

MEDIENAGENDA 3. QUARTAL 2016

Die wichtigsten Themen in den Schweizer Leitmedien

Während die Flüchtlingskrise auch im dritten Quartal dieses Jahres weiter an öffentlicher Resonanz eingebüsst hat, prägten andere aussenpolitische Themen die Agenda der Schweizer Medien: Insbesondere die US-Präsidentschaftswahlen, der Syrische Bürgerkrieg und der Putschversuch in der Türkei. Noch mehr Berichterstattung als diese Themen generierten einzig die Olympischen Spiele in Rio. Die Abstimmung zur AHVplus-Initiative war das Top-Inlandthema des Quartals.

Top Themen

Was die Fussball-Europameisterschaft im zweiten Quartal noch knapp verpasste, schafften die Olympischen Sommerspiele in Brasilien im dritten Quartal: Das Sportereignis führt die Rangliste der wichtigsten Themen der letzten drei Monate an. Auf den Rängen 2 bis 4 folgen dahinter gleich drei Politikthemen aus dem Ausland (Präsidentschaftswahl USA 2016, Politik Türkei / Putschversuch, Bürgerkrieg in Syrien), wobei die Türkei im Vergleich zum Vorquartal am deutlichsten an Resonanz zulegte. Der Brexit, das Top-Kommunikationsereignis der Monate April bis Juni, ist der grösste Absteiger auf der Rangliste und belegt nur noch Platz 19. Deutlich an medialer Bedeutung eingebüsst hat auch und erneut die Flüchtlingskrise: Die Thematik belegt im 3. Quartal nur noch Rang 9. Von den Inlandthemen erhielten nicht nur die Abstimmungsvorlagen vom 25. September 2016 viel öffentliche Aufmerksamkeit, sondern auch laufende politische Debatten wie jene zur Umsetzung der SVP-Masseneinwanderungsinitiative (Rang 7), zur Schweizer Asylpolitik (Rang 6) und zur Finanzierung des Schweizer Gesundheitssystems bzw. zum Anstieg der Krankenkassenprämien (Rang 12). Mit dem Attentat von Nizza (Rang 8), dem Erdbeben in Italien (Rang 11), dem eidgenössischen Schwing- und Älplerfest in Estavayer-le-Lac (Rang 18)

sowie dem Absturz eines Schweizer Armee-Jets im Sustengebiet (Rang 20) schafften es im dritten Quartal insgesamt vier neue Themen auf die Rangliste der 20 gewichtigsten Medienereignisse. Wirtschaftsthemen befinden sich mit Ausnahme der Initiative «für eine nachhaltige und ressourceneffiziente Wirtschaft» keine in den Top 20.

GROSSE BEDEUTUNG VON SPORTEREIGNISSEN

Insgesamt drei Sportereignisse rangieren auf der Rangliste der wichtigsten Themen des dritten Quartals 2016. Neben den Olympischen Spielen, die in sieben der neun analysierten Medien das gewichtigste Thema waren (einzig Le Temps und die Tagesschau berichteten häufiger über andere Themen) befinden sich auch die Fussball-Europameisterschaft (Rang 10) und das eidgenössische Schwing- und Älplerfest (Rang 18) unter den Top 20. Seit Anfang 2015 und dem Beginn der Analyse von Quartals-Themenhierarchien ist das eine Neuheit: Nie zuvor belegte ein Sportereignis die Ranglistenspitze. Die umfassende Sportberichterstattung war denn auch mitverantwortlich dafür, dass sich für das Jahr 2016 in der Schweizer Medienlandschaft auf Basis der Top-Themen kein Sommerloch beobachten lässt.

