

MEDIENAGENDA 2016

Die wichtigsten Themen und Akteure in den Schweizer Leitmedien

Mit dieser Analyse lässt das fög das Jahr 2016 aus der Perspektive der Schweizer Medien Revue passieren. Die Untersuchung zeigt, dass internationale Ereignisse wie die US-Präsidentenwahlen und die Flüchtlingskrise die Schweizer Medienöffentlichkeit im auslaufenden Jahr 2016 am stärksten beschäftigten. Neben der Bedeutung von Themen wird in dieser Analyse neu auch die öffentliche Beachtung und Tonalität von Unternehmen und Parteien untersucht. Am prägnantesten tritt dabei die SVP in Erscheinung: Sie erhielt mit Abstand am meisten Resonanz, wurde aber auch am negativsten bewertet.

Top Themen 2016

Die US-Präsidentenwahlen waren im Jahr 2016 das dominante Medienthema in der Schweiz. Sie führen die Themenrangliste mit deutlichem Abstand vor der Flüchtlingskrise in Europa an (vgl. Abb. 1). Neben weiteren Politikereignissen aus dem Ausland sorgten insbesondere zwei internationale Sportereignisse und migrationspolitische Debatten in der Schweiz für sehr viel Medienresonanz.

AUSSENPOLITISCHE THEMEN AN DER SPITZE DER THEMENRANGLISTE

Über die US-Präsidentenwahlen wurde 2016 in den Schweizer Medien nicht nur am intensivsten berichtet, sondern auch am nachhaltigsten: Seit Februar 2016 gehörte das Ereignis immer zu den wichtigsten sechs Themen eines Monats (vgl. [Medienagenda](#)). Obwohl die Flüchtlingskrise im Vergleich zum Vorjahr an Medienresonanz eingebüsst hat, belegt sie im Jahr 2016 noch immer Platz 2 in der Themenrangliste der Schweizer Medien. Etwas weniger im Fokus stand in diesem Kontext auch die Schweizer Asylpolitik (Rang 5) sowie der IS-Konflikt (Rang 11). Die weiteren ausserpolitischen Themen der Top 10, der Bürgerkrieg in Syrien (Rang 3), der Brexit (Rang 4) und die politische Entwicklung in der Türkei hin zu einem immer autoritärer geführten Staat (Rang 9), verzeichneten 2016 hingegen deutliche Resonanzzuwächse (vgl. Abb. 1).

ISLAMISMUS WEITERHIN PRÄSENT

Die Schweizer Medienöffentlichkeit wurde im Vorjahr 2015 insbesondere durch die intensive Auseinandersetzung mit den beiden Pariser Anschlägen vom Januar und November stark durch islamistischen Terror geprägt. Auch im Jahr 2016 rangiert mit den Brüsseler Anschlägen vom März ein islamistisch motiviertes Attentat in den Top 20 des Jahres (Rang 18). Noch intensiver als zuvor wurde 2016 über die Gefahr und die Entwicklung islamistischer Gruppierungen in der Schweiz debattiert (Rang 16).

VERUNSICHERUNG KENNZEICHNET DIE INLANDSBERICHTERSTATTUNG

Zahlreiche wichtige Inlandthemen des Jahres 2016 kennzeichnen eine ausgeprägte Bedrohungsperspektive. Diese offenbart sich in der Form von Angst vor Flüchtlingen (Asylpolitik, Rang 5), Angst vor ausländischen Arbeitnehmern (Umsetzung der Masseneinwanderungsinitiative, Rang 10), Angst vor ausländischen Kriminellen (Initiative „Zur Durchsetzung der Ausschaffung krimineller Ausländer“, Rang 12) und Angst vor dem Islam (Debatte um die Integration von Migranten und Muslimen, Rang 14; Gefahr islamistischer Strukturen in der Schweiz, Rang 16). Eine solche intensive Thematisierung und Problematisierung des «Fremden» ist symptomatisch für eine von Krisen und Verunsicherung geprägte Gesellschaft. Neben diesen Themen waren die Debatte um die Zukunft der Schweizer Energiepolitik rund um die Abstimmung zum Atomausstieg (Rang 8),

ANMERKUNGEN UND KONTAKT

Das fög publiziert regelmässig Analysen zu den bedeutendsten Themen des Vormonats, des Vorquartals und des vergangenen Jahres. Basis der Untersuchung bilden sogenannte Medienagenden. Diese stellen die resonanzstärksten Themen innerhalb bestimmter Zeitperioden hierarchisiert dar. Anhand der Medienagenden können wichtige gesellschaftliche Debatten und Problemwahrnehmungen im öffentlichen Raum identifiziert sowie die Logik der massenmedialen Themenbewirtschaftung untersucht werden.

Kontakt:

fög – Forschungsinstitut Öffentlichkeit und Gesellschaft / Universität Zürich
Andreasstrasse 15
CH-8050 Zürich
kontakt@foeg.uzh.ch
+41 44 635 21 11
www.foeg.uzh.ch
Anmeldung für den [fög-Newsletter](#)

