

# MEDIA DELPHI 2017:

## MIT FAKE NEWS IN DIE SCHLAGZEILEN – TRUMP UND ZUCKERBERG DOMINIEREN DIE SCHLAGZEILEN

**Journalisten sehen in Prognosen ein aufregendes Medienjahr mit neuen und alten Akteuren im medialen Scheinwerferlicht. Das zeigt die Journalistenumfrage MEDIA DELPHI 2017, die in diesem Jahr zum dritten Mal von der Medien-Kontaktplattform Recherchescout durchgeführt wurde. Mehr als 250 Journalisten aus Deutschland und Österreich haben beim MEDIA DELPHI 2017 darüber Auskunft gegeben, welche Themen, Personen und Unternehmen nach Ihrer Erwartung das Medienjahr 2017 in Deutschland beziehungsweise in Österreich dominieren werden. Nachfolgend finden Sie die Ergebnisse des Media Delphi Deutschland. Die Umfrage wurde im Januar und Februar 2017 durchgeführt und widmete sich folgenden Fragen:**

- Welche **Themen** werden – von unvorhersehbaren Entwicklungen abgesehen – die deutsche Medienberichterstattung im Jahr 2017 dominieren? Seite 2 / 3
- Welche **Unternehmen** werden 2017 im Mittelpunkt der deutschen Medienöffentlichkeit stehen? Seite 4 / 5
- Welche **Personen** werden – von unvorhersehbaren Entwicklungen abgesehen – nach Ihrer Ansicht die deutsche Medienberichterstattung im Jahr 2017 dominieren?
  - im Themenbereich **Politik** Seite 6 / 7
  - im Themenbereich **Wirtschaft** Seite 8 / 9
  - im Themenbereich **Kunst und Kultur** Seite 10 / 11
  - im Themenbereich **Sport** Seite 12 / 13
  - im Themenbereich **Medien** Seite 14 / 15

Die Journalisten konnten in jeder Kategorie mehrere Antworten geben und dabei sowohl aus einer Vorschlagsliste wählen als auch gleichberechtigt eigene Angaben einfügen. 51,9 Prozent der 164 Auskunft gebenden Journalisten sind fest angestellt, 48,1 Prozent arbeiten frei. Im Bereich Print arbeiten 62 Prozent der befragten Journalisten, Online sind 23,9 Prozent tätig, beim TV 9,8 Prozent und in Hörfunkredaktionen 4,3 Prozent.

## **Wahlkampf, USA, Terrorbekämpfung: Welche Themen Journalisten 2017 am häufigsten in den Medien erwarten**

Mit der Finanzkrise und dem islamistischen Terror gibt es Themen, die bereits seit Jahren die Berichterstattung in den deutschsprachigen Medien prägen. Während im vergangenen Jahr das Thema der Flüchtlingspolitik stärker in den Fokus rückte, erwarten die Journalisten für 2017 mit der Bundestagswahl und der Entwicklung in den USA weitere neue Schwerpunkte in der Berichterstattung..

Die Bundestagswahl wird von 75,5 Prozent der befragten Medienmacher als eines der dominierenden Themen im Jahr 2017 angesehen landet damit auf Platz 1 des MEDIA DELPHI 2017. Auf Platz 2 mit 74,8 Prozent und nur knappem Abstand folgt laut Vorhersage die Berichterstattung zu den Entwicklungen in den USA. Donald Trumps erste Entscheidungen als Präsident und seine Attacken auf Journalisten lassen keine Zweifel aufkommen, dass er Sendezeit und Zeitungsspalten füllen wird.

Auf Platz 3 der Agenda sehen die Journalisten mit 60,7 Prozent bereits den Themenbereich „Kampf gegen Terror/Innere Sicherheit“, den Medienmacher im Jahr 2015 auf Platz 1 und im Jahr 2016 auf Platz 2 in der Berichterstattung gesehen hatten. Auch der Rechtsruck wird die Redakteure ihren Erwartungen zufolge in diesem Jahr beschäftigen. Mit 58,3 Prozent belegt das Thema „Nationalismus/Rechtspopulismus“ den vierten Rang der erwarteten Medienagenda. Der Themenbereich „Flüchtlingskrise/Integration“, der 2016 die Rangliste angeführt hatte, belegt im diesjährigen Ranking mit 43,6 Prozent lediglich Platz 5.

