



Bundesratsersatzwahlen 2009

Die Bundesratsersatzwahlen vom 16.9.2009 in der öffentlichen Kommunikation

12. Oktober 2009

fög - Forschungsbereich Öffentlichkeit und Gesellschaft
Universität Zürich
Andreasstrasse 15
CH-8050 Zürich
Tel. +41 1 635 21 11
Fax +41 1 635 21 01
Mail info@foeg.unizh.ch
Web www.foeg.unizh.ch

Kontakt:

Linars Udris, +41 (0)44 635 21 17, linards.udris@foeg.uzh.ch

fög - Forschungsbereich Öffentlichkeit und Gesellschaft
Universität Zürich
Andreasstrasse 15
CH-8050 Zürich
Tel. +41 1 635 21 11
Fax +41 1 635 21 01
Mail info@foeg.unizh.ch
Web www.foeg.unizh.ch

Zielsetzung und Untersuchungsdesign

Dieser Bericht analysiert die Medienberichterstattung der Bundesratsersatzwahlen 2009 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? Welche Akteure kommen zu Wort? Welche Rolle spielen die Medien selbst als Akteure? Wie werden die Akteure in den Medien dargestellt?

Dazu wurden im Untersuchungszeitraum 12. Juni 2009 bis zum 19. September 2009 alle redaktionellen Beiträge zu den Bundesratswahlen in sechzehn Schweizer Medien analysiert (siehe Untersuchungsbasis und Methode im Anhang).

Der Bericht vergleicht zunächst die Resonanz der Bundesrats-Ersatzwahlen mit früheren Wahlen (1) und bettet die Wahlberichterstattung in den Kontext von aktuellen Kommunikationsereignissen ein, welche sich auf die Thematisierung der Wahlen auswirken (2). Weiter zeigt der Bericht, wie sich die Resonanz der Kandidierenden verteilt und welche Themenaspekte eine Rolle spielen (3). Schliesslich zeigt die Analyse spezifischer die Gemeinsamkeiten und Unterschiede zwischen den untersuchten Medientiteln auf (4).

Wichtigste Befunde

Hohe Aufmerksamkeit für Wahlen bei schwacher Einbindung in brisante Diskussionen

- Die jüngste Bundesrats-Ersatzwahl erzielt im Vergleich zu anderen Themen und Ereignissen in den letzten Wochen und Monaten die höchste Resonanz. Damit beschäftigt sich die Schweiz zwischen Juni und September stärker mit der Besetzung des freiwerdenden Bundesratssitzes als mit anderen innenpolitisch breit diskutierten Problemen wie der Gestaltung des Bankgeheimnisses, den diplomatischen Spannungen mit Libyen oder den Reformen im Gesundheitswesen.
- Die Frage des Bankgeheimnisses dringt kaum, die »Libyen-Affäre« zu einem gewissen Grad in die Thematisierung der Bundesratswahlen ein. Hier verfestigt sich die Wahrnehmung einer zunehmenden Handlungsunfähigkeit des Gremiums Bundesrat. Unter dem Eindruck einer »Isolierung der Schweiz« werden Kandidierende allerdings weniger danach bewertet, welches ihre konkreten Vorstellungen zur internationalen Zusammenarbeit sind (bspw. Verhältnis zur EU), sondern inwiefern sie als Persönlichkeiten die Handlungsfähigkeit des Gremiums stärken können. Dies lässt sich vor allem in den Westschweizer Medien sowie generell den Boulevardmedien beobachten (Bsp. »Qui pourra sauver la Suisse«, Le Matin, 11.9.2009).

- Im Vergleich zu früheren Ersatzwahlen ist die Aufmerksamkeit für die jüngste Wahl durchschnittlich hoch. Damit bestätigt sich, dass vor allem diejenigen Wahlen zu erhöhter Aufmerksamkeit führ(t)en, in denen die SVP eine zentrale Rolle spielt.

Starke Personalisierung in der Wahlberichterstattung bei Fokussierung auf (vermeintliche) Spitzenkandidaten

- Wie in der Wahlberichterstattung der letzten Jahre regelmässig zu beobachten ist, dominiert in der Berichterstattung insgesamt der Modus des »horse race«-Journalismus, d.h. die Fragen, welches politische Lager und welche Kandidaten sich innerhalb der Partei und im Parlament durchsetzen werden. Dieser »horse race«-Journalismus ist eng gekoppelt an eine stark personalisierte Berichterstattung. Angesichts der in den Medien überwiegenden Einschätzung, dass die aktuelle Wahl keine »Richtungswahl« zwischen Parteien darstelle, überrascht die Fokussierung auf die Eigenschaften (Kompetenzen, Charakter) der Kandidierenden nicht.
- Die Resonanz der offiziellen und inoffiziellen Kandidierenden ist – nicht überraschend – ungleich verteilt. Die Resonanz richtet sich nicht primär nach den tatsächlich erfolgten Nominierungen, sondern

nach den medialen Erwartungen im Vorfeld und den Möglichkeiten zur Konfliktstilisierung. Insofern ist die Fokussierung auf FDP-Parteipräsident Fulvio Pelli, Urs Schwaller und teilweise auf Pascal Broulis zu erklären. Mit den Nominierungen steigt auch die Resonanz von Didier Burkhalter und Christian Lüscher stark an.

- Auffallend ist die Einheitlichkeit, mit der Kandidierenden über die verschiedenen Medien(typen) hinweg dargestellt und bewertet werden. So wird in den meisten Medien auf sachpolitischer Ebene den Kandidaten Burkhalter und Schwaller – auch im direkten Vergleich – ein relativ schwammiges Profil zugeschrieben und ihnen auf persönlicher Ebene ein ausgleichender, konsensorientierter Charakter attestiert. Eine stärkere Profilbildung, die in politischer Hinsicht in den Medien auf der Dimension »Links-Rechts« festgemacht wird, erfahren insbesondere Pascal Broulis (als vermeintlich »links«) sowie Christian Lüscher (als vermeintlich »rechts«). Auch bei Broulis und Lüscher spielt die Darstellung der persönlichen Ebene eine wichtige Rolle: Bei Broulis rückt sein persönlicher Umgang mit der deutschen Sprache, bei Lüscher sein Umgang mit seiner früheren Lebenspartnerin Lolita Morena zwischenzeitlich in den Vordergrund.

Virulenz der Konkordanzfrage – Vertretung der Sprachregionen

- Die Frage der Konkordanz spielt erneut eine zentrale Rolle. Im Vergleich zu den letzten Wahlen (Wahl Maurers) konzentriert sich die aktuelle Debatte etwas weniger auf parteipolitische Sitz-Ansprüche (arithmetisch verstandene Konkordanz). Ähnlich wie in den letzten Wahlen wird die Konkordanzfrage kaum über sachpolitisch begründete Ansprüche (inhaltlich verstandene Konkordanz) geführt. Hingegen findet eine breite Auseinandersetzung über die Vertretung der Sprachregionen in der Medienberichterstattung statt. Diese wird vorwiegend anhand von Personen (v.a. Urs Schwaller, Pascal Broulis) abgehandelt.
- Diese Personalisierung in der Regionenfrage wird auch in den Qualitätsmedien vorgenommen. Jedoch fällt auf, dass die Qualitätsmedien differenzierter auf Fragen der Bedeutung von Minderheiten (u.a. auch die Rolle des Tessins) verweisen und betonen, dass Toleranz, das Konkordanzverständnis und die Fähigkeit, die Landesteile zu repräsentieren, erwerbbar seien und nicht an fixen, »ethnischen« Kriterien festgemacht werden könnten.

