

Neue Trends in Wahl- und Abstimmungskämpfen in der Schweiz

*(überarbeitetes) Referat von Claude Longchamp,
Politikwissenschaftler, Institutsleiter gfs.bern,
Lehrbeauftragter an der Universität St. Gallen
08.05.2009*



Mediengesellschaft



- Gesellschaft, in der zentrale Bestandteile durch Medien bestimmt wird.
- Massenmedien, die vom Vermittler zu Akteur mutieren.
- Logik der Politik, die durch die Logik der Medien ersetzt wird.

Diskussion

Das empirisch feststellbare Verhältnis von Medien, Gesellschaft und Politik ist uneinheitlich, entsprechend ist das Konzept umstritten.

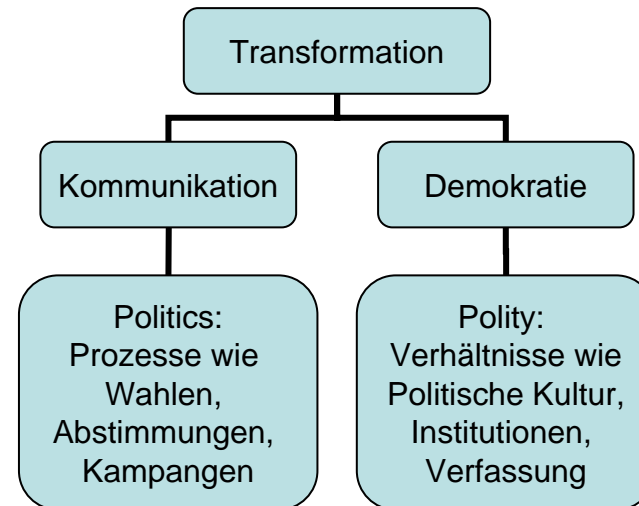


Es wird differenziert in

- erstens: *Mediengesellschaft* (transformierte Gesellschaft generell)
- zweitens: *Mediendemokratie* (transformierte politische Demokratie) und
- drittens: *Medienkommunikation* (transformierte politische Kommunikation)

Leben wir in einer Mediengesellschaft?

- Leben wir in der Schweiz/in Europa in einer Mediengesellschaft?
- Meine analytische Sichtweise zur Entwicklung einer Antwort als Politikwissenschaftler



Zentraler Trend: Medialisierung der politischen Kommunikation

- Generell: Grössere Reichweiten durch Entkoppelung von Ort und Zeit mit Massenmedien
- Betrifft in der Schweiz vor allem Regierungs-, beschränkt auch Parlamentstätigkeit, Partei-, Verbands, Bewegungs- und Wissenschaftsakteuren
- Verbreitet bei Entscheidungen, also auch bei (Volks-) Wahlen und (Volks-) Abstimmungen

Strukturen und Trends im Mediensystem (der Schweiz)

- Printmedien: primär lokal, kantonal; Trend zur Nationalisierung
- Klassische e-Medien (TV, Radio): national, sprachregional; Trend zu globaler Konkurrenz, im lokal/kantonalen auch zu privater einheimischer Konkurrenz
- Neue e-Medien (wie Internet): global; Trend: Verwischung national abgrenzbarer Räume, gut für AuslandschweizerInnen

Eigenheiten von Wahlen und Wahlkämpfen in der Schweiz



- Keine Volkswahl des Präsidenten/der Bundesregierung
- Nationale Wahlen sind kantonal organisiert
- Majorzwahlrecht beim Ständerat, Proporzwahlrecht bei Nationalrat, erweitert
- Parteien- und KandidatInnen-getrieben
- Bezahlte politische Werbung in TV und Radio nicht erlaubt
- Links/Rechts-Dimension zentral
- Konkordanzkultur über politische Lagerbildung hinweg
- standardisierte Parteienwahlkämpfe in den Kantonen
- Bedeutung der persönlichen Kommunikation

Trends bei Wahlen/Wahlkämpfen in der Schweiz



- Nationalisierung des Parteiensystem durch überkantonale Wahlkämpfe
- Erosion des politischen Zentrums
- Bi-Polarisierung links und Rechts
- Lead-Rolle der SVP im rechten, nicht aber bürgerlichen Lager
- Fragmentierung der Linken
- Erhöhte Wechslerkonkurrenz innerhalb der Lager
- Leicht zunehmende Mobilisierung
- Feminisierung mitte/links
- Wahlhilfe durch Parteien/Personenpositionierungen
- Entstehung von Super-Wahlkämpfen (durch SVP)
- Angriffswahlkämpfe
- Crossmediale Inszenierung (strategische Kommunikation, Emotionalisierung, Personalisierung, virtuelle Spitzenkandidaturen, Dramatisierung)
- Lokal ausgerichtete Wahlkämpfe bei kleineren Parteien
- Skandalisierung, Radikalisierung der Konfrontation
- Beschränkte internationale Aufmerksamkeit und Einflussnahme

Zwischenbilanz Wahlen/Wahlkämpfe

Politics:

