

*Siegfried Weischenberg/Silvia Worm*

# **Die Kanzlerin - indirekt**

---

## **Merkel und ihr Video-Podcast Journalismus und seine Krise**

Bundestagswahl 2009: eine Bilanz, Tutzing, 05.12.2009

## Medien und Wahlen (1987-2005)

---

- Diener und Bedienstete des Systems (1987)
- Das „Leitfossil“ im Superwahljahr (1994)
- Politik als US-Soap: der U-Kanzler (1998)
- ‚Kampagnen‘, Panikreaktionen und editorial endorsement (2002)
- ‚Talkshow-Journalisten‘ als Hilfspolitiker (2005)

## Formeln: 1998 ff.

---

- Dramatisierung
- Personalisierung
- Trivialisierung
- Negative Campaigning
  
- Amerikanisierung

# Formeln: 2009

---

- Krampfzone
  - Buchhaltung
  - Faktenhuberei
  - Klamauk
- Langeweile

## „Medien-Ikonen“ 2009

---

- Ulla Schmidt
- Horst Schlämmer
- Martin Sonneborn
- Angela Merkel
- Frank-Walter Steinmeier

# Das TV-Duell 2009

---

- Unterhaltungs-Krise
- Interview-Krise
- Kompetenz-Krise

# Die Krise des Journalismus ...

---

- Die Grenzen zwischen seriösem Journalismus und Boulevardjournalismus haben sich aufgelöst.
- Der gesamte Journalismus funktioniert inzwischen nach den Selektions- und Präsentationsregeln des Fernsehens.
- Der Journalismus hat ein Eliteproblem (‚Alphajournalisten‘).

# Die Krise des Journalismus ...

---

- Der Journalismus wird durch die zunehmende Komplexität von Themen überfordert.
- Der Journalismus verabschiedet sich immer mehr vom Selektionsfaktor der Relevanz.
- Der Journalismus versagt als Frühwarnsystem für gesellschaftliche Fehlentwicklungen.

# Die Krise des Journalismus ...

---

- Der Journalismus hat seine ökonomische Basis verloren.
- Der Journalismus verliert dramatisch an Ansehen und Glaubwürdigkeit in der Bevölkerung.
- Der Journalismus hat sein (junges) Publikum aus den Augen verloren.

# Die Krise des Journalismus ...

---

- Der Journalismus hat (durch den Einfluss von PR) die Kontrolle über die Medieninhalte verloren.
- Der Journalismus nimmt seine Kritik- und Kontrollfunktion nicht mehr wahr.
- Der Journalismus verliert seine professionelle Identität und wird zunehmend zur Tätigkeit von (nebenberuflichen) Freelancern.

# Das Jahrhundert des Journalismus ist vorbei!

---

- Deutungsmonopol-Verlust
- Geschäftsmodell-Verlust
- Autonomie-Verlust

# Die Zukunft des Journalismus

---

- Konkurrenzproblem
- Komplexitätsproblem
- Professionalitätsproblem
- Finanzierungsproblem

# „Die Kanzlerin direkt“ – Angela Merkel zum Mitnehmen und Anschauen



„Heute wende ich mich zum ersten Mal auf einem ganz neuen Weg an Sie: mit einem Video-Podcast. Neue technische Möglichkeiten faszinieren nicht nur junge Menschen. Auch ich habe Freude daran. Und deshalb möchte ich Ihnen ziemlich regelmäßig auf diesem Wege erläutern, was die Bundesregierung bewegt – im doppelten Wort-sinn: Womit wir uns beschäftigen und was wir tun, um Deutschland voranzubringen.“  
(Merkel: 08.06.2006)

# Regierungskommunikation per Video-Podcast

---

## **Was ist ein Podcast?**

- Eine Internetanwendung in Form von Audio- bzw. Videodateien mit unterschiedlichen Inhalten – z. B. Musik, Informationen, Unterhaltung

## „Die Kanzlerin direkt“: Formales

---

- Online seit 8. Juni 2006
- Abrufbar unter [www.bundeskanzlerin.de](http://www.bundeskanzlerin.de)
- Erscheinungsweise: wöchentlich
- durchschnittliche Länge: ca. 3 Minuten
- Online-Nutzung oder Download
- Reichweite: ca. 18.000 Downloads wöchentlich
- beinhaltet aktuelle Themen der laufenden Regierungsarbeit

# „Die Kanzlerin direkt“: Forschungsdesign

---

- Quantitative Inhaltsanalyse von Angela Merkels Video-Podcast
- Untersuchungszeitraum: 8.6.2006 bis 3.1.2009
- veröffentlichte Video-Podcasts: 120
- Stichprobe: 60
- Ziel der Untersuchung: Identifizierung von formalen Strukturmerkmalen, Aussagenmerkmalen und visuellen Darstellungsmerkmalen

## „Die Kanzlerin direkt“: Ergebnisse

---

- Kommunikation von politischen Sachthemen, die mit einem Anlass (z. B. Termin) in Verbindung stehen
- Erklärung/Begründung, warum ein Thema wichtig ist – auf der Basis von Argumenten
- Äußerung von Zielvorstellungen und zukünftigen Handlungen
- Vernachlässigung von konkreten Umsetzungsstrategien

# „Die Kanzlerin direkt“: Ergebnisse

---

- Aussagen sind allgemein formuliert und enthalten nur wenige Informationen
- Sprache von Angela Merkel ist sachlich, nüchtern – und monoton
- Keine positiven und negativen Bewertungen im Sinne von werbenden Elementen
- Keine Hervorhebung der eigenen Leistungen und Kompetenzen

# „Die Kanzlerin direkt“: Ergebnisse

- Bildhintergrund variiert je nach Thema
- Kameraführung eher undynamisch



Bundestagswahl 2009: eine Bilanz, Tutzing, 05.12.2009

# Angela Merkel ...

---

- nutzt die technischen, nicht aber die politischen Potenziale des Internet
- bleibt ihrem Image (Wesen?) treu:
  - spricht bescheiden und zurückhaltend
  - dosiert Informationen stets in kleinen Portionen

# Angela Merkels Video-Podcast wirkt ...

---

- eher informationsleer
- nüchtern
- statisch

... erfüllt insofern – im Sinne der Informationspflicht der Bundesregierung – eine komplementäre Funktion und dient Ergänzung der Regierungskommunikation.

## Fazit

---

# Die Kanzlerin **indirekt**

- **Merkel bleibt Merkel**
- **Medien machen keinen Unterschied (mehr?)**
- **Brauchen wir noch Journalismus?**