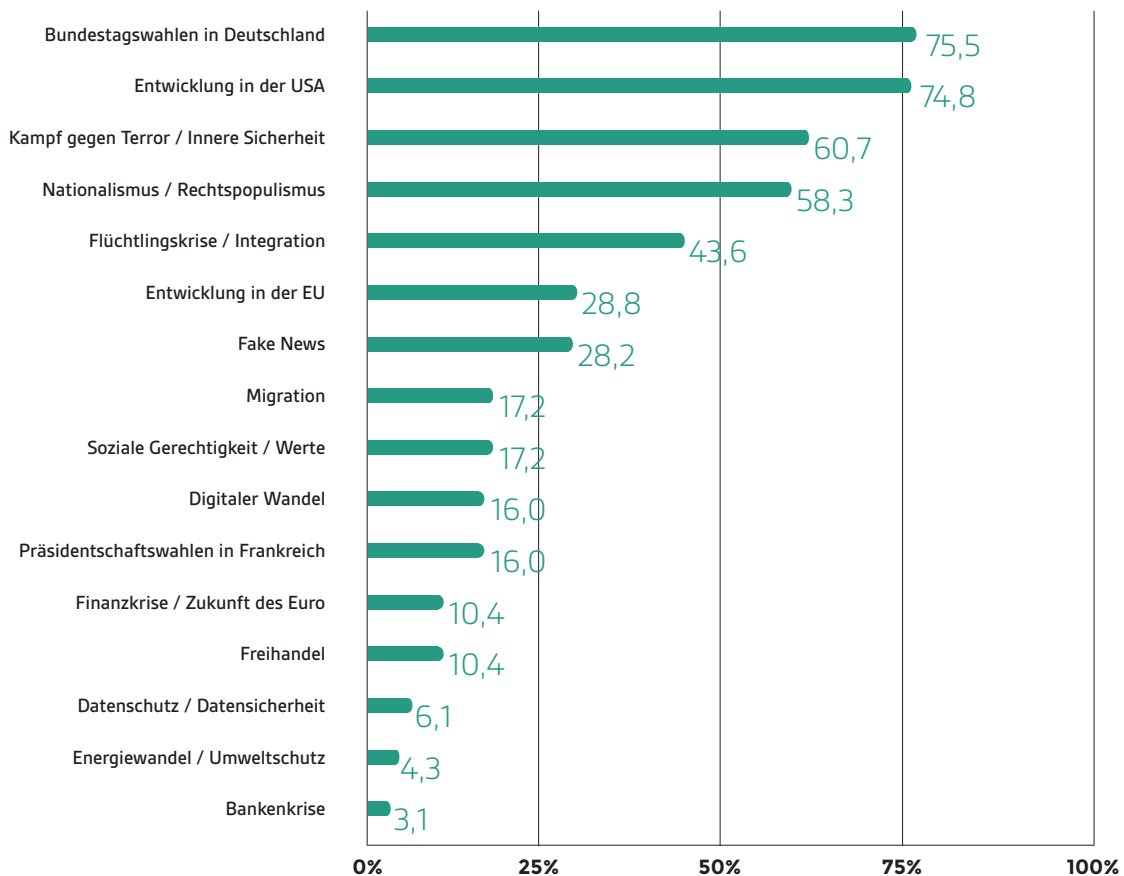
Der Blick auf die übrige Agenda zeigt, dass es deutliche Verschiebungen bei der Themenrangfolge und bei den Themen selbst gibt. Platz 6 etwa belegt das Thema „Entwicklungen in der EU“ (28,8 Prozent). Mit 28,2 Prozent folgt das Thema „Fakenews“. Damit räumen Medienmacher einem Thema viel Platz ein, das sie selbst in mehrerlei Hinsicht betrifft. Nie war es für Journalisten in Zeiten der Einschränkung der weltweiten Pressefreiheit und alternativer Publikationsplattformen wichtiger und schwieriger, mit ihrer täglichen Arbeit Vertrauen aufzubauen und Glaubwürdigkeit zu beweisen. Und nie haben sich die Medien auch in Ländern mit funktionierenden Demokratien so gezielten und massiven Angriffen auf ihre Glaubwürdigkeit von aktiven Politikern ausgesetzt gesehen wie in den vergangenen – und vielleicht in den kommenden – Monaten.

Gerade bei der medialen Präsenz des Themas Fakenews offenbart sich, dass die Themen Populismus, Entwicklungen in den USA und auch die Bundestagswahl nicht nur verschiedene Ausprägungen haben, sondern durch gezielte Desinformation und Falschnachrichten beeinflusst werden können. Gleichzeitig fürchten Journalisten, dass der Wert ihrer täglichen Arbeit durch die Brandmarkung und gezielte Attacken dauerhaft zerstört werden könnte.

Der Finanzkrise werden Redakteure nach Prognosen der befragten Medienmacher 2017 deutlich weniger Platz einräumen als 2015 oder 2016 – auch wenn es in diesem Jahr um Griechenland, Brexit und die Folgen gehen wird. Sahen im 2015 rund 60 Prozent der befragten Journalisten die Finanzkrise und die Zukunft des Euro als sehr wichtig in der Berichterstattung an, so waren es 2016 nur 26,6 Prozent. 2017 sind es gar nur 10,4 Prozent.

Eine mittlere Intensität in der Berichterstattung erwarten Journalisten in den nächsten Monaten wie schon in den Vorjahren über soziale Gerechtigkeit (17,2 Prozent), den digitalen Wandel (16 Prozent), Migration (17 Prozent) oder die Präsidentschaftswahlen in Frankreich (16 Prozent). Eine eher untergeordnete Rolle spielen in den Augen der Journalisten auf der medialen Agenda in diesem Jahr die Themen Freihandel, der Datenschutz oder der Energiewandel beziehungsweise Umweltschutz.

Auch in diesem Jahr machten Journalisten von der Möglichkeit Gebrauch, im Rahmen des MEDIA DELPHI 2017 selbst Themen vorzuschlagen. Die rund 20 Vorschläge greifen dabei die Veränderung der Arbeitswelt ebenso auf wie das allgemeine Demokratieverständnis, Gesundheitsthemen sowie eine mögliche Repolitisierung durch einen „democratic backlash“ gegen Populismus.



