

Bundesratsersatzwahlen 2010

DIE BUNDESRATSERSATZWAHLEN VOM 22.9.2010 IN DER ÖFFENTLICHEN KOMMUNIKATION

Inhalt

1. ZUSAMMENFASSUNG – DAS WICHTIGSTE IN KÜRZE	2	5. KANDIDATEN IM FOKUS DER MEDIENBERICHTERSTATTUNG	10
2. KOMMUNIKATIVES UMFELD DER BUNDESRATSERSATZWAHLEN 2010	4	5.1. RESONANZ / REPUTATION ALLE MEDIEN	10
3. THEMATISIERUNGSVERLAUF	5	5.2. RESONANZ / REPUTATION MEDIENSPEZIFISCH	11
3.1. BUNDESRATSERSATZWAHLEN 2010	5	5.3. TYPISIERUNG DER KANDIDATEN	12
3.2. VERGLEICH MIT FRÜHEREN BUNDESRATSWAHLEN 1999-2009	6	6. ZIELSETZUNG, UNTERSUCHUNGSDESIGN UND METHODE	13
4. THEMENFOKUS DER BUNDESRATSERSATZWAHLEN 2010	7	7. GRAFIKEN IM ANHANG	14
4.1. MEDIENARENA	7	7.1. RESONANZ NACH MEDIEN	14
4.2. EINZELNE THEMENFOKI DIFFERENZIERT	8	8. KONTAKT	15
4.3. NACH MEDIEN	9		

1. ZUSAMMENFASSUNG – DAS WICHTIGSTE IN KÜRZE

Stark beachtete, aber wenig kontroverse Bundesratsersatzwahlen 2010

Die Bundesratsersatzwahlen 2010 sind das dominierende Kommunikationsereignis in der Schweizer Medienarena im Zeitraum Juli bis September 2010. Sie wecken weit mehr Medieninteresse als andere innenpolitische Themen wie beispielsweise die neu entfachten EU-Debatte oder auch die Abstimmung über die Arbeitslosenversicherung.

Im Vergleich mit früheren Ersatzwahlen (ab 2000) ist die Resonanz der jüngsten Wahlen allerdings nicht höher. Darüber hinaus finden sie, wie auch frühere Ersatzwahlen, etwas weniger Aufmerksamkeit als reguläre Bundesratswahlen, die in der Vergangenheit insbesondere aufgrund der Abwahl von Ruth Metzler (2003) bzw. Christoph Blocher (2007) durch das grosse Konfliktpotential das Interesse der Medien weckten.

Sieht man von den anschliessenden Querelen um die Departementsverteilung ab, war die öffentliche Ausmarchung für die frei werdenden Bundesratssitze weniger konfliktiv als in vergangenen Jahren. Dies ist im wesentlichen auf drei Gründe zurück zu führen:

a.) Die in der öffentlichen Debatte aufscheinenden Typisierungen zum SVP-Kandidaten Jean-Francois Rime sind über weite Strecken positiver Natur. Der als wirtschaftsnah typisierte Rime (SVP) erhielt von den Medien mehrheitlich gute Noten und wurde grundsätzlich als wählbar taxiert. Im Gegensatz zu früheren Wahlen hat der offizielle SVP-Kandidat in der Medienöffentlichkeit dieses Mal weniger polarisiert.

b.) Die Konfliktstilisierung wurde durch die SVP im Hinblick auf die Parlamentswahlen 2011 nicht mit letzter Konsequenz verfolgt. Die SVP selbst hat zwar ihren Anspruch auf die frei werdenden Sitze immer wieder bezeugt, ist aber im Vergleich zu den letzten Ersatzwahlen deutlich zurückhaltender aufgetreten.

c.) Die öffentliche Akzeptanz gegenüber einem weiteren SVP-Bundesratssitz ist gestiegen. Es gab viele Stimmen über die Parteigrenzen hinweg, welche die Wahl von Rime befürworteten.

Sommaruga und Keller-Sutter als Kronfavoriten in der öffentlichen Ausmarchung

Mit Ausnahme von Brigit Wyss von der Grünen Partei werden alle Kandidaten mit einer wohlwollenden Berichterstattung bedacht. Alle wurden positiv bis sehr positiv bewertet. Das ist für eine Bundesratsersatzwahl ein eher seltenes Phänomen und weist darauf hin, dass in der untersuchten Medienarena praktisch alle Kandidaten als wählbar taxiert wurden.

Simonetta Sommaruga hat nicht nur ein exzellentes Wahlergebnis im Parlament erzielt, sie war auch die Kronfavoritin in der Medienöffentlichkeit für den vakanten SP-Sitz. Die Berner Konsumentenschützerin war bereits im Vorfeld der Wahlen die am meisten thematisierte und am besten bewertete Kandidatin.

Bei der FDP zeigt sich eine Diskrepanz zwischen medialer und parlamentarischer Öffentlichkeit: Karin Keller-Sutter lag deutlich stärker in der Gunst der Medien als der von der vereinigten Bundesversammlung gekürte Johann Schneider-Ammann. Mit Sommaruga war sie klar die Kronfavoritin für die vakanten Bundesratssitze.

Positive Typisierungen der Kandidaten im Medienfokus

Alle Kandidaten werden entsprechend ihrer hohen Zustimmungswerte vorherrschend mit positiven Typisierungen attribuiert. Neben Kompetenz und Erfahrung werden die Kandidaten stark entlang von Typisierungen im Zusammenhang mit der inhaltlichen Konkordanz thematisiert: Konsens- und Kompromissfähigkeit wird dabei allen Kandidaten zugesprochen. Diese Merkmale

werden in der öffentlichen Kommunikation als integrale Voraussetzung angesehen.

Die von allen Kandidierenden beste Reputation von Sommaruga spiegelt sich auch in den fast ausschliesslich positiven Typisierungen: Attribute wie Popularität, Konsensfähigkeit, Kompetenz und Glaubwürdigkeit prägen die öffentliche Wahrnehmung und lassen sie in der Medienöffentlichkeit zur Kronfavoritin für den SP-Sitz avancieren.

Auch die positive Bewertung von Fehr nährt sich stark aus Typisierungen wie Kompetenz und Konsensfähigkeit. Im Unterschied zu Sommaruga wird die Zürcher SP-Kandidatin aber als traditionelle Genossin mit hoher Parteiidentifikation wahrgenommen.

Schneider-Ammann wird in der Schweizer Medienarena klar als sozialer Patron alter Schule und Arbeitsplatzvertreter typisiert. In der gegenwärtigen tiefen Reputationskrise des Finanzplatzes konnte sich der neue FDP-Bundesrat mit diesem Image positiv in der Öffentlichkeit positionieren.

Keller-Sutter wird als zielstrebige, sprachgewandte und dynamische Vollblutpolitikerin typisiert. Gleichzeitig haftet ihr aber auch das Image der Hardlinerin an, die mit ihrer strikten Asylpolitik sowie im Kampf gegen Hooligans nationale Bekanntheit erlangt hat. Alle Typisierungen wirken mehrheitlich positiv auf die öffentliche Wahrnehmung der Kandidatin. Negativ wirkt dagegen die Wahrnehmung einer Unerfahrenheit auf Bundesebene.

SVP-Sprengkandidat Jean-Francois Rime gilt in der öffentlichen Debatte als wirtschaftsnah und kompromissbereit. Brigitt Wyss (GPS) wird angesichts der tiefen Resonanzwerte nur wenig typisiert.

Wenig Einfluss von Sachthemen auf die öffentliche Debatte

Die öffentliche Debatte über die Wahlen war nur wenig durch brisante politische Themen beeinflusst. Vielmehr haben persönliche Stärken und Schwächen die Wahlberichterstattung beeinflusst. Die Kandidatinnen und Kandidaten selbst haben es vermieden, das aktuell wieder virulente Thema des EU-Beitritts aktiv zu bewirtschaften. Die anhaltende Krise des Finanzplatzes und die gegenwärtigen Regulationsdebatten haben am ehesten noch die Berichterstattung über Schneider-Ammann beeinflusst. Er, der in der Medienöffentlichkeit als Arbeitsplatzvertreter und Kritiker der Finanzindustrie typisiert wurde, konnte in Absetzung zum negativ reputierten Finanzplatz in diesem Kontext positive Reputationseffekte generieren.

Konkordanz – steigende Akzeptanz des SVP-Anspruchs

Die Frage der Konkordanz spielt wie auch in früheren Ausmarchungen eine zentrale Rolle.

Im Vergleich zur Wahl Burkhalters wieder stärker debattiert wird in der medial vermittelten Öffentlichkeit die Frage nach der angemessenen Parteienvertretung. Die zentral auf die arithmetisch verstandene Konkordanz zielende SVP-Strategie wirkt dabei als Treiber der Diskussion. Die Akzeptanz für einen weiteren SVP-Bundesrat ist in der öffentlichen Debatte gestiegen.