(1) Medienresonanz von Bundesrats-Ersatzwahlen im Zeitvergleich

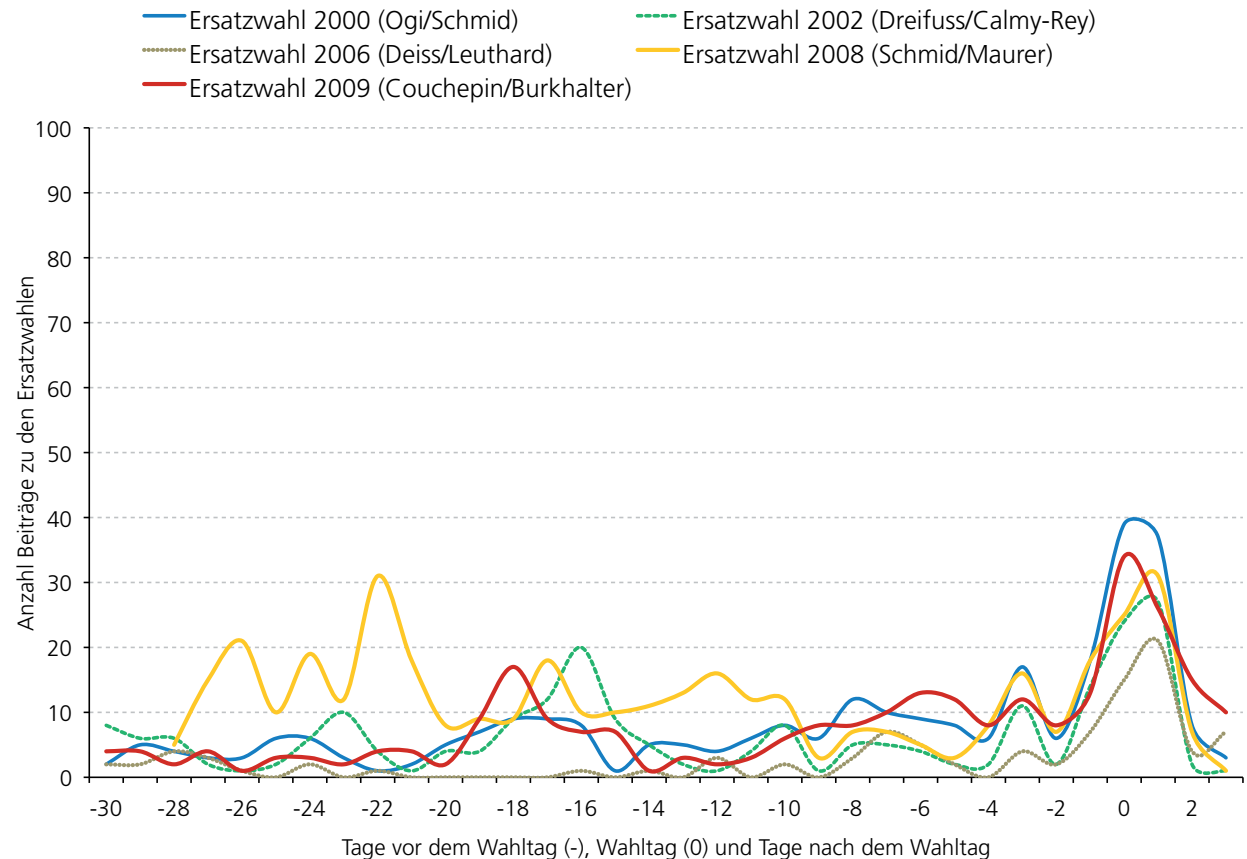
Bundesrats- und Bundesratsersatzwahlen erzeugen im letzten Jahrzehnt viel Aufmerksamkeit und sind mit der Auseinandersetzung um den Vertretungsanspruch gemäss veränderten Parteistärken im Parlament verbunden. Im Vergleich zu den 1960er Jahren lässt sich beobachten, dass die Resonanz für solche Exekutiv-Wahlen deutlich zunimmt, im Vergleich zur Berichterstattung über die Eidgenössischen (Parlaments-)Wahlen rasanter.¹ Der Kampf um Wähleranteile verlängert sich entsprechend in der Exekutivwahl durch das Parlament und befördert die mediale Thematisierungsintensität.

Dabei sind die Frage nach einer möglichen Veränderung des politischen Machtgefüges und der politischen Kultur (in den letzten Jahren v.a. die Regierungsbeteiligung und -fähigkeit SVP) und die Frage des Wahlausgangs (Sieger vs. Verlierer) die zentralen Treiber der Berichterstattung. Welche Resonanzintensität zeigt sich im Vergleich der Bundesrats-Ersatzwahlen seit 2000? (Für einen Vergleich der Bundesratswahlen generell vgl. fög 2008)

Ordentliche Bundesratswahlen erhielten im letzten Jahrzehnt regelhaft höhere mediale Resonanz als

¹ 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.

Abbildung 1: Verlauf und Intensität der Thematisierung der Bundesrats-Ersatzwahlen



© fög - Universität Zürich

Anmerkungen zur Datengrundlage:

Die Analyse bezieht sich auf die redaktionellen Beiträge, die zu den Ersatzwahlen in den folgenden zehn Medien erschienen sind: NZZ, Tages-Anzeiger, Blick, Echo der Zeit, Rendez-vous, 10vor10, Tagesschau, NZZ am Sonntag (ab 2002), Sonntagszeitung und SonntagsBlick.

Ersatzwahlen. Die ordentlichen Wahlen bilden die Gelegenheit, um Ansprüche aus der Verschiebung der Parteistärken zu realisieren und sind durch eine Rechts- und Links-Polarisierung geprägt. Treiber der Aufmerksamkeit sind in dieser Phase erstens die Erwartungsunsicherheit bezüglich des Wahlausgangs und zweitens der Grad der Polarisierung bezüglich der Ausgestaltung der Konkordanz (vgl. fög 2008). Bei Bundesrats-Ersatzwahlen wird seit 2000 die Frage nach der Regierungsfähigkeit spezifischer SVP-Kandidaten zum entscheidenden Faktor für die Intensität der medialen Aufmerksamkeit. Dies erklärt, weshalb die Ersatzwahl Ogi – Schmid (SVP) im Jahr 2000 sowie die Ersatzwahl Schmid – Maurer (BDP/SVP) im Jahr 2008 stärkere Beachtung finden als die Ersatzwahl Dreifuss – Calmy-Rey (SP) im Jahr 2002, die Ersatzwahl Deiss – Leuthard (CVP) im Jahr 2006 oder die aktuelle Ersatzwahl Couchepin – Burkhalter (FDP) (vgl. Abbildung 1).

2008 führte der lange Kampf um die »richtige« SVP-Vertretung im Bundesrat nach der Abspaltung der BDP im Zuge der Abwahl Bundesrat Blochers bzw. der Wahl von Bundesrätin Widmer-Schlumpf sowie der Skandalisierung von Bundesrat Schmid im Sommer 2008 zum vorzeitigen Rücktritt von Bundesrat Samuel Schmid und zur entsprechend intensiv geführten Debatte der Ersatzwahl 2008. Für die Ersatzwahl 2009 ist es in dieser Hinsicht plausibel anzunehmen, dass durch den nur bedingt vorgebrachten Anspruch der SVP auf den frei gewordenen Sitz die »Polarisierung«, welche regel-

haft die Aufmerksamkeit antrieb, kaum zum Tragen kam. Indem die Wahrnehmung überwiegte, dass zwischen den Kandidierenden der CVP und der FDP relativ geringe Differenzen bestehen, sanken die Brisanz und demzufolge auch die Aufmerksamkeit.

(2) Kontext der Bundesratsersatzwahlen 2009

Welche Resonanz erzielen die Bundesratswahlen auf der Agenda öffentlicher Aufmerksamkeit im Vergleich zu anderen Themen und Ereignissen? In welchem Kontext standen die Bundesratsersatzwahlen 2009? Welche Kommunikationsereignisse nehmen einen zentralen Stellenwert in der öffentlichen Kommunikation ein, und inwiefern beeinflussen sie die Thematisierung der Bundesratsersatzwahlen?

Vergleicht man die Agenden öffentlicher Aufmerksamkeit im Zeitraum Juni bis Mitte September 2009, so lässt sich festhalten: Die Bundesratsersatzwahlen bilden das resonanzstärkste Kommunikationsereignis in diesem Zeitraum (vgl. Tabelle 1). Daneben dominieren folgende Kommunikationsereignisse mit innenpolitischem Bezug: Der Steuerstreit zwischen der US-amerikanischen Steuerbehörde und der UBS und den Schweizer Behörden (Rang 7), die Fragen des Bankgeheimnisses im Kontext der Doppelbesteuerungsabkommen mit europäischen Ländern (Rang 3), die Reformen im Gesundheitswesen, die allerdings jenseits der Vorgänge im Parlament ab Juli kaum mehr thematisiert werden (Rang 4), sowie – ab Ende August – die Beziehungen zwischen der Schweiz und Libyen (Rang 8), die sich in der öffentlichen Kommunikation rasch zu einer »Libyen-Affäre« entwickeln und zu einer enormen Kommunikationsverdichtung

führen (vgl. auch Abbildung 2).¹

Was löst die Berichterstattung zu den Bundesratsersatzwahlen aus und treibt diese an? Im Zeitverlauf zeigt sich, dass die Thematisierung zu einem grossen Teil von institutionellen Ereignissen und von Aktivitäten politischer Akteure angetrieben wird (Abbildung 2). Dazu gehören einerseits mitgeteilte Entscheidungen von Parteiorganisationen und Kandidaten selbst, eine Kandidatur offiziell anzustreben oder darauf zu verzichten, andererseits Versuche prominenter Parteivertreter, via Medien Forderungen gegenüber anderen Parteien oder bestimmten Kandidaten zu erheben (z.B. Forderung der SVP an die FDP, einen der SVP genehmen Kandidaten vorzuschlagen; Äusserung Pellis über Schwaller). Gerade letztere Versuche gehen einher mit Strategien der Diskreditierung, und diese erhalten gerade in der deutschschweizerischen Sonntagspresse (besonders SonntagsBlick und SonntagsZeitung), die solche Positionsbezüge am häufigsten aufgreifen und selbst im Kampf um Aufmerksamkeit aktiv Konflikte zuspitzen, breite Resonanz. Diese »Abhängigkeit« von Ereignissen und nicht zuletzt Aktivitäten einzelner Politiker zeigt sich

¹ Die Schweinegrippe wird nur partiell mit einem innenpolitischen Bezug thematisiert. Der Anteil an Beiträgen, der den Verlauf der Schweinegrippe im Ausland sowie die Reaktionen und Empfehlungen der Weltgesundheitsorganisation zum Thema hat, ist vergleichsweise hoch. (für kurze Analysen dieser Kommunikationsereignisse vgl. <http://www.foeg.uzh.ch/observatorium/indikatoren/agenden.aspx&pagelng=1>).

