

Studie zur Mediennutzung von Ukrainerinnen und Ukrainern in Deutschland

forsa Gesellschaft für
Sozialforschung und
statistische Analysen mbH

Gutenbergstraße 2
10587 Berlin

Telefon 030 62882-0

E-Mail info@forsa.de

20. Oktober 2023

F22.0450/43097 Ja, Ma, Ti

Inhaltsverzeichnis

Vorbemerkung.....	4
1 Mediennutzung ukrainischer Geflüchteter	5
1.1 Nutzung verschiedener Medienangebote	5
1.2 Nutzung sozialer Medien und Messenger-Dienste	7
1.3 Mediennutzung in verschiedenen Themenfeldern und Sprachen	9
1.4 Genutzte ukrainischsprachige Medien	13
1.5 Genutzte russischsprachige Medien	14
1.6 Genutzte deutschsprachige Medien	16
1.7 Genutzte Medien in anderen Sprachen	17
1.8 Verändertes Informationsverhalten	18
1.9 Bekanntheit, Nutzung und Glaubwürdigkeit verschiedener Medien	20
1.10 Subjektives Informationserleben	24
2 Meinungen zur Berichterstattung über die Ukraine in deutschen Medien	26
2.1 Beurteilung der deutschen Berichterstattung	26
2.2 Beurteilung der Richtigkeit von Informationen	27
2.3 Meinung zu veränderter Berichterstattung in Kriegszeiten	28
3 Vertrauen in Institutionen	29
4 Flucht aus der Ukraine	31
4.1 Herkunftsregion in der Ukraine	31
4.2 Fluchtmotive	33
5 Sprachkenntnisse	34
6 Lebenssituation in Deutschland	35
6.1 Bisherige Erfahrungen und Zukunftspläne in Deutschland	35
6.2 Wohnsituation	37
6.3 Erwerbstätigkeit	38

6.4	Partnerschaften und minderjährige Kinder	39
7	Zusammensetzung der Stichprobe.....	40

Vorbemerkung

Nach dem russischen Überfall auf die Ukraine sind rund eine Million Ukrainerinnen und Ukrainer nach Deutschland geflüchtet. Für ukrainische Medien im Land – aber auch ukrainische Medien im Exil – ist es von großer Bedeutung, diese Menschen zu erreichen, um sie über die Verhältnisse in ihrem Herkunftsland, über den Kriegsverlauf, den Zustand von Städten, Dörfern, Infrastruktur und über die politischen Entwicklungen zu informieren.

In Zusammenarbeit mit dem JX Fund hat das Europäische Zentrum für Presse- und Medienfreiheit (ECPMF) die forsa Gesellschaft für Sozialforschung und statistische Analysen mbH beauftragt, eine Befragung unter ukrainischen Geflüchteten in Deutschland zu ihrer Mediennutzung durchzuführen. Die Durchführung der Umfrage wurde von der Beauftragten der Bundesregierung für Kultur und Medien gefördert.

Über das Thema Medien hinaus wurden die aus der Ukraine Geflüchteten zu ihrer persönlichen Lebenssituation, ihren bisherigen Erfahrungen in Deutschland und zu ihrem Vertrauen in verschiedene Institutionen befragt. Der Fragebogen wurde in enger Abstimmung zwischen dem JX Fund, dem ECPMF und forsa entwickelt.

Im Rahmen der Untersuchung wurden insgesamt 508, nach einem systematischen Verfahren ausgewählte Personen ab 18 Jahre befragt, die aus der Ukraine nach Deutschland geflohen sind. Die Erhebung wurde vom 1. April bis 17. Juli 2023 mithilfe von Online-Interviews durchgeführt. Die Befragten hatten die Möglichkeit, den Fragebogen in ukrainischer oder russischer Sprache zu beantworten.

Die Zielgruppe der nach Deutschland geflüchteten Ukrainerinnen und Ukrainer zeichnet sich durch eine schwere Erreichbarkeit und hohe Mobilität aus. Um auch unter diesen Bedingungen einen möglichst repräsentativen Querschnitt ukrainischer Geflüchteter in Deutschland für eine Befragung zu erreichen, wurde folgendes Verfahren gewählt: Innerhalb des bevölkerungsrepräsentativen forsa.omninet-Panels mit über 100.000 aktiven Teilnehmenden wurden von forsa in einem ersten Schritt solche Personen identifiziert, die in den vorangegangenen Monaten aktiven Kontakt zu Geflüchteten aus der Ukraine hatten oder noch haben. Anschließend wurden diese Personen gebeten, einer ihnen bekannten geflüchteten Person einen einmalig verwendbaren Zugang zum forsa-Befragungssystem weiterzugeben. Dies erfolgte digital über einen einmal verwendbaren Zugangslink oder analog über einen Ausdruck mit individuellem Zugangscode. So konnten Personen, die in verschiedenen sozialen Beziehungen zueinander stehen, zur Befragung eingeladen werden.

Die Untersuchungsbefunde werden im nachfolgenden Ergebnisbericht vorgestellt.

1 Mediennutzung ukrainischer Geflüchteter

1.1 Nutzung verschiedener Medienangebote

Die befragten Ukrainerinnen und Ukrainer wurden gebeten anzugeben, welche Medienangebote sie in den vier Wochen vor der Befragung genutzt haben.

Soziale Medien und soziale Netzwerke im Internet, z. B. Facebook, Instagram, X, Telegram o.ä., wurden von fast allen (96 %) Befragten zumindest hin und wieder genutzt. Drei Viertel (74 %) der Befragten nutzen diese den eigenen Angaben zufolge „häufig“.

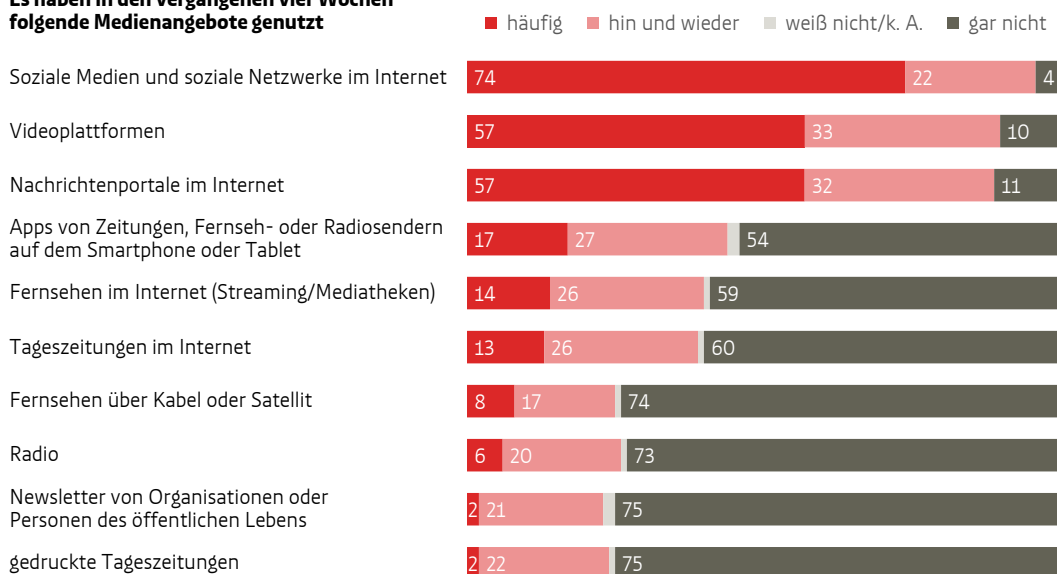
Videoplattformen, z. B. YouTube, Tiktok, (90 %) und Nachrichtenportale im Internet (89 %) wurden von ähnlich vielen Befragten zumindest gelegentlich genutzt.

Im Vergleich dazu griffen deutlich weniger Befragte auf digitale Angebote von „klassischen“ Medien zurück: Jeweils rund zwei von fünf Befragten nutzten zumindest ab und zu Apps von Zeitungen, Fernseh- oder Radiosendern auf dem Smartphone oder dem Tablet (44 %), Fernsehen im Internet über Streaming oder Mediatheken (40 %) oder Tageszeitungen im Internet (39 %).

Rund ein Viertel der Befragten hat in den vier Wochen vor der Befragung über Kabel oder Satellit ferngesehen (25 %), Radio (26 %) gehört, Newsletter von Organisationen oder Personen des öffentlichen Lebens (23 %) oder gedruckte Tageszeitungen (24 %) gelesen. Jeweils rund drei Viertel haben diese Medienangebote in diesem Zeitraum gar nicht genutzt.