Im Gegensatz zu früheren Wahlen hat die Frage nach einer angemessenen Vertretung der Regionen im Bundesrat dieses Mal trotz der beiden Kandidaturen aus dem Kanton Bern deutlich an Relevanz verloren. Angesichts des Rücktritts der Deutschschweizer Bundesräte Leuenberger und Merz hat die sprachregionale Frage keine wichtige Rolle gespielt.

Die Geschlechterfrage hat bei den Bundesratsersatzwahlen 2010 ausserordentliche Aufmerksamkeit gefunden. Angesichts der sich bereits im Vorfeld abzeichnenden

historischen Frauenmehrheit im Bundesrat hat dieser Aspekt der Konkordanz grosse Bedeutung erlangt.

Hohe Beachtung der SPS

Betrachtet man die Berichterstattung über die Wahlen aus einer Parteienperspektive, fällt das grosse Interesse der Medienöffentlichkeit für die SPS auf. Sowohl die Kandidatinnen der Partei (Sommaruga, Fehr, Fässler und Herzog) als auch die Parteienstrategie für den Wahltag haben der Partei sehr hohe Publizität verschafft.

Im Gegensatz dazu erhalten die FDP und auch die SVP deutlich weniger Raum in den Medien. Die CVP und auch die GP, welche mit einer eigenen Kandidatin auftritt, erhalten im Vergleich kaum Medienresonanz.

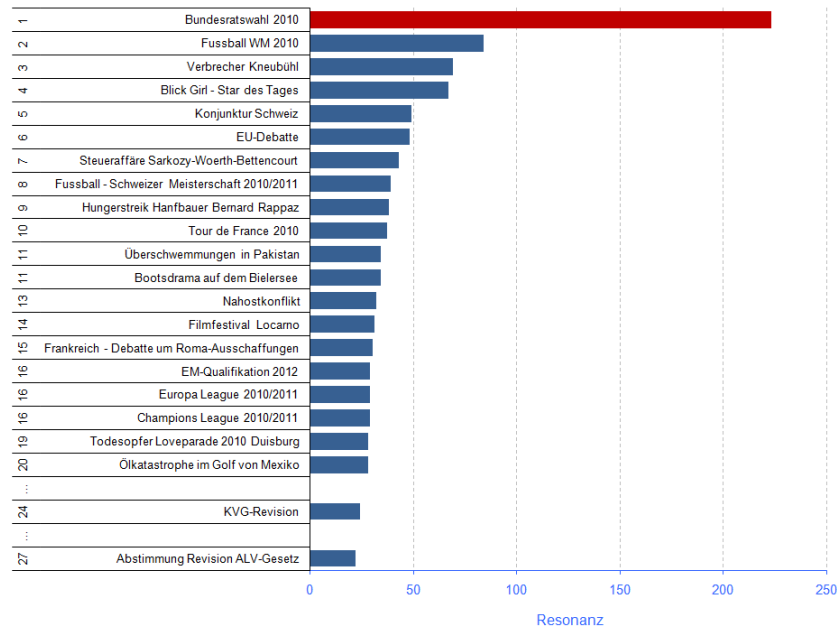
2. KOMMUNIKATIVES UMFELD DER BUNDESRATERSATZWAHLEN 2010

- Die mit der Rücktrittsankündigung von BR Leuenberger lancierte Bundesratsersatzwahl 2010 ist das mit Abstand grösste Kommunikationsereignis (KE) im Zeitraum von Juli bis September 2010. Es handelt sich neben der neu entflammten EU-Debatte und der Konjunkturberichterstattung um eines der wenigen politischen KE auf den Frontseiten der Medien.
- Die hohe Resonanz des Ereignisses gründet in der starken Bedienung von Nachrichtenwerten: Die Personalisierung der Medienberichterstattung und der Stil des Horse-Race-Journalism¹ befördern eine „Eventisierung“ von Bundesratswahlen im Generellen (vgl. auch Abb. 3, S. 6).
- Insofern legt die Hierarchie der grössten Kommunikationsereignisse einen generellen Bedeutungsverlust der Legislative gegenüber der Exekutive² und der sach- gegenüber der personenzentrierten Politik in der medial vermittelten Öffentlichkeit nahe. Ein Indikator dafür ist die im Vergleich marginale Resonanz komplexer Sachgeschäfte wie die parlamentarische Auseinandersetzung um die KVG-Revision sowie die Abstimmung über die ALV-Revision. Dieser Bedeutungsverlust der rechercheintensiveren Sachpolitik in der medial vermittelten Öffentlichkeit wird befördert durch den Abbau redaktioneller Ressourcen, die Finanzierungsprobleme sowie die Konzentrationsprozesse in der Schweizer Medienlandschaft.³

Abbildung 1

BR-Ersatzwahlen 2010 - kommunikatives Umfeld
Frontseiten Schweizer Leitmedien (Juli - September)

© fög - Universität Zürich



Die Darstellung zeigt die Resonanz der Berichterstattung zu den Bundesratsersatzwahlen 2010 auf Frontseiten von Schweizer Medien, die mindestens 0.5% der sprachregionalen Bevölkerung erreichen. Inkludiert sind Medien der Gattungen Presse und Online aus allen drei Sprachregionen. Die Darstellung bezieht sich auf alle Frontseitenbeiträge, die in den folgenden neunzehn Medien der drei Schweizer Sprachregionen in den Monaten Juli bis September 2010 erschienen sind: NZZ, Tages-Anzeiger, Blick, Le Temps, Le Matin, Tribune de Genève, 24 heures, 20 minutes, Corriere del Ticino, Corriere della domenica, NZZ am Sonntag (ab 2002), SonntagsBlick, Le Matin Dimanche, NZZ Online, blick.ch, 20minutes.ch, lematin.ch, Tribune de Genève Online, 24heures.ch (n=4'050).

¹ Horse-Race-Journalism bezeichnet eine journalistische Darstellungsform bei Wahlen und Abstimmungen, die den Wettbewerb zwischen politischen Akteuren auf Kosten von politischen Sachfragen in den Vordergrund stellt.

² Imhof, Kurt /Kamber, Esther (2001): Politik und Gesellschaft im Strukturwandel der Öffentlichkeit. Zur Veränderung der Konstitutionslogiken der öffentlichen Kommunikation. In: Allmendinger, Jutta (Hg.): Gute Gesellschaft? Verhandlungen des 30. Kongresses der Deutschen Gesellschaft für Soziologie in Köln 2000. S. 425-453.

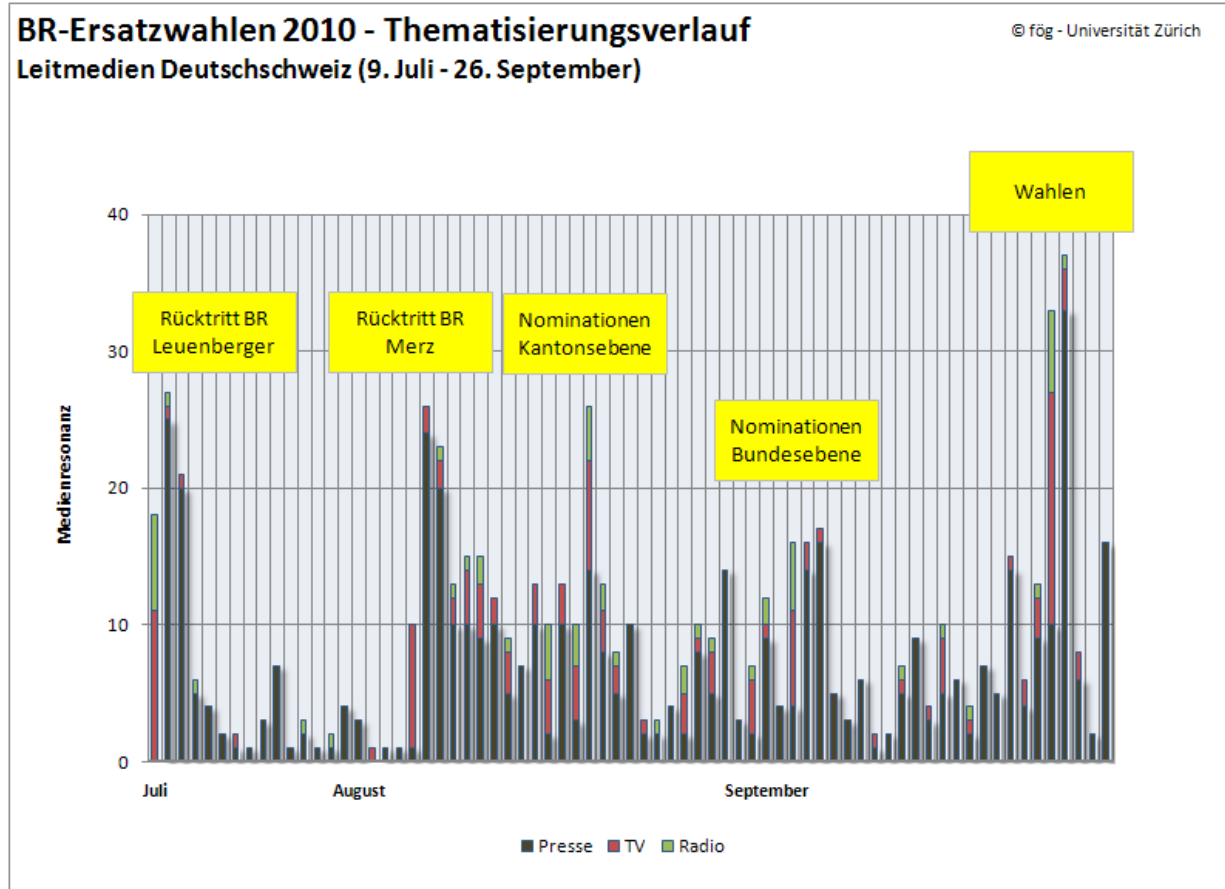
³ Jahrbuch 2010: Qualität der Medien – Schweiz Suisse Svizzera.

