

## **Ist Podcasting ein geeignetes Instrument des Agenda Building?**

### *Bringt 'Angela Merkel – die Kanzlerin direkt' Themen auf die Medienagenda?*

#### **Problemstellung**

Seit Juni 2006 wendet sich Angela Merkel wöchentlich in einem Podcast an die deutschen Wähler (Presse- und Informationsamt der Bundesregierung, 2010) – als erster Regierungschef überhaupt (Schümchen & Sellheim, 2008). Neben dem erklärten Ziel, den Bürgern die Politik der Regierung zu erklären, kann man vermuten, dass gleichzeitig das Ziel verfolgt wird, auf zukünftige Regierungsvorhaben aufmerksam zu machen, sie also auf die Agenda zu bringen. Die Reichweite des Podcasts alleine ist allerdings zu gering (Wilkens, 2007), als dass man direkte Agenda-Setting-Wirkungen erwarten könnte. Daher sind die Medien als intermediärer Agenda Setter nötig, um die öffentliche Aufmerksamkeit auf diese Themen zu richten. Dieser Studie untersucht die Frage, ob der Podcast auf die Medienagenda einwirkt oder umgekehrt.

#### **Forschungsstand, Annahmen und Forschungsfragen**

Das Verhältnis zwischen der Politikagenda (policy agenda) und der Medienagenda ist Gegenstand zahlreicher Untersuchungen in den USA gewesen. Die Befunde sind jedoch uneinheitlich – es finden sich sowohl Bestätigungen für die These, dass die Politikagenda der Medienagenda folgt (vgl. z.B. Wood & Peake, 1998; Edwards & Wood, 1999) als auch Bestätigungen für die Gegenthese (vgl. Cohen, 1995; Peake, 2001) sowie gemischte Befunde (vgl. Wanta, Stephenson, Turk, & McCombs, 1989). Vermutliche Ursachen sind theoretische und methodische Unschärfen in den Studien:

Theoretisch ist problematisch, dass zwar die angesprochenen Themen erfasst wurden, nicht jedoch der zeitliche Kontext. Das Agenda-Building-Potential vorausblickender Aussagen dürfte deutlich höher sein als das von zurückblickenden Aussagen. Ein methodisches Problem liegt in der Konzentration auf wiederkehrende Themen. Über diese Themen wird sowohl vor als auch nach der jeweiligen Rede berichtet und die Berichterstattungsintensität verläuft wellenförmig. Deshalb ist kaum auszumachen, ob eine Berichterstattungswelle auf die Rede folgt oder ob umgekehrt die Rede der Berichterstattungswelle folgt. Das Problem wird entschärft, wenn Ereignisse betrachtet werden (vgl. Birkland, 1998). Über diese wird normalerweise nicht wiederkehrend, sondern in einer einmaligen Welle berichtet. Aus den Ausführungen lassen sich zwei Annahmen ableiten und drei Forschungsfragen (a-c) stellen:

- 1) Die Themengewichtung im Podcast und in den Zeitungen unterscheidet sich

- 2) Wenn ein Thema in den Podcasts betont wird, wird es im gleichen Zeitraum auch von den Medien stärker betont als sonst
  - a) Führt die ereignisbasierte Analyse zu klareren Ergebnissen als die themenbasierte Analyse?
  - b) Greift der Podcast bereits etablierte Medienthemen / Medienereignisse auf oder greifen die Medien die im Podcast genannten Themen / Ereignisse auf?
  - c) Hängt die Zeitlücke zwischen Zeitungsberichterstattung und Podcasts davon ab, ob es sich um vergangene oder zukünftige Ereignisse handelt?

### **Untersuchungsanlage**

Die Deutschlandberichterstattung vierer deutscher Qualitätszeitungen zwischen Juni 2006 und Dezember 2006 wurde inhaltsanalytisch erfasst. Es liegen tagesweise Zeitreihen vor, wie viele Beiträge über welches Thema an welchem Tag erschienen waren. Häufungen von Berichten zu einem Thema in einem zusammenhängenden Zeitraum wurden als Berichterstattungswelle interpretiert. Berichterstattungswellen, denen nach Durchsicht einer der vier Zeitungen ein bestimmtes zentrales Nachrichtenereignis zugeordnet werden konnte, wurden als Ereignisse kodiert.

