Zeitschrift: Bulletin Electrosuisse
Herausgeber: Electrosuisse, Verband für Elektro-, Energie- und Informationstechnik
Band: 102 (2011)
Heft: 10

Artikel: Geringe Halbwertszeit der Aufmerksamkeit
Autor: Arnold, Hans Peter
DOI: https://doi.org/10.5169/seals-856850

Nutzungsbedingungen
Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

Conditions d'utilisation
L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

Terms of use
The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 13.07.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, https://www.e-periodica.ch

Geringe Halbwertszeit der Aufmerksamkeit

Mediale Berichterstattung am Beispiel Fukushima und Folgerungen für die Elektrizitätswirtschaft

Die moderne Mediengesellschaft stellt die Elektrizitätswirtschaft vor schwierige Herausforderungen. Die kurzlebigen Trends und abrupten Meinungsumschwünge vertragen sich schlecht mit dem Erfordernis einer nachhaltigen Akzeptanz für Grossinvestitionen in Infrastrukturprojekte. Der Bericht beleuchtet diese Problematik am Beispiel Fukushima und bietet Lösungsansätze.

Hans Peter Arnold

«Alle sprechen vom Stromsparen. Doch niemand – so scheint es – tut es», leitete die Tagesschau-Sprecherin Katja Stauber am 13. April dieses Jahres den Beitrag zu den neuesten Stromverbrauchszahlen des Bundesamtes für Energie ein. Der Verbrauch der Schweiz war im Jahr 2010 um 4,0 % auf 59,8 Mrd. kWh gestiegen. Offensichtlich versuchte Katja Stauber, eine Meldung in einen grösseren Kontext einzubetten. Schliesslich wendete sich gerade in dieser Zeit die veröffentlichte Meinung gegen die Kernenergie. Sparmassnahmen sollten zum Gelingen des Kernenergie-Ausstiegs einen entscheidenden Beitrag leisten. Die jüngsten Trends des Stromkonsums zeigen jedoch, wie schwierig – wenn nicht illusorisch – ein solches Vorhaben ist.

Das Aufzeigen von Zusammenhängen bleibt in der heutigen schnelllebigen Mediengesellschaft allzu oft auf der Strecke. Dies, obwohl seit Längerem bekannt ist, dass der Informationsfluss an sich noch nicht zu mehr Wissen oder zu einem vertieften Verständnis führt. Erst aus der Verknüpfung der Daten entsteht ein Lernprozess.

Exemplarisch zeigen sich diese Prozesse im Fall der Katastrophen in Japan im März 2011. Kaum ein anderes Grossereignis hat so viele Menschen in den Bann gezogen. Letztmals war dies am 11. September 2001 nach den Terroranschlägen auf das World Trade Center in New York der Fall. Das globale Interesse der Mediennutzer war allerdings im Fall von Fukushima nur von kurzer Dauer, wie Analysen zeigen. Bereits einen Monat nach dem verheerenden Erdbeben war das Thema aus den Schlagzeilen der Frontseiten verschwunden: Global sank das Interesse an Fukushima innert Monatsfrist um 75 %, bis August sogar um 94 %. Das zeigen die Suchanfragen im Internet nach dem Begriff «Fukushima» in mehreren Sprachen (Maximum in der Woche ab 13. März als Referenz) **(Bild 1)**. Ohne Berücksichtigung der japanischen Internetnutzer sank das Interesse bis August global sogar um 97 %.

Bereits die Ölkatastrophe «Deepwater Horizon» im Golf von Mexiko zeigte auf, wie flüchtig das Erinnerungsvermögen vieler Medienschaffender und Mediennutzer ist. Als sich der Ausbruch der Katastrophe am 20. April 2011 zum ersten Mal jährte, interessierte sich kaum jemand mehr dafür. Allerdings: Im Frühjahr 2010 führte der dramatische Verlauf der Katastrophe mit zeitraubenden Versuchen, das Ölleck zu schliessen, erst nach zwei Monaten zu einem drastischen Einbruch des Interesses.