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](#)

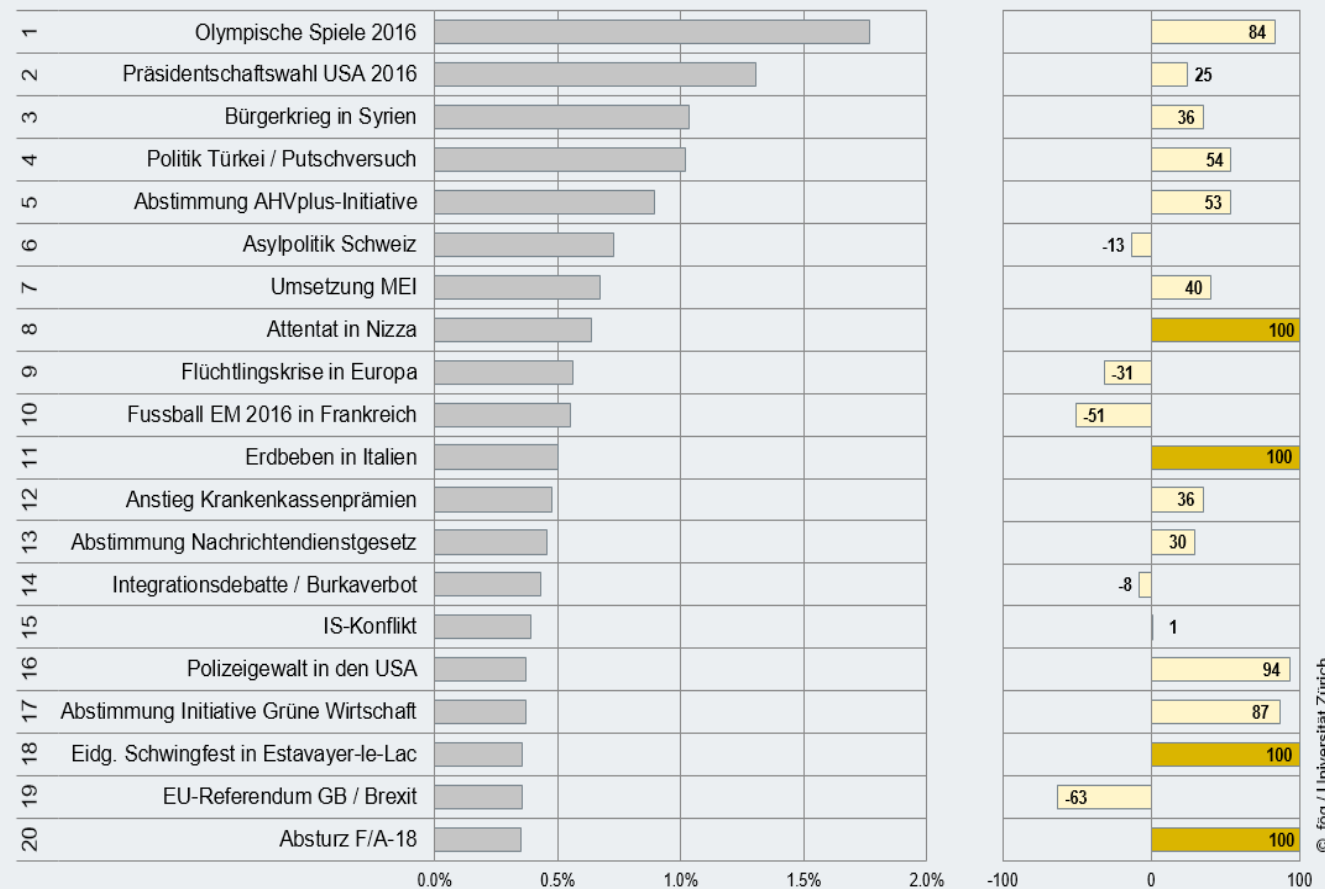
INHALT

| | |
|--------------------------------|---|
| Top-Themen 3. Quartal 2016 | 1 |
| Medienspezifische Schwerpunkte | 3 |
| Methode | 5 |

