

# MEDIENAGENDA 3. QUARTAL 2017

Die wichtigsten Themen in den Schweizer Leitmedien

Wie erwartet war die Bundesratsersatzwahl das wichtigste Thema des dritten Quartals 2017. Seit dem Rücktritt von Didier Burkhalter Mitte Juni ist die Berichterstattung über die Wahl vom 20. September kontinuierlich angestiegen. Mit Ignazio Cassis hat jener Kandidat die Wahl gewonnen, der die vergangenen Monate am meisten Medienpräsenz hatte. Die Abstimmung über die Altersvorsorge 2020 war das zweitwichtigste Ereignis. Ansonsten wurde die Schweizer Medienberichterstattung in diesem Zeitraum vor allem von Politikthemen aus dem Ausland (bspw. Bundestagswahl, Atomwaffenstreit Nordkorea, Unabhängigkeitsreferendum Katalonien, G-20-Gipfel Hamburg) und Katastrophenereignissen geprägt (Harvey, Irma, Bondo).

## BUNDESRATSERSATZWAHLEN MIT HÖCHSTER RESONANZ

Bundesratswahlen, insbesondere umkämpfte Ersatzwahlen, erfahren seit den 1960er-Jahren steigende Beachtung in den Schweizer Medien. Die Möglichkeit personalisierter, emotions- und konfliktbetonter Berichterstattung entspricht den Aufmerksamkeitslogiken im kommerzialisierten Mediensystem ideal (vgl. [Udris/Lucht/Schneider 2015](#)). Insofern war zu erwarten, dass die Resonanz der Wahl vom 20. September nach dem Rücktritt von Didier Burkhalter Mitte Juni noch ansteigen wird. Das Ereignis erhielt jeden Monat mehr Aufmerksamkeit.

Gleichzeitig stand der gewählte Kandidat Ignazio Cassis in den vergangenen Monaten immer am stärksten Fokus: Er generierte deutlich mehr Resonanz als Pierre Maudet und Isabelle Moret (vgl. Abb. 1).

## UMKÄMPFTE ALTERSVORSORGE – AUCH IN DEN MEDIEN

Am Wochenende nach der Wahl von Cassis scheiterte die Reform der Altersvorsorge (AV2020) am Volks- und Ständemehr. Die Berichterstattung über die Abstimmungsvorlage war im Vorfeld höchst umstritten: Befürwortende und

## 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](mailto:kontakt@foeg.uzh.ch)

+41 44 635 21 11

[www.foeg.uzh.ch](http://www.foeg.uzh.ch)

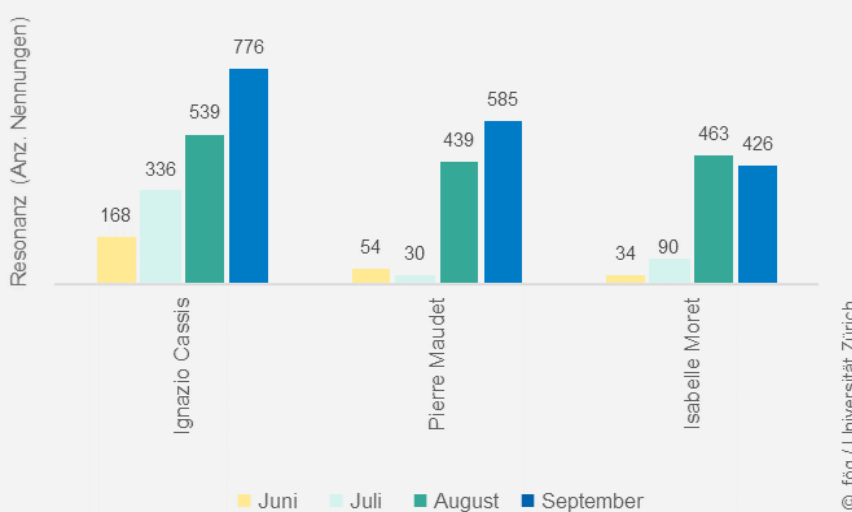
Anmeldung für den [fög-Newsletter](#)

ablehnende Voten hielten sich in den Medien die Waage (vgl. [Abstimmungsmonitor](#)). Wie die Analyse der meist thematisierten Akteure innerhalb der Themen zeigt, war die Erhöhung des Rentenalters für Frauen ein viel debattierter Bestandteil der Vorlage.

Im Vergleich mit 46 anderen Abstimmungsvorlagen, die seit November 2013 für den Abstimmungsmonitor analysiert wurden, wurde die AV2020 überdurchschnittlich resonanzstark thematisiert. Die Aufmerksamkeit war zudem viel höher als für die thematisch ähnliche AHV-Plus-Initiative vor einem Jahr und sehr viel höher als für die Vorlage über die Ernährungssicherheit, über die am 24. September ebenfalls abgestimmt wurde. Während die Abstimmung über die Altersvorsorge Rang 2 der Quartalsagenda belegt, rangiert die Vorlage zur Ernährungssicherheit nur auf Platz 51.