INHALT

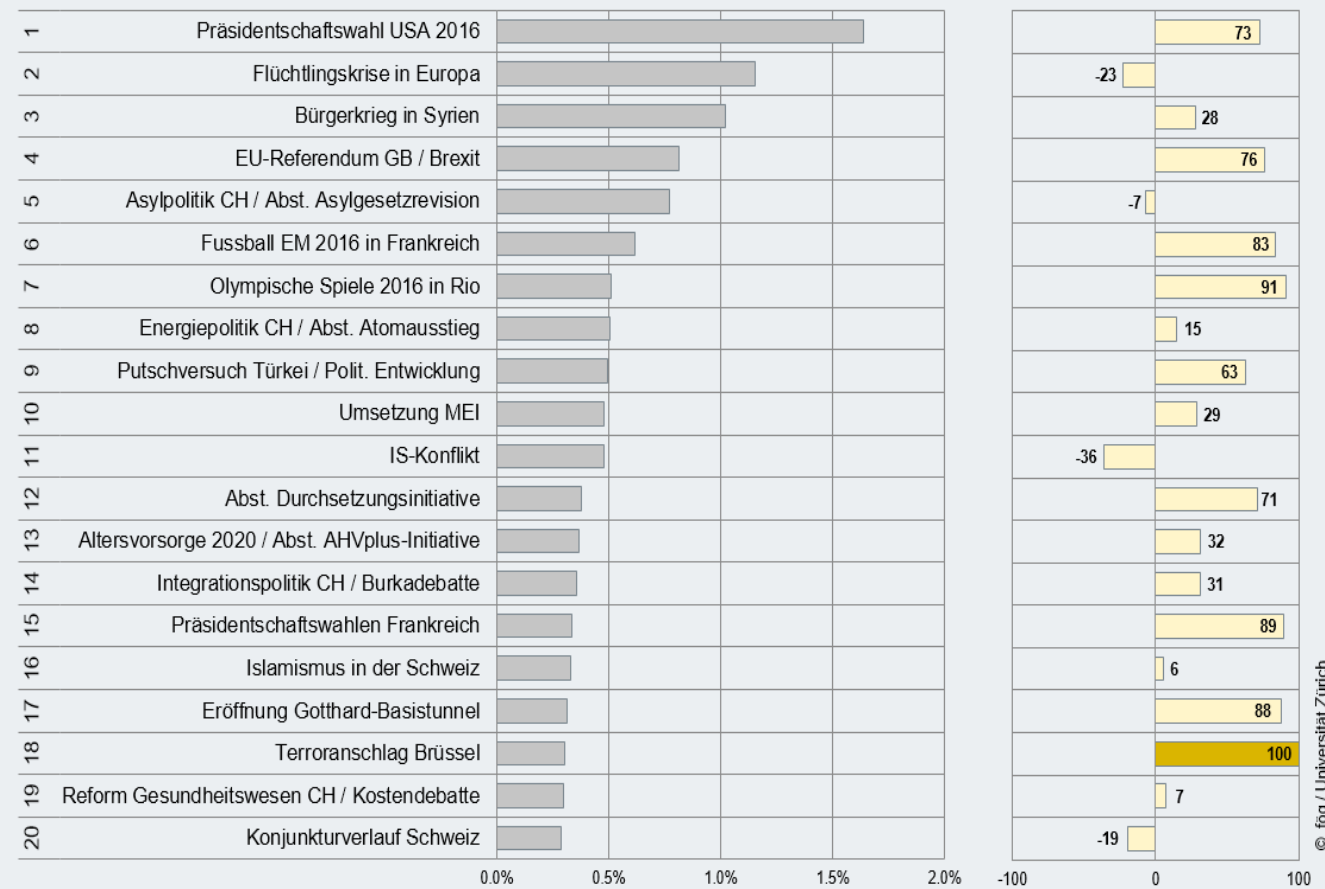
Top-Themen 2016	1
Themenentwicklungen 2016	4
Akteure 2016	6
Unterschiede in der Themenauswahl: NZZ vs. 20 Minuten	7
Methode	9

die Altersvorsorge 2020 mit der Abstimmung über die AHVplus-Initiative (Rang 13) und die Debatte um die Reform des Gesundheitswesens (Rang 19) die weiteren prominenten Inlandthemen unter den Top 20 des Jahres.

KONFLIKTE: UKRAINE GERÄT WEITER AUS DEM FOKUS

Kriege und gewaltsame Konflikte sind Ereignisse von grosser gesellschaftli-

ABB. 1 | MEDIENAGENDA 2016



Die Darstellung zeigt die 20 Themen, über die im Jahr 2016 in 9 Schweizer Leitmedien am intensivsten berichtet wurde. Die Themen sind nach ihrem durchschnittlichen Gewicht im Vergleich zum Total aller publizierten Beiträge hierarchisiert. Die Balken der rechten Spalte zeigen, ob ein Thema im Vergleich zum Vorjahr mehr oder weniger Resonanz erzielt hat. Der Wert +100 bedeutet, dass das Thema im Jahr 2016 neu entstanden ist.

cher Relevanz, über die in den Medien fortwährend berichtet wird. Neben dem Syrischen Bürgerkrieg, den Entwicklungen in der Türkei und dem IS-Konflikt, die 2016 zu den Top 20-Medienthemen gehörten, sorgten auch andere Konflikte für viel Medienresonanz (vgl. Abb. 2). Der Bürgerkrieg in Kolumbien generierte im Kontext des vorerst abgelehnten Friedensabkommens zwischen der Regierung und den Farc-Rebellen insbesondere im letzten Quartal des Jahres viel mediale Aufmerksamkeit. Der Ukraine-Konflikt, bereits im Vorjahr 2015 hinsichtlich Medienresonanz ein Absteiger auf der Medienagenda, verlor auch 2016 weiter an öffentlicher Beachtung. Zu den Top 5-Konflikten des Jahres gehörte er aber dennoch.

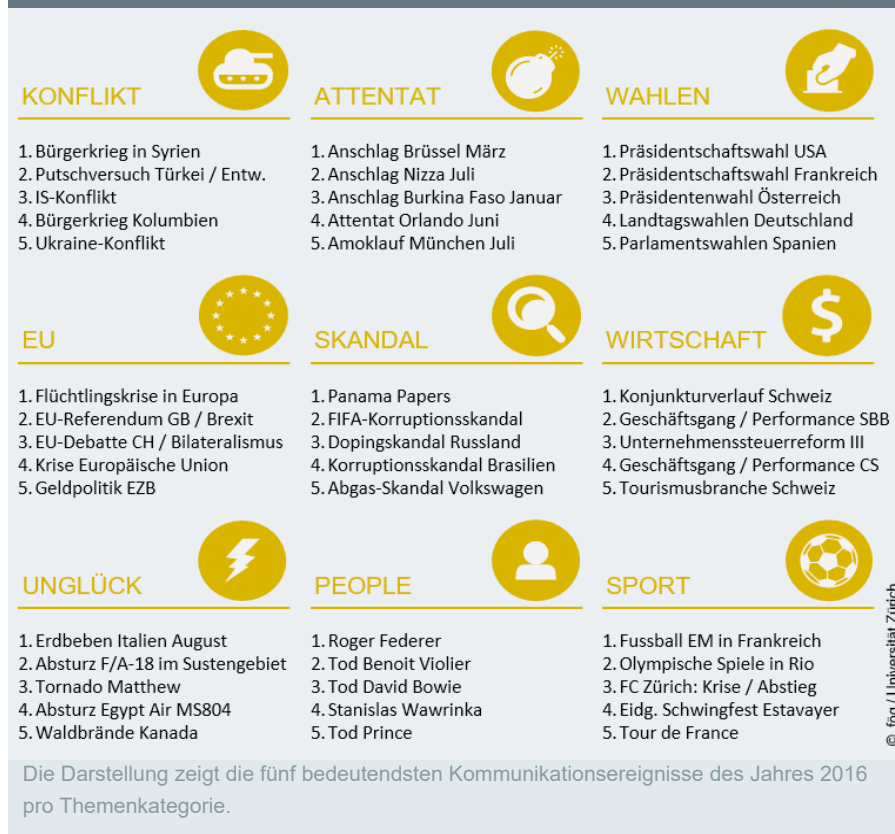
ATTENTATE: ZAHLREICH IN DER ERSTEN JAHRESHÄLFTE

Wie im Vorjahr standen 2016 vor allem auch im ersten Halbjahr zahlreiche Attentate im Fokus der Schweizer Medien: Das Bomben-Attentat von Burkina Faso im Januar, der Brüsseler Anschlag im März, das Orlando-Attentat im Juni und der Anschlag in Nizza sowie der Amoklauf von München im Juli. Der Berliner Anschlag vom 19. Dezember war seither der erste, der für umfassende Medienresonanz sorgte. Wesentlich durch die Häufung solcher Vorfälle hat sich die Debatte über terroristische Bedrohungen in der Schweizer Öffentlichkeit im Jahr 2016 weiter intensiviert (vgl. Abs. 2).