US-PRÄSIDENTSCHAFTSWAHLEN LEGEN NOCHMALS ZU

Mit den US-Präsidentschaftswahlen folgt hinter den Olympischen Spielen ein Politikereignis aus dem Ausland auf Rang 2, das seit Jahresbeginn für viel Resonanz sorgte und seit Februar 2016 zu den monatlichen Top 10-Themen gehör-

ABB. 1 | MEDIENAGENDA 3. QUARTAL 2016



Die Darstellung zeigt die 20 Themen, über die im dritten Quartal 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 Vorquartal mehr oder weniger Resonanz erzielt hat. Der Wert +100 bedeutet, dass das Thema im aktuellen Quartal neu entstanden ist.

te. Im Hinblick auf den Wahltermin vom 8. November nahm die Berichterstattung im dritten Quartal noch einmal zu. Neben dem gescheiterten Putschversuch in der Türkei und den weiteren politischen Entwicklungen am Bospurus (Rang 4) sowie dem Syrischen Bürgerkrieg (Rang 3), der im Kontext der andauernden «Schlacht um Aleppo» (Tages-Anzeiger, 8. August, S. 5) und der gescheiterten Waffenruhe wieder mehr öffentliche Aufmerksamkeit als im zweiten Quartal generierte, rangieren vier weitere Politikthemen aus dem Ausland in den Top 20: Die europäischen Flüchtlingskrise (Rang 9), der IS-Konflikt (Rang 15), die Konflikte infolge erneuter Polizeigewalt in den USA (Rang 16) und die Brexit-Debatte nach dem EU-Referendum (Rang 19). Politikthemen aus dem Ausland spielten in der Schweizer Medienöffentlichkeit im dritten Quartal 2016 somit eine gewichtige Rolle.

