

SPD-Medien-Image so schlecht wie zuletzt zur Edathy-Affäre

Die Wahrnehmung von Martin Schulz und der SPD vor ihrem Parteitag in Dortmund in deutschen Meinungsführer-Medien
2012-2017



Basis: 47.421 Berichte über die SPD und ihre Politiker in 20 deutschen Meinungsführer-Medien

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

Schulz und SPD nutzen ihre Medien-Chancen nicht

Wien, 24. Juni 2017. Erfolgreiche Politiker nutzen die Medien-Aufmerksamkeit für konkrete Inhalte und Ziele. Martin Schulz und seinem Team gelang es in den ersten sechs Monaten seit seiner Nominierung nicht, den Vertrauensvorschuss seitens der Medien aufrecht zu halten. Das Medien-Image der SPD liegt vor dem Start zum Parteitag in Dortmund so tief wie zuletzt bei der Edathy-Affäre.

Die Berichte über Schulz waren zu lange reduziert auf Umfragetrends, die letztlich nur Reflexe von Medienberichten sind. Seine Position in sachpolitischen Fragen lag über Monate unter 25% der Berichterstattung. Der Anteil steigt im Juni, aber sein Image ist schon „gemacht“. Die am Montag präsentierten Vorschläge zur Steuerreform brachten keinen Stimmungswandel.

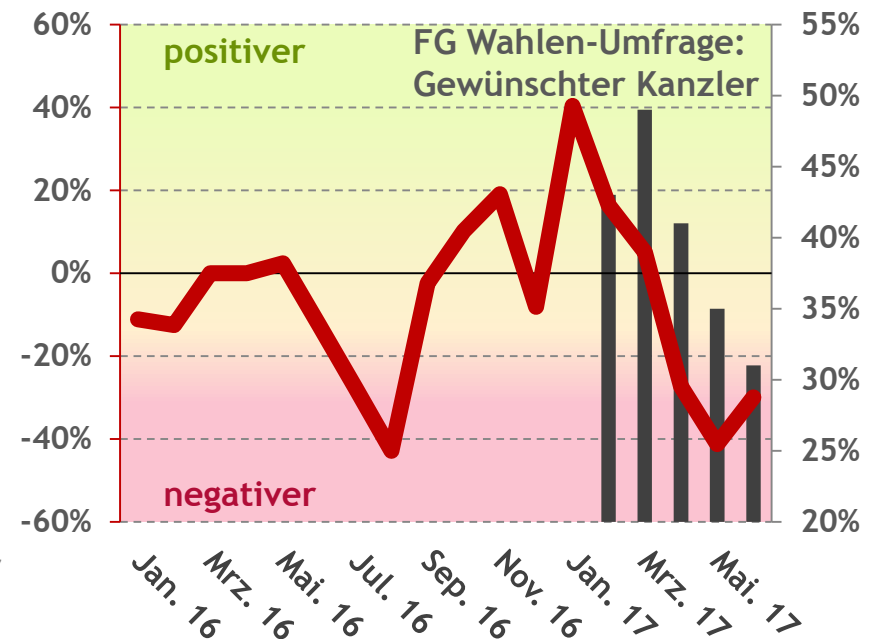
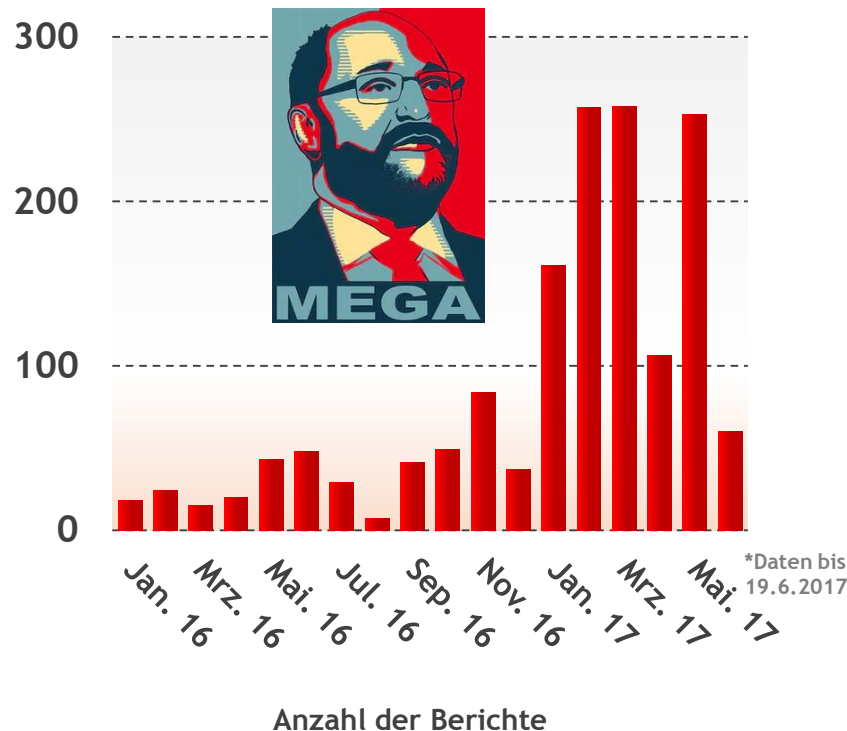
Laut ifo wachsen Wirtschaft und Arbeitsmarkt weiter. Der SPD gelingt es nicht, auf Basis der realen Wirtschaftslage Themen zu verdeutlichen, die ihre Kompetenz als Gestalter einer starken Bundesrepublik deutlich macht. Das Kleinreden findet in der Medienwirklichkeit keinen Anknüpfungspunkt.

