



Medienecho zum Nationalen Aktionstag Alkoholprobleme

Thema: Männerwelt Alkohol

Kurzanalyse 2009

Der spezifische Alkoholkonsum von Männern war Thema des Nationalen Aktionstages Alkoholprobleme vom 19. November 2009. Das Trinkverhalten hängt auch mit gesellschaftlichen Rollenerwartungen zusammen: Trinkfest, selbstbestimmt und risikofreudig - diese Eigenschaften stehen oft noch für Männlichkeit und Stärke. Fachstellen zeigten die Besonderheiten des maskulinen Trinkverhaltens auf, beleuchteten die Vorteile eines moderaten Alkoholkonsums und gaben praktische Tipps für den Alltag.

Wie die Medienanalyse zeigt, widmeten sich 171 Medienbeiträge (2008: 239) der Thematik, wobei die Auflage der Printzeugnisse 3,2 Millionen (Vorjahr: 3,7 Mio.) betrug. Während die Anzahl der Beiträge in der Romandie sowie im Tessin fast unverändert gleich blieb, gab es im 2009 total 65 deutschsprachige Beiträge weniger als im Vorjahr. Der deutlichste Rückgang ist bei den kleinen Artikeln (2008: 76 / 2009: 27) zu verzeichnen. Traditionell berichten vor allem kleine Zeitungen oder lokale Anzeiger mit einer Auflage bis 20'000 Exemplaren über Veranstaltungen rund um den Aktionstag. Auch hier ist der grösste Rückgang zu verzeichnen (2008: 95 / 2009: 65). Während die Internetartikel über den Aktionstag von 59 im Jahr 2008 auf 37 zurückgingen, war die Situation bei Radio und Fernsehen fast unverändert.

Erklärungsansätze für die insgesamt kleinere Medienresonanz im Vergleich zum Vorjahr gibt es mehrere, wobei deren Anteil nur vermutet werden kann. Eventuell war das Thema zu spezifisch. Art und Weise der lokalen Anlässe erzielten allenfalls eine geringere Breitenwirkung und stiessen auf ein kleineres Interesse und/oder wurden weniger beworben. Eine dichte Nachrichtenlage bzw. andere Themen, welche zum gleichen Zeitpunkt aktuell waren, dominierten. Es sei angemerkt, dass am 12. November 2009 das nationale Mediengespräch der SFA zum Thema Kinder aus alkoholbelasteten Familien ebenfalls von den Medien aufgegriffen wurde¹. Inwiefern das eine Thema das andere verdrängte, darüber lässt sich nur spekulieren. So gab es auch Synergieeffekte, wie das Beispiel der Berner Zeitung zeigte, welche beide Anlässe miteinander aufgriff. Schliesslich könnte auch der Konzentrationsprozess der gedruckten Presse einen Einfluss spielen: Weniger Medienschaffende arbeiten für einzelne, grosse Zeitungsverbände.

Weiter fällt auf, dass die Mehrheit der Beiträge (95) bebildert wurden. Themen rund um den problematischen Alkoholkonsum werden vorzugsweise mit Fotos versehen. Dies spricht dafür, für den nächsten Nationalen Aktionstag ein Pressebild zur Verfügung zu stellen, um so die Aufnahme des Themas zu erleichtern.

¹ Das Mediengespräch war mit einer Spendenaktion verbunden, so dass der Zeitpunkt des Medienanlasses nicht frei gewählt werden konnte.

Die Zahlen

Jahr:	Printauflage	Anzahl Beiträge (Print, Radio/TV, Internet)
2009:	3,2 Mio	171
2008:	3,7 Mio	239
2007:	3,2 Mio	207
2006:	2,7 Mio	155
2005:	3,7 Mio	172
2004:	2,5 Mio	110

2009

Printerzeugnisse:	117
Davon Wochenzeitungen/Zeitschriften	36
Auflage bis 20'000	65
Auflage 20'000 bis 50'000	36
Auflage 50'000 bis 100'000	11
Auflage über 100'000	5

Radiobeiträge (national + lokal)	6
TV (national)	3
TV (regional/lokal)	4
Agenturmeldungen	4
Internetartikel	37

Alle Beiträge nach Sprachregionen:

Deutsche Schweiz	125
Französischsprachige Schweiz	33
Italienischsprachige Schweiz	13

Grösse der Printmeldungen:

klein	27
mittel	29
gross	40
sehr gross	21

Auswertung durch ARGUS

Quellen: Zeitungen und Zeitschriften sowie nationale Radio- und TV-Stationen in der Schweiz (inklusive ausgewählte Regionalradios).

Kontakt:

Monique Helfer
Medienverantwortliche SFA
Schweizerische Fachstelle für Alkohol- und andere Drogenprobleme
Postfach 870
1001 Lausanne
www.sfa-ispa.ch
Tel. 021 321 29 74
Fax 021 321 29 40

18. Januar 2010