WAHLEN: EXEKUTIVWAHLEN MIT GROSSER AUFMERKSAMKEIT

Die Auslandsberichterstattung spielt bei Schweizer Medien traditionell eine grosse Rolle. Unter dem Spardruck leidet im Kontext der gegenwärtigen Medienkrise jedoch insbesondere auch dieser ressourcenintensive Bereich. Ein ausgedünntes Netz an Auslandskorrespondenten ist Zeichen dafür. Grosse Bedeutung haben mit Blick ins Ausland jedoch weiterhin die Exekutivwahlen in Grossstaaten wie den USA, mitunter, weil sie durch die starke Fokussierung auf einzelne prominente Personen sehr nachrichtenwerthaltig sind. Die Jahresagenda 2016 verdeutlicht diesen Befund. Nicht nur die Präsidentenwahlen in den USA, sondern auch jene in Frankreich gehörten zu den 20 wichtigsten Themen,

ABB. 2 | TOP 5-THEMEN NACH KATEGORIEN



und auch die Wahlen in Österreich haben 2016 viel Berichterstattung in der Schweiz erzeugt. Zu den Top 5-Wahlen des Jahres gehörten daneben die Landtagswahlen in Deutschland und die Parlamentswahlen in Spanien. All diese Wahlen waren des Weiteren durch den wachsenden Erfolg populistischer Akteure geprägt. Wesentlich darauf ist zurückzuführen, dass die reflexive Debatte über Populismus 2016 stark zugenommen hat (vgl. Abs. 2).

DIE EU IM KRISENMODUS

Die Europäische Union ist in der Krise, ihre Zukunft ungewiss: Spätestens nach der Brexit-Abstimmung in Grossbritannien vom Juni hat sich dieser Tenor in der Schweizer Medienöffentlichkeit nochmals verstärkt. Diese Krisenperspektive auf die Europäische Union wurde im 2016 getrieben durch den Brexit, die Flüchtlingskrise, die Geldpolitik der Europäischen Zentralbank und der zukünftigen Ausgestaltung der Beziehungen der Schweiz zur EU (im Kontext der Umsetzung der Masseneinwanderungsinitiative). Die reflexive Debatte über die Zukunft des europäischen Integrations-

projektes gehört daneben ebenso zu den Top 5-EU-Themen im Jahr 2016.

SKANDALE: PANAMA PAPERS ALS TOP-EREIGNIS

Mit dem FIFA-Korruptionsskandal, dem VW-Abgas-Skandal und dem Dopingskandal rund um russische (Leicht-)Athleten gehörten drei der fünf Top-Skandale des Vorjahres auch 2016 zu dieser Auswahl. Angeführt wird die Rangliste 2016 jedoch von einem neuen Ereignis: Den Panama Papers. Die Wikileaks-Enthüllungen (aufgrund eines Datenlecks beim Offshore-Dienstleister Mossack Fonseca in Panama), die weltweit Beachtung fanden, exponierten politische und wirtschaftliche Eliten ab April des abgelaufenen Jahres. Ein ebenfalls resonanzstark verhandelter Skandal war 2016 der Petrobras-Skandal in Brasilien, der mitunter Dilma Rousseff das Präsidentenamt kostete.

WIRTSCHAFT: SBB UND CS IM FOKUS

Der Zustand der Schweizer Wirtschaft und die Performance der Schweizer Tou-

risimusbranche waren zwei Themen, die 2015 im Zuge der Aufhebung des Euro-Mindestkurses durch die Schweizerische Nationalbank viel Medienresonanz auslösten. Neben der Unternehmenssteuerreform III sowie den viel beachteten Unternehmen SBB und Credit Suisse gehörten diese beiden Themen auch 2016 zu den Top 5-Wirtschaftsthemen. Wie die Analyse der Wirtschaftsberichterstattung in Schweizer Medien zeigt (quartalsweise Publikation des [«Reputationsmonitor Wirtschaft»](#)), hat sich die öffentliche Bewertung der Schweizer Wirtschaft und ihrer Unternehmen im dritten Quartal 2016 dabei zum ersten Mal seit Anfang 2015 wieder signifikant verbessert. Nach der grossen öffentlichen Unsicherheit etablierte sich zumindest mittelfristig eine Perspektive, wonach der Frankenschock mehrheitlich überwunden schien.

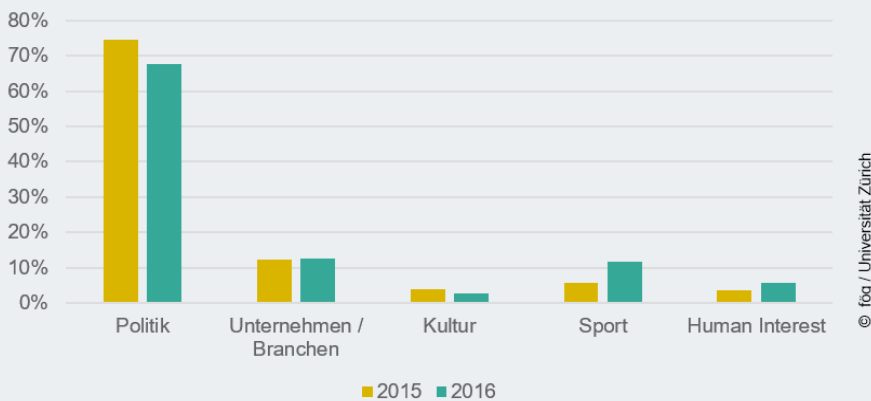
KURZFRISTIGE AUFMERKSAMKEIT FÜR UNGLÜCKSFÄLLE UND KATASTROPHEN

Unvorhersehbare Unglücke und Katastrophen sind dramatische Ereignisse, die abhängig von Nachrichtenfaktoren wie geografischer Nähe innerhalb kurzer Zeit häufig ein enormes Medienecho auslösen. Wie 2015 gehörten 2016 zwei Flugzeugabstürze (F/A-18 im Sustengebiet und EgyptAir über dem Mittelmeer) und ein Erdbeben (Mittelitalien) zu den meist thematisierten Unglücksfällen des Jahres. Hinzu kamen die verheerenden Waldbrände in Kanada und Tornado Matthew in Mittelamerika und den USA.