News Values als Entscheidungshilfe

Im Folgenden wird die Funktionsweise der Medien vertieft betrachtet. Dabei konzentriert sich die Analyse auf Nachrichtenfaktoren, die sogenannten News Values. Nachrichtenfaktoren dienen als Entscheidungshilfe, ob und wie gross ein Ereignis in die Medien kommt. Zu solchen News Values gehören Relevanz beziehungsweise Folgenschwere, Neuheit beziehungsweise Abweichung von der Normalität, Betroffenheit beziehungsweise geografische Nähe, Dramatik, Prominenz und so fort. Gatekeepers wie Redaktoren, Blattmacher und Chefredaktoren beurteilen jeden Tag mehrmals von Neuem die Nachrichtenlage. Dabei ist einerseits Bauchgefühl im Spiel.

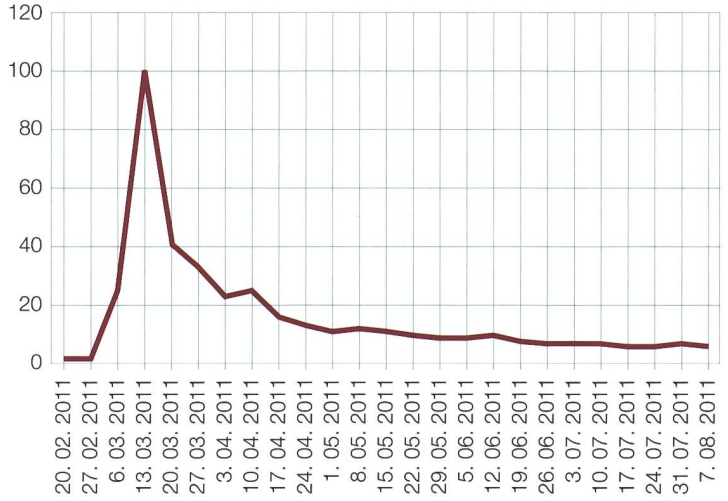


Bild 1 Zeitliches Interesse der Internetnutzer an Fukushima.
Suchanfragen global in diversen Sprachen, indexiert, Maximum = 100.