Dagegen kann CDU-Chefin Merkel den teils mächtigen Überhang negativer Wertungen rechtzeitig zum Start des Bundestagswahlkampfes abbauen und startet mit ungewöhnlich positivem Medienimage in die entscheidende Phase. Das gelang weder Kohl 1998 noch Schröder 2002.

Für diese Untersuchung hat Media Tenor International alle 47.421 Berichte über die SPD und ihre Politiker in 20 tonangebenden Medien zwischen dem 1. Januar 2012 und dem 19. Juni 2017 analysiert. Alle Beiträge wurden durch professionelle Mitarbeiter ausgewertet. Die durchschnittliche Inter-Codierer-Reliabilität lag im 1. Quartal 2017 bei 86 %.

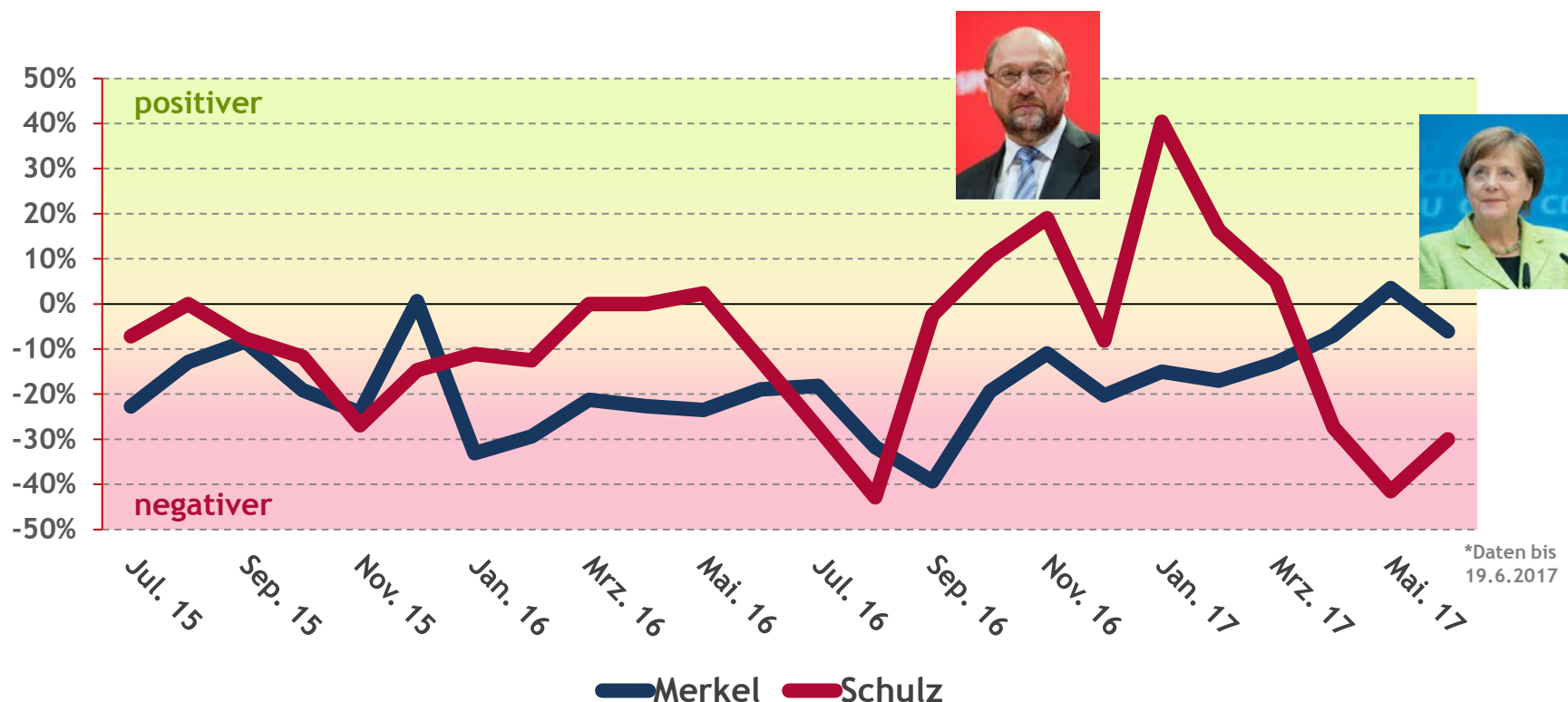
Kontakt: Roland Schatz - r.schatz@mediatenor.com

