

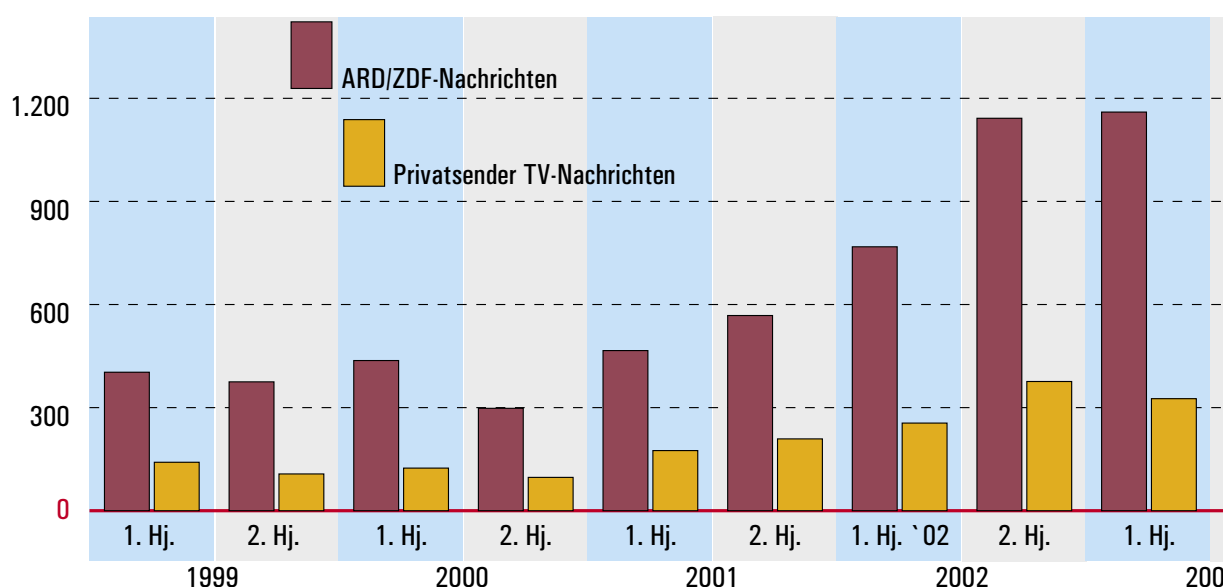
Fernsehen bestimmt die Stimmung

„Hoffnungen“ und „Befürchtungen“ der Menschen folgen der Berichterstattung der TV-Sender

Die Stimmung der Bevölkerung wird entscheidend durch das Medienklima beeinflusst. Das zeigt der langjährige Vergleich von Äußerungen der meinungsführenden Medien zur wirtschaftlichen Lage einerseits und Meinungsumfragen (Hoffnungen/Befürchtungen) andererseits.

Die Weihnachtsgrüße aus Allensbach haben Tradition: Seit 1949 verschickt das

Präsenz des Themas „wirtschaftliche Lage“ in den deutschen TV-Nachrichten



Anzahl der Beiträge, in denen die wirtschaftliche Lage Deutschlands thematisiert wurde

Quelle: Medien Tenor
01.01.1999 – 31.12.2003

Basis: 9.238 Beiträge
in 7 TV-Nachrichtenformaten

Institut für Demoskopie zum Jahreswechsel eine Grafik, die in immer neuer Optik dokumentiert, ob die Bevölkerung dem neuen Jahr mehr mit Hoffnungen oder mit Befürchtungen entgegensieht. Im Dezember 2003 waren 38% optimistisch, 26% hatten Befürchtungen, 27% waren skeptisch.

Fragen Demoskopien nach Hoffnungen oder Befürchtungen der Menschen, so steht vor allem die Einschätzung der wirtschaftlichen Lage im Vordergrund: Angesichts der wirtschaftlichen Krise bewegt auch die Medien diese Frage immer mehr. Vor allem die öffentlich-rechtlichen Fernsehsender haben in den letzten drei Jahren ihre Berichterstattung über die wirtschaftliche Lage gesteigert: Von mageren 400 Nennungen pro Halbjahr (fast konstant bis Mitte 2001) ist der Wert auf knapp 1400 Ende 2003 angestiegen. Die Privaten dagegen bewegen sich auf einem beängstigend niedrigen Stand nur langsam hin zu etwas mehr Wirtschaftspräsenz in Nachrichten und Magazinen (siehe Grafik oben).

