



Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Eidgenössisches Departement für Verteidigung,
Bevölkerungsschutz und Sport VBS

gfs.bern
FORSCHUNG FÜR POLITIK,
KOMMUNIKATION UND GESELLSCHAFT

Integrierte Kommunikationsanalyse VBS: Jahresbericht 2007

Anfängliche Stabilisierung der Reputation durch Unglücke belastet

Projektleitung VBS:
Jacques Andres, Chef Öffentlichkeitsarbeit V

Projektleitung gfs.bern:
Lukas Golder, Politikwissenschaftler
Claude Longchamp, Politikwissenschaftler



Bern, Februar/April 2008

Integrierte Kommunikationsanalyse VBS Jahresbericht 2007

Projektorganisation

Eidgenössisches Departement für Verteidigung,

Bevölkerungsschutz und Sport VBS

Auftraggeber Jean-Blaise Defago, Chef Kommunikation VBS
Projektaufsicht Ueli Liechti, Fachberater Strategie Kommunikation VBS
Konzeption, Projektleitung VBS Jacques Andres, Chef Öffentlichkeitsarbeit V

Projektteam gfs.bern

Projektleitung gfs.bern Lukas Golder, Mitglied der Geschäftsleitung
Claude Longchamp, Vorsitzender der Geschäftsleitung
Projektmitarbeit gfs.bern Stephan Tschöpe, Programmierung, Grafik
Martina Imfeld, Datenanalyse, Grafik
Projektmitarbeit gfs-Befragungsdienst Silvia Ratelband-Pally, Desktop-Publishing
Georges Ulrich, Leiter Befragungsdienst
Projektmitarbeit Argus Remo Valsangiacomo, Project Manager
Linard Campell, Leiter Entwicklung
Tanja von Rotz, Leiterin Medienanalyse

Inhaltsverzeichnis

1. DAS WICHTIGSTE IN KÜRZE	3
2. DAS WICHTIGSTE ZUR METHODE	12
3. EINLEITUNG	14
4. ANSPRUCHSGRUPPENANALYSE	32
5. MEDIENANALYSE	57
6. INTEGRIERTE ANALYSE	70
7. DIE THESEN 2006/2007 UND DIE ENTWICKLUNG DER ARBEITSHYPOTHESEN 2008	81

Verteiler

1. Chef VBS
2. C Komm VBS
3. IC VBS
4. FB Strat Komm VBS
5. C Komm V
6. C Komm BABS
7. C Komm BASPO
8. C Komm armasuisse
9. C Komm EURO 08
10. PL IKA VBS

1. Das Wichtigste in Kürze

Zielsetzung

Die Integrierte Kommunikationsanalyse VBS (IKA VBS) hat zum Ziel, die Themen- und Reputationsentwicklung des VBS und seiner Bereiche über vier Jahre hinweg darzustellen. Dafür werden drei Anspruchsgruppen befragt (Mitarbeitende VBS, Stimmbevölkerung, Meinungsführende) und eine Medienanalyse durchgeführt. Mögliche Wirkungszusammenhänge sollen so über die Zeit erkannt werden. Dies dient drei Zwecken:

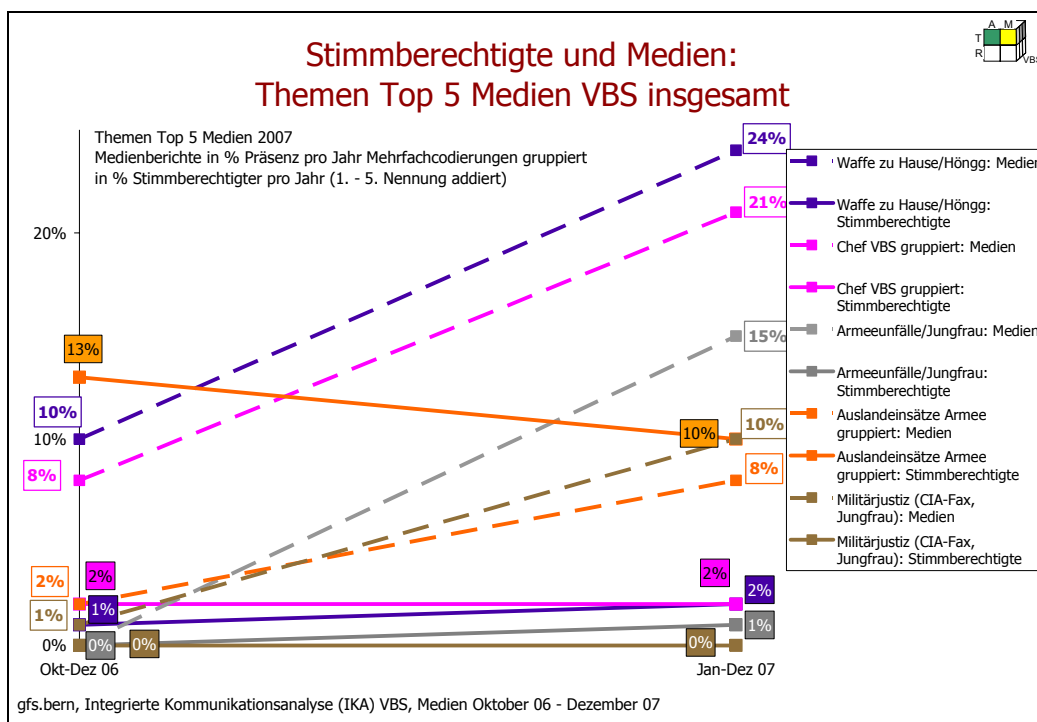
- Erhöhung der themenbezogenen Handlungsfähigkeit (Themenführung).
- Überprüfung der Erreichung der strategischen Kommunikationsziele.
- Verbesserung der Kommunikationstätigkeit, einschliesslich des Mitteleinsatzes, gemäss Informationsauftrag.

Das VBS hat gfs.bern mit der Analyse beauftragt. Der Auftragsrahmen ist in der Einleitung des Jahresberichts 2007 festgehalten.

Themenlage

Das Jahr 2007 war für das VBS von mehreren kritischen Ereignissen geprägt. Die Medien berichteten 2007 am stärksten über die Debatte rund um Ordonnanzwaffen zu Hause, die mit dem Mordfall am Höneggerberg nochmals akzentuiert wurde. Bis dahin hatte die Bevölkerung die Armeewaffendebatte über das Jahr 2007 hinweg betrachtet selten als wichtiges VBS-Thema genannt.

Grafik 1:

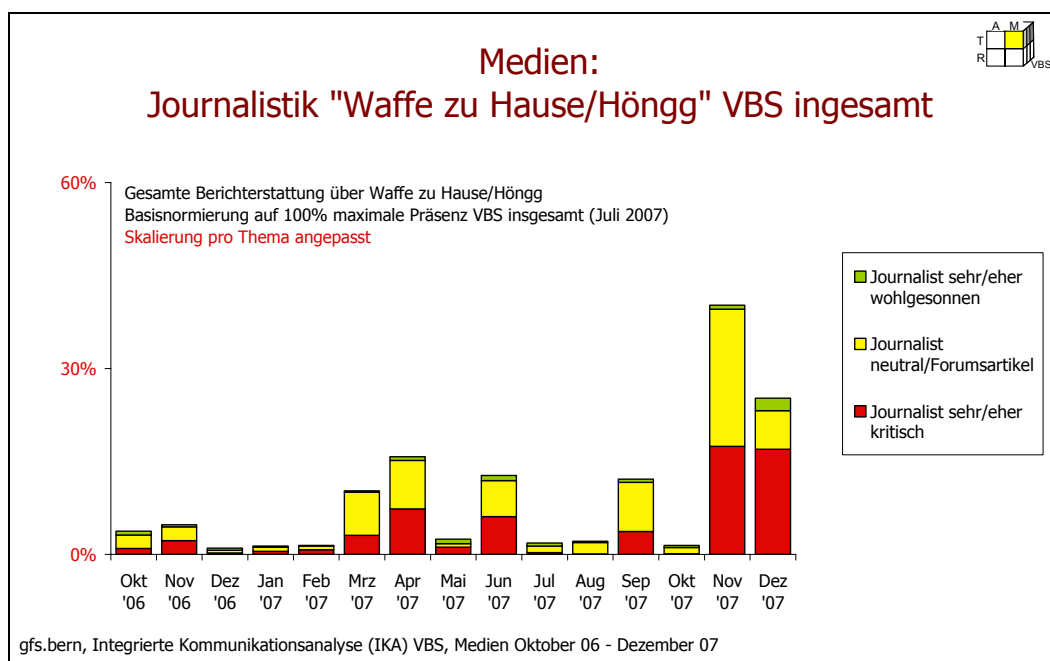


In sehr unterschiedlichen Kontexten wurde der Chef des VBS medial thematisiert. 21% der Medienpräsenz handelte entweder direkt oder im Nebenthema von ihm. Von den Anspruchsgruppen dagegen wurde der Departementschef nur selten als zentrales VBS-Thema genannt.

Das dritte Medienthema waren Armeeeunfälle, allen voran das Lawinenunglück an der Jungfrau. Für die Medien war zudem die Militärjustiz im Kontext der CIA-Fax-Affäre und der Untersuchungen des Lawinenunglücks das viertwichtigste Thema des Jahres 2007. Thema Nummer fünf der Medien waren Auslandseinsätze der Armee. Dies war auch bei den Stimmberechtigten über das ganze Jahr 2007 betrachtet ein bedeutsames Thema.

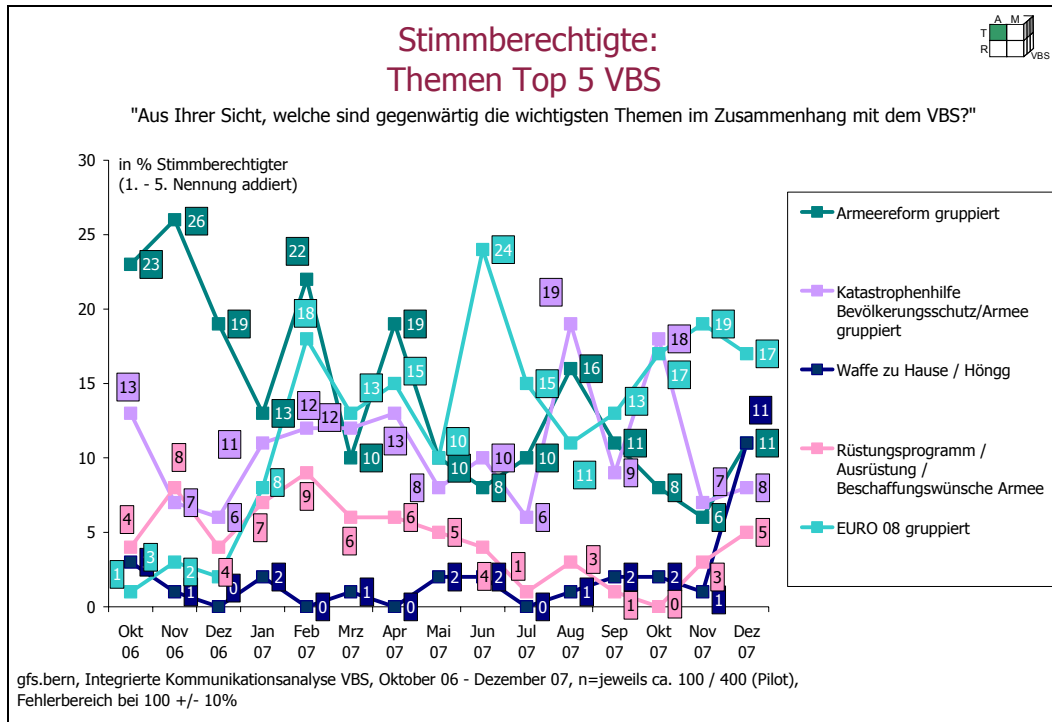
Über die Armeewaffendebatte wurde im Untersuchungszeitraum mehrmals medial kritisch berichtet. Im April 07 gab es mit dem Amoklauf in Baden eine erste Tragödie in diesem Zusammenhang. Im November 07 und Dezember 07 war die Präsenz dieses Themas deutlich erhöht und dominierte die Mediensituation wie zuvor nur das Jungfrauunglück im Juli 07.

