

Letzte Chance verpasst: Martin Schulz endet schlechter als Scharping 1994

Das Medienimage von Merkel und Schulz nach dem TV-Duell
Langzeit-Analyse Juli 2015 bis 14. September 2017



Basis: 11.177 Berichte über Angela Merkel, 2.296 über Martin Schulz in 20
Meinungsführer-Medien

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

Schulz scheitert aufgrund eigener Fehler

Ein Kommentar von Roland Schatz

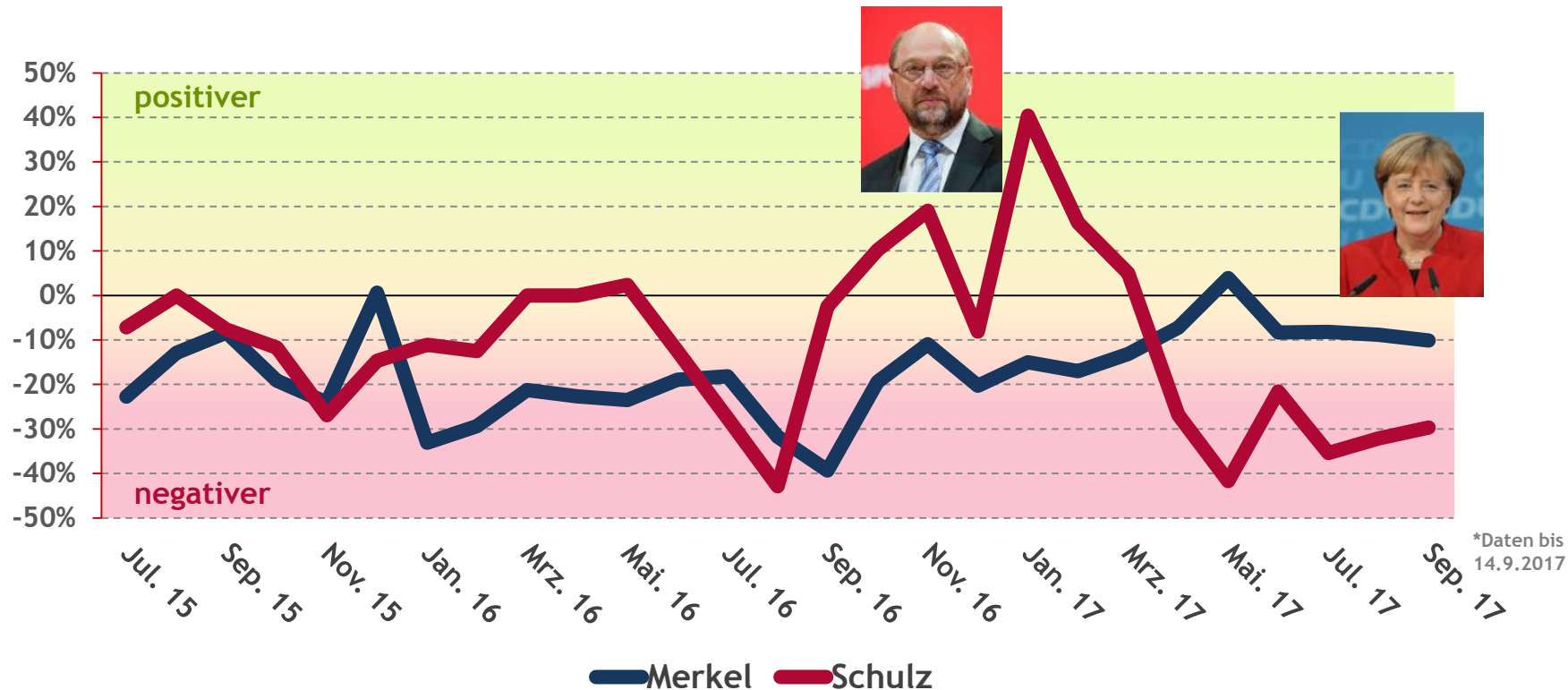


Zürich, 15. September 2017. Seit Jahrzehnten ist bekannt, dass mit dem TV-Duell der Wahlkampf erst wirklich beginnt und dass unverändert die traditionellen Medien die Agenda beeinflussen - vorher wie hinterher: Wer als Kandidat mit seinen Themen nicht in *Bild*, *Spiegel* und TV-Nachrichten ankommt, darf sich nach dem TV-Duell nicht beschweren, dass die falschen Fragen gestellt wurden. Wer unmittelbar nach dem Duell ebenfalls nicht erfolgreich ist, Journalisten von seiner Deutung zu überzeugen, hat die Wahl verloren, bevor die Urnen zum Stimmgang geöffnet werden. Und wer traut Schulz noch zu, deutsche Interessen gegen Trump, Putin oder Erdogan verfechten zu können, wenn der SPD-Kandidat sich noch nicht einmal gegen TV-Journalisten mit seinen eigenen Interessen durchzusetzen vermag?

Martin Schulz und sein Team haben keinen handwerklichen Fehler ausgelassen: Es wurde zu wenig darauf geachtet, welche Bilder vom Kandidaten entstanden, so etwa bei Schulz' Reaktion auf den Terroranschlag in Barcelona, wo eine Parteikollegin fröhlich im Hintergrund mit anderen Zuschauern gestikulierte, während Schulz versuchte, seine Betroffenheit zum Ausdruck zu bringen. Bei Wahlniederlagen wurde nicht darauf geachtet, dass er parallel zu Merkel sichtbar wird. Die Themen der Plakate lassen Andockungspunkte mit den Inhalten vermissen, die potentielle Wähler über die Meinungsführer-Medien mit dem Kandidaten und seiner Partei in Verbindung bringen. Millionen von Euros wurden sinnlos verbrannt, weil bei den diversen Kommunikations-Plattformen von Social Media über Wahlplakate bis hin zu den redaktionellen Texten von Spiegel bis Tagesthemen auf keinerlei Integration geachtet wird. Erfolg bei Wahlen (und nicht nur dort) entsteht, wenn neben dem Willen vor allem jede Menge Professionalität im Handwerk zugelassen wird. Dies ist im Bundestagswahlkampf 2017 nicht zu erkennen. Daran scheitert Martin Schulz. Seine Agenda Setting-Kompetenz war die schlechteste, die Media Tenor seit 1994, damals beim Kandidaten Scharping, gemessen hat.

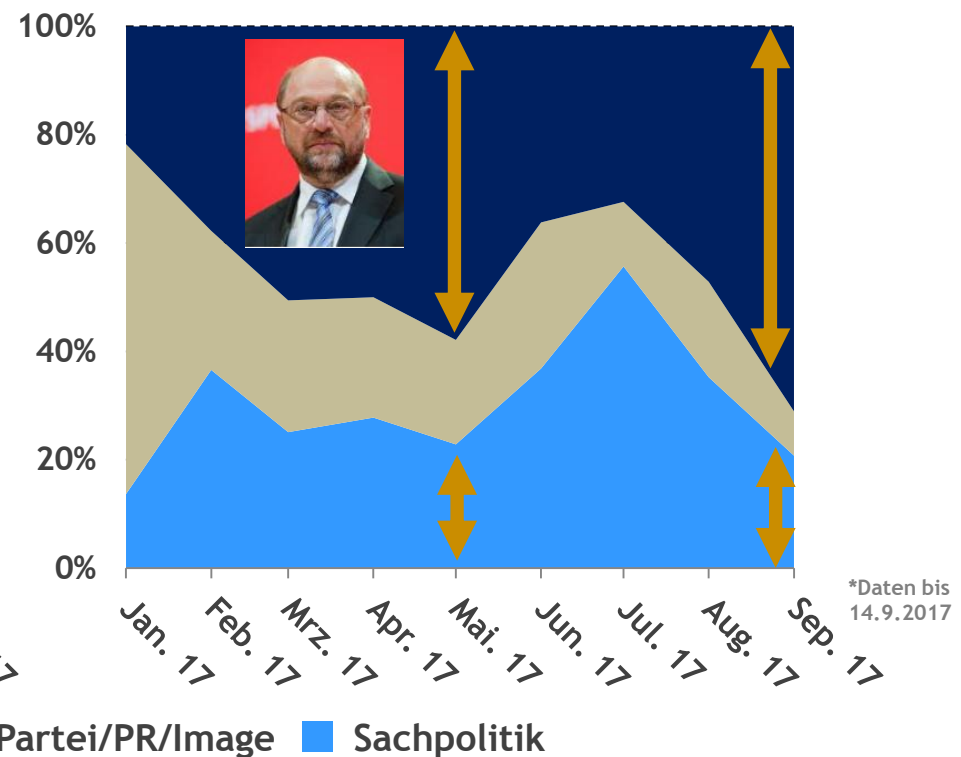
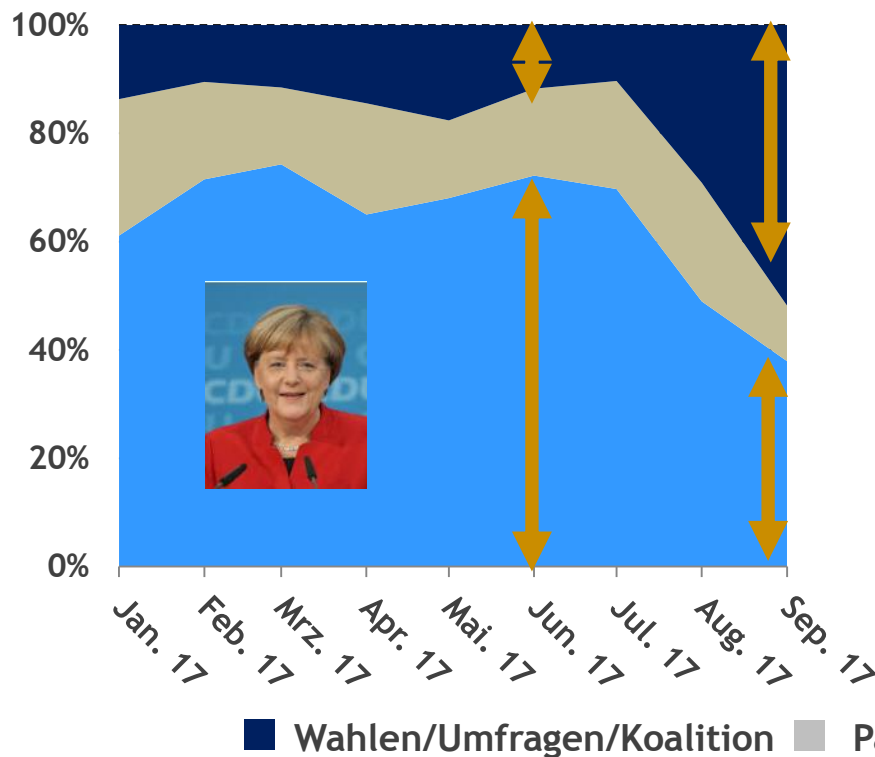
Für diese Untersuchung hat Media Tenor International alle 11.177 Berichte über Angela Merkel sowie 2.296 über Martin Schulz in 20 Meinungsführer-Medien zwischen dem 1. Juli 2015 und 14. September 2017 analysiert. Alle Beiträge wurden durch professionelle Mitarbeiter ausgewertet. Die durchschnittliche Inter-Codierer-Reliabilität lag im 1. Quartal 2017 bei 86 %.

Schulz unternimmt nichts um das TV-Duell für sich zu nutzen



Das Medien-Image des Herausforderers von Kanzlerin Merkel verbessert sich zwar nach dem TV-Duell leicht, von einem Meinungsumschwung ist dies aber weit entfernt. Schulz bleibt gegenüber Merkel chancenlos, weil er seine Themen nicht durchsetzen konnte.

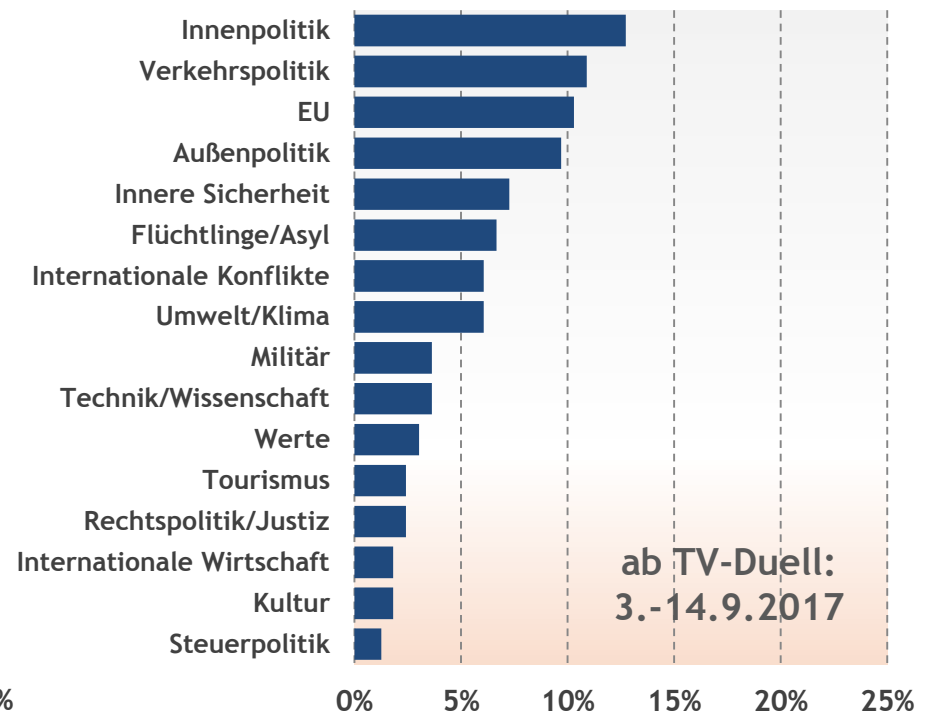
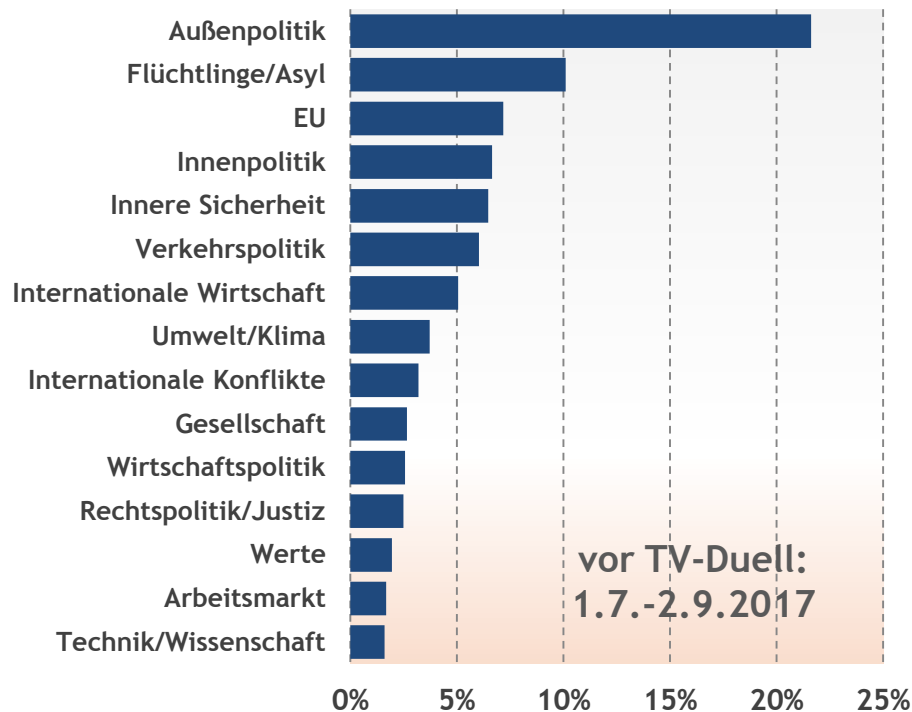
Schulz' Sachthemenoffensive fehlte die Stetigkeit



Je näher der Wahltag rückt, desto stärker bestimmen Umfragen die Berichte. Schulz hat es nicht geschafft, seine Sachthemen deutlich zu machen. Wen will Schulz von seiner Durchsetzungskraft überzeugen, wenn er schon bei Journalisten scheitert?



Merkel setzt die Themen nach ihrem Bedürfnis

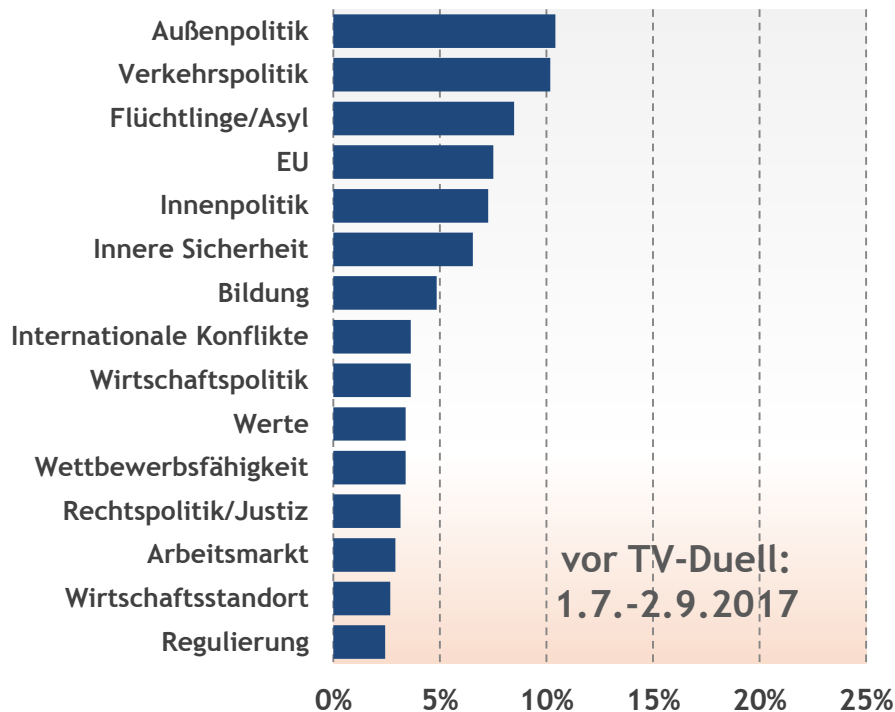


Anteil an allen Berichten über Angela Merkel

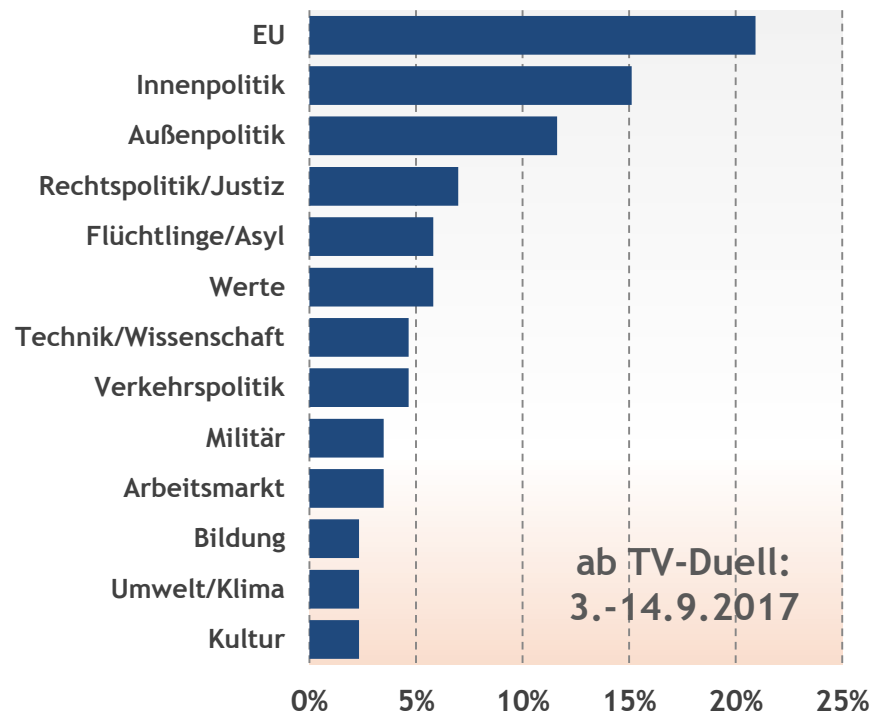
Im Endspurt zum Wahltag wird Merkel wieder stärker innenpolitisch wahrgenommen. Damit vermittelt sie rechtzeitig den Eindruck, auch in Sachen Bildung, Digitalisierung und bis zum täglichen Frust über den Verkehrsstau, Wählersorgen im Auge zu haben.



Schulz kaum mit Sozialstaatsthemen wahrgenommen

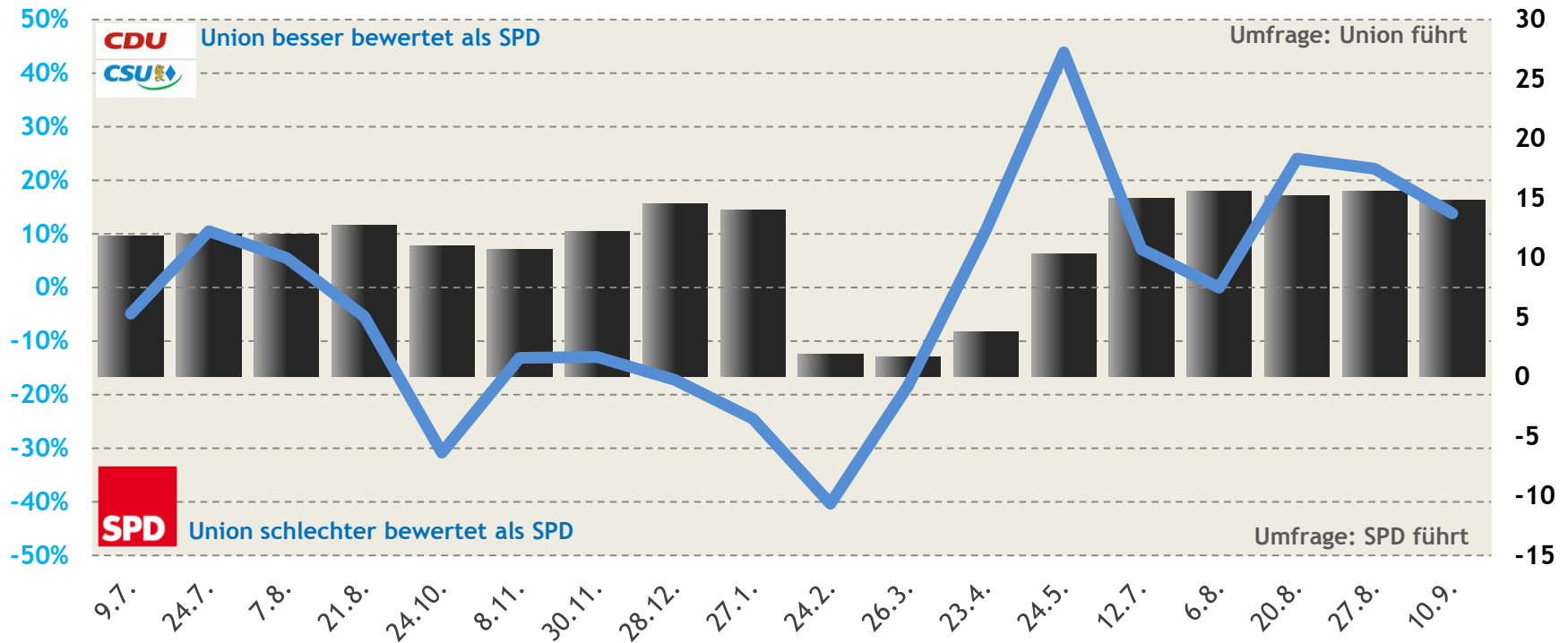


Anteil an allen Berichten über Martin Schulz



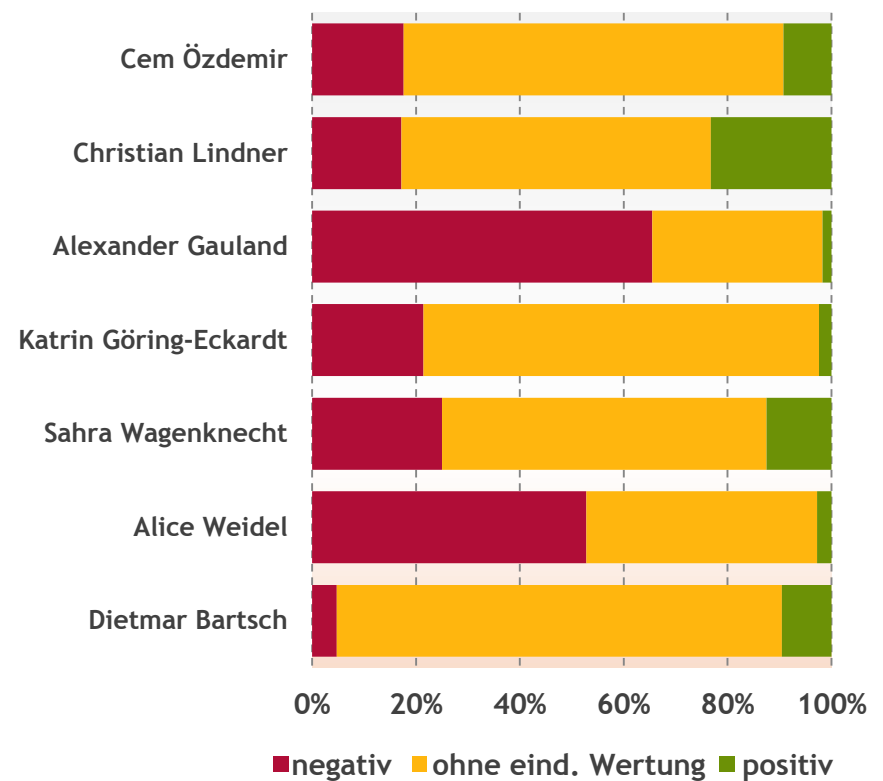
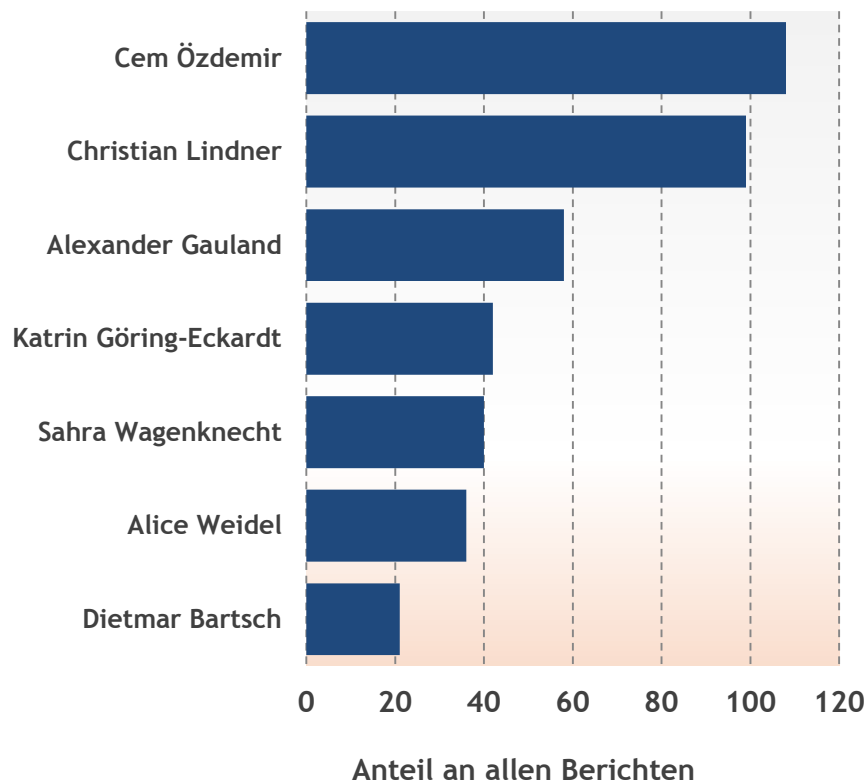
Als ehemaliger EU-Parlamentspräsident schafft es Schulz mit seiner Forderung nach einem Abbruch von EU-Beitrittsverhandlungen mit der Türkei in die Schlagzeilen. Originäre SPD-Themen wie Gerechtigkeit, Rente und Steuern bleiben weiter ohne Profil.

Zeichen stehen auf klarem Sieg der Union



Gut eine Woche vor der Bundestagswahl ist das Medien-Image der Union gegenüber der SPD so klar und stabil im Vorteil, dass eine Erschütterung nicht mehr vorstellbar ist. Auch die Differenz in den Umfragen bleibt stabil zugunsten der Union.

Lindner bleibt als einziger Kandidat mit positivem Image



Jenseits von Union und SPD führen die Spitzenkandidaten der anderen Parteien weitgehend ein Schattendasein. Obwohl außerparlamentarisch unterwegs, verschafft sich FDP-Chef Lindner Gehör und steht als einziger Kandidat mit einem positiven Medien-Image da.

Medien-Set

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