Grafik 1: Mediennutzung in den vergangenen vier Wochen

Es haben in den vergangenen vier Wochen folgende Medienangebote genutzt



Angaben in Prozent

85 Prozent der Befragten nutzen ausschließlich kostenfreie Medienangebote.

4 Prozent bezahlen ab und zu für einzelne Beiträge, die sie besonders interessieren und

5 Prozent haben mindestens ein kostenpflichtiges Medienabo.

Grafik 2: Nutzung kostenpflichtiger Medienangebote



Angaben in Prozent
an 100 Prozent fehlende Angaben = „weiß nicht/keine Angabe“

1.2 Nutzung sozialer Medien und Messenger-Dienste

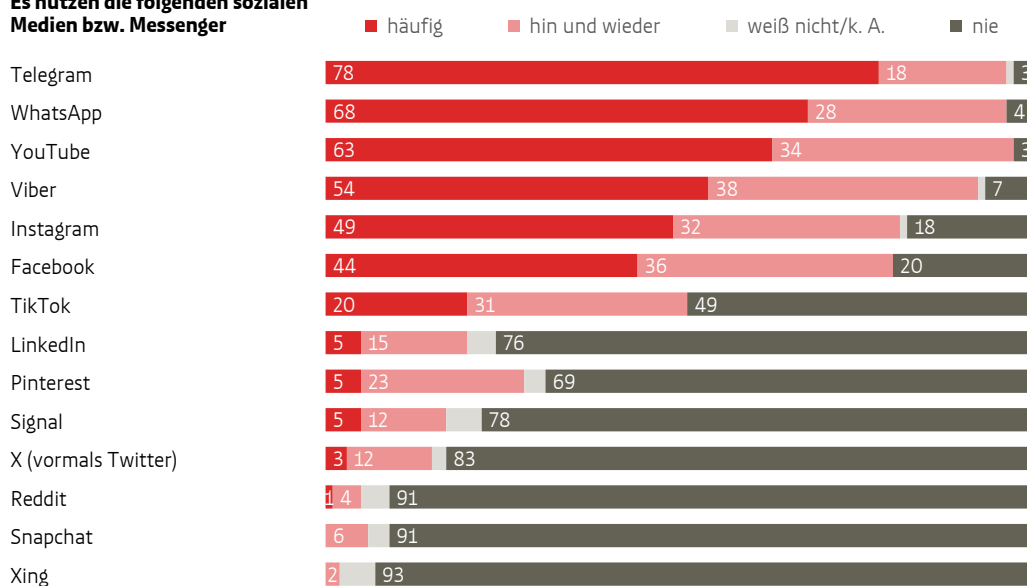
Telegram (96 %), WhatsApp (96 %), YouTube (97 %) und Viber (92 %) nutzen nahezu alle Befragten. Telegram nutzen mehr als drei Viertel der Befragten den eigenen Angaben zufolge „häufig“.

Instagram (81 %) und Facebook (80 %) nutzen acht von zehn zumindest hin und wieder. Die Hälfte (51 %) der Befragten nutzt grundsätzlich auch TikTok.

Die restlichen Plattformen bzw. Messenger werden jeweils von einer großen Mehrheit nie in Anspruch genommen: LinkedIn (76 %), Pinterest (69 %), Signal (78 %), X (vormals Twitter) (83 %), Reddit, Snapchat (jeweils 91 %) und Xing (93 %) gehören zu diesen vergleichsweise selten genutzten Kommunikationskanälen.

Grafik 3: Nutzung sozialer Medien und Messenger-Dienste

Es nutzen die folgenden sozialen Medien bzw. Messenger



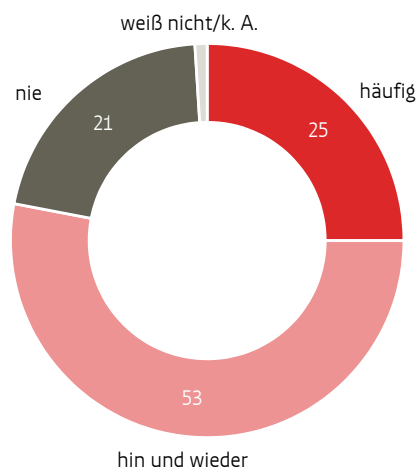
Angaben in Prozent

Mehr als drei Viertel (78 %) der befragten Ukrainerinnen und Ukrainer teilen selbst Nachrichtenartikel oder Posts über politische Ereignisse mit anderen über soziale Medien oder Messenger-Dienste.

Ein Viertel tut dies nach eigenen Angaben häufig, 53 Prozent tun dies hin und wieder.

Grafik 4: Teilen von Nachrichten über soziale Medien

Es teilen selbst Nachrichtenartikel oder Posts über politische Ereignisse mit anderen über soziale Medien oder Messenger-Dienste



Angaben in Prozent

1.3 Mediennutzung in verschiedenen Themenfeldern und Sprachen

Darüber hinaus wurden die Befragten gebeten anzugeben, zu welchen Themen sie sich in den vier Wochen vor der Befragung in den Medien informiert haben.

Mit Abstand am häufigsten geben die Befragten bei dieser Frage das Kriegsgeschehen in der Ukraine an: 86 Prozent haben Informationen dazu häufig nachgefragt und 11 Prozent hin und wieder.

Zum politischen Tagesgeschehen in der Ukraine informierten sich zwei Drittel (68 %) häufig und ein Viertel (26 %) hin und wieder.

Informationen im Zusammenhang mit ihrem Aufenthalt in Deutschland haben ebenfalls fast alle Befragten (95 %) in dem Zeitraum aus den Medien abgerufen – 55 Prozent taten dies häufig.

Das politische Tagesgeschehen in der Welt (89 %) und in Deutschland (81 %) waren ebenfalls für eine große Mehrheit Themen, zu denen sie sich informiert haben, die meisten jedoch eher gelegentlich.

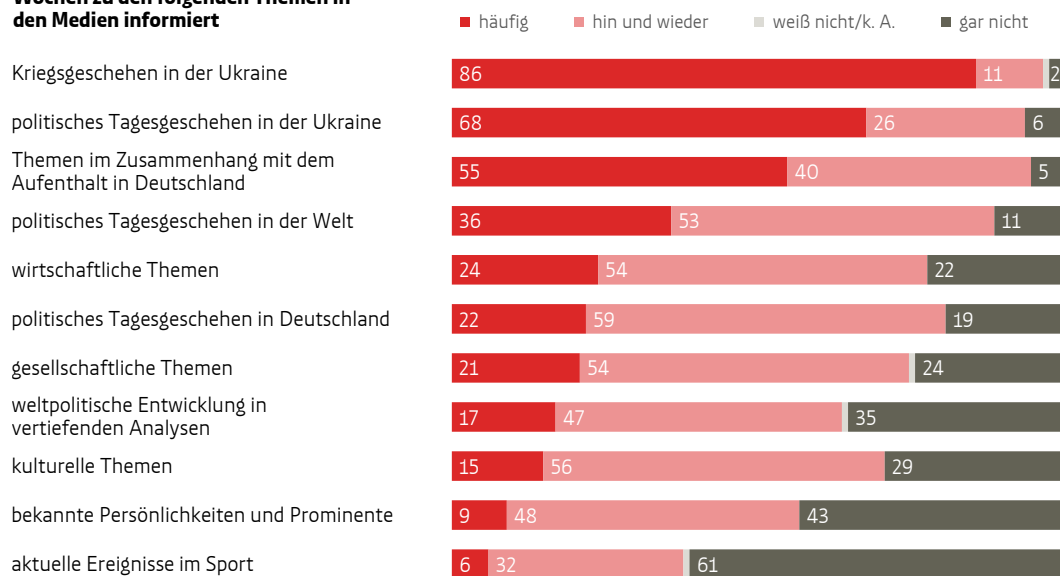
Für wirtschaftliche (78 %), gesellschaftliche (75 %) und kulturelle Themen (71 %) nutzten jeweils rund drei Viertel der Befragten Medienangebote. Diejenigen, die sich für diese Themen interessierten, informierten sich dazu eher gelegentlich.

Dass sie sich in vertiefenden Analysen zu weltpolitischen Entwicklungen informiert haben, geben knapp zwei Drittel (64 %) der Befragten an – ebenfalls die meisten von ihnen hin und wieder (47 %).

Bekannte Persönlichkeiten und Prominente (57 %) und aktuelle Ereignisse im Sport (38 %) waren im Vergleich seltener ein medialer Interessensschwerpunkt der Befragten.

Grafik 5: Themenschwerpunkte der Mediennutzung

Es haben sich in den vergangenen vier Wochen zu den folgenden Themen in den Medien informiert

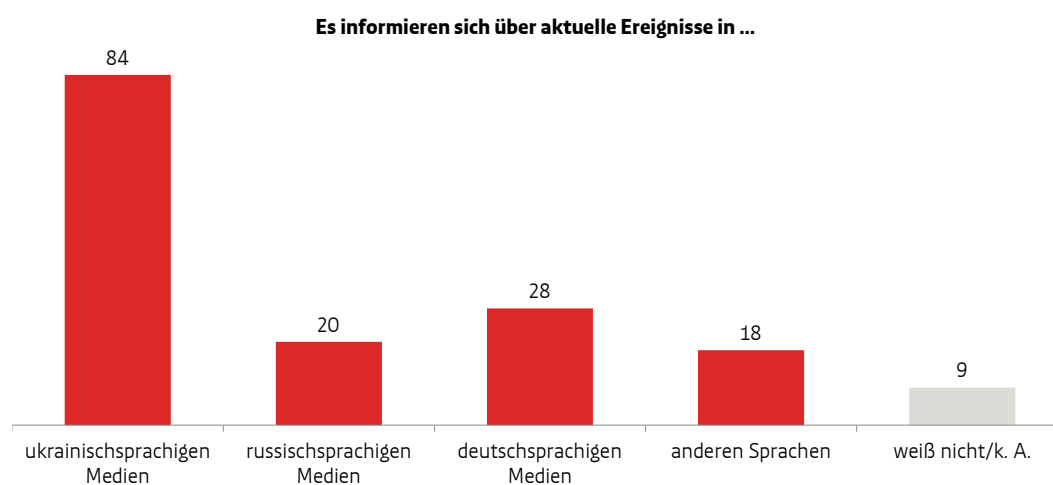


Angaben in Prozent

Die große Mehrheit (84 %) der Befragten informiert sich über aktuelle Ereignisse in ukrainischsprachigen Medien.

Ein Fünftel (20 %) nutzt dafür (auch) russischsprachige Medien und 28 Prozent deutschsprachige Medien. Medien in anderen Sprachen verwenden (darüber hinaus) 18 Prozent.