Grafik 2:



Trotz steter Präsenz des Themas Armeewaffen in den Medien wurde in der Befragung erst nach dem Mord am Hönggerberg sowohl dieses Ereignis direkt als auch die Armeewaffendebatte deutlich stärker als bisher genannt und erreichte im Dezember 07 die zweithöchste Nennhäufigkeit. Das Thema wurde vorher kaum aktiv als wichtiges Thema rund um das VBS genannt. Erst der Mord am Hönggerberg liess die Armeewaffendebatte endgültig zu einem Issue werden.

Grafik 3:

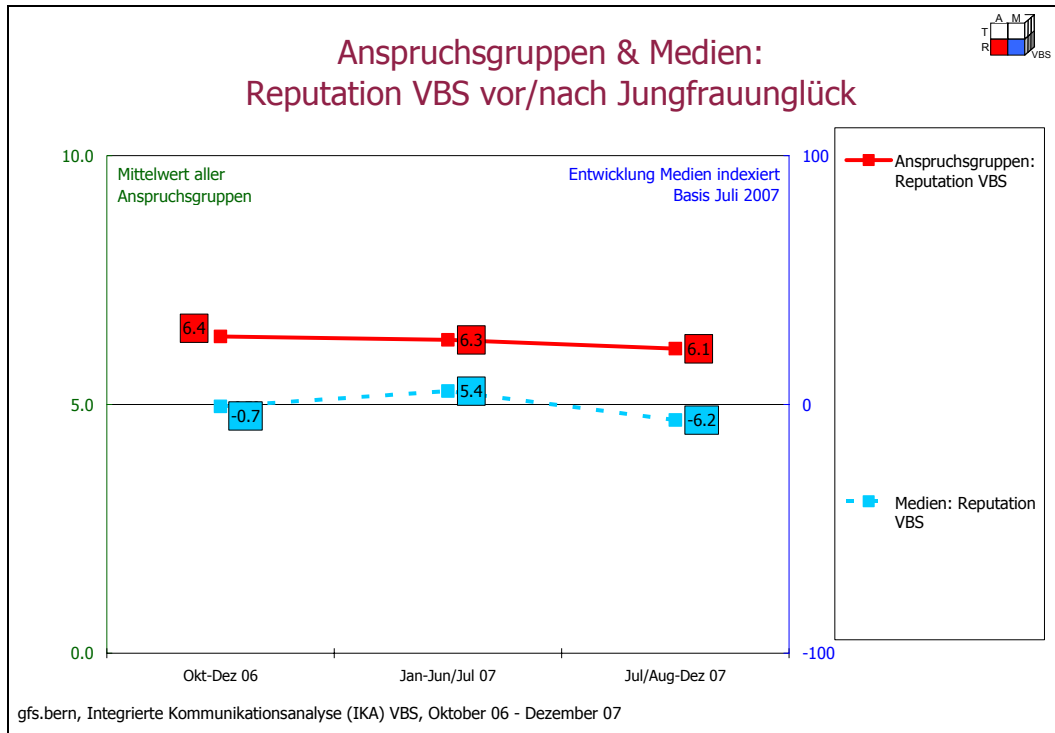


In den ersten Monaten 2007 konnte mit der Annahme des Entwicklungsschritts 08/11 ein Issue geregelt werden. Die Aufmerksamkeit seitens der Stimmberechtigten nahm tendenziell ab; Reformthemen dominieren aber insbesondere bei Mitarbeitenden und anderen involvierten Kreisen weiterhin die Themenlage. Anfang 2007 ist die EURO 08 als VBS-Thema zum wichtigsten Thema im Schnitt des Jahres aufgestiegen. Immer wieder zum Thema wurde die Katastrophenhilfe von Bevölkerungsschutz und Armee. Im August 07 war die Nennhäufigkeit im Umfeld von Unwettern und der Suche nach Ylenia am grössten.

Reputation

In den ersten Tagen nach dem Jungfrauunglück bewerteten die Medien den Reputationsfaktor der Kommunikation eher positiv. Die zweite Phase rund um die Bestattung brachte zunehmend kritische Urteile. Die Situation für das VBS dürfte ab diesem Moment schlechter geworden sein. Die Wahrscheinlichkeit kritischer Reputationsurteile nahm bei involvierten Kreisen, allen voran bei Meinungsführenden, aber auch bei Armeeangehörigen, zu. Spätestens nach dem Mordfall am Hönggerberg kam die Reputation wohl auch bei den Mitarbeitenden sowie bei weniger involvierten Kreisen unter Druck.

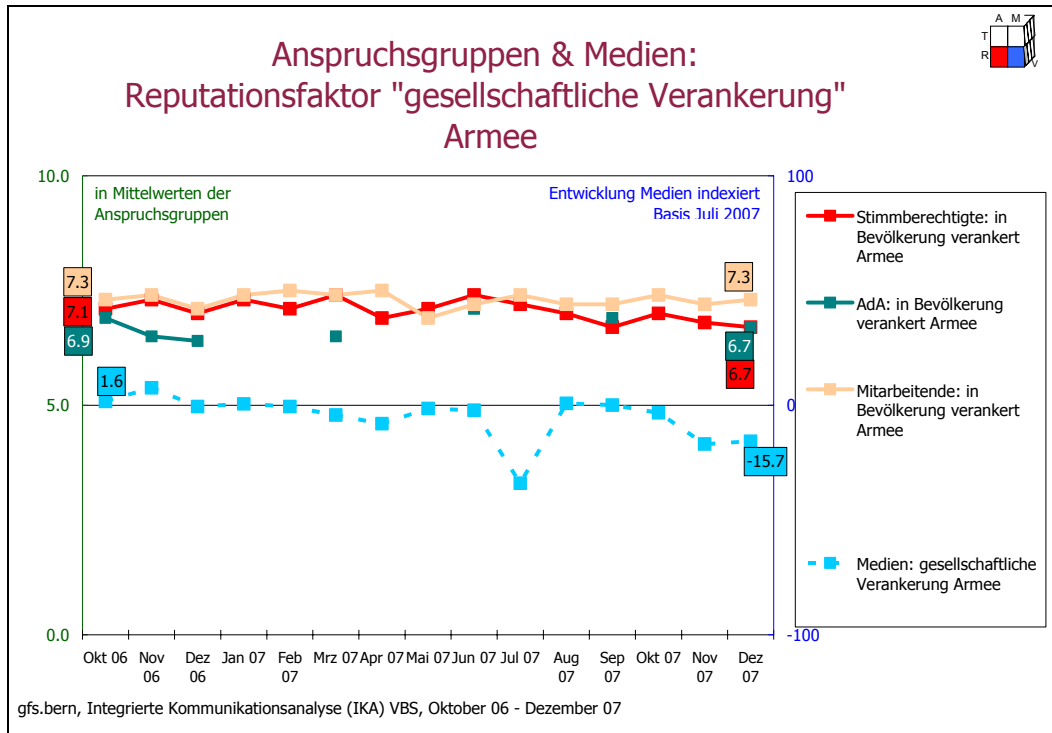
Grafik 4:



Mögliche Reputationsfortschritte durch den angenommenen Entwicklungsschritt 08/11 sind unter Stimmberechtigten nicht direkt erkennbar. Im Trend zwischen 2006 und 2007 wurden involvierte Kreise gegenüber dem VBS insgesamt, aber auch gegenüber den verschiedenen Departementsbereichen kritischer.

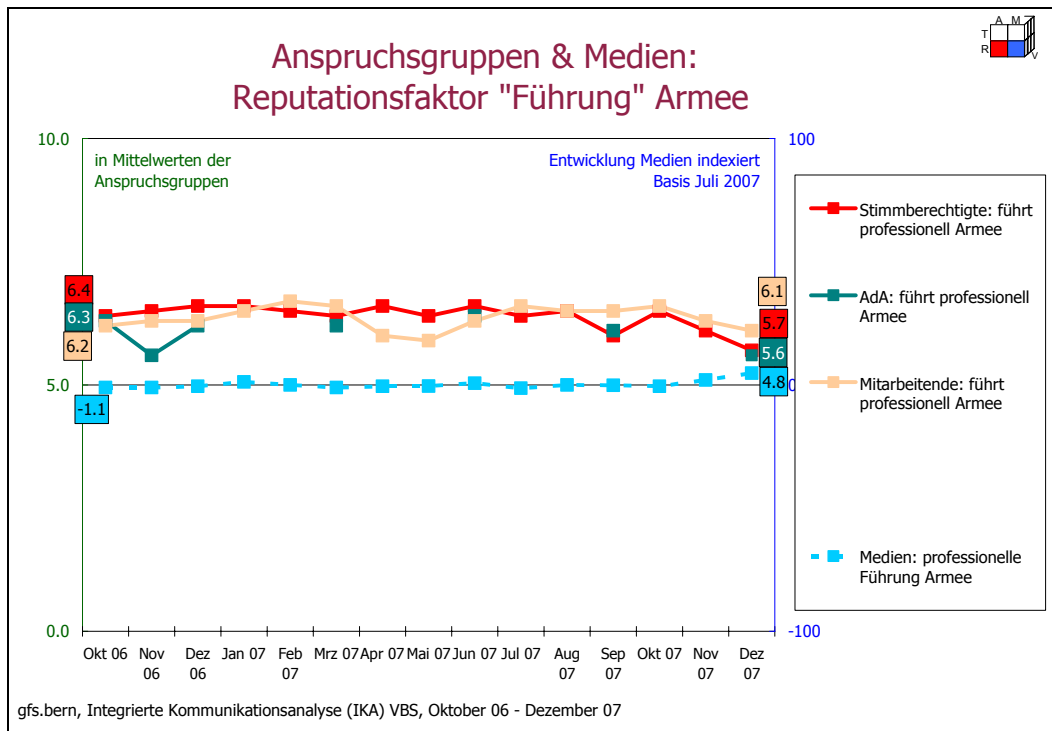
In drei von vier Monaten nach dem Lawinenunglück wurde der Reputationsfaktor der gesellschaftlichen Verankerung der Armee in den Medien kritischer bewertet als in der bisherigen Untersuchungsreihe. Dies ist insofern relevant, als dass es sich bei der gesellschaftlichen Verankerung um einen Faktor handelt, welcher der Armee von den - Stimmberechtigten traditionell stärker zugeschrieben wird als beispielsweise die Vision oder das Kostenbewusstsein. In der Tendenz kam gerade dieser Faktor der gesellschaftlichen Verankerung bei Stimmberechtigten schrittweise unter Druck.