Tabelle 1: Agenda öffentlicher Aufmerksamkeit von Juni bis Mitte September 2009

Rang	Kommunikationsereignis	beteiligte Medien	Ø Beitragsvolumen	Anzahl Beiträge
1	Bundesratswahl 2009	13	2.52%	926
2	Schweinegrippe	13	2.13%	656
3	Bankgeheimnis unter Druck	13	1.85%	693
4	Reform Gesundheitswesen	13	1.62%	557
5	Reformbewegung Iran	13	1.31%	432
6	Konjunkturverlauf Schweiz	13	1.29%	393
7	Steueraffäre UBS - USA	13	1.26%	463
8	Spannungen Schweiz - Libyen / Reise Merz	13	1.13%	401
9	Geschäftsgang UBS	13	0.96%	351
10	Neuordnung in Afghanistan	11	0.86%	257
11	Finanzmarktkrise	13	0.86%	420
12	Nahost-Konflikt	11	0.77%	325
13	Bürgerkrieg Sri Lanka	11	0.61%	183
14	Tod Michael Jackson	13	0.51%	185
15	Piraterie vor Somalia	13	0.47%	134
16	Erdbeben in den Abruzzen	13	0.45%	122
17	Terrorismus in Pakistan	9	0.41%	123
18	Konjunkturpolitik Schweiz	13	0.41%	147
19	Reform Invalidenversicherung	9	0.40%	132
20	Bundestagswahlen 2009	10	0.38%	134

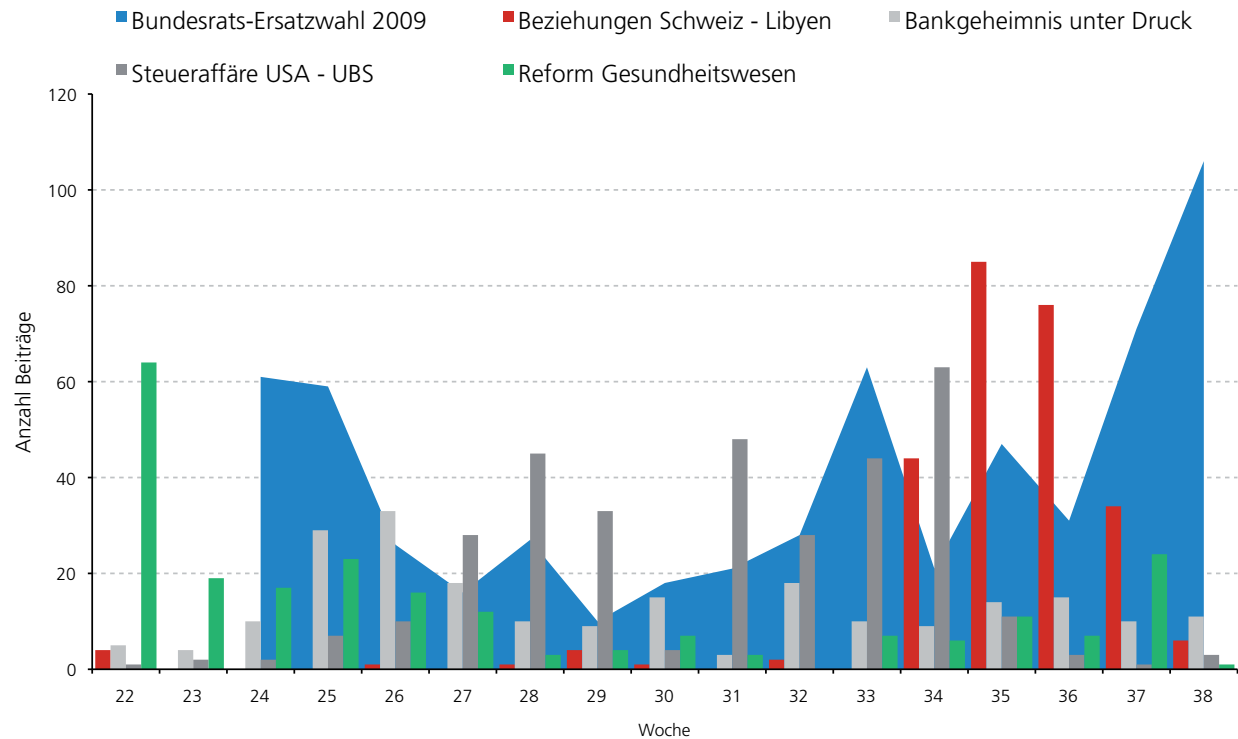
Methodische Anmerkungen: Die Analyse speist sich aus der kontinuierlichen Beobachtung und induktiven Erfassung von Kommunikationsereignissen und bezieht sich in diesem Fall auf die redaktionellen Beiträge, die im Zeitraum 1. Juni bis 19. September 2009 in dreizehn Schweizer Medien erschienen sind: Neue Zürcher Zeitung, Tages-Anzeiger, Le Temps, Blick, Le Matin, Echo der Zeit, Rendez-vous, 10 vor 10, Tagesschau, NZZ am Sonntag, SonntagsZeitung, SonntagsBlick und Le Matin Dimanche. Die Rangierung erfolgt nach dem Prozentanteil am Volumen redaktioneller Beiträge, den die Kommunikationsereignisse (KE) im Durchschnitt der einzelnen Medien aufweisen (vgl. Spalte 4).

Lesebeispiel: Das KE »Bundesratswahl 2009« nimmt im Mediendurchschnitt 2.52% des Volumens der redaktionellen Beiträge ein und ist damit auf Rang 1 platziert. Alle dreizehn untersuchten Medien haben im Untersuchungszeitraum mindestens einen redaktionellen Beitrag zum KE publiziert. Insgesamt sind 926 redaktionelle Beiträge zum KE erschienen.

nicht zuletzt darin, dass im Juli (Wochen 28-32) die Aufmerksamkeit deutlich geringer ist. In jener Phase lassen sich auch bloss wenige Aktivitäten politischer Akteure beobachten (z.B. Nominierungs-Veranstaltungen). Die Aufmerksamkeit intensiviert sich dann wieder, als sich die Frage der Kandidaten-Nominierung zuspitzt und sich einzelne Kandidaten – vor allem die als wahrscheinlich geltenden Kandidaten Schwaller und Pelli – ab Mitte August explizit zu einer Kandidatur äussern (Ankündigung Schwallers,) (Woche 33) und in einem weiteren Schritt die entsprechenden Partei-Organisationen die Nominierungen vornehmen (Woche 35). Wie regelhaft in der Wahlberichterstattung zu beobachten, steigt diese kurz vor den Wahlen deutlich an (Wochen 37-38), um nach den Wahlen rasch wieder zu verebben (nicht abgebildet, vgl. aber Abbildung 1).

Wie in Abbildung 2 ersichtlich wird, wird die Thematisierung der Bundesrats-Ersatzwahl zu ganz bestimmten Phasen von anderen Kommunikationsereignissen überlagert: Ende Juli und Anfang August intensiviert sich Beobachtung, inwiefern es im Steuerstreit zwischen der UBS, den US-amerikanischen und den schweizerischen Behörden zu einem Vergleich kommt oder nicht (besonders Woche 31), und Ende August sorgt die überraschende Reise von Bundesrat Merz nach Libyen für eine enorme Kommunikationsverdichtung (Wochen 34-37) und Skandalisierung des Bundespräsidenten. In beiden Kommunikationsereignissen liegt der Fokus eindeutig auf Vertretern des Bundesrates respektive

Abbildung 2: Mediale Resonanz der Bundesratsersatzwahl, der Spannungen zwischen der Schweiz und Libyen, den Fragen des Bankgeheimnisses und der Reform im Gesundheitswesen; Anfang Juni – Mitte Sep 2009 (Woche 22-38)



Anmerkungen zur Datengrundlage:

Die Analyse bezieht sich auf die redaktionellen Beiträge, die im Zeitraum 16. August bis 19. September 2009 in den folgenden vierzehn Medien erschienen sind: Neue Zürcher Zeitung, Tages-Anzeiger, Neue Luzerner Zeitung, Le Temps, Blick, Le Matin, Echo der Zeit, Rendez-vous, 10 vor 10, Tagesschau, NZZ am Sonntag, Sonntagszeitung, SonntagsBlick und Le Matin Dimanche.

dem Bundesrat als Gremium, und in beiden Kommunikationsereignissen wird angesichts der diplomatischen »Misserfolge« – allerdings unterschiedlich intensiv – eine Handlungsunfähigkeit der Regierung und eine »Isolierung der Schweiz« wahrgenommen.²

Die Frage des Bankgeheimnisses dringt allerdings kaum, die »Libyen-Affäre« zu einem gewissen Grad in die Thematisierung der Bundesratswahlen ein. Inmitten dieser perzipierten Legitimationskrise des Gremiums Bundesrats mehren sich die Stimmen, die eine Reform des (aktuellen) Bundesrates anstreben. Teilweise werden die Bundesrats-Kandidierenden danach bewertet, welches ihre konkreten Vorstellungen zur internationalen Zusammenarbeit (bspw. Verhältnis zur EU) oder ihre konkreten Vorschläge zu Strukturänderungen sind (z.B. Rolle des Bundespräsidenten; Neuorganisation Bundesdepartemente). Daneben bewerten vor allem die Medien in der Romandie sowie generell die Boulevardmedien die Kandidierenden vor allem nach Charaktereigenschaften, d.h. inwiefern sie als (Führungs-)Persönlichkeiten die Handlungsfähigkeit des Gremiums stärken können (Bsp. »Qui pourra sauver la Suisse«, Le Matin, 11.9.2009; »Die Kandidaten im Gaddafi-Test«, Blick, 5.9.2009).

