

MEDIENAGENDA 1. QUARTAL 2018

Die wichtigsten Themen in den Schweizer Leitmedien

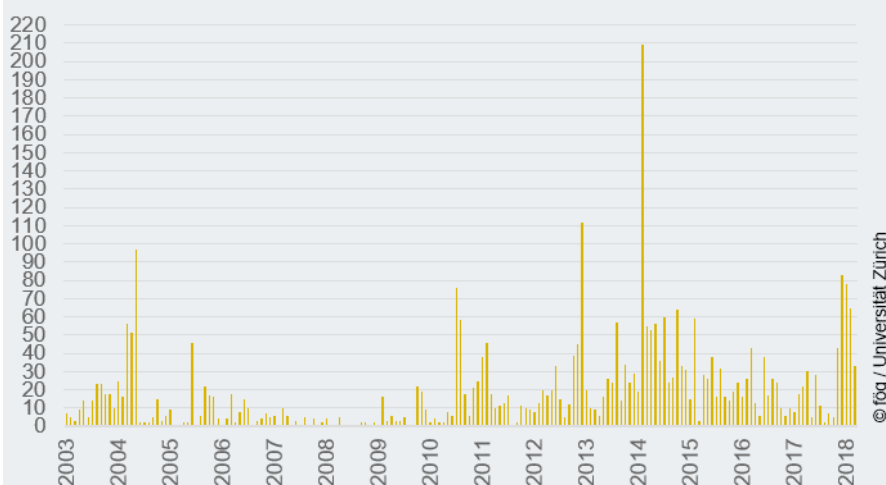
Die bilateralen Beziehungen zwischen der Schweiz und der EU werden immer wieder in den Schweizer Medien thematisiert. Die Bedeutung und Bewertung der EU ist dabei einem steten Wandel unterworfen. Die SVP als prägende Kraft in diesem Diskurs verliert in jüngster Zeit an Einfluss. Bei der Suche nach mehrheitsfähigen und realpolitischen Lösungen zur Umsetzung der MEI geben zunehmend die anderen Bundesratsparteien den Ton an.

Zu Beginn der 2000er-Jahre war das bilaterale Verhältnis der Schweiz zur EU eher niederschwellig in den Medien präsent (vgl. Abb. 1). Die EU präsentierte sich in diesen Jahren als Erfolgsmodell und als Schlüssel zu wirtschaftlicher Prosperität und war folglich mehrheitlich positiv konnotiert. Dieser Zustand begann sich im Zuge der EU-Schuldenkrise ab 2010 zu ändern. Das Verhältnis der Schweiz zur EU wurde dabei zunehmend identitätspolitisch aufgeladen. Prägender Akteur in dieser Debatte war die SVP. Sie warnte vor einem Verlust der Unabhängigkeit der Schweiz und vor übermässiger Einwanderung aus dem EU-Raum. Diese Entwicklung fand 2014 ihren Höhepunkt: Die «Masseneinwanderungsinitiative» der SVP wurde vor allem unter migrationspolitischen Gesichtspunkten lanciert und beworben. Nachdem die

Initiative knapp angenommen wurde, verlagerte sich der Fokus der Diskussion auf institutionelle und wirtschaftliche Probleme. Die Initiative widersprach mit der Einschränkung der Personenfreizügigkeit einem zentralen Element der bilateralen Verträge mit der EU.

Seit der zweiten Jahreshälfte 2017 ist das Thema wieder verstärkt in den Medien präsent. Die Verhandlungen mit der EU über ein mögliches neues Rahmenabkommen beschäftigen sowohl die Politik als auch die Wirtschaft. Die einst migrationspolitische Prägung der Debatte ist jedoch nicht mehr so stark. Diese Verlagerung zeigt sich auf Ebene der beteiligten Akteure. Die SVP kann die Debatte in jüngster Zeit je länger desto weniger prägen (vgl. Abb. 2). Sie ist zwar auch aktuell noch die resonanzstärkste Partei in der Berichterstattung zu den Bi-

ABB. 1 | LANGZEITENTWICKLUNG BILATERALE BEZIEHUNGEN



Die Darstellung zeigt, wie sich der Diskurs über die Bilateralen Beziehungen Schweiz-EU von 01/01/2003 bis 31/03/2018 entwickelt hat. Die Säulen zeigen die Anzahl Medienbeiträge die pro Monat erschienen sind.