3. THEMATISIERUNGSVERLAUF

3.1. BUNDESRATERSATZWAHLEN 2010

- Betrachtet man die zeitliche Entwicklung der Thematisierung der Bunderatsersatzwahlen 2010 so lassen sich fünf Kommunikationsverdichtungen identifizieren. Die Rücktrittsankündigungen der Bundesräte Leuenberger und Merz sowie die Kandidaten-nominierungen auf kantonaler Ebene und Bundesebene führen zu Resonanzspitzen. Der Berichterstattungshöhepunkt wird am Folgetag der Wahlen erreicht.
- Die Presse als „traditionelle Trägerin öffentlicher Kommunikation“ (Jahrbuch 2010 Qualität der Medien – Schweiz Suisse Svizzera) ist massgeblich für die Kontinuität der Berichterstattung verantwortlich. Auf der Ebene der Medientitel berichten die Zeitungen sowohl am häufigsten (Resonanz) als auch am nachhaltigsten (Anzahl Tage) über die Ersatzwahlen.
- Die Informationssendungen des öffentlichen Rundfunks (Radio und TV) umfassen engere Nachrichtenhorizonte mit tendenziell punktueller Berichterstattung: Aufmerksamkeit erhält das Kommunikationsergebnis in diesen Gattungen primär im Rahmen der ereignisbasierten Kommunikationsverdichtungen.
- Die grösste Aufmerksamkeit finden die Bundesratsersatzwahlen in den Qualitätsmedien der Presse: NZZ und Le Temps publizieren am meisten Beiträge (siehe Grafik im Anhang). Diese Medien reagieren einerseits stärker auf institutionelle Ereignisse, wie Nominierungsversammlungen. Andererseits publizieren sie auch mehr Interviews mit involvierten Akteuren. Vergleichsweise deutlich weniger Resonanz erzeugen die Wahlen im Tages-Anzeiger sowie im Boulevardmedium Blick.

Abbildung 2

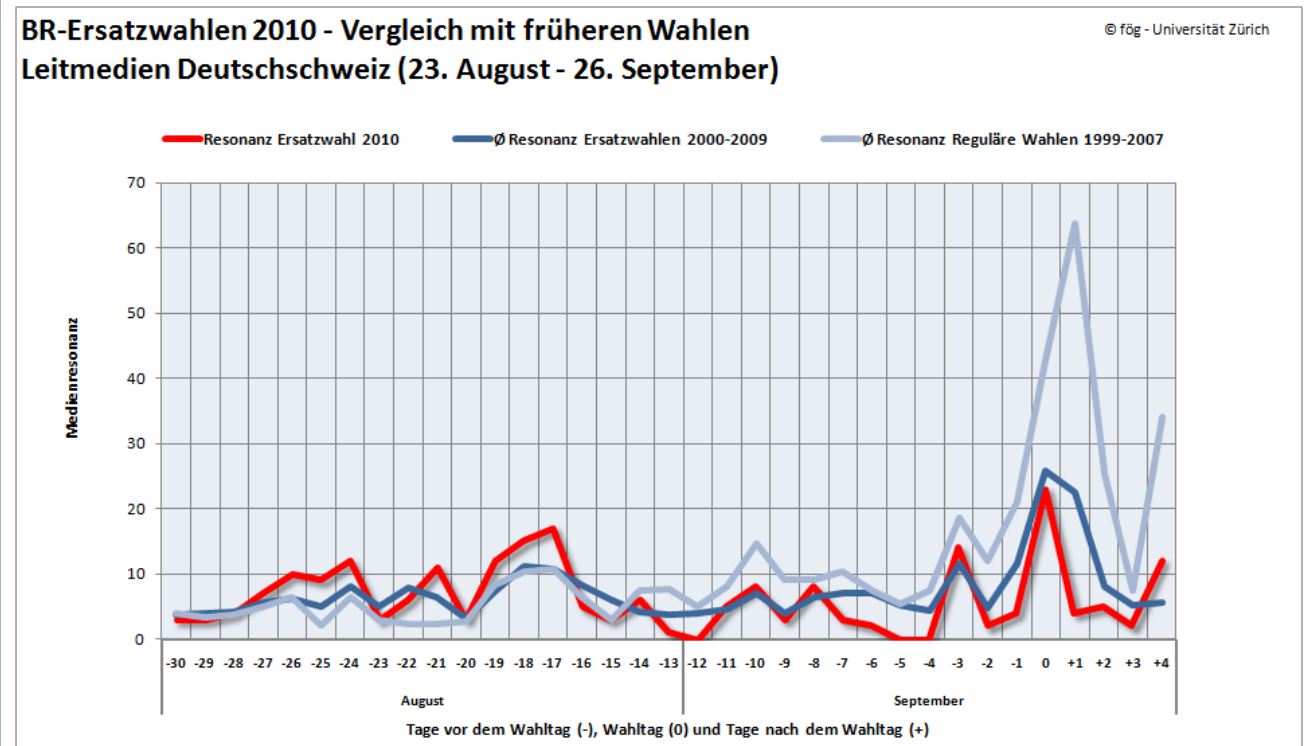


Die Darstellung zeigt die Resonanz der Berichterstattung in zentralen Schweizer Leitmedien der Gattungen Presse, Radio und TV im Zeitverlauf. Die Säulen sind nach Mediengattungen gestapelt. Die Darstellung bezieht sich auf die redaktionellen Beiträge, die zu den Ersatzwahlen in den folgenden zehn Medien der Deutschschweiz im Zeitraum vom 9. Juli bis 30. September 2010 erschienen sind: NZZ, Tages-Anzeiger, Blick, NZZ am Sonntag (ab 2002), SonntagsBlick, Sonntagszeitung, Echo der Zeit, Rendez-vous, 10 vor 10 und Tagesschau (n=694).

3.2. VERGLEICH MIT FRÜHEREN BUNDESRATSWAHLEN 1999-2009

- Im langfristigen Vergleich generieren Bundesratswahlen seit 1999 regelhaft sehr hohe Aufmerksamkeitswerte. Die Bundesratsersatzwahlen 2010 haben im Vergleich zu anderen Ersatzwahlen im Zeitraum 2000-2009 durchschnittlich viel Aufmerksamkeit gefunden.
- Sie haben aber weniger Resonanz erzeugt als reguläre Bundesratswahlen, die in den letzten Jahren aufgrund der hohen Konfliktivität insbesondere im Nachfeld der Abwahl von Ruth Metzler (2003) bzw. Christoph Blocher (2007) grosses Medieninteresse weckten. Angesichts der nach wie vor ungelösten Frage nach einem zweiten SVP-Bundesratssitz dürfte die Frage nach der arithmetischen Auslegung der Konkordanz auch im Rahmen der Bundesratswahlen 2011 wieder auf grosses Medieninteresse stossen.
- Sieht man von den anschliessenden Querelen um die Departementsverteilung ab, war die öffentliche Ausmarchung für die frei werdenden Bundesratssitze dieses Mal weniger konfliktiv als in vergangenen Jahren. Dies ist im wesentlichen auf drei Gründe zurück zu führen: Die Kampagne der SVP war erstens in diesem Jahr im Hinblick auf die Wahlen 2011 weniger konfliktorientiert. Zweitens entfachte der als wirtschaftsnah und kompromissfähig geltende SVP-Kandidat Jean-Francois Rime wenige öffentliche Kontroversen. Und drittens stösst der SVP-Anspruch für einen weiteren Bundesratssitz in der Öffentlichkeit auf grössere Akzeptanz.

Abbildung 3



Die Darstellung zeigt die Resonanz der Berichterstattung in zentralen Schweizer Leitmedien der Gattungen Presse, Radio und TV im Zeitverlauf. Verglichen wird die Resonanz der Bundesratsersatzwahlen 2010 (rot) mit der durchschnittlichen Resonanz von Bundesratsersatzwahlen zwischen 2000 und 2009 (dunkelblau; fünf Wahlen) sowie der durchschnittlichen Resonanz von regulären Bundesratswahlen zwischen 1999 und 2007 (hellblau; drei Wahlen).

