

Papst begeistert die Medien unverändert Katholische Kirche in D profitiert kaum

Das Medienbild der katholischen Kirche vor ihrem Kirchentag

- *Seit der Selig-Sprechung überwiegend positive Stimmen in deutsche Medien*
- *Das Medien-Image der katholischen Kirche ist vom Gestern geprägt*
- *Der neue Papst gewinnt Journalisten weltweit durch Worte und Gesten*

Basis:
265.791 Berichte über Protagonisten in 8 international TV-Nachrichten,
1.054 Berichte über den Papst; 546 Berichte über die Repräsentanten der
Katholischen Kirche in 19 deutschen Meinungsführer-Medien

Media Tenor International AG
Roland Schatz
r.schatz@mediatenor.com
+41 43 255 1925

Medienkompetenz des Papstes offenbart die Mängel der katholischen Kirche in Deutschland

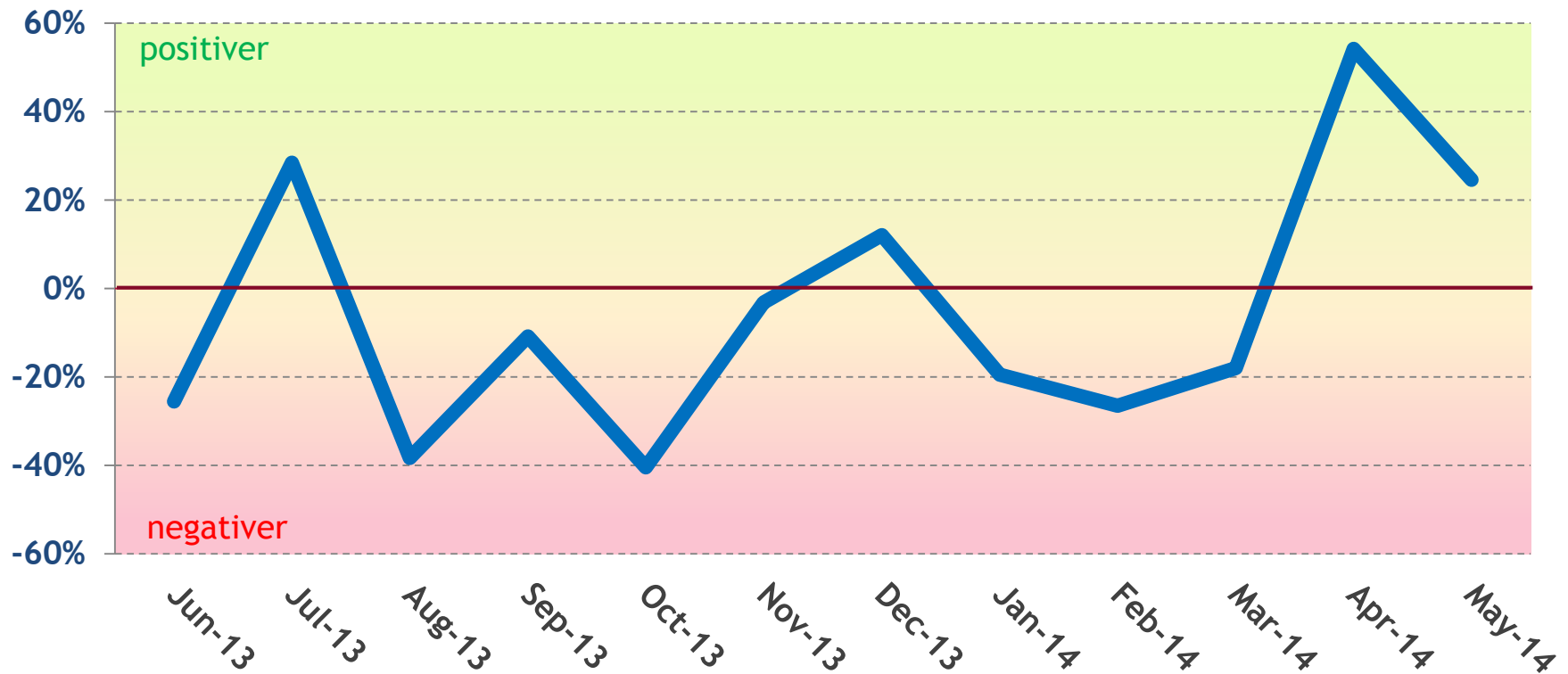
Rapperswil, 28. Mai 2014. Die Kluft in der Berichterstattung über den Papst einerseits und über die Würdenträger der katholischen Kirche in Deutschland andererseits in deutschen und internationaler Meinungsführer-Medien ist immer noch groß. „Die gelungene Einheit von Worten und Gesten, mit der Papst Franziskus die Journalisten weltweit motiviert, seinem Veränderungsprozess der katholischen Kirche eine Chance zu geben, findet noch keine Entsprechung im Medienimage der deutschen Führung“, kommentiert Roland Schatz, Gründer und CEO von Media Tenor International. Während im Vatikan nach Jahren medialer Skepsis von echtem journalistischen Good-Will gesprochen werden kann, dominiert in den bundesrepublikanischen Medien der Zweifel. Wenn Bischöfe dargestellt werden, dann jene, die nicht mehr ihre Ämter bekleiden, allen voran der Ex-Bischof von Limburg, Tebartz-van Elst, sowie der frühere Vorsitzende der Bischofskonferenz, Robert Zollitsch.