Außerdem wurden Angela Merkels Podcasts analysiert, die zwischen Juni und Dezember 2006 veröffentlicht worden waren. Jede Ausgabe wurde in thematische Sequenzen unterteilt, deren Thema und deren Dauer erfasst wurde. Es lagen also Daten darüber vor, an welchem Tag welches Thema wie lange im Podcast behandelt wurde. Zudem wurde jeweils ein Ereignis als Anlass für den Podcast identifiziert. Diese Ereignisse wurden - wenn möglich - den zuvor erfassten Nachrichtenereignissen zugeordnet. Für jedes Ereignis wurde erhoben, ob es angekündigt wurde (zukünftiges Ereignis) oder ob es zurückblickend erwähnt wurde (vergangenes Ereignis) und wie lange Veröffentlichung und Ereignis auseinander lagen.

### **Ergebnisse**

*Zu 1:* In den Podcasts wurden einige Themen stark hervorgehoben, die in der Berichterstattung nur eine untergeordnete Rolle spielten. Andere Themen kamen in den Podcasts kaum vor, obwohl sie in der Berichterstattung prominent erwähnt wurden. Folglich kann man davon ausgehen, dass sich die Themenpräferenzen der Bundeskanzlerin und der Massenmedien unterscheiden. Bei diesen Themen und den zugehörigen Ereignissen müssten sich mögliche Agenda-Building-Effekte deutlich zeigen lassen (Tabelle 1).

**Zu 2:** Themen, die im Podcast stark betont werden, fanden zeitnah ( $\pm 7$  Tage) auch in den Zeitungen deutlich erhöhte Beachtung im Vergleich zum restlichen Untersuchungszeitraum ( $r = 0,324$ ,  $p < 0,01$ ). Medien und Podcast stehen deshalb in Beziehung zueinander oder reagieren gleichzeitig auf denselben Ereignishintergrund, auch wenn ihre globale Themenzusammensetzung sich unterscheidet.

**Zu a:** Wochenweise zeitversetzte Korrelationen zeigen sehr heterogene Ergebnisse. Die Ereignisanalyse zeigt hingegen klare Ergebnisse.

**Zu b:** Die Zeitungen haben die Ereignisse meistens früher aufgegriffen als der Podcast. Im Durchschnitt griffen die Medien das Ereignis 7 Tage früher auf (Abbildung 1), wenn Sie das Ereignis überhaupt beachteten. Denn 12 der 24 angesprochenen Ereignisse erzeugten keine Berichterstattungswellen in den untersuchten Zeitungen. Folglich gelang es nicht, die Medienaufmerksamkeit gegenüber diesen Politikfeldern zu erhöhen. Interessanterweise griff der Podcast die Themen vor allem kurz vor oder kurz nach dem Höhepunkt der Medienaufmerksamkeit auf ( $M = 0$  Tage, Abbildung 1).

**Zu c:** Die vorher genannten Ergebnisse zeigen sich nicht nur bei Rückblicken auf vergangene Ereignisse, sondern auch bei Ankündigungen zukünftiger Ereignisse. Allerdings ist – wie zu erwarten – die Zeitverzögerung bei vergangenen Ereignissen tendenziell höher ( $M = 9$  Tage) als bei zukünftigen Ereignissen ( $M = 1,7$  Tage).

## **Diskussion**

Obwohl der Podcast oft zukünftige Ereignisse ansprach, begannen die Massenmedien in 11 von 12 Fällen bereits vor dem Podcast über dieses Ereignis zu berichten. Vermutlich waren diese Ereignisse so gut vorherzusehen, dass sie bereits deutlich im Voraus thematisiert werden konnten. Zwölfmal griff der Podcast Ereignisse auf, die in den Medien keine entsprechende Resonanz fanden. Der Podcast in der aktuellen Form eignet sich folglich nicht dazu, Berichterstattungswellen in der Zeitungsberichterstattung zu erzeugen. Vielmehr werden Ereignisse ungefähr dann aufgegriffen, wenn die mediale Aufmerksamkeit ihren Höhepunkt erreicht hat. Dieser Aufmerksamkeitshöhepunkt wird genutzt, um die Politiken der Bundesregierung zu erklären und zu rechtfertigen. Für das Agenda Building hingegen ist vermutlich die Inszenierung der Ereignisse entscheidend (vgl. Keppinger, 2002), wozu auch das Timing dieser Ereignisse zu rechnen ist (vgl. Light, 1981; Gibson, 1999).

Methodisch wurde gezeigt, dass das Zusammenspiel zwischen politischer Agenda und Medienagenda gut anhand der angesprochenen Ereignisse untersucht werden kann. Die Ergebnisse

sind eindeutiger als bei Zeitreihenanalysen der Thematisierung, weil Ereignisse zumeist nur einmal und nicht mehrmals thematisiert werden.

