

Swissfundraising

«Messen, welche NPO-Themen öffentlich relevant sind»

Die Tätigkeiten der NPO werden in den klassischen Schweizer Medien im Grundsatz positiv bewertet. Das geht aus dem Themenradar «Spenden und Helfen» hervor, den das fög, Forschungszentrum Öffentlichkeit und Gesellschaft, an der Universität Zürich im Auftrag von Zewo und Swissfundraising jährlich erstellt. Wir haben dazu Projektleiter Daniel Vogler befragt und publizieren hier eine gekürzte Version des Interviews.

Interview: **Odilo Noti** Bild: **zVg**



Daniel Vogler, wissenschaftlicher Mitarbeiter fög, Universität Zürich.

Herr Vogler, Sie haben zusammen mit Professor Mark Eisenegger einen Themenradar zum «Spenden und Helfen» erstellt, der die Periode von Juli 2019 bis Juni 2020 umfasst. Können Sie erläutern, worum es da geht?

Vereinfacht gesagt, sehen wir uns die Berichterstattung in Schweizer Medien an, die zu Aktivitätsbereichen von Hilfswerken publizieren. Darüber hinaus analysieren wir die Diskurse, die in den Medien auf einer übergeordneten Ebene zum Thema von Spenden und Helfen geführt werden. Wir fra-

gen: Was steht im Vordergrund? Und was ist die Tonalität, in der die Medien berichten?

Sie sprechen von der Resonanz des Themas «Helfen und Spenden», also von der Präsenz eines Themas in den Medien. Gibt es Medien, die sich stärker zum Thema äussern als andere?

Eine hohe Resonanz weist auf ein grosses Gewicht von Themen hin. Grundsätzlich ist Spenden und Helfen medial ein etabliertes Thema. Seine Präsenz ist besonders in den

Qualitätsmedien sowohl relevant als auch inhaltlich gehaltvoll. In der Westschweiz wird die Thematik weniger stark verhandelt. Dies hängt damit zusammen, dass politische und damit auch polarisierende Diskurse wie jene zur Sozialhilfe nicht derart präsent sind wie in der Deutschschweiz. Das heisst auch: In der Westschweiz ist die Tonalität in Bezug auf Spenden und Helfen positiver.

Wie der Medienradar deutlich macht, ist «Helfen und Spenden» aber auch im Boulevard präsent...

Das Thema ist in allen Medientypen präsent. Uns hat sowohl sein Stellenwert als auch die positive Bewertung im Boulevard überrascht. Allerdings ist hier die Bewertung volatiler. Sie kann bei Schwierigkeiten, Unstimmigkeiten oder Fehlern rasch ins Negative umschlagen. Der Boulevard wird dann die Skandalisierung vorwärtstreiben.

Neben der Präsenz eines Themas spielt in Ihrem Radar auch die Tonalität eine Rolle, also die Art und Weise, wie sich die Medien über «Helfen und Spenden» verhalten lassen. Welche Beobachtungen machen Sie?

Die Tätigkeiten der NPO werden im Grundsatz positiv bewertet. Natürlich gibt es auch Berichte über das Fehlverhalten von Hilfswerken oder deren Exponenten, wie letztes Jahr im Falle des Uno-Hilfswerks für Palästina (UNRWA). Dann wird die Tonalität kritisch beziehungsweise negativ. Es gibt Tätig-

keitsbereiche, die positiver bewertet werden als andere. Negativ werden sie immer dann bewertet, wenn eine Politisierung des Tätigkeitsbereichs gegeben ist, also politische Akteure dazwischentreten und das Thema bewirtschaften. Das ist etwa der Fall für die Bereiche Migration und Sozialhilfe. Dort geraten negative Aspekte in den Mittelpunkt. Flüchtlinge gelten dann als Bedrohung für die Schweiz. Oder Sozialhilfe wird stark mit Sozialhilfe-Missbrauch konnotiert.

«Good Governance hat heute keinen Nachrichtenwert mehr.»

Gibt es unterschiedliche Bewertungen einzelner Themen? Welche werden eher positiv und welche eher negativ abgehandelt?

Wir erfassen die Bewertung von Themen und Aktivitäten auf einer Skala, die von minus 100, ausschliesslich negativ, bis plus 100, ausschliesslich positiv, reicht. Die meisten Negativ-Themen werden nie bloss kritisch bewertet, es gibt also keine ausschliesslich negative Berichterstattung. So sind Migration und Sozialhilfe als umstrittene Themen nicht massiv, sondern leicht negativ in den Medien bewertet. Sie stellen also nicht per se ein Reputationsrisiko dar. Das Thema Migration ist auf unserer Skala zeitweise sogar ins Positive umgeschlagen – in der Phase, als die Lebensrettungsaktionen im Mittelmeer aktuell und medial präsent waren. Es gilt also auch im Fall von stark politisierten Themen zu differenzieren. Dieses Beispiel zeigt überdies, dass wir noch in einer anderen Hinsicht unterscheiden müssen, nämlich zwischen einem kontroversen, übergeordneten Thema wie Migration und einzelnen Ereignissen oder Aktivitäten wie der Rettung von Flüchtlingen.