² Zwar wird dem Bundesrat in der Frage des Bankgeheimnisses ein Verhandlungserfolg attestiert, doch wird dessen Strategie nach wie vor als nicht überzeugend dargestellt.

(3) Resonanz von Akteuren und Themenaspekten in den Bundesratsersatzwahlen 2009

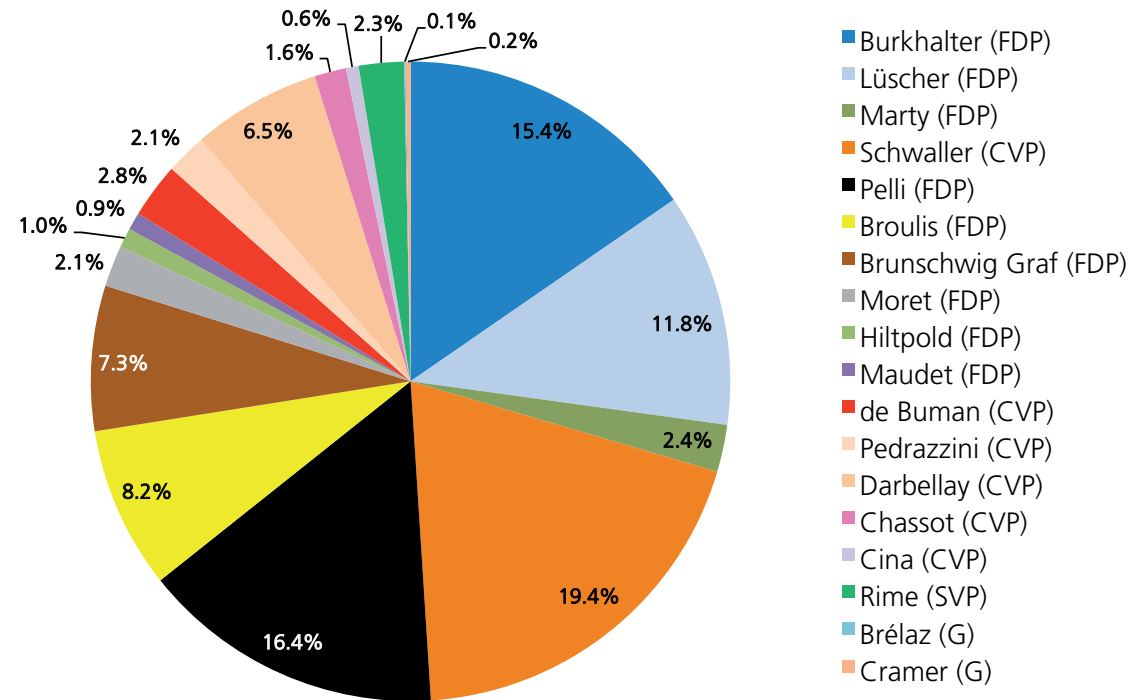
(3.1) Resonanz für offizielle und inoffizielle Kandidierende

Wer erhält in der medialen Berichterstattung über die Bundesratsersatzwahlen Resonanz? Erhalten die verschiedenen Kandidaten vergleichbar hohe Resonanz, und wie lassen sich Unterschiede erklären?

Folgende Befunde lassen sich festhalten:

- In der öffentlichen Kommunikation wird vor allem auf CVP-Ständerat Urs Schwaller fokussiert (Abbildung 3). Diese hohe Resonanz (knapp 20 Prozent der Resonanz aller möglichen Kandidierenden) erklärt sich einerseits aus den Strategien der CVP, Schwaller als alleinigen Kandidaten zu nominieren, und andererseits aus den (Gegen-)Reaktionen politischer Akteure, die Kandidatur Schwallers mit der Frage der Vertretung der Sprachregionen zu verbinden. Durch diesen hohen Polarisierungsgrad steigt die Sichtbarkeit Schwallers stark an.
- Neben Schwaller erzielt Fulvio Pelli – deutlich vor dem später zum Bundesrat gewählten FDP-Ständerat Didier Burkhalter (15.4%) – die zweithöchste Resonanz (16.4%). Diese Fokussierung erklärt sich aus den Erwartungen der Medien und politischer Akteure, die von einer Kandidatur Pellis ausgehen. Hier verbinden sich im Modus des »horse race«-

Abbildung 3: Resonanz von offiziellen und inoffiziellen Kandidierenden in der Thematisierung der Bundesratswahl 2009



Anmerkungen zur Datengrundlage:

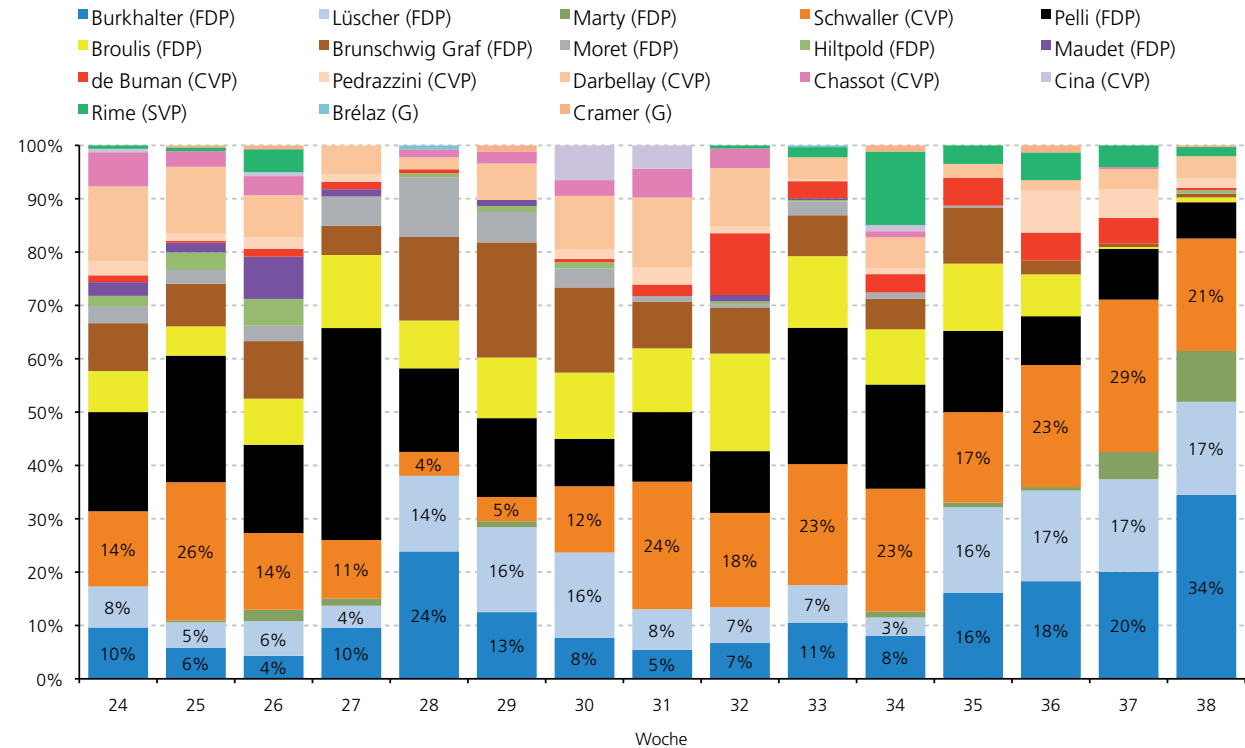
Die Analyse bezieht sich auf die redaktionellen Beiträge im Kommunikationsereignis Bundesratswahl 2009 in einem breiteren Sample von Print-Medien: Aargauer Zeitung, Basler Zeitung, Berner Zeitung, Blick, SonntagsBlick, Neue Luzerner Zeitung, NZZ, NZZ am Sonntag, Tages-Anzeiger, Sonntagszeitung, Le Temps, Le Matin, Tribune de Genève und Le Matin Dimanche. Die Auswertung beruht auf der schlichten Nennung von Kandidaten (n = 2807 Nennungen).