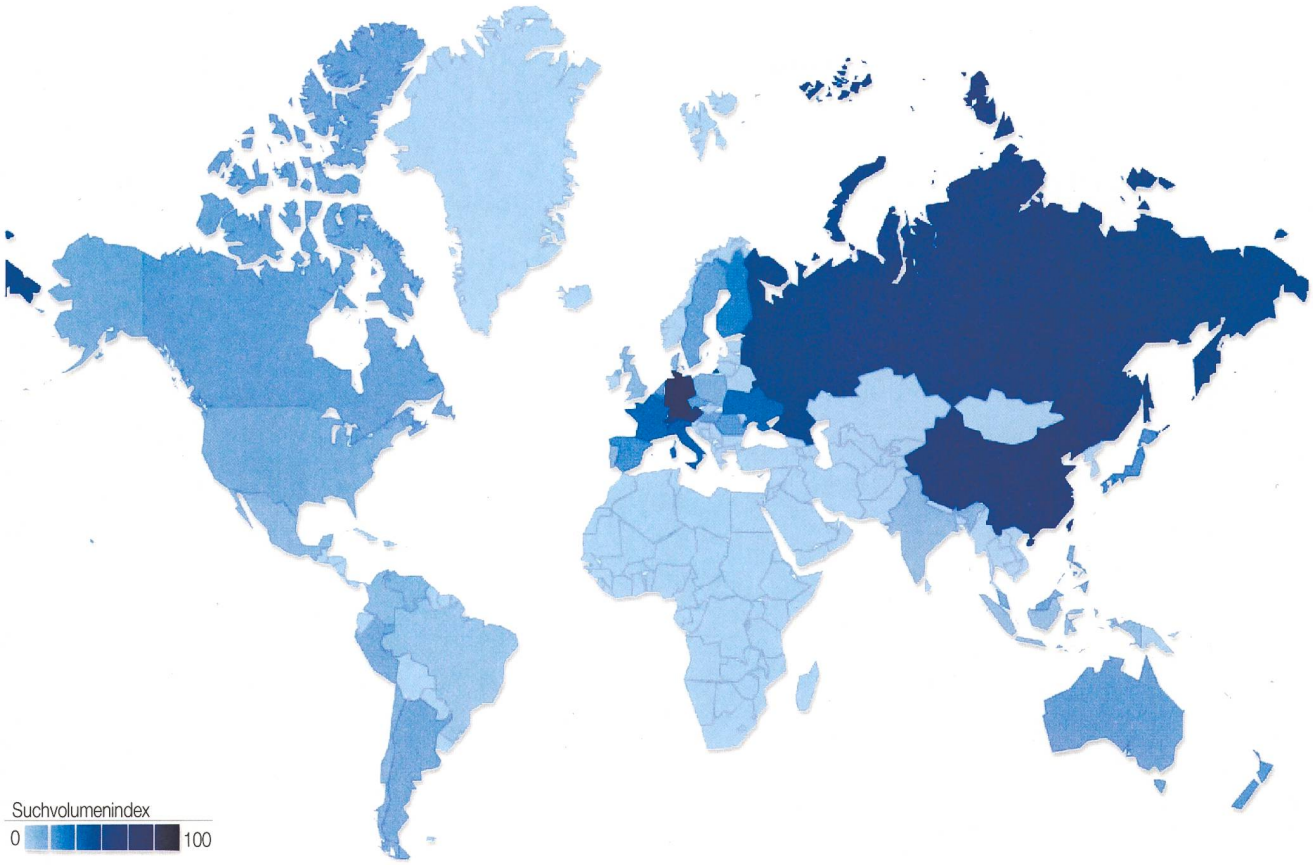


Bild 2 Geografisches Interesse der Internetnutzer an Fukushima (ohne Japan).
Suchanfragen nach «Fukushima» im Verhältnis zu allen Suchanfragen eines Landes, inklusive chinesische, russische und arabische Sprache (ohne Japanisch), März–Juli 2011, indexiert, Maximum = 100.

Andererseits bringen nur die wenigsten Entscheidungsträger den Mut auf, sich gegen den Mainstream zu stemmen. Sie orientieren sich an den Leitmedien.

Das Fernsehen als Leitmedium

Mehr denn je gehört heute das Fernsehen – trotz Internetzeitalter – zu den Leitmedien. Weil innerhalb eines TV-Programms der Raum für (gesprochene) Texte knapp bemessen ist (die Abschrift der «Tagesschau» hätte auf einer Zeitungsseite Platz), erhalten die Bilder und die Absender der Botschaften ein viel stärkeres Gewicht. Das Fernsehen ist ein emotionales Medium. Dadurch lassen sich Katastrophen wie jene von Japan «hautnah transportieren».

Der knappe Raum für sprachliche Botschaften fördert den Hang zum Trichter-Phänomen, zur extremen Fokussierung: Ähnlich wie Boulevardblätter geraten Sendeleiter auch von öffentlich-rechtlichen Programmen in die Versuchung, viele Ressourcen in nur ein Ereignis zu investieren. Das führt beim Publikum zu einem noch grösseren Informationsbedürfnis, das wiederum mit gesteigertem Medienkonsum gestillt wird. Das Problem dieser Dramatisierung: Schnell sind Macher und Publikum übersättigt. Die hohe Aufmerksamkeit schlägt sich in pures Desinteresse um. Das erklärt die erwähnte Kurzlebigkeit von Zyklen.