So unterschiedlich die Quantität, so ähnlich aber die Bewertung der wirtschaftlichen Lage (siehe Grafik rechts). Zugegeben, die kommerziellen Sender sind artikulierter:

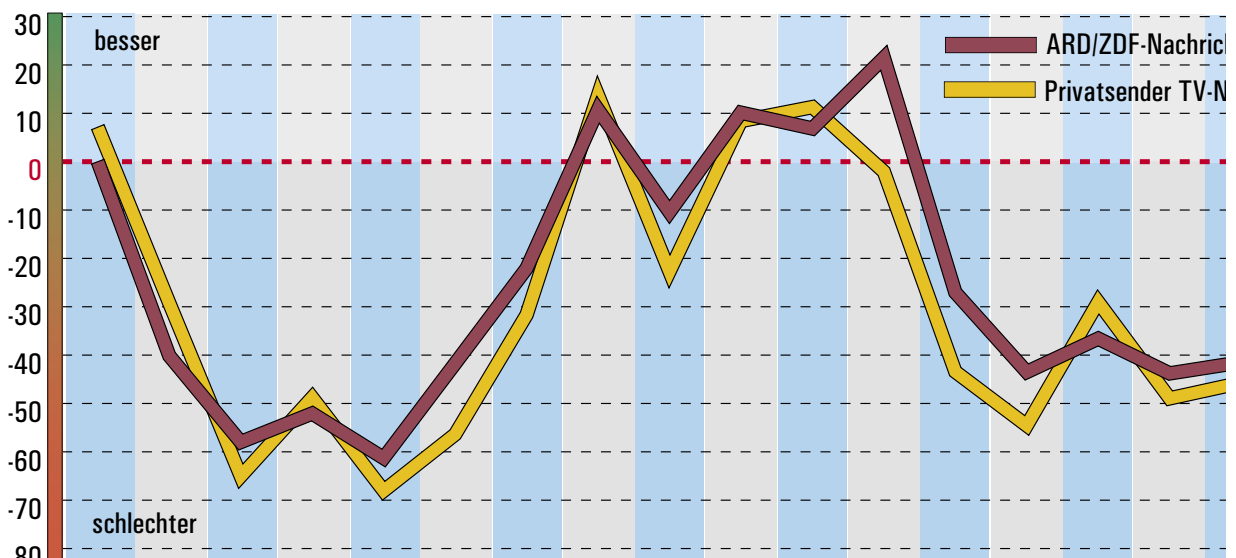
Sie sehen vielleicht 1997 einen Aufschwung etwas später, den Einbruch 1999 (nach der Bundestagswahl) stärker und den Niedergang ab Ende 2000 früher als ARD und ZDF, doch in der – überwiegend negativen – Einschätzung der wirtschaftlichen Situation stimmen sie mit den öffentlich-rechtlichen Sendern überein.

Die Medien Tenor-Daten aus fast zehn Jahren Fernseh-Beobachtung in Deutschland zeigen ein Bild, das dem in Meinungsumfragen erstellten Bild sehr ähnelt, wie sich am Beispiel der Weihnachtsgrüße aus Allensbach zeigt. Der Unterschied ist lediglich, daß die Medien-Trends den demoskopisch gemessenen Einstellungen der Bevölkerung fast immer vorausgehen.

Was Demoskopen an Einstellungen erfragen, artikulieren die Medien Wochen im voraus

Auch hier zeigt sich: Die publizistischen Meinungsführer beeinflussen die Meinungsbildung der Menschen mit einem Vorlauf von wenigen Wochen. Was Demoskopen abfragen, haben zuvor die Medien „gesetzt“. Das zeigt sich sowohl 1996/97, als

Bewertung der wirtschaftliche Lage bei Öffentlich-Rechtlichen und Privaten



Saldo der positiven und negativen Bewertungen, in TV-Beiträgen über die wirtschaftliche Lage Deutschlands