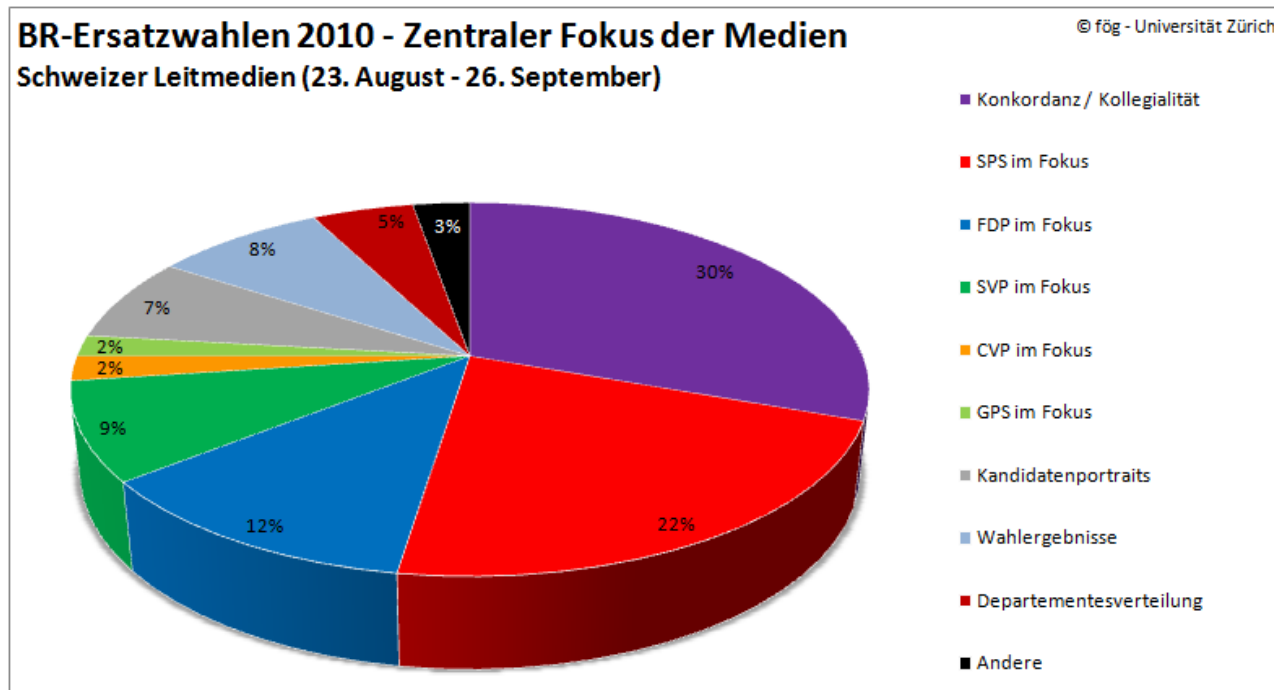
Die Darstellung bezieht sich auf die redaktionellen Beiträge, die zu den Ersatzwahlen in den folgenden zehn Medien der Deutschschweiz im Zeitraum vom 9. Juli bis 25. September 2010 erschienen sind: NZZ, Tages-Anzeiger, Blick, NZZ am Sonntag (ab 2002), SonntagsBlick, Sonntagszeitung, Echo der Zeit, Rendez-vous, 10 vor 10 und Tagesschau (n=694).

4. THEMENFOKUS DER BUNDESRATERSATZWAHLEN 2010

4.1. MEDIENARENA

- Die Analyse des zentralen Themenfokus zeigt auf, welchen Schwerpunkt die Medien in ihrer Berichterstattung setzen. Dominanter Aufhänger der Wahlberichterstattung bilden die Parteien mit ihren Strategien und Kandidaten (47 %).
- Fragen der Konkordanz als spezifische Eigenheit des politischen Systems der Schweiz stehen in einem Drittel der Berichterstattung im Fokus. Darunter fallen Problembezüge zur Parteien-, Geschlechter- und Regionenvertretung sowie zur inhaltlich verstandenen Konkordanz (Kollegialität / Politikstil).
- Die SPS sowie ihre nominierten Kandidatinnen stehen deutlich stärker als die übrigen Parteien im Zentrum der medialen Berichterstattung.
- Auf die SVP wird deutlich weniger fokussiert als auf die SPS. Aber auch im Vergleich zur FDP erhält die SVP ein Viertel weniger Resonanz – ein Zeichen dafür, dass die SVP diesmal eine deutlich geringere Konfliktstilisierung betrieben hatte, der SVP-Kandidatur aber wohl auch geringere Chancen eingeräumt wurden.
- Die Grünen schaffen es trotz der Nomination von Brigit Wyss kaum in den Fokus der medialen Öffentlichkeit.
- Die im Nachgang zu den Ersatzwahlen eskalierende Diskussion um die Departementesverteilung wird auf niederschwelliger Ebene bereits vor den Wahlen thematisiert.

Abbildung 4

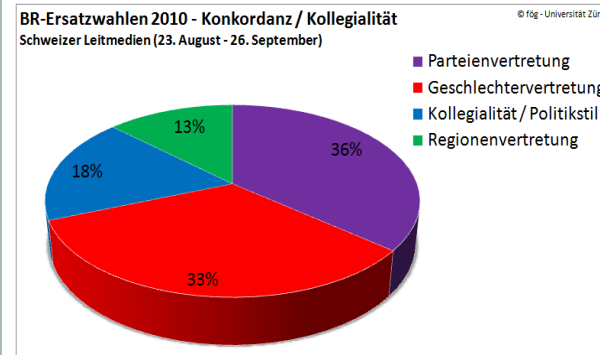


Die Darstellung zeigt die prozentualen Anteile der auf Artelebene erhobenen zentralen Themenfoki der Bundesratsersatzwahl 2010. Die Darstellung bezieht sich auf die redaktionellen Beiträge, die zu den Ersatzwahlen in den folgenden dreizehn Medien der Medienarena Schweiz erschienen sind: NZZ, Tages-Anzeiger, Blick, Le Temps, Le Matin, NZZ am Sonntag, SonntagsBlick, Sonntags-Zeitung, Le Matin Dimanche, Echo der Zeit, Rendez-vous, 10 vor 10 und Tagesschau (n=328).

4.2. EINZELNE THEMENFOKI DIFFERENZIIERT

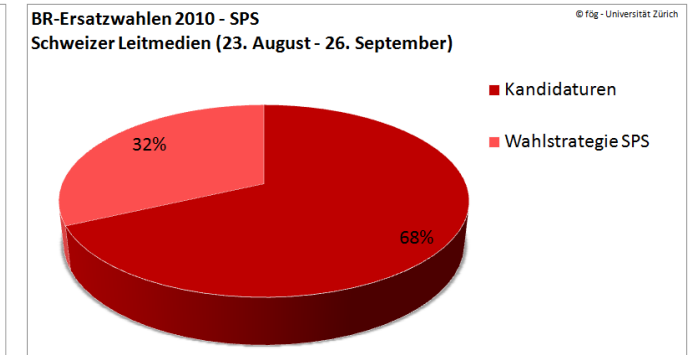
- In der Debatte um die Auslegung der Konkordanz (vgl. Abb. 5) dominieren Fragen nach der (arithmetischen) Parteienvertretung sowie der Geschlechtervertretung.
- Die sich bereits im Vorfeld der Wahlen abzeichnende Frauenmehrheit führt zu einer ausserordentlich hohen Aufmerksamkeit gegenüber dem Aspekt der Geschlechtervertretung.
- Die (Sprach-)Regionenvertretung, die in vergangenen Wahlen noch breit diskutiert wurde,⁴ verliert bei den diesjährigen Ersatzwahlen dagegen an Gewicht. Dass schliesslich zwei Berner Vertreter anstelle von zwei Frauen gewählt wurden ist mit ein Beleg dafür, dass die regionale Vertretung im Vergleich zur Geschlechterverteilung im Vorfeld weit weniger polarisiert hatte.
- Bei allen Parteien stehen primär die portierten Kandidaten im Fokus der Medien (vgl. Abb. 6-8). Im Gegensatz zu SPS und FDP ist die SVP-Thematisierung jedoch deutlich weniger kandidatenzentriert. Dies zeigt, dass die SVP primär über ihre Forderung nach einer dem Wähleranteil adäquaten Vertretung im Bundesrat wahrgenommen wurde (arithmetisch verstandene Konkordanz) und erst sekundär über die Qualifikationen ihres Kandidaten Rime. Die im Vergleich geringere Fokussierung auf die SVP (vgl. n-Zahlen) weist zudem darauf hin, dass einer SVP-Kandidatur wenig Erfolgchancen eingeräumt wurde.