Grosse Ernüchterung

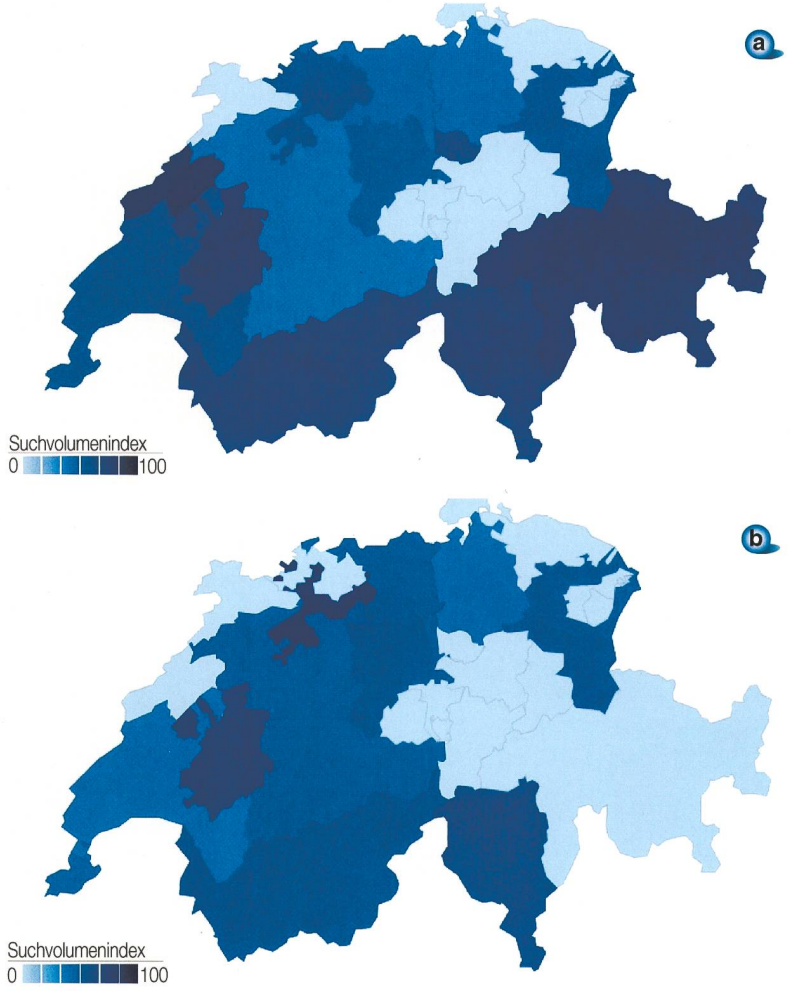
Am Ende hat der interessierte Bürger oft das Gefühl, kaum mehr zu wissen als vorher. Er verliert die Orientierung und müsste eigentlich eingestehen, dass er von den Medien bloss «unterhalten» worden ist. Auch bei den Redaktoren ist zuweilen die Ernüchterung gross.

Deutliche Worte fand Roland Tichy, Chefredaktor der «Wirtschaftswoche»: «Ich stelle fest, dass eine andere Art von Wirtschaftsberichterstattung im Gang ist. Wir bewegen uns in einem Illusionstheater, in dem Behauptungen als Fakten genommen werden, wenn sie ökologisch korrekt klingen.» Auch die Berichterstattung über Fukushima sei weniger von Fakten als von Emotionen getrieben gewesen, meinte Tichy gegenüber dem Fachblatt «Wirtschaftsjournalist». Tichy weiter: «Wir müssten ernsthaft über ökologische Fragestellungen diskutieren. Bei Fukushima handelte es sich zunächst einmal

1	Deutschland	100
2	Österreich	88
3	Schweiz	71
4	China	67
5	Russland	60
6	Italien	47
7	Frankreich	43
8	Ukraine	41
9	Singapur	38
10	Hongkong	37
11	Belgien	35
12	Finnland	32
13	Spanien	29
14	Neuseeland	25
15	Rumänien	24
16	Niederlande	23
17	Schweden	22
18	Kanada	20
19	Tschechien	20
20	Ungarn	20
21	Australien	19
22	Argentinien	18
23	Philippinen	18
24	Peru	17
25	Malaysia	16
26	USA	15
27	Dänemark	15
28	Chile	14
29	Portugal	13
30	Polen	13
31	Großbritannien	12
32	Venezuela	12
33	Mexiko	11
34	Indien	10
35	Kolumbien	10
36	Indonesien	8
37	Brasilien	7

Bild 3 Länder mit dem höchsten Interesse an Fukushima (ohne Japan).