Grafik 6: Genutzte Sprachen bei Medien

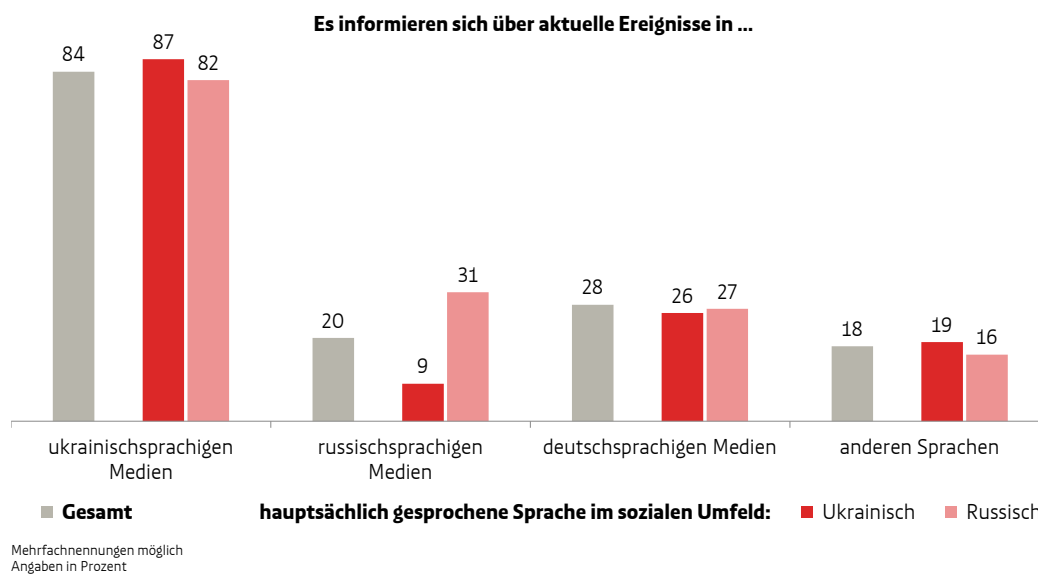


Mehrfachnennungen möglich
Angaben in Prozent

Diejenigen, die in ihrem sozialen Umfeld hauptsächlich Russisch sprechen, nutzen häufiger (auch) russischsprachige Medien als diejenigen, deren primäre Sprache Ukrainisch ist.

Befragte mit guten Deutschkenntnissen informieren sich über aktuelle Ereignisse eher (auch) in deutschsprachigen Medien (42 %) und diejenigen mit guten Englischkenntnissen (auch) in Medien anderer Sprachen als Ukrainisch, Russisch oder Deutsch (27 %).

Grafik 7: Genutzte Sprachen bei Medien nach hauptsächlich gesprochener Sprache



1.4 Genutzte ukrainischsprachige Medien

Im Anschluss wurden diejenigen Befragten, die ukrainischsprachige Medien nutzen, offen und ohne Antwortvorgabe danach gefragt, über welche ukrainischsprachigen Medien (Fernsehsender, Radiosender, Zeitungen, Online-Portale, Apps) sie sich informieren.

Dabei zeigt sich eine sehr große Bandbreite an Medien, die die Befragten in dem Kontext nennen.

Ein Drittel der Nennungen bezieht sich auf den Messenger-Dienst Telegram. 17 Prozent der Befragten geben Telegram allgemein als häufigstes genutztes Medium an. Darüber hinaus werden spezifische Blogger oder Kanäle wie Trukha Ukraine (3 %), „Lachen pyshe“ („Лачен пише“) (2 %), Sternenko, Serhiy Prytula, Ukraine NOW und Kharkov Life/ Kahrkiv (je 1 %) genannt.

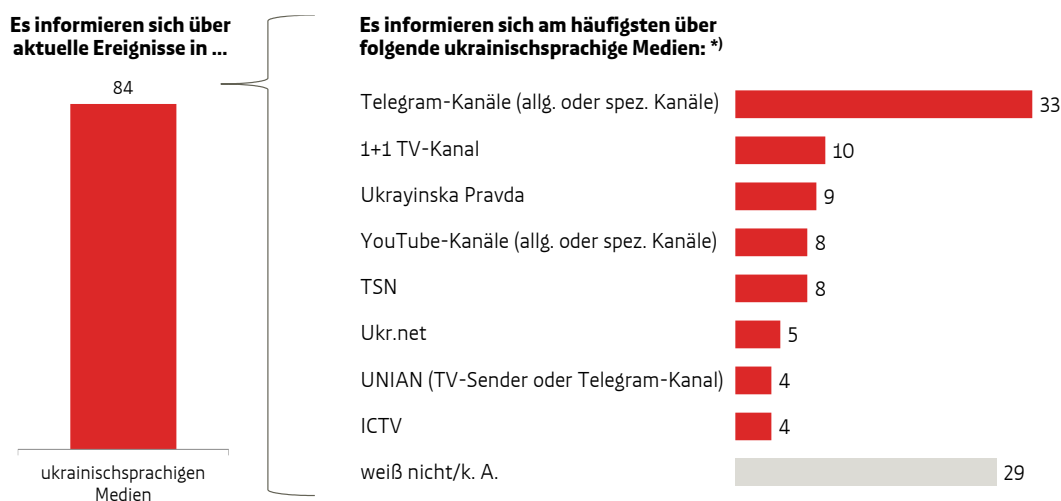
Auf YouTube allgemein (3 %) und spezifische YouTube-Kanäle (5 %) entfallen insgesamt 8 Prozent der Nennungen.

Ebenfalls vergleichsweise häufig genannt werden die TV-Sender 1+1 (10 %), UNIAN (4 %), ICTV (4 %) sowie die Nachrichtensendung TSN (8 %).

Gleiches gilt für die Online-Zeitung Ukrayinska Pravda (9 %) sowie die Webseite Ukr.net (5 %).

Insgesamt 29 Prozent der Befragten geben bei dieser Frage keine Auskunft.

Grafik 8: Genutzte ukrainischsprachige Medien



^{*)} offene Abfrage; Mehrfachnennungen möglich; dargestellt sind Nennungen ab 4 Prozent Angaben in Prozent

1.5 Genutzte russischsprachige Medien

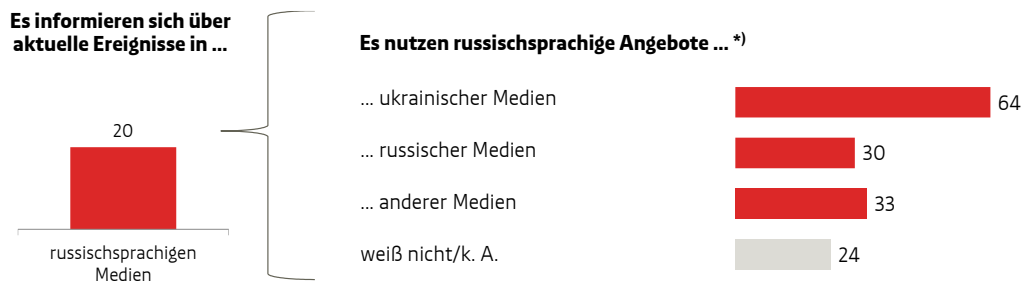
Diejenigen, die russischsprachige Informationsquellen nutzen, wurden gebeten anzugeben, welcher Herkunftsregion diese zuzuordnen sind.

64 Prozent geben an, dass sie russischsprachige Angebote ukrainischer Medien nutzen.

Russischsprachige Angebote russischer Medien (30 %) und/oder anderer Medien (33 %) werden insgesamt von einem ähnlich großen Anteil genutzt.

24 Prozent der Nutzerinnen und Nutzer russischsprachiger Mediangebote können oder wollen keine Angabe zu der Herkunft machen.

Grafik 9: Nutzung russischsprachiger Medien



*) Mehrfachnennungen möglich
Angaben in Prozent

Darüber hinaus wurden die Nutzerinnen und Nutzer russischsprachiger Medien offen nach den spezifischen Medien (Fernsehsender, Radiosender, Zeitungen, online Portale, Apps) gefragt.

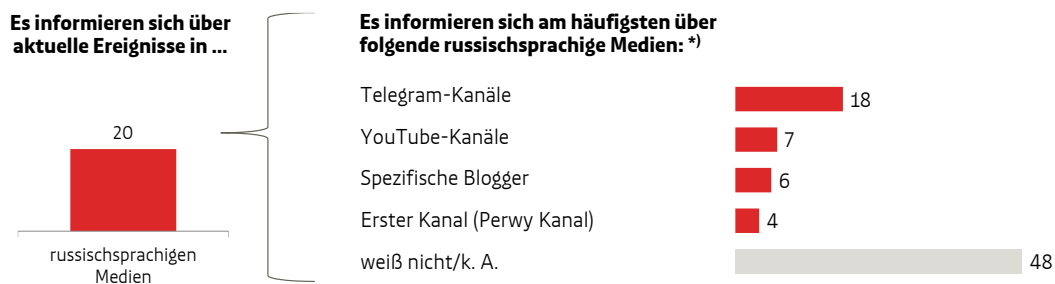
Am häufigsten nutzen die Befragten als Informationsquelle Telegram-Kanäle (18 %), gefolgt von YouTube-Kanälen (7 %) und spezifischen Bloggern (6 %).

Der staatsnahe russische Erste Kanal (Perwy Kanal) (4 %) wird ebenfalls angegeben.

Darüber hinaus werden die russischen Exil-Medienangebote von Aleksandr Nevzorov (YouTube oder Telegram), Meduza (jeweils 3 %) und TV Rain (1 %) von einigen wenigen Befragten genannt.

Die Hälfte (48 %) der Befragten, die russischsprachigen Medien nutzen, machte bei dieser Frage keine genauen Angaben.

Grafik 10: Genutzte russischsprachige Medien



*1 offene Abfrage; Mehrfachnennungen möglich; dargestellt sind Nennungen ab 4 Prozent
Angaben in Prozent

1.6 Genutzte deutschsprachige Medien

Diejenigen Befragten, die deutschsprachige Medien nutzen, wurden offen nach den Medien gefragt, die sie am häufigsten auf Deutsch als Informationsquelle verwenden.

Am häufigsten wird in dem Kontext die Deutsche Welle (DW) (23 %) genannt.