Auch in der breiteren Öffentlichkeit wird immer wieder moniert: Man solle sich doch stärker um die soziale Not im Inland kümmern. Die Schweiz und ihre Hilfswerke würden zu sehr in den Ländern des Südens aktiv. Nun erstaunt doch, dass das Soziale im Inland gesamthaft eher negativ abschnitten. Ihre Erklärung?

Die von Ihnen genannten Beispiele werden von politischen Akteuren bewirtschaftet.

Während eher links orientierte Parteien aus Gründen der Solidarität und der Gerechtigkeit für eine grosszügigere Ausgestaltung der Entwicklungszusammenarbeit eintreten, wird der Gegenpol durch die SVP eingenommen: Wir sollen zunächst den Bedürftigen im Inland helfen statt das Geld im Ausland zu verschleudern. Aber wie die politische Diskussion immer wieder deutlich macht, ist die SVP-Position alles andere als kohärent. Letzten Endes will sie nicht nur die Entwicklungszusammenarbeit zurückfahren, sondern auch die Sozialhilfe im Inland abbauen. Daher ihr Insistieren auf einem verbreiteten Sozialhilfe-Betrug. Diese politische Konstellation bildet sich im Themenradar ab.

Fragen dazu, wie transparent denn die Hilfswerke sind, wie wirkungsvoll sie arbeiten oder wie gut sie organisiert sind («Governance»), scheinen in der Medienberichterstattung nicht sehr präsent zu sein.

Ist dieser Eindruck richtig? Wenn ja, was bedeutet das für die Hilfswerke?

Good Governance und die Respektierung von gesellschaftlichen Normen haben heute keinen Nachrichtenwert mehr. Good Governance wird vielmehr als Selbstverständlichkeit angesehen – gerade im Blick auf NPO. Verstösse dagegen sind aber für die Medien interessant. Sie wecken bei den Lesern Interesse und lassen sich als Geschichten gut verkaufen. Wir sprechen vom CSR-Paradox (Corporate-Social-Responsibility-Paradox): Dass Unternehmen oder Organisationen transparent, nachhaltig und sozial verantwortlich sind, erwartet die Öffentlichkeit. Wenn sie jedoch über ihre Engagements in diesen Bereichen kommunizieren, werden die Medien skeptisch – und beginnen zu recherchieren. Natürlich sind die Erwartungen an NPO noch höher als jene an die Wirtschaft. NPO müssen deshalb vorsichtig mit solchen Themen in der externen Kommunikation umgehen und darin die Reputationsrisiken erkennen. NPO sollten deshalb auch ein Interesse an qualitativ hochwertigen Medien haben. Diese orientieren sich nicht nur am sogenannten Nachrichtenwert. Sie wenden auch Ressourcen für solide Recherchen und Hintergrundberichte auf. Ausserdem erliegen sie weniger der Tendenz zur Skandalisierung. Und sie sind weniger abhängig von Themen, die andere Medien setzen. Das alles ist für die NPO von Vorteil.

«Spendenreport 2020» erschienen



Das gesamte Interview mit Daniel Vogler ist zu finden im «Spendenreport 2020», den Zewo und Swissfundraising herausgeben. Die gemeinsame Publikation der Schweizerischen Zertifizierungsstelle für gemeinnützige Spenden sammelnde

Organisationen, Zewo, und des Berufsverbands der Fundraiserinnen und Fundraiser in der Schweiz, Swissfundraising, bereitet die wichtigsten Daten und Fakten rund ums Spenden auf.

Der Spendenreport steht auf dem Web öffentlich zur Verfügung: www.swissfundraising.org/spendenreport2020



Wie sieht Ihr Fazit zu Ihren Beobachtungen und Analysen aus?

Als wir 2016 unsere Arbeit am Themenradar begannen, waren wir überrascht, wie etabliert das Thema «Spenden und Helfen» in der Medienberichterstattung war. Auch hinsichtlich des positiven Grundtenors. Das hat sich über die Jahre hinweg auf diesem Niveau gehalten, trotz gelegentlicher Berichterstattung über vereinzelte Skandale bei Hilfsorganisationen. Uns fällt sodann auf, wie sehr die Präsenz von NPO und ihren Aktivitäten von übergeordneten Themen und Trends abhängt. So etwa 2016 und 2017 vom Thema Migration, 2018 und 2019 von Umweltschutz und Klimakrise und 2020 von der Corona-Krise. Wenn NPO mit ihren Aktivitäten in diesen übergeordneten Feldern engagiert sind, ist auch ihre mediale Präsenz höher; andernfalls verschwinden sie aus dem Fokus. Diese Abhängigkeit bietet Chancen, sie ist aber auch risikobehaftet. 