Suchanfragen nach «Fukushima» im Verhältnis zu allen Suchanfragen eines Landes, inklusive chinesische, russische und arabische Sprache (ohne Japanisch), März–Juli 2011, indexiert, Maximum = 100.



Bilder: Nuklearforum Schweiz, Quelle Google

Bild 4 (a) Suchanfragen nach «Tsunami» und «Erdbeben Japan» in der Schweiz.
(b) Suchanfragen nach «Fukushima» in der Schweiz.
Suchanfragen im Verhältnis zu allen Suchanfragen eines Kantons, März–Mai 2011, in allen Landessprachen, indexiert, Maximum = 100.

um eine Naturkatastrophe. Das Unglück wurde auch dazu benutzt, um innenpolitische Machtspiele zu betreiben.»

Roger Köppel, Verleger und Chefredaktor der Weltwoche, verglich die Medienberichterstattung zur Kernenergie mit der Hexenjagd auf die Gentechnik in den 1990er-Jahren. «Nach dem 11. März 2011 ging bei Berichten zum Thema Kernenergie jeglicher Massstab verloren, es wurde geradezu eine Katastrophenstimmung verbreitet und die Apokalypse heraufbeschworen», sagte Köppel anlässlich der Jahresversammlung des Nuklearforums Schweiz. Diese journalistische «Katastrophenindustrie» bezeichnete die Weltwoche als «Kernschmelze der Vernunft». Köppel bemängelte die fehlende Relativierung der Ereignisse. Dass die Situation in der Schweiz nicht mit Japan verglichen werden könne, sei kaum erwähnt worden. Die Opfer des Erdbebens und des Tsunamis waren gemäss Köppel schnell vergessen.

Es gibt durchaus Medien, die Substanzielles hinsichtlich der Einordnung der Ereignisse in Japan geleistet haben. Auch gibt es Bürger, die in solchen Krisen Orientierung von Medien wünschen, die vertieft, ausgewogen und unvoreingenommen berichten. Diese Medienkonsumenten wenden sich glaubwürdigen Medien zu. Nach dem 11. März 2011 wurden die Websites der «Neuen Zürcher Zeitung NZZ» doppelt so häufig aufgerufen wie in der Vorwoche. Bei «Tages-Anzeiger» betrug das Plus rund 30 %; «Blick online» konnte hingegen keine signifikante Steigerungsrate ausweisen.

Angstkultur in der Schweiz, Deutschland und Österreich

Die eingangs erwähnten Nachrichtenfaktoren würden erwarten lassen, dass die Länder im asiatischen Raum aufgrund der geografischen Nähe viel intensiver über die Ereignisse in Japan berichten als andere Regionen. Entsprechend müsste auch das Interesse der Menschen in Asien an Fukushima höher sein. Die Auswertung der globalen Suchanfragen auf Google zeigt teilweise tatsächlich einen solchen Zusammenhang **(Bild 2)**: Menschen aus benachbarten Ländern wie China, Taiwan und Russland waren stärker an Fukushima interessiert als Medienkonsumenten in Australien, Afrika, Nord- und Südamerika.

Allerdings gibt es gewichtige Ausnahmen von dieser Regel: Westeuropa zeigt ebenfalls eine hohe Betroffenheit (abgesehen von Grossbritannien und Portugal). Das höchste Interesse für Fukushima weist ausserhalb von Japan Deutschland auf (100 Indexpunkte). Danach folgen Österreich (88 Punkte), die Schweiz (71 Punkte), China (67 Punkte), Russland (60 Punkte), Italien (47 Punkte), Frankreich (43 Punkte), die Ukraine (41 Punkte), Singapur (38 Punkte) sowie Hongkong (37 Punkte) **(Bild 3)**.