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

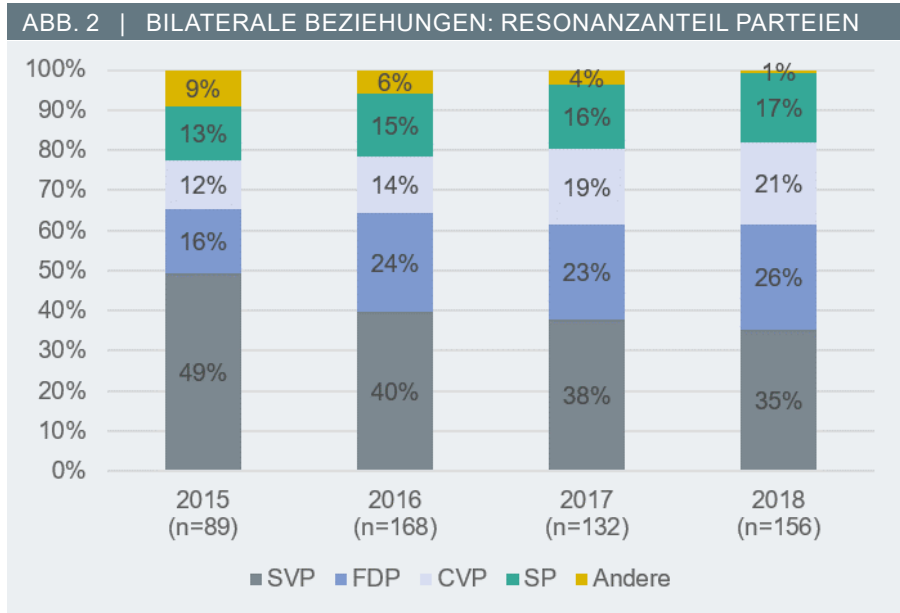
kontakt@foeg.uzh.ch

+41 44 635 21 11

www.foeg.uzh.ch

Anmeldung für den [fög-Newsletter](#)

lateralen. Mit FDP, SP und CVP erhalten aber diejenigen Parteien, die den europäischen Weg über die bilateralen Verträge grundsätzlich befürworten, in der Summe mehr Resonanz. Die Dominanz der SVP ist gebunden an den Fokus auf Identitätspolitik. Verlieren migrationspolitische Themen an Gewicht, so lässt auch die Aufmerksamkeit für die SVP nach. Die anderen Bundesratsparteien nehmen die entgegengesetzte Rolle ein: Sie gingen im Abstimmungskampf zur «Masseneinwanderungsinitiative» unter, können den medialen Diskurs nun aber stärker prägen, seit es darum geht, mehrheitsfähige und realpolitisch machbare Lösungen auszuhandeln. Auch bei anderen Themen lässt sich dieses Schema beobachten: Die SVP lanciert ein Thema mit identitätspolitischem Spin und vermag von der daraus entstehenden, polarisierten Debatte stark zu profitieren. Verlagert sich der öffentliche Fokus dann auf die Folgen von politischen Vorstössen oder auf konkrete Problemlösungen, lässt die Resonanz für die wählerstärkste Partei



Die Darstellung zeigt, wie sich die Resonanzanteile der einzelnen Parteien in der Berichterstattung zu den Bilateralen Schweiz-EU zwischen dem 01/01/2015 und 31/03/2018 entwickelt hat.