Grafik 5:



Unmittelbarer als in den Medien scheint die Reputation der Führung der Armee seit den verschiedenen Ereignissen bei allen Anspruchsgruppen unter Druck gekommen zu sein.

Grafik 6:



Bilanz 2007

Mit der Wahrnehmung der Armeewaffendebatte und dem Mordfall vom Höneggerberg durch die Stimmberechtigten sowie der kritischen öffentlichen Reputationssituation erkennen wir einen Zusammenhang zwischen medialer Thematisierung, öffentlicher Rezeption und Reputation. Der Beginn der Analysereihe IKA VBS im Oktober 06 fiel auf den Monat der Ablehnung des Entwicklungsschrittes 08/11 durch den Nationalrat. Damit konnte der Issue-Zyklus dieses Themas nicht von Anfang an abgebildet werden. Gerade der weitere Verlauf des Issues "Armeewaffen", die Abstimmung über die Kampfjetlärm-Initiative und Ereignisse wie die EURO 08 dürften 2008 zur weiteren Präzisierung und Systematisierung der vorläufigen Erkenntnisse beitragen.

Die Thesen 2006/2007 lauten:

These 06/07 1.

Alltagserfahrungen und das mediale Gewicht machen die Armee zum Schlüsselement des VBS. Solange viel politisches Konfliktpotenzial und wenig Einigkeit über die Armee vorherrschen, werden die Medien verschiedenste Themen zum Anlass nehmen, grundsätzliche Fragen zur Armee zu stellen. Auch mediale Skandalisierungen sind wahrscheinlich. Die Armee wird von allen Anspruchsgruppen strukturell am kritischsten und als im Wandel stehend beurteilt. Hierzu haben neben direkten Erfahrungen die öffentlichen Diskussionen der letzten Jahre beigetragen. Die Armee wird stark wahrgenommen, und es existieren aufgrund der Milizorganisation viele direkte persönliche Bezüge. Damit verändern medial vermittelte Neuigkeiten von mittlerer Intensität die Reputation kaum oder nur indirekt, beispielsweise über Meinungsführende. Bei den anderen Departementsbereichen können sich medial vermittelte Neuigkeiten unmittelbarer auf die Reputation auswirken.

These 06/07 2.

Nach dem Lawinenunglück an der Jungfrau, mit einer problematischen Krisenkommunikation in der zweiten Phase, wurden die kritischsten Reputationssurteile beobachtet, die wir in einem einzelnen Monat erfassten. Das Thema hat zwar keine unmittelbare Politisierung in der Bevölkerung erfahren, dürfte aber das Vertrauen unterschiedlich erschüttert haben: das Vertrauen der Medienschaffenden, der Meinungsführenden und indirekt auch das Vertrauen der anderen Anspruchsgruppen, die weniger in das Armeegeschehen involviert sind. Dieses Unglück ist im klaren Unterschied zu Reformthemen zwar kaum aktiv als Thema genannt worden, wurde aber indirekt eher reputationsrelevant.

These 06/07 3.

Erst der Mord am Höggerberg führte zu einer breiten Politisierung der Debatte über die Armeewaffen zu Hause, obwohl seit langem intensiv in den Medien darüber berichtet wurde, beispielsweise wegen des Amoklaufs in Baden im April 07 oder wegen der Lancierung der Armeewaffeninitiative. Sowohl in Leserbriefen als auch in der Befragung wurde die grosse Betroffenheit aber erst nach Högger erkennbar. Medial wurden wegen der Armeewaffen stets die Anpassungsfähigkeit und die gesellschaftliche Verankerung der Armee in Frage gestellt. Zudem war es als Medienereignis kritischer als das Lawinenunglück, weil der Themenzyklus lange vorher medial aufgebaut worden war. Die Nachhaltigkeit der Reputationsrelevanz bleibt offen.

These 06/07 4.

Die Politisierung der Waffendebatte geschah in einer heiklen Führungslage, zum einen wegen des Lawinenunglücks und der anschliessenden Kommunikationspannen in einer kritischen Themenlage, zum anderen wegen des Wechsels des CdA und dem Ausschluss des Chefs VBS aus der SVP-Fraktion. Schliesslich geschah die Politisierung aber vor allem wegen eines kritischen genuinen Ereignisses, welches im Vergleich zu den bisherigen Tötungsdelikten eine völlig neue Konfiguration darstellte (Armeeangehöriger in Uniform, Willkürlichkeit). Diese Situation hat das Interesse an der Armee gesteigert. Ob um das Lawinenunglück und den Mordfall ein neuer Beurteilungsrahmen in den Medien und bei den Anspruchsgruppen entstanden ist, muss weiter untersucht werden. Nicht auszuschliessen ist ein Beurteilungsrahmen, wonach die Armee in der heutigen Sicherheitslage selbst zum Bedrohungsfaktor wird.

These 06/07 5.

Die Armee reform ist stets ein wichtiges Thema, verlor aber 2007 an Relevanz für die Anspruchsgruppen. Für stark involvierte Kreise ist dieses Thema für die Reputation wichtiger als für die Stimmberechtigten und bleibt in diesen Kreisen zentral. Wegen damit verbundenen Beschaffungswünschen kann sich dies auch auf die Reputation von armasuisse auswirken. Besonders Armeeangehörige reagierten vorübergehend kritisch auf Flims, als der Entwicklungsschritt 08/11 abgelehnt wurde. Langfristige Reputationschäden bei den Anspruchsgruppen sind allerdings praktisch nicht nachweisbar. Der Verlauf der öffentlichen Wahrnehmung des Entwicklungsschritts 08/11 gleicht dem typischen Verlauf eines Streitthemas (Issues) mit der Politisierung im Oktober 06 und einer Regelung im März 07.

These 06/07 6.

Das Thema EURO 08 ist reputationsrelevant und hat in der Öffentlichkeit bezogen auf das VBS zurzeit das höchste Gewicht. Das gilt für die Gesamtheit der EURO 08-Themen. Der Imagetransfer von der EURO 08 zum VBS und zu allen Departementsbereichen – vor allem zum BASPO – kann positiv und negativ sein.

These 06/07 7.

Einsätze der Armee im Inland haben medial das geringere Gewicht als bei den Anspruchsgruppen. Stehen solche Themen im Vordergrund, ist die Chance von besseren Reputationsurteilen über das VBS, die Armee und das BABS bei Anspruchsgruppen hoch. Die Armee kann im Alltag ihre Tauglichkeit zur Verteidigung nicht unter Beweis stellen. Dies kann sie aber tendenziell bei subsidiären Einsätzen im Inland.

These 06/07 8.

Auslandeinsätze sind sowohl in den Medien wie auch bei den Anspruchsgruppen ein strukturell wichtiges Thema, allerdings ist die Reputationsrelevanz bisher nicht erkennbar. Dies kann damit zusammenhängen, dass grundsätzliche politische Einstellungen und thematische Prädispositionen die Haltungen zu den Auslandeinsätzen dominieren.

These 06/07 9.

Der Chef des VBS wurde 2007 in vielerlei Hinsicht zum Medienthema. Diese Personalisierung über Themen in Medien entspricht zwar nicht der Wahrnehmung prioritärer Themen des VBS bei Anspruchsgruppen. Wir gehen aber auf Basis der Analysen 2006 von einer hohen Relevanz des Chef VBS für die Reputation des VBS bei den Anspruchsgruppen aus. Die schwierige Themenlage im zweiten Halbjahr 2007 und die Reaktionen des Chefs VBS führten gemeinsam mit den Wahlen zu einer Dominanz seiner Person in den Medien. Mit dem Mord am Höneggerberg kam auch Kritik an der Führung der Armee bei Anspruchsgruppen auf. Diese Kritik kann sich sowohl auf den Chef VBS wie auch auf die Armeeführung beziehen.

These 06/07 10.

Das Thema Stellenabbau/Entlassungen ist für die Mitarbeitenden strukturell wichtig und folgt einer eigenen Themendynamik, die durch die mediale Kommunikation kaum beeinträchtigt wird. Die persönliche Situation und die individuellen Nutzenüberlegungen lassen die Themendynamik zufällig erscheinen. Die Themenwahrnehmung wurde mit den Sparmassnahmen im VBS ebenfalls langfristig aufgebaut.

These 06/07 11.

Die Themendynamik bei Medien ist wesentlich grösser als bei den Anspruchsgruppen, bei denen sich Themen oft langsamer aufbauen und abbauen, als man dies erwarten würde. Die Wirkungen im Sinne des Agenda-Setting bleiben beschränkt. Das Lawinenunglück und der Mord am Höneggerberg waren vermutlich die ersten wirklichen Ereignisse, die auch blitzschlagartig in der breiten Öffentlichkeit wahrgenommen wurden. In der Befragung drei Wochen nach dem Lawinenunglück dominierten in der Wahrnehmung aber bereits wieder Einsätze der Armee vor dem Hintergrund von Überschwemmungen in der Schweiz und der Suche nach Ylenia. Der Issue-Zyklus der Armeewaffendebatte steht in der breiten Öffentlichkeit dagegen erst am Anfang. Hier zeichnet sich ein langer Issue-Zyklus ab. Die Nachhaltigkeit der Reputationsrelevanz bleibt offen.

These 06/07 12.

Die Reputation der Armee ist im zweiten Halbjahr 2007 unter Druck geraten. Im Bereich der Vision, der Kommunikation und der Wirtschaftlichkeit verfügt die Armee strukturell über Reputationsschwierigkeiten, die sich offenbar seit längerem entwickelt haben. Auch die Weiterbildung in der Armee oder die Berufskarriere erscheinen in diesem Kontext wenig attraktiv. Die Ereignisse im zweiten Halbjahr 07 dürften sich jetzt auch auf andere Reputationsfaktoren wie die gesellschaftliche Verankerung ausgewirkt haben. Es sind Faktoren unter Druck geraten, die normalerweise deutlich der Armee zugeschrieben werden. Für diese Entwicklung waren negative Ereignisse mit sehr hoher medialer Präsenz verantwortlich.

These 06/07 13.

Elektronische Medien sind zentral. Für die Stimmberechtigten ist besonders das Schweizer Fernsehen bedeutend, für Angehörige der Armee und Mitarbeitende insbesondere auch das Internet und das Intranet.

These 06/07 14.

Werden Themen rund um das VBS über Massenmedien politisiert, ist dies für die Reputation und Themenwahrnehmung zentral. Andere Kommunikationsaktivitäten, wie beispielsweise öffentliche Veranstaltungen und Auftritte der Armee, sind in solchen Situationen zweitrangig.