Die sehr hohen Werte der deutschsprachigen Länder machen deutlich, dass es sich um einen spezifischen kulturellen Hintergrund handeln muss – die rudimentär auch mit «Angstkultur» umschrieben werden kann. Diese Begründung ist auch deshalb naheliegend, da sich strukturell die Länder Deutschland, Österreich und Schweiz durchaus unterscheiden. Schliesslich stehen in Österreich keine Kernkraftwerke.

Kein homogenes Bild in der Schweiz

Analysiert man das Interesse an den Aspekten Tsunami und Tohoku-Erdbeben, die 15 600 Todesopfer und über 5000 Verletzte gefordert haben, so unterscheidet sich ausserhalb Japans ebenfalls die Aufmerksamkeit je nach Land, wenn auch die Unterschiede nicht mehr so riesig sind wie beim Aspekt der Nuklearkatastrophe. Immerhin zeigt sich, dass die Beachtung der Aspekte Tsunami und Erdbeben in Nordamerika doppelt so hoch ist als in Westeuropa; auch in Grossbritannien ist das Interesse signifikant höher als in Deutschland und der Schweiz.

Alles andere als homogen ist das Interesse der Internetnutzer in der Schweiz. Je nach Region oder Stadt unterscheidet sich die Aufmerksamkeit auf einzelne Aspekte der Katastrophen in Japan recht stark **(Bild 4)**. Am klarsten wird der Unterschied sichtbar bei den Abfragen für Fukushima (Kernenergie-Aspekt) einerseits und Tsunami (inklusive Erdbeben) andererseits. So war die Anteilnahme in montanen Gebieten (Graubünden, Wal-

Hintergrund

Die Analysen im Detail

Die Analysen der Onlineabfragen basieren auf Daten der Suchmaschine Google. Als Zeiteinheiten stehen je nach Analysetool Tage, Wochen oder Monate zur Verfügung (bis zurück ins Jahr 2004). Google Insights for Search verwendet die IP-Adressen der Protokolle, um eine fundierte Vermutung über den geografischen Ursprung der Suchanfragen aufzustellen.
Die Google-Analysetools erlauben mithilfe eines Algorithmus unter anderem, die Abfragen nach einem Begriff ins Verhältnis zur Gesamtzahl aller Suchabfragen zu stellen. Diese Kenngrösse ist unabhängig von der Zahl der Internetnutzer in einem Gebiet und der Nutzungsintensität. Sie kann daher zum Vergleich zwischen Staaten und verschiedenen geographischen Zonen verwendet werden. Bei diesem Vergleich werden die Ergebnisse indexiert. Das Gebiet, in dem ein Begriff am intensivsten gesucht wird, erhält den Wert 100. Die Ergebnisse der übrigen Gebiete werden zu diesem Spitzenwert in Relation gesetzt.
Google hat bei den Suchmaschinen global einen Marktanteil von über 80 %. In der Schweiz beträgt der Marktanteil über 90 %. Pro Tag werden via Google mehrere Milliarden Suchanfragen versendet. Ein Grossteil dieser Anfragen wird fortlaufend gespeichert und steht für die historischen Trendanalysen unmittelbar zur Verfügung.
Im Mai 2011 erreichte Google erstmals eine Milliarde eindeutig identifizierbare Besucher (unique visitors). Die Analyseresultate sind innerhalb der Population der Internetnutzer repräsentativ.

lis) bezüglich Tsunami und Erdbeben viel stärker als etwa in den Kantonen Zürich, Bern oder Aargau. Das erklärt sich dadurch, dass die Bergbevölkerung auf Umweltgefahren besonders sensibilisiert ist. Zudem ist die höhere Affinität der Basler zum Thema Erdbeben erkennbar.

Schlussfolgerungen und Lösungsansätze

Ähnlich wie die Finanzmärkte sind Medien von einer hohen Volatilität geprägt: Das heisst: Exponentiell steigende Frequenzen zu einem Thema (Boom) und der abrupte Rückgang der Medienresonanz (Baisse) wechseln sich rasch ab. Diese Trends lassen sich nicht allein mit rationalen Faktoren bzw. den realen Geschehnissen erklären. Dominoeffekte und Psychologie (Panik) spielen eine wichtige Rolle.