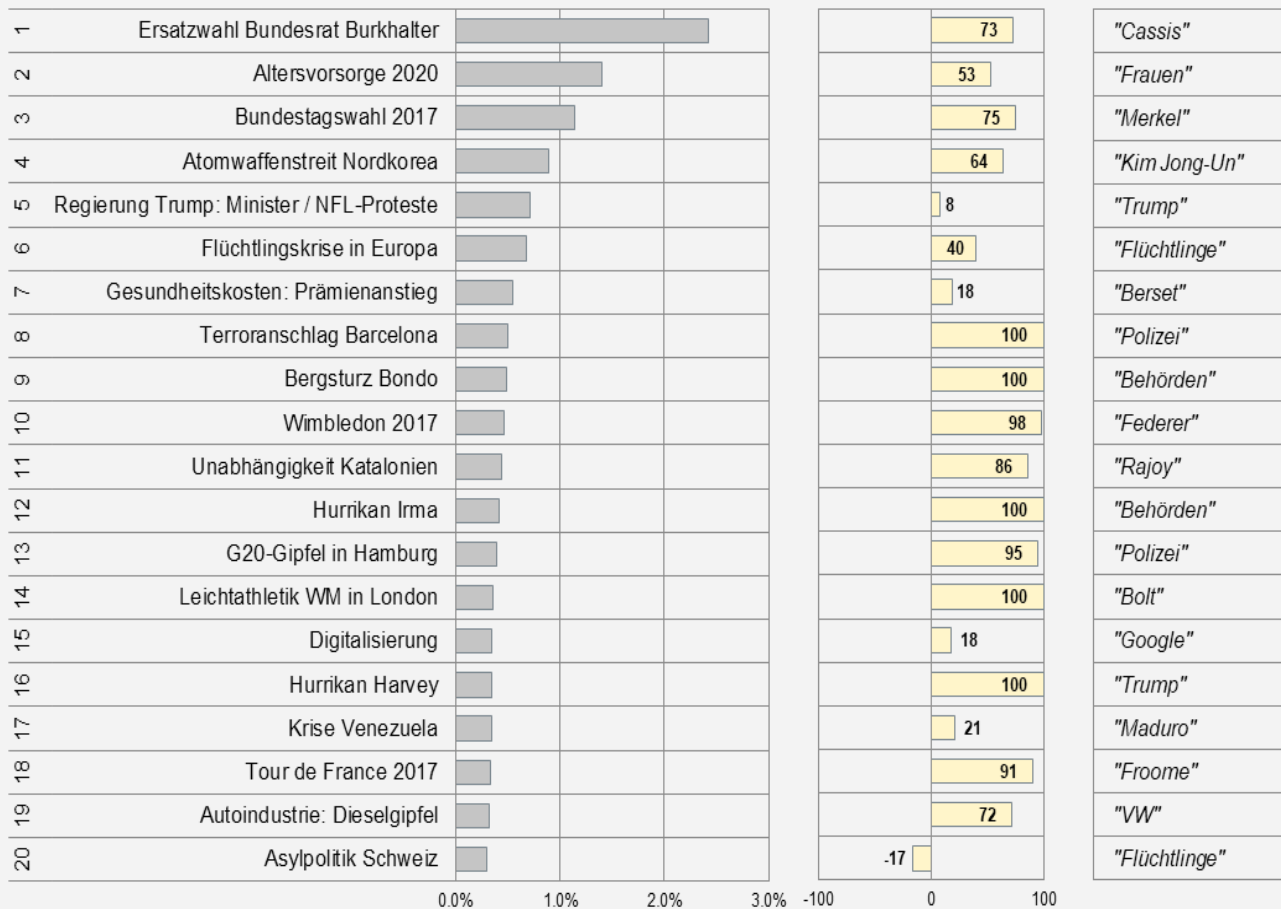
Mehr Resonanz generierten zwischen Juli und September die Kosten im Gesundheitswesen. Insbesondere der angekündigte Prämienanstieg war verant-

ABB. 1 | RESONANZ BUNDESRATSKANDIDIERENDE



Die Darstellung zeigt die Resonanz der drei Kandidierenden für die Nachfolge von Didier Burkhalter (Anzahl Nennungen) im Juni, Juli, August und September 2017 in neun Schweizer Leitmedien.

