

Dank Heynckes lastet der Imageschaden der Hoeneß-Affäre nicht ganz so schwer auf dem FC Bayern

Das Medienbild des FC Bayern und von Borussia Dortmund vor dem Champions-League-Finale



Basis:

495 Beiträge über den FC Bayern, 250 über Borussia Dortmund in 24 deutschen Meinungsführer-Medien vom 1.8.2012-22.5.2013

Roland Schatz
r.schatz@mediatenor.com
+41-79-2553636

Der Vorteil liegt vor dem Spiel der Spiele bei den Bayern

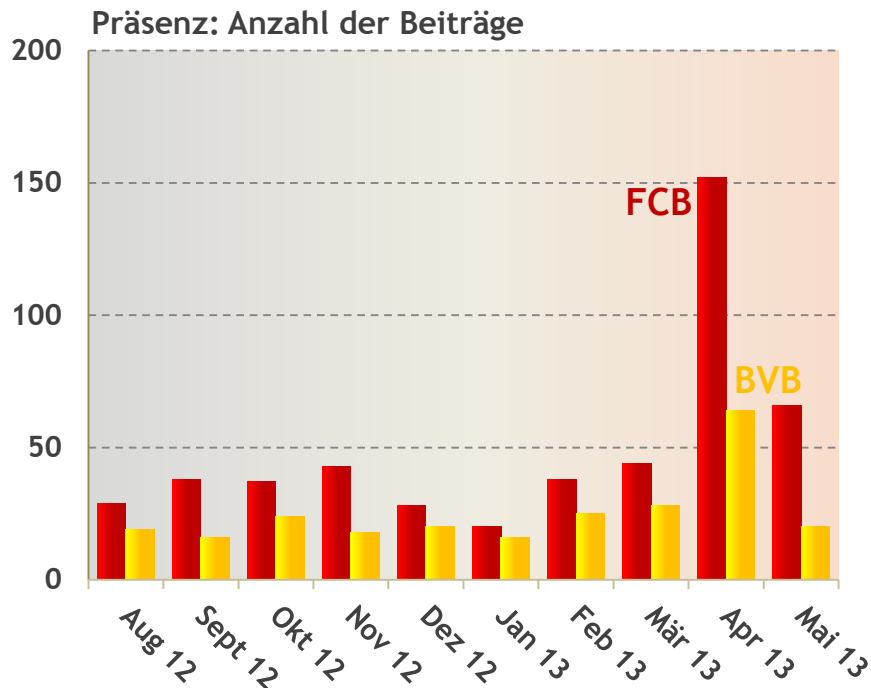
Zürich, 24. Mai 2013: Der FC Bayern genießt vor dem Champions-League-Finale ein deutlich besseres Medienimage als Borussia Dortmund. Die Bayern bekamen über die ganze Saison 2012/13 hinweg nicht nur mehr Medien-Aufmerksamkeit als die Dortmunder, die Münchener wurden auch positiver bewertet - vorausgesetzt, man lässt die Steueraffäre von Bayern-Präsident Uli Hoeneß außer Acht.

Umgekehrt verhält es sich, wenn das Medienimage der Trainer verglichen wird: Bis auf wenige Ausnahmen berichteten die 24 ausgewerteten deutschen Meinungsführer-Medien häufiger über Jürgen Klopp als über Jupp Heynckes. Der Bayern-Cheftrainer wurde allerdings in der Regel deutlich besser bewertet als der Dortmund-Coach. Vor allem Klopps provozierendes Statement Ende Februar, der den Bayern nach dem direkten Aufeinandertreffen der beiden Konkurrenten Ideenklau vorwarf („wie es die Chinesen in der Industrie machen“), beschädigte das Image des Dortmund-Trainers nachhaltig. Heynckes dagegen steht vor dem Champions-League-Finale auf dem Höhepunkt seines Ansehens. „Das Voranschreiten der Personalisierung in den Medien gilt nicht nur für den Politikbetrieb, sie gilt für alle Bereiche, auch das Fußballgeschäft“, kommentiert Roland Schatz, Gründer und CEO von Media Tenor International die Ergebnisse der Auswertung. „Die Bayern können sich in dieser Situation glücklich schätzen mit Jupp Heynckes einen solchen Sympathieträger zu haben.“

Genauso wie das positive Image des Cheftrainers auf das Image des Vereins abfärbt, hinterlässt auch der schwere Imageverlust von Bayern-Präsident Uli Hoeneß Risse im Medienbild des FC Bayern. Lange Zeit in der Saison 2012/13 agierte Hoeneß als Präsident eher im Hintergrund. Er suchte eher selten die Konfrontation in den Medien wie noch in seiner Zeit als Bayern-Manager. Die Medien nahmen vergleichsweise wenig Notiz von ihm. Mit Bekanntwerden der Steueraffäre dagegen überstieg die Berichterstattung über Hoeneß die Berichte über den Spielbetrieb und die Erfolge der Bayern und drängte diese für eine Weile in den Hintergrund.