Die Elektrizitätsgesellschaften kommen nicht darum herum, ebenfalls dosiert mit emotionalen Inhalten zu kommunizieren. «You can't fight emotions with facts», meint Mathias Schuch von Areva NP GmbH. Die Welt wird nie frei sein von Risiken. Die Elektrizitätswirtschaft muss die Risiken der übrigen Energieträger neben Kernkraft, wie etwa jene von Öl und Gas, ebenfalls thematisieren und eine Auslegeordnung für die Güterabwägung vornehmen.

Das Internet wird zunehmend stärker genutzt. Die meisten Medienkonsumenten holen im World Wide Web das, was sie jetzt gerade in den Schlagzeilen sehen: Also «more of the same». Insbesondere Opinionleader und Spezialisten nutzen das Internet, um Quellen mit vertieften, glaubwürdigen oder sogar exklusiven Informationen zu finden. Die Katastrophen in Japan liessen nicht nur die Besucherzahlen von nzz.ch, sondern auch von ebulletin.ch bzw. nuklearforum.ch in die Höhe schnellen. Zuverlässige Informationen wurden nicht nur von Brancheninsidern geschätzt.

Es ist unmöglich, gegen die Eigendynamik der Medienökonomie und die dargestellten Zyklen der Aufmerksamkeit anzukämpfen. Der kontinuierliche Kommunikations-Auftrag einer Unternehmung, einer Organisation oder eines Verbandes verliert deshalb nicht an Bedeutung – im Gegenteil. Auch hier geht es bei den Adressaten vor allem um Opinionleaders, das heisst Entscheidungsträger, die über eine lange Frist Verantwortung übernehmen wollen.

In Zeiten des permanenten Informationsrauschens, der Überinflation an Information und oberflächlichen Wissens (sogenannte Wissensillusion) ist erfolgreiche Kommunikation nur möglich, wenn sie grundsätzliche Botschaften immer wieder betont und plakativ in verschiedenen Tonarten transponiert.

Résumé

Un intérêt de courte durée

Informations médiatiques à l'exemple de Fukushima et conséquences pour la branche électrique

L'intérêt global pour la catastrophe survenue à Fukushima fut de courte durée, comme le montre une analyse d'Internet: jusqu'en août, les recherches effectuées avec le terme « Fukushima » ont reculé de 94 % par rapport à la semaine du 13 mars. Cette baisse de l'intérêt s'explique par le rôle dominant joué par la télévision dans le paysage médiatique. Elle communique de façon émotionnelle et laisse peu de place aux informations objectives. Cela aboutit à une dramatisation du sujet qui engendre un besoin accru d'informations complémentaires. La saturation est vite atteinte et le désintérêt s'installe.
Si on analyse l'intérêt des différents pays (le pourcentage des recherches effectuées sur le terme « Fukushima » par rapport à l'ensemble des recherches effectuées dans un pays), outre le Japon, l'Allemagne arrive en tête, suivie de l'Autriche, de la Suisse et de la Chine. L'intérêt marqué de la Suisse ne reflète donc pas la situation à l'échelon mondial.
Pour la branche électrique, le message est clair: on ne peut pas lutter contre les cycles d'intérêt, mais la communication en continu ne perd en aucun cas de son importance. De plus, il convient de communiquer de manière émotionnelle avec mesure (« you can't fight emotions with facts ») et de diffuser des principes simples, de manière claire et compréhensible. Mn

Link

- Quelle der Auswertungen: www.google.com/insights/search

Angaben zum Autor

Hans Peter Arnold ist langjähriger Wirtschaftsjournalist und nimmt Internet-Trendanalysen vor. Für das Nuklearforum schreibt er monatlich die Kolumne «Arnolds Wirtschaftsblick» zum Themenkreis Kernenergie, Wirtschaft und Gesellschaft.
hparnold@hotmail.com

Anzeige

Die Beiträge dieser Ausgabe finden Sie neu auch unter www.bulletin-online.ch