PROMINENTE: FEDERER UND WAWRIKNA ERNEUT IN DEN TOP 5

Obwohl Roger Federer seit Juli 2016 kein Tennismatch mehr bestritt, war er in diesem Jahr der Prominente, der am stärksten im Fokus der Schweizer Medien stand. Zu den Top 5 gehört wie im Vorjahr auch Stanislas Wawrinka. 2016 sorgten des Weiteren insbesondere die Todesnachrichten von Prominenten für viel Medienresonanz. Am meisten Aufmerksamkeit erfuhren dabei Prince, David Bowie und Starkoch Benoît Violier.

ABB. 3 | THEMENBEREICHE 2015 VS. 2016



Die Darstellung zeigt auf Basis der Top 100-Themen für die Jahre 2015 und 2016 die Anteile der Politik-, Unternehmens- und Branchen-, Kultur-, Sport- und HI-Berichterstattung im Vergleich.

SPORT: ENORME RESONANZ FÜR FUSSBALL-EUROPAMEISTERSCHAFT UND OLYMPISCHE SPIELE

Gleich zwei Sport-Grossereignisse rangieren in der Medien-Jahresagenda 2016 unter den Top 10-Themen: Die Fussball-Europameisterschaft und die Olympischen Spiele. Die enorme Berichterstattung über diese beiden Ereignisse ist hauptverantwortlich dafür, das Jahr 2016 zumindest aus Medienperspektive als Sportjahr zu bezeichnen. Neben diesen Grossereignissen gehörten die Tour de France, das eidgenössische Schwing- und Älplerfest in Estavayer-le-Lac und der Abstieg des FC Zürich aus Medienperspektive zu den Top 5-Sportereignissen des Jahres.

Themenentwicklungen 2016

In diesem Abschnitt werden die Themen-dynamiken im Vergleich mit dem Vorjahr analysiert. Erstens wird untersucht, welche Verschiebungen sich hinsichtlich der Themenbereiche Politik, Human Interest, Sport etc. zeigen (vgl. Abb. 3), zweitens interessieren jene Themen, die am meisten Medienaufmerksamkeit verloren haben (vgl. Abb. 4) und drittens wird gezeigt, welche reflexiven Debatten und Themen 2016 in puncto Medienaufmerksamkeit stark zugelegt haben (vgl. Abb. 5).

WENIGER POLITIK, MEHR SPORT

Vergleicht man die Berichterstattung der Top 100-Themen der Jahre 2015 und 2016 hinsichtlich der Kategorien Politik, Unternehmen / Branchen, Kultur, Sport und Human Interest miteinander, dann zeigt sich, dass Sportereignisse auf Kosten von politischen Themen 2016 mehr Resonanz generierten (vgl. Abb. 3). Hauptverantwortlich für diese Aufmerksamkeitsverschiebung ist die sehr umfangreiche Berichterstattung über die Fussball-Europameisterschaft in Frankreich und die Olympischen Spiele in Rio im Sommer dieses Jahres. Generell ist der Anteil der Politikthemen innerhalb der Top 100 jedoch in beiden Jahren sehr hoch: 60 der Top 100-Themen waren 2016 Politikereignisse, im Jahr 2015 waren es 66.

AUSLAND: EU - ÖKONOMISCHE PROBLEME TRETEN IN DEN HINTERGRUND

Während die Medien im Jahr 2016 im Zusammenhang mit der EU vor allem über die Flüchtlingskrise und die Brexit-Debatte berichteten, stand 2015 noch stark die Schulden- bzw. Eurokrise und der Umgang mit Griechenland im medialen Fokus (vgl. Abb. 4). Mit dieser Aufmerksamkeitsverschiebung geht eine veränderte Krisenperspektive einher: Die Diskussion über die EU ist grundsätzlich geworden. Grundlegende Fragen werden gestellt: Ist das europäische Gemeinschaftsprojekt gescheitert? Hat

die EU eine Zukunft? Und wie viel Nationalstaat verträgt die Union? Die EU wird auch in der Schweizer Öffentlichkeit stärker als zuvor als fragiles Gebilde wahrgenommen.

Neben der Eurokrise sind in der Auslandsberichterstattung der Atomstreit mit Iran, der Ukraine-Konflikt, die Weltklimapolitik und der FIFA-Korruptionsskandal die grössten Absteiger des Jahres. Dies zeigt die Liste jener Themen, die 2016 zwar immer noch zu den Top 300 gehörten, gegenüber 2015 jedoch am deutlichsten an öffentlicher Aufmerksamkeit eingebüsst haben (vgl. Abb. 4).

INLAND: AUFHEBUNG DES EURO-MINDESTKURSES VERLIERT AN RELEVANZ

Die Aufhebung des Euro-Mindestkurses durch die Schweizerische Nationalbank war 2015 ein einschneidendes Ereignis, das die Themenrangliste der Medien im letzten Jahr wesentlich prägte. Dass der Frankenschock im Jahr 2016 nur noch bedingt interessierte, zeigt der Blick auf die Liste der Inlandthemen, die gegenüber 2015 am meisten Aufmerksamkeit eingebüsst haben (vgl. Abb. 4). Themen wie der Einkaufstourismus, die Schweizer Wirtschaftspolitik oder die Schweizer

ABB. 4 | ABSTEIGER 2016

AUSLAND



1. Eurokrise
2. Atomstreit Iran
3. Ukraine-Konflikt
4. Weltklimapolitik
5. FIFA-Korruptionsskandal

INLAND



1. Hochpreisinsel CH / Einkaufstourismus
2. Wechselkurs- & Zinspolitik SNB
3. Lex Weber / Zweitwohnungsinitiative
4. Wirtschaftspolitik Schweiz
5. Tourismusbranche Schweiz

Die Darstellung zeigt, welche prominenten nationalen und internationalen Themen (Top 300) gegenüber 2015 am meisten Aufmerksamkeit verloren haben. Sie sind absteigend nach dem Grad des Resonanzverlustes rangiert.

ABB. 5 | TRENDS 2016

POLITIK



1. Demokratiedebatten / Postdemokratie
2. Krise Europäische Union
3. Terrorismus global: Entwicklung / Reflexion
4. Geldpolitik Nationalbanken: Reflexion
5. Populismus: Entwicklung / Reflexion

GESELLSCHAFT



1. Generation Y
2. Digitalisierung
3. Sharing Economy
4. Neue Zahlungsmittel / Bitcoin
5. Demographie: Generation Gap

© fög / Universität Zürich

Die Darstellung zeigt, welche reflexiven Debatten gegenüber 2015 am meisten Aufmerksamkeit gewonnen haben. Die Themen sind absteigend nach dem Grad des Resonanzgewinns rangiert.