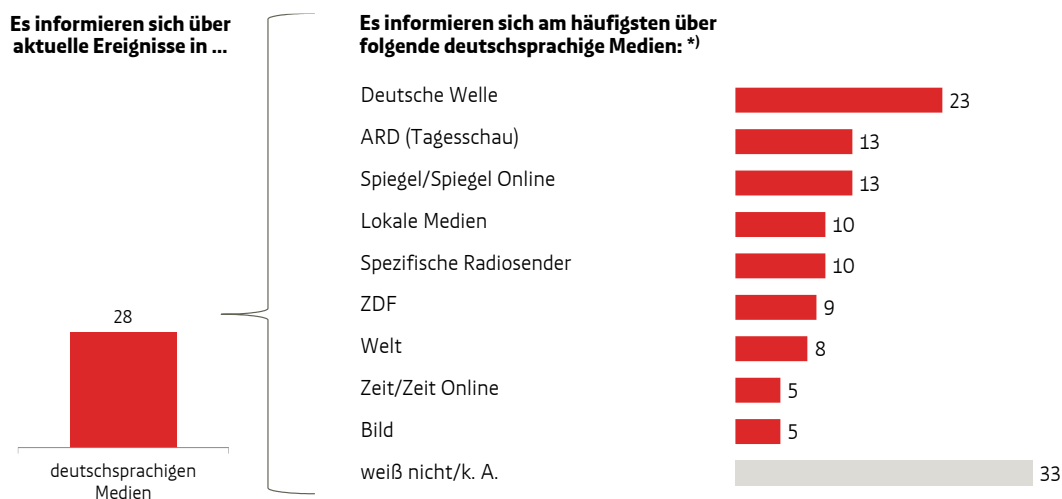
Als Fernsehsender werden zuvorderst die öffentlich-rechtlichen Sender ARD (13 %) und ZDF (9 %) und vereinzelt RTL (1 %) genannt.

Weitere Medien sind darüber hinaus der Spiegel/Spiegel Online (13 %), lokale Medien (10 %), spezifische Radiosender (10 %), die Welt (8 %), die Zeit bzw. Zeit Online (5 %) und Bild (5 %).

Darüber hinaus wird Aussiedlerbote.de (3 %) genannt.

Auch hier gibt ein Drittel (33 %) der Befragten keine Antwort.

Grafik 11: Genutzte deutschsprachige Medien



*) offene Abfrage; Mehrfachnennungen möglich; dargestellt sind Nennungen ab 4 Prozent
Angaben in Prozent

1.7 Genutzte Medien in anderen Sprachen

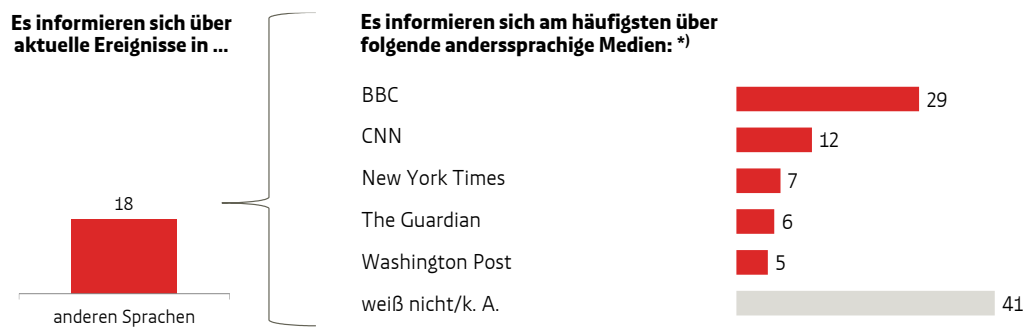
Die wenigen Befragten, die Medien in anderen Sprachen nutzen, wurden ebenfalls offen nach den jeweiligen Medien (Fernsehsender, Radiosender, Zeitungen, online Portale, Apps) gefragt.

Mit Abstand am häufigsten wird dabei BBC (29 %) genannt.

Weitere genannte Nachrichtenquellen sind CNN (12 %), die New York Times (7 %), The Guardian (6 %), die Washington Post (5 %) und Deutsche Welle (2 %).

41 Prozent der Befragten geben bei der Frage keine Auskunft.

Grafik 12: Genutzte Medien in anderen Sprachen



*) offene Abfrage; Mehrfachnennungen möglich; dargestellt sind Nennungen ab 4 Prozent
Angaben in Prozent

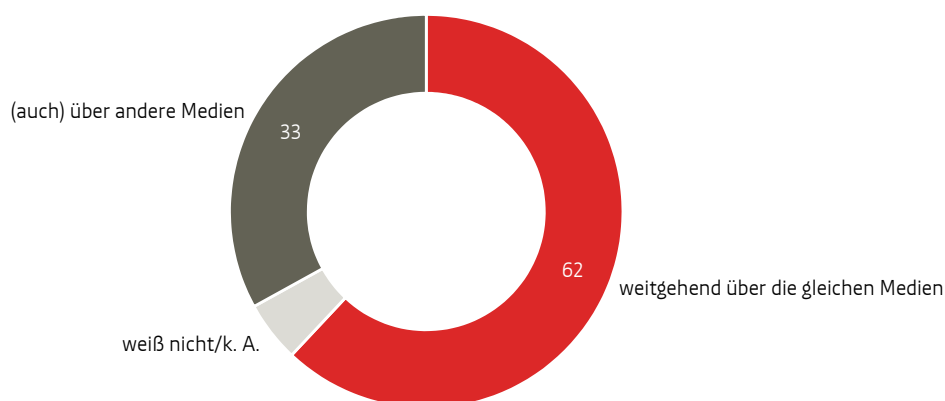
1.8 Verändertes Informationsverhalten

Die Mehrheit (62 %) der Befragten gibt an, dass sie sich weitgehend über die gleichen Medien informiert, seit sie in Deutschland lebt.

Ein Drittel (33 %) informiert sich seither (auch) über andere Medien als vorher – Männer (44 %) etwas häufiger als Frauen (30 %).

Grafik 13: Verändertes Informationsverhalten seit Aufenthalt in Deutschland?

Seit sie in Deutschland leben, informieren sie sich



Angaben in Prozent

Anschließend wurden diejenigen, die sich jetzt (teilweise) über andere Medien als vor ihrer Ankunft in Deutschland informieren, offen und ohne jedwede Antwortvorgaben nach den Gründen dafür gefragt.

Am häufigsten (18 %) wird in dem Kontext das Interesse an vielfältigen Perspektiven und unterschiedlichen Quellen genannt.

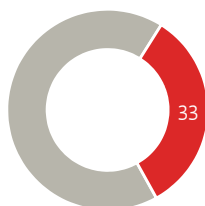
Dass sie über andere Medienangebote Informationen über Deutschland erhalten oder sich neue Möglichkeiten bzw. Zugänge durch das Leben in Deutschland eröffnet haben, geben jeweils 11 Prozent an. Ähnlich viele begründen das veränderte Informationsverhalten mit dem Wunsch nach unabhängiger und objektiver Berichterstattung (9 %).

Darüber hinaus werden als Gründe das Deutschlernen (6 %) und der fehlende Zugang zu ukrainischen Medienangeboten genannt (5 %).

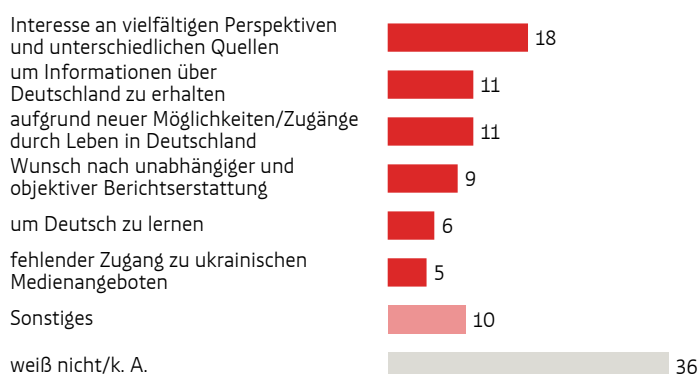
Ein vergleichsweise großer Anteil der Befragten kann oder will sich dazu nicht äußern (36 %).

Grafik 14: Gründe für das veränderte Informationsverhalten

Seit sie in Deutschland leben, informieren sich (auch) über andere Medien



Aus den folgenden Gründen informieren sich jetzt (teilweise) über andere Medien als vor ihrer Ankunft in Deutschland: *)



*) offene Abfrage, Mehrfachnennungen möglich
Angaben in Prozent

1.9 Bekanntheit, Nutzung und Glaubwürdigkeit verschiedener Medien

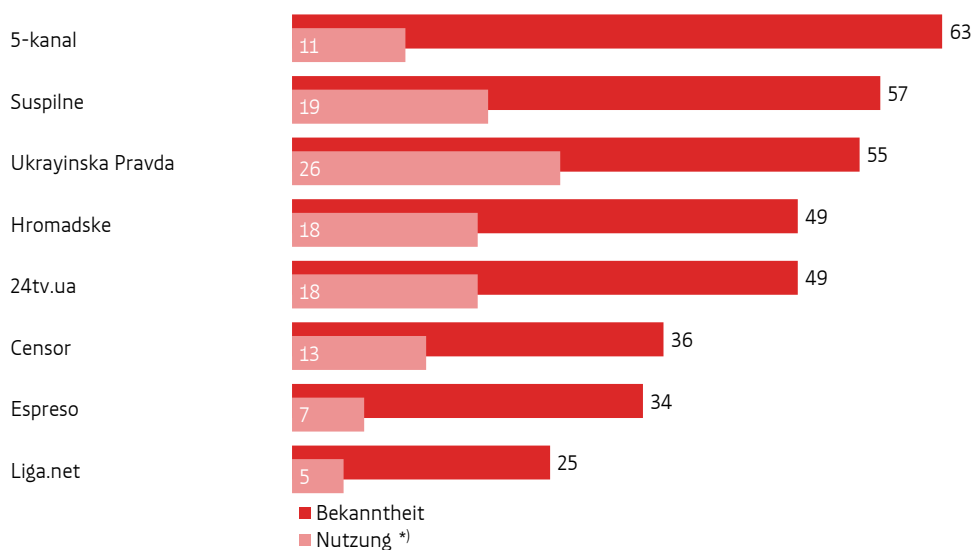
Den Befragten wurde eine Liste verschiedener Medien vorgelegt mit der Bitte diejenigen Medien anzugeben, die sie kennen. Anschließend wurden sie gebeten zu nennen, welche Medien sie davon in den vier Wochen vor der Befragung genutzt haben.