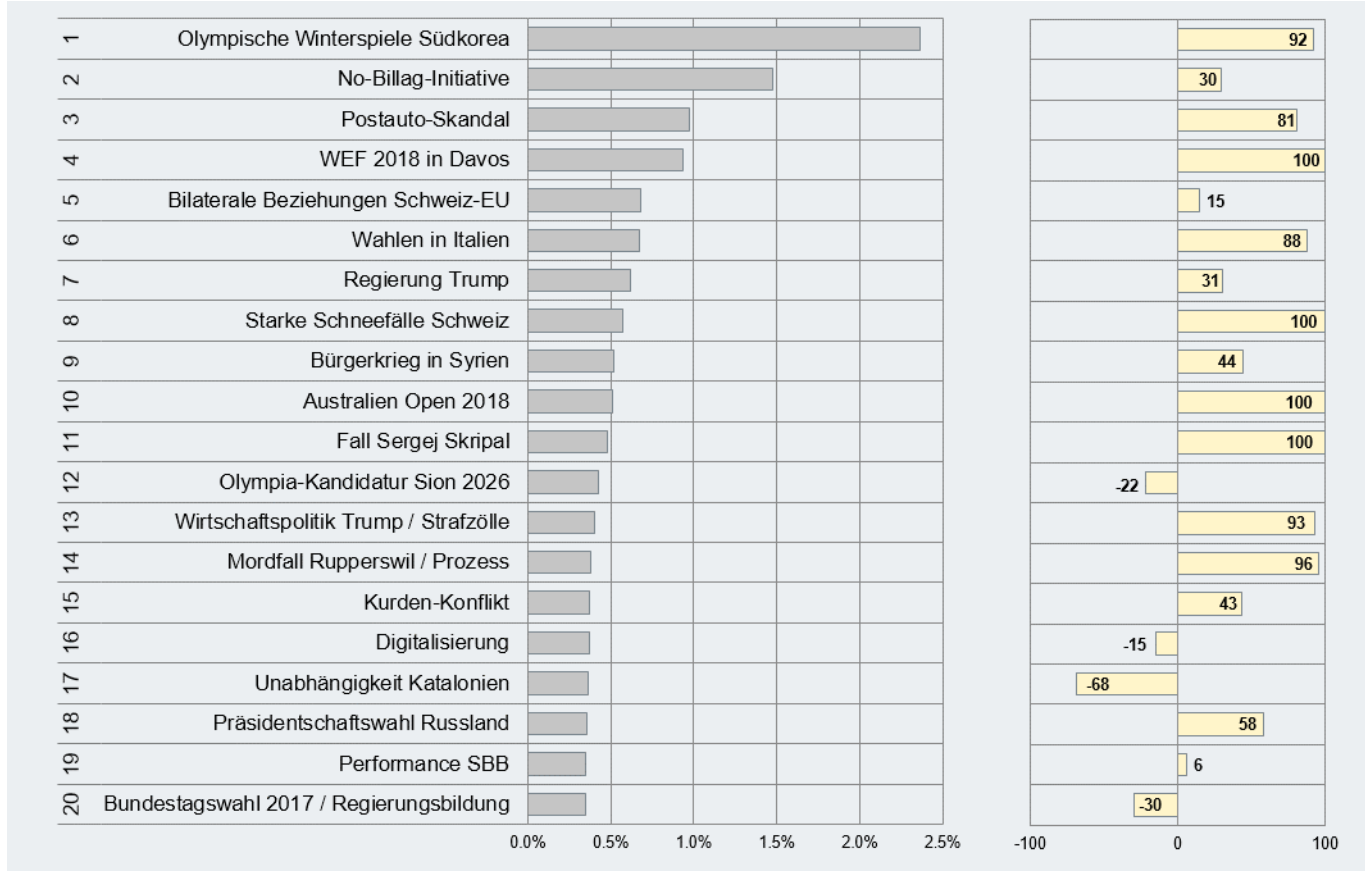
der Schweiz nach. Diese Feststellung wurde nach den jüngsten Wahlniederlagen der SVP auch von Parteiexponenten selber vorgebracht (vgl: <https://www.tagesanzeiger.ch/schweiz/standard/blocher-will-weiterpoltern/story/20251251>).

tagesanzeiger.ch/schweiz/standard/blocher-will-weiterpoltern/story/20251251).