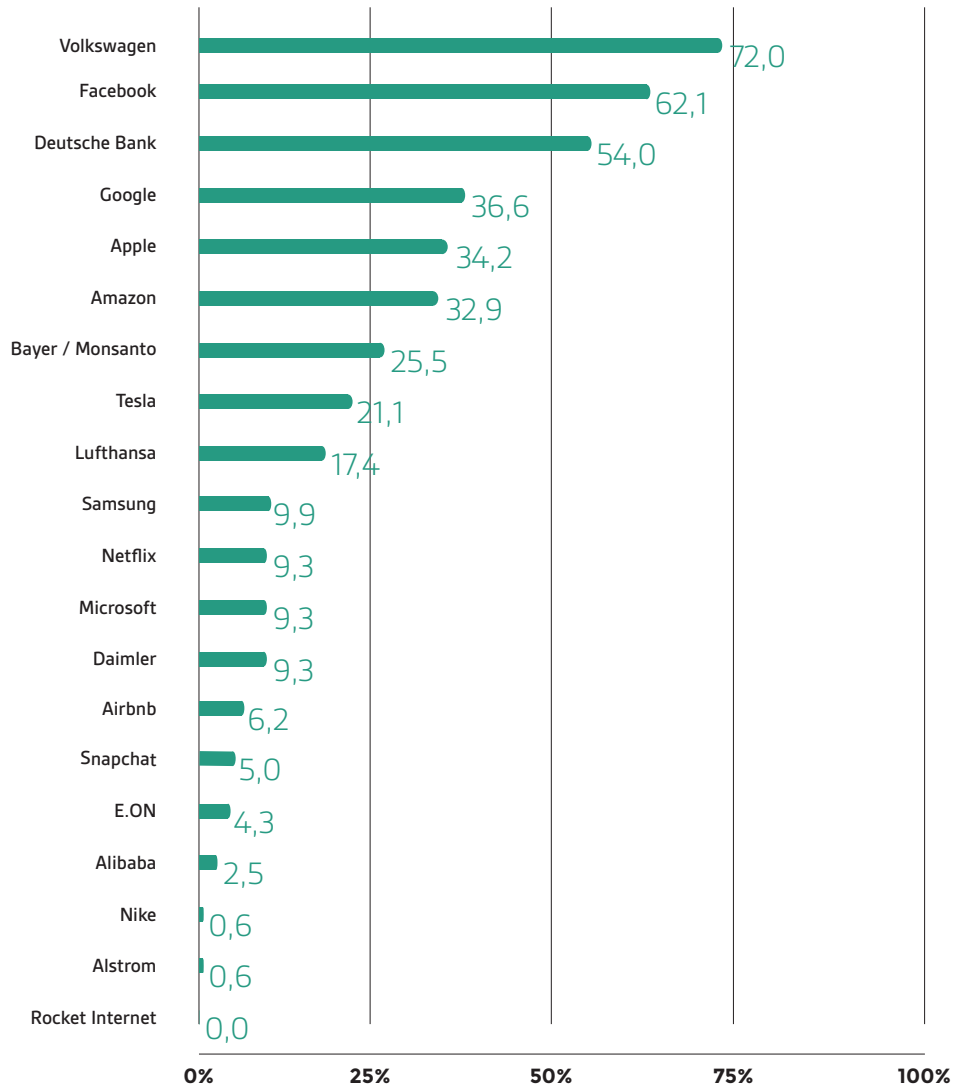
Quelle: Recherchescout - MEDIA DELPHI 2017

## **Viel VW, wenig Apple, kaum Samsung: Diese Unternehmen dominieren 2017 die Wirtschaftsberichterstattung**

Die Sache stinkt Medienmachern wie Verbrauchern weiter gewaltig: Auch in 2017 sehen Journalisten in der Wirtschaftsberichterstattung den Volkswagen-Konzern mit 72 Prozent an der Spitze. Bereits 2016 hatte sich VW mit dem Abgasskandal im MEDIA DELPHI auf den ersten Platz gefahren (knapp 70 Prozent). Auf Platz 2 der medialen Dominanz sehen mit 62,1 Prozent in 2017 viele Journalisten Facebook. Die zentrale Rolle des sozialen Netzwerkes bei Themen wie Wahlen und Rechtsruck wird nach Meinung der Medienmacher auch das Unternehmen selbst zum Gegenstand von Artikeln und Beiträgen machen. Auf eine ausführliche Berichterstattung gefasst machen kann sich laut MEDIA DELPHI 2017 weiterhin die Deutsche Bank, die von Journalisten in Deutschland mit 54 Prozent auf Rang drei gewählt wurde, nachdem sie es mit einer hohen Erwartung von Negativschlagzeilen im Vorjahr mit 56,6 Prozent auf Platz 2 geschafft hatte.

Google, 2015 mit 66 Prozent auf Platz 1 gerankt, und 2016 mit 54 Prozent auf Platz 3 gesehen, landet im MEDIA DELPHI 2017 mit 36,6 Prozent nur noch auf Platz 4. Apple schafft es in 2017 mit 34,2 Prozent immerhin wieder in die Top 5 des Media-Ranking, nachdem das Unternehmen im Vorjahr deutlich ins Mittelfeld abgerutscht war. Damit behauptet sich die Kultmarke aus dem Silicon Valley noch vor Amazon (32,9 Prozent).

Im Mittelfeld der Berichterstattung erwarten Journalisten in diesem Jahr die Unternehmen Bayer und Monsanto (25,5 Prozent) sowie Tesla (21,1 Prozent). Während die Presseabteilung der Lufthansa in diesem Jahr nach Journalistenmeinung noch gut zu tun haben sollte (17,4 Prozent), wird es bei Samsung, Netflix, Microsoft oder Daimler mit jeweils unter 10 Prozent Nennungsquote laut MEDIA DELPHI eher ruhig zu gehen. Wenig Beef sehen Journalisten bei Rocket Internet, Alstom oder Nike.