Journalismus zum einen die Erwartungen in einen »Showdown« sehr prominenter Parteipolitiker (CVP-Fraktionspräsident Schwaller versus FDP-Parteipräsident Pelli) und zum anderen die Ungewissheit, geschürt durch Pelli selbst, ob dieser tatsächlich kandidieren und nominiert werde.

Daher lässt sich die Resonanz für offizielle und inoffizielle Kandidierende nicht einfach damit erklären, welche Akteure tatsächlich als Kandidaten nominiert werden und welche nicht. Vielmehr spielen in einer zeitlichen Perspektive eine Rolle, welches die medialen Erwartungen in die Nominierungen und den Wahlausgang sind, wie prominent die Akteure sind, und ob die Möglichkeit gegeben ist, anhand der Kandidierenden bestimmte Konflikte zuzuspitzen oder sie in ihrer Gefühlswelt und/oder privaten Lebensverhältnissen darzustellen.

- Die tatsächlichen Kandidaten der FDP – Didier Burkhalter und Christian Lüscher – erzielen vor allem nach ihrer tatsächlichen Nominierung hohe Resonanz (Abbildung 4). Im direkten Vergleich der beiden FDP-Kandidierenden lässt sich aber eine frühere Fokussierung auf Burkhalter beobachten, die wiederum mit den Erwartungen der Medien zusammenhängen. So wird Burkhalter bereits kurz nach dem Rücktritt Pascal Couchepins als »ausichtsreicher Kandidat« – im Gegensatz zum »Alibi-Kandidaten« Lüscher – bezeichnet.

Abbildung 4: Nennung von offiziellen und inoffiziellen Kandidierenden im Zeitverlauf

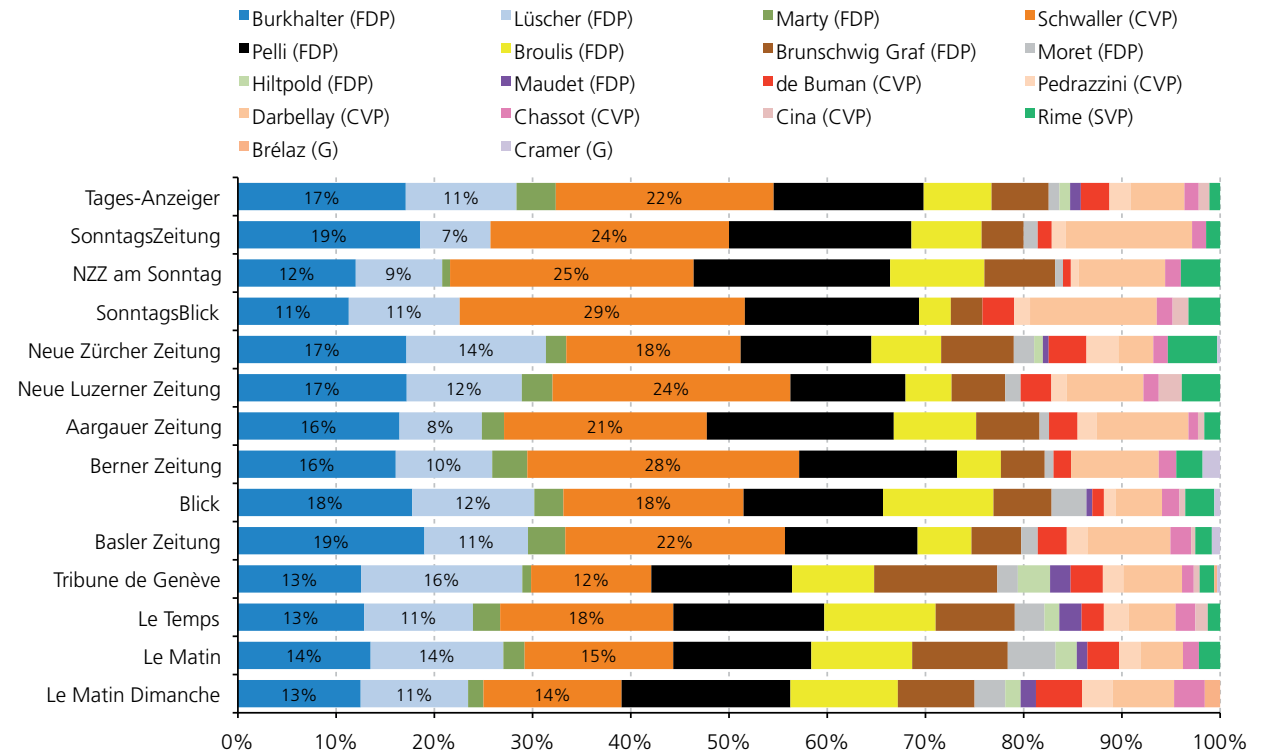


Anmerkungen zur Datengrundlage:

Die Analyse bezieht sich auf die redaktionellen Beiträge im Kommunikationsereignis Bundesratswahl 2009 in einem breiteren Sample von Print-Medien: Aargauer Zeitung, Basler Zeitung, Berner Zeitung, Blick, SonntagsBlick, Neue Luzerner Zeitung, NZZ, NZZ am Sonntag, Tages-Anzeiger, Sonntagszeitung, Le Temps, Le Matin, Tribune de Genève und Le Matin Dimanche. Die Auswertung beruht auf der schlichten Nennung von Kandidaten (n = 2807 Nennungen).

- Auffallend hoch ist die Resonanz für den letztlich nicht nominierten Waadtländer Regierungsrat Pascal Broulis (FDP) (8.2%). Diese Resonanz erklärt sich damit, dass ihm im Gegensatz zu den anderen Kandidierenden ein »Exotenbonus« (»Politstar« mit griechischen Wurzeln) zugeschrieben wird und dass Broulis als einziger der Kandidierenden über geringe Deutschkenntnisse verfügt – beides steigert seinen Nachrichtenwert. Sowohl in der Deutsch- als auch in der Westschweiz wird die Frage der Sprachkenntnisse anhand des Privatmanns Broulis diskutiert, dessen Gefühlswelt beim Lernen und Sprechen der deutschen Sprache Thema mehrerer Medienbeiträge ist.
- Gegenüber Broulis erzielt Marianne Brunshwig Graf weniger Resonanz respektive vor allem auf die Westschweizer Medien beschränkt (7.2%). Diejenigen Medien, in denen sie nur bedingt Resonanz erzielt, versuchen vor allem eine Differenz zu anderen Kandidierenden insofern herzustellen, indem sie vorwiegend die Tatsache thematisieren, dass sie »die einzige (verbliebene) Frau« im Kandidatenfeld ist. Die Frauenfrage spielt aber, wie oben gezeigt, in der Thematisierung der Wahlen, kaum eine Rolle.
- Die Resonanz für weitere Kandidierende ist vergleichsweise gering, auch zum Zeitpunkt, als die tat-

Abbildung 5: Nennung von politischen Akteuren im Medienvergleich



Anmerkungen zur Datengrundlage:

Die Analyse bezieht sich auf die redaktionellen Beiträge im Kommunikationsereignis Bundesratswahl 2009 in einem breiteren Sample von Print-Medien: Aargauer Zeitung, Basler Zeitung, Blick, SonntagsBlick, Neue Luzerner Zeitung, NZZ, NZZ am Sonntag, Tages-Anzeiger, Sonntagszeitung, Le Temps, Le Matin, Tribune de Genève und Le Matin Dimanche. Die Auswertung beruht auf der schlichten Nennung von Kandidaten (n = 2807 Nennungen).

sächlichen Kandidierenden noch nicht feststehen. Die – insgesamt geringe – Thematisierung orientiert sich an den Nachrichtenwerten: So rückt die Kandidatur von CVP-Nationalrat de Buman vor allem unter dem Aspekt des innerparteilichen Konflikts (angebliche Desavouierung der »offiziellen« Kandidatur der CVP), die (mögliche) Kandidatur von Isabelle Moret vor allem in privatisierter Form wegen ihres Babys (angebliche Unvereinbarkeit Kind und Beruf) in den Vordergrund.

Im Medienvergleich fällt die hohe Übereinstimmung auf; die Resonanzverteilung ähnelt sich in den meisten Medien. Wenn es (kleinere) Unterschiede gibt, lassen sich diese primär auf die regionale Verankerung eines Mediums und sekundär auf den Medientyp zurückführen (vgl. Abbildung 5).