Media Tenor hat für diese Studie insgesamt alle 495 Beiträge über den FC Bayern und alle 250 über Borussia Dortmund in 24 deutschen Meinungsführer-Medien vom 1.8.2012-22.5.2013 ausgewertet. Bei Printmedien wird der Politik- und Wirtschaftsteil ausgewertet. TV- und Hörfunksendungen werden vollständig erfasst. Die durchschnittliche Interkodierer-Reliabilität betrug im 1. Quartal 2013 88,08%.

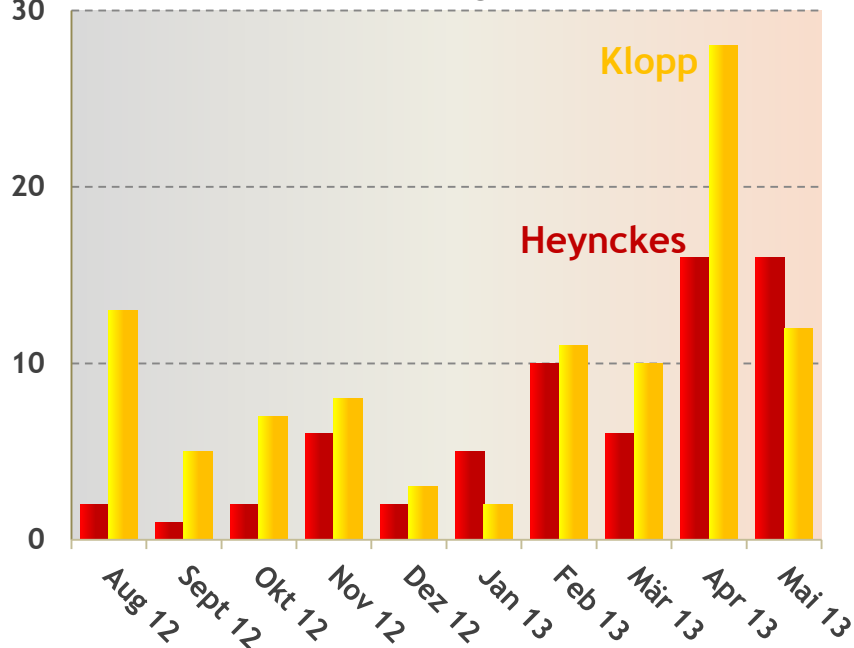
Der Schaden durch den Fall Hoeneß wiegt schwer



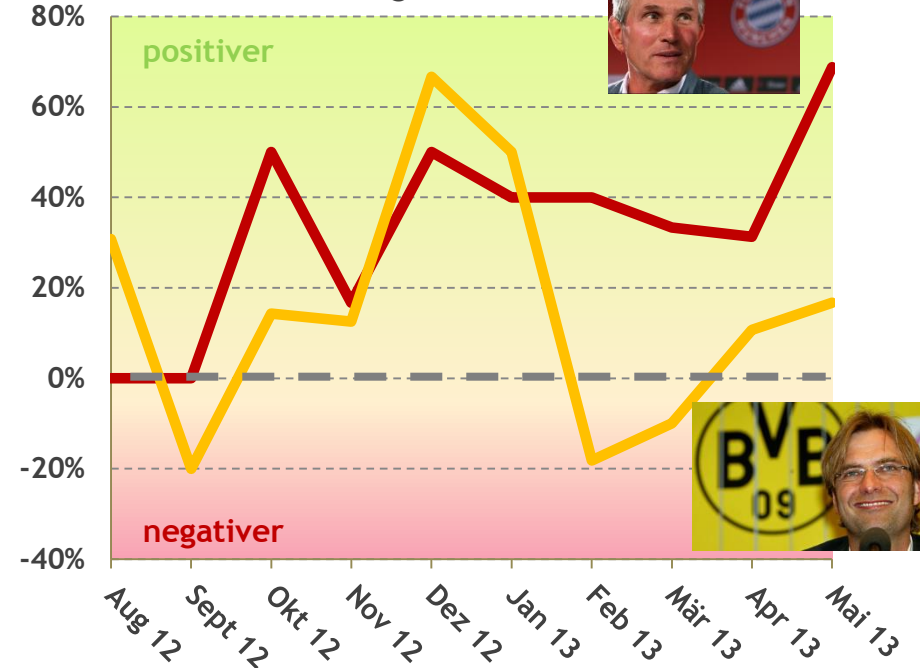
Der FC Bayern bekam über die ganze Saison hinweg nicht nur mehr Medien-Aufmerksamkeit als Borussia Dortmund, die Münchener wurden auch positiver bewertet - bis zum Bekanntwerden der Steueraffäre von Präsident Uli Hoeneß. Dies trübte die Freude über die Titel.