2. Das Wichtigste zur Methode

Anspruchsgruppenanalyse

Befragt werden jeweils in der ersten ganzen Woche des Monats die Stimmberechtigten und in der zweiten Woche des Monats die Mitarbeitenden. Die dritte Woche ist für die Interviews mit Meinungsführenden vorgesehen. Diese werden jeweils quartalsweise ausgewertet. Gemessen wird nicht die Legitimation oder Notwendigkeit des VBS oder der Departementsbereiche, sondern die Reputation anhand einzelner ausgewählter Faktoren.

Im Jahr 2007 wurden pro Monat minimal je 100 Stimmberechtigte und Mitarbeitende befragt. Für Prozentwerte ergibt sich ein Fehlerbereich von $\pm 10\%$. Das bedeutet, dass mit einer Wahrscheinlichkeit von 95% der reale Wert für die gesamte Stimmbevölkerung oder die gesamte Mitarbeiterschaft des VBS innerhalb des ausgewiesenen Werts $\pm 10\%$ liegt. Innerhalb dieses möglichen Maximalfehlerbereichs sind kleinere Abweichungen hingegen weit wahrscheinlicher als grössere. Für Mittelwerte gilt analog der Standardfehler. Dieser liegt real bei ± 0.4 vom ausgewiesenen Mittelwert. Bei der armasuisse wurden nur Personen befragt, die diesen Akteur auch kennen. Dies erhöht den Standardfehler auf maximal ± 0.7 bei den Mittelwerten der Stimmberechtigten, bei den Mitarbeitenden bleibt er bei maximal ± 0.4 . Im Oktober bis Dezember 2006 wurden anlässlich des Pilots minimal je 400 Stimmberechtigte und Mitarbeitende befragt. Für Prozentwerte ergibt sich für diese Monate ein Fehlerbereich von $\pm 5\%$ und ein Standardfehler von ± 0.2 vom ausgewiesenen Mittelwert (armasuisse: ± 0.4).

Medienanalyse

Die Medienanalyse basiert auf der Auswertung einer breiten Auswahl relevanter Medien. Dazu gehören insbesondere auch elektronische Medien (Radio, TV, Internet), denen ein grosses Wirkungspotenzial zugeschrieben wird. Die Beiträge werden zunächst in einem qualitativen, standardisierten Prozess codiert und in der Auswertung gemäss einer modellierten Reichweite und dem Beachtungsgrad gewichtet. Aufgrund der Gewichtung werden keine Stichprobengrössen in den Grafiken ausgegeben.

Sämtliche Auswertungen beziehen sich bei der Armee auf den Referenzmonat Juli 2007. Das bedeutet, dass die vergangenen wie auch die kommenden Auswertungen sowohl hinsichtlich der Intensität als auch der Qualität mit dem Juli 2007 verglichen werden. Die entsprechenden Referenzmonate sind bei der armasuisse beim BASPO und beim VBS als solches der Oktober 07 und beim BABS der Februar 07. In diesen Monaten war die Präsenz jeweils am grössten. Die Referenzmonate sind in sämtlichen Grafiken ausgewiesen.

Referenz ist jeweils die reputationsrelevante Berichterstattung über den jeweiligen Departementsbereich (= 100%). Für Auswertungen zum VBS insgesamt und den Totalzusammenzug bildet die gesamte Präsenz des VBS im Juli 07 die Basis.

Integrierte Analyse

Die Auswertung geschieht in den Monatsberichten jeweils für das Total der Gruppen und der Medien primär deskriptiv. Ausführlichere Auswertungen und Analysen liegen jeweils Ende Jahr vor. Nach dem Pilotbericht ist vorliegender Bericht der erste Jahresbericht.

3. Einleitung

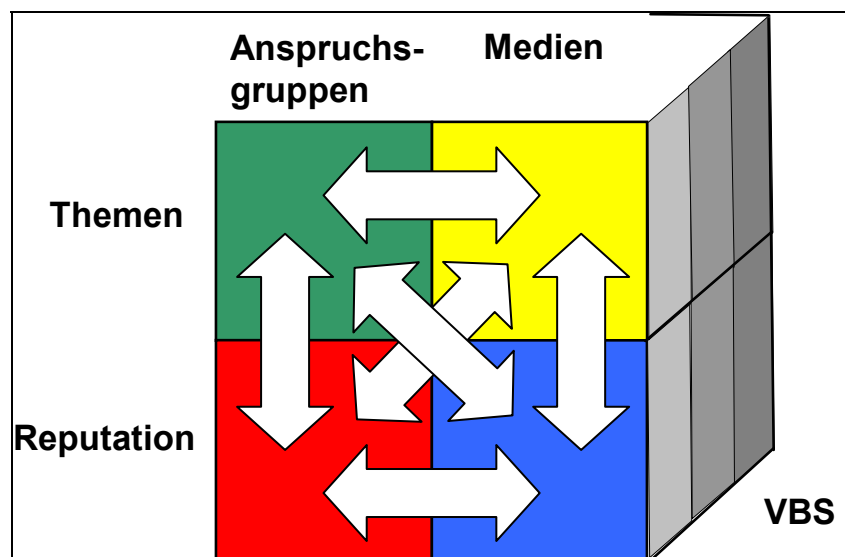
3.1. Der Auftragsrahmen des VBS

Ziel

Die Integrierte Kommunikationsanalyse VBS (IKA VBS) hat zum Ziel, die Themen- und Reputationsentwicklung des VBS und seiner Bereiche über vier Jahre hinweg darzustellen. Mögliche Wirkungszusammenhänge sollen so über die Zeit erkannt werden. Dies dient drei Zwecken:

- Erhöhung der themenbezogenen Handlungsfähigkeit (Themenführung).
- Überprüfung der Erreichung der strategischen Kommunikationsziele.
- Verbesserung der Kommunikationstätigkeit, einschliesslich des Mitteleinsatzes gemäss Informationsauftrag.

Grafik 7:



Mittel

- Befragung von drei Anspruchsgruppen (Mitarbeitende VBS, Stimmbevölkerung einschliesslich Angehörige der Armee und des Zivilschutzes, Meinungsführende aus VBS, Politik, Miliz, Wirtschaft, Wissenschaft, Medien) mittels Telefoninterview (ca. 15 Minuten)
- Medienanalyse gestützt auf ARGUS-Medienmonitoring von Beiträgen aus nationalen Zeitungen, Zeitschriften, Fachpublikationen, Radio, TV und Internet.
- Dauer: Oktober 2006 (Pilot) bis Dezember 2009

Methode

- Integration von Anspruchsgruppen- und Medienanalyse zu einem übergreifenden Beobachtungs- und Controlling-Instrument (nach dem Modell der integrierten Kommunikationsführung)

- Rollende Durchführung zur dynamischen Erfassung von Tendenzen mit minimalen Mitteln (statt umfangreicher, statischer Untersuchung)
- Maximale Vergleichbarkeit (Themen- und Reputationsbewertung sowohl in der Anspruchsgruppen- als auch in der Medienanalyse; gleiche Befragung der drei Anspruchsgruppen; gleiche Frames und Reputationsfaktoren in beiden Untersuchungsbereichen)
- Minimale Redundanz (keine Doppelspurigkeiten mit bestehenden Untersuchungen)
- Umfassender Reputationsansatz (Summe der Selbst- und Fremdurteile, die die Position eines Akteurs im handlungsrelevanten Beziehungsnetz ausdrückt und die Kommunikations- und Verhaltensdisposition prägt)

Fragestellungen

Beobachtung

- In welchem Mass nehmen die Anspruchsgruppen und die Medien das VBS und seine Bereiche als Akteure in der Sicherheits- und Sportpolitik wahr?
- In welchem Mass kennen die Anspruchsgruppen und die Medien die Aufgaben und Leistungen des VBS bzw. seiner Bereiche?
- Wie beurteilen die Anspruchsgruppen und die Medien bestimmende Eigenschaften (Reputationsfaktoren) des VBS bzw. seiner Bereiche?
- In welchem Mass weicht diese Beurteilung von den Zielsetzungen des VBS ab?
- Welche Themen der Sicherheits- und Sportpolitik beschäftigen die Anspruchsgruppen und/oder die Medien in welchem Mass?
- Wie beurteilen die Anspruchsgruppen und die Medien diese Themen (Bedeutung, Zustimmung oder Ablehnung im Verhältnis zur betroffenen Zielsetzung des VBS)?
- Wie entwickeln sich einzelne Themen oder Reputationsfaktoren mit der Zeit?
- In welchem Mass gleichen oder unterscheiden sich die Beobachtungen:
 - innerhalb der Anspruchsgruppen (Segmente z.B. nach Alter oder Sprache)?
 - zwischen den Anspruchsgruppen (z.B. Mitarbeitende VBS / Bevölkerung)?
 - zwischen den Medien und den Anspruchsgruppen?
 - zwischen einzelnen Medien?

Analyse

- Wie lassen sich in der Beobachtung festgestellte Unterschiede erklären?
- Gibt es Wirkungszusammenhänge zwischen der Themenentwicklung und der Reputationsentwicklung (robust/sensibel)? In welcher Richtung?
- Gibt es Wirkungszusammenhänge in Bezug auf Themen- und/oder Reputationsentwicklung:
 - innerhalb der Anspruchsgruppen?
 - zwischen den Anspruchsgruppen?
 - zwischen den Medien und den Anspruchsgruppen (Medienwirkung)?
 - zwischen einzelnen Medien?
- Gibt es Wirkungszusammenhänge zwischen Themen oder innerhalb von Themengruppen in Bezug auf Wahrnehmung und Beurteilung (Einfluss von Kernthemen oder Frames)?

- Gibt es Zusammenhänge zwischen der Wahrnehmung des VBS, dem Wissen über Aufgaben und Leistungen seiner Bereiche und der Beurteilung von Themen und Reputation?
- Wie lassen sich festgestellte Zusammenhänge erklären?
- Wie lassen sich mangelnde, aber erwartete Zusammenhänge erklären?

Ergebnisse

- Monatliche Kurzberichte (erster Pilot-Monatsbericht November 06)
- Jährliche Analysen (Pilotbericht 06, Jahresberichte 07, 08, Schlussbericht 09)

3.2. Der analytische Rahmen

Die Darstellung von Zusammenhängen im Themen- und Reputationsbereich von Institutionen setzt ein interdisziplinäres Vorgehen im Sinne der angewandten empirischen Sozialforschung voraus. Bekannt ist die Diskussion um derartige Zusammenhänge auch unter dem Aspekt der Beziehungen zwischen veröffentlichter und öffentlicher Meinung. Es bestehen in der Theorie verschiedene und teilweise kontroverse Modelle solcher Wechselwirkungen.

Weitgehende Einigkeit besteht in der Grundlagenforschung darüber, dass einfache Ursache-Wirkung-Modelle nicht geeignet sind, Medienwirkungen hinreichend zu beschreiben. Menschen übernehmen ihre Meinung zu Objekten nicht einfach aus den Medien. Denkbar wäre beispielsweise auch das Gegenteil: Medien stellen Objekte so dar, wie ihre jeweiligen Zielgruppen über die Objekte denken, weil dies kognitive Dissonanzen bei der Zielgruppe vermeidet.