Während in den Medien der Romandie die Resonanzverteilung etwas ausgewogener ist, weil auf verschiedene Kandidierende aus der Romandie vor der tatsächlichen Nominierung fokussiert wird, lässt sich für die Medien der Deutschschweiz eine stärkere Konzentrierung auf die prominenten Vertreter Fulvio Pelli und Urs Schwaller beobachten. Dies bedeutet erstens, dass die Medien der Deutschschweiz sich vor allem an ihren eigenen Erwartungen orientieren, wer zur Wahl antreten wird – denn erwartet wird ein »Showdown« zwischen den prominenten Vertretern Schwaller und Pelli. Zweitens

zeigt sich, dass institutionelle Ereignisse (z.B. Parteiversammlungen) und Äusserungen politischer Akteure aus der Romandie weniger Chancen haben, Resonanz in den Medien der Deutschschweiz zu finden, wenn sie sich nicht explizit an den neuen Medienlogiken orientieren. (Bezeichnenderweise erzielt Pascal Broulis in den Deutschschweizer Medien sehr hohe Resonanz, als er eine Reise nach Zürich unternimmt.)

Unterschiede zwischen den Medientypen bestehen dahingehend, dass vor allem die Qualitätszeitung NZZ ein ausgewogeneres Resonanzspektrum aufweist, indem sie stärker die Entscheidungsfindungsprozesse in der Romandie begleitet, während vor allem die Sonntagszeitungen (der Deutschschweiz) das (vermeintliche) Duell zwischen Pelli und Schwaller in den Vordergrund rücken. Ebenfalls rücken prominente Vertreter anderer Parteien vor allem in der Sonntagspresse in den Vordergrund: So erhält beispielsweise Toni Brunner, Präsident der SVP, vor allem in der Sonntagszeitung und im SonntagsBlick die Gelegenheit, Forderungen an anderen Parteien zu stellen (nicht abgebildet). Auffallend ist auch die hohe Resonanz von Pascal Broulis im Blick, die sich mit einer hohen Personalisierung verbindet.

(3.2) Frage der Vertretung der Sprachregionen

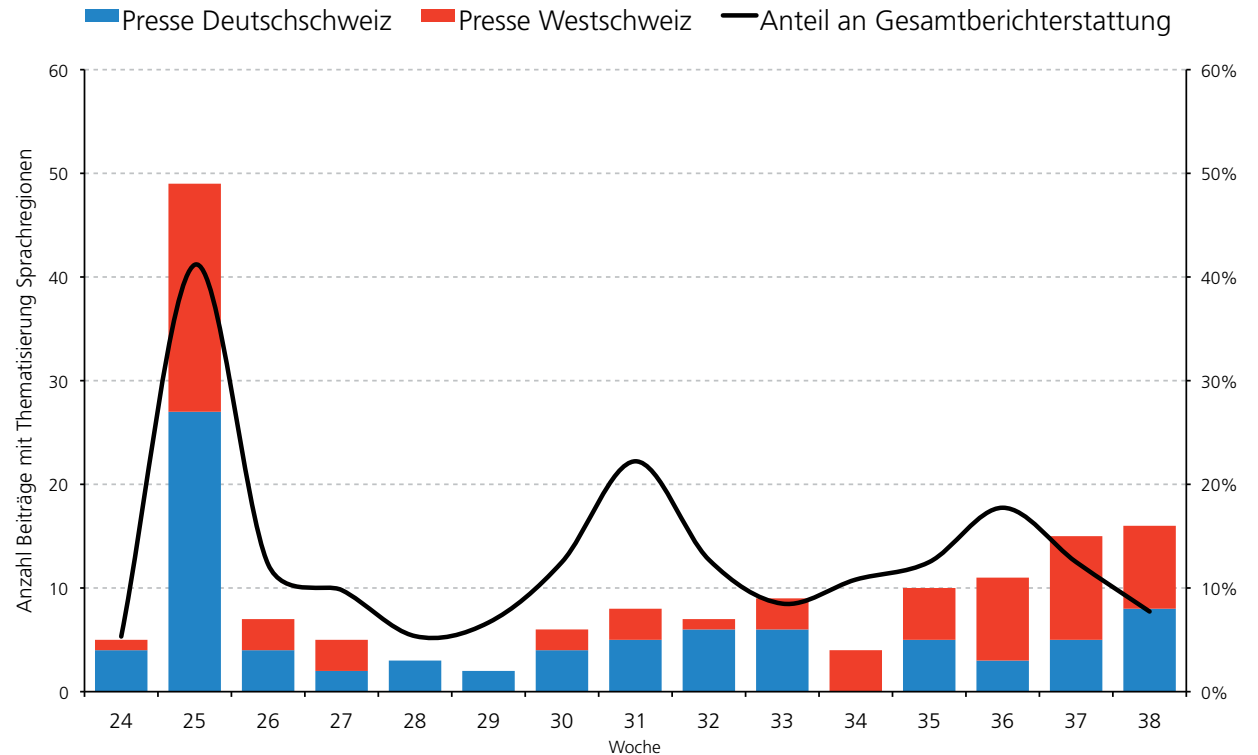
Die Frage, welcher Kanton oder welche Sprachregion im Bundesrat vertreten sein soll, spielte bei historischer Betrachtung immer eine zentrale Rolle hinsichtlich der nationalen Integration in der Schweiz. Dies zeigte sich regelhaft in der Thematisierung der Bundesratswahlen, allerdings mit Ausnahme der Ersatzwahlen von 2008. Nach dem Rücktritt Samuel Schmid's waren Ansprüche von gewissen Regionen in den Medien nur partiell zu vernehmen, und Medien wie politische Akteure fokussierten von Beginn weg auf die prominenten Vertreter des Zürcher Flügels der SVP (Blocher, Maurer). Es war damit ein auffallendes Faktum jener Wahlen Ende 2008, dass die regionale Integrationsfrage ausgesprochen stark hinter die parteipolitische Integrationsfrage (Einbezug der SVP) zurücktrat. Inwiefern signalisiert die Bundesrats-Ersatzwahl von 2008 (Schmid – Maurer) eine (seltene) Abweichung, d.h. inwiefern spielt die Vertretung der (Sprach-)Regionen in der jüngsten Wahl bei der Nachfolge Pascal Couchepins (wieder) eine Rolle? Zur Annäherung an diese Frage wird die Resonanz, welche die Regionenfrage einnimmt, untersucht.

Eine solche Auswertung ergibt, dass jeder siebte Beitrag zentral von der Frage geprägt ist, inwiefern die (Sprach-)Regionen adäquat im Bundesrat vertreten sind (Abbildung 6). Angesichts der Tatsache, dass die Mehrheit der Wahlkampf-Berichte vorwiegend im Modus

des »horse race«-Journalismus geführt wird, sind diese Werte relativ hoch. Denn wenn in der Wahlberichterstattung überhaupt über substantziellere Fragen diskutiert wird, bleiben sachpolitische Fragen (z.B. Zukunft der Sozialwerke, Verhältnis der Schweiz zur EU etc.) im Hintergrund. Ebenfalls werden Fragen der Konkordanz vor allem unter dem Aspekt der arithmetischen Konkordanz thematisiert (»tatsächliche« Stärke der verschiedenen Parteien, auch der Grünen) und kaum unter dem Aspekt der inhaltlichen Konkordanz (z.B. Fragen der politischen Ausrichtung des Bundesrats-Gremiums). Dagegen entzündet sich die Frage der Konkordanz an der Vertretung der Sprachregionen.

Ausgelöst wird die Debatte im wesentlichen von FDP-Parteipräsident Fulvio Pelli, der in einem Interview mit der Sonntagszeitung am 14. Juni dem möglichen Kandidaten der CVP, Urs Schwaller, vorwirft, als Deutschfreiburger »kein Romand« zu sein und damit die Romandie nicht (adäquat) im Bundesrat vertreten zu können. Damit bestätigt sich die Regularität, dass politische Akteure mit provozierenden Äusserungen gerade in der auf hohe Auflagezahlen angewiesenen Sonntagspresse die (gewünschte) Resonanz erhalten und diese bewusst für ihre strategischen Zwecke nutzen. Die Äusserung Pellis führt – wie oftmals »Primeurs« in der Sonntagspresse – zu einer intensiven Anschlusskommunikation in der Tagespresse und in den elektronischen Medien, in der die Fokussierung auf die Person Urs Schwaller verstärkt wird (Woche 25). In der Bewertung dieser Frage zeigen

Abbildung 6: Thematisierung der Frage der Sprachregionen im Zeitverlauf



Anmerkungen zur Datengrundlage:

Die Analyse bezieht sich auf die redaktionellen Beiträge im Kommunikationsereignis Bundesratswahl 2009 in einem breiteren Sample von Print-Medien: Aargauer Zeitung, Basler Zeitung, Berner Zeitung, Blick, SonntagsBlick, Neue Luzerner Zeitung, NZZ, NZZ am Sonntag, Tages-Anzeiger, Sonntagszeitung, Le Temps, Le Matin, Tribune de Genève und Le Matin Dimanche. Die Auswertung umfasst diejenigen Beiträge, in denen die Vertretung der Sprachregionen zentral thematisiert wurde (n = 157 Beiträge; 14% von 1158 Beiträgen).

sich Unterschiede zwischen den Medien der West- und der Deutschschweiz sowie zwischen Boulevard- und Qualitätsmedien.