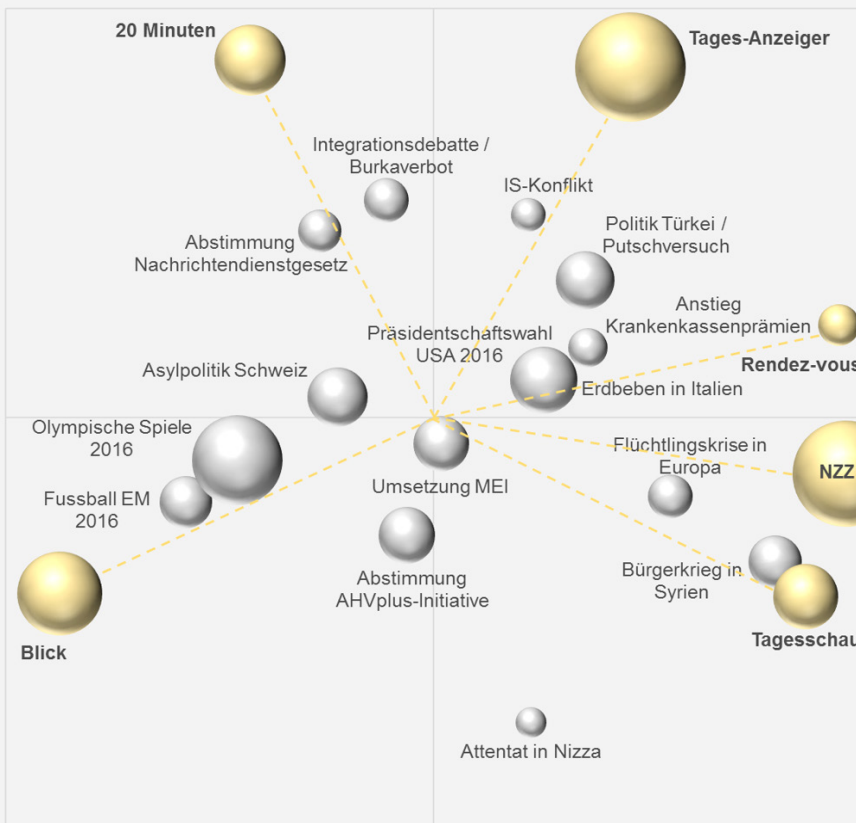
PUNKTUELLE TRAGIK: ATTENTAT, ERDBEBEN UND FLUGZEUGABSTURZ

Mit dem Attentat von Nizza vom 14. Juli gehörte auch im dritten Quartal des laufenden Jahres ein islamistisch motivierter Anschlag zu den zwanzig wichtigsten Themen. Das Kommunikationsereignis belegt Rang 8 und war damit das wichtigste neue Thema der vergangenen drei Monate. Die Berichterstattung darüber war in der Suisse romande deutlich intensiver als in der Deutschschweiz. Mit dem Erdbeben in Italien vom 23. August rangiert ein weiteres Unglück, das sich im nahen Ausland ereignete, in den Top 20 (Rang 11). Der Absturz einer F/A-18 im Sustengebiet (Rang 20) und das eidgenössische Schwing- und Älplerfest in Estavayer-le-Lac sind die beiden neuen Schweizer Themen auf der Rangliste.

LEICHT UNTERDURCHSCHNITTLICHE AUFMERKSAMKEIT FÜR DIE ABSTIMMUNGSVORLAGEN

Erwartungsgemäss rangieren auch die drei eidgenössischen Abstimmungsvorlagen vom 25. September in den Top 20 des Quartals. Im Vergleich mit früheren Vorlagen generierten diese jedoch leicht unterdurchschnittliche Resonanz (vgl. [Abstimmungsmonitor](#)). Von den drei Vorlagen erhielt die AHVplus-Initiative des Gewerkschaftsbundes in den analysierten neun Medien der letzten drei Monate am meisten Aufmerksamkeit (Rang 6). Die Abstimmung über das neue Nachrichtendienstgesetz folgt auf Rang 13, die Initiative für eine grüne Wirtschaft auf Rang 17.

ABB. 2 | DEUTSCHSCHWEIZ



Die Darstellung zeigt für die deutschsprachige Medienarena die Kommunikationsevents der Ränge 1 bis 15 des dritten Quartals 2016. Je näher ein KE an der Verbindungslinie eines Mediums zum Mittelpunkt liegt, desto stärker wird es von diesem Medium bewirtschaftet (bspw. Bürgerkrieg in Syrien / Tagesschau).

WEITERE SCHWEIZER POLITIK-THEMEN

Neben den Abstimmungsverlagen gehörten die folgenden vier innenpolitischen Themen ebenfalls zur Top 20-Agenda des dritten Quartals: Die Schweizer Asylpolitik (Rang 6), ein Dauerbrenner, der auch bei den ersten beiden Quartalsagenden in den ersten sechs Rängen platziert war, die Umsetzung der Masseneinwanderungsinitiative (Rang 7), die Gesundheitskosten im Kontext der erneut stark steigenden Krankenkassenprämien (Rang 12) und der integrationspolitische Diskurs um Muslime in der Schweiz (Rang 14), vor allem im Rahmen des debattierten Burkaverbotes.

Medienspezifische Schwerpunkte

Die nachfolgenden Darstellungen zeigen pro Sprachregion, welche Medien im drit-

ten Quartal 2016 bei welchen Themen einen besonderen Schwerpunkt setzten. Für die Analyse berücksichtigt wurden die Kommunikationsevents der Ränge 1 bis 15.

VIEL SPORT IM BLICK

Obwohl die Olympischen Spiele bei allen analysierten Deutschschweizer Titeln im dritten Quartal 2016 sehr umfassend thematisiert wurden, setzte der Blick bei diesem Ereignis im Vergleich einen klaren Schwerpunkt: Das Top-Thema des Quartals wurde von der Boulevardzeitung ebenso wie das zweite Sportereignis unter den 15 wichtigsten Themen, die Fussball-Europameisterschaft, noch stärker bewirtschaftet als von den anderen Medien. Mit der Präferenz für diese Softnews-Themen ging einher, dass insbesondere Ereignisse aus dem Ausland, die nichts mit Sport zu tun hatten, im Blick weniger stark berücksichtigt wurden.