Quelle: Recherchescout - MEDIA DELPHI 2017

## Außerdem genannt:

Aldi

BMW

DM

Lidl

Adidas

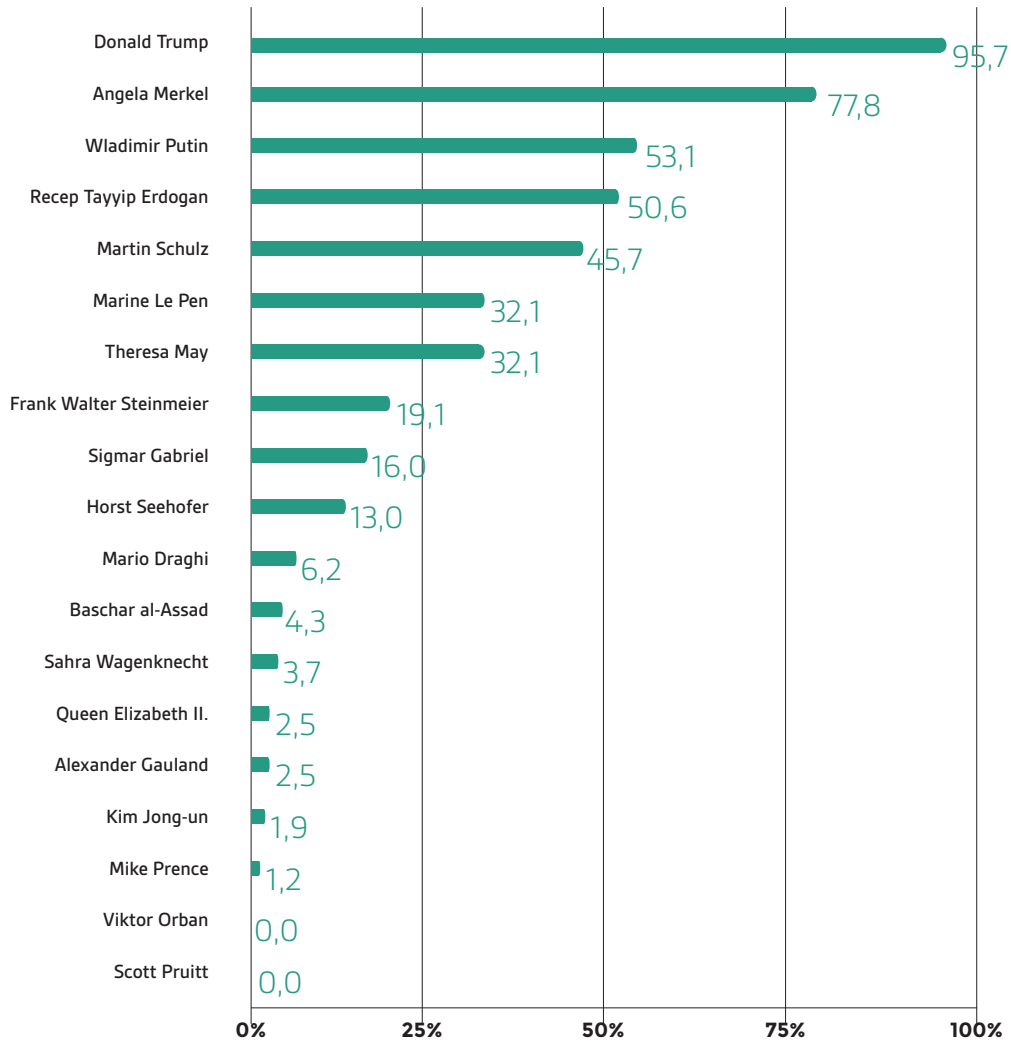
Suzuki

## Solo für Donald Trump

Zurück auf Platz zwei: Bundeskanzlerin Angela Merkel, die im vergangenen Jahr nicht nur von den deutschen Journalisten als führende Schlagzeilenlieferantin gesehen, sondern auch vom Time Magazine zur wichtigsten Person des Jahres gewählt wurde, wird trotz des Bundestagswahlkampfes nur von 77,8 Prozent der befragte Medienmacher genannt, wenn es um die Person mit der größten medialen Ausstrahlung geht. Deutlich vor ihr landet in diesem Jahr US-Präsident Donald Trump mit 95,7 Prozent. Wie im Vorjahr geht der Platz hinter Angela Merkel an den russischen Präsidenten Wladimir Putin, der damit auch in der dritten Befragung unter den Top 3 liegt (2015 erster Platz, 2016 zweiter Platz).

Herausgehobene Rollen werden den Erwartungen der Journalisten zufolge auch der türkische Präsident Erdogan (50,6 Prozent) und der sozialdemokratische Spitzenkandidat für die Bundestagswahl, Martin Schulz (45,7 Prozent) spielen. Etwa ein Drittel der Redakteure erwarten eine signifikante Medienpräsenz der britischen Premierministerin Theresa May und der französischen Rechtspopulistin Marine Le Pen (jeweils 32,1 Prozent).

Interessant ist, dass zumindest die deutschen Journalisten nicht daran glauben, der amerikanische Vize-Präsident Mike Pence könne in diesem Jahr eine herausgehobene Rolle spielen. Eine Ablösung von Donald Trump durch seinen Stellvertreter erscheint ihnen offensichtlich als unwahrscheinlich: Nur 1,2 Prozent der befragten Journalisten sehen Pence in den Schlagzeilen des Jahres 2017.



Quelle: Recherchescout - MEDIA DELPHI 2017

**Außerdem genannt:**

Cem Özdemir  
 Frauke Petry  
 Björn Höcke

Thomas de Maiziere  
 Ursula von der Leyen

## Social Media makes the media star: Zuckerberg als Wirtschaftslenker 2017 im Fokus der Journalisten – Newcomer vor Industrieschergewichten

They like weiterhin: Facebook-Gründer Marc Zuckerberg verteidigt seinen ersten Platz im MEDIA DELPHI 2017 mit 61,8 Prozent das dritte Jahr in Folge. An Themen wird es nicht mangeln. Die Finanzredaktionen werden gespannt beobachten, ob es Zuckerberg weiter gelingt, Anzeigenerlöse und Unternehmensgewinne zu steigern. Medienjournalisten werden Zuckerbergs Aktivitäten in Sachen Bewegtbild und Fakenews beobachten. Für alle anderen Medienmacher hatte der Facebook-Gründer im Februar ein dünnes Manifest präsentiert.

