingler: Radio bleibt wichtiger Begleiter im Alltag. ma 2014 Radio II: Ergebnisse, Trends und Methodik der Radioforschung. In: Media Perspektiven 9/2014, S. 434-447.
- 6) So verzichtete etwa die Talksendung „Günther Jauch“, die in den vergangenen Themenwochen jeweils in den Top 3 der erfolgreichsten Sendungen vertreten war, kurzfristig auf eine Beteiligung an der Themenwoche, weil das Interview von Hubert Seipel mit Wladimir Putin gezeigt und anschließend diskutiert wurde.
- 7) Vgl. Frey-Vor, Gerlinde/Inge Mohr: Die ARD-Themenwoche „Leben mit dem Tod“ im Urteil des Publikums. Ergebnisse einer Repräsentativbefragung. In: Media Perspektiven 3/2013, S. 154-164.

