

Eine FDP ohne Themenprofil findet keine Medien-Aufmerksamkeit

Berichterstattung über FDP und AfD im Vergleich

1/2013 - 4/2014



Basis:

53.415 Berichte über politische Akteure in 23 deutschen Meinungsführer-Medien,
1.1.2013-30.4.2014

Roland Schatz
r.schatz@mediatenor.com
+41 43 255 1925

Eine FDP ohne Themenprofil findet keine Medien-Aufmerksamkeit

Rapperswil, 7. Mai 2014. Seit die FDP nicht mehr im Bundestag ist, haben die Medien sie aus den Augen verloren. Es gibt kein Thema, mit dem die FDP sich profiliert. Vor ihrem Bundesparteitag muss die FDP sehen, dass seit Januar keine einzige ihrer Führungspersonen die Wahrnehmungsschwelle nehmen kann, ihr Bundesvorsitzender Christian Lindner und ihr Spitzenkandidat für die Europawahl Alexander Graf Lambsdorff eingeschlossen.

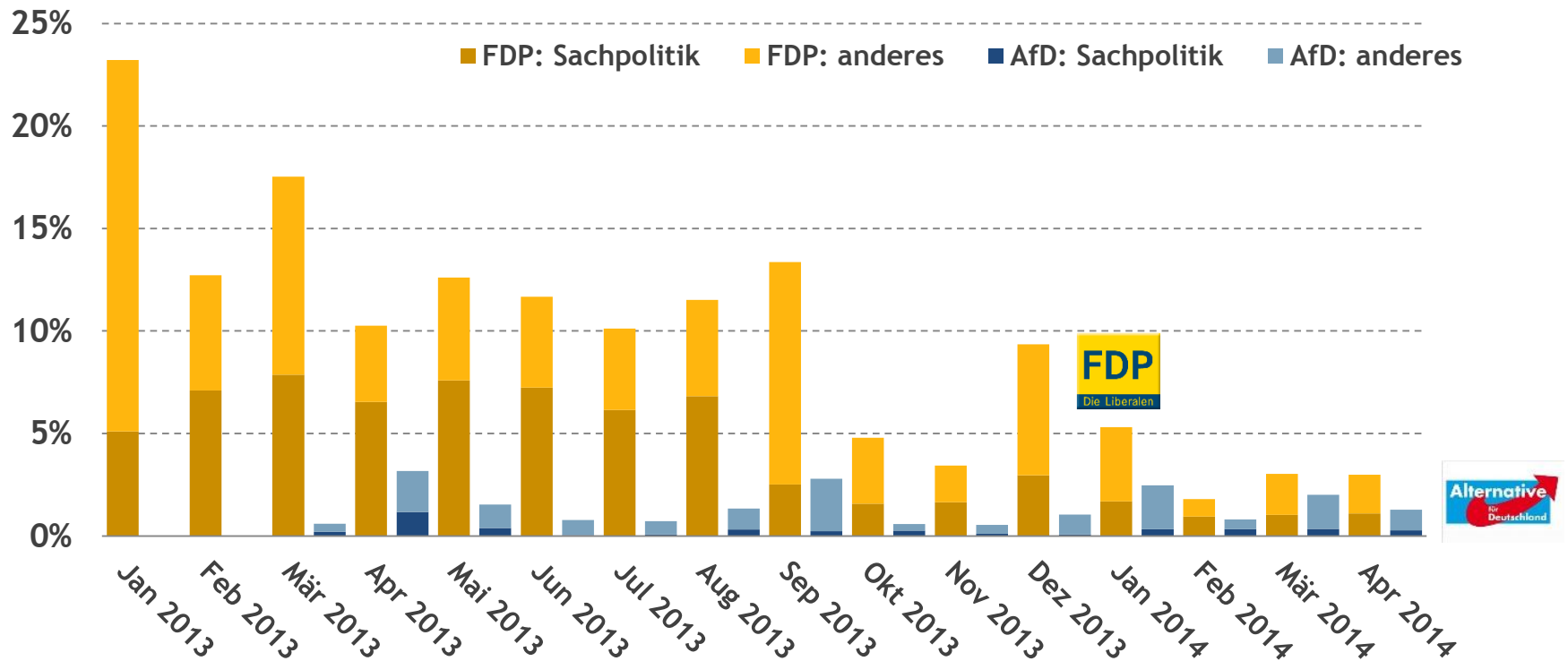
Das letzte Thema, das die Medien eindeutig mit der FDP verbanden, war die Steuerreform, für die Guido Westerwelle lange trommelte. In der letzten schwarz-gelben Koalition gab die FDP diese Forderung auf und setzte kein neues Thema. Deshalb verlor sie die Aufmerksamkeit der Medien und in Folge ihre parlamentarische Existenz im Bundestag. „Eine FDP, die keine Themen in den Medien setzt, ist profillos, daher nicht ausreichend sichtbar und kann auf keine Wahlerfolge zählen“, sagt Roland Schatz, Gründer und CEO von Media Tenor International. „Bei Christian Lindner und Wolfgang Kubicki setze ich voraus, dass sie das wissen“, fügt Schatz hinzu: „Umso unverständlicher muss sein, weshalb sie zur Europawahl nicht täglich zu den heissen Fragen der Zeit ungewöhnliche politische Alternativen in ungewöhnlicher Form aufzeigen, die Medien auch bei einer FDP außerhalb des Bundestages nicht ignorieren können.“

