

The Media Knowledge Company

## **Medienmitteilung**

### **Bescheidene Eigenleistung tagesaktueller Medien im Umgang mit Behörden-PR**

**26. Januar 2007. Eine Studie der Medienforschungsfirma Publicom zeigt auf, wie stark Medien und PR miteinander verwoben sind. In gut der Hälfte der tagesaktuellen Berichterstattung über Medienkonferenzen kantonalen Behörden ist keinerlei inhaltliche Eigenleistung der Medien zu erkennen. Die Autoren der vom BAKOM geförderten Studie rechnen mit einer weiteren Verschiebung der Stärkeverhältnisse zugunsten der PR.**

Während eines Zeitraums von zwei Monaten hatte das Projektteam unter Leitung von René Grossenbacher 42 Medienkonferenzen der kantonalen Behörden in den Kantonen Zürich und St. Gallen beobachtet und die redaktionellen Beiträge regionaler Radio- und TV-Programme sowie Regionaljournale von Radio DRS und führender regionaler Online-Portale inhaltsanalytisch untersucht. Als Referenzmedien wurden zwei regionale Tageszeitungen berücksichtigt. Die als Input/Output-Analyse angelegte Untersuchung zeigt, wie gering die inhaltliche Eigenleistung der tagesaktuellen Medien ist. Texte, welche die Medienstellen der kantonalen Behörden abgeben, gelangen mehrheitlich unverändert oder lediglich in gekürzter Fassung an die Öffentlichkeit. Nachrecherchen sind selten. Selektion und Reduktion stellen die Hauptfunktion des Mediensystems dar.

### **Medien verschleiern Herkunft der Informationen**

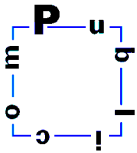
Andererseits verdunkeln die Medien ihrem Publikum die Einsicht in die Entstehungszusammenhänge der Berichterstattung. Dass die Informationen im Rahmen einer Medienkonferenz vermittelt wurden, kommt nur in jedem fünften Beitrag zum Ausdruck, und in jedem vierten bleibt die Quelle der Information, die kantonale Behörde bzw. deren Repräsentanten, sogar völlig im Dunkeln.

Die Ergebnisse zeigen auch, dass den kantonalen Behörden durch ihre Medienarbeit deutlich positive Reputationseffekte erwachsen: vier von fünf Medienkonferenzen tragen zu einem positiven Bild der kantonalen Behörden bei. In einem Punkt weichen die Medien aber von der Selbstdarstellung der Behörden ab: Sie stellen das politische Geschehen in den Kantonen als

#### **Publicom AG**

Beratung und Forschung für Medien und Kommunikation

Alte Landstrasse 55 Postfach CH-8802 Kilchberg Tel. +41 (0)44 716 55 11 Fax +41 (0)44 716 55 00  
E-Mail: [publicom@publicom.ch](mailto:publicom@publicom.ch) [www.publicom.ch](http://www.publicom.ch) ISDN +41 (0)44 716 55 14



wesentlich konfliktreicher dar. Mit der Akzentuierung von Konflikten tragen sie zu einer Emotionalisierung des Politgeschehens bei – wohl um dadurch die Beachtungschancen im Publikum zu erhöhen.

Bereits 1986 hatte René Grossenbacher erstmals in der Schweiz die Beziehung zwischen Public Relations und Medien untersucht. Der seither erfolgte Vormarsch der elektronischen Medien und des Internets, sowie der damit verbundene Medienwettbewerb haben nicht zu einer verstärkten Eigenleistung des Mediensystems geführt. Dies verhindert schon der Aktualitätsdruck, der sich durch das private Radio und die Onlinemedien noch erheblich verschärft hat. Die oft als Medienfunktion proklamierte Kommentierungsleistung bleibt dadurch in den elektronischen Medien weitgehend auf der Strecke und wird noch am ehesten in den Zeitungen gepflegt.

Als "prekäres Verhältnis zwischen siamesischen Zwillingen" bezeichnete Publizistikprofessor Ulrich Saxer die Beziehung zwischen PR und Medien anlässlich der Medienorientierung. Angesichts der Verteilung der ökonomischen Gewichte zwischen PR und Medien und der fortschreitenden Professionalisierung erwarten die Autoren der Studie, dass sich die Stärkeverhältnisse weiterhin zugunsten der PR verschieben. Insbesondere der Aktualitätsdruck, dem die tagesaktuellen Medien ausgesetzt sind, schwächt letztlich die Position gegenüber den organisierten Interessen. Das Resultat ist zwar ein Mehr an (redundanter) Information, aber ein Weniger an Tiefe, Reflexion und Hintergrund.

Die Studie "Politische Öffentlichkeitsarbeit in regionalen Medien" der Publicom AG wurde vom Bundesamt für Kommunikation gefördert. Publicom ist ein seit 1986 bestehendes Unternehmen für Medienforschung und –beratung. Zu seinen Arbeitsgebieten zählen Marktforschung und strategische Beratung für Medien, sowie Reputationsanalysen für Unternehmen und Organisationen. Leiter der Publicom ist der Medienwissenschaftler René Grossenbacher.

-----  
Kontakt: Dr. René Grossenbacher, [rgrossenbacher@publicom.ch](mailto:rgrossenbacher@publicom.ch),  
044 716 55 11

---

<sup>1</sup>[www.publicom.ch/de/publikationen\\_studien.htm](http://www.publicom.ch/de/publikationen_studien.htm)