Von den gelisteten ukrainischen Medien sind 5-kanal (63 %), Suspilne (57 %), Ukrayinska Pravda (55 %), Hromadske und 24tv.ua (jeweils 49 %) die bekanntesten. Censor (36 %), Espresso (34 %), Liga.net (25 %) und Novoe Vremya (inklusive Radio NV) (14 %) sind ungefähr einem Drittel oder weniger Befragten bekannt.

Am häufigsten genutzt wurden Ukrayinska Pravda (26 %), Suspilne (19 %), Hromadske und 24tv.ua (jeweils 18 %). Als bekanntestes ukrainisches Medium wurde 5-kanal hingegen vergleichsweise selten in dem abgefragten Zeitraum genutzt (11 %). Auch auf Censor (13 %), Espresso (7 %) und Liga.net (5 %) wurde von vergleichsweise wenigen Befragten zurückgegriffen.

Grafik 15: Bekanntheit und Nutzung ukrainischer Medien

Bekanntheit und Nutzung folgender ukrainischer Medien



*) in den vergangenen vier Wochen; Mehrfachnennungen möglich
Angaben in Prozent

Die ukrainischen Medien Ukrayinska Pravda, Hromadske, Suspilne, 24tv.ua und Censor, die am häufigsten genutzt wurden, schneiden auch bei der Glaubwürdigkeit höher ab als die weniger genutzten. Die Ausnahme bildet Liga.net, das zwar selten genutzt wurde, dabei jedoch den zweithöchsten Glaubwürdigkeitswert (56 %) unter den abgefragten ukrainischen Medien erzielt.

Espresso (36 %) und 5-kanal (29 %) werden im Vergleich zu den anderen ukrainischen – und ebenfalls zu den abgefragten Medien anderer Länder – selten als glaubwürdig erachtet.

Deutsche Welle (44 %), der Spiegel (37 %) und Bild (18 %) sind die bekanntesten abgefragten deutschen Medien. Die anderen Medien aus Deutschland sind deutlich weniger Befragten bekannt. Deutsche Welle wurde von 21 Prozent der Befragten kürzlich genutzt, während dies beim Spiegel (8 %) oder Bild (6 %) deutlich seltener der Fall war.

Grafik 16: Bekanntheit und Nutzung verschiedener Medien

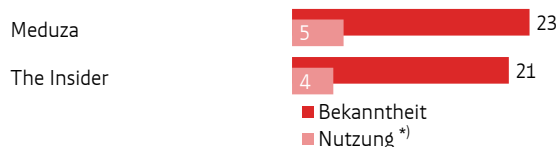
Bekanntheit und Nutzung folgender deutscher Medien



Medien aus anderen Ländern



russischer Medien



*) In den vergangenen vier Wochen; Mehrfachnennungen möglich
Angaben in Prozent

Knapp zwei Drittel (65 %) der Befragten kennen BBC, die Hälfte kennt CNN. Euro News ist 42 Prozent bekannt, der Guardian 15 Prozent. Le Monde (7 %) und El Pais (3 %) kennen im Vergleich dazu nur wenige Befragte. Ein Fünftel (19 %) aller Befragten hat BBC in den vier Wochen vor dem Interview auch genutzt. Bei CNN (9 %) und Euro News (10 %) waren es jeweils rund jede bzw. jeder Zehnte.

Die Medien Ukrayina.pl (7 %) und Amal, Berlin! (2 %) sind den Befragten nur vereinzelt ein Begriff.

Alle abgefragten Medien aus Deutschland und anderen Ländern erreichen vergleichsweise hohe Glaubwürdigkeitswerte: Jeweils über die Hälfte derjenigen, die diese Medien kennen, vertraut auch den gelieferten Informationen.

Von den abgefragten russischen Medien gehören Meduza (23 %) und The Insider (21 %) zu den bekanntesten. Genutzt wurden sie jüngst von 5 bzw. 4 Prozent der Befragten. Sie gehören ebenso zu den Medien, die im Vergleich aller abgefragten Medien niedrige

Vertrauenswerte erreichen: The Insider halten 38 Prozent und Meduza 29 Prozent derjenigen für (sehr) glaubwürdig, die diese Medien kennen.¹

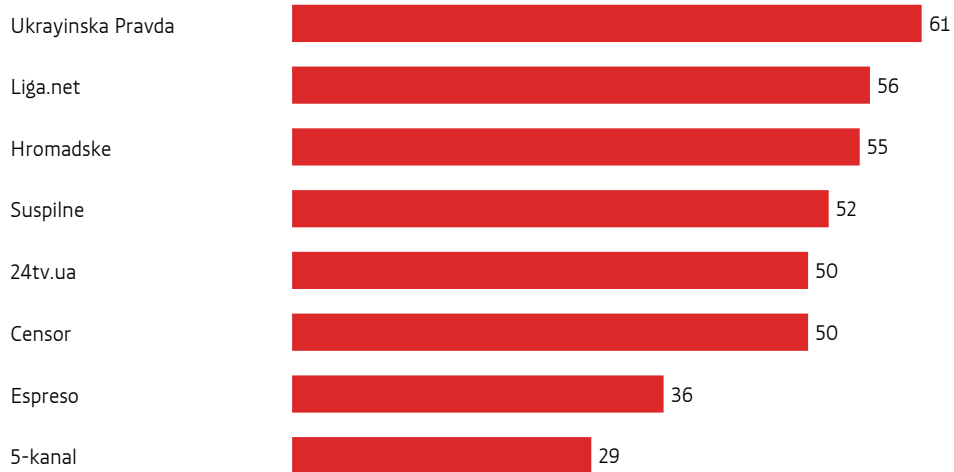
Die anderen abgefragten russischen Medien Kanal 1 (9 %), Mediazona (8 %) und TV Rain (3 %) sind jeweils nur wenigen Befragten bekannt.

14 Prozent kennen darüber hinaus das belarussische Medium Zerkalo.

¹ Bei allen abgefragten Medien fällt der Anteil derer, die die Glaubwürdigkeit nicht einschätzen können oder wollen, vergleichsweise hoch aus (24 Prozent und mehr). Bei den russischen Medien The Insider und Meduza ist dieser mit 50 bzw. 42 Prozent noch höher.

Grafik 17: Glaubwürdigkeit verschiedener Medien

Es halten die folgenden ukrainischen Medien für (sehr) glaubwürdig:



deutsche Medien



Medien aus anderen Ländern



russische Medien



Basis: Befragte, denen die jeweiligen Medien bekannt sind
Angaben in Prozent

1.10 Subjektives Informationserleben

Anhand verschiedener Aussagen wurde das subjektive Informationserleben der befragten Ukrainerinnen und Ukrainer ermittelt.

Persönliche Gespräche mit Personen, die nach wie vor in der Ukraine vor Ort sind, sind für viele Befragten relevant: Über drei Viertel (78 %) der Befragten fühlen sich über persönliche Kontakte und Gespräche mit Menschen in der Ukraine am besten über die Geschehnisse vor Ort informiert.

Bei der Frage nach der Qualität des Informationsstands über Zusammenhänge in der Ukraine sind die Befragten geteilter Meinung: Seitdem sie in Deutschland leben, fühlen sich 42 Prozent besser über diese Zusammenhänge informiert. Bei rund der Hälfte (51 %) ist das (eher) nicht der Fall.

Darüber hinaus fühlt sich eine Mehrheit (64 %) der befragten Ukrainerinnen und Ukrainer (eher) nicht vom Geschehen in der Ukraine abgeschnitten, seitdem sie in Deutschland sind. Ein Drittel (34 %) berichtet von diesem Gefühl.

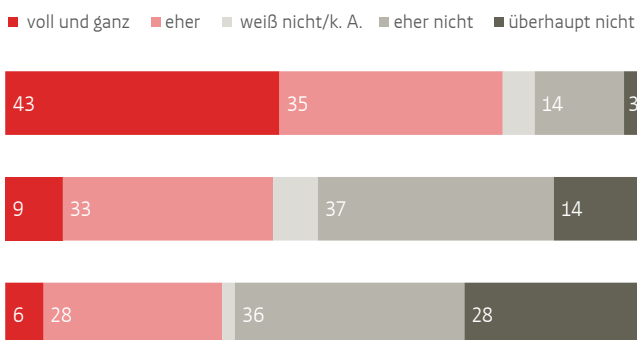
Grafik 18: Subjektives Informationserleben

Es stimmen den folgenden Aussagen zu

Über persönliche Kontakte und Gespräche mit Menschen in der Ukraine fühle ich mich am besten über die Geschehnisse vor Ort informiert.

Seitdem ich in Deutschland bin, fühle ich mich besser über Zusammenhänge in der Ukraine informiert.

Seitdem ich in Deutschland bin, fühle ich mich von dem Geschehen in der Ukraine abgeschnitten.



Angaben in Prozent

Frauen fühlen sich etwas häufiger als Männer am besten über persönliche Gespräche mit Menschen in der Ukraine über die Geschehnisse vor Ort informiert und etwas seltener besser über Zusammenhänge in der Ukraine informiert, seitdem sie in Deutschland sind.