IKA VBS will am Ende der Vierjahresperiode (Ende 2009) verschiedene beobachtete Phänomene nach Möglichkeit zu einem Erklärungsrahmen für das VBS verbinden. Bis zu diesem Zeitpunkt sollen mögliche Zusammenhänge als Hypothesen einzeln diskutiert und, wo es sinnvoll erscheint, theoretisch verankert werden. Als angewandtes Projekt zielt IKA VBS jedoch nicht darauf ab, Erkenntnisse für die Grundlagenforschung oder Modelle, die über das VBS hinaus Gültigkeit beanspruchen, zu erarbeiten.

Statt einer einzelnen Theorie wurde bei der Planung von IKA VBS in Abhängigkeit der Kommunikationsziele des VBS ein umfassender analytischer Rahmen aufgezo- gen, der beim Abschluss des Projekts im Jahr 2009 diskutiert werden soll. Neue Erkenntnisse von IKA VBS, neue Zielsetzungen des VBS oder theoretische Erkenntnisse können bereits vor Abschluss des Projekts zu Anpassungen dieses Rahmens und/oder der Operationalisierung führen.

Aus dem analytischen Rahmen von IKA VBS stellen wir in der Folge zentrale Konzepte vor. Für die Grundlagen der Systemtheorie, der Sozialpsychologie, der empirischen Sozialforschung im Allgemeinen sowie der Politik- und der Kommunikationsforschung im Speziellen verweisen wir auf die wissenschaftliche Literatur. Spezielle Theorieverweise sind in Klammer und mit einem Pfeil gekennzeichnet (→).

Systemtheoretischer Rahmen

Die Erkenntnisse werden in der Regel systemtheoretisch eingebettet. Dies ermöglicht eine weitgehend personenunabhängige, funktionsbezogene Betrachtungsweise von Phänomenen in der Gesellschaft. Als System gelten das politische und das mediale System. Das VBS wird als Teilsystem des politischen Systems betrachtet.

Wesentliches System ist das politische System der Schweiz, das als zentrale Funktionen primär politische Probleme angehen sowie allgemein verbindliche politische Entscheidungen fällen und auch durchsetzen soll. Ein Unterscheidungsmerkmal des Schweizer Systems gegenüber anderen Polit-Systemen sind die Möglichkeiten der direkten Einflussnahme der Stimmberechtigten in Sachfragen bei Referenden und Initiativen.

Das VBS wird gesamthaft und in seinen Departementsbereichen (Verteidigung, Bevölkerungsschutz, armasuisse und Sport) als eigenständiges Teilsystem des politischen Systems betrachtet. Erwähnenswert ist das Milizsystem der Armee mit der Wehrpflicht. Die Armee ist damit in strategisch wesentlichen Elementen, unabhängig von der (direkten) Demokratie, direkt an ein breites Feld von Schweizer BürgerInnen gebunden und damit selbst Bestandteil des Milizprinzips als politisch identitätsstiftendes Merkmal der Schweiz¹.

Die Massenmedien gelten bei IKA VBS ebenfalls als eigenständiges System, welche als Kernfunktion Informationen zwischen verschiedenen Teilsystemen (z.B. Politik oder Wirtschaft) vermitteln sollen. Eine weitere Funktion ist die Kritik an den Teilsystemen, namentlich dem politischen System. Publizistische Verlage gehören dem ökonomischen System an, wobei wegen des Spannungsfeldes zwischen systemischer Autonomie und ökonomischer Medienrealität, Redaktion und Verlage oft institutionell getrennt werden.

Sozialpsychologischer Rahmen

Die Sozialpsychologie untersucht Gruppenprozesse und wie diese menschliches Denken sowie Verhalten zu erklären helfen. Zentrale Konzepte der Sozialpsychologie sind Werthaltungen und Einstellungen.

Werthaltungen sind subjektive, weitgehend stabile Vorstellungen von Wünschenswertem, die breit in einer Gesellschaft verankert sind. Die Wertewandel-Theorie geht davon aus, dass seit den 1980er-Jahren materielle Werte wie Sicherheit an Bedeutung verlieren und immaterielle Werte wie Selbstverwirklichung wichtiger werden. Dies ist für die Verankerung der Armee und des politischen Systems mit dem Milizsystem von Bedeutung.

Das Einstellungskonzept geht von zeitkonsistenten Bewertungsmustern ("Meinungen") von Menschen unter anderem gegenüber Organisationen wie dem VBS und dessen Departementsbereichen aus, welche auch als Handlungsgrundlagen dienen.

Das Links-Rechts-Schema ist eine Mischung aus politischer Werthaltung, parteilicher Orientierung und Einstellungen zu politischen Streitfragen. Es hat sich für die Analyse politischer Entscheidungsprozesse bewährt.

¹ www.sorgenbarometer.ch am 10.1.2008

Mediale Informationsverarbeitung und öffentliche Themenwahrnehmung

Massenmedien verhalten sich in der Informationsverarbeitung eigenständig und folgen ihren eigenen Gesetzmässigkeiten (→ Systemtheorien, Gatekeeper-Forschung, Nachrichtenwerttheorie, Framing, Journalistikforschung). Anlass zu Diskussionen in der Grundlagenforschung gibt die Frage, wie stark sie von den anderen Systemen in ihrer Selektionsfunktion von Informationen beeinflusst werden (→ PR-Determinierung der Massenmedien). Einstellungen der einzelnen Medienschaffenden selbst oder Gruppenprozesse können neben dem ökonomischen Zwang von Verlagen die Informationsverarbeitung von Massenmedien ebenfalls beeinflussen.

Wenn es um massenmediale Berichterstattung und vermittelte Information darüber hinaus geht, so ist in der mediatisierten Welt die Annahme zulässig, dass diese Berichterstattung wesentliche Teile der wahrgenommenen Information bei Anspruchsgruppen prägen. Dies ist umso wahrscheinlicher, je weiter der Gegenstand vom Alltag dieser Kollektive entfernt ist. Entscheidend ist allerdings der Grad des Interesses gegenüber dem Gegenstand, der sowohl mit dem subjektiven Interesse als auch mit Kenntnisstand über den Akteur erfasst werden kann. (→ RAS-Modell).

Die theoretischen Diskussionen über Zusammenhänge zwischen medialer Informationsverarbeitung und öffentlicher Themenwahrnehmung basieren meist auf der Agenda-Setting-Hypothese, die postuliert, dass Medien beeinflussen, worüber Personen nachdenken, nicht jedoch, wie Personen über diese Themen denken. Diese Hypothese ist jedoch als analytischer Rahmen für IKA VBS nicht ausreichend (→ Agenda-Setting-Diskussion). Sie muss um mögliche Einflüsse der Kommunikationsaktivitäten der Medien, die Kommunikationsführung des VBS sowie um weitere denkbare intendierte und nicht-intendierte Wirkungen dieser Kommunikationsaktivitäten auf die Wahrnehmungen und Bewertungen der Anspruchsgruppen erweitert werden. Dies ist für die Beantwortung der Analysefragen zentral.

Mediale und öffentliche Reputation: Beitrag der Medien

Um zielgerichtet handeln zu können, sind Institutionen auf eine gute und den eigenen Zielsetzungen weitgehend entsprechende öffentliche Reputation angewiesen. Im besonderen Masse gilt dies für öffentliche Institutionen, denn die Reputation ist Gradmesser des Vertrauens in die Auftragserfüllung dieser Institution. Die Reputation bildet eine Basis für die Erfüllung der Funktionen einer Organisation gemäss Systemtheorie.

Definitionen:

Die öffentliche Reputation verstehen wir als Ruf eines Akteurs bezogen auf verschiedene Werte (Reputationsfaktoren).

Die mediale Reputation ist die massenmediale Darstellung des Rufs eines Akteurs bezogen auf verschiedene Werte (Reputationsfaktoren).

Die öffentliche Reputation wird durch Akteure unmittelbar oder durch die Massenmedien mittelbar aufgebaut.

Je weiter ein Akteur vom Alltag der Anspruchsgruppen entfernt ist, desto stärker sollten langfristig die mediale und öffentliche Reputation übereinstimmen. Das wäre vor allem dann wahrscheinlich, wenn ein Akteur stets nach gleichen Mustern dargestellt würde und keine konkurrierenden Alltagserfahrungen diesen Muster gegenübergestellt werden könnten (→ Framing, Priming).

Die öffentliche Reputation entfaltet ihre Wirkung sowohl gegen innen als auch gegen aussen. Im Innern einer Institution bildet sie den Wertekonsens des gemeinsamen Handelns. Extern wird sie heute von öffentlichen Institutionen auch ausserhalb des eigenen Erfahrungsschatzes immer deutlicher medial vermittelt. Selbst die Mitarbeitenden der Institutionen vertrauen ergänzend zur eigenen Erfahrung auf die Massenmedien.

Eine öffentliche Reputation hat nicht nur individuellen Charakter, sondern wird mehr oder weniger kollektiv geteilt. In der Öffentlichkeit entstehen Vorstellungen von Institutionen in Form von Images.

Definition:

Images sind reduzierte Einstellungen, die einerseits aufgrund individueller Erfahrungen entstehen, andererseits durch massenmediale Stereotype geprägt werden. In der Summe bilden Images kollektive Vorstellungen eines Akteurs, die zur Reputation beitragen.

In diesem Bereich gelten Bilder in den Medien als besonders wirkungsrelevant.

Reputations- und Issue-Management: Beitrag der Akteure

Organisationen aller Art versuchen auf ihre Reputation Einfluss zu nehmen, um sich ihren Zielen entsprechend zu positionieren. Bekannt sind die Prozesse als Reputations- und Issue-Management. Während das Reputationsmanagement versucht, Kernwerte der Organisationen bei Anspruchsgruppen zu festigen, versucht das Issue-Management frühzeitig und aktiv heikle oder wichtige Themen aufzugreifen und dahingehend zu bearbeiten, dass diese die Zielerreichung unterstützen oder zumindest nicht gefährden.

Definition:

Issues sind in der Öffentlichkeit kontrovers diskutierte Themen, welche für die Zielerreichung einer Organisation wesentlich sind.

Solche Management-Prozesse beeinflussen nicht zwingend die Meinungsbildung bei den Anspruchsgruppen. Reputations- und Issue-Management (Themenführung) können auf zwei Ebenen scheitern:

- Die massenmediale Darstellung – z.B. eine Skandalisierung – verhindert eine Wahrnehmung gemäss den Zielen der Akteure.
- Die Involvierung und die Einstellungen der Anspruchsgruppen verhindern die Wahrnehmung entsprechend den Zielen des Akteurs.

Das Wissen über dieses Auseinanderklaffen ist in der Schweiz spätestens seit der EWR-Abstimmung stark verbreitet. Damals führte die Wirtschaft eine intensive Pro-Kampagne. Die deutliche Mehrheit der politischen Eliten war für den EWR und die mediale Darstellung war einseitig zugunsten des Beitritts. Trotzdem stimmte eine Mehrheit der Schweizer Bevölkerung gegen den Beitritt zum EWR.