### Anhang: Tabellen und Abbildungen

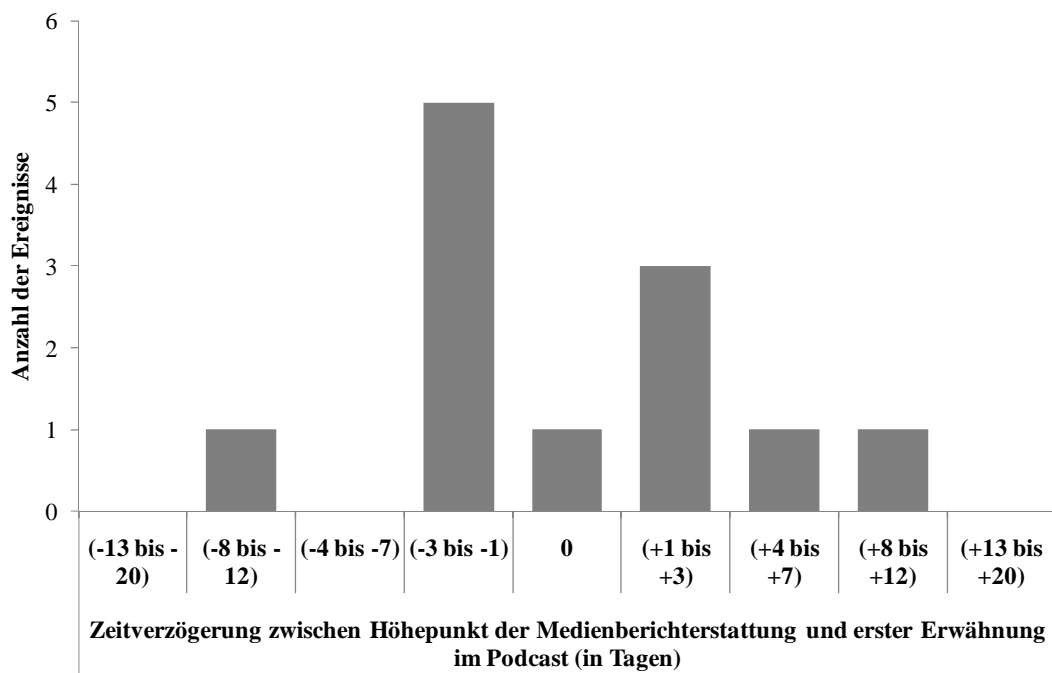
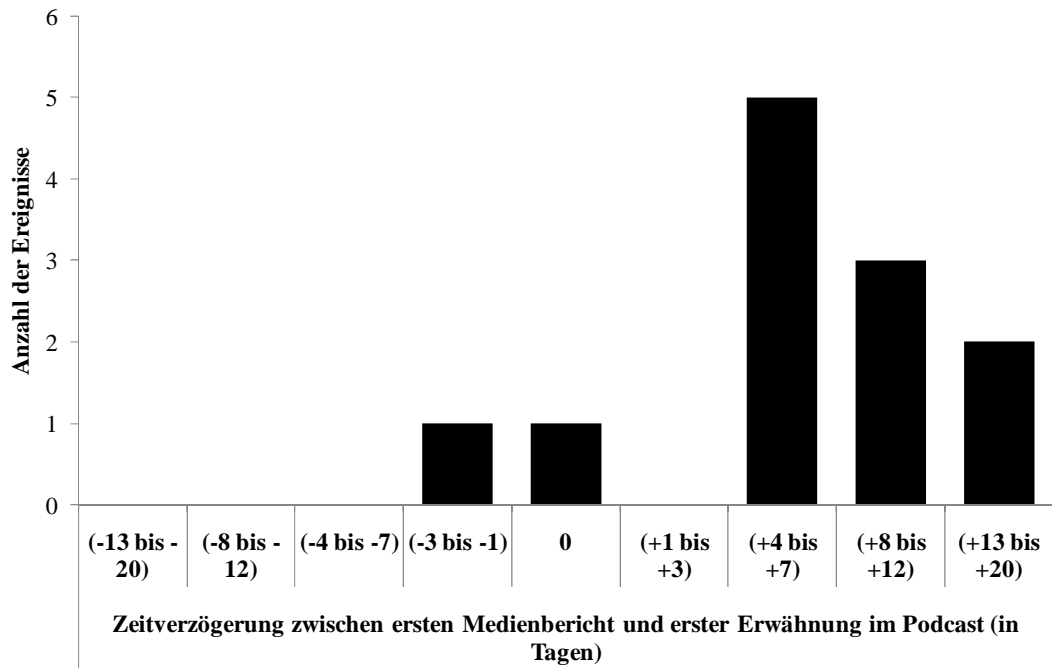
**Tabelle 1: Abweichungen in der Themenzusammensetzung der Podcasts und der Zeitungsberichterstattung**