Schulz konnte Medienhype nicht halten und mit Inhalt füllen



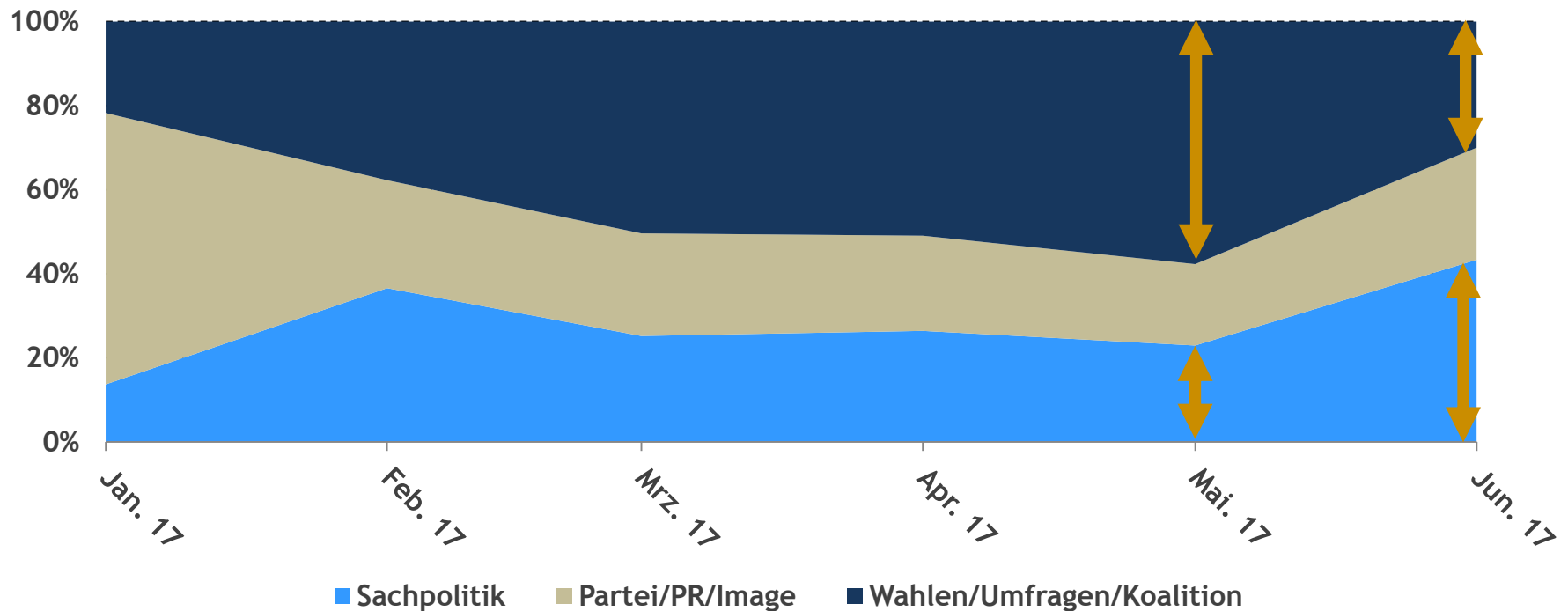
► Erfolgreiche Politiker nutzen die Medien-Aufmerksamkeit für konkrete Inhalte und Ziele. Martin Schulz und seinem Team gelang es in den ersten sechs Monaten seit Nominierung nicht, den Vertrauensvorschuss seitens der Medien aufrecht zu halten.

Merkel mit Vorsprung in die entscheidende Wahlkampfphase



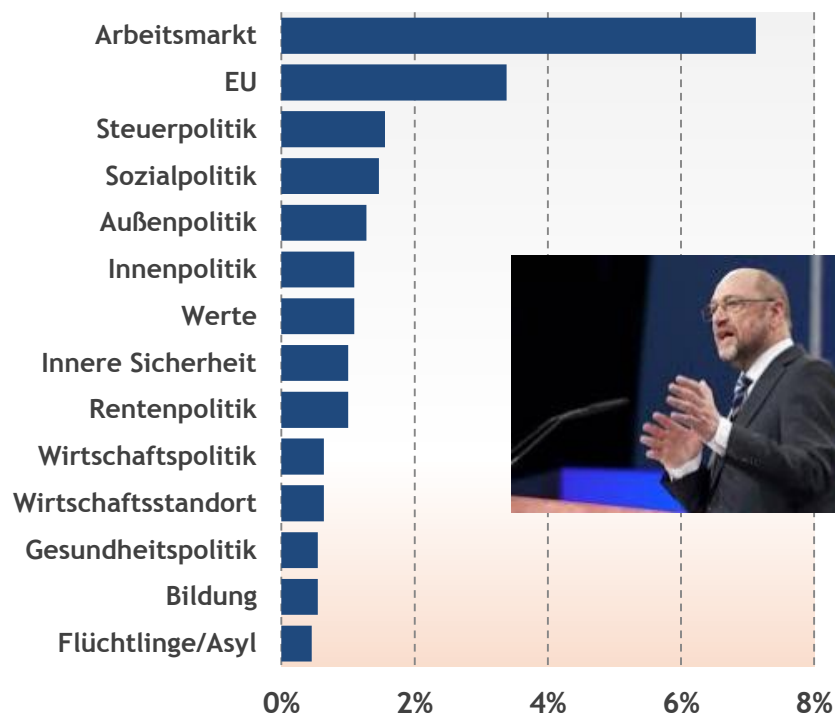
Rechtzeitig zum Bundestagswahlkampf kann CDU-Chefin Merkel den teils mächtigen Überhang negativer Wertungen abbauen und startet mit ungewöhnlich positivem Medienimage in die entscheidende Phase. Das gelang weder Kohl noch Schröder.