DOMINIERENDE SPORTEREIGNISSE

Das Fokusthema der bilateralen Beziehungen der Schweiz zur EU stand im ersten Quartal 2018 auf Rang 5 der Medienagenda (vgl. Abb. 3). Beim Blick auf die weiteren Themen zeigt sich eine breite Vielfalt: Das mit Abstand meistbeachtete Ereignis im ersten Quartal 2018 waren die Olympischen Winterspiele in Südkorea. Dass sportliche Grossereignisse die Medienlandschaft zu prägen vermögen, ist nicht ungewöhnlich. Auch die olympischen Sommerspiele 2016 fanden sich an der Spitze der damaligen Quartalsagenda. Speziell war diesmal die Breite der Themen, die abgehandelt wurden: Nebst den sportlichen Aspekten wurde u.a. auch die Eignung des Austragungsortes Pyeongchang hinterfragt, über die nordkoreanische Delega-

ABB. 3 | MEDIENAGENDA 1. QUARTAL 2018



Die Darstellung zeigt die 20 Themen, über die im ersten Quartal 2018 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 ersten Quartal 2018 neu entstanden ist.

tion und ihre Fans berichtet und diverse Schweizer SportlerInnen portraitiert.

Als weiteres Sportthema tauchte das Australien Open viel in den Medien auf. Die Resonanz ist jeweils stark abhängig vom Erfolg Roger Federers. Gewinnt der «Maestro» ein Turnier, so wird es für die Medien zum sportlichen Grossereignis. Fehlen die Heldentaten Federers oder allenfalls Stanislas Wawrinkas, so fällt die Berichterstattung für Tennisturniere vergleichsweise bescheiden aus.

SERVICE PUBLIC IN DER KRITIK

Wie sich auch in den Monatsagenden gezeigt hat, standen in den vergangenen Monaten die SRG und die Post stark im Fokus. Die SRG musste sich politischen Gegenwindes erwehren: Die No-Billag-Initiative blieb monatelang das wichtigste politische Inland-Thema. Auch die Post musste sich öffentlich verteidigen: Der Postauto-Skandal erschütterte eine

der bekanntesten Schweizer Institutionen nachhaltig.

FOKUS AUSSENPOLITIK

Weiterhin medial präsent bleibt auch Donald Trump. Die Tatsache, dass er der Schweiz im Zuge des WEF einen Besuch abstattete, steigerte in der Schweizer Medienlandschaft nochmals die Resonanz. Auch seine Regierung, insbesondere die extrem häufigen Personalwechsel im Kabinett, wurden im ersten Quartal 2018 medial intensiv beobachtet. Trumps Art über provokative bis aggressive Tweets zu kommentieren erweist sich nach wie vor als erfolgreiche Strategie um Aufmerksamkeit zu generieren. Inhaltlich war ausserdem seine Wirtschaftspolitik bzw. mögliche Strafzölle ein wichtiges Thema. Prägend für den Beginn des Jahres 2018 waren zudem die Wahlgänge in Russland und Italien. Auch der Unabhängigkeitskonflikt in Katalonien erhielt aufgrund der Auseinan-

dersetzungen zwischen katalonischen Politikern und der spanischen Zentralregierung sowie dem ins Exil geflüchteten Carles Puigdemont viel Aufmerksamkeit. Viel Resonanz löste auch der Fall Sergej Skripal aus, der eine diplomatische Krise zwischen Russland und Grossbritannien zur Folge hatte. Weitere aussenpolitische Themen bewegten sich in der Sphäre der bewaffneten Konflikte auf dem Kriegsschauplatz Syrien: Der Bürgerkrieg sowie der Kurdenkonflikt finden sich unter den wichtigsten Themen des Quartals.

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 massmedialen 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.

AKTEURSANALYSE

Für die Analyse der Resonanz von Akteuren (vgl. Abb. 2) wurden alle Medienbeiträge der analysierten Debatten 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.

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.