Thema	Dauer (Podcast) mm:ss	Anteil (Podcast) %	Anteil (Medien) %	Differenz (P. – M.) %
<i>Im Podcast stärker betonte Themen</i>				
Außenpolitik	07:58	13,7	8,9	+4,8
Forschung / Technik	06:15	10,8	1,3	+9,5
Regierungsarbeit, Parlamentsarbeit	05:23	9,3	4,4	+4,9
Familie	04:12	7,2	2,1	+5,2
Institutionen / Föderalismus	02:36	4,5	1,3	+3,2
<b>Summe</b>	<b>26:24</b>	<b>45,5</b>	<b>18,0</b>	<b>+27,6</b>
<i>Im Podcast schwächer betonte Themen</i>				
Verbrechen / Justiz	02:07	3,6	10,1	□6,5
Militär / Verteidigung	00:55	1,6	5,6	□4,0
Unternehmen / Betriebswirtschaft	00:40	1,1	8,6	□7,4
Sonstige	00:00	0,0	7,6	□7,6
<b>Summe</b>	<b>03:42</b>	<b>6,3</b>	<b>31,9</b>	<b>□25,5</b>

*Quelle:* Medien – Media Tenor International, eigene Berechnungen; Podcasts – eigene Erhebung und Berechnungen

**Abbildung 1: Zeitverzögerung zwischen Ereignissen in den Medien und im Podcast (in Tagen)**

-negative Werte: Podcasts laufen der Medienberichterstattung voraus  
 -positive Werte: Medienberichterstattung läuft den Podcasts voraus



**Quelle:** Medien – Media Tenor International, eigene Berechnungen; Podcasts – eigene Erhebung und Berechnungen

## Literatur

- Birkland, T. A. (1998). Focusing Events, Mobilization, and Agenda Setting. *Journal of Public Policy*, 18, 53-74.
- Cohen, J. E. (1995). Presidential Rhethoric and the Public Agenda. *American Journal of Political Science*, 39, 87-107.
- Edwards, J. C., & Wood, B. D. (1999). Who Influences Whom? The President, Congress, and the Media. *American Political Science Review*, 93, 327-344.
- Gibson, J. (1999). Political Timing: A Theory of Politician's Timing of Events. *Journal of Theoretical Politics*, 11, 471-496.
- Kepplinger, H. M. (2002). Mediatization of Politics: Theory and Data. *Journal of Communication*, 52, 972-986.
- Light, P. C. (1981). The President's Agenda: Notes on the Timing of Domestic Choice. *Presidential Studies Quarterly*, 11, 67-82.
- Peake, J. S. (2001). Presidential Agenda Setting in Foreign Policy. *Political Research Quarterly*, 54, 69-86.
- Presse- und Informationsamt der Bundesregierung (Produzent). (2010, 1. Februar). *Angela Merkel: Die Kanzlerin direkt* [Video Podcast]. Abgerufen von <http://www.bundeskanzlerin.de/>
- Schümchen, A., & Sellheim, T. (2008). Podcasts: Wesen und Funktion einer konvergenten Medienform. In C. Zacharias, K. W. ter Horst, K.-U. Witt, V. Sommer, M. Ant, U. Essmann, L. Mülheims (Hrsg.). *Forschungsspitzen und Spitzenforschung: Innovationen an der Fachhochschule Bonn-Rhein-Sieg* (S. 165-174). Physica: Heidelberg.
- Wanta, W., Stephenson, M. A., Turk, J. V., & McCombs, M. E. (1989). How President's State of the Union Talk Influenced News Media Agendas. *Journalism Quarterly*, 66, 537-541.
- Wilkins, A. (2007, 8. Oktober). Merkels Online-Ansprachen kosteten bisher 550.000 Euro. *Heise Online*. Abgerufen von: <http://www.heise.de/>
- Wood, D. B., & Peake, J. S. (1998). The Dynamics of Foreign Policy Agenda Setting. *The American Political Science Review*, 92, 173-184.