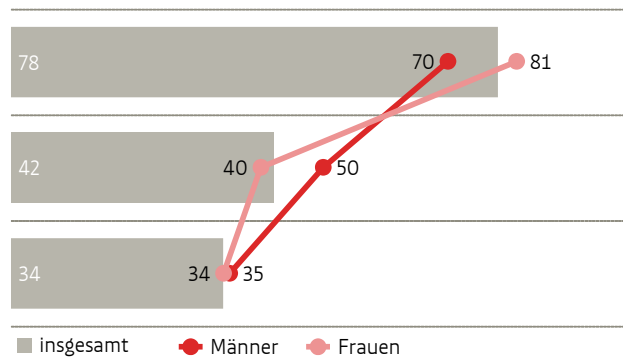
Grafik 19: Subjektives Informationserleben nach Geschlecht

Der Aussage stimmen voll und ganz/eher zu:

Über persönliche Kontakte und Gespräche mit Menschen in der Ukraine fühle ich mich am besten über die Geschehnisse vor Ort informiert.

Seitdem ich in Deutschland bin, fühle ich mich besser über Zusammenhänge in der Ukraine informiert.

Seitdem ich in Deutschland bin, fühle ich mich von dem Geschehen in der Ukraine abgeschnitten.



Angaben in Prozent

Die jüngeren, 18- bis 39-jährigen Befragten berichten häufiger als die Älteren, dass sie sich von den Geschehnissen in der Ukraine abgeschnitten fühlen.

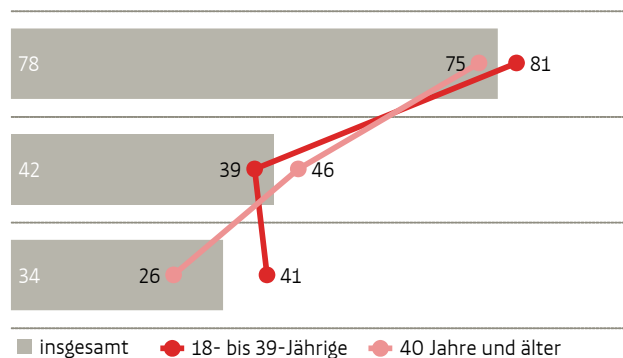
Grafik 20: Subjektives Informationserleben nach Alter

Der Aussage stimmen voll und ganz/eher zu:

Über persönliche Kontakte und Gespräche mit Menschen in der Ukraine fühle ich mich am besten über die Geschehnisse vor Ort informiert.

Seitdem ich in Deutschland bin, fühle ich mich besser über Zusammenhänge in der Ukraine informiert.

Seitdem ich in Deutschland bin, fühle ich mich von dem Geschehen in der Ukraine abgeschnitten.



Angaben in Prozent

2 Meinungen zur Berichterstattung über die Ukraine in deutschen Medien

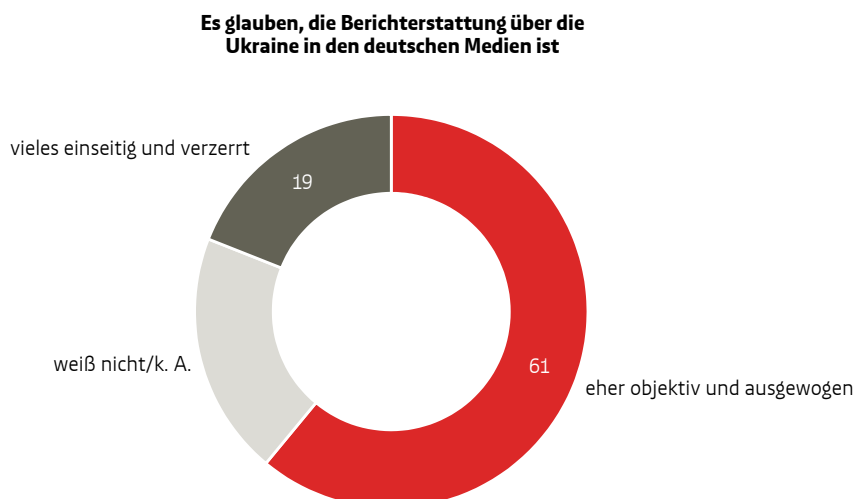
2.1 Beurteilung der deutschen Berichterstattung

Diejenigen, die sich in deutschsprachigen Medien über aktuelle Ereignisse informieren, wurden gebeten, die Berichterstattung über die Ukraine in den deutschen Medien zu beurteilen.

61 Prozent sehen die Berichterstattung über die Ukraine in den deutschen Medien als eher objektiv und ausgewogen an. 19 Prozent halten vieles hingegen für einseitig und verzerrt.

Jede fünfte befragte Person traut sich dazu (noch) kein Urteil zu.

Grafik 21: Beurteilung der deutschen Berichterstattung



Basis: Befragte, die sich in deutschsprachigen Medien informieren
Angaben in Prozent

Die wenigen Befragten, die der Berichterstattung in deutschen Medien eher kritisch gegenüberstehen, wurden im Anschluss offen gefragt, was ihrer Meinung nach einseitig oder verzerrt berichtet wird. Einige Befragte äußern, dass die Berichterstattung bzw. die Darstellung der Situation zu selektiv und zu wenig differenziert sei. So werde beispielsweise vorrangig über militärische Operationen sowie die Außenpolitik der Ukraine berichtet – die sozialen Folgen des Krieges hingegen würden vernachlässigt, z. B. die stark gestiegenen Mietpreise in der Westukraine, die Anschuldigungen gegen russischsprachige Bürgerinnen und Bürger und die allgemeine Menschenrechtslage in der Ukraine. Darüber hinaus attestieren einige wenige Befragten den deutschen Medien eine Nähe zu russischen Medien bzw. Narrativen.

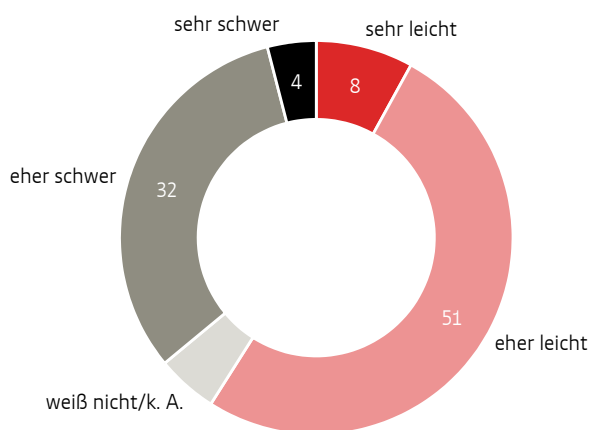
2.2 Beurteilung der Richtigkeit von Informationen

Knapp sechs von zehn (59 %) der befragten Personen fällt es den eigenen Angaben nach sehr oder eher leicht, richtige von falschen Informationen über die aktuelle Entwicklung in der Ukraine und den Krieg zu unterscheiden. 36 Prozent finden das sehr bzw. eher schwer.

Männer (67 %) geben etwas häufiger als Frauen (57 %) an, dass ihnen das Einschätzen der Qualität von kriegsbezogenen Informationen leichtfallen würde.

Grafik 22: Beurteilung der Richtigkeit von Informationen

Richtige von falschen Informationen über die aktuelle Entwicklung in der Ukraine und den Krieg zu unterscheiden, finden



Angaben in Prozent

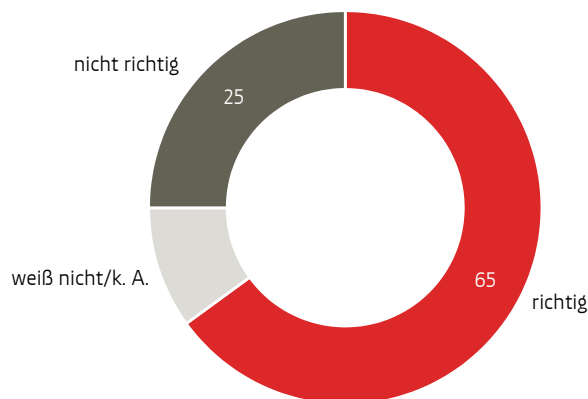
2.3 Meinung zu veränderter Berichterstattung in Kriegszeiten

Knapp zwei Drittel (65 %) der befragten Ukrainerinnen und Ukrainer finden es richtig, dass Journalisten während eines Krieges nicht über alles berichten dürfen, was sie während ihrer Arbeit erfahren.

Personen, die im privaten Umfeld eher ukrainisch sprechen (69 %), haben etwas häufiger als primär russischsprachige Befragte (61 %) dafür Verständnis, dass sich Journalisten in Kriegszeiten in ihrer Berichterstattung einschränken müssen.

Grafik 23: Meinung zu veränderter Berichterstattung in Kriegszeiten

Dass Journalisten während eines Krieges nicht über alles berichten dürfen, was sie während ihrer Arbeit erfahren, finden



Angaben in Prozent

3 Vertrauen in Institutionen

Die nach Deutschland geflüchteten Ukrainerinnen und Ukrainer wurden – wie forsa dies auch unter den Bundesbürgern regelmäßig tut – nach ihrem Vertrauen in verschiedene Institutionen und Akteure gefragt.

Mit Abstand das größte Vertrauen bringen die befragten Geflüchteten der ukrainischen Armee entgegen (89 %).

Ebenfalls (sehr) großes Vertrauen genießen die deutsche Bundesregierung (75 %), der ukrainische Präsident Wolodymyr Zelensky (66 %), die Europäischen Union (63 %) und Bundeskanzler Olaf Scholz (57 %).

Etwa die Hälfte der Befragten bringen der NATO (52 %), US-Präsident Joe Biden (49 %) und der ukrainischen Regierung (48 %) (sehr) großes Vertrauen entgegen.

Dass sie den politischen Parteien in Deutschland (38 %), der Ukrainisch-Orthodoxen Kirche (UOK) (23 %) oder der Orthodoxen Kirche der Ukraine (OKU) (21 %) großes oder sehr großes Vertrauen schenken, bekunden deutlich weniger Befragte. Jeweils rund ein Drittel der Befragten hat zu diesen Institutionen allerdings auch keine Meinung.