ABB. 2 | MEDIENAGENDA 3. QUARTAL 2017



Die Darstellung zeigt die 20 Themen, über die im dritten Quartal 2017 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 mittleren 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. Die Spalte rechts gibt Aufschluss über die Akteure, die innerhalb der Themen am meisten Resonanz erhielten.

wortlich dafür, dass die Thematik in der Themenhierarchie weit vorne platziert ist (Rang 7) und im dritten Quartal das dritt-wichtigste Politikthema aus dem Inland war. Die Asylpolitik folgt auf Platz 20.

## WELTPOLITISCHE RUNDSCHAU

Die Bundesrats- war nicht die einzige Wahl, die im dritten Quartal 2017 viel Medienaufmerksamkeit bündelte: Rang 3 der Medienagenda belegt die deutsche Bundestagswahl. Der Wahlerfolg der AfD - sie zieht erstmals und mit über 12% Wähleranteil in den Bundestag ein - sorgte auch in der Schweiz für viel Resonanz. Wie die Analyse der Facebook-Auftritte aller bundesdeutscher Parteien gezeigt hat, war dabei bemerkenswert, wie erfolgreich die AfD im Vorfeld auf diesem Kanal kommunizierte ([vgl. Analyse über](#)

[Politische Inszenierungen](#)). Im Rennen um das Kanzleramt setzte sich Angela Merkel auch aufmerksamkeitsseitig gegen SPD-Kandidat Martin Schulz durch: Sie generierte in den Schweizer Medien deutlich mehr Nennungen als ihr SPD-Kontrahent.

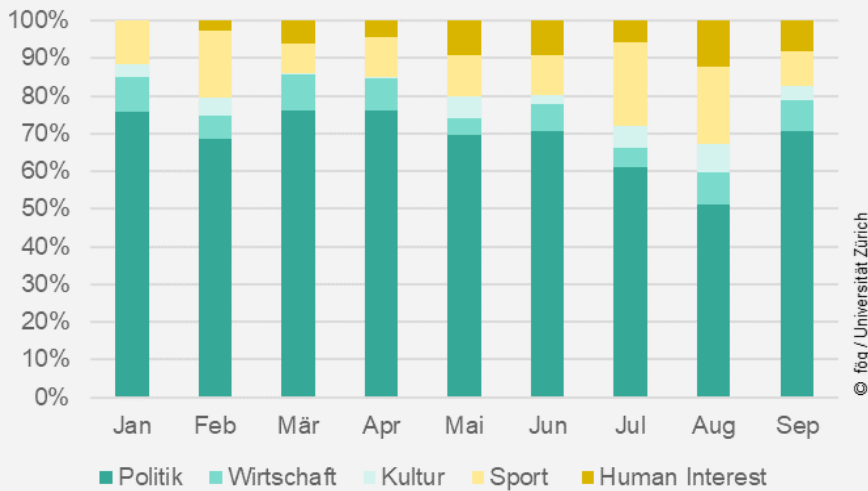
Mit der Ernennung von John F. Kelly zum neuen Stabschef im Weissen Haus und den viel beachteten Protesten von Sportlern ([#TakeAKnee](#)) rangiert auch die Regierung von US-Präsident Donald Trump erneut in den Top 10 des Quartals (Rang 5). Der Atomwaffenstreit mit Nordkorea (Rang 4) und die Flüchtlingskrise in Europa (Rang 6) sind unter den wichtigsten zehn die weiteren Politik-Themen aus dem Ausland. Auf Rang 11 folgen die zuletzt viel beachteten Unabhängigkeitsbestrebungen in Katalonien und auf Rang 13 der G-20-Gipfel von Anfang Juli, wel-

cher insbesondere aufgrund der zahlreichen Auseinandersetzungen zwischen Sicherheitskräften und Protestierenden für viel Aufmerksamkeit sorgte. Die Krise in Venezuela (Rang 17) komplettiert die Rundschau der wichtigsten Politikthemen aus dem Ausland im 3. Quartal.

## KATASTROPHEN UND SPORT-GROSSVERANSTALTUNGEN FÜLLEN DAS SOMMERLOCH

Während im Vorjahr zwei Sport-Grossereignisse (Olympische Spiele und Fussball-Europameisterschaft) während der Sommermonate Juli und August viel Medienberichterstattung generierten, waren es in diesem Jahr allen voran Katastrophenereignisse, welche das Sommerloch füllten. Der Anteil der Politikberichterstattung ging in diesen Monaten somit auch