Herausforderer benötigen 50% Sichtbarkeit für Sachpolitik

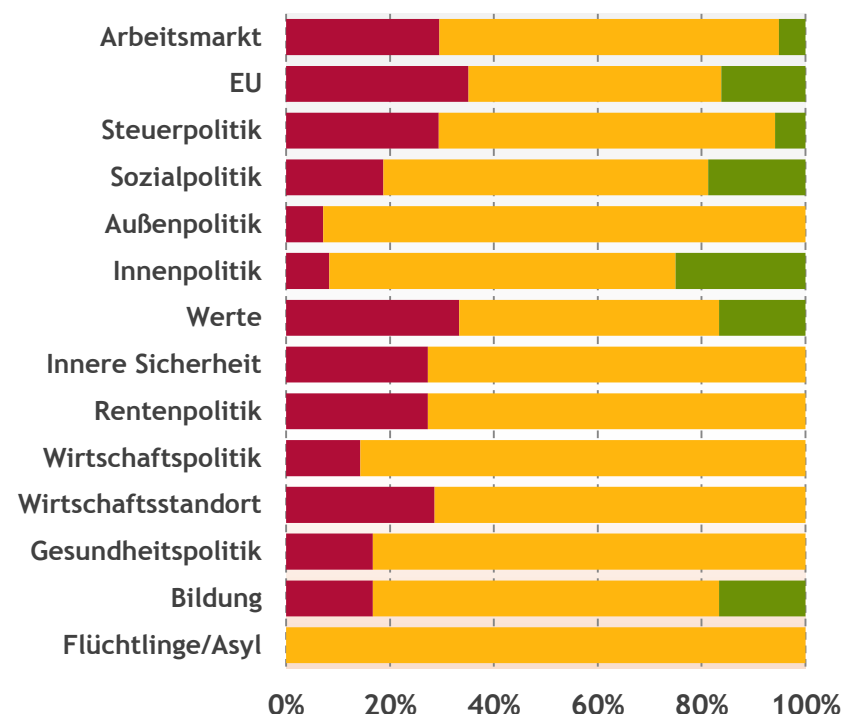


Die Berichte über Schulz zu lange getrieben von Umfragen, die letztlich nur Reflex von Medien sind. Seine Position in sachpolitischen Fragen lag über Monate unter 25% der Berichterstattung. Der Anteil steigt nun wieder, aber sein Image ist schon „gemacht“.

Medien zweifeln an fast allen Programmpunkten



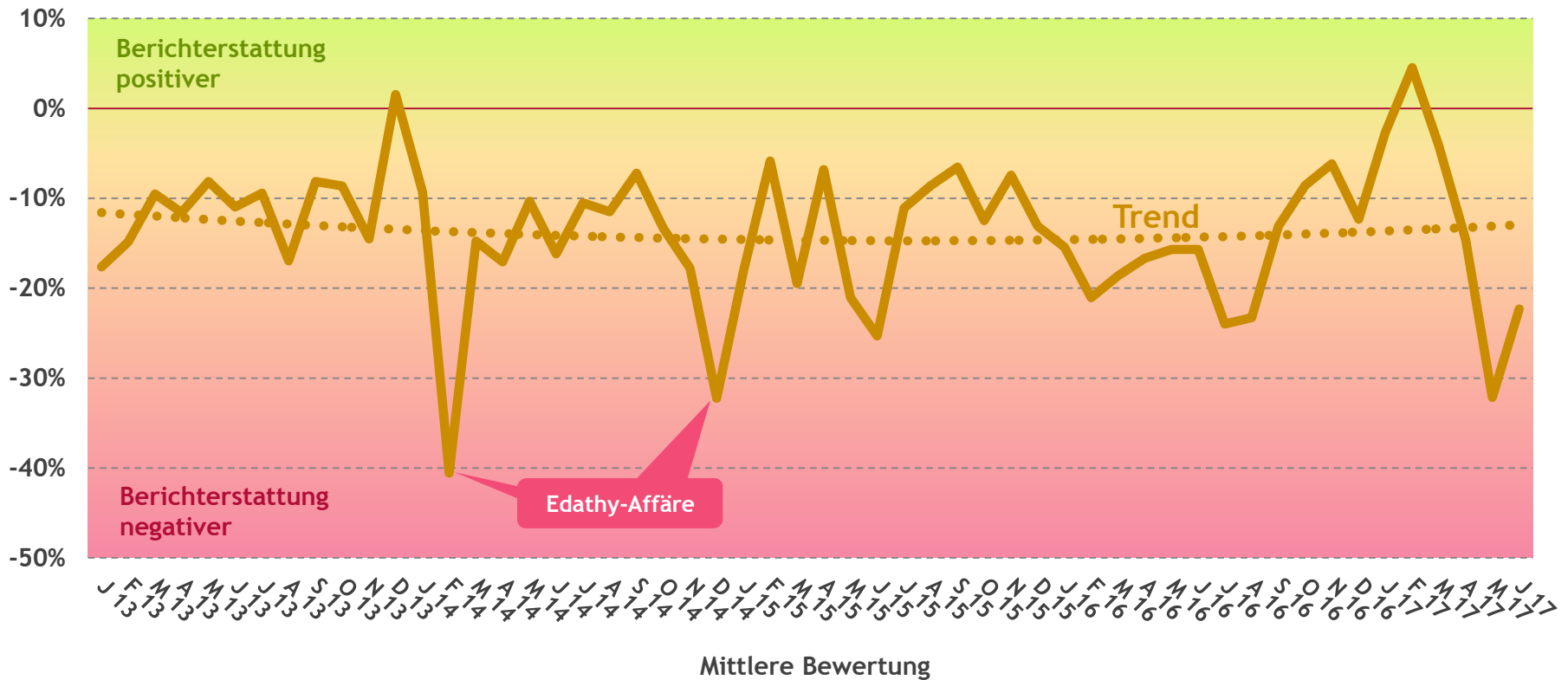
Anteil an allen Berichten über Martin Schulz



