



PRESSE–INFORMATION

Deutschland in chinesischen Medien: hoch entwickelt, mächtig und innovativ

Meta Communication International untersucht die Berichterstattung zu Deutschland in chinesischen Leitmedien

Frankfurt/Main, Wien, 16.4.2009 – Wie wird Deutschland in chinesischen Medien wahrgenommen? Über welche Themen wird berichtet? Was sind kritisch besetzte Themen? Ausgehend von diesen Fragen hat Meta Communication International, Spezialinstitut für Medienbeobachtung und -analyse, über einen Untersuchungszeitraum von Juli 2008 bis Januar 2009 260 Artikel mit Deutschlandbezug in chinesischen Leitmedien gesammelt und ausgewertet. Die Ergebnisse der Studie liegen jetzt vor.

„China ist eine der aufstrebenden Mächte des 21. Jahrhunderts: Welches Bild hat die dortige Öffentlichkeit von Deutschland? Über welche Themen wird im Zusammenhang mit Deutschland berichtet? Das waren für uns spannende Fragen, die durch die vorliegende Studie beantwortet werden sollten“, sagt Dr. Erich Pellech, Geschäftsführer von Meta Communication International. „China ist ein wichtiger wirtschaftlicher Partner Deutschlands. Daher sollten wir rechtzeitig über das Stimmungsbild in der Öffentlichkeit Bescheid wissen.“

Top Themen der Berichterstattung

Deutschland generiert ein kontinuierliches Medieninteresse, selbst mit Themen, die mit China unmittelbar nichts zu tun haben. Nur 44% der Deutschland relevanten Artikel weisen einen Bezug zu China auf und berichten unter anderem von Treffen zwischen deutschen und chinesischen Politikern oder von Zusammenarbeit im Bereich Wirtschaft, Technologie und Forschung. So erzielte Deutschland einen Präsenz-Peak anlässlich des Besuchs von Angela Merkel zum ASEM Gipfel in Peking im Oktober 2008, als insgesamt 71 Artikel über deutsche Themen erschienen.

„Top Themen in der Berichterstattung sind nicht nur die Intensivierung der deutsch-chinesischen Wirtschaftsbeziehungen oder die Bedeutung Chinas für deutsche Unternehmen sondern auch die deutsche Maßnahmen angesichts der Finanzkrise“, erläutert Helga Eder, Leiterin der Medienanalysen bei Meta Communication. „Denn chinesische Medien beschreiben Deutschland meist anhand der wirtschaftlichen Bedeutung und attributieren den Staat als ‚mächtig‘, ‚hoch entwickelt‘ und ‚innovativ‘. Wenn der deutsche Konjunkturmotor ins Stocken gerät, dann erregt das in China mediale Aufmerksamkeit“, so Eder weiter.



Kritisch besetzte Themen

Jedoch sind 32% der Berichterstattung zu Deutschland ambivalent bis negativ. Negative Artikel generierte neben wirtschaftlichen Problemen Deutschlands auch die deutsche Tibet-Politik oder China kritische Tendenzen in Deutschland, insbesondere kritische Medienberichterstattung über China. Für mediales Aufsehen sorgt zum Beispiel, dass die im Peking-Büro der Deutschen Welle arbeitende chinesische Journalisten Zhang Danhong entlassen wurde, da sie zu positiv über ihr eigenes Land berichtet haben soll. Ebenfalls negativ bewertet wurde die Abwesenheit deutscher Spitzenpolitiker bei der Eröffnung der olympischen Spiele in Peking.

68% der Berichterstattung zu Deutschland sind positiv. Besonders deutsche Innovationen und technologische Weiterentwicklungen, die deutsch-chinesische Zusammenarbeit im Bereich Forschung&Entwicklung, Investitionen in China und Deutschlands Machtposition im internationalen Gefüge sind durchgehend positiv besetzte Themen.

Meta Communication International: Medienbeobachtung nach Maß

Meta Communication International ist ein in Mitteleuropa führender Anbieter für Medienbeobachtung und Medienanalysen. An fünf Standorten, wie zum Beispiel Frankfurt/Main und Wien bemühen sich mehr als 200 Mitarbeiter um die individuellen Wünsche von Unternehmen und PR-Agenturen. Mit zwei Gesellschaften in Warschau und Prag bietet Meta seine Leistungen auch für den osteuropäischen Raum an.

Für Rückfragen wenden Sie sich bitte an:

Meta Communication International
Pressebüro
Birgit Kacerovsky
Tel: +43 1 524 43 00
meta.presse@trimedia.at
Siebensterngasse 31
A-1070 Wien