

Inmitten internationaler Krisen fehlt der NATO ein klares Medienprofil

Berichterstattung über das westliche Bündnis 2001 - 2014

Basis:

822.374 Nachrichten-Beiträge in 10 deutschen Meinungsführer-Medien, 2001 - 2014

309.735 Berichte über Akteure in 19 internationalen TV-Nachrichten

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

Inmitten internationaler Krisen fehlt der NATO ein klares Medienprofil

Rapperswil, 2. September 2014. Vor dem NATO-Gipfel dieser Woche in Wales zeigt sich das Verteidigungsbündnis des Westens in einem unklaren Medien-Image. Wenig Berichterstattung und überwiegend negative oder uneindeutige Bewertungen werfen kein gutes Licht auf die Nordatlantische Allianz.

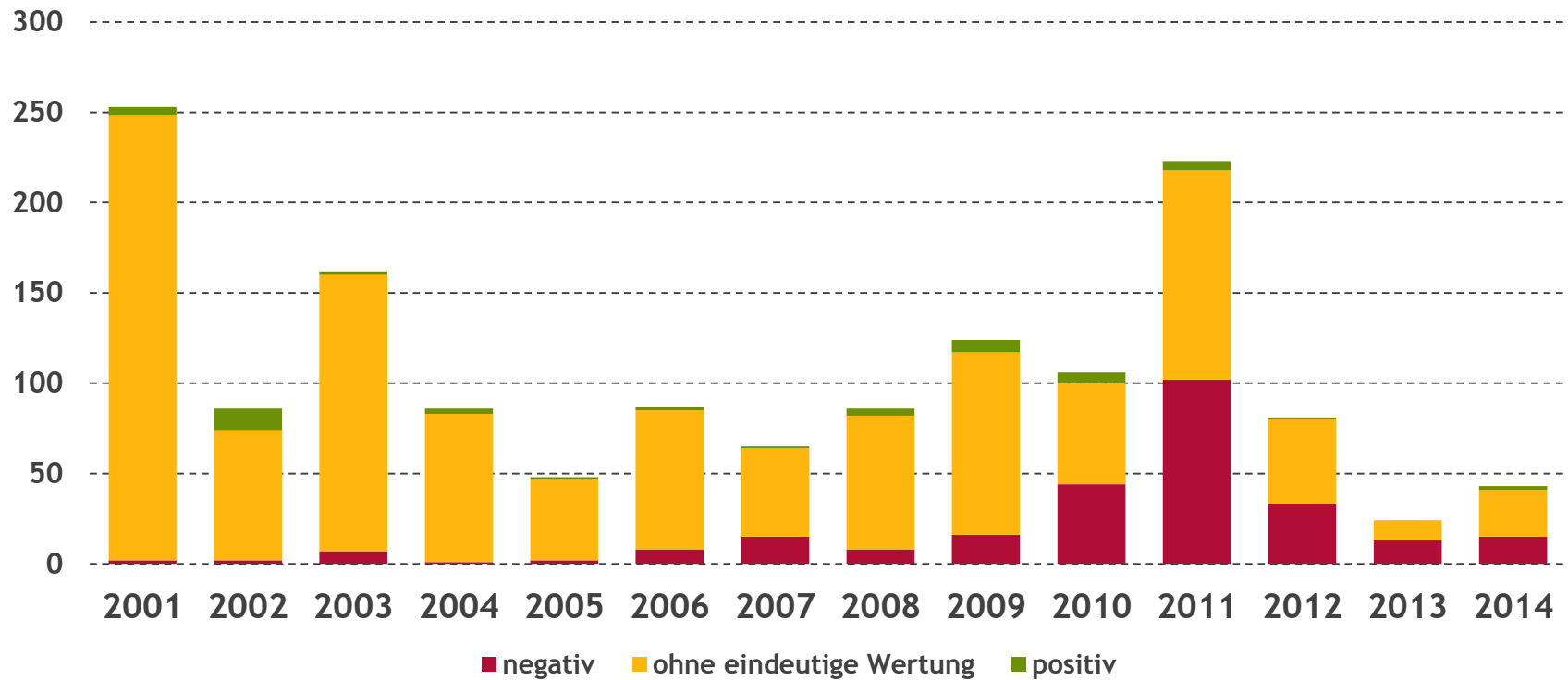
„2002 haben deutsche Meinungsführer-Medien die NATO zuletzt positiv bewertet und 2011 beim NATO-Schlag gegen das Gaddafi-Regime mit UN-Mandat letztmals ausführlich über die NATO berichtet,“ sagt Roland Schatz, Gründer und CEO von Media Tenor International, und setzt hinzu: „Dass die NATO aber inmitten der Krisen von der Ukraine bis in den Irak so sehr am Rande des Medien-Interesses liegt, muss beiden Seiten zu denken geben - Politik und Medien.“

Die Langfrist- und Moment-Aufnahme der Medien-Aufmerksamkeit für die NATO ähnelt fatal dem geringen Interesse an den europäischen Institutionen. Täglich wird im Fernsehen und den Printmedien über Putins Absichten spekuliert und Widersprüchliches über die Geschehnisse in der Ost-Ukraine berichtet. Tägliche Wasserstandmeldungen über Waffen-Lieferungen an die kurdischen Peschmerga füllen Titelseiten und Spitzennachrichten, aber die NATO haben die Medien nicht auf dem Radar.

Media Tenor hat für diese Studie alle 822.374 Nachrichtenbeiträge in 10 deutschen TV- und Printmedien, davon alle 1.474 mit der NATO als Hauptakteur ausgewertet sowie alle 309.735 Berichte über Akteure in 19 internationalen TV-Nachrichten-Sendungen, davon alle 448 über die NATO . Die durchschnittliche Inter-Kodierer-Reliabilität lag im 2. Quartal 2014 bei 85.61 %.

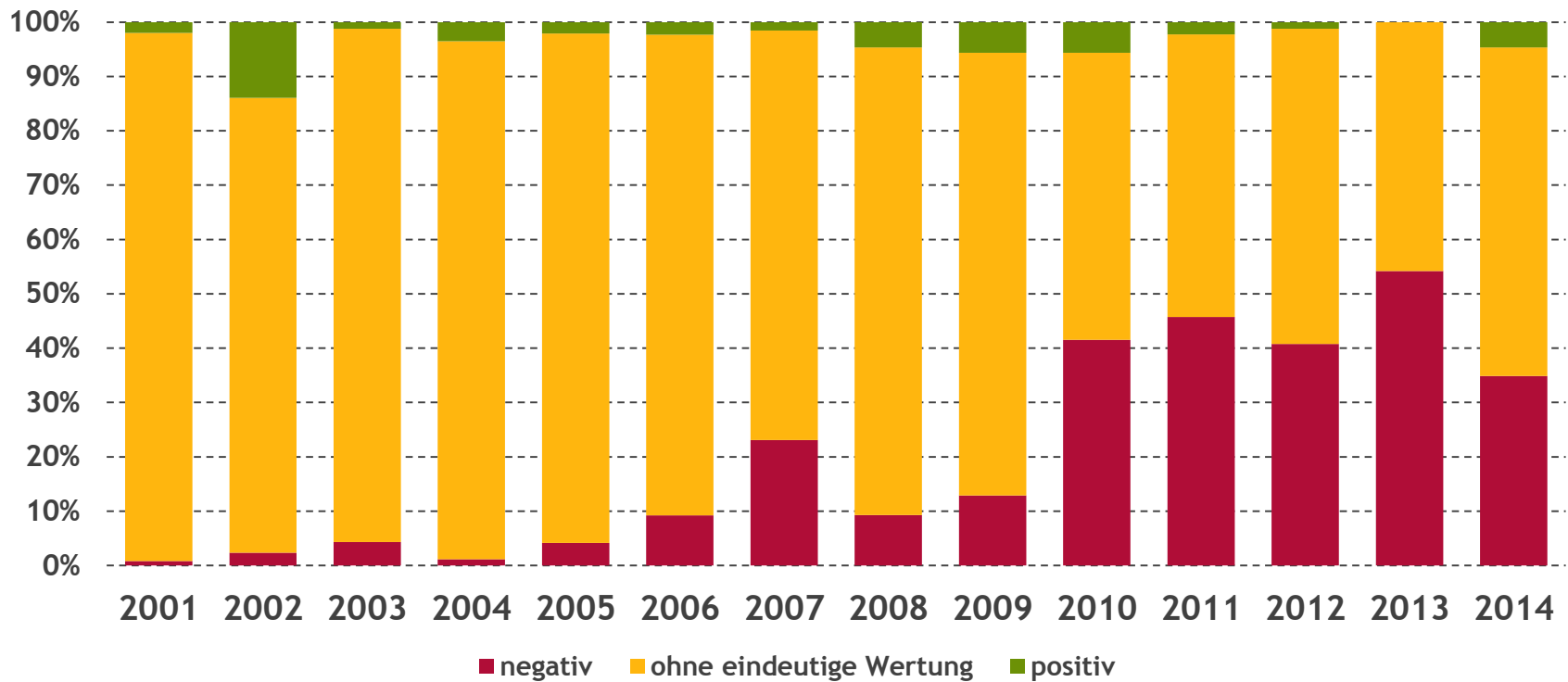
Für Rückfragen: Dr. Christian Kolmer, c.kolmer@mediatenor.com

Medien schenken der NATO wenig Aufmerksamkeit



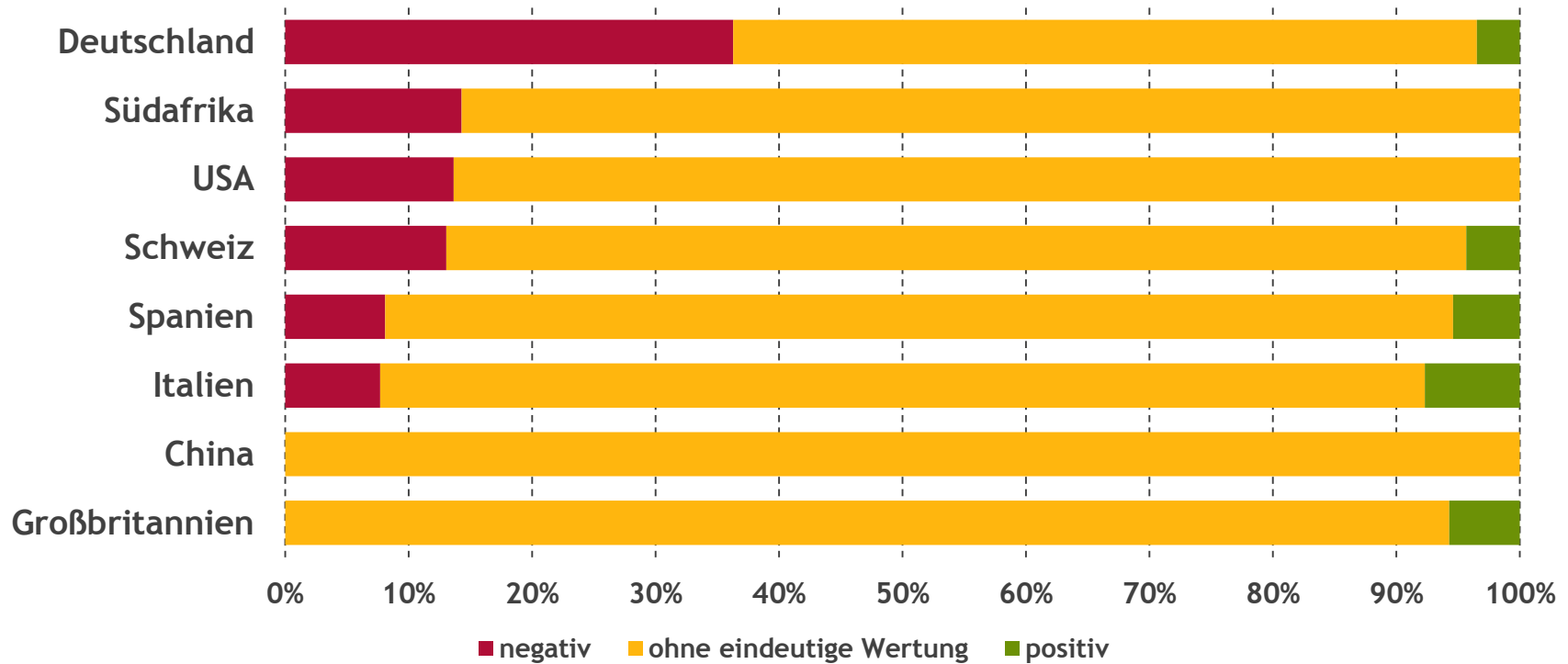
Seit dem Militärschlag der NATO 2011 in Libyen auf der Grundlage einer UN-Resolution ist es recht still um das westliche Verteidigungsbündnis in deutschen Medien geworden. Selbst die Frage ob und was es im Ukraine-Konflikt tun soll und kann, ist kein Top-Thema vor dem NATO-Gipfel in Wales.

Anhänger und Gegner der NATO kritisieren sie



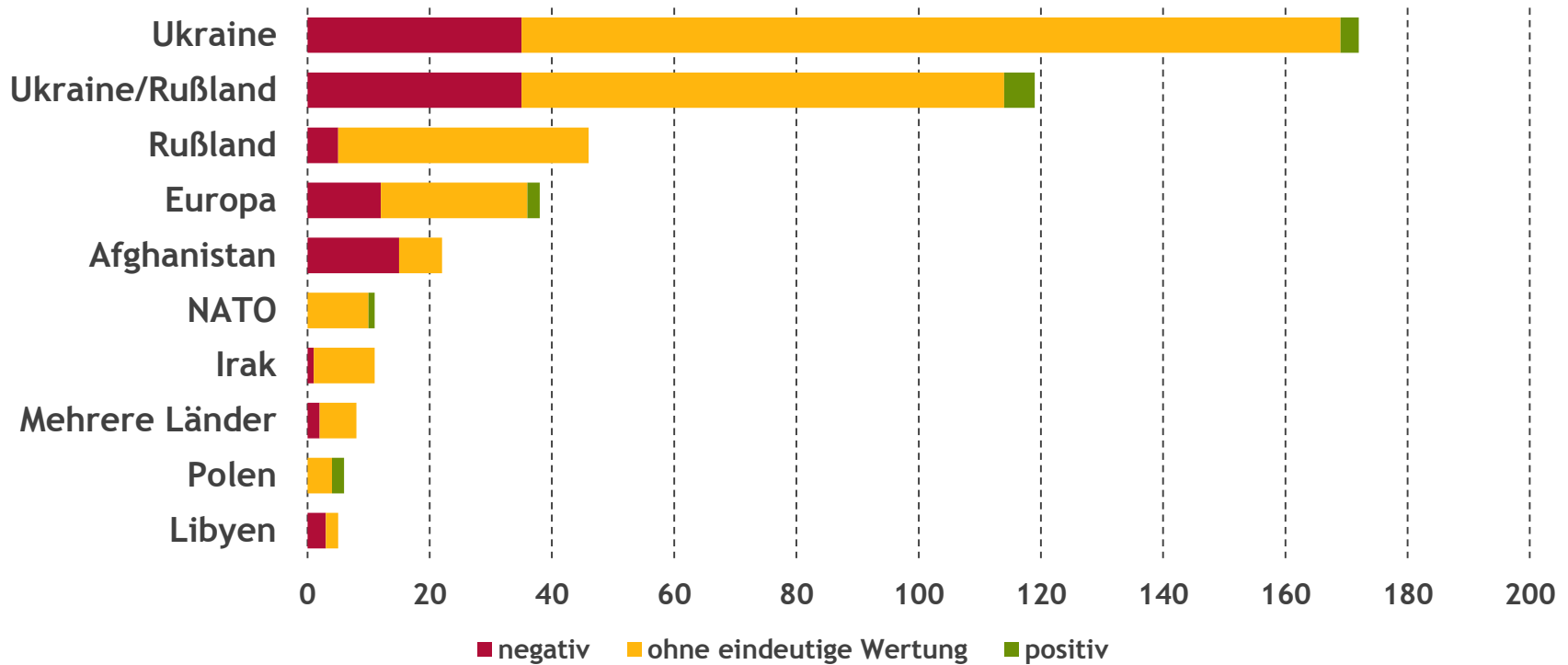
Für die einen ist die NATO eine Bedrohung des Friedens, wenn nicht der eigentliche Verursacher der Ukraine-Krise. Die anderen kritisieren die Untätigkeit des Bündnisses Russland gegenüber, aber auch ihre Abstinenz im Nahen Osten. Beides addiert sich in den Medien in negativen Bewertungen.

Auch international viel Schatten und wenig Licht



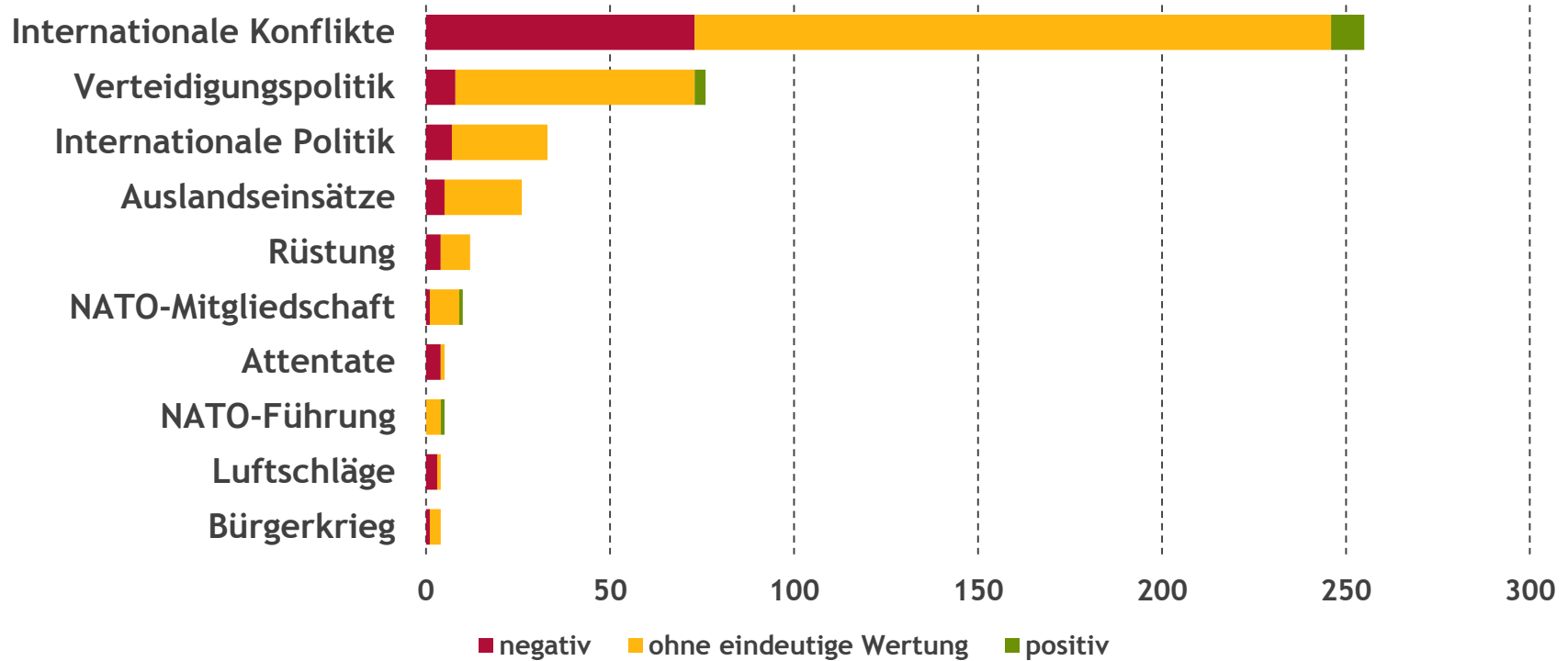
Bei diesem internationalen Bild ist anzumerken, dass deutsche Fernseh-Nachrichten wesentlich intensiver über die NATO berichten als die anderer Länder. Trotzdem bleibt festzuhalten, dass das westliche Bündnis nur sporadisch auch positive Bewertungen erhält.

Im Ukraine-Konflikt macht die NATO keine gute Figur



Einzelne NATO-Statements wie die ihres scheidenden Generalsekretärs Anders Fogh Rasmussen, der neues Engagement in Ost-Europa verspricht, finden vereinzelt positive Bewertung. Ansonsten überwiegen aber Kritik von beiden Seiten (Seite 4) - und nicht eindeutig bewertete Nachrichten.

Der NATO fehlt ein Medienprofil



Das westliche Verteidigungsbündnis kann in den internationalen Fernseh-Nachrichten auf kein klares Bild zählen. Bei den aktuellen Krisenherden prägen negative Bewertungen das Image, bei den anderen Themen weckte die NATO kein Medien-Interesse.

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