ABB. 3 | MONATLICHE THEMENFOKUSSE 2017

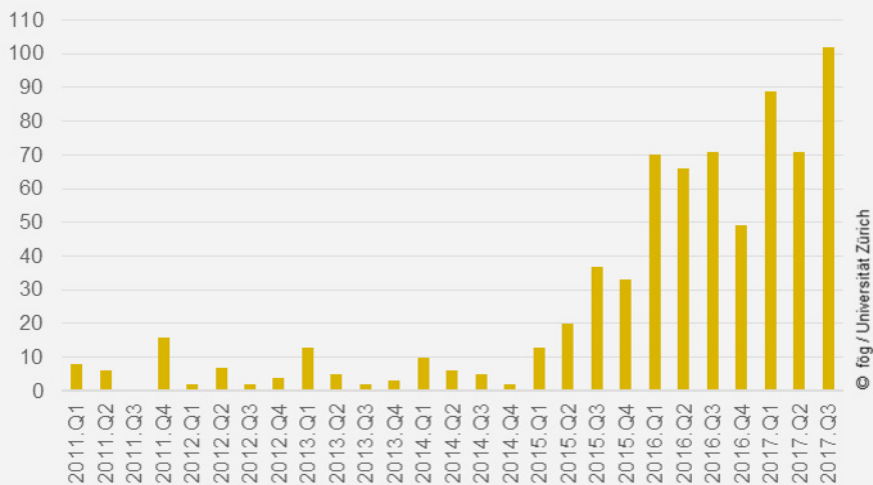


Die Darstellung zeigt auf Basis der monatlichen Top 50-Themen von neun Schweizer Leitmedien die Anteile der Politik-, Wirtschaft-, Kultur-, Sport- und Human Interest-Berichterstattung zwischen Januar und September 2017.

zugunsten von Human-Interest-Themen zurück (vgl. Abb. 3): Der Bergsturz von Bondo (Rang 9) und die Hurrikans Harvey (Rang 16) und Irma (Rang 12) erhielten allesamt über Wochen hinweg viel Aufmerksamkeit. Ein weiteres, neues Ereignis in den Top 20 ist der Terroranschlag von Barcelona (Rang 8). Damit gehörte wiederum ein islamistisch motivierter Terroranschlag zu den gewichtigsten 20 Themen eines Quartals.

Trotz der hohen Relevanz von Human-Interest-Themen gaben Sportveranstaltungen auch im Sommer 2017 häufig Anlass zur Berichterstattung: Beim Tennisturnier von Wimbledon (Rang 10) gewann Roger Federer seinen 19. Grand Slam-Titel, an der Leichtathletik-WM in London (Rang 14) beendete Usain Bolt seine Karriere ohne Goldmedaille und bei der Tour de France (Rang 18) setzte sich mit dem Briten Chris Froome zum dritten Mal

ABB. 4 | DIGITALISIERUNG: LANGZEITENTWICKLUNG



Die Darstellung zeigt, wie sich der reflexive Diskurs über die Digitalisierung zwischen Anfang 2011 und Ende 3. Quartal 2017 intensiviert hat. Die Säulen zeigen pro Quartal an, wie resonanzstark (Anzahl Beiträge) das Thema in der analysierten Schweizer Medienöffentlichkeit in der Vergangenheit behandelt wurde.

hintereinander der gleiche Fahrer durch.

## DIE DIGITALISIERUNG ALS WICHTIGER TREND

Komplettiert wird die Top 20 des 3. Quartals 2017 von der Diesel-Thematik in der Autobranche anlässlich des Gipfels von Anfang August (Rang 19) und vom Meta-Diskurs über die Digitalisierung (Rang 15). Wie bereits bei der [Jahresagenda 2016](#) gezeigt werden konnte, ist die Digitalisierung ein Trendthema, das seit Anfang 2015 in der Öffentlichkeit stark an Beachtung gewonnen hat. Mit 102 Beiträgen erfuhr der Trend im dritten Quartal 2017 einen neuen Beachtungshöhepunkt: Nie zuvor wurden umfassender über die Digitalisierung berichtet (vgl. Abb. 4).

Prominent thematisiert wurden die letzten Monate die Auswirkungen der Digitalisierung auf die Wirtschaft (Industrie 4.0) und die Arbeitswelt im Allgemeinen. „Nimmt dieser Roboter Menschen die Arbeit weg?“ fragte beispielsweise die Gratiszeitung 20 Minuten (6. September), „Welche Jobs kilt die Digitalisierung?“ der Blick (23. August). „Jobs für Roboter? Gut so!“ meinte der Tages-Anzeiger (22. August) optimistischer. „Blechkollegen auf dem Vormarsch“ titelte die Neue Zürcher Zeitung (8. September). Mit ein Grund für die umfassende Berichterstattung über die Thematik ist der bevorstehende nationale Digitaltag vom 21. November. Viele Medien nehmen das Ereignis zum Anlass, ausführlich über die Digitalisierung zu berichten. Welche Auswirkungen sie auf die Schweizer Medienbranche hat, können im neu erschienen [Jahrbuch Qualität der Medien 2017](#) nachgelesen werden.

## 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 bis zum 30. September 2017 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 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.

### 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 Organisati-

onen. 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](http://www.foeg.uzh.ch).

### FINANZIERUNG

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