Der Hintergrund sind Kampagnen. In solchen Kampagnen-Momenten steigt die Involvierung. Die (thematischen) Prädispositionen intervenieren stärker als üblich. Meinungsbildung in involvierten Situationen entsteht nicht beliebig, sondern aufgrund von thematischen Prädispositionen. Darunter verstehen wir Einstellungen, die Entscheidungen im Alltag mitbestimmen. Thematische Prädispositionen können nur langfristig verändert werden. Wenn dies gelingt, bleiben sie aber auch dauerhafter verankert (→ VOX-Analysen, Issue-Management, Reputations-Management).

Meinungsbildung und Meinungswandel in der Mediengesellschaft: Beitrag der Individuen

Meinungsbildung und Meinungswandel in der Öffentlichkeit werden mit Hilfe von zwei ergänzenden Modellen der Sozialpsychologie analysiert.

Das RAS-Modell² beschreibt Meinungsbildungsprozesse in wenig involvierten Situationen:

- Der Wandel in (politischen) Einstellungen wird durch politische Eliten bestimmt.
- Durchschnittlich interessierte BürgerInnen entwickeln neue Meinungen im Empfang und in der Bestätigung von massenmedial verbreiteten Elitemeinungen.
- Stärker interessierte BürgerInnen sind für neue Aussagen offener, sie sind aber weniger bereit, Elitemeinungen zu übernehmen, die mit ihren eigenen Meinungen nicht übereinstimmen.
- Die am stärksten beeinflussbaren BürgerInnen sind demnach nicht die besonders interessierten-, sondern die mässig interessierten BürgerInnen.
- Der Beeinflussungsgrad hängt von der Intensität der medial verbreiteten Elitemeinungen ab, denn diese bestimmt den Grad der Involvierung des Publikums an sich.

Das RAS-Modell postuliert dann relativ hohe Medienwirkungen im Sinne der Framing-Annahmen. RAS unterstellt immer drei Voraussetzungen:

- R wie Recieve: Das Erhalten einer Botschaft.

² John R. Zaller

- A wie Accept: Das Einverständnis mit einer Botschaft in Abhängigkeit von der eigenen grundsätzlichen Haltung.
- S wie Sample: Die Summierung und Bewertung sämtlicher akzeptierter Botschaften im Moment einer Meinungsäußerung.

Dabei ist es durchaus denkbar, dass sich Wirkungen nicht auf allen Stufen des RAS-Modells abbilden lassen. Gewisse Effekte haben wir in Befragungen jeweils nur aggregiert festhalten können (Sample), während die Befragten weder den Erhalt (Recieve), noch zwingend die Einverständnis mit der Botschaft (Accept) in der Befragung geäußert haben. In diesen Fällen bleibt der Nachweis einer Medienwirkung lückenhaft. Weniger wahrscheinlich, aber wie beschrieben ebenfalls möglich, ist ein Auseinanderdriften von Medien- und Bevölkerungsmeinung. Dies ist bei hoch diskutierten und breit involvierenden Diskussionen oder bei persönlicher Erfahrung denkbar. In diesem Falle muss von Kampagnensituationen gesprochen werden, welche das Potenzial haben, auch die relevanten Frames zu verändern. Wir taxieren solche möglichen Medienwirkungen als unbewusste oder als Involvierungs-Effekte.

Wir gehen davon aus, dass die Erklärungskraft des RAS-Modells sinkt, je mehr sich eine Situation einer Kampagnensituation annähert. Gleichzeitig werden die Annahmen des Dispositionsansatzes von Claude Longchamp wahrscheinlicher.

Gemäss unseren Überlegungen determinieren nicht die Medien alleine - und damit indirekt die Eliten - das Geschehen in Kampagnensituationen und den Meinungsbildungsprozess, sondern der Wille der Öffentlichkeit, vor dem Hintergrund ihrer Prädispositionen Dispositionen auszubilden. Diese sind strukturierter als reine Meinungsäußerungen und darauf ausgerichtet, mit Hilfe verschiedener Informationen stabilere Grundlagen für die Entscheidung auszubilden.

Die Wechselwirkungen von öffentlicher Meinung und medialer Berichterstattung sind demnach komplexer als oft angenommen. Die "berichteten" und die effektiven Meinungen können auseinander driften. Dies kann eine Entkoppelung der Agenda sein, weil die Einschätzungen zur Wichtigkeit eines Themas nicht identisch sind, oder aber eine Entkoppelung von Bewertungen, wo Sachverhalte in den Medien und in der Bevölkerung unterschiedlich bewertet werden. Informationen, die massenmedial verbreitet werden, können objektiv analysiert werden. Sie sind für die NutzerInnen von Medien wie auch für die Betroffenen der Medienberichterstattung an sich identisch. Die entscheidende Frage besteht aber darin, ob sie auch identisch gelesen werden. Massenmedial kommunizierte Informationen werden encodiert, um verbreitet werden zu können, und sie werden decodiert, um verstanden werden zu können. Dabei geschieht die Decodierung aufgrund von Betroffenheit, die bereits theoretisch zwischen verschiedenartigen NutzerInnen nicht identisch sein muss. Dann kommen die sozialisierten Werthaltungen direkt zum Zug für die Bewertung.

Wir gehen aufgrund unserer Modellannahmen zu öffentlichen Meinungsbildungsprozessen davon aus, dass eine langfristige Übereinstimmung von Bevölkerungsmeinung und Medienmeinung – von medialer und öffentlicher Reputation nur eine der denkbaren Hypothesen ist. Sehr wichtig sind insbesondere die gegenläufigen Prozesse von der Bevölkerung hin zu den Medien. Eine Differenzierung dieser möglichen Prozesse kann grafisch in einer Vierfeldertabelle dargestellt werden. In den Spalten werden dabei die

beiden möglichen Auslöser von Prozessen - Medien oder Bevölkerung - differenziert. Zwei Felder bezeichnen dabei mögliche Entkoppelungsmechanismen.

Grafik 8:

Zusammenhänge von medialer und öffentlicher Reputation		
	Medieninduzierte Dynamik	Bevölkerungsinduzierte Dynamik
Massenmedien/ mediale Reputation	Medieninhärente Agenda ohne weitere Auswirkungen	1. Stufe: Bevölkerungsinduzierte Medienagenda 2. Stufe: Bevölkerungsinduzierter Meinungswandel in Massenmedien
Bevölkerung/ öffentliche Reputation	1. Stufe: medieninduzierte Bevölkerungsagenda 2. Stufe: medieninduzierter Meinungswandel in Bevölkerung	Bevölkerungsinhärente Agenda ohne weitere Auswirkungen

gfs.bern, Integrierte Kommunikationsanalyse (IKA) VBS

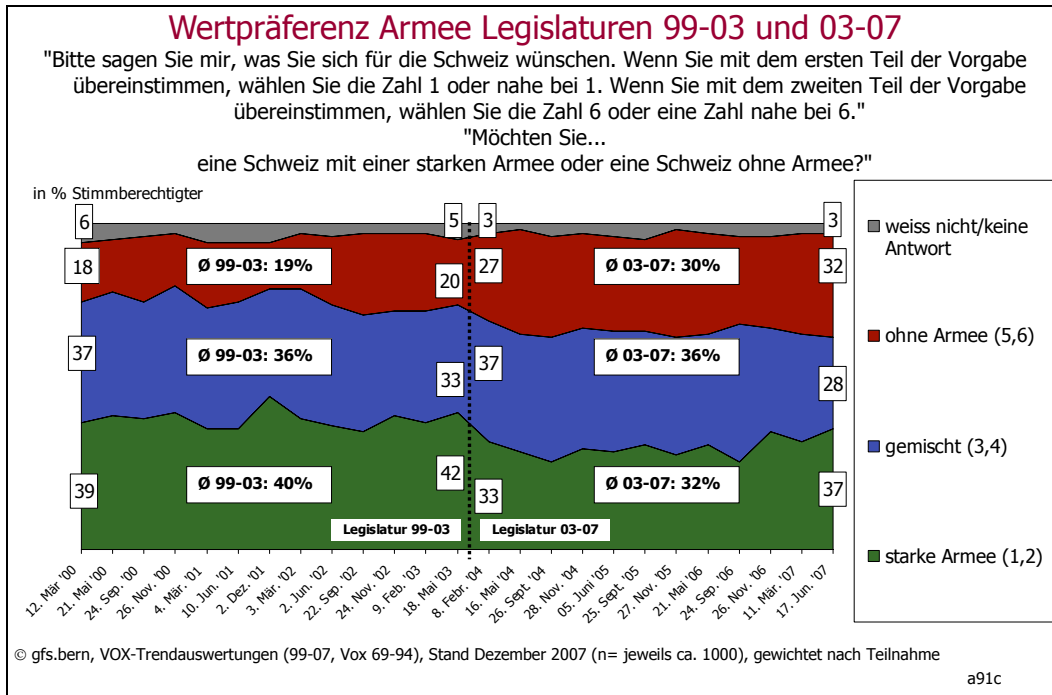
Der entscheidende Schritt zur Verallgemeinerung dieser Prozesse bildet die Erkenntnis, dass in einer zunehmend medial bestimmten Welt immer öfter auch im Rahmen von Organisationskommunikation Kampagnensituationen entstehen können. Medien selbst machen Kampagnen und Akteure versuchen mittels PR, zielgerichtet mit allen Mitteln der Kommunikation solche Kampagnensituationen zu erschaffen.

Die mediale Präsenz wird beispielsweise verstärkt, wenn Veränderungsprozesse ablaufen, wie dies im VBS und insbesondere bei der Armee zurzeit der Fall ist. In solchen Kampagnen kann sich die Bevölkerungsmeinung verändern. Es gibt zwei verschiedene Typen von Reaktionen auf Veränderungen der Bevölkerungsmeinung:

- Der "plötzliche Dambruch" wie mit einer schlagartigen Entmystifizierung.
- Eine strukturelle Veränderung im Sinne "steter Tropfen höhlt den Stein" mit einem kritischen medialen Dauerfeuer.

Beide möglichen Typen aber auch gegenteilige Entwicklungen wie Mystifizierungen, oder stetiger Reputationsaufbau sollen mit IKA VBS im langfristigen Kontext identifiziert und analysiert werden.

Grafik 9:



Langfristig sprechen die Resultate des VOX-Trends bei einer Wertfrage mindestens für die letzten beiden Legislaturen für eine sinkende Einbindung der Bevölkerung. Es war die deutlichste Verschiebung bei den Wertfragen der VOX-Analysen in den letzten zwei Legislaturen.

Integrierte Organisations-Kommunikation und Kommunikations-Controlling: Beitrag der Analyse

Das VBS führt die Organisationskommunikation nach Prinzipien der integrierten Kommunikation.

Definition:

Integrierte Kommunikation ist ein systematischer Managementprozesses, der mit Beobachtung (1), Analyse (2), Planung und Entscheidung (3), Durchführung (4) und Kontrolle (5) auf sämtliche Kommunikationsaktivitäten einer Organisation direkt und indirekt Einfluss nimmt, um die Organisation in ihrer Zielerreichung zu unterstützen.