Das Vertrauen in politische Parteien (14 %) und Gerichte (8 %) in der Ukraine liegt im Vergleich zu den anderen Institutionen auf einem niedrigen Niveau.

Das geringste Vertrauen haben die Befragten in die russische Armee und den russischen Präsidenten Wladimir Putin (je 2 %). Eine große Mehrheit von 90 Prozent bzw. 92 Prozent gibt an, kein Vertrauen in diese Akteure zu haben.

Auffällig an den Ergebnissen ist die recht große Diskrepanz zwischen dem Vertrauen, das die geflüchteten Ukrainerinnen und Ukrainer Präsident Zelensky (66 %) und der ukrainischen Regierung insgesamt (48 %) entgegenbringen.

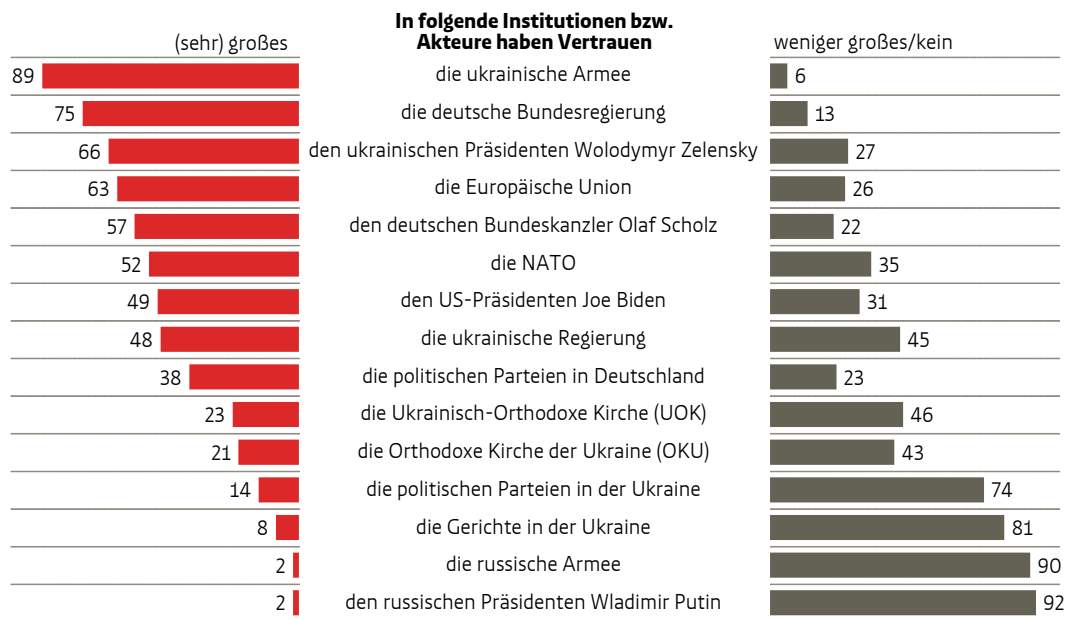
Auch haben nur sehr wenige der befragten Ukrainerinnen und Ukrainer Vertrauen in die Gerichte (8 %) in der Ukraine, während die Gerichte in Deutschland im regelmäßigen Institutionen-Vertrauensranking zu den Institutionen mit dem höchsten Vertrauenswert (zuletzt 68 Prozent im Januar 2023) unter den Bundesbürgern gehören.

Zwischen Männer und Frauen sowie zwischen den Altersgruppen zeigen sich in der Frage insgesamt lediglich geringe Unterschiede. Frauen vertrauen etwas häufiger als Männer inländischen, ukrainischen Institutionen wie der ukrainischen Regierung (50 % gegenüber 42 %) oder dem Präsidenten Wolodymyr Zelensky (68 % gegenüber 61 %). Männer haben hingegen etwas größeres Vertrauen in ausländische Akteure wie die Europäische Union (71 % gegenüber 61 %) oder die NATO (60 % gegenüber 50 %).

Jüngere Befragte im Alter von 18 bis 39 Jahren haben tendenziell etwas häufiger als die Älteren (sehr) großes Vertrauen in Wolodymyr Zelensky (72 % gegenüber 60 %) und etwas seltener (sehr) großes Vertrauen in die NATO (48 % gegenüber 58 %).

Befragte, die in ihrem sozialen Umfeld hauptsächlich ukrainisch sprechen, vertrauen etwas häufiger als ihre primär russischsprachigen Mitbürger der ukrainischen Armee (95 % gegenüber 84 %), dem Präsidenten Wolodymyr Zelensky (70 % gegenüber 62 %), dem US-Präsidenten Joe Biden (57 % gegenüber 42 %) und der NATO (57 % gegenüber 48 %).

Grafik 24: Vertrauen in Institutionen



an 100 Prozent fehlende Angaben = „weiß nicht/keine Angabe“
Angaben in Prozent

4 Flucht aus der Ukraine

4.1 Herkunftsregion in der Ukraine

Bevor sie aus der Ukraine fliehen mussten, lebte fast ein Drittel der Befragten in der Stadt (25 %) oder dem Oblast (6 %) Kyiv.

Danach sind die meistgenannten Herkunftsregionen vor allem die östlichen und südlichen Landesteile, also Charkiw (16 %), Oblast Donezk (9 %), Oblast Odessa (8 %), Oblast Dnipropetrowsk (6 %) und Oblast Saporischschja (5 %).

Aus den übrigen Regionen kommen jeweils nur wenige Befragte.

Tabelle 1: Herkunftsregion

Es haben in folgender Region/ Oblast gelebt, bevor sie die Ukraine verlassen haben:	insgesamt %
Krim	1
Oblast Charkiw	16
Oblast Cherson	2
Oblast Chmelnyzkyj	0
Oblast Dnipropetrowsk	6
Oblast Donezk	9
Oblast Iwano-Frankiwsk	2
Oblast Kirowohrad	1
Oblast Kyiv	6
Oblast Luhansk	1
Oblast Lwiw	2
Oblast Mykolajiw	3
Oblast Odessa	8
Oblast Poltawa	1
Oblast Riwne	1
Oblast Saporischschja	5
Oblast Schytomyr	2
Oblast Sumy	2
Oblast Ternopil	1
Oblast Transkarpatien	0
Oblast Tscherkassy	1
Oblast Tschernihiw	2
Oblast Tscherniwzi	0
Oblast Winnyzja	2
Oblast Wolyn	1
Stadt Kyiv	25
Stadt Sewastopol	0

4.2 Fluchtmotive

Bei der offen, ohne jedwede Antwortvorgabe gestellten Frage nach den wichtigsten Gründen, die Ukraine zu verlassen, wird mit Abstand am häufigsten allgemein der Krieg genannt (63 %).

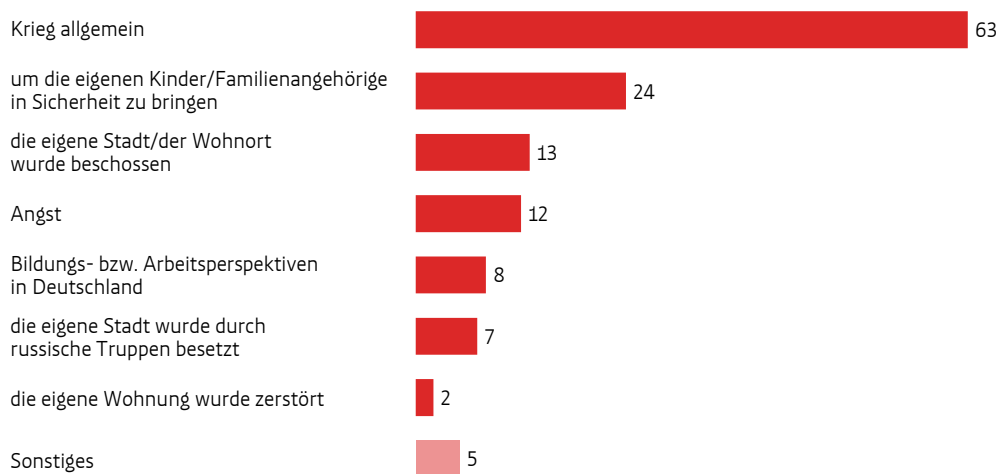
Für rund ein Viertel (24 %) der befragten Ukrainerinnen und Ukrainer war der Wunsch, die eigenen Kinder bzw. Familienangehörigen in Sicherheit zu bringen, der wichtigste Grund für die Flucht.

Auch der Beschuss der eigenen Stadt (13 %), Angst (12 %), die Besetzung der eigenen Stadt durch russische Truppen (7 %) und die Zerstörung der eigenen Wohnung (2 %) gehören zu den genannten Gründen.

Dass (darüber hinaus) Bildungs- bzw. Arbeitsperspektiven in Deutschland wichtige Gründe waren, die Ukraine zu verlassen, geben 8 Prozent der Befragten an.

Grafik 25: Gründe für die Flucht

Es haben aus den folgenden Gründen die Ukraine verlassen:



offene Abfrage; Mehrfachnennungen möglich
Angaben in Prozent

5 Sprachkenntnisse

Die im Familien- und Bekanntenkreis der Befragten am häufigsten gesprochene Sprache ist Russisch (48 %), gefolgt von Ukrainisch (46 %). Bei 4 Prozent ist die primär gesprochene Sprache Deutsch.

Beim Lesen schätzen 52 Prozent ihre Englischkenntnisse als sehr gut oder gut ein, beim Sprechen 39 Prozent und beim Schreiben 38 Prozent. Dass sie auf Englisch (sehr) gut lesen, schreiben und sprechen können, geben Befragte zwischen 18 und 39 Jahren häufiger als die Älteren an.

Tabelle 2: Englischkenntnisse

Es können auf Englisch (sehr) gut	insgesamt	18- bis 39-Jährige	40 Jahre und älter
	%	%	%
lesen	52	58	44
sprechen	39	46	32
schreiben	38	43	32

Beim Lesen beurteilen 40 Prozent die eigenen Deutschkenntnisse als (sehr) gut. Beim Sprechen sind dies 33 Prozent und beim Schreiben 23 Prozent.

Auch im Hinblick auf die eigenen Deutschkenntnisse geben Befragte zwischen 18 und 39 Jahren häufiger als die Älteren an, (sehr) gut auf Deutsch lesen, schreiben und sprechen zu können.

Tabelle 3: Deutschkenntnisse

Es können auf Deutsch (sehr) gut	insgesamt	18- bis 39-Jährige	40 Jahre und älter
	%	%	%
lesen	40	45	34
sprechen	33	38	26
schreiben	23	27	18

6 Lebenssituation in Deutschland

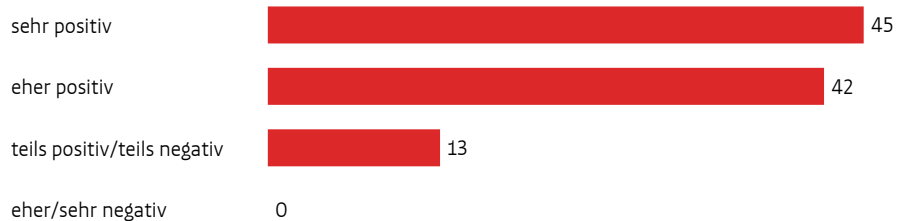
6.1 Bisherige Erfahrungen und Zukunftspläne in Deutschland

Die große Mehrheit der geflüchteten Ukrainerinnen und Ukrainern in Deutschland (87 %) bewertet ihre bisherigen Erfahrungen mit den Menschen in Deutschland als eher bzw. sehr positiv.

Nur wenige (13 %) berichten von teils positiven und teils negativen Erfahrungen und fast niemand von negativen Erfahrungen.

Grafik 26: Bewertung der bisherigen Erfahrungen mit Menschen in Deutschland

Es bewerten ihre bisherigen Erfahrungen mit den Menschen in Deutschland als



Angaben in Prozent

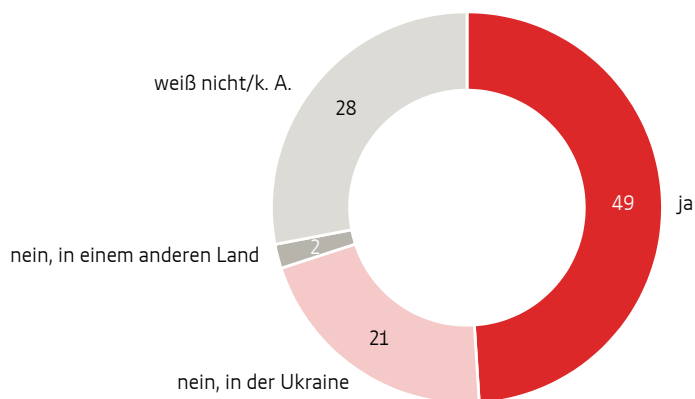
Gefragt nach ihren Zukunftsplänen, gibt die Hälfte (49 %) der aus der Ukraine geflohenen Menschen an, dauerhaft in Deutschland leben zu wollen.

21 Prozent haben vor, in der Ukraine zu leben, 27 Prozent sind sich in der Frage unsicher oder machen keine Angabe. Nur vereinzelt (2 %) planen Befragte in Zukunft in einem anderen Land zu leben.

Befragte, die (sehr) gut Deutsch sprechen können, haben häufiger als diejenigen mit weniger Deutschkenntnissen vor, in Deutschland zu bleiben (61 % gegenüber 49 % mit mittleren und 43 % mit wenig Deutschkenntnissen).

Grafik 27: Zukunftspläne und Leben in Deutschland

Es haben vor, dauerhaft in Deutschland zu leben



Angaben in Prozent

6.2 Wohnsituation

Die Mehrheit der Befragten wohnt in einer eigenen Wohnung (61 %).

Rund ein Viertel der befragten Ukrainerinnen und Ukrainer wurde von anderen privat aufgenommen: 20 Prozent leben in einer Aufnahmefamilie, die sie vorher nicht kannten, 5 Prozent bei deutschen und 2 Prozent bei ukrainischen Verwandten oder Bekannten.

Knapp jede bzw. jeder zehnte Befragte lebt zurzeit in einer Flüchtlingsunterkunft.

Vereinzelte wird angegeben, dass sie in einem Zimmer zur Miete bzw. einer Wohngemeinschaft leben (1 %).

Befragte, die erwerbstätig (73 %) sind oder minderjährige Kinder (67 %) haben, wohnen häufiger in einer eigenen Wohnung als Nicht-Erwerbstätige (57 %) und Befragte ohne Kinder (52 %).

Tabelle 4: Wohnsituation

Es leben zurzeit ...	insgesamt %	Erwerbstätigkeit:		Minderjährige Kinder:	
		ja %	nein %	ja %	nein %
... in einer eigenen Wohnung	61	73	57	67	52
... bei einer Aufnahmefamilie, die sie vorher nicht kannten	20	14	23	19	22
... in einer Flüchtlingsunterkunft	9	6	11	8	11
... bei deutschen Verwandten oder Bekannten	5	4	6	3	8
... bei ukrainischen Verwandten oder Bekannten	2	1	2	2	3
<i>Sonstiges: in einem Zimmer zur Miete/einer Wohngemeinschaft</i>	1	3	1	1	3

an 100 Prozent fehlende Angaben = „weiß nicht“/keine Angabe

6.3 Erwerbstätigkeit

Drei von zehn (29 %) Befragten sind zurzeit erwerbstätig. 70 Prozent sind es aktuell nicht.

Ukrainische Geflüchtete mit (sehr) guten Deutschkenntnissen sind häufiger erwerbstätig als diejenigen mit geringeren Deutschkenntnissen.

Tabelle 5: Erwerbstätigkeit

		Es sind zurzeit erwerbstätig	
		ja %	nein %
insgesamt		29	70
Männer		37	62
Frauen		27	73
18- bis 39-Jährige		27	72
40 Jahre und älter		30	69
kein Hochschulabschluss		23	77
Hochschulabschluss		31	68
Deutschkenntnisse (sprechen): *	niedrig	24	75
	mittel	23	76
	hoch	47	53

* anhand der Deutschkenntnisse in der Selbsteinschätzung: niedrig = „gar nicht/eher schlecht“, mittel = „es geht“, hoch = „(sehr) gut“
an 100 Prozent fehlende Angaben = „weiß nicht“/keine Angabe

6.4 Partnerschaften und minderjährige Kinder

Knapp zwei Drittel (65 %) der befragten Ukrainerinnen und Ukrainer haben eine Lebenspartnerin bzw. einen Lebenspartner. Bei der großen Mehrheit von ihnen lebt der Partner oder die Partnerin (63 %) ebenfalls in Deutschland.

Minderjährige Kinder haben 60 Prozent der befragten Ukrainerinnen und Ukrainer. Bei den meisten von ihnen (89 %) leben alle Kinder ebenfalls in Deutschland. Bei 9 Prozent sind es nicht alle und bei zwei Prozent keines der eigenen Kinder.

Tabelle 6: Partnerschaft und minderjährige Kinder

		Es haben eine(n) Lebenspartner/-in %	Es haben minderjährige Kinder %
insgesamt		65	60
Männer		70	49
Frauen		64	63
18- bis 39-Jährige		64	55
40 Jahre und älter		66	67
Minderjährige Kinder:	ja	80	-
	nein	41	-

7 Zusammensetzung der Stichprobe

Der überwiegende Anteil der Befragten ist weiblich (79 %) und hat einen Hochschulabschluss (74 %). Im Mittel (Median) sind die Befragten 38 Jahre alt.

Drei Viertel (75 %) haben den Fragebogen auf Ukrainisch und ein Viertel (25 %) auf Russisch beantwortet.

Nahezu alle (92 %) Befragten leben seit 2022 in Deutschland, 6 Prozent seit diesem Jahr und nur vereinzelt sind sie bereits vor 2022 nach Deutschland gekommen. Damit lebt die überwiegende Mehrheit der Ukrainerinnen und Ukrainer mit Fluchterfahrung zum Befragungszeitraum bereits mindestens vier Monate in Deutschland.

Die Struktur der Stichprobe ist mit anderen Studien ähnlicher Zielgruppen im Hinblick auf Geschlecht, Region und Bildungsniveau der Befragten vergleichbar.²

Tabelle 7: Struktur der Stichprobe nach Geschlecht, Alter, Bildung und Ankunft in Deutschland

	%
Männer	21
Frauen	79
Divers	0
18- bis 29-Jährige	18
30- bis 44-Jährige	56
45- bis 59-Jährige	21
60 Jahre und älter	4
Ankunft in Deutschland:	
vor 2022	2
2022	92
2023	6
ohne Grundschulabschluss/ Grundschulabschluss (4. Klasse)	0
Basisschulabschluss (9. Klasse)	2
Vollständiger allgemeiner mittlerer Bildungsabschluss (11. Klasse)	15
Abschluss einer Universität	74
einen anderen Schulabschluss	8

² BAMF 2023: Geflüchtete aus der Ukraine in Deutschland. Ergebnisse der ersten Welle der IAB-BiB/FReDA-BAMF-SOEP-Befragung, S. 22f.

Die Tabelle zeigt die Verteilung der Befragten in den Bundesländern.

Tabelle 8: Struktur der Stichprobe nach Bundesland

	Nettostichprobe %
Baden-Württemberg	13
Bayern	17
Berlin	5
Brandenburg	3
Bremen	1
Hamburg	1
Hessen	10
Mecklenburg-Vorpommern	1
Niedersachsen	10
Nordrhein-Westfalen	19
Rheinland-Pfalz	5
Saarland	1
Sachsen	5
Sachsen-Anhalt	1
Schleswig-Holstein	3
Thüringen	3