Am Vorabend des Katholischen Kirchentages ist es der katholischen Kirche noch nicht gelungen, den Wandel an der Spitze auch über die Medien so zu kommunizieren, dass damit eine Freude über den Neubeginn zum Ausdruck kommen würde: Auf einen Beitrag über den wortgewaltigen Bischof Marx kommen 10 über Tebartz-van Elst. „Der neue Mann an der Spitze der katholischen Kirche in Deutschland hat alle Voraussetzungen, um in Wort und Bild zu überzeugen - aber es fehlt an Stetigkeit im medialen Auftreten“, interpretiert Schatz die derzeitige Zurückhaltung der deutschen Medien. „Der Kirchentag mit seiner Vielfalt an Inhalten und Darstellungsformen bietet eine gute Gelegenheit, den Wandel einzuleiten.“

Media Tenor hat für diese Studie alle 265.791 Berichte über Protagonisten in 8 internationalen TV-Nachrichten und 1.054 Berichte über den Papst sowie 546 Berichte über die Repräsentanten der katholischen Kirche in 19 deutschen Meinungsführer-Medien von Juni 2013 bis Mai 2014 ausgewertet. Die durchschnittliche Inter-Kodierer-Reliabilität lag im 4. Quartal 2013 bei 86.38 %.

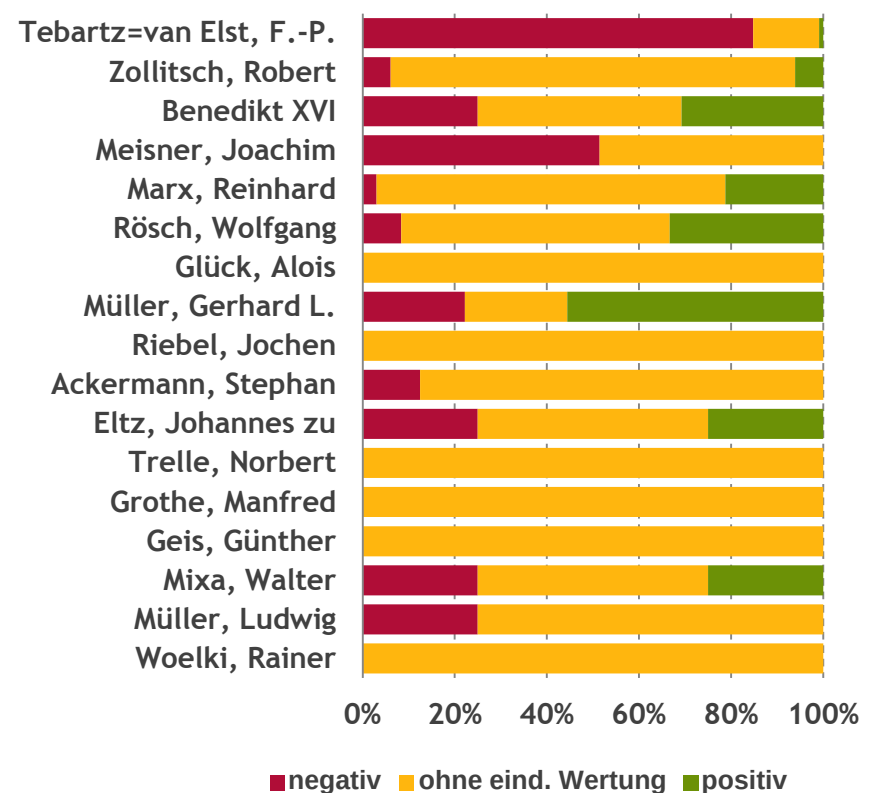
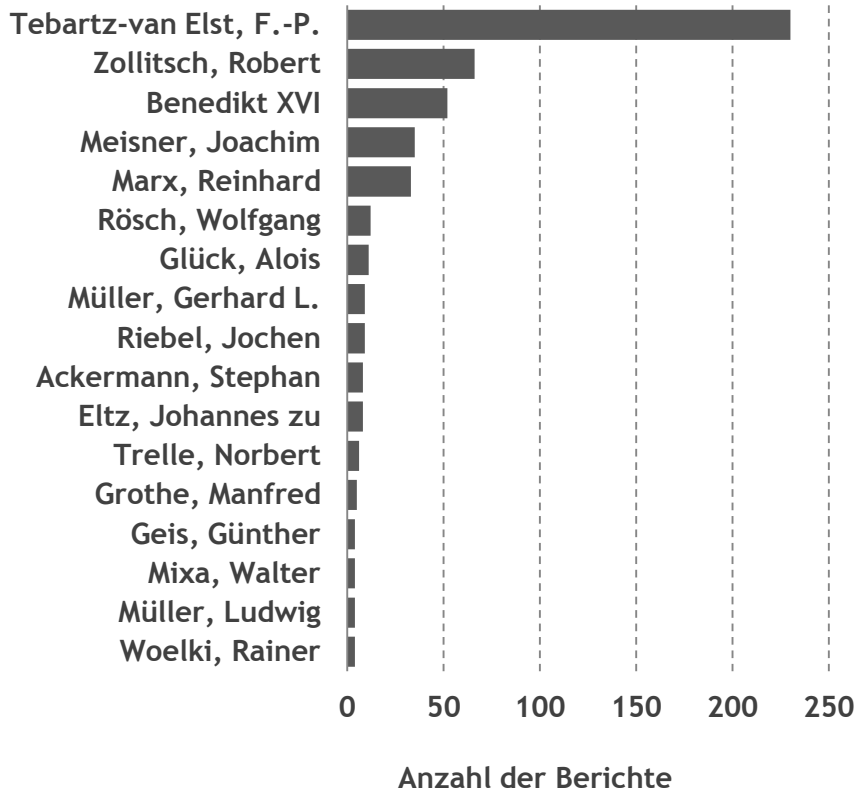
Für Rückfragen: Christian Kolmer c.kolmer@mediatenor.com