Abbildung 5



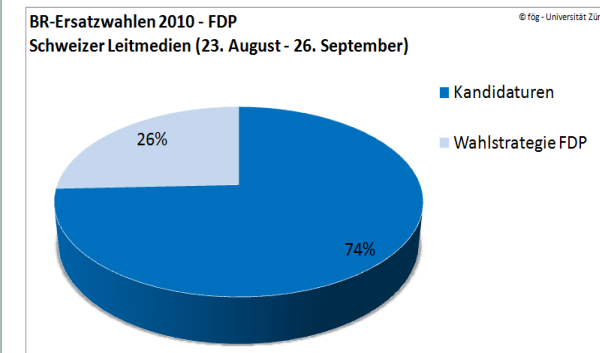
Die Darstellung zeigt die prozentualen Anteile der auf Artikelbene erhobenen zentralen Themenfoki zur Konkordanz der Bundesratsersatzwahl 2010 (n=100).

Abbildung 6



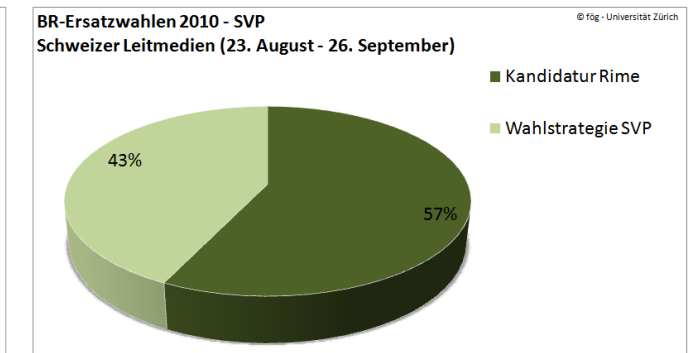
Die Darstellung zeigt die prozentualen Anteile der auf Artikelbene erhobenen zentralen Themenfoki zur SPS der Bundesratsersatzwahl 2010 (n=72).

Abbildung 7



Die Darstellung zeigt die prozentualen Anteile der auf Artikelbene erhobenen zentralen Themenfoki zur FDP der Bundesratsersatzwahl 2010 (n=39).

Abbildung 8



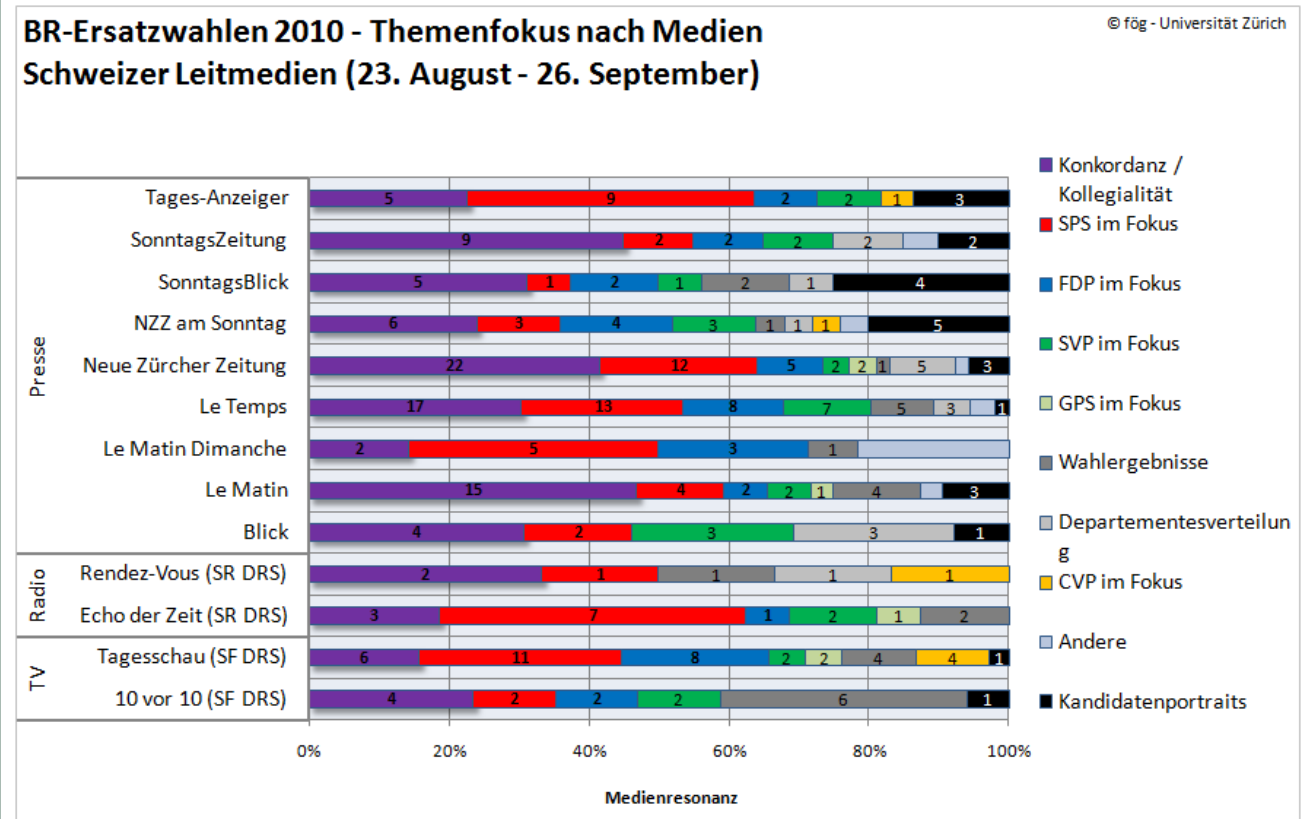
Die Darstellung zeigt die prozentualen Anteile der auf Artikelbene erhobenen zentralen Themenfoki zur SVP der Bundesratsersatzwahl 2010 (n=28).

4 Vgl. Die Bundesratsersatzwahlen vom 16.9.2009 in der öffentlichen Kommunikation. http://www.foeg.unizh.ch/downloads/downloads/foeg_research_papers.aspx&pagelng=1.

4.3. NACH MEDIEN

- Analysiert man die Themenfoki differenziert nach einzelnen Medien bzw. Mediengattungen zeigen sich folgende Befunde:
- Fragen zur Auslegung der Konkordanz werden prozentual am stärksten in der Sonntagszeitung, der NZZ sowie im Boulevardmedium Le Matin diskutiert. Dabei unterscheiden sich die Themenfoki jedoch stark: Bei Le Matin resultiert die hohe Resonanz fast ausschliesslich aus der skandalisierenden und personalisierenden Bewirtschaftung der BR Calmy-Rey zugeschriebenen Aussage, dass fünf Frauen im Bundesrat zuviel seien. Im Gegensatz dazu fokussiert bspw. die NZZ primär auf die Parteien- und Regionenvertretung.
- Nicht direkt in die Ausmarchung eingreifende Parteien (CVP) sowie in Bezug auf Wähleranteile kleine sowie wenig etablierte Parteien mit eigener Kandidatur (GPS) erhalten in allen Medien kaum Resonanz.
- Der Tages-Anzeiger fokussiert hinsichtlich parteipolitischer Aufmerksamkeit klar auf die SPS sowie ihre Kandidatinnen. Ebenso lässt sich das Echo der Zeit durch einen dominierenden SPS-Fokus charakterisieren.
- Die Tagesschau fokussiert primär auf jene Parteien und Kandidaten, deren Bundesräte ihren Rücktritt bekannt gegeben haben.
- Beiträge mit Fokus auf die FDP fehlen im Blick gänzlich. Bezüglich Parteien fokussiert das Boulevardmedium am stärksten auf die SVP, allerdings handelt es sich um kleine Fallzahlen.