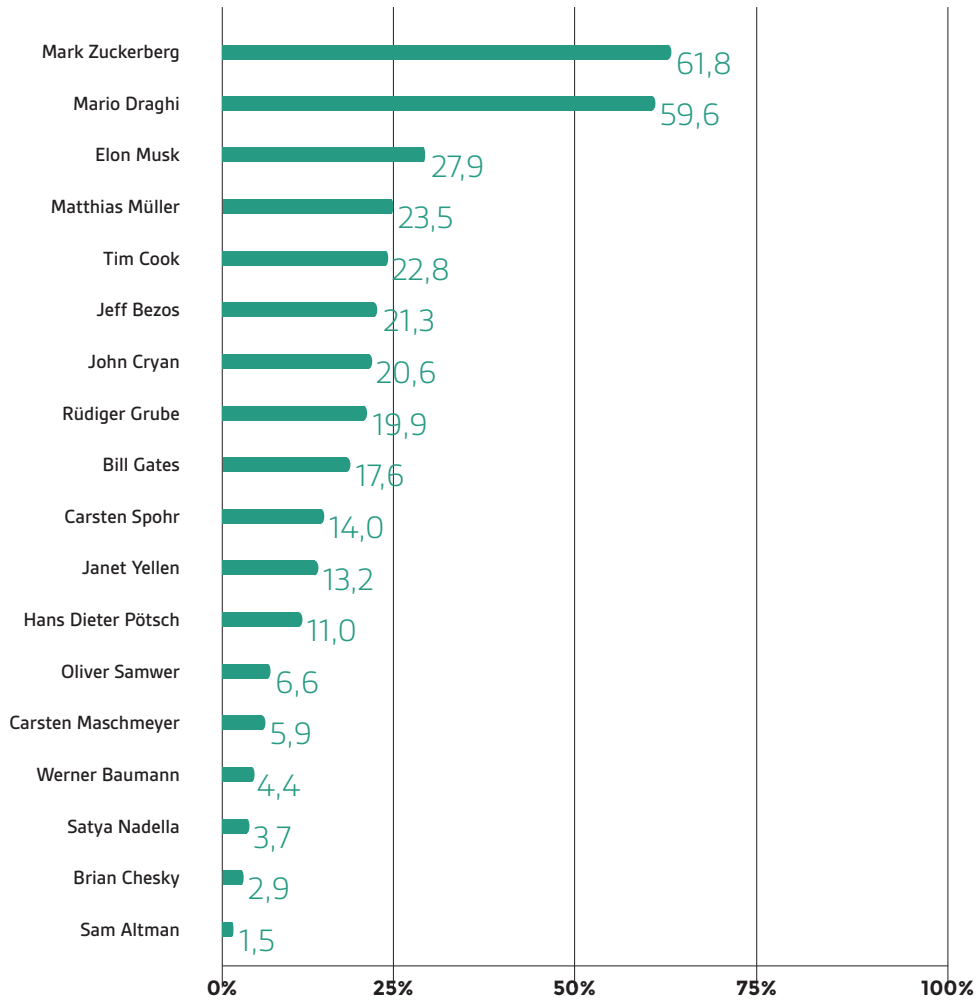
Interessant bleibt es auch im übrigen Ranking. Auf Platz 2 folgt mit geringem Abstand Mario Draghi, Chef der Europäischen Zentralbank EZB, mit 59,6 Prozent. Spannend ist, dass die Mehrheit der Journalisten Draghi als Wirtschaftslenker sieht. Inhaltlich interessant werden für Journalisten Draghis Handlungen in Sachen Straffung der ultralockeren Geldpolitik sein.

Die weiteren Prognosen der Medienmacher sollten einigen Unternehmenslenkern zu denken geben. Während im Vorjahr der neue VW-Chef Matthias Müller auf Platz 2 rangierte, sehen Journalisten Müller trotz aller Hiobsbotschaften in diesem Jahr mit 23,5 Prozent eher unter fernem Licht. Vielmehr übernimmt in diesem Jahr Tesla-Gründer Elon Musk mit 27,9 Prozent den dritten Platz auf dem medialen Podest. Die Zukunft als journalistischer Nachrichtenwert vor der Vergangenheit einer endenden Epoche?

Apple-Chef Tim Cook, in 2015 und 2016 auf Platz 3 gerankt, kommt im MEDIA DELPHI 2017 lediglich auf 22,8 Prozent, erneut knapp gefolgt wird von Amazon-Chef Bezos (21,3 Prozent). Ex-Bahnchef Rüdiger Grube wählten Journalisten 2017 medial mit 19,9 Prozent ins hintere Mittelfeld ähnlich wie John Cryan von der Deutschen Bank.

Kaum eine Rolle indes werden aller Voraussicht nach in diesem Jahr in der medialen Wahrnehmung der Microsoft-Chef Satya Nadella, Rocket-Internet-Gründer Oliver Samwer oder Entrepreneur Sam Altman und Werner Baumann (Bayer AG) spielen. Gerade bei der Themenrubrik Wirtschaft zeigt sich im MEDIA DELPHI 2017, wie viele Newcomer medial betrachtet nicht nur auf Augenhöhe mit tradierten Industrieschergewichten agieren, sondern dass die neuen Wilden wie Zuckerberg, Musk, Bezos oder eben Altman für Journalisten in vielen Fällen das interessantere Futter darstellen.