Auf der einen Seite skandalisieren die Boulevardzeitungen der Romandie (Le Matin und Le Matin Dimanche) die angeblich mangelnde Sensibilität der Deutschschweiz generell für diese Frage, während die Boulevardpresse der Deutschschweiz den hoch personalisierten Streit um Urs Schwaller vorwiegend als parteipolitisch motivierte »taktische Spiele« interpretiert und insofern weniger Verständnis für die Anliegen Westschweizer Vertreter zeigt. Auf der anderen Seite verweisen die beiden Qualitätstitel NZZ und auch Le Temps differenziert und breit auf Fragen der Bedeutung von Minderheiten in der Schweiz (u.a. auch auf die Rolle des Tessins) und betonen, dass Toleranz, Konkordanzverständnis und die Fähigkeit, die Landesteile zu repräsentieren, erwerbbar seien und nicht an fixen, »ethnischen« Kriterien festgemacht werden könnten. (Ansätze zu solchen Debatten finden sich auch in den Forumsmedien wie Aargauer Zeitung, Basler Zeitung, Tribune de Genève, Tages-Anzeiger.)¹ Diese Unterschiede zwischen den Medientypen zeigen sich auch

daran, dass die Qualitätsmedien diese Frage deutlich – die Forumsmedien etwas – stärker anhand von Hintergrundbeiträgen abhandeln und Experten breiter zu Wort kommen lassen, während die Boulevard- und Sonntagszeitungen stärker auf die »öffentliche Meinung« rekurrieren, indem sie mit eigeninitiierten Bevölkerungsumfragen operieren.

Im weiteren Verlauf sinkt die Aufmerksamkeit für die Regionenfrage wieder, als Aspekte des Auswahlprozesses (Nominierungsverfahren) in den Vordergrund rücken. Eine Intensivierung der Regionenfrage lässt sich erstens dann beobachten, als Urs Schwaller Mitte August seine (tatsächliche) Kandidatur ankündigt und dies den bereits etablierten Frame (Schwaller »kein Romand«) wieder aktiviert (Woche 32). Zweitens wird auch die Kandidatur von FDP-Kandidat Pascal Broulis stark mit der (Sprach-)Regionenfrage verknüpft. Besonders in den Medien der Deutschschweiz wird auf die Tatsache hingewiesen, dass Broulis über keine oder nur geringe Deutschkenntnisse verfüge und damit für das Amt des Bundesrates wenig(er) geeignet sei. In einer stark privatisierten Berichterstattung fokussieren die Medien denn auch auf die Gefühle Broulis' beim Lernen und Sprechen der deutschen Sprache (Wochen 30-32). Drittens erfährt die Rolle des Tessins zwischenzeitlich mehr Resonanz. Dies ist – anders als zu Beginn der Debatte – nicht auf die (Qualitäts-)Medien selbst, sondern auf die Strategien politischer Akteure zurückzuführen (Reaktionen der Tessiner FDP;

Lancierung Kandidatur CVP-Regierungsrat Pedrazzini) (Wochen 35-36). Unmittelbar vor der Wahl rückt – da sich das Kandidatenfeld verengt hat und die Entscheidung bevorsteht – die Thematisierung der Sprachregionen anhand der Person Urs Schwaller, gerade in den Medien der Westschweiz, wieder in den Vordergrund (Wochen 37-38).

Die Deutungen nach der Wahl finden dann seltener in Form von Rückschauen statt, in denen die Regionenfrage ein wichtiges Thema war, sondern in Form von Vorausschauen auf zukünftige Bundesratswahlen. Dies erklärt auch die relativ hohe Resonanz direkt nach den Wahlen im Vergleich mit früheren Ersatzwahlen (vgl. Abbildung 1). Hier überwiegt bezüglich der Konkordanz eindeutig die Frage, welche Partei – und nicht welche Region – Anspruch auf die nächsten frei werdenden Sitze hat. Diese Konzentration auf die arithmetisch verstandene Konkordanz und die damit verbundenen Partei-Strategien geht einher mit der Einschätzung, dass »stabile Verhältnisse« in Zukunft kaum mehr möglich seien. Erwartet wird vielmehr, dass die Bundesratssitze stärker umstritten sein werden.

¹ Beispiel für solche Positionen: »Die Muttersprache als wichtigstes Kriterium für eine Bundesratskandidatur verstärkt den Eindruck, die verschiedenen Landesteile lebten nicht miteinander, sondern nebeneinander. Der Sprachenstreit der letzten Tage erinnert mich an Belgien, wo sich die Sprachen und Regionen immer mehr über ihre Ablehnung voneinander definieren« (Alain Berset im Tages-Anzeiger, 17.6.2009, ebenso in Le Temps, 18.6.2009).

(4) Medien als Akteure: Eigenschaften der Berichterstattung

Medien treten in der Thematisierung der Bundesrats-Ersatzwahlen zwar als Plattform für die Positionen politischer Akteure in Erscheinung. So korrelieren die meisten Kommunikationsverdichtungen mit den Aktivitäten politischer Akteure. Dies zeigt sich unter anderem daran, dass die Resonanz für die Wahlen im Juli deutlich tiefer ist als im August, als Kandidierende und Partei-Organisationen offizielle Entscheidungen treffen.

Allerdings spielen die Medien in der Thematisierung der Bundesrats-Ersatzwahl auch als Akteure eine entscheidende Rolle. Dies zeigt sich in der unterschiedlich hohen Thematisierung der Wahlen (1), in unterschiedlichen journalistischen Aufbereitungen der Thematik (2) und in der expliziten Bewertung der Kandidierenden und der Kriterien (3).

(1) Resonanz in den einzelnen Medientiteln

Die Bundesrats-Ersatzwahlen 2009 sind in allen untersuchten ein zentrales Thema – so bilden die Wahlen ein Kommunikationsereignis, das auf den Medienagenden einen der obersten Ränge einnimmt, in den meisten Fällen gar den ersten oder zweiten Rang. Diese hohe Fokussierung auf die Exekutiv-Wahlen umfasst damit alle Medientypen und damit beide untersuchten Sprachre-

gionen. Wenn es Unterschiede in der Gewichtung gibt, lassen sich diese wie folgt zusammenfassen:

Medien in der Romandie geben der Bundesrats-Ersatzwahl stärkeres Gewicht als Medien in der Deutschschweiz – entsprechend finden sich die Wahlen bei diesen ausnahmslos auf dem ersten Rang der Medien-Agenden (Tabelle 2). Diese höhere Gewichtung kann einerseits mit der erhöhten Sensibilität und Involvierung in der Sprachregionen-Debatte erklärt werden, andererseits mit der regionalen Verankerung dieser Medien, die entsprechend häufiger (auch) auf institutionelle Ereignisse von politischen Akteuren in verschiedenen Westschweizer Kantonen rekurren.

Unterschiede hinsichtlich der Gewichtung der Bundesrats-Ersatzwahlen finden sich auch in den Medientypen der Deutschschweiz. Für die Boulevard- und die Sonntagspresse sind die Wahlen das dominierende Kommunikationsereignis. Medientitel mit stärkerer Hintergrund-Orientierung gewichten (wenige) wirtschaftliche respektive wirtschaftspolitische Kommunikationsereignisse und Vorgänge im Ausland etwas stärker.¹ Und schliesslich rücken die Nachrichtensen-

¹ NZZ: Finanzmarktkrise und Bankgeheimnis (Doppelbesteuerungsabkommen), Echo der Zeit: Bankgeheimnis (Doppelbesteuerungsabkommen) und Proteste im Iran; Rendez-Vous: Konjunkturverlauf Schweiz, Proteste im Iran und Schweinegrippe.

Tabelle 2: Resonanz der Bundesrats-Ersatzwahlen in den einzelnen Medientiteln

Medium	Rang	Ø Beitragsvolumen	Anzahl Beiträge
Le Temps	1	3.01%	198
NZZ am Sonntag	1	2.63%	53
Le Matin	1	2.58%	94
Le Matin Dimanche	1	2.21%	27
SonntagsZeitung	1	1.60%	28
SonntagsBlick	1	1.49%	25
Tages-Anzeiger	1	1.45%	113
Blick	1	1.26%	62
Tagesschau	2	4.57%	71
10vor10	2	4.30%	34
Echo der Zeit	3	3.54%	59
Neue Zürcher Zeitung	3	1.37%	130
Rendez-Vous am Mittag	4	2.70%	32

Methodische Anmerkungen: Die Analyse speist sich aus der kontinuierlichen Beobachtung und induktiven Erfassung von Kommunikationsereignissen und bezieht sich in diesem Fall auf die redaktionellen Beiträge, die im Zeitraum 1. Juni bis 19. September 2009 in dreizehn Schweizer Medien erschienen sind: Neue Zürcher Zeitung, Tages-Anzeiger, Le Temps, Blick, Le Matin, Echo der Zeit, Rendez-vous, 10 vor 10, Tagesschau, NZZ am Sonntag, SonntagsZeitung, SonntagsBlick und Le Matin Dimanche. Die Rangierung pro Medientitel (Spalte 2) erfolgt nach dem Prozentanteil am Volumen redaktioneller Beiträge, den die Kommunikationsereignisse (KE) pro Medium aufweisen (vgl. Spalte 3).