Abbildung 9



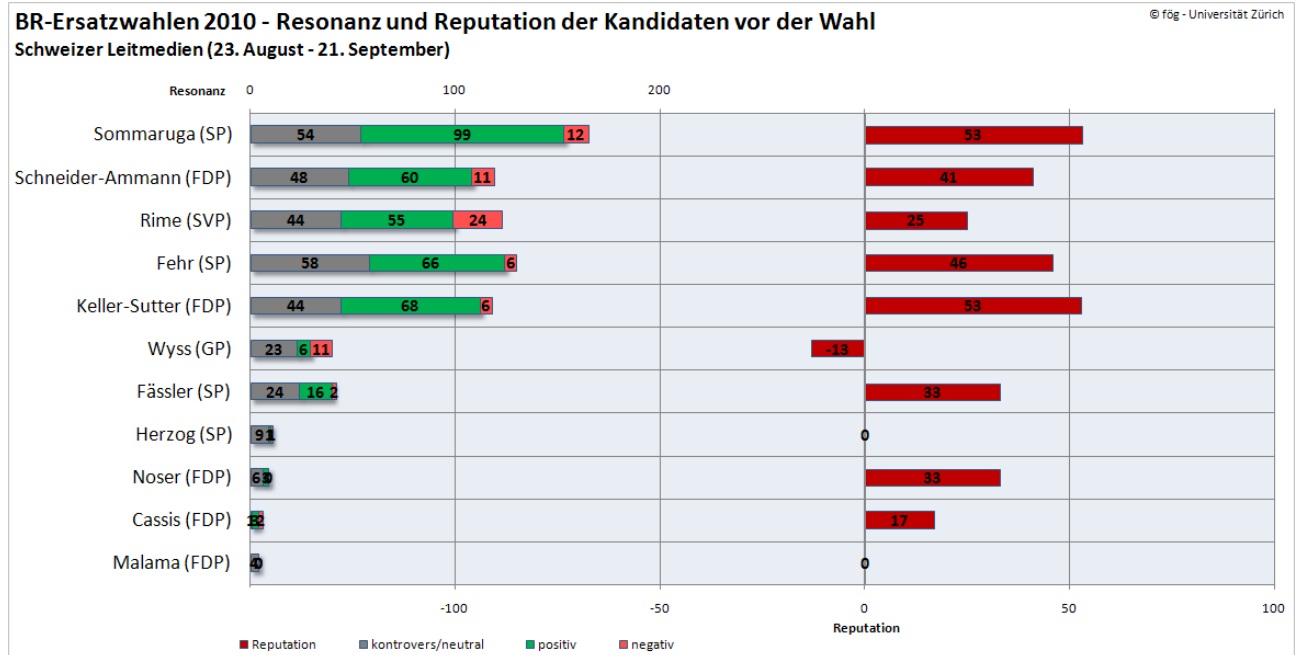
Die Darstellung zeigt differenziert nach Medien die absoluten und prozentualen Anteile der auf Articlebene erhobenen zentralen Themenfoki der Bundesratsersatzwahl 2010. Die Darstellung bezieht sich auf die redaktionellen Beiträge, die zu den Ersatzwahlen in den folgenden dreizehn Medien der Medienarena Schweiz erschienen sind: NZZ, Tages-Anzeiger, Blick, Le Temps, Le Matin, NZZ am Sonntag (ab 2002), SonntagsBlick, Sonntagszeitung, Le Matin Dimanche, Echo der Zeit, Rendez-vous, 10 vor 10 und Tagesschau (n=328).

5. KANDIDATEN IM FOKUS DER MEDIENBERICHTERSTATTUNG

5.1. RESONANZ / REPUTATION ALLE MEDIEN

- In der Analyse der Resonanz- und Reputationswerte zeigt sich, welche Kandidaten in der öffentlichen Kommunikation am meisten Aufmerksamkeit bzw. Akzeptanz genossen haben.
- Mit Ausnahme von Brigit Wyss von der Grünen Partei werden alle Kandidaten mit einer wohlwollenden Berichterstattung bedacht: Alle sind positiv bis sehr positiv bewertet. Das ist für eine Bundesratsersatzwahl ein eher seltenes Phänomen und weist darauf hin, dass von den Medien praktisch alle Kandidaten als wählbar taxiert wurden.
- Simonetta Sommaruga hat nicht nur ein exzellentes Wahlergebnis im Parlament erzielt, sie war medial auch die Kronfavoritin für den vakanten SP-Sitz. Die Berner Konsumentenschützerin war bereits im Vorfeld der Wahlen die am meisten thematisierte und am besten bewertete Kandidatin.
- Bei der FDP zeigt sich eine Diskrepanz zwischen Wahlausgang und der Medienberichterstattung im Vorfeld: Karin Keller-Sutter lag stärker in der Gunst der Medienöffentlichkeit als der von der vereinigten Bundesversammlung gekürte Johann Schneider-Ammann. Mit Sommaruga war sie die Kronfavoritin für die vakanten Sitze.
- Die höchste mediale Aufmerksamkeit geniessen die Kandidatinnen der SPS – allen voran Sommaruga, gefolgt von Fehr. Dies bestätigt den Befund, dass die Bundesratsersatzwahlen 2010 in der Medienarena stark durch die SPS geprägt waren (vgl. Abschnitt 4.1).
- SVP-Sprengkandidat Rime wird grundsätzlich ebenfalls als wählbar taxiert. Im Gegensatz zu den offiziell portierten Kandidaten von SPS und FDP wird er aber deutlich weniger positiv bewertet.

Abbildung 10



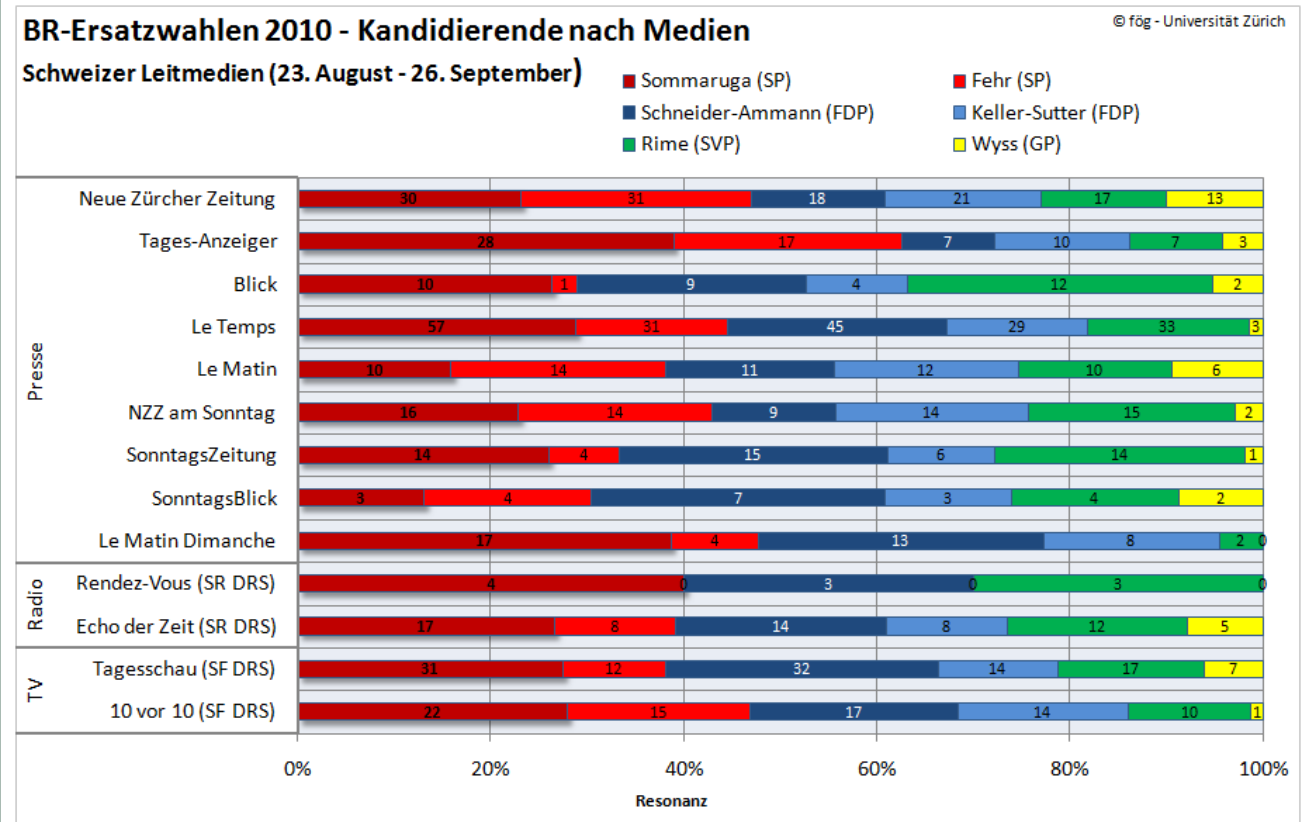
Die Darstellung zeigt die Resonanzstärke (Balken links) und die Bewertungstendenz (Balken rechts) für die thematisierten Bundesratkandidatinnen und Bundesratskandidaten. Links sind die nach Zentralität gewichteten und nach Bewertung (positiv; negativ; neutral oder kontrovers) gestapelten Resonanzwerte der einzelnen Kandidaten (Skala oben) abgetragen. Rechts sind die jeweiligen Reputationswerte der Kandidaten auf einer Skala von -100 (nur negative Bewertungen) bis +100 (nur positive Bewertungen) (Skala unten) abgebildet.

Die Darstellung bezieht sich auf die redaktionellen Beiträge, die zu den Ersatzwahlen in den folgenden dreizehn Medien der Medienarena Schweiz erschienen sind: NZZ, Tages-Anzeiger, Blick, Le Temps, Le Matin, NZZ am Sonntag (ab 2002), SonntagsBlick, SonntagsZeitung, Le Matin Dimanche, Echo der Zeit, Rendez-vous, 10 vor 10 und Tagesschau. Erfasst wurden max. drei Kandidaten pro Beitrag (n=1030).