Quelle: Recherchescout - MEDIA DELPHI 2017

**Außerdem genannt:**

Joe Kaeser

Kasper Rorsted

Matthias Sammer

Anton Schlecker

Götz Werner

Heinrich Hiesinger

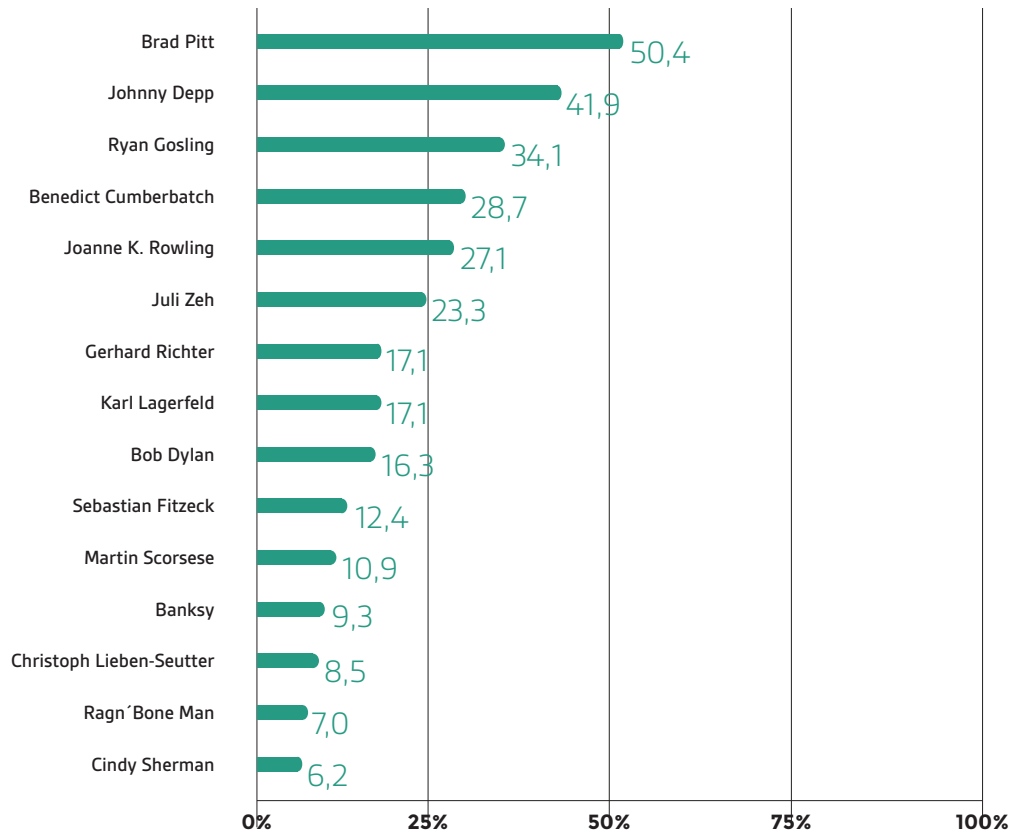
Martin Winterkorn

Karsten Mühlenfeld

## Leinwanderfolg plus private Soap gleich Medienpräsenz

Ob in Sachen Ehekrieg oder Leinwanderfolg, das geht aus dem MEDIA DELPHI 2017 nicht hervor, aber Fakt ist: Deutsche Medienmacher sehen den Schauspieler Brad Pitt auf Platz 1 des medialen Olymps. Im MEDIA DELPHI 2017 kommt Pitt auf 50,4 Prozent. Berufskollege Jonny Depp, der 2017 mit dem Film „Pirates of the Caribbean 5“ im Kino zu sehen sein wird, wurde mit 41,9 Prozent auf Platz 2 gewählt – wobei sich die Berichterstattung zu Jahresbeginn mit Veröffentlichungen über seine Finanzprobleme und angebliche Pleite wie bei Pitt auch eher auf private Umstände bezogen hat. Platz 3 nimmt in diesem Jahr beim MEDIA DELPHI ebenfalls ein Schauspieler ein – Ryan Gosling (34,1 Prozent), der 2017 zu Abwechslung tatsächlich vor allem durch die erfolgreiche Ausübung seines Berufes Schlagzeilen geschrieben hat.

Im Mittelfeld vermuten Journalisten in 2017 den Schauspieler Benedict Cumberbatch (28,7 Prozent), Autorin Joanne K. Rowling (27,1 Prozent) und die deutsche Schriftstellerin Juli Zeh (23,3 Prozent), die 2016 mit ihrem Gesellschaftsroman „Unter Leuten“ viel von sich reden machte. Weniger medial in Erscheinung treten demnach Modeschöpfer Karl Lagerfeld (17,1 Prozent) und Maler Gerhard Richter (17,1 Prozent) sowie Bestseller-Autor Sebastian Fitzek (12,4 Prozent). Trotz großem Presserummel rund um die Eröffnung der Elbphilharmonie sehen Journalisten den Generalintendant der neu eröffneten Elbphilharmonie, Christoph Lieben-Seutter, mit 8,5 Prozent kaum im medialen Scheinwerferlicht. Mehrfach außerhalb der vorgegebenen Antwortoptionen genannt wurde Schauspielerin Maren Ade (zuletzt Toni Erdmann).