Heynckes auf dem Höhepunkt seines Ansehens

Präsenz: Anzahl der Beiträge

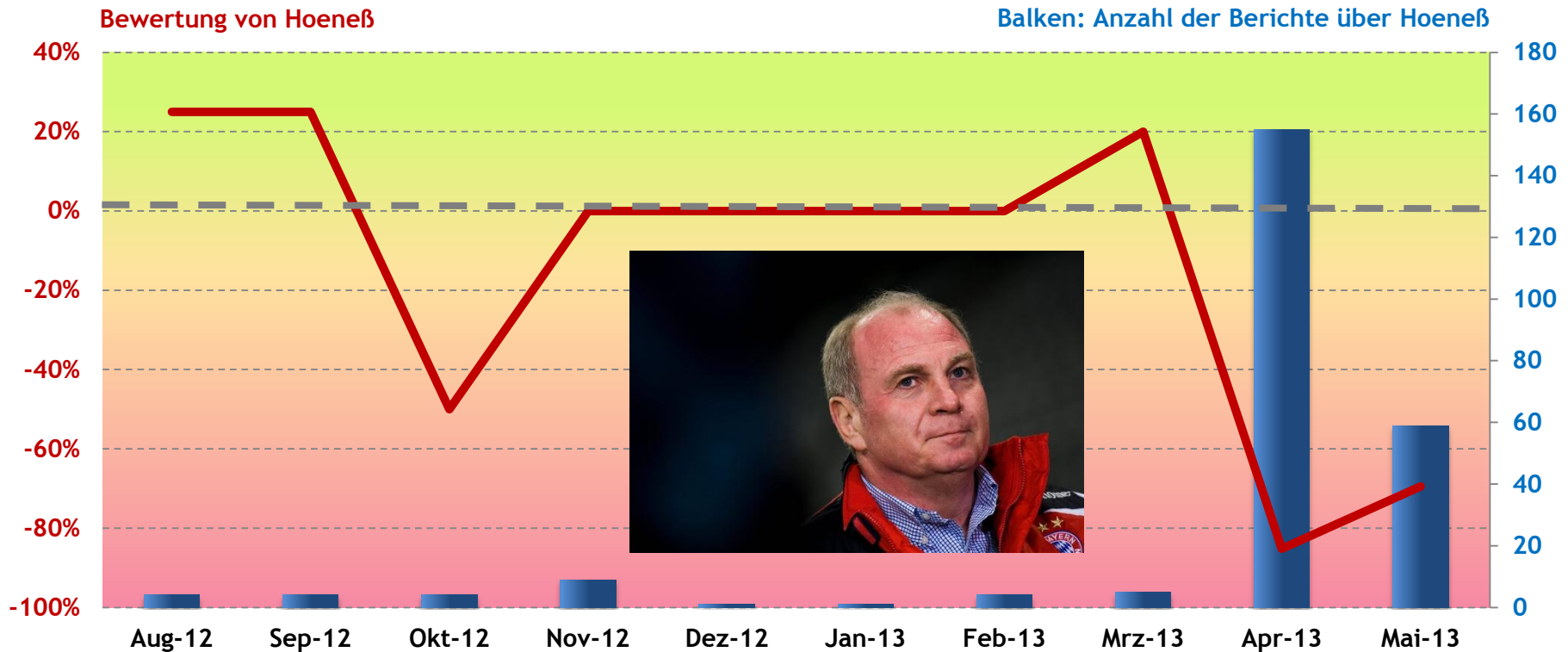


Mittlere Bewertung



Im Trainervergleich hat Jürgen Klopp die Nase vorn - zumindest was die Medienpräsenz betrifft. Dagegen hat Jupp Heynckes das deutlich freundlichere Image nach der Winterpause. Klopps China-Vergleich brachte dem BVB-Trainer Ende Februar viel Kritik ein.

Hoeneß-Imageschaden: Von Null auf Hundert



Als Präsident agierte Uli Hoeneß in der Saison 2012/13 eher im Hintergrund. Er suchte eher selten die Konfrontation in den Medien wie noch in seiner Zeit als Bayern-Manager. Mit Bekanntwerden des Steuerbetrugs gerät sein Image in eine tiefe Krise.

Ausgewertete Medien

Tagespresse:

BILD-Zeitung

TV-Nachrichten:

ARD TAGESSCHAU und TAGESTHEMEN, ZDF HEUTE und HEUTE JOURNAL, RTL AKTUELL

TV-Magazine:

BERICHT AUS BERLIN, BERLIN DIREKT, FAKT, FRONTAL 21, KONTRASTE, MONITOR, PANORAMA, REPORT (BR), PLUSMINUS, REPORT (SWR), WISO

Wochenpresse:

DER SPIEGEL, FOCUS, CAPITAL, FAZ AM SONNTAG, WELT AM SONNTAG, BILD AM SONN TAG

Rundfunk:

DEUTSCHLANDFUNK-NACHRICHTEN (7-Uhr)

Bei Printmedien wird der Politik- und Wirtschaftsteil ausgewertet. TV- und Hörfunk-Sendungen werden vollständig erfaßt.

International Agenda Setting Conference

The world's premier knowledge exchange for media impact research



AS Workshops • Economics • Election Campaigning • CEO Communication • Agenda Setting Theory • NGOs/Initiatives • Investor Relations Management • Publishers' Image • TV Media • Corporate Reputation Management • Issue Management

www.agendasetting.com

MEDIATENOR
STRATEGIC MEDIA INTELLIGENCE