Die Researcher von Media Tenor International beobachten den wachsenden Trend zur Berichterstattung über Personen und Sensationen statt Politik in der Sache seit langem. Damit geht einher, dass Politiker, die keine Spitzenämter in Regierungen und Parlamenten innehaben, praktisch nur noch dann Aufmerksamkeit finden, wenn sie in einen Skandal verwickelt sind. Für eine Partei wie die FDP, die aus dem Bundestag hinausgewählt wurde, oder eine wie die AfD, die noch nie im Bundestag war, bedeutet das, sie müssen sensationell bis schrill auftreten, um bemerkt zu werden, oder die Medien gehen einfach über sie hinweg.

Media Tenor hat für diese Studie alle 53.415 Berichte über politische Akteure vom 1.1.2013 bis 30.4.2014 und alle 358 Berichte über die FDP und FDP-Politiker vom 1.1. bis 30.4.2014 in 23 deutschen Meinungsführer-Medien ausgewertet. Die durchschnittliche Inter-Kodierer-Reliabilität lag im 4. Quartal 2013 bei 86.38 %.

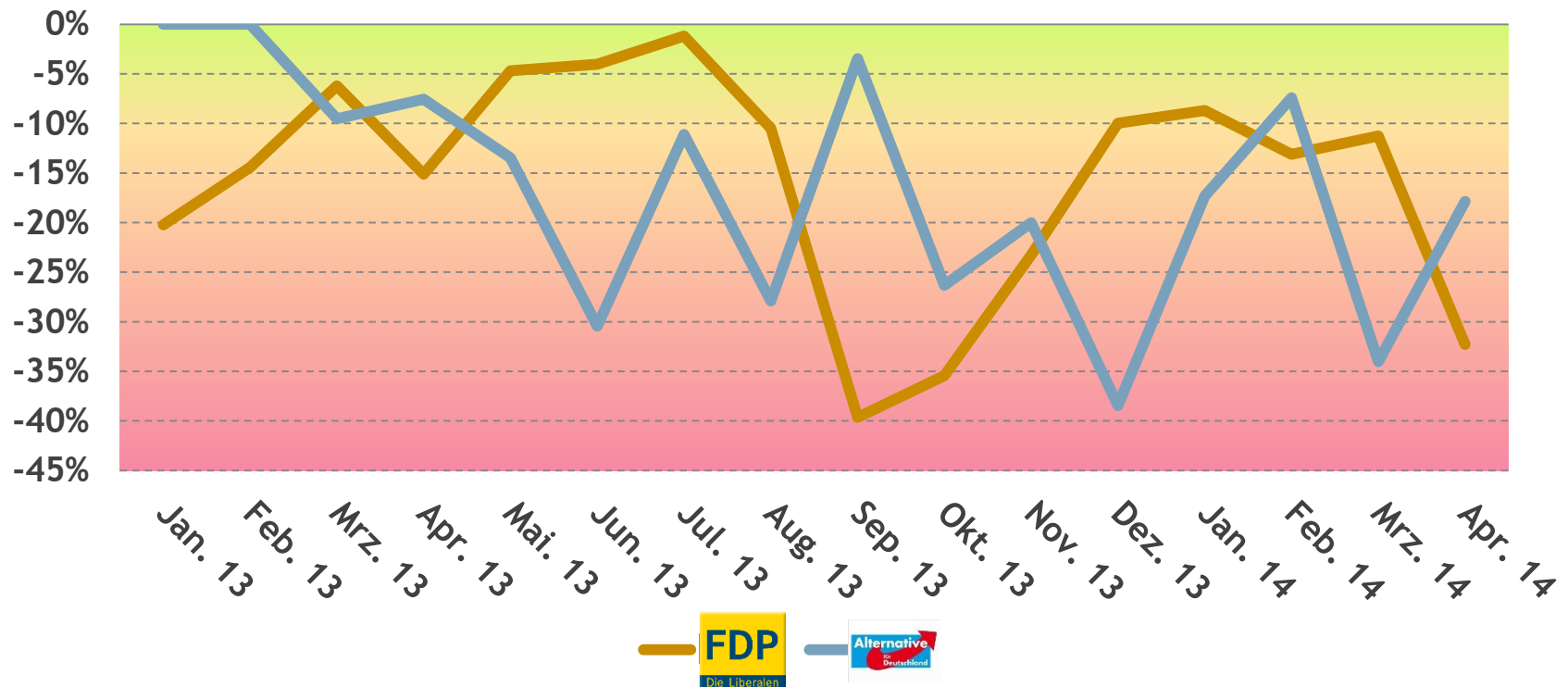
Für Rückfragen: Dr. Christian Kolmer, c.kolmer@mediatenor.com