■ negativ ■ ohne eind. Wertung ■ positiv

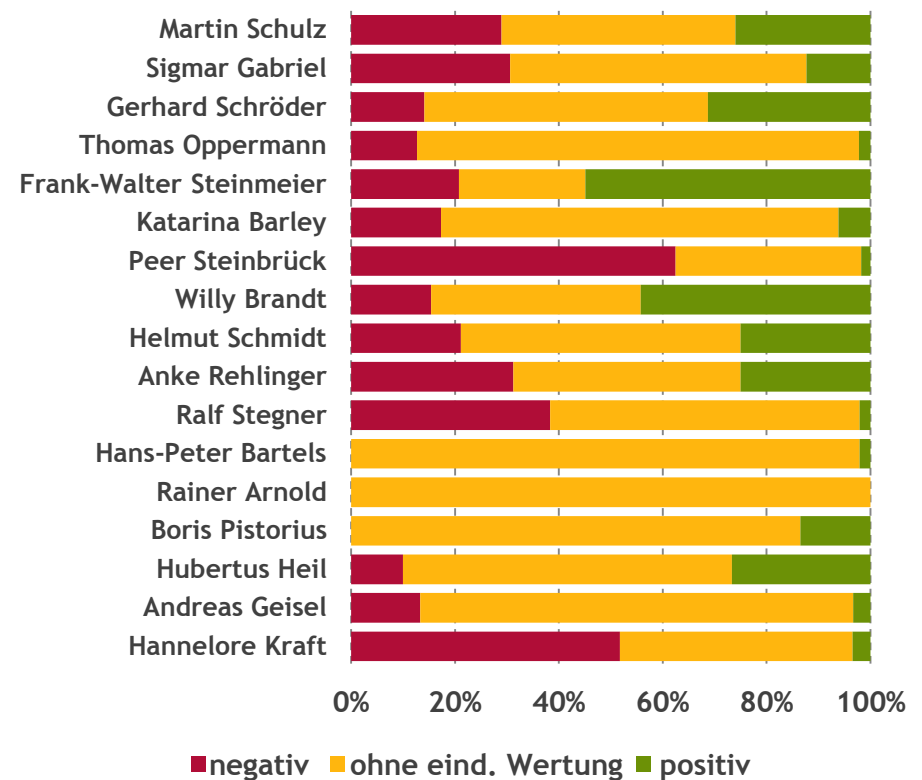
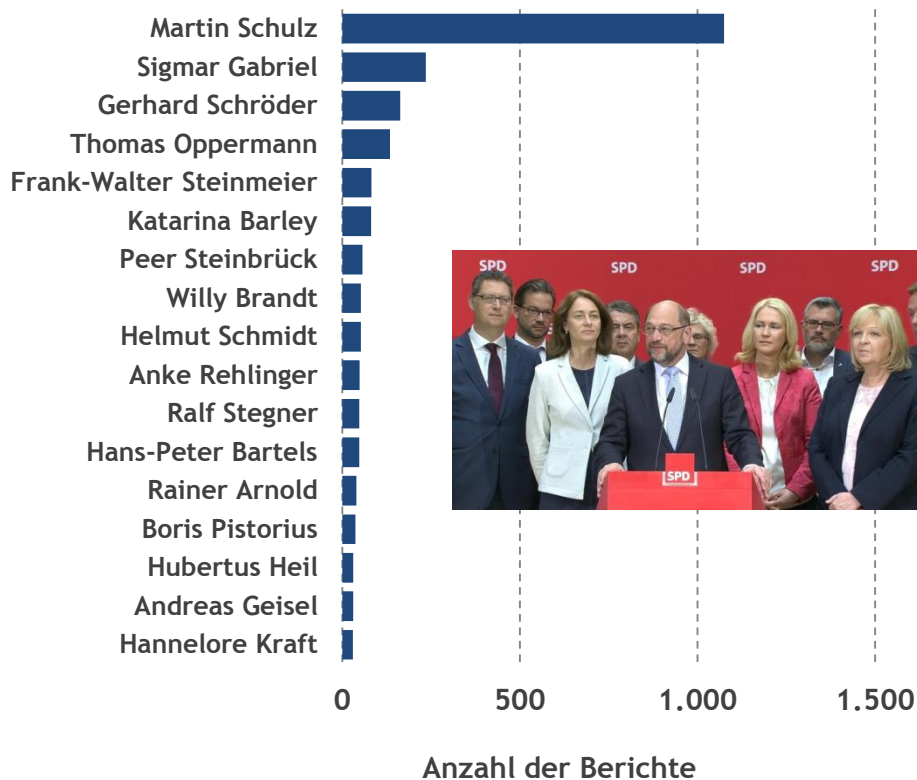
Bei Arbeitsmarkt und EU, mit denen die Medien Schulz in den ersten 6 Monaten stark in Verbindung brachten, gelingt es dem neuen SPD Vorsitzenden nicht, die Journalisten zu überzeugen. Nur bei Innen-, Sozial- und Bildungspolitik sieht es etwas besser aus.