Quelle: Recherchescout - MEDIA DELPHI 2017

**Außerdem genannt:**

Herzog & de Meuron

Claus Peymann

Miriam Cahn

Jeremy Renner

Rammstein

Kevin Spacey

Madonna

Richard David Precht

Emma Watson

Angelina Jolie

Kasper König

Amy Adams

Jörg Hartmann

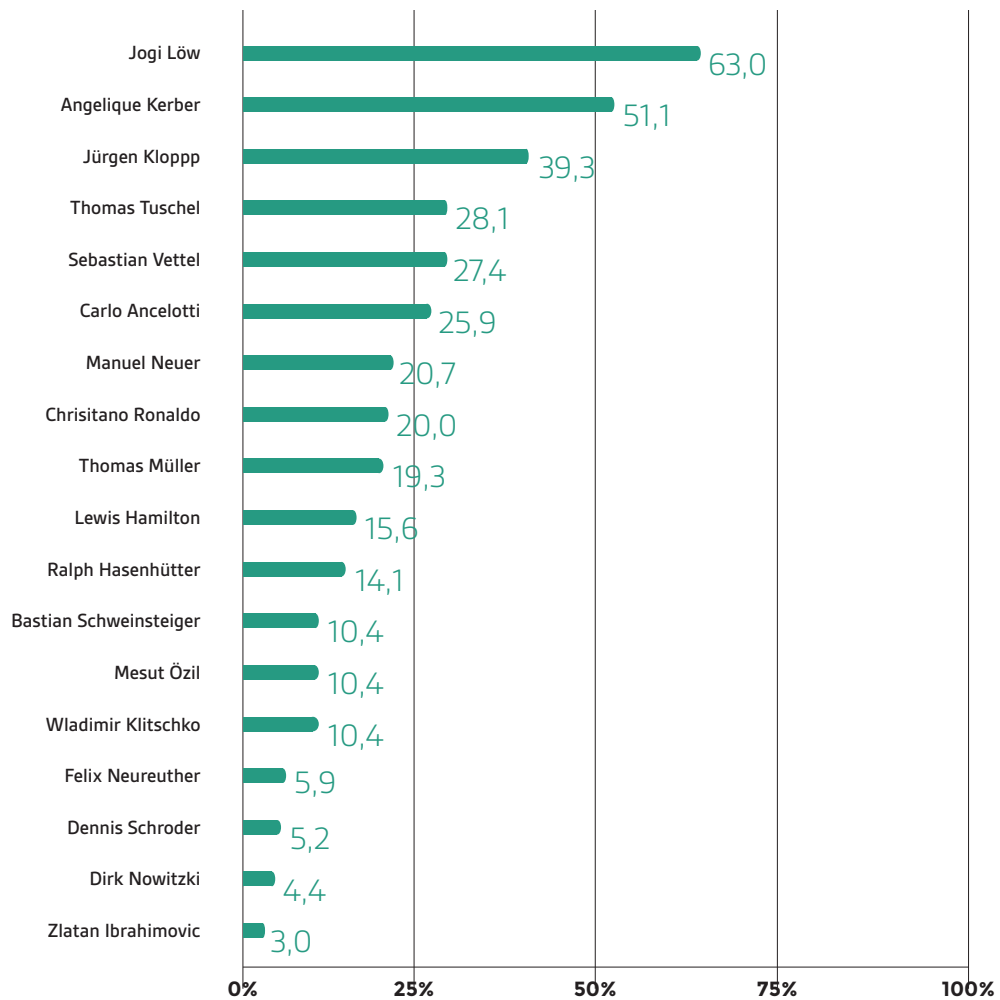
Adam Szymczyk

Beyonce

## Jahr der Trainer

Wenn es nach den Erwartungen der Journalisten geht, dann leuchtet in diesem Jahr kein Sportler-Stern wirklich hell am Medienhimmel. Die meisten Schlagzeilen erwarten die Redakteure von Fußballtrainern: Mit Nationalmannschaftscoach Jogi Löw (63 Prozent – Platz 1), Liverpools Teammanager Jürgen Klopp (39,3 Prozent – Platz 3), Borussia Dortmunds Trainer Thomas Tuchel (28,1 Prozent – Platz 4) und Carlo Ancelotti vom FC Bayern (25,9 Prozent – Platz 6) liegen vier Männer von der Seitenlinie vor den bestplatzierten aktiven Fußballern in der Liste. Manuel Neuer (20,7 Prozent) wird dabei etwas häufiger genannt als Cristiano Ronaldo (20 Prozent) und Thomas Müller (19,3 Prozent).

Trotz des Verlusts ihrer Führung in der Tennis-Weltrangliste sehen die deutschen Journalisten Tennisspielerin Angelique Kerber vor einem Jahr mit starker Medienpräsenz. Mit 51,1 Prozent und Platz 2 im Gesamtranking ist sie mit Abstand die meistgenannte aktive Sportlerin – vor dem insgesamt fünftplatzierten Formel-1-Piloten Sebastian Vettel (27,4 Prozent). Fußball, Tennis, Formel 1 – die Sportwelt der Deutschen ist nicht zu erschüttern.



Quelle: Recherchescout - MEDIA DELPHI 2017

**Außerdem genannt:**

Matthias Sammer

Gianni Infantino

Franz Beckenbauer

Uli Hoeneß

Ralf Rangnick

Lionel Messi

Thomas Bach

Sascha Zverey

Christian Streich

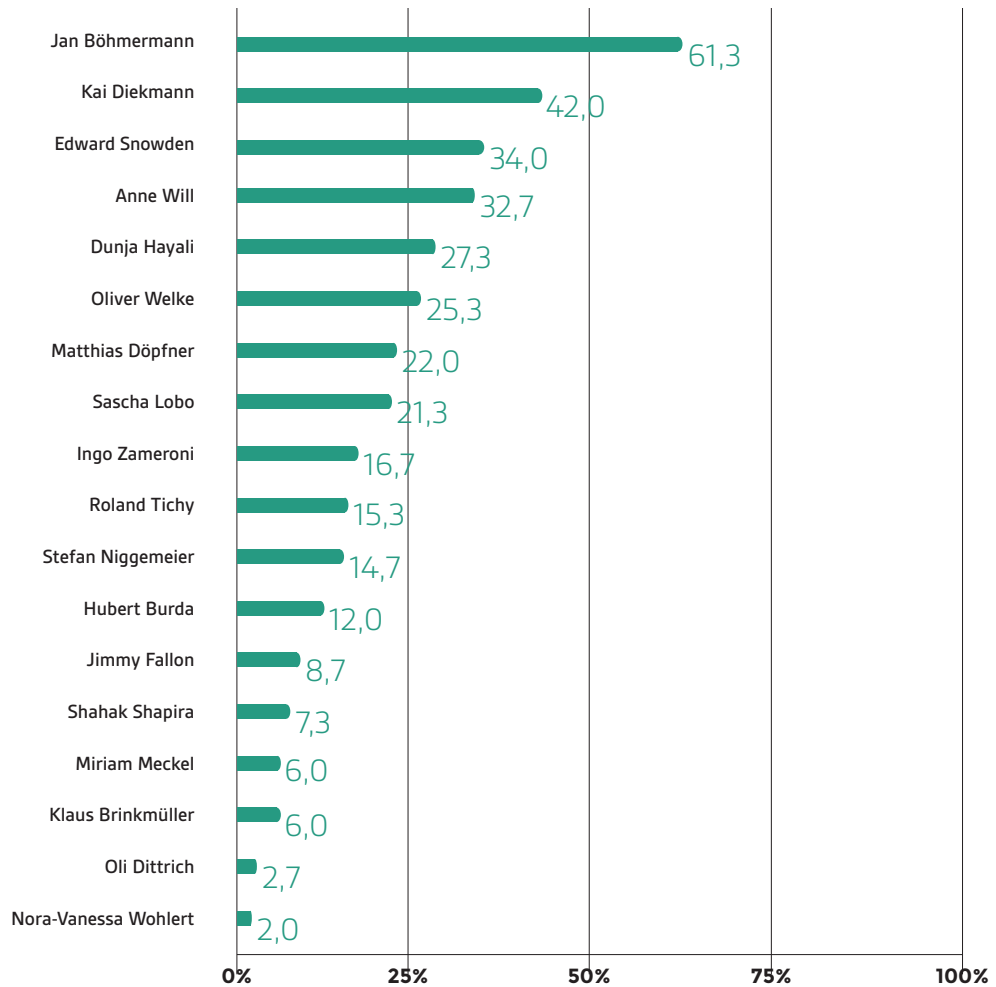
**Medienleute: Böhmermann, Diekmann vor, Tichy vor Brinkbäumer**