Ohne Themen keine Sichtbarkeit



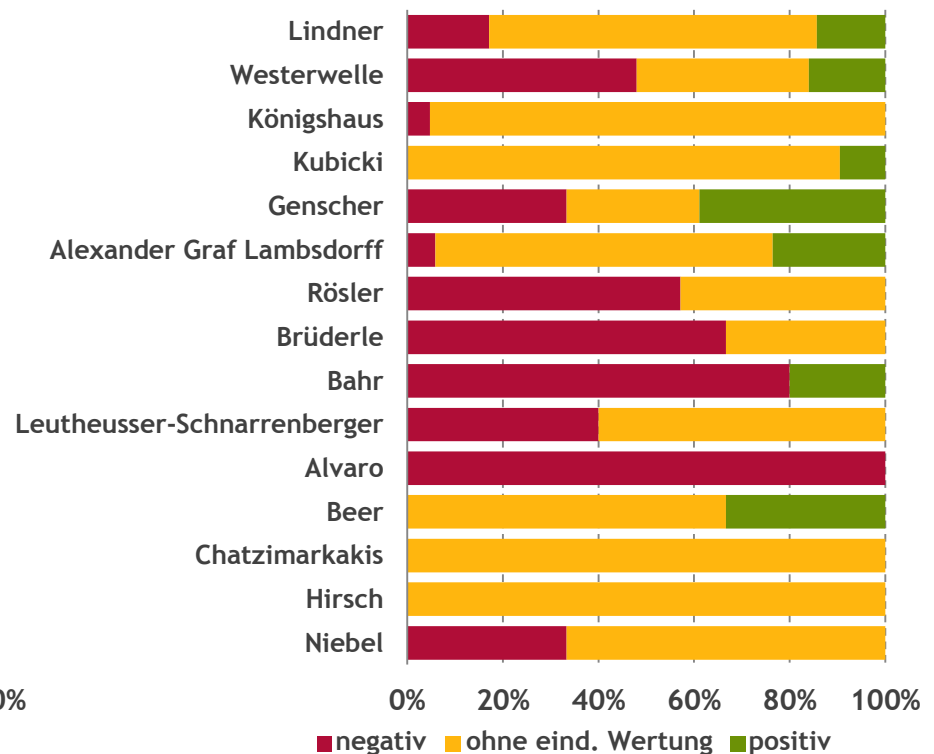
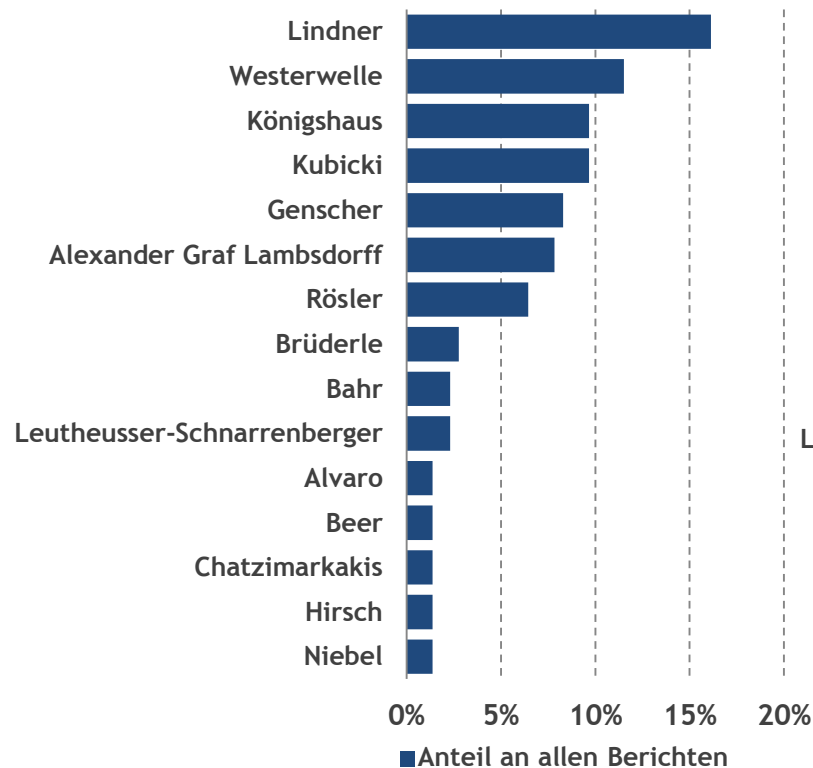
Der rapide Verlust an Sichtbarkeit wurde seit dem Ausscheiden der FDP aus dem Bundestag nur durch die Wahl von Christian Lindner im Dezember unterbrochen. An ihrer Sachpolitik sind die Medien ebenso wenig interessiert wie bei der AfD, die noch weniger sichtbar ist.