SPD-Image so schlecht wie zuletzt zur Edathy-Affäre



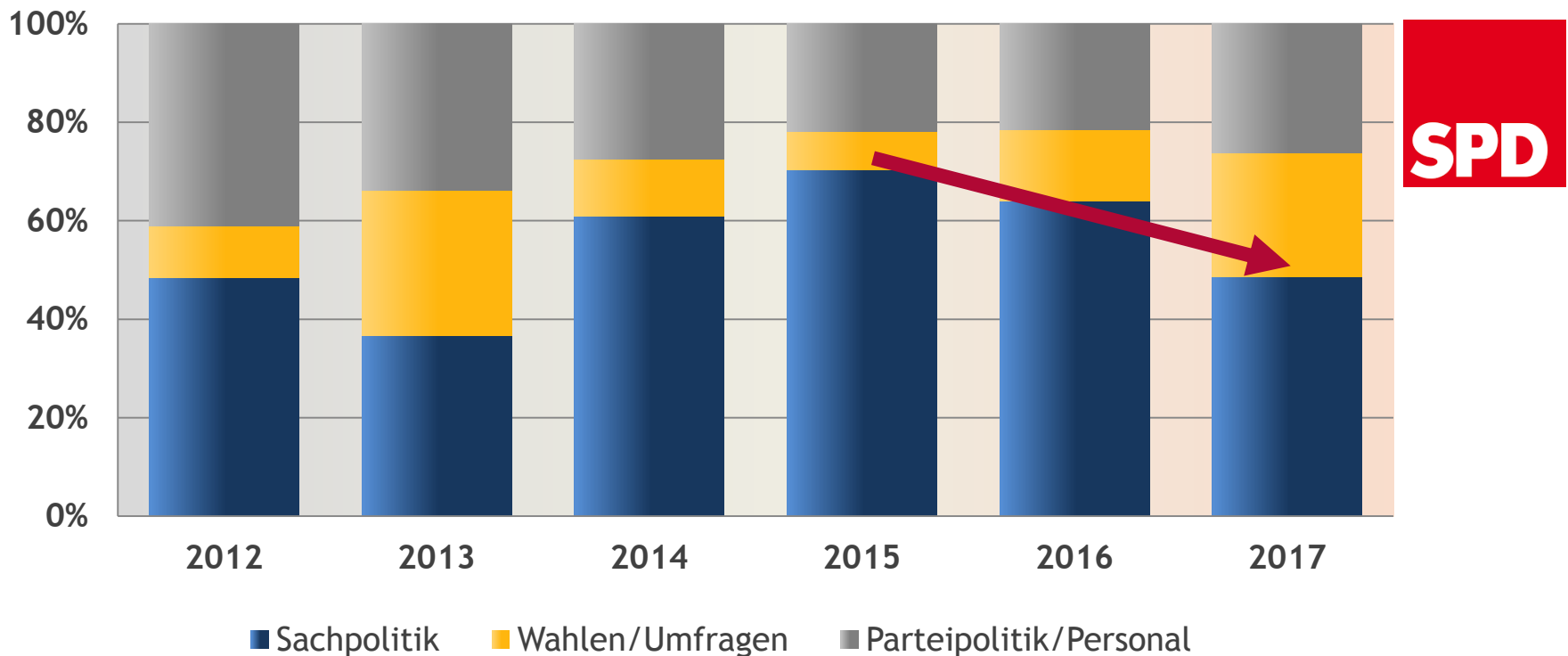
Nach der Nominierung von Schulz Ende Januar 2017 dreht das SPD-Image ungewöhnlich schnell in positive Resonanz mit dem Höhepunkt der 100-Prozent-Wahl des Parteichefs beim Parteitag im März. Die Wahlniederlagen konfrontieren die SPD wieder mit der Realität.

Strategie einer Martin Schulz-Show ist nicht aufgegangen



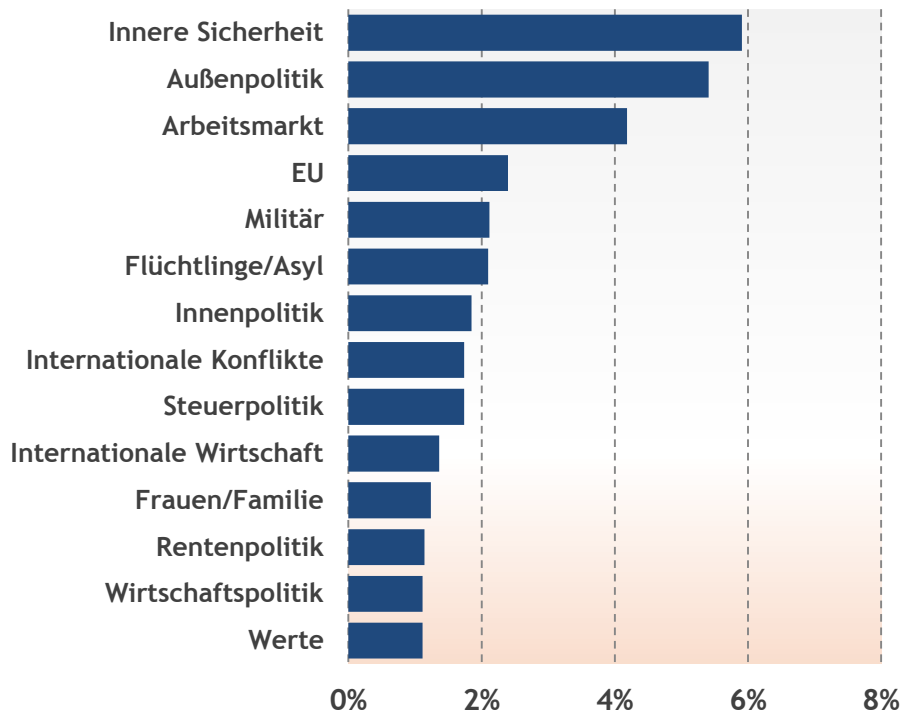
Mit Gerhard Schröder, Peer Steinbrück, Willy Brandt und Helmut Schmidt erhalten „inaktive“ SPD-Politiker mehr Raum als viele aus der aktuellen SPD-Führungsriege. Nur Heil, Pistorius, Bartels und Arnold kommen auf einen positiven Saldo - bei geringer Sichtbarkeit.