- Medialisierung beschränkt, politische Kommunikation aber zunehmend durch Medien bestimmt

Polity:

- Veränderungen der Konkordanz ausgerichteten politischen Kultur insbesondere durch Angriffswahlkämpfe, Nationalisierung der Wahlkämpfe, cross-mediale Inszenierung, Skandalisierung, Radikalisierung
- keine wesentlichen Änderung bei Rechts- und Verfassungsgrundlagen

Eigenheiten von Abstimmungen und Abstimmungskämpfen in der Schweiz



- Nationale Abstimmungen sind national organisiert
- Doppeltes Mehr (Volk, Kantone) bei Verfassungsänderungen, einfaches Mehr (Volk) bei Gesetzesänderungen
- Bezahlte politische Werbung in TV und Radio nicht erlaubt
- Gegebene Annahmehchancen für Vorlagen bei Referenden
- Beschränkte Annahmehchancen für Vorlagen bei Initiativen
- Schwankende Beteiligung, bisweilen für Ausgang entscheidend
- Verbände-getrieben, beschränkte Bewegungen
- National organisierte, allenfalls sprachregional differenzierte Akteure
- Konkurrenzkultur
- Zahlreiche Konfliktlinien (links/rechts, aussen/binnenorientiert, Ökologie/Technokratie)
- Keine standardisierte Abstimmungskämpfe wegen Themenbreite, Rechtstypen und unterschiedlichen Logiken von Pro- und Kontra-Kampagnen

Trends bei Abstimmungen und Abstimmungskämpfen in der Schweiz

Der richtige Weg für die Schweiz



- Strategische Kommunikation durch professionelle nationale Akteure
- Standardisierung von Abstimmungskämpfen bei wiederkehrenden Vorlagentypen, Themen und Konfliktmuster (EU- beschränkt auch Wirtschafts-, Umwelt-, Finanz- und Sozialfragen)
- Reduktion des Diskurses auf Kernargumente
- Visualisierung der Kernbotschaften
- Personalisierung der Botschaften
- Spin-doctoring von Botschaften und Akteuren
- Rationaler Diskurs auf Pro-Seite, Empörungsdiskurs auf Kontra-Seite
- Negative campaigning zu BundesrätInnen und Spitzenvertreter der gegnerischen Kampagne
- Guerilla-Marketing dank Online-Medien
- Differenzierung von Informations-, Überzeugungs- und Mobilisierungskampagnen
- Akteure aus EU-Raum in bestimmten Themen mitbestimmend

Zwischenbilanz

Abstimmungen/Abstimmungskämpfe

Politics:

- Medialisierung hoch, politische Kommunikation an sich durch Medien bestimmt

Polity:

- Politische Kultur verändert sich namentlich durch:
 - strategische Kommunikation durch professionelle nationale Akteure bringt Konkurrenzvorteil
 - Anpassung des Diskurs an Medienerforderniss
 - Differenzierung Kampagnenstile auf Befürworter/Gegnerseite
 - Beteiligung von Akteuren aus EU-Raum in bestimmten Themen
- keine wesentlichen Änderung bei Rechts- und Verfassungsgrundlagen

Campaigning

Das Verfolgen von Zielen durch Akteure über längere Zeit, in variierenden Arenen mit den Mitteln der (eigenen) Kommunikation



- Wichtigste Konsequenz:
Politische Kommunikation wird zur Daueraufgabe und kann sich durch Professionalisierung (Beschleunigung der Kommunikation, Reaktionsfähigkeit auf Unvorhergesehenes) und Kommerzialisierung einen Konkurrenzvorteil verschaffen
- Bei Volksabstimmungen schon stark verbreitet, vor allem durch dauerhaft präsente Akteure mit eigenen Kommunikationsagenturen (Economiesuisse, Gewerkschaften, Umweltorganisation)
- Bei Wahl vor allem via SVP im Kommen begriffen

Gibt es eine Amerikanisierung der politischen Kommunikation Richtung Mediengesellschaft?

1. Diffusions Modell

Erfolgreiche Techniken der politischen Kommunikation verlassen ursprüngliche politische Systeme und werden in anderen adaptiert eingesetzt.

Meine Einschätzung:

Unzweifelhaft Ja, in Wahlkämpfen durch USA, Deutschland, Frankreich, Italien beeinflusst, in Abstimmungskämpfen beschränkt durch USA.



2. Transformations Modell

Die Transformation der politischen Kommunikation ist global und verändert die Gesellschaft grundlegend, beschränkter Export der direktdemokratischen Entscheidungsverfahren von der Schweiz ins Ausland.

Meine Einschätzung:

bezogen auf die politische Kultur zunehmende Einflüsse sichtbar (globale Tendenzen der Mediendemokratie), auf die institutionellen-rechtlichen und gesellschaftlichen Strukturen dagegen kaum (keine Entwicklung zur Mediengesellschaft).





Neue Trends in Wahl- und Abstimmungskämpfen in der Schweiz

www.gfsbern.ch

www.polittrends.ch

www.soziotrends.ch

www.kommunikationstrends.ch