5.2. RESONANZ / REPUTATION MEDIENSPEZIFISCH

- Die Kandidatenresonanz in verschiedenen Medien und Mediengattungen zeigt folgendes Bild:
- Bei den offiziellen Kandidaten und Kandidatinnen der Parteien geniessen die Vertreterinnen der SPS in allen Medien grosse Aufmerksamkeit. Insbesondere die als Konsumentenschützerin national bekannte Simmoneta Sommaruga weiss die Aufmerksamkeit der Medien zu binden. Sie beansprucht in fast allen Medien zwischen 20% und 40% der gesamten Kandidatenaufmerksamkeit.⁵ Nur im Le Matin und im Sonntagsblick schneidet sie unterdurchschnittlich ab. Auch Ihre parteiinterne Gegnerin, Jaqueline Fehr, erzeugt hohe Aufmerksamkeit. Insbesondere in den Zürcher Medien NZZ und Tages-Anzeiger, aber auch im Le Matin, weiss die Kandidatin zu punkten.
- Grössere Differenzen lassen sich bei der FDP festhalten: Keller-Sutter erhält – ausser in den Medien NZZ, NZZ am Sonntag, sowie im Tages-Anzeiger – weniger Resonanz als ihr direkter Konkurrent Schneider-Ammann.
- Birgit Wyss, die Kandidatin der Grünen, erhält mit Ausnahme der NZZ nur marginale Resonanz in den untersuchten Medien.
- Die Sendegefässe der SRG fokussieren bezüglich der Parteien SPS und FDP bisweilen deutlich auf Sommaruga und Schneider-Ammann.

Abbildung 11



Die Darstellung zeigt pro Medium die absoluten und prozentualen Anteile der Kandidatenthematisierung.

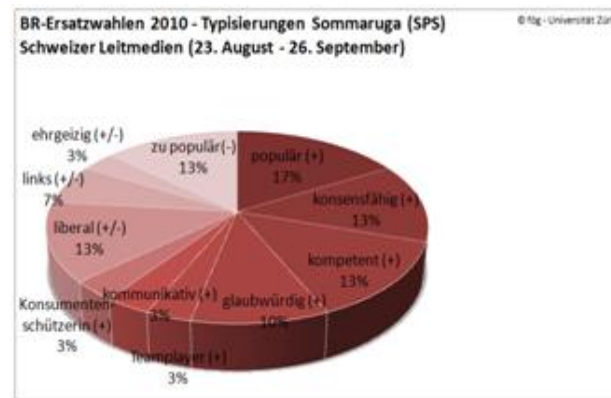
Die Darstellung bezieht sich auf die redaktionellen Beiträge, die zu den Ersatzwahlen in den folgenden dreizehn Medien der Medienarena Schweiz erschienen sind: NZZ, Tages-Anzeiger, Blick, Le Temps, Le Matin, NZZ am Sonntag (ab 2002), SonntagsBlick, Sonntagszeitung, Le Matin Dimanche, Echo der Zeit, Rendez-vous, 10 vor 10 und Tagesschau. Erfasst wurden max. drei Kandidaten pro Beitrag (n=958).

⁵ Bei einigen Medien (Rendez-vous, SonntagsBlick, Blick) sind die Resultate aufgrund der geringen Fallzahlen nicht valide.

5.3. TYPISIERUNG DER KANDIDATEN

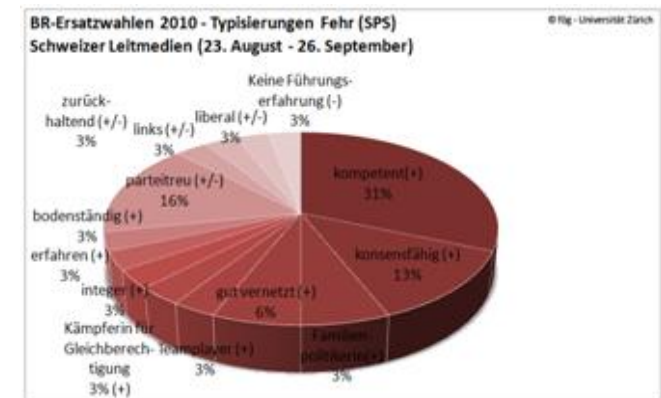
- Alle Kandidaten werden vorherrschend mit positiven Typisierungen attribuiert. Neben Kompetenz und Erfahrung werden die Kandidaten stark entlang von Typisierungen im Zusammenhang mit der inhaltlichen Konkordanz thematisiert: Konsens- und Kompromissfähigkeit wird dabei allen Kandidaten zugesprochen.
- Die von allen Kandidierenden beste Reputation von Sommaruga (+53; vgl. Abb. 10) spiegelt sich auch in den fast ausschliesslich positiven Typisierungen (vgl. Abb. 12): Attribute wie Popularität, Konsensfähigkeit, Kompetenz und Glaubwürdigkeit prägen die öffentliche Wahrnehmung und lassen sie in der Medienarena zur Kronfavoritin für den SP-Sitz avancieren.
- Auch die positive Bewertung von Fehr (+46; vgl. Abb. 10) nährt sich stark aus Typisierungen wie Kompetenz und Konsensfähigkeit (vgl. Abb. 13). Im Unterschied zu Sommaruga wird die Zürcher SP-Kandidatin aber als klassische Genossin mit hoher Parteiloyalität wahrgenommen.
- Schneider-Ammann wird in der Schweizer Medienarena klar als sozialer Patron alter Schule und Arbeitsplatzvertreter typisiert (vgl. Abb. 14). In der gegenwärtigen tiefen Reputationskrise des Finanzplatzes konnte sich der neue FDP-Bundesrat mit diesem Image positiv in der Öffentlichkeit positionieren.
- Keller-Sutter wird als zielstrebige, sprachgewandte und dynamische Vollblutpolitikerin typisiert. Gleichzeitig haftet ihr aber auch das Image der Hardlinerin an, die mit ihrer strikten Asylpolitik sowie im Kampf gegen Hooligans nationale Bekanntheit erlangt hat, auf Bundesebene aber unerfahren ist (vgl. Abb. 15).

Abbildung 12



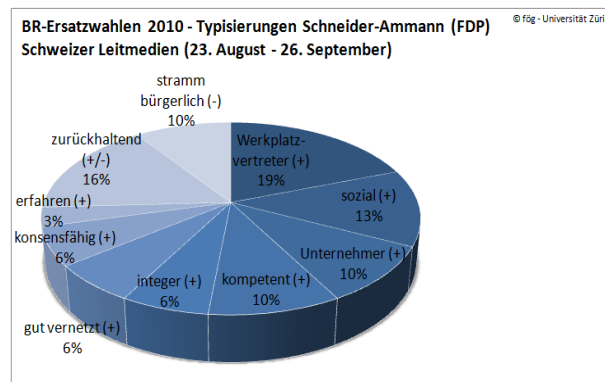
Die Darstellung zeigt für die SPS-Kandidatin Sommaruga die prozentualen Anteile der induktiv erhobenen Typisierungen (n=30).

Abbildung 13



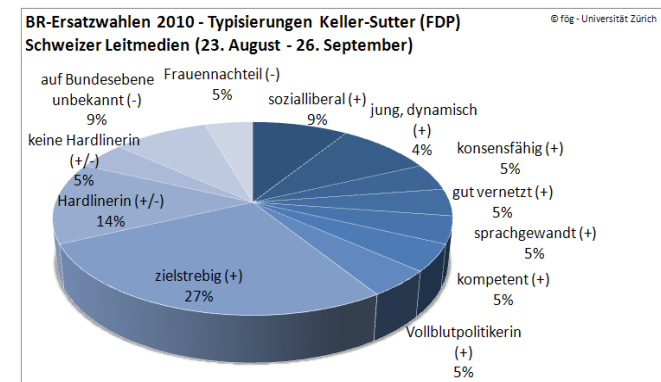
Die Darstellung zeigt für die SPS-Kandidatin Fehr die prozentualen Anteile der induktiv erhobenen Typisierungen (n=32).

Abbildung 14



Die Darstellung zeigt für den FDP-Kandidat Schneider-Ammann die prozentualen Anteile der induktiv erhobenen Typisierungen (n=31).

Abbildung 15



Die Darstellung zeigt für die FDP-Kandidatin Keller-Sutter die prozentualen Anteile der induktiv erhobenen Typisierungen (n=22).

6. ZIELSETZUNG, UNTERSUCHUNGSDESIGN UND METHODE

Zielsetzung und Untersuchungsdesign

Dieser Bericht analysiert die Medienberichterstattung der Bundesratsersatzwahlen 2010 hinsichtlich der zentralen Merkmale, Dynamiken und Unterschiede. Im Mittelpunkt stehen dabei Fragen nach der Vermittlungsleistung der Medien hinsichtlich ihrer Funktionen in der Demokratie. Was sind die Informationsleistungen, finden unterschiedliche Perspektiven Eingang in die Medien? Wie stark werden die Bundesratsersatzwahlen 2010 im Vergleich mit anderen (politischen) Kommunikationsereignissen thematisiert? Unter welchem Themenfokus stehen die Ersatzwahlen? Welche Kandidaten werden besonders stark thematisiert und wie werden sie bewertet und typisiert?