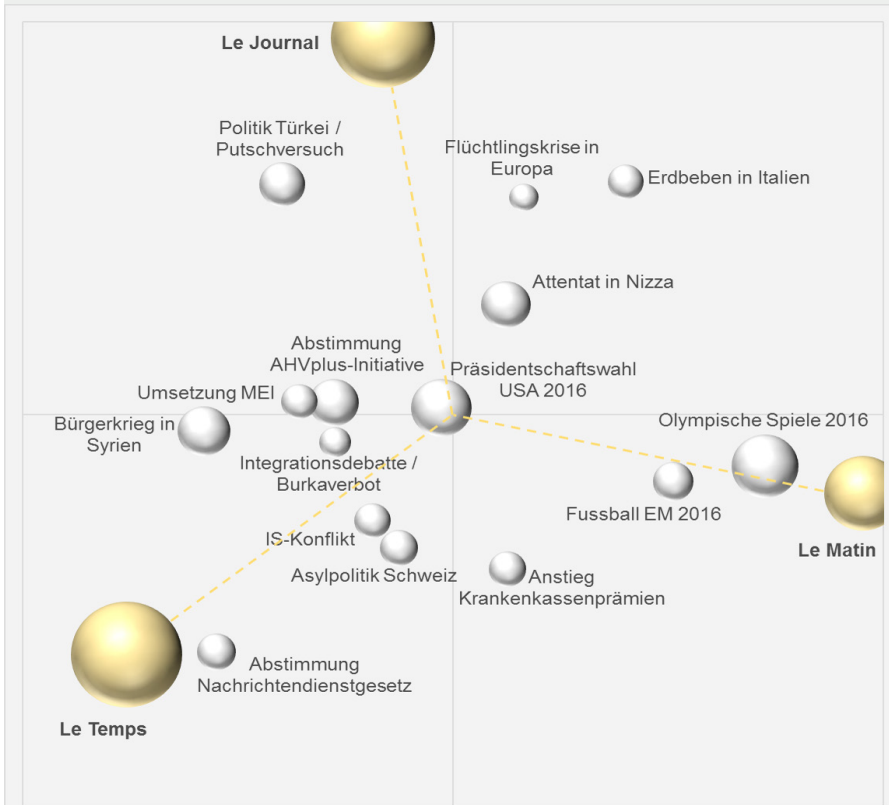
QUALITÄTSMEDIEN SETZTEN ERNEUT SCHWERPUNKTE BEI AUSSENPOLITISCHEN THEMEN

Während die Gratiszeitung 20 Minuten vergleichsweise umfassend über die sicherheitspolitische Abstimmungsvorlage zum neuen Nachrichtendienstgesetz und die Debatte über Muslime in der Schweiz berichtete, bewirtschafteten die analysierten Rundfunkgefässe und Abonnementszeitungen von den gewichtigsten Themen insbesondere die ausserpolitischen stärker. Rendez-vous setzte dabei einen Schwerpunkt bei den US-Präsidentenwahlen und beim Erdbeben in Italien, der Tages-Anzeiger beim IS-Konflikt und beim Putschversuch in der Türkei. Besonders markant ist aber der Fokus der Tagesschau, die sehr viel intensiver als alle anderen analysierten Deutschschweizer Medien über den Syrienkrieg berichtet hat. Weiterhin umfassend berichtet hat die NZZ im Vergleich mit den anderen Medien über die Flüchtlingskrise in Europa. Insgesamt bestätigt sich für die Deutschschweizer Medienagenda damit der Befund des Vorquartals: Themen aus dem Ausland werden von den analysierten Titeln der Abonnementspresse und des öffentlichen Rundfunks stärker bewirtschaftet als von den Gratis- und Boulevardmedien.