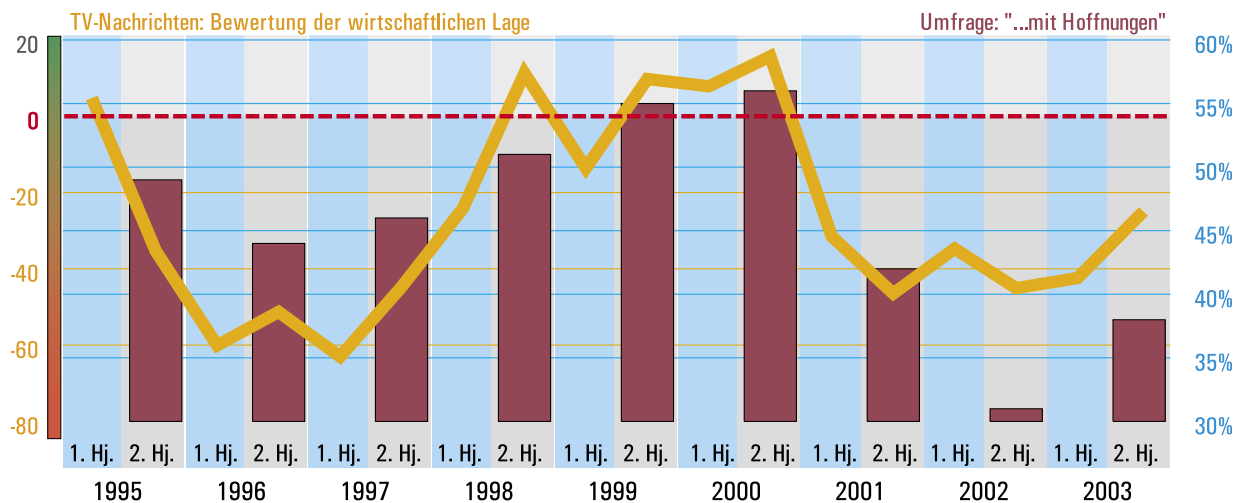
Quelle: Medien Tenor
01.01.1995 – 31.12.2003

Basis: 13.180 Beiträge
in 5 TV-Nachrichtenformaten

die Fernsehnachrichten in zwei Anläufen beginnen, hoffnungsvoller zu werden, und die Umfragewerte nachziehen, als auch im Jahr 2001, als aus Zuversicht der Medien über die wirtschaftliche Entwicklung binnen weniger Wochen blanker Pessimismus wird.

So, wie die Einschätzung des Fernsehens von plus 15 auf minus 50 abstürzt, so sinkt auch die Zahl der „hoffnungsvollen“ Bürger von fast 60% auf knapp über 30%. Nach diesem Rückgang aufgrund der Anschläge vom September 2001 erkennen wir eine Niveauverschiebung: Von einem wesentlich niedrigeren Niveau aus verbreiten die Medien bald wieder vorsichtigen Optimismus. Bei vergleichbar skeptischer/optimistischer Berichterstattung ist der Anteil der Optimisten zwar deutlich geringer geworden, doch die positive Berichterstattung beginnt, die Optimisten nach sich zu ziehen: Am Jahresende waren sie schon wieder zahlreicher. Und so konnte Allensbach vermelden: Die

Bewertung der wirtschaftlichen Lage in TV-Nachrichten, Allensbach-Umfrage



Saldo der positiven und negativen Bewertungen, in TV-Beiträgen über die wirtschaftliche Lage Deutschlands

Quelle: Medien Tenor
01.01.1995 – 31.12.2003

Basis: 13.180 Beiträge
in 5 TV-Nachrichtenformaten

Stimmung steigt.

Und wovon hängt die optimistische oder negative Tendenz der Berichterstattung im Fernsehen zum Thema „wirtschaftliche Lage“ ab? Eine wichtige Erkenntnis lautet: Das Ausmaß der negativen oder positiven Wertungen in den Medien wird stark von den ausgewählten ökonomischen Indikatoren geprägt. Wenn, wie beispielsweise im tiefen Stimmungstal 1997, der Arbeitsmarkt dominiert und dieser zu 80% negativ eingeschätzt oder dargestellt wird, dann hat das Pflänzchen Optimismus keine Chance.

Sto.

Basis:

Medien: ARD Tagesschau, Tagesthemen (inkl. Bericht aus Berlin), ZDF heute, heute journal, RTL Aktuell, Sat.1 18:30, ProSieben Nachrichten

Analysezeitraum: 01.01.1999 – 31.12.2003

Analyse: Auswertung aller Aussagen über die wirtschaftliche Lage in Deutschland; Allensbach-Umfragen.

**Agenda Setting Beitrag, MT Forschungsbericht Nr. 140,
Januar 2004**