Untersuchte Medien

Dazu wurden im Untersuchungszeitraum 9. Juli 2010 bis zum 26. September 2010 alle redaktionellen Beiträge zu den Bundesratsersatzwahlen 2010 in dreizehn Schweizer Medien analysiert (vgl. Abschnitt Untersuchungsbasis und Methode). Untersucht wurde die Thematisierung der Bundesratsersatzwahlen im Zeitraum 9. Juli 2010 bis wenige Tage nach den Wahlen, 26. September 2010, in dreizehn Schweizer Medien der Gattungen Presse, Radio und TV (Blick, Sonntagsblick, NZZ, NZZ am Sonntag, Tages-Anzeiger, Sonntagszeitung, Le Matin, Le Matin Dimanche, Le Temps, Echo der Zeit, Rendez-vous, Tageschau und 10vor10).

Methode und Analysetools

Pro erfassten redaktionellen Beitrag im Kommunikationsereignis Bundesratsersatzwahlen 2010 wurden im Zeitraum eines Monats vor den Wahlen (23. August 2010) bis wenige Tage nach den Wahlen (26. September 2010) alle Themenfoki (Einfachvergabe) erhoben. Zudem wurden auf Kandidatenebene (max. drei Kandidaten pro Beitrag) die Zentralität, Bewertung und Typisierung der

Kandidierenden (max. drei Typisierungen) codiert. Die Analyse stützt sich ab auf eine induktive Erhebung von Kommunikationsereignissen der Frontseiten, die am fög-Forschungsbereich Öffentlichkeit und Gesellschaft der Universität Zürich dauerhaft erhoben wird.

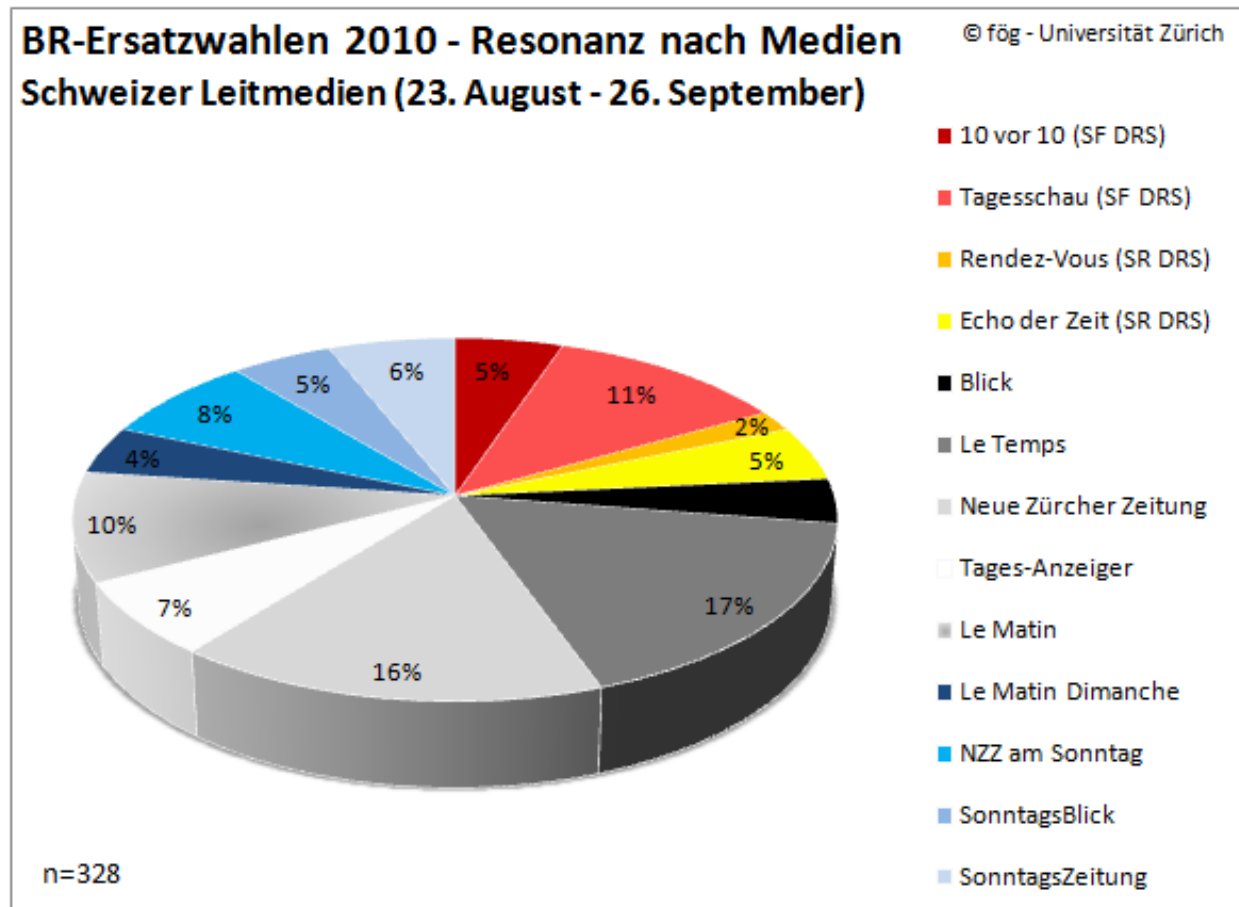
Diese Studie ist Teil verschiedener Vertiefungsanalysen hinsichtlich der Frage der Dynamik und Qualität von öffentlicher medial vermittelter politischer Kommunikation, die auf den Websites des Forschungsbereichs Öffentlichkeit und Gesellschaft (www.foeg.uzh.ch; www.qualitaet-der-medien.ch) zur Verfügung stehen. Alle diese Studien sowie die hier vorliegende Analyse des fög wurden aus eigenen Mitteln finanziert.

Aufbau des Berichts

Der Bericht fasst vorgängig das Wichtigste in Kürze zusammen (1). Die Analyse bettet zunächst die Wahlberichterstattung in den Kontext von aktuellen Kommunikationsereignissen ein, welche sich auf die Thematisierung der Wahlen auswirken (2). Danach wird die Resonanz der Bundesratsersatzwahlen 2010 mit früheren Wahlen verglichen (3). Es folgt eine Analyse der vorherrschenden Themenfoki in der Berichterstattung (4). Schliesslich zeigt der Bericht, wie sich die Resonanz der Kandidierenden verteilt und wie sie reputiert und typisiert werden (5).

7. GRAFIKEN IM ANHANG

7.1. RESONANZ NACH MEDIEN



8. KONTAKT

Fög – Forschungsbereich Öffentlichkeit und Gesellschaft Universität Zürich

Der fög ist der Forschungsbereich Öffentlichkeit und Gesellschaft an der Universität Zürich. Er entstand aufgrund des Interesses, die Grundbausteine der sozialen Welt, Kommunikationsereignisse, zu beobachten. Kommunikationsereignisse sind die Sinneinheiten über Wirtschaft, Politik, Sport, Kultur und vieles andere, die in der öffentlichen Kommunikation aufscheinen und auf die wir uns beziehen, wenn wir in Alltagssituationen mit dem Anspruch auf Anschlusskommunikation kommunizieren.

Diese Sinneinheiten untersuchen und vermessen wir, weil die öffentliche Kommunikation das wichtigste Medium sowohl der Steuerung als auch der Integration von Gesellschaft ist. Nur in der «Arena Öffentlichkeit» können wir die Gesellschaft beobachten. Aufmerksamkeit ist der Motor dieser sozialen Welt. Sie kreiert Kommunikationsereignisse und diese ziehen wiederum Aufmerksamkeit in ihren Bann. Unsere Grundfragen sind an das zentrale Erkenntnisinteresse der Sozialwissenschaften geknüpft: Wie lässt sich der Wandel der sozialen Ordnung der modernen Gesellschaft beschreiben? Diese Frage beantworten wir für die drei Handlungssysteme Politik, Wirtschaft und Medien, welche die Kernbereiche der Öffentlichkeit bilden.

Mehr über den fög finden Sie unter: www.foeg.uzh.ch

Kontakt:

Dr. Mario Schranz
Tel: +41 (0)44 635 21 50
mario.schranz@foeg.unizh.ch

Dr. Mark Eisenegger
Tel: +41 (0)44 635 21 23
mark.eisenegger@foeg.unizh.ch

lic. phil. Pascal Bürgis
Tel: +41 (0)44 635 21 54
pascal.buergis@foeg.uzh.ch

lic. phil. Angelo Gisler
Tel: +41 (0)44 635 21 25
angelo.gisler@foeg.uzh.ch