SPD bei Sachthemen schon im Juni unter 50 Prozent



Im Wahljahr bleiben die Inhalte mit nahendem Wahltag stärker auf der Strecke, weil die Medien Parteiengzerre und Umfragen den Vorrang geben. Für die SPD ist dies 2017 schon in einer frühen Phase des Wahlkampfes zu beobachten.

SPD-Bild in Medien trifft nicht die Bedürfnisse der Menschen



ifo INSTITUT

Leibniz-Institut für Wirtschaftsforschung
an der Universität München e.V.

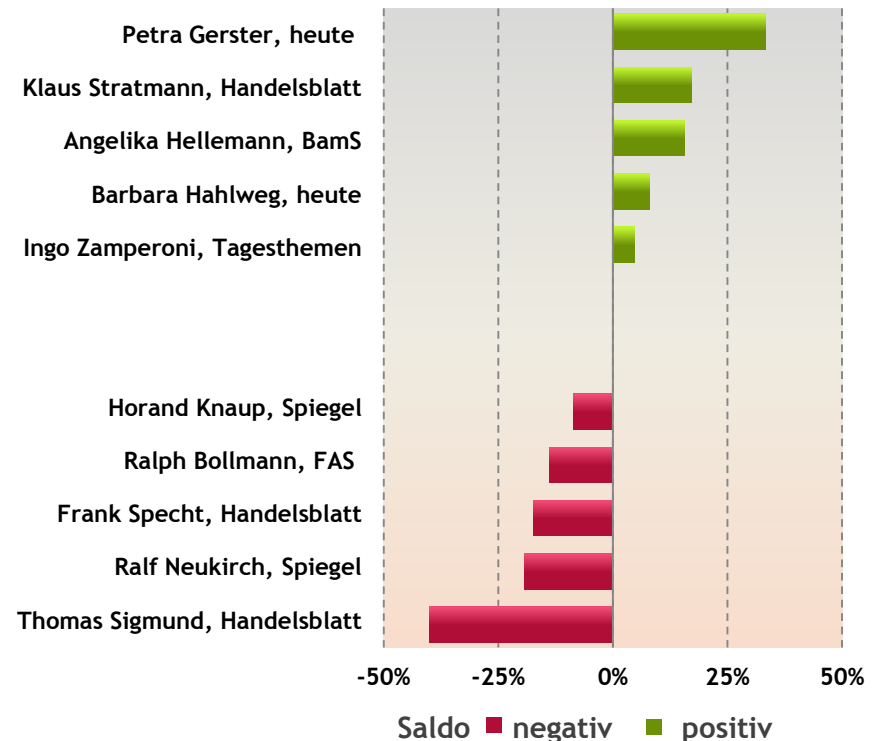
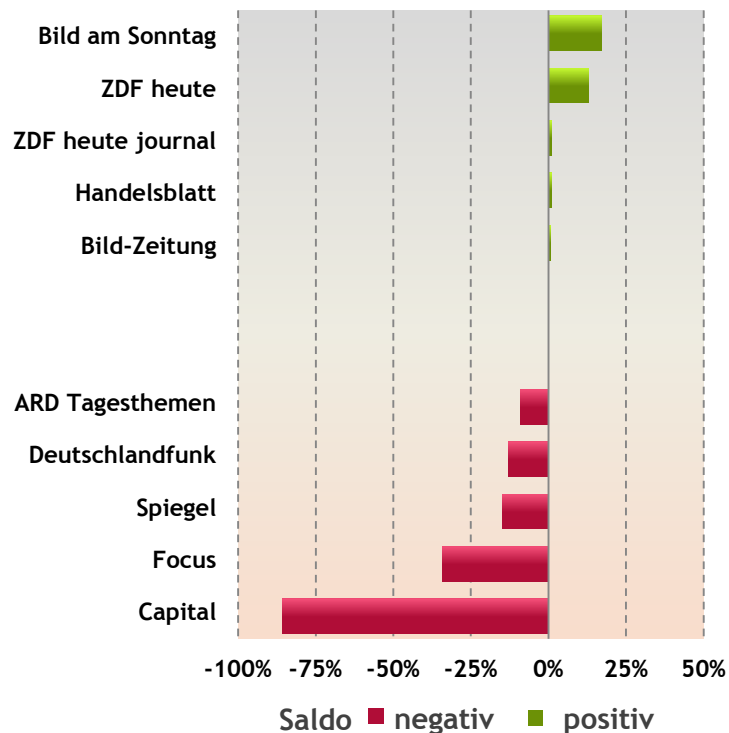
„Die deutsche Wirtschaft ist stark und stabil. Wir erleben gerade ein so kräftiges erstes Halbjahr, dass uns der Schwung bis ins kommende Jahr trägt.“

„Die Unternehmen beurteilen die Aussichten im ifo Konjunkturtest als so glänzend wie noch nie seit 1990.“