Medienkritik an AfD kein Trost für FDP



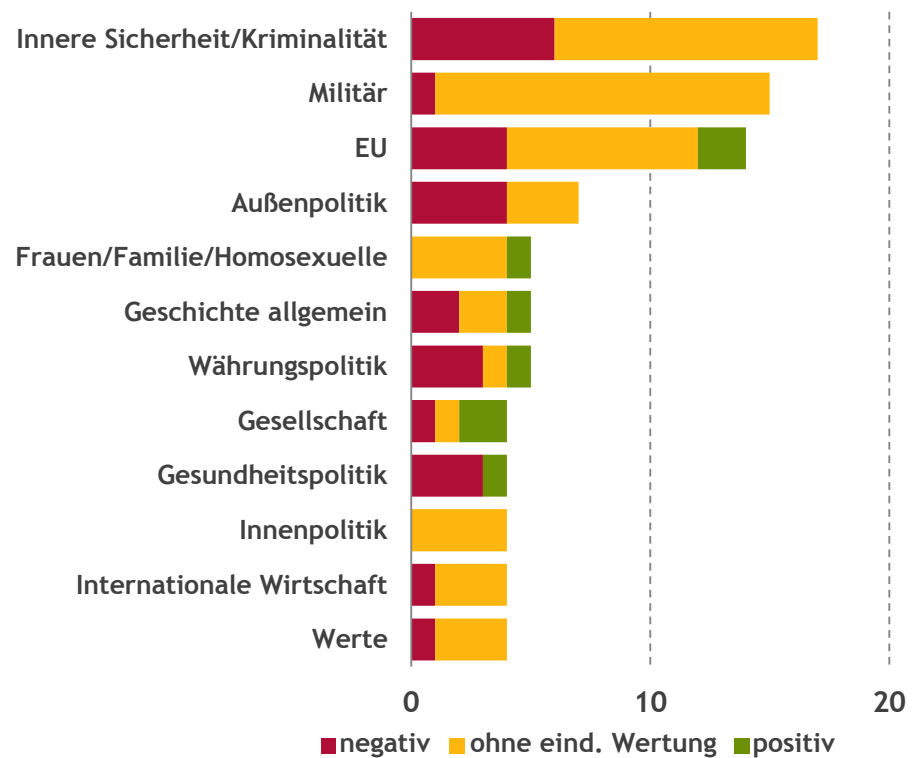
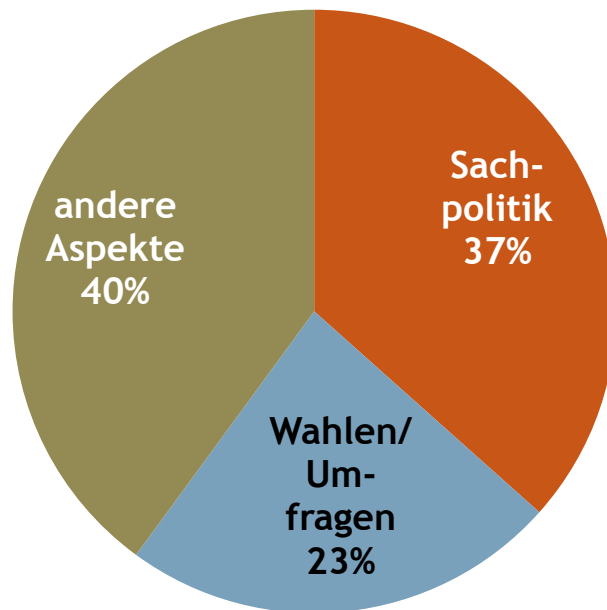
Von minus 38 Prozent Bewertung der FDP im Dezember über minus 7 im Februar, minus 34 im März auf minus 18 im April: Das ist keine Aufstiegskurve. Dass die AfD zuletzt bei minus 23 liegt, kann kein Trost für die FDP sein.

Abrechnung mit der alten Garde



218 Berichte über FDP-Politiker in vier Monaten bedeutet: Die FDP ist praktisch unsichtbar. Dass die neue Generalsekretärin Nicola Beer und Wolfgang Kubicki positiv bewertet werden, entfaltet ohne Verbindung mit Themen einfach zu wenig Präsenz.

In der Sache ohne Kompetenz



Sachpolitik bot die FDP den Meinungsführer-Medien nicht. Deren wenige Berichte über die FDP befassten sich daher mit anderem. Selbst in den früher klassische Feldern Wirtschaft und Finanzen, aber auch zu Europa vor der Europawahl bezog die FDP keine Positionen.

Medien-Set

- ARD Tagesschau, ARD Tagesthemen, ZDF heute, ZDF heute journal
- Bild-Zeitung
- Bild am Sonntag, FAZ Sonntagszeitung, Spiegel, Focus, Welt am Sonntag
- Capital
- Fakt (MDR), Frontal 21 (ZDF), Kontraste (SFB), Monitor (WDR), Panorama (NDR), Report (BR), Report (SWR)
- Deutschlandfunk

International Agenda Setting Conference

The world's premier knowledge exchange for media impact research



Next Conference: Hotel Palace | Lucerne
October 30 – November 1, 2014



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