Der direkte Einfluss bezeichnet das strategische und operative Management der Wahrnehmung der Organisation im öffentlichen und im privaten Raum, der indirekte Einfluss definiert die Kommunikationsprozesse zur Transmission der Verhaltens- und Wertperspektive in die Aktivitäten der Organisation.

Die Integrierte Kommunikationsanalyse VBS ist Teil der Kontrolle (5) der gesamten Kommunikation und leistet einen kontinuierlichen Beitrag zu Beobachtung und Analyse (1 und 2) für künftige Planungen. Das Projekt wird deshalb vom VBS systematisch in den Kommunikationsführungsprozess und in Teilen des Managementprozesses eingebunden.

Die strategische Kommunikationskontrolle hat in diversen Organisationen an Gewicht gewonnen. Die Hintergründe sind:

- Zunehmender Zwang zu Effektivität und Effizienz (Wirkungsorientierung statt Instrumentenorientierung)
- Entwicklungen im Bereich des Kommunikationsmanagements und dem wachsenden Anspruch, Beiträge für das Organisations-Controlling zu leisten (Balanced Scorecard, Kommunikations-Controlling)
- Die Stärkung der Kommunikation im Managementprozess und bei der Strategiefindung auf Ebene der Organisationsführung - beispielsweise im Rahmen des Stakeholder-Managements - und dem Bewusstsein über die Bedeutung des langfristig angelegten Reputationsmanagements.

3.3. Die Umsetzung

Die Befragung von Anspruchsgruppen

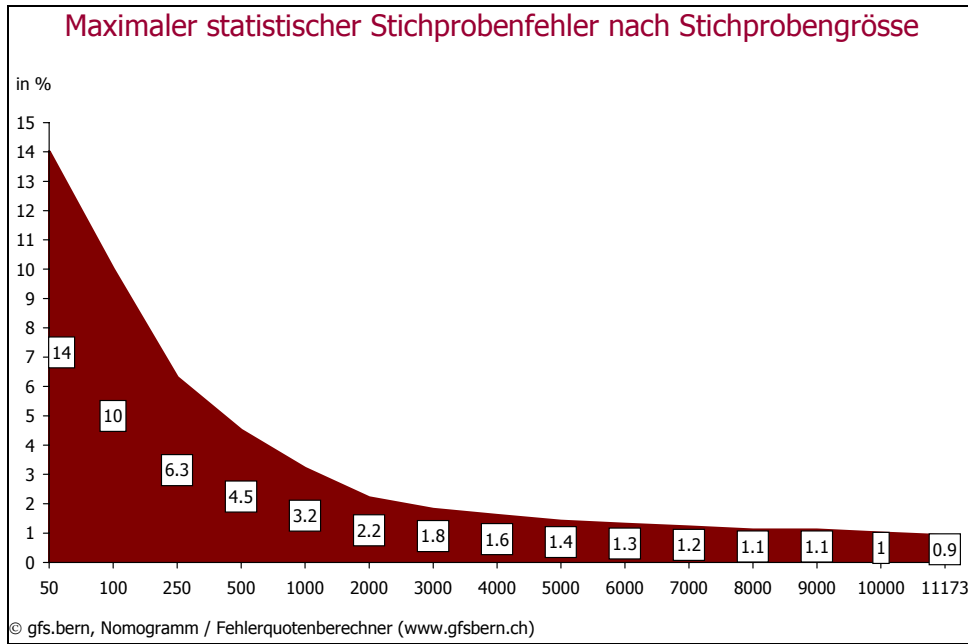
Der Fragebogen erfasst die Reputation und die Themenwahrnehmung anhand der vorgegebenen Reputationsfaktoren der einzelnen Departementsbereiche sowie der halboffenen Themenwahrnehmungs- und Bewertungsfaktoren bei den Anspruchsgruppen.

Die aus der Strategie vorgegebenen Elemente wurden zu einem Fragenset zusammengeführt und zu einem Fragebogen für eine CATI-Befragung umgearbeitet. Der Fragebogen wurde einem umfangreichen Pretest unterzogen; daraus resultierte eine Fragebogenversion für die Pilotphase. Nach der Pilotphase 2006 wurde der Fragebogen nochmals kritisch bewertet und erneut leicht angepasst. Vergleiche über die Zeit bleiben aber zulässig.

Befragt werden jeweils in der ersten ganzen Woche des Monats die Stimmberechtigten und in der zweiten Woche des Monats die Mitarbeitenden. Die dritte Woche ist für die Interviews mit Meinungsführenden vorgesehen, diese werden aber jeweils nur quartalsweise ausgewertet.

Total wurden 2006 und 2007 je 1'200 Stimmberechtigte und Mitarbeitende befragt. Die Jahresauswertungen werden vor allem für die Untergruppenanalysen verwendet. Aufgrund der Stichprobengrösse ergibt sich bei einem ausgewiesenen Wert von 50% ein Stichprobenfehler für das Jahrestotal der Befragten von 2.9% bei 1'200 Interviews. Dabei variieren die Stichprobenfehler je nach Grösse der Untergruppen. Die maximalen statistischen Fehlerquoten für die vorliegende Untersuchung sind in der nachstehenden Tabelle zusammengestellt.

Grafik 10:



Im Jahr 2007 wurden pro Monat minimal je 100 Stimmberechtigte und Mitarbeitende befragt. Für Prozentwerte ergibt sich ein Fehlerbereich von $\pm 10\%$ für die Monatsauswertungen. Das bedeutet, dass mit einer Wahrscheinlichkeit von 95% der reale Wert für die gesamte Stimmbevölkerung oder die gesamte Mitarbeiterschaft des VBS innerhalb des ausgewiesenen Werts $\pm 10\%$ liegt. Innerhalb dieses möglichen Maximalfehlerbereichs sind kleinere Abweichungen hingegen weit wahrscheinlicher als grössere. Für Mittelwerte gilt analog der Standardfehler. Dieser liegt real bei max. ± 0.4 vom ausgewiesenen Mittelwert. Bei der armasuisse wurden nur Personen befragt, die diesen Akteur auch kennen. Dies erhöht den Standardfehler auf maximal ± 0.7 bei den Mittelwerten der Stimmberechtigten, bei den Mitarbeitenden bleibt er bei maximal ± 0.4 . Im Oktober bis Dezember 2006 wurden anlässlich des Pilots minimal je 400 Stimmberechtigte und Mitarbeitende befragt. Für Prozentwerte ergibt sich somit für diese Monate ein Fehlerbereich von $\pm 5\%$ und ein Standardfehler von ± 0.2 vom ausgewiesenen Mittelwert (armasuisse: ± 0.4).

Eingesetzt wurden für die Befragung nur ausgebildete und instruierte BefragterInnen des GfS-Befragungsdienstes. Die Befragungsarbeiten selber wurden kontrolliert und supervisiert. Es wurde zudem eine Plausibilitätskontrolle der eingegangenen Interviews durchgeführt.

Die Gesamtheit dieser Auswertungen wurde in Form eines Tabellen- resp. eines Grafikbandes zusammengefasst.

Die Medienanalyse

Die Medienanalyse basiert auf der Auswertung einer breiten Auswahl relevanter Medien. Dazu gehören insbesondere auch elektronische Medien (Radio, TV, Internet), denen ein Wirkungspotenzial zugeschrieben wird. Die Auswahl berücksichtigt Medium, Relevanz und die Nennung des VBS oder eines Bereichs als Akteur.

Die Beiträge werden zunächst in einem qualitativen, standardisierten Prozess codiert und in der Auswertung gemäss einer modellierten Reichweite und dem Beachtungsgrad gewichtet. Die Codierung schlüsselt die Präsenz aufgrund der vorgegebenen Reputationsfaktoren auf. Aufgrund der Gewichtung werden keine Stichprobengrössen in den Grafiken ausgegeben.

Für die Selektion und Codierung wurden ausschliesslich CodiererInnen von ARGUS der Presse AG mit langjähriger Praxiserfahrung und entsprechender Ausbildung eingesetzt. Die Codierungsarbeiten selber werden kontrolliert und vorgängig in einem Pretest auf die Intercodiererreliabilität getestet.

Sämtliche Auswertungen beziehen sich bei der Armee auf den Referenzmonat Juli 2007. Das bedeutet, dass die vergangenen wie auch die kommenden Auswertungen sowohl hinsichtlich der Intensität als auch der Qualität mit dem Juli 2007 verglichen werden. Der Vergleichsmonat bezeichnet jeweils den Monat mit der höchsten Präsenz eines Bereichs in einem Monat. Die entsprechenden Referenzmonate sind bei der armasuisse, beim BASPO und beim VBS als solches der Oktober 07 und beim BABS der Februar 07. In diesen Monaten war die Medienpräsenz der einzelnen Bereiche jeweils am höchsten. Die Referenzmonate sind in sämtlichen Grafiken ausgewiesen.

Referenz ist jeweils die reputationsrelevante Berichterstattung über den jeweiligen Departementsbereich (= 100%). Für Auswertungen zum VBS insgesamt und den Totalzusammenzug bildet die gesamte Präsenz des VBS im Juli 07 die Basis.

3.4. Die Datenanalyse

Die neu generierten Daten werden zuerst beschreibend analysiert. Dabei werden vor allem Häufigkeiten in Form von Prozentwerten und Mittelwerten beschrieben. Jede dieser Aussagen ist mit einem statistischen Unsicherheitsbereich behaftet. Dieser richtet sich bei den Befragungen vor allem nach der Stichprobengrösse, ein wenig auch nach der Höhe der Prozentzahl, die interessiert. Bei der Medienanalyse überprüfen wir die Validität der gemachten Aussagen qualitativ in erster Linie auf Basis des Vergleichs zum Pilotprojekt.

Die Auswertung geschieht in den Monatsberichten jeweils für das Total der Gruppen und der Medien primär deskriptiv. Zusammenhänge zwischen Medienanalyse und Anspruchsgruppenanalyse werden primär qualitativ formuliert. Hierzu haben wir ein Set von Arbeitshypothesen erstellt, welche fortlaufend geprüft und präzisiert werden sollen.

Ausführlichere Auswertungen und Analysen liegen jeweils Ende Jahr vor. Der vorliegende Bericht vergleicht die Erkenntnisse des Pilots Ende 2006 mit den gesamten Resultaten aus dem Jahr 2007.

Zusammenhänge zwischen zwei Variablen, also zwischen der Reputation und der Sprachregion beispielsweise, werden mittels Korrelationen vermessen. Das normalerweise verwendete Mass ist der Koeffizient Cramers V. Der Vorteil dieser Masszahl ist, dass sie unabhängig vom Skalenniveau bei den Indikatoren verwendet werden kann. Damit bestimmen wir die Stärke des Zusammenhangs. Dieser ist umso mehr gegeben, als Cramers V von Null differiert. Davon unterscheiden wir die Frage, ob der in der Befragung gefundene und vermessene Zusammenhang auch auf die Grundgesamtheit verallgemeinert werden darf. Hierfür verwenden wir den üblichen Signifikanztest χ^2 . Dieser sagt, mit welcher Sicherheit eine Verallgemeinerung auch auf nicht befragte Personen gemacht werden kann. In der Regel verwenden wir ein Sicherheitsmass von 95%. In der Medienanalyse greifen wir bei solchen Tests als Entscheidungshilfe ebenfalls auf diese Masszahl zurück, verwenden hierzu jedoch das ungewichtete Datenfile auf Basis der einzelnen codierten Berichte.