„Die Beschäftigtenzahl wird der Prognose zufolge von 43,6 Millionen Menschen im vergangenen Jahr über 44,2 Millionen in diesem auf 44,6 Millionen steigen, so viel wie noch nie.“

Laut ifo wachsen Wirtschaft und Arbeitsmarkt weiter. Der SPD gelingt es nicht, auf Basis der realen Wirtschaftslage Themen zu verdeutlichen, die ihre Kompetenz als Gestalter einer starken Bundesrepublik deutlich macht. Das Kleinreden findet in der Medienwirklichkeit keinen Anknüpfungspunkt

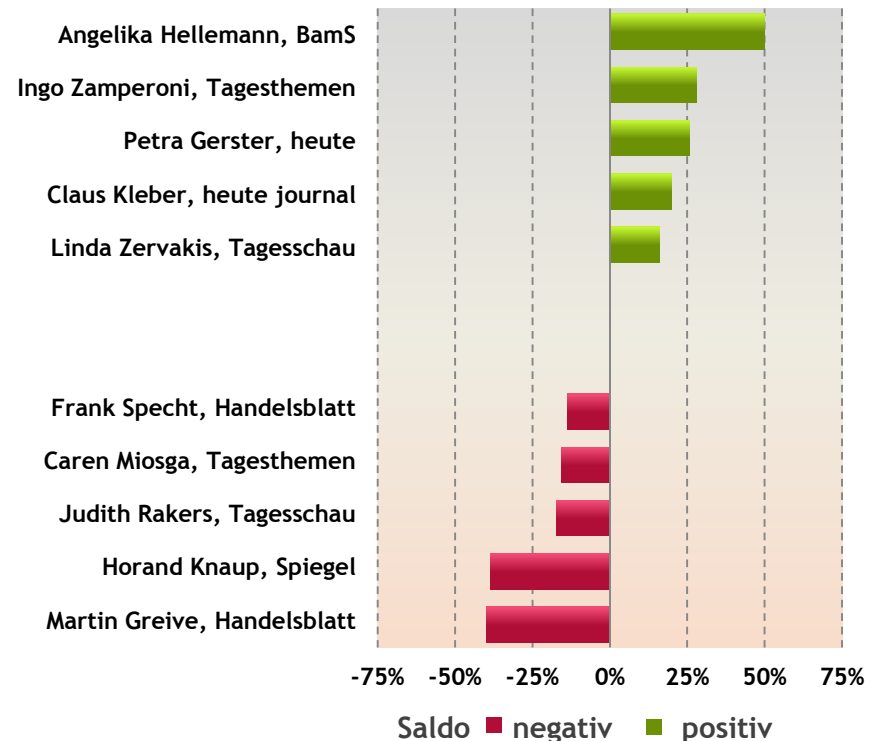
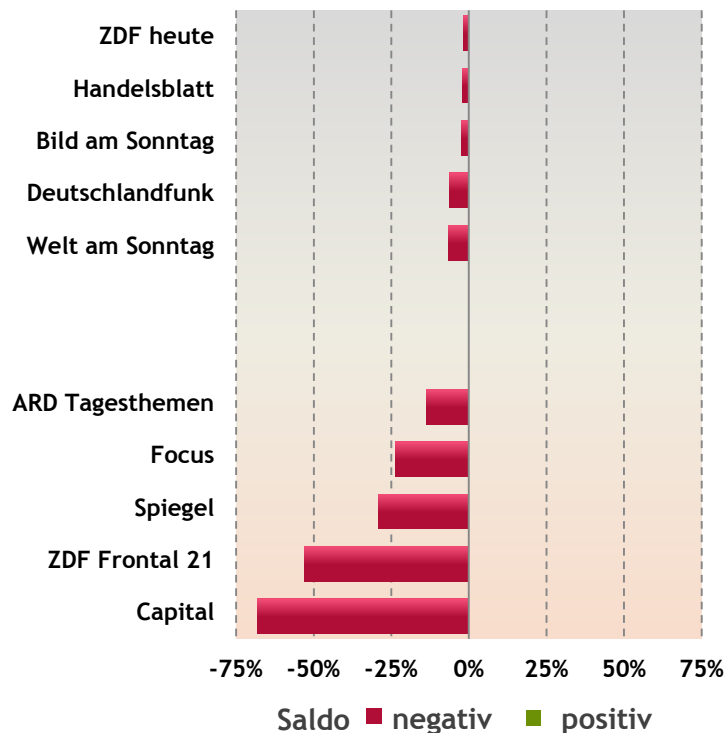
Schulz-Image bei *Bild* und *BamS* noch im grünen Bereich



Top 20 Journalisten mit häufigster Schulz-Berichterstattung

Mit *BamS* und *BILD* berichtet die rote Gruppe der Springer-Medien ausgeglichen bis positiv über Martin Schulz. Dagegen erweisen sich mit *Capital*, *Spiegel* und *Focus* die Magazinformaten als die größten Kritiker.

heute, Handelsblatt und BamS moderat, Capital am kritischsten



Top 20 Journalisten mit häufigster SPD-Berichterstattung

Die *ZDF heute*-Sendung ging in Sachen Bewertung 2017 bislang am moderatesten mit der SPD um. Auch *Handelsblatt* und *Bild am Sonntag* berichteten weitgehend ausgeglichen. Das Wirtschaftsmagazin *Capital* dagegen lässt kaum ein gutes Haar an der SPD-Politik.

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