Lesebeispiel: In Le Matin nimmt die Bundesratswahl im Untersuchungszeitraum Rang 1 ein und bildet damit das resonanzstärkste Kommunikationsereignis (Spalte 2). Insgesamt 2.58% der redaktionellen Beiträge in Le Matin entfallen auf dieses Kommunikationsereignis (Spalte 3), das 94 Beiträge umfasst (Spalte 4).

dungen Tagesschau und 10vor10 sowie der Zürcher Tages-Anzeiger die Schweinegrippe stärker in den Vordergrund.

(2) Unterschiede in der journalistischen Aufbereitung der Bundesrats-Ersatzwahl finden sich – wie erwartet – zwischen den Medientypen. So lässt sich eine stärkere Personalisierung und Fokussierung auf Charaktereigenschaften in der Boulevard- und der Sonntagspresse als in der Qualitätspresse (Neue Zürcher Zeitung, Le Temps) beobachten. Ebenso werden die Beiträge in diesen Medien deutlich stärker im Stil des »horse-race«-Journalismus (Wer gewinnt? Wer verliert?) inszeniert. Relevant ist nun die Frage, ob sich die restlichen Medien in dieser Hinsicht eher an der Berichterstattung der Qualitätsmedien oder an der Berichterstattung der Boulevard- und Sonntagsmedien anlehnen. Betrachtet man nun das Auftreten des entsprechenden Vokabulars zu solchen Inszenierungen (bspw. Verben und Substantive, die auf die Gefühlswelt von Akteuren zielen, wie »Frust«, »Trauer«, »Ärger«), fallen interessante Unterschiede gerade im Bereich der Forumsmedien der Deutschschweiz auf. Besonders der Tages-Anzeiger und die Aargauer Zeitung, zum Teil auch die Basler Zeitung, greifen zuweilen ähnlich stark auf solche Inszenierungsmittel wie die Boulevardmedien zurück und gestalten damit ihre Beiträge auch in einem moralisch-affektiven Stil. Die Berner Zeitung und die Neue Luzerner Zeitung hingegen thematisieren

die Wahlen in einem eher nüchternen Stil. Ob diese höheren Inszenierungsleistungen bei der AZ, der BaZ und dem Tages-Anzeiger auf verstärkten (gegenseitigen) Konkurrenzdruck zurückzuführen sind, müssen weitere vertiefende Inhaltsanalysen zeigen.

(3) Während bei der Aufbereitung der Bundesrats-Ersatzwahlen (noch) Unterschiede zwischen den Medientypen bestehen (allerdings mit beobachtbaren Boulevardisierungs-Tendenzen in bestimmten Forumsmedien), so überwiegen die Gemeinsamkeiten in der (expliziten) Bewertung und wie sich die Medientitel (politisch) positionieren. Dies zeigt sich im Gebrauch und in der Art von Kommentaren (a), in der Zuschreibung, welche Kriterien für die Amtsfähigkeit eines Kandidaten relevant sein sollen (b), und wie die Kandidierenden selbst dargestellt werden (c).

(a) Anders als etwa bei Abstimmungen (vgl. fög 2009) positionieren sich die Medien bei den Bundesrats-Ersatzwahlen nur bedingt; Wahl-Empfehlungen im engeren Sinn lassen sich selten beobachten. Die Kommentare beschränken sich in vielen Fällen auf die Einschätzung der Wahlchancen und Strategien politischer Akteure. Wenn inhaltliche Fragen kommentiert werden, betrifft dies vor allem die Frage der (sprach-)regionalen Vertretung, aber kaum Fragen der inhaltlichen Positionierung der Kandidierenden (bspw. zu sachpolitischen Fragen). Diese Unterschiede zwischen Boulevard- und

Qualitätsmedien sowie zwischen Medien der Deutschschweiz und der Westschweiz wurden weiter oben beschrieben.

(b) Gewisse Unterschiede zwischen den Sprachregionen bestehen in der Frage, welche Kriterien herangezogen werden sollten, um die Amtsfähigkeit eines Kandidaten zu beurteilen. Während in den Medien der Deutschschweiz tendenziell die Fachkompetenz eines Kandidaten in einem spezifischen Politikbereich betont wird (z.B. Schwallers Kompetenz in der Gesundheitspolitik),² sind in den Medien der Romandie vermehrt Stimmen zu hören, welche weichere Faktoren wie die »Verkörperung« von Politik ansprechen. Damit verbunden sind Erwartungen, das neue Bundesrats-Mitglied solle neue Methoden und Stile in der Zusammenarbeit im Bundesrat verstärken und eher als visionärer »Staatsmann« denn als »Minister« fungieren.³

(c) Was die Darstellung der verschiedenen Kandidierenden in den Medien betrifft, überwiegen die

2 Exemplarisch: »Und wer weiss, vielleicht wird Burkhalter in der Schweiz so etwas wie Angela Merkel in Deutschland: nicht heiss geliebt, nicht spektakulär, nicht brillant. Aber solid, hartnäckig, respektiert. Und damit gut für das Land« (Aargauer Zeitung, 17.9.2009).

3 Exemplarisch : « Parions que Didier Burkhalter portera de mieux en mieux le costume aussi gris que traditionnel de conseiller fédéral. Avec lui, la maison Suisse est sous bonne garde. Son respect de l'institution est total, mais à trop la vénérer, le Neuchâtelois ne risque-t-il pas d'en bloquer la nécessaire évolution? Il manque l'étincelle, le trait de génie, la stature de l'homme d'exception, qui émerge si rarement de notre système » (Tribune de Genève, 17.9.2009) ; ebenfalls: »Qui pourra sauver la Suisse« (Le Matin, 11.9.2009).

Gemeinsamkeiten bei weitem. Das »Profil« eines Kandidaten ist im Medienvergleich relativ einheitlich; so werden beispielsweise Christian Lüscher oder Marianne Brunschwigg Graf in allen Medien als tendenziell »rechts« stehend bezeichnet, während Urs Schwaller und Didier Burkhalter als typische »Mitte«-Politiker mit schwammigem Profil beschrieben werden, zwischen denen es nur geringe inhaltliche Unterschiede gebe. Versuche der Medien, sachpolitische Differenzen zu betonen – so etwa mithilfe von grafisch unterlegten Profil-Analysen des Sozialgeografen Michael Hermann – sind die Ausnahme. Weitgehende Gemeinsamkeiten über die Medientitel hinweg bestehen ebenfalls bei der Beschreibung der Charaktereigenschaften. Auffallend ist, wie rasch sich jeweils die Einschätzungen über bisher kaum bekannte Kandidaten durchsetzen. Christian Lüscher beispielsweise gilt über die Medientitel hinweg als »smart« und machtbewusst, Didier Burkhalter als ruhig und differenziert, Pascal Broulis als »temperamentvoll« und kollegial. Dass solche Charakter-Bewertungen nicht zwingend stabil sind, zeigt das Beispiel von Fulvio Pelli. Dieser wird vor den Wahlen in den meisten Medien als zaudernde, entscheidungsschwache Person charakterisiert, während die meisten Medien nach der Wahl diese Einschätzung korrigieren und ihn als geschickten Taktiker beschreiben. All diese Beispiele weisen auf eine hohe wechselseitige Bezugnahme der Medien hin. (Charakter-)Bewertungen folgen jeweils der Einschätzung, die in den Medien eine Mehrheit finden.

Untersuchungsbasis und Methode

Untersucht wurde die Thematisierung der Bundesratsersatzwahlen im Zeitraum 12. Juni 2009 bis wenige Tage nach den Wahlen, 19. September 2009, in sechzehn Schweizer Medien (Aargauer Zeitung, Basler Zeitung, Berner Zeitung, Blick, Sonntagsblick, Neue Luzerner Zeitung, NZZ, NZZ am Sonntag, TagesAnzeiger, Sonntagszeitung, Le Matin, Le Matin Dimanche, Le Temps, Tribune de Genève, Tagesschau und 10vor10).

Pro erfassten redaktionellen Beitrag im Kommunikationsereignis Bundesratsersatzwahlen wurden in den Print-Medien alle Nennungen von Kandidaten erfasst. Die redaktionellen Beiträge wurden zusätzlich auf zentrale Merkmale wie die Thematisierung der Sprachregionen untersucht.

Diese Studie ist Teil verschiedener Vertiefungsanalysen hinsichtlich der Frage der Dynamik und Qualität von öffentlicher medial vermittelter politischer Kommunikation, die auf der Homepage des Forschungsbereichs Öffentlichkeit und Gesellschaft zur Verfügung stehen. Alle diese Studien sowie die hier vorliegende Analyse des fög wurden aus eigenen Mitteln finanziert.