Heiligsprechung bringt Imagegewinn nach Limburger Skandal



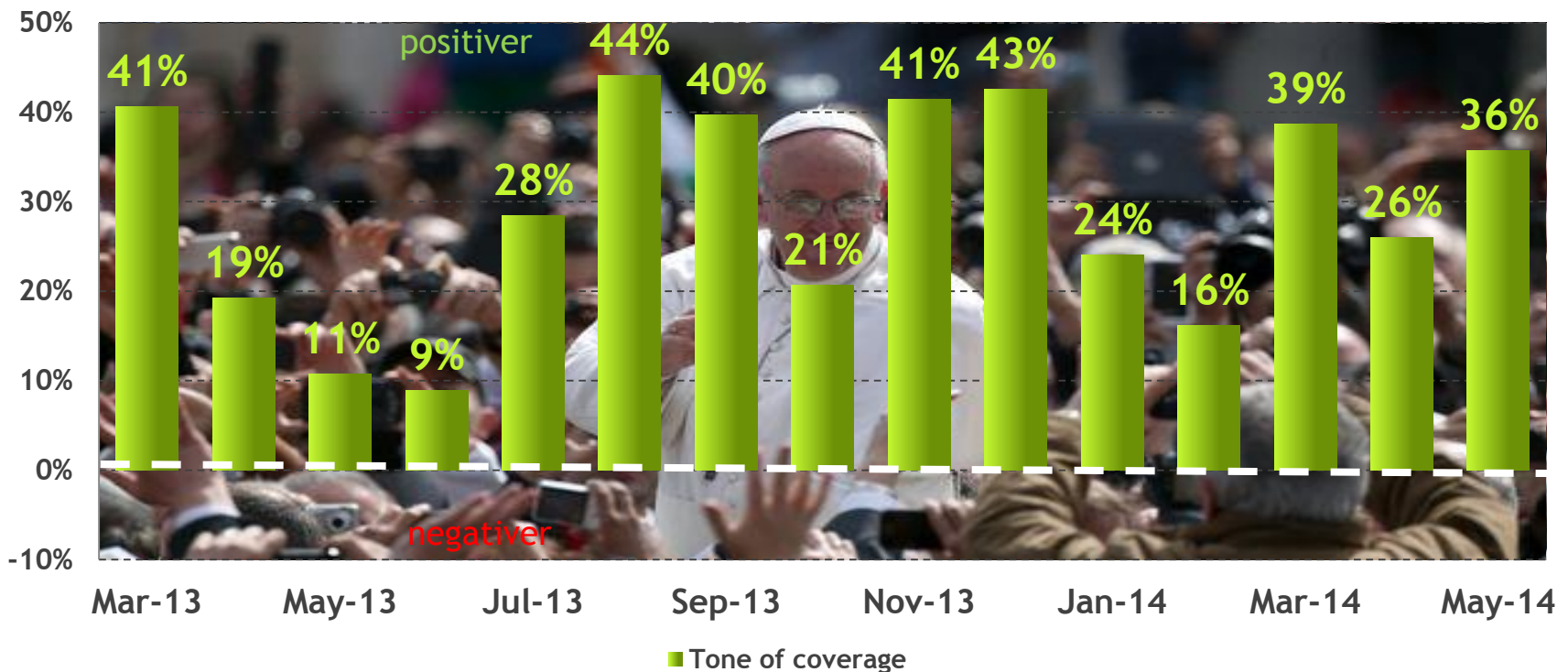
Der katholischen Kirche in Deutschland ist es lange nicht gelungen, der Debatte um den Limburger Bischof Tebartz-van Elst etwas entgegenzusetzen. Die Heiligsprechung von Papst Johannes Paul II. und Papst Johannes XXIII hat das Image im April allerdings beflügelt.

Das Gestern prägt jedoch unverändert die Wahrnehmung



Abgetretene Repräsentanten prägen das Medienbild der katholischen Kirche in Deutschland. Der neue Vorsitzende der Deutschen Bischofskonferenz, Reinhard Marx, ist über seinen Amtsantritt hinaus bislang kaum von den Medien wahrgenommen worden.

Papst Franziskus gewinnt die TV-Journalisten in Wort und Tat



Der Papst verfügt auch ein Jahr nach seinem Amtsantritt über ein extrem positives Medienbild in internationalen TV-Nachrichten. Mit seinen Worten und seinem Handeln überrascht er die Medien, so dass kritische Fragen über seine Rolle innerhalb der Kurie in den Hintergrund treten.

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
October 30 – November 1, 2014



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