Jan Böhmermann steht mit seiner polarisierenden Mischung aus Satire, Journalismus, Kunst und Politik auch 2017 ganz oben in der MEDIA DELPHI-Rubrik Medien. Nachdem er bereits 2016 auf Platz 1 gewählt wurde, erhält der mehrfache Preisträger in diesem Jahr mit 61,3 Prozent ebenfalls die meisten Nennungen.

Auch auf Platz 2 gab es beim MEDIA DELPHI keine Veränderungen. Kai Diekmann, weiterhin Ex-Chefredakteur bei Bild und Ex-Bartträger, verteidigt mit 42 Prozent seinen zweiten Platz unter den Medienleuten. Platz 3 des Rankings, im Vorjahr mit Oliver Welke besetzt, geht 2017 an Edward Snowden mit 34 Prozent. Mit nur kurzem Abstand folgt Anne Will (32,7 Prozent), die in diesem Jahr ebenfalls oft Thema in der Berichterstattung werden soll. Im guten Mittelfeld positioniert sich Journalistin und Moderatorin Dunja Hayali, die im Vorjahr oft im Zuge ihres Engagements „Gesicht zeigen“ und als Botschafterin der Initiative „Respekt! Kein Platz für Rassismus“ medial in Erscheinung getreten ist.

Im Mittelfeld der medialen Aufmerksamkeit erwarten Journalisten unter anderem Oliver Welke (25,3 Prozent), Springer Vorstand und neuerdings BDZV-Präsident, Mathias Döpfner (22 Prozent). Der intellektuelle und umtriebige Internet- und Social-Media-Erklärer Sacha Lobo folgt im Ranking knapp mit 21,3 Prozent (2016: 29 Prozent). Von sich Reden machen wird laut der Befragung in diesem Jahr Roland Tichy, der 2016 und 2017 mit seinen „Einblicken“ und „Klartext“ viele kontroverse Diskussionen angezettelt hat. Er liegt als Neueinsteiger mit knapp über 15 Prozent im hinteren Mittelfeld – knapp hinter Moderator Ingo Zamperoni und vor Medienjournalist Stefan Niggemeier.

US-Komiker Jimmy Fallon wird es laut MEDIA DELPHI auch das ein oder andere Mal in die hiesige Berichterstattung schaffen. Ähnlich beurteilen Journalisten die mediale Aufmerksamkeit um den israelischen Schriftsteller und Satiriker Shahak Shapira, der mit 7,3 Prozent im MEDIA DELPHI 2017 vor Miriam Meckel und Nora-Vanessa Wahlert, Gründerin der Business Lifestyle-Plattform Edition F rangiert.



Quelle: Recherchescout - MEDIA DELPHI 2017

**Außerdem genannt:**

Cordt Schnibben  
 Julian Assange  
 Kathrynsky

Can Dündar  
 Shakira  
 Henryk M.Border

Sandra Maischberger  
 Hans-Ulrich Jörges  
 Rico Grimm

Dirk Schümer  
 Thilo Jung

## Über Recherchescout

Die Medien-Kontaktplattform Recherchescout unterstützt Journalisten bei der Erschließung neuer Recherchequellen und verändert die Interaktion zwischen den Redakteuren einerseits und Pressestellen sowie PR-Agenturen andererseits. Auf dem 2013 gestarteten Portal können Journalisten Fragen stellen und ihr Interesse an Informationen, Gesprächspartnern oder Material zu ihrem jeweils aktuellen Thema bekunden. Auf der Plattform registrierte Pressestellen und Öffentlichkeitsarbeiter erhalten die Anfragen. Damit können sie Informationen und Material genau dann anbieten, wenn Journalisten sie brauchen und erhalten eine wirksame zusätzliche Kontaktmöglichkeit zum Versand von Pressemitteilungen, Anschreiben per E-Mail oder Anrufen. Über die Annahme der Gesprächsangebote und Informationen entscheiden die Journalisten, für die die Nutzung des Recherchescout kostenlos ist. Finanziert wird das Portal über eine Gebühr, die von den registrierten Nutzern aus Pressestellen und PR-Agenturen entrichtet wird. Seit dem Start des Recherchescout im September 2013 haben sich rund 2.500 Journalisten aus dem deutschsprachigen Raum für die Nutzung der Plattform eingetragen. [www.recherchescout.com](http://www.recherchescout.com)

### Pressekontakt:

Recherche-Scout GmbH

Kai Oppel

Leonrodstraße 68 | D-80636 München

T: +49 (0) 89 324 933 - 64

F: +49 (0) 89 324 933 - 88

M: +49 (0) 178 6150 154

[k.oppel@recherchescout.com](mailto:k.oppel@recherchescout.com)

[www.recherchescout.com](http://www.recherchescout.com)



MEHR ALS  
**2.500**  
ANGEMELDETE  
JOURNALISTEN

Weitere Infos & Anmeldung unter:

[www.recherchescout.com](http://www.recherchescout.com)