ÄHNLICHES BILD IN DER FRANZÖSISCHSPRACHIGEN SCHWEIZ

Analog dem Blick in der Deutschschweiz setzte im letzten Quartal auch in der Suisse romande die analysierte Boulevardzeitung einen deutlichen Schwerpunkt bei den Sportereignissen: Die Olympischen Spiele und die Fussball-Europameisterschaft wurden von Le Matin am umfassendsten bewirtschaftet. Gemeinsam mit Le Journal, der Nachrichtensendung des öffentlichen Rundfunks, berücksichtigte die Boulevardzeitung zudem das Erdbeben in Italien und das Attentat in Nizza stärker. Die Nachrichtensendung hatte darüber hinaus auch die Flüchtlingskrise in Europa und die Entwicklungen in der Türkei stark im Fokus. Die Berichterstattung über den Bürgerkrieg in Syrien wurde nicht in gleichem Masse wie in der Deutschschweiz von der Nachrichtensendung am Fern-

ABB. 3 | SUISSE ROMANDE



Die Darstellung zeigt für die französischsprachige Medienarena die Kommunikationsereignisse der Ränge 1 bis 15 des dritten Quartals 2016. Je näher ein KE an der Verbindungslinie eines Mediums zum Mittelpunkt liegt, desto stärker wird es von diesem Medium bewirtschaftet (bspw. Olympische Spiele 2016 / Le Matin).

sehen dominiert: Auch die Tageszeitung Le Temps berichtete verhältnismässig intensiv über das Thema. Einzig die Boulevardzeitung Le Matin schnitt das Thema

fast vollends. Sie hielt sich, analog zum Blick in der Deutschschweiz, auch sonst mit der Berichterstattung über ausserpolitische Themen zurück.

LE TEMPS BEWIRTSCHAFTET AM STÄRKSTEN DIE INNENPOLITISCHEN THEMEN

Die analysierte Abonnementszeitung der Suisse romande zeigte sich im dritten Quartal des Jahres stark verantwortlich für einen Grossteil der Berichterstattung über die wichtigsten innenpolitischen Themen: Sowohl die Abstimmungsvorlagen zum neuen Nachrichtendienstgesetz und zur AHVplus-Initiative als auch die Schweizer Asylpolitik, die Integrationsdebatte und die Umsetzung der Masseneinwanderungsinitiative wurden verhältnismässig stark thematisiert.

FOKUS AUF DAS ATTENTAT IN NIZZA IN DER SUISSE ROMANDE

Ein interessantes Bild ergibt sich auch, wenn man die Themensetzung der beiden Sprachregionen miteinander vergleicht. Es zeigt sich, dass das Attentat in Nizza in der Romandie im Verhältnis deutlich mehr Resonanz generierte. Auf der gesonderten Medienagenda der Suisse romande rangiert das Thema auf Platz 4, während es in der Deutschschweiz gerade mal auf Rang 34 platziert ist. Nähe als Nachrichtenwert spielt bei diesem Thema somit eine offensichtlich wesentliche Rolle.

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. Juli 2016 bis zum 30. September 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 KEs sprachregional gewichtet. D.h. 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.

MEDIENSPEZIFIKA

Die Analyse der Medienspezifika für die einzelnen Sprachregionen basiert auf Korrespondenzanalysen. Dieses statistische Verfahren stellt die Zellhäufigkeiten, die sich in der Kreuztabelle der jeweiligen Kommunikationsereignisse und Medien ergeben, in einem zweidimensionalen

Raum dar. Überproportionale Häufungen von KE in Medien erscheinen dabei als nahe beieinander liegende Punkte. Die Blasengrössen der KE repräsentieren die absoluten Beitragszahlen derselben. Die Blasengrössen der Medien zeigen, wie umfangreich diese über die dargestellten KE berichteten.

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.