Beurteilung der Methode:

- Frageformulierungen der Anspruchsgruppenbefragung: Die Fragen wurden bereits vor dem Pilot einem ausführlichen Pretest unterzogen. Darauf basierend wurden gewisse Änderungen vorgenommen. Es bleibt bei der Problematik der Beurteilung der *armasuisse*, die selbst für Personen, die *armasuisse* kennen, schwierig ist. Auf diesen Sachverhalt wird mit Filterführungen Rücksicht genommen. Nur Personen, die *armasuisse* kennen, erhalten die einzelnen Folgefragen hierzu. Da dies wenige Personen sind, werden bei der *armasuisse* jeweils die letzten drei Monate gemeinsam ausgewertet. Gegenüber dem Pilot wurden die Fragen nochmals präzisiert und angepasst, so dass wir seit Januar 07 bezüglich Formulierung und Ablauf definitiv einen einwandfreien Stand haben.
- Beurteilung der Validität der Reputationsmessung bei Anspruchsgruppen: Die Reputationsfaktoren sind vom VBS definiert. Wir beurteilen die einzelnen Elemente nicht hinsichtlich einer übergeordneten Definition der Reputation, sondern aufgrund ihrer Relevanz für die Auftragserfüllung des VBS. Dafür sind die Elemente geeignet. Aus theoretischen Gründen ist lediglich der Verzicht auf Fragen zum Chef VBS problematisch, weil auch bei Unternehmen mit öffentlich profilierten CEOs von einem gewissen Gewicht der Chefs auf die Gesamtreputation ausgegangen wird. Die interne Validität kann trotzdem als gegeben erachtet werden. Vergleiche mit der Untersuchung "Sicherheit 2007"³ sind nur qualitativ möglich, da die Fragestellungen und Zielsetzungen der Projekte unterschiedlich sind. Insbesondere die kritischen Trends für eine Notwendigkeit der Schweizer Armee (-14%), wie sie im Bericht der Forschungsstelle für Sicherheitspolitik der ETH Zürich festgehalten werden, können zurzeit nicht einmal qualitativ verglichen werden: Die Befragungen der Studienreihe "Sicherheit 2007" vergleicht eine Befragung aus dem Februar 2007 mit einer Befragung vom Februar 2006. Erst ab 2008 werden wir diese Befragung nutzen können, um eine externe Teil-Validierung vor allem auf Basis der Vertrauensfrage vorzunehmen.

³ Haltiner et al. (<http://www.isn.ethz.ch/pubs/ph/details.cfm?lng=en&id=35960> am 10.1.2007)

- Beurteilung der Validität der Reputations- und Themenmessung bei Medien: Die Medienauswahl und -gewichtung entspricht in etwa dem vermuteten Gewicht der Medien, auch unter Prüfung der Medienrezeption der Anspruchsgruppen. Die gesamte Medienanalyse kann dank der hohen medialen Präsenz der Armee und des BASPO als valide bezeichnet werden und ergibt über alle Themen und Reputationselemente plausible Resultate, auch anhand qualitativer Tests zur internen Validität. Die weniger präsenten Akteure (BABS, armasuisse) führen bei der Medienanalyse zu starken Ausschlägen, die vorerst noch nicht als genügend valide bezeichnet werden können. Wir raten von einer weitergehenden Interpretation dieser Medienpräsenz vorerst ab. Die starken Ausschläge sind methodisch resp. aufgrund der geringen Medienpräsenz zustande gekommen. Sie werden in dem Monat aussagekräftiger, in dem BABS oder armasuisse erstmals eine hohe Medienpräsenz erreichen, da ab diesem Zeitpunkt nicht mehr einzelne Medienbeiträge das Bild bestimmen.
- Beurteilung der integrierten Analyse von Anspruchsgruppen und Medien: Bei einer direkten kombinierten Analyse ist Vorsicht geboten. Dies ist beispielsweise der Fall, wenn man rein aufgrund der kombinierten Grafik urteilt, dass die Medienreputation schlechter ist als die Reputation bei Anspruchsgruppen. Es gibt zu viele mögliche Irrtumsquellen, und das Risiko von Fehlschlüssen im Vergleich der beiden Methoden ist hoch. Sinnvoll ist es aber, aufgrund der Entwicklungen mögliche Zusammenhänge zu formulieren, und die weiteren Entwicklungen hinsichtlich dieser möglichen Zusammenhänge zu untersuchen. Dies ist ein Prozess, der die Irrtumswahrscheinlichkeit reduzieren soll. Er ist in den Arbeitshypothesen angelegt und führt erstmals im vorliegenden Bericht zu Thesen.

3.5. Die Zeitachse

Grafik 11:

Ereignisse und Befragungstermine IKA VBS		
Monat	Woche	
Oktober 06	40	03.10. Ablehnung NR ES 08/11
	41	400 12.-22.10. Olma-Auftritt VBS
	42	400 20.10. Fassung Waffendiebe
	43	27./28.10. Heerestage 06
	44	
November 06	45	400
	46	400
	47	
	48	
	49	400
Dezember 06	50	400 13.12. Genehmigung RPR 06 NR
	51	18.12 NR: Waffenbesitz/ Motion Abschaffung Gewissensprüfung
	52	
Januar 07	1	
	2	100 10.1. Luftraumüberwachung Schweiz-Deutschland (EURO 08)
	3	100
	4	
	5	
Februar 07	6	7.2. Nationaler Sirentest
	7	100 15.2. Vorbereitungen EURO 08 mit Weibel
	8	100 20.2. Zustimmung ES 08/11 SIK-SR
	9	
März 07	10	100 5.3. Zust. EURO 08 NR / Abl. Initiative Weber NR / 8.3 Zust. ES 08/11 SR
	11	100
	12	22.3. Entscheid Armeewaffe NR
	13	30.3. Vorstellung Sicherheitskonzept EURO 08
April 07	14	100
	15	100 12.4. Absturz Tornado Deutsche Luftwaffe 13.4. Amoklauf Baden
	16	17.4. Taschenmunition SIK SR / 17.4. Militärjustiz: Freispruch CIA-FAX-Affäre
	17	
Mai 07	18	100
	19	100
	20	11.5. Wirtschaftlicher Nutzen EURO 08 / 15.5. Äusserung Keckeis zu Terror
	21	
	22	
Juni 07	23	100 8.6. Ernennung Nef CdA
	24	100 11.6. Zust. ES 08/11 NR / 11.6. Aufgabe Botschaftsschutz / 16.6. Keckeis Sudan
	25	20.6. Entscheid Taschenmunition SR / 20.6. Tödlicher Radpanzer-Unfall Swisscoy
	26	
Juli 07	27	100 7.7. Militärsackmesser
	28	100 12.7. Lawinenunglück Jungfrau
	29	
	30	
August 07	31	
	32	100 8.8. Armeeeinsatz Suche Ylenia / BASPO Doping / 9.8. Unwetter Schweiz
	33	100
	34	
September 07	35	28.8./3.9. Super-Pumas Griechenland
	36	100
	37	100
	38	20.9. Entscheide SR Durchdiener/Auslandeinsätze/RP 07
	39	21.-30.9. Züspa-Auftritt VBS
Oktober 07	40	100 4.10. Lawinenunglück Jungfrau Beweise / 6.10. Krawalle Bern
	41	100 7.10. Pelli attackiert Schmid / 11.10. Wirtschaftsfaktor Sport
	42	
	43	21.10. Eidgenössische Wahlen
	44	
November 07	45	100
	46	100 16.11. Kontroverse Buch Keckeis
	47	20.-25.11 Armeetage / 21.11. Ernennung Andrey C Heer / 23.11. Tötungsdelikt Höngg
	48	
Dezember 07	49	100
	50	100 12.12. Bundesratswahlen
	51	
	52	

Befragungen (Anzahl):
xxx Mitarbeitende
xxx Stimmberechtigte

gfs.bern, Integrierte Kommunikationsanalyse (IKA) VBS

3.6. Die Hypothesen

Im Bezug auf die auf der Beobachtung basierenden Fragestellungen verweisen wir auf die entsprechenden Abschnitte des empirischen Teils. Insbesondere für die analytischen Fragestellungen haben wir über die Monate erste Arbeitshypothesen entwickelt. Für den Jahresbericht 2007 formulieren wir nun auf Basis der Arbeitshypothesen, der Darstellungen im Theorieteil und den Ergebnissen des Pilotberichts 2006 erste Hypothesen.

Allgemeine Nullhypothese:
Weder auf Themen- noch auf Reputationsebene lassen sich Zusammenhänge zwischen Medien und Bevölkerung feststellen.

Nullhypothese Themen:
Zwischen medialer Thematisierung von VBS-Themen und öffentlicher Themenwahrnehmung von VBS-Themen gibt es keine Zusammenhänge.

Nullhypothese Reputation:
Zwischen medialer Reputation des VBS und öffentlicher Reputation des VBS gibt es keine Zusammenhänge.

Hypothese 1:

Die Armee stellt den für die mediale und öffentliche Reputation wichtigsten Departmentsbereich dar und wird medial als im Wandel befindlich dargestellt, öffentlich wahrgenommen und auch bewertet. Dies betrifft auf Basis der Reputationsfaktoren in den Medien eher die kritisch beurteilte Anpassungsfähigkeit und die gesellschaftliche Verankerung der Armee wie beispielsweise beim Entwicklungsschritt 08/11 oder bei den Debatten über die jährlichen Rüstungsprogramme. In der Bevölkerung sind eher die Reputationsfaktoren der Vision und des Kostenbewusstseins betroffen.

Hypothese 2:

Die Annahme des Entwicklungsschritts 08/11 führte ab dem Frühling 07 zu einer De-Thematisierung des Issues "Reformen", zu einer positiveren öffentlichen Themenbeurteilung vor allem bei involvierten Kreisen und wurde dadurch positiv für die mediale und die öffentliche Reputation.

Hypothese 3:

Die Themensituation um die Armee ist aufgrund des gesellschaftlichen Wandels kritisch und die Medienaufmerksamkeit hoch. Verschiedene Anlässe, aber auch Armee-Unglücke, können schnell zu medialen Skandalisierungen führen, die in den Anspruchsgruppen breit als Themen wahrgenommen werden und auch reputationsrelevant werden können.

Hypothese 4:

Wenn die Armee oder der Bevölkerungsschutz mit seinen Partnern im Einsatz stehen, wird dies in den Medien in der Regel positiv dargestellt und öffentlich positiv wahrgenommen. Bei anderen Themen ist eine öffentliche Wahrnehmung der medialen Thematisierung aufgrund der geringeren Alltagsnähe weniger wahrscheinlich. Dies führt insgesamt zu einer geringeren Anzