

Merkel-Show wird für CDU zunehmend zur Last

Das Medienbild der CDU vor ihrem Bundesparteitag in Köln

- *Merkel ist 2014 auf dem Höhepunkt ihres Ansehens*
- *Themenprofil der CDU ist von Merkels Themen geprägt*
- *Neben Merkel kaum andere Spitzenpolitiker sichtbar*

The logo of the Christian Democratic Union (CDU) of Germany, consisting of the letters 'CDU' in a bold, red, sans-serif font.

Basis:
27.110 Berichte über deutsche Parteien und Politiker
in 19 deutschen Meinungsführer-Medien

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

Die CDU bleibt ohne Merkel blass

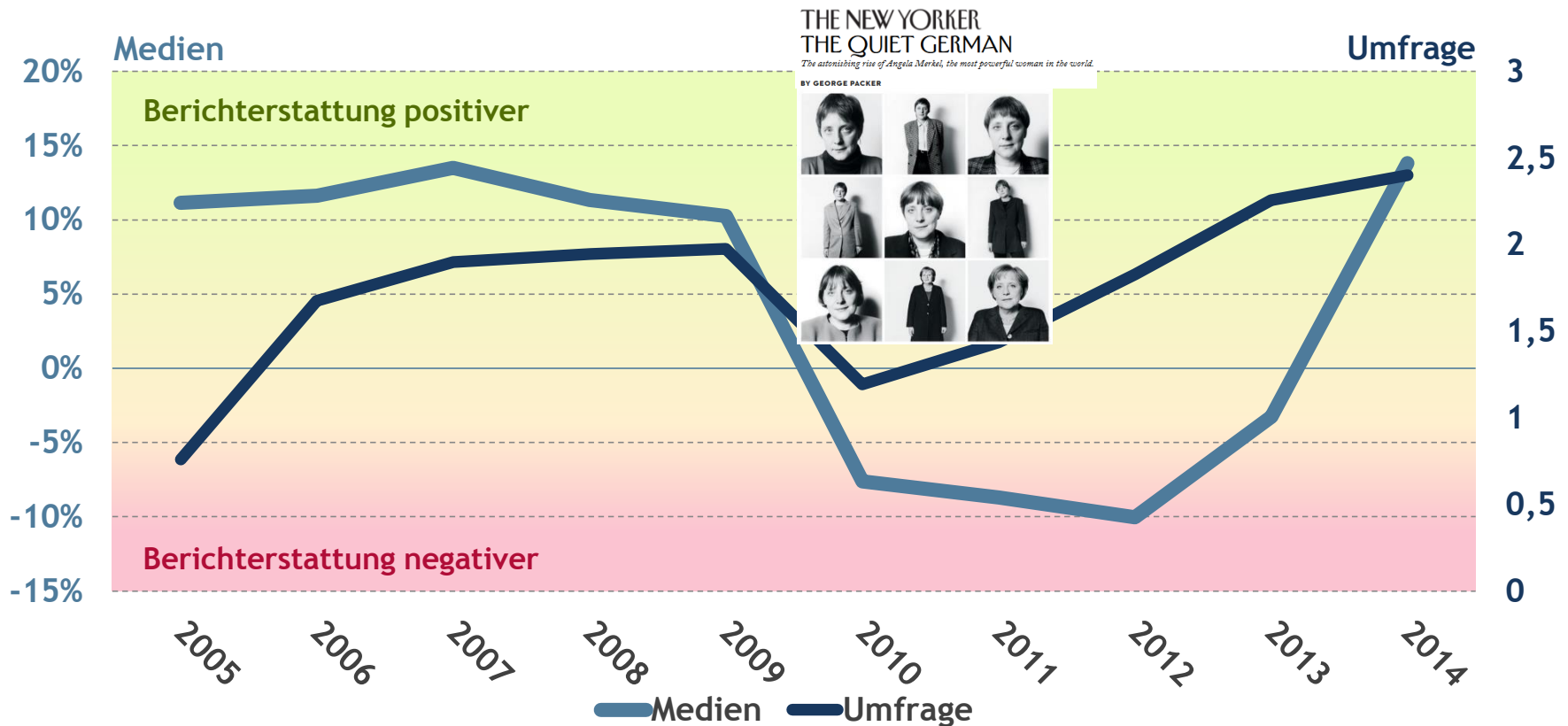
Rapperswil, 8. Dezember 2014. Das Medienimage der CDU ist vor ihrem Parteitag stärker denn je von ihrer Parteivorsitzenden Angela Merkel abhängig. Diese befindet sich aber auf dem Höhepunkt ihres Ansehens - in den Medien wie in der Bevölkerung.

„Jenseits der Parteivorsitzenden gibt es weder Köpfe noch Themen, mit denen die CDU tatsächlich öffentlichkeitswirksam wahrgenommen wird“, sagt Roland Schatz, Gründer und CEO von Media Tenor International. „Generalsekretär Tauber bleibt genauso blass wie Merkels Stellvertreter. Allein die Politiker mit Regierungsverantwortung im Bund sind stärker sichtbar.“

Dies hat vor allem Auswirkungen auf das Themenprofil der Partei: Themen wie Außenpolitik, NSA und Spionage sowie die Bedrohung durch den IS-Terror dominieren die Berichterstattung zur CDU und ihren Politikern. Demgegenüber rangieren Themen wie Arbeitsmarkt, Steuern, Rente oder Bildung deutlich weiter unten auf der Agenda. „Hinzu kommt, dass die Union sich nicht von der mitregierenden SPD abgrenzen kann. Beide Parteien werden in den Medien gleich beurteilt, Erfolge und Misserfolge werden beiden zugerechnet. Differenzierung findet nicht statt“, beklagt Schatz.

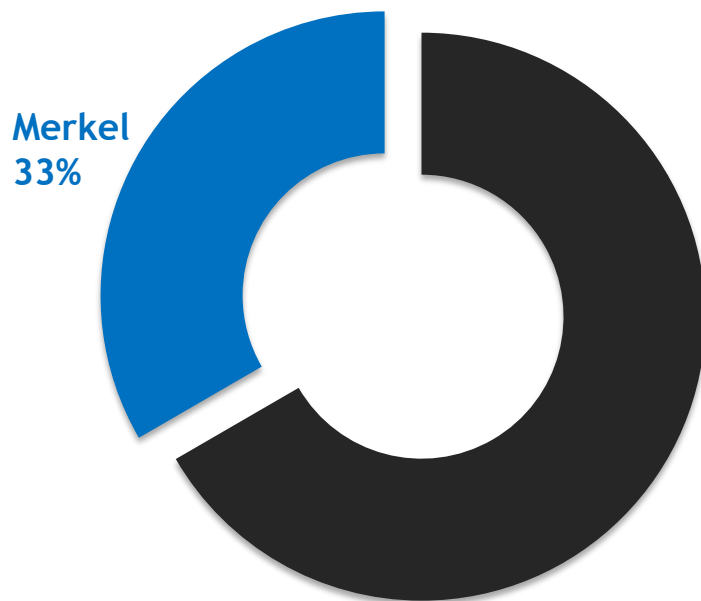
Media Tenor hat für diese Studie alle 7.947 Berichte über CDU-Politiker in 19 deutschen Meinungsführer-Medien vom 17.12.2013-4.12.2014 ausgewertet. Darüber hinaus alle 27.110 Berichte über die Parteien und ihre Politiker. Die durchschnittliche Inter-Kodierer-Reliabilität lag im 3. Quartal 2014 bei 87,15 %.

Merkel auf dem Höhepunkt ihrer Beliebtheit

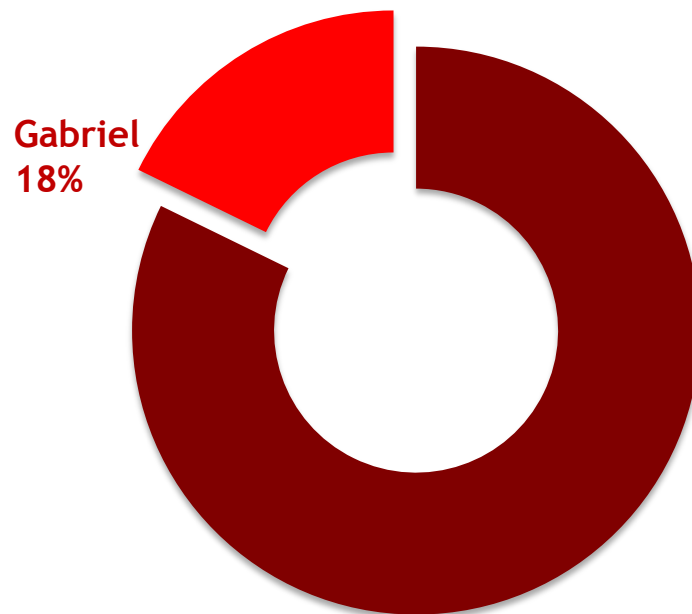


Die Medien haben 2014 so positiv über Kanzlerin Merkel berichtet wie in den letzten zehn Jahren nicht. Ihr Handeln in der Euro-Schuldenkrise und mit Blick auf die Energiewende haben ihr Image zwischenzeitlich belastet.

Merkel dominiert die CDU deutlich stärker als Gabriel die SPD



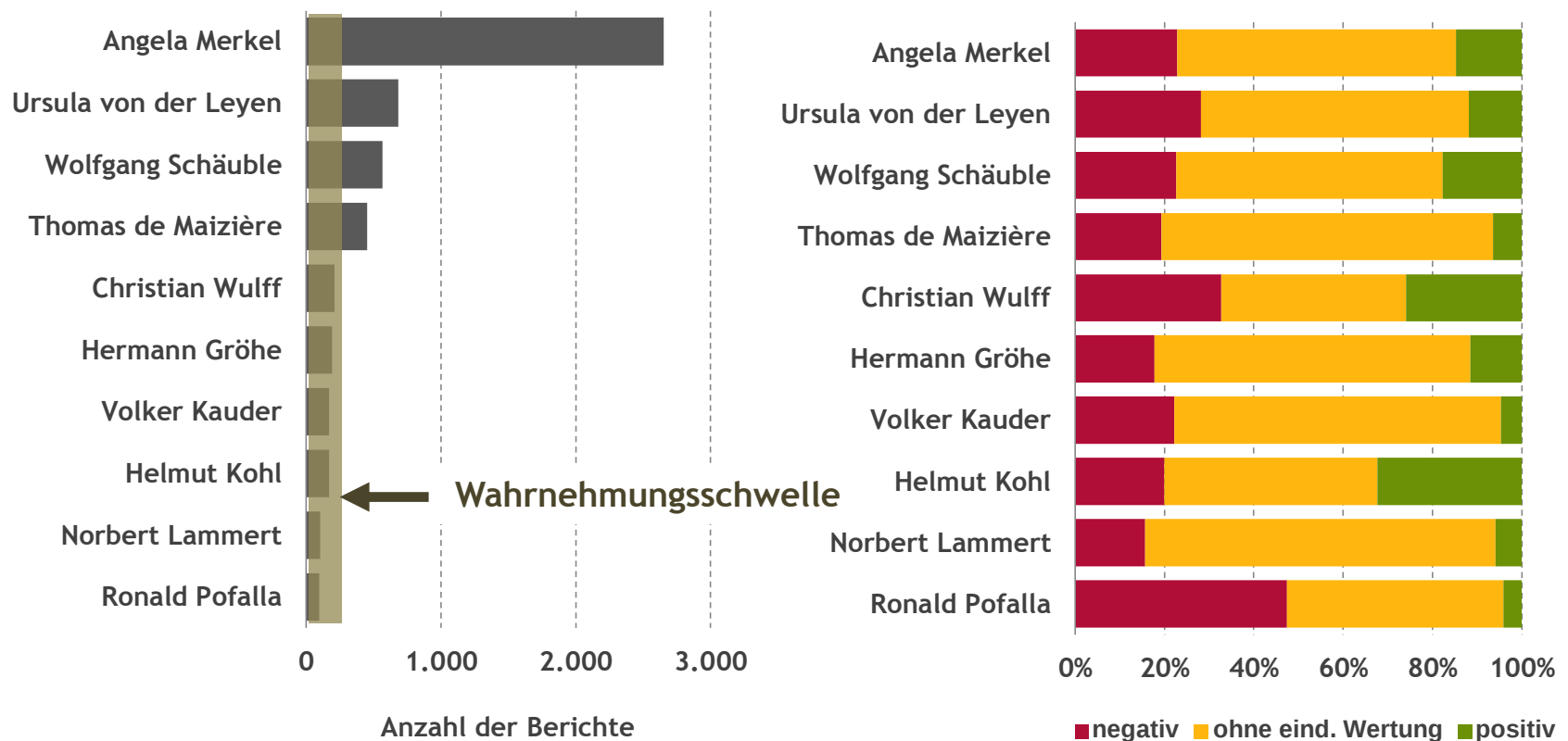
Andere CDU-Politiker
67%



Andere SPD-Politiker
82%

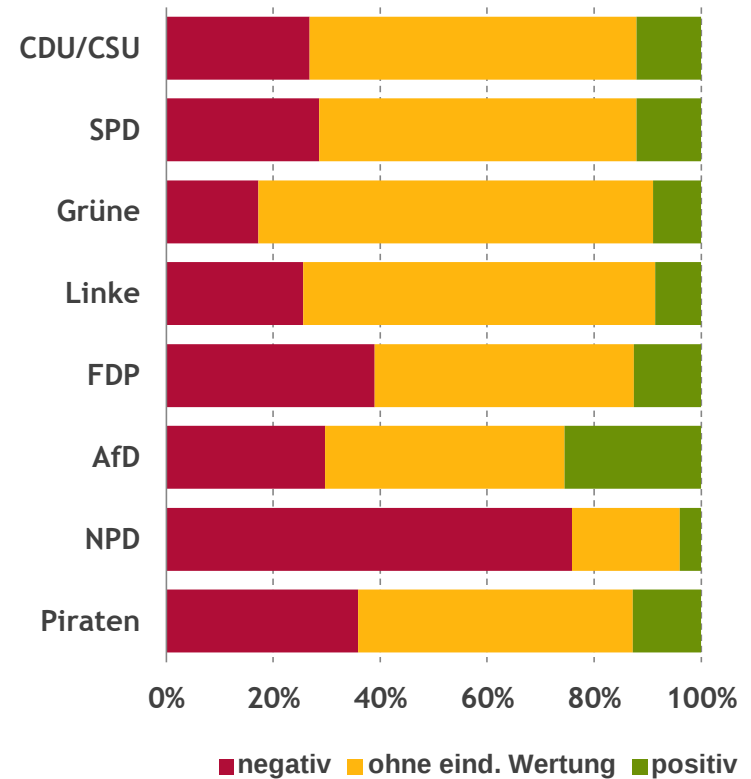
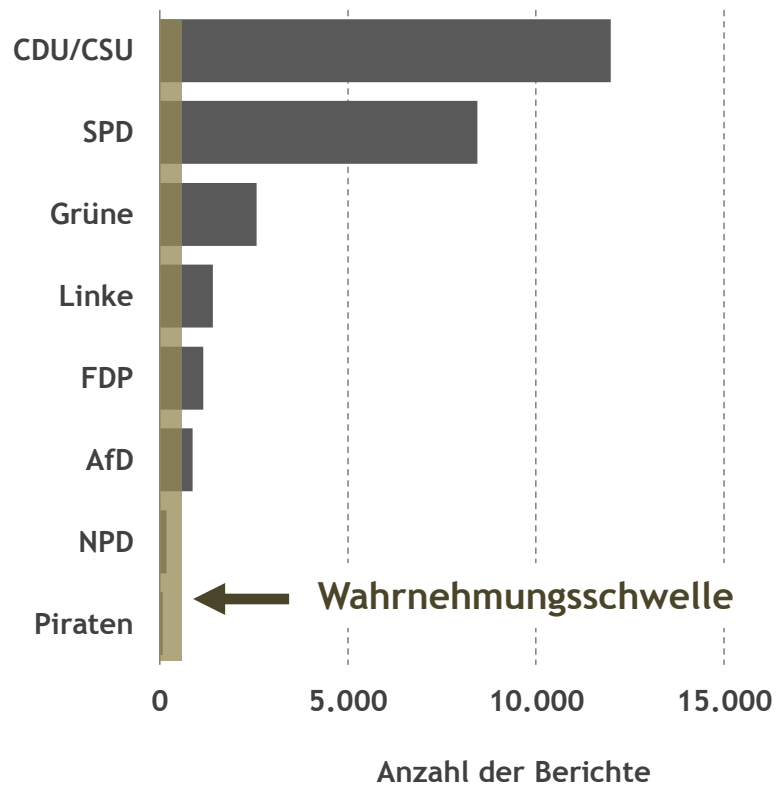
► In einem Drittel aller Berichte über CDU-Politiker spielt Parteichefin Merkel eine Rolle - was als Hinweis auf die starke Stellung der Parteichefin gedeutet werden kann. Bei SPD-Chef Gabriel sind dies nicht einmal 20 Prozent.

Merkel-Show spitzt sich in dritter Amtszeit weiter zu



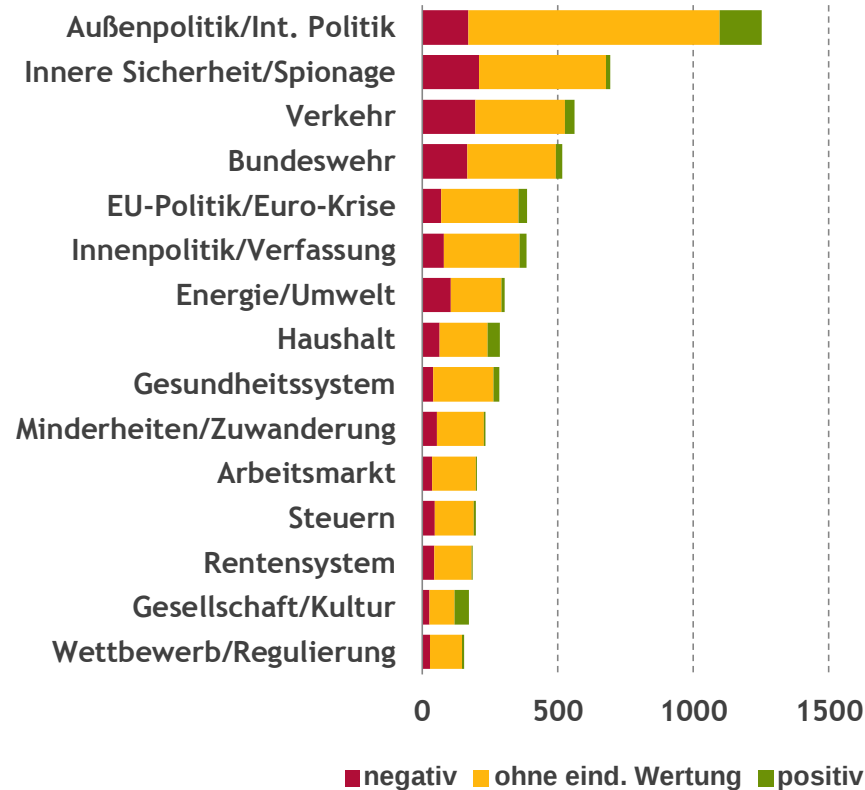
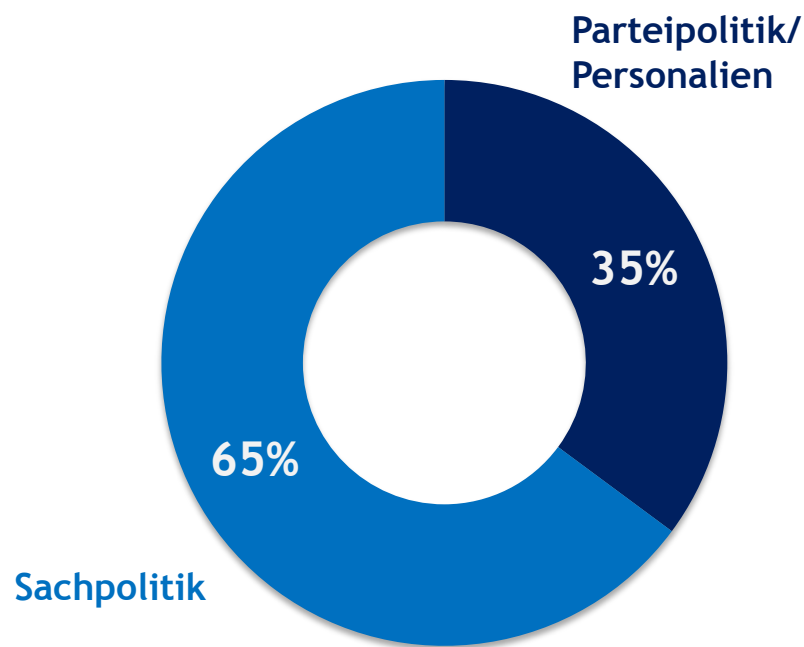
Von den Stellvertretern der Parteivorsitzenden ist nur Ursula von der Leyen sichtbar, allerdings im wesentlichen aufgrund ihrer Rolle als Verteidigungsministerin. Generalsekretär Tauber ist nicht unter den Top 10, dafür aber Fraktionschef Volker Kauder.

Union und SPD können sich nicht abgrenzen



Die Regierungsparteien bekommen Dreiviertel der Aufmerksamkeit der Medien. Dabei differenzieren die Medien kaum zwischen den Parteien der GroKo: Erfolge und Misserfolge werden beiden zugerechnet. Die Opposition hat große Probleme wahrgenommen zu werden.

Klarer Schwerpunkt auf der Außenpolitik



Die Merkel-Dominanz spiegelt sich auch im Themen-Image wider: Ein Drittel aller Berichte galt außenpolitischen Themen, der Bedrohung durch IS-Terroristen oder der Spionage-Debatte. Von innenpolitischen Themen bekam nur die Maut-Diskussion größere Beachtung.

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
February 19 – 21, 2015



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