Tourismusbranche, die 2015 sehr viel Resonanz generierten, verloren 2016 deutlich an Aufmerksamkeit.

REFLEXIVE POLITDEBATTEN: DIE DEMOKRATIE IN DER KRISE?

Aktuelle Geschehnisse haben auch Einfluss auf übergeordnete, reflexive Auseinandersetzungen, die in der Medienöffentlichkeit geführt werden: Sie können solche Debatten initiieren und befeuern. Die Analyse solcher Debatten hilft nachzuvollziehen, welche Themen eine Gesellschaft unabhängig brisanter Ereignisse stark beschäftigen.

Abb. 5 zeigt, welche dieser reflexiven Themen im Jahr 2016 besonders an Bedeutung gewonnen haben. Dazu gehörten in politischer Hinsicht u.a. Demokratiediskurse, welche beispielsweise Schwächen des Regierungssystems oder dessen Fragilität thematisierten. Ereignisse wie der Brexit und der Sieg Donald Trumps bei den US-Wahlen waren massgeblich dafür verantwortlich, dass unser politisches System 2016 intensiviert kritisch debattiert wurde.

Neben den Demokratiediskursen und den Auseinandersetzungen um die Zukunft des europäischen Gemeinschaftsprojektes haben 2016 auch re-

flexive Debatten über populistische Strömungen stark zugenommen. Ausschlaggebend dafür war der wachsende Erfolg populistischer Akteure in Europa (bspw. Beinahe-Wahl Norbert Hofers in Österreich, Einzug AfD in die Parlamente diverser Bundesländer) und in den USA. Weitere reflexive politische Debatten, die 2016 intensiviert geführt wurden, waren die lockere Geldpolitik der Nationalbanken sowie die Gefahr und Auswirkungen durch Terrorismus (vgl. Abb. 5).

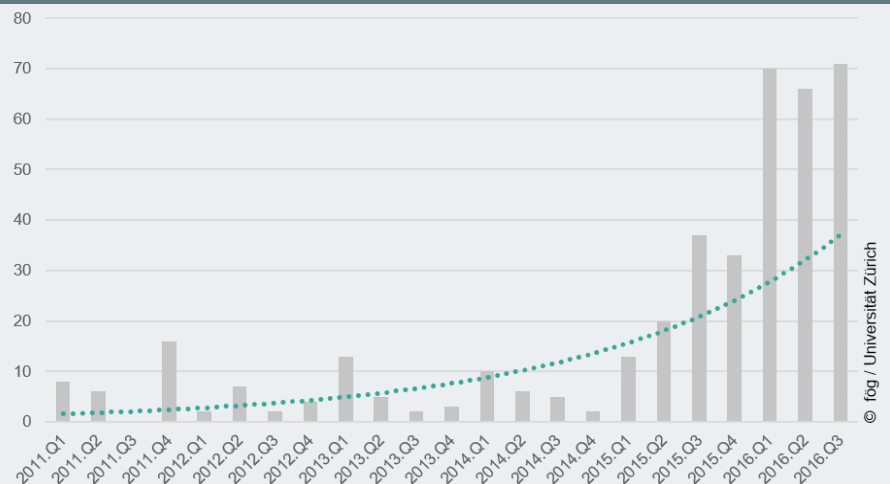
REFLEXIVE GESELLSCHAFTS-DISKURSE: GENERATIONENTHEMEN UND NEUE WIRTSCHAFTSMODELLE

Debatten über die Generation Y haben im Vergleich der reflexiven Gesellschaftsdiskurse 2016 gegenüber dem Vorjahr am stärksten zugenommen (vgl. Abb. 5). Die Millennials standen dabei auch im Kontext sich verändernder demografischer Strukturen im Fokus. Ebenfalls stark zugenommen haben 2016 Auseinandersetzungen über die Digitalisierung. Im weitesten Sinne verwandt damit ist auch die ebenfalls wichtiger gewordene Debatte um neue, elektronische Zahlungsmittel wie Bitcoin. Im Kontext neuer, alternativer Wirtschaftsformen hat 2016 die Debatte um Sharing Economy an medialer Aufmerksamkeit gewonnen.

DIGITALISIERUNG ALS MEGATREND?

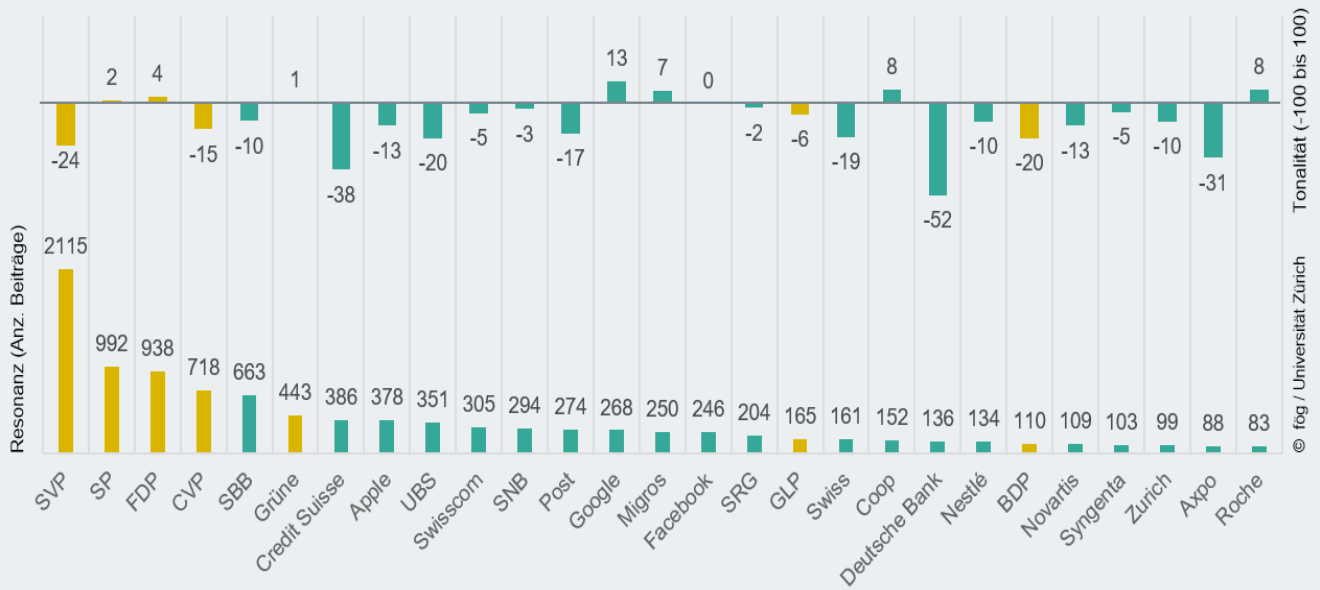
Wie die Fünfjahresperspektive zeigt, ist Digitalisierung nicht nur ein Aufsteiger-Thema des Jahres 2016, sondern eine Entwicklung, die medial bereits seit Anfang 2015 stark an Beachtung gewonnen hat (vgl. Abb. 6). Wurden bis dahin nur selten zehn oder mehr reflexive Beiträge pro Quartal über die Thematik veröffentlicht, so waren es ab dem zweiten Quartal 2015 deutlich mehr: Fast 50 Beiträge wurden pro Quartal im Durchschnitt veröffentlicht. Mit 71 Beiträgen erreichte der Trend im dritten Quartal 2016 seinen derzeitigen Höhepunkt. Innerhalb der Digitalisierungsthematik werden sehr vielfältige Aspekte behandelt: Mögliche Gefahren und Chancen intelligenter Roboter beispielsweise ebenso wie die Auswirkungen der Digitalisierung auf Arbeitsmarktstrukturen (Welche Berufe sind gefährdet? Welche Arbeiten werden von Computern übernommen?).

ABB. 6 | DIGITALISIERUNG: LANGZEITENTWICKLUNG



Die Darstellung zeigt, wie sich der reflexive Diskurs über die Digitalisierung zwischen 2011 und 2016 intensiviert hat. Die Säulen zeigen pro Quartal an, wie resonanzstark (Anzahl Beiträge) das Thema in der analysierten Schweizer Medienöffentlichkeit in der Vergangenheit behandelt wurde.

ABB. 7 | AKTEURE 2016



Die Darstellung zeigt die Resonanz (Anzahl Artikel, in denen die Akteure prominent thematisiert wurden) und die Tonalität der 2016 in neun Schweizer Leitmedien meistthematisierten Parteien (gelb) und Unternehmen (grün). Lesebeispiel: Die SVP wurde in 2115 Medienbeiträgen prominent thematisiert und mit einem Tonalitätswert von -24 insgesamt negativ bewertet.

Akteure 2016

In dieser Analyse wird nicht nur die Medienaufmerksamkeit für Themen untersucht, sondern auch für Akteure: Es wird gezeigt, welche politischen Parteien und welche Unternehmen im Jahr 2016 am stärksten im Fokus standen und wie sie in den Medien bewertet wurden (vgl. Methodik).

DIE SVP POLARISIERT UND VERSCHAFFT SICH DAMIT RESONANZ

Die SVP war 2016 die mit Abstand resonanzstärkste Partei: Sie wurde mindestens in mehr als doppelt so vielen Medienbeiträgen thematisiert wie jede andere politische Organisation (vgl. Abb.

7). Nicht zuletzt hängt dies damit zusammen, dass die Volkspartei Kontroversen befeuert und bei migrationspolitischen Debatten – und diese wurden 2016 sehr resonanzstark geführt (vgl. Abs. 1) – als Meinungsführerin auftritt. Dass die SVP ein umstrittener politischer Akteur ist, zeigt sich auch daran, dass ihre Tonalität von allen Parteien am negativsten ausfällt: Das in den Medien vermittelte Bild ist überwiegend kritisch. Annähernd so kritisch wurde 2016 nur über die BDP berichtet.

UNTERNEHMEN DES FINANZMARKTS UNTER KRITISCHER BEOBACHTUNG

Von den 2016 medial meistthematisierten Unternehmen weisen allen voran

die Banken die schlechtesten Tonalitätswerte auf: Die Deutsche Bank und die Credit Suisse führen die Rangliste vor der Axpo und der UBS an (vgl. Abb. 7). Ein positives Bild vermittelten die Medien 2016 insbesondere über die grossen Schweizer Detailhändler Migros und Coop sowie Roche und Google. Auffällig ist zudem die hohe Resonanz der öffentlichen Unternehmen und insbesondere der SBB bei vorwiegend negativen Tonalitätswerten.

ABB. 8 | TOP 20-THEMEN 2016: 20 MINUTEN VS. NZZ

20 MINUTEN

1. Fussball EM 2016 in Frankreich
2. Präsidentschaftswahl USA 2016
3. Asylpolitik CH / Abst. Asylgesetzrevision
4. Geschäftsgang / Performance SBB
5. Integrationspolitik CH / Burkadebatte
6. Apple: Produkte und Anwendungen
7. Olympische Spiele 2016 in Rio
8. Abst. Durchsetzungsinitiative
9. Islamismus in der Schweiz
10. IS-Konflikt
11. Energiepolitik CH / Abst. Atomausstieg
12. Flüchtlingskrise in Europa
13. Bachelorette
14. Sicherheitspolitik CH / Abst. neues NDG
15. Flucht Hassan Kiko / Angela Magdici
16. FC Zürich: Krise / Abstieg
17. Bachelor
18. Privatleben / Karriere Justin Bieber
19. Umsetzung MEI
20. Strassenverkehrspolitik CH / Abst. Milchkuh

NZZ

1. Präsidentschaftswahl USA 2016
2. EU-Referendum GB / Brexit
3. Flüchtlingskrise in Europa
4. Bürgerkrieg in Syrien
5. Asylpolitik CH / Abst. Asylgesetzrevision
6. Umsetzung MEI
7. Fussball EM 2016 in Frankreich
8. Weltweite Börsenentwicklung
9. Energiepolitik CH / Abst. Atomausstieg
10. Putschversuch Türkei / Polit. Entwicklung
11. Olympische Spiele 2016 in Rio
12. Unternehmenssteuerreform III
13. Digitalisierung
14. IS-Konflikt
15. Altersvorsorge 2020 / Abst. AHVplus-Initiative
16. Geldpolitik EZB
17. Reform Gesundheitswesen CH / Kostendebatte
18. Eurokrise
19. Islamismus in der Schweiz
20. EU-Debatte Schweiz / Bilateralismus

© fog / Universität Zürich

Die Darstellung zeigt für 20 Minuten und die NZZ die 20 Themen, über die sie im Jahr 2016 am intensivsten berichtet haben. Gelb bzw. grün eingefärbt sind jene Themen, welche bei der anderen Zeitung nicht unter den Top 20-Themen rangieren.

und ökonomische Problemstellungen im Ausland (bspw. Brexit, Bürgerkrieg in Syrien, Putschversuch in der Türkei, Schuldenkrise) wie im Inland (bspw. Unternehmenssteuerreform, Altersvorsorge 2020, Reform Gesundheitswesen). Zudem widmet sie sich auch abstrakten Gesellschaftsphänomenen wie der fortschreitenden Digitalisierung. Umgekehrt serviert 20 Minuten seinem Publikum deutlich leichtere Kost. Hier dominieren vor allem Themen mit Human Interest-Touch wie beispielsweise Bachelorette und Bachelor, das wilde Leben von Justin Bieber und die Story rund um den Gefängnisausbruch von Hassan Kiko und Angela Magdici. Die prominent platzierten Wirtschaftsthemen liegen nahe am Alltag des Pendlerpublikums (SBB-Betrieb, Apple-Geräte), während die Politikberichterstattung das aktuellste Tagesgeschehen fokussiert (z.B. Asylpolitik, Integrationspolitik, Durchsetzungsinitiative, Umsetzung MEI, Milchkuh-Initiative).

20 Minuten vs. NZZ: Themenschwerpunkte

Unterschiedliche Medientypen (Abonnementszeitungen, Boulevardzeitungen, Informationssendungen des öffentlichen Rundfunks) und Medientitel unterscheiden sich in Bezug auf die Bewirtschaftung von Themen teilweise sehr stark voneinander. Aus der Perspektive unterschiedlicher Mediennutzer wird das Geschehen in der Welt denn auch sehr unterschiedlich wahrgenommen. Die folgende Gegenüberstellung der Berichterstattung von 20 Minuten und NZZ anhand der Themenranglisten dieser Zeitungen gibt exemplarisch Aufschluss darüber, in welcher Hinsicht Unterschiede auszumachen sind.

EIGENSTÄNDIGE LOGIKEN BEI DER THEMENAUSWAHL

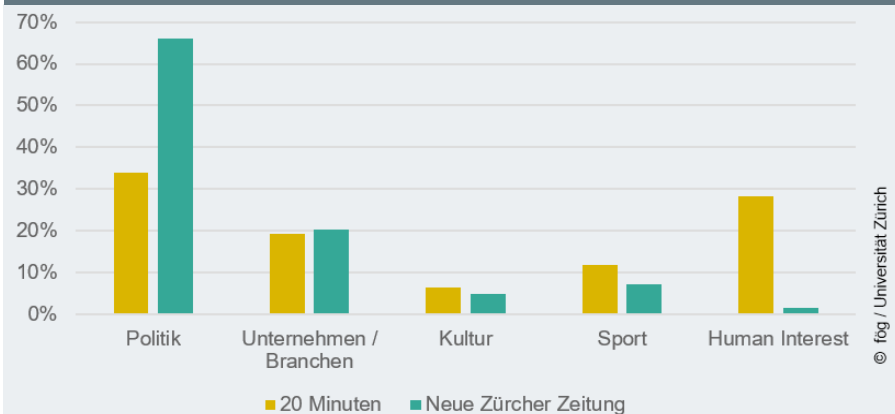
Die Themenranglisten von 20 Minuten und der NZZ unterscheiden sich stark (vgl. 8). Nur die «Mega-Ereignisse» des Jahres 2016 zählen bei beiden Zeitungen zu den Top 20-Themen. Dazu gehören allen voran die US-Wahlen, die wichtigsten Sportevents (Fussball EM und Olympische Spiele) und migrationspolitische Themen (Flüchtlingskrise in Europa, Asylpolitik Schweiz und Umsetzung

MEI). Des Weiteren finden die Bedrohungen durch islamistische Strukturen in der Schweiz und die Energiedebatte in beiden Zeitungen prominent Eingang in die Berichterstattung. Lediglich drei innenpolitische Auseinandersetzungen gehören damit sowohl bei der NZZ als auch bei 20 Minuten zu den Top 20-Themen: Die Asylpolitik, die Umsetzung der Masseneinwanderungsinitiative und die Energiedebatte. Zum überwiegenden Teil verfolgen die beiden Zeitungen eine separate Logik bei der Themenauswahl. Die NZZ fokussiert stark auf langfristige politische

DEUTLICH MEHR SOFT NEWS-BERICHTERSTATTUNG IN 20 MINUTEN

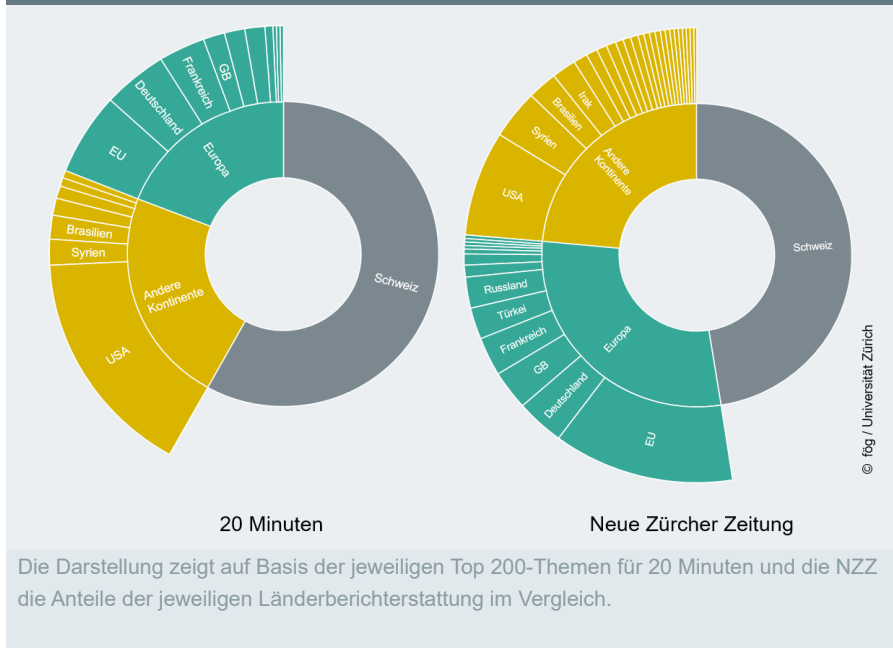
Weitet man den Blick aus und analysiert den Themenbereich der Top 200-Themen dieser beiden Zeitungen, zeigt sich, wie stark die NZZ im Vergleich mit 20 Minuten Politikthemen auf die Agenda setzt: Gegenüber 34% bei der Gratiszeitung behandeln 66% der Berichterstattung über die Top 200-Themen politische Vorgänge, insbesondere wirtschafts- und

ABB. 9 | THEMENBEREICHE 2016: 20 MINUTEN VS. NZZ



Die Darstellung zeigt auf Basis der jeweiligen Top 200-Themen für 20 Minuten und die NZZ die Anteile der Politik-, Unternehmens- und Branchen-, Kultur-, Sport- und HI-Berichterstattung im Vergleich.

ABB. 10 | BEZUGSRÄUME 2016: 20 MINUTEN VS. NZZ



Die Darstellung zeigt auf Basis der jeweiligen Top 200-Themen für 20 Minuten und die NZZ die Anteile der jeweiligen Länderberichterstattung im Vergleich.

MEHR GEOGRAFISCHE VIELFALT BEI DER NZZ

Die NZZ bietet ein deutlich breiteres Spektrum an geografischen Bezugsräumen bzw. fokussiert sie auf viel mehr verschiedene Länder als 20 Minuten: Mit 38 berücksichtigten Ländern innerhalb der Top 200-Themen weist sie in dieser Hinsicht den exakt doppelt so hohen Wert auf wie die Pendlertzeitung. Besonders differenziert fällt die Berichterstattung innerhalb Europas aus (vgl. Abb. 10). Bei 20 Minuten zeigt sich ein starker USA-Fokus. Zum einen liegt dies daran, dass die Pendlertzeitung eine geringere Themenvielfalt aufweist und über das Top-Ereignis des Jahres, die US-Präsidentschaftswahlen, anteilmässig stärker berichtet hat. Zum anderen berichtete 20 Minuten aber auch weit umfassender über US-amerikanische Unternehmen (z.B. Apple und Facebook) und Prominente (z.B. Taylor Swift und Kim Kardashian), die in den USA verortet werden können.

finanzpolitische (vgl. Abb. 9). Umgekehrt berichtet 20 Minuten viel umfassender (+26 Prozentpunkte) über Human-Interest-Themen (Prominente, Unglücksfälle, Verbrechen, Alltag von Herr und Frau

Schweizer etc.). In den Kategorien Unternehmens- und Branchen-, Kultur- und Sportberichterstattung unterscheiden sich die Pendlertzeitung und die NZZ nur geringfügig.

Methode

ZIELSETZUNG

In regelmässigen Zeitabständen, bzw. auf Monats-, Quartals- und Jahresbasis veröffentlicht das fög – Forschungsinstitut Öffentlichkeit und Gesellschaft / Universität Zürich die Themenhierarchie zentraler Leitmedien der Deutschschweiz und der Suisse romande. Diese Medienagenden bilden die Basis, um wichtige gesellschaftliche Debatten und Problemwahrnehmungen in der Schweiz zu identifizieren und die Logik der massenmedialen Themenbewirtschaftung zu analysieren.

KOMMUNIKATIONSEREIGNISSE (KE)

Kommunikationsereignisse bestehen aus sämtlichen redaktionellen Beiträgen, die in sachlicher, sozialer, zeitlicher und räumlicher Hinsicht das gleiche Geschehen thematisieren. Ein Kommunikationsereignis kann eine sehr kurze Lebensdauer aufweisen und nur von wenigen Medientiteln aufgegriffen werden (z.B. wenige Beiträge über einen Unfall); ein Kommunikationsereignis kann aber auch aus einer langen Berichterstattungskette bestehen, an der sich viele Medientitel beteiligen (z.B. Bürgerkrieg in Syrien).

MEDIENSAMPLE

Das Sample der untersuchten Medien besteht aus 9 Titeln der Deutschschweiz und der Suisse romande.

Deutschschweiz: Neue Zürcher Zeitung, Tages-Anzeiger, Blick, 20 Minuten, Tagesschau (SRF 1), Rendez-vous (Radio SRF 1)

Suisse romande: Le Temps, Le Matin, Le Journal (RTS Un)

UNTERSUCHUNGSZEITRAUM

Datengrundlage der Analyse bilden alle Beiträge der genannten Medientitel (ausschliesslich redaktionelle Eigenleistung) und Nachrichtensendungen, die im Zeitraum vom 1. Januar 2016 bis zum 11. Dezember 2016 publiziert resp. ausgestrahlt wurden.

BERECHNUNG DER MEDIENAGENDEN

Der Rang eines Kommunikationsereignisses auf der Themenhierarchie wird wie folgt berechnet: Pro Medium und Kommunikationsereignis wird der prozentuale Berichterstattungsanteil (gemessen am Beitragstotal) ermittelt. In einem zweiten Schritt werden die Werte für die einzelnen KE sprachregional wie folgt gewichtet: Für jede Sprachregion werden die durchschnittlichen prozentualen Gewichte pro KE über die jeweiligen Medientitel gemittelt. Für KEs, die sowohl in der Deutschschweiz als auch in der Suisse romande thematisiert werden, wird dann der Prozentwert nochmals gemittelt. Auf der Basis dieses dreistufigen Prozesses wird schliesslich die Hierarchie erstellt. Mit diesem Vorgehen hat das unterschiedliche Publikationsvolumen der Medien keinen Einfluss auf die Rangierung und die beiden Agenden der Deutschschweiz und der Suisse romande erhalten dasselbe Gewicht.

AKTEURSANALYSE

Für die Analyse der Resonanz und Tonalität der Parteien und Unternehmen wurden alle Medienbeiträge berücksichtigt, in denen der Akteur entweder im Titel, im Lead oder prominent in mindestens einem Abschnitt des Textes thematisiert wurde. Für die Fernseh- und Radiobeiträge wurden die transkribierten Leads verwendet.

TONALITÄT

Die Tonalität misst die Akzeptanz von Parteien und Unternehmen auf der Basis aller in einer definierten Zeitperiode publizierten und ausgestrahlten Medienbeiträge. Die Akzeptanz gegenüber einem Akteur wird über die Tonalität erfasst, die sich im Artikel insgesamt beobachten lässt. Dabei wird zwischen einer „positiven“, einer „negativen“, einer „kontroversen (ambivalenten)“ und einer „neutralen“ Tonalität unterschieden. Die Tonalität kann hochgerechnet Werte von -100 bis +100 annehmen. Ein Wert von +100 bedeutet, dass die Partei bzw. das Unternehmen im jeweiligen Zeitraum ausschliesslich positive Bewertungen erfahren hat. Umgekehrt bedeutet ein Wert von -100, dass die Partei bzw. das Unternehmen ausschliesslich negativ bewertet wurde.

ÜBER DAS FÖG

Das fög – Forschungsinstitut Öffentlichkeit und Gesellschaft ist ein assoziiertes Institut der Universität Zürich. Das fög analysiert die Inhalte und Formen der öffentlichen Kommunikation. Zudem erforscht das fög deren Wirkungen auf ökonomische und politische Organisationen. Die Arbeit am fög beruht auf der Prämisse, dass die öffentliche Kommunikation das wesentliche Medium der gesellschaftlichen Selbstbeobachtung und der Integration von Gesellschaft darstellt.

Mehr über das fög finden Sie unter: www.foeg.uzh.ch.

FINANZIERUNG

Diese Analyse wurde durch die Stiftung fög – Forschungsinstitut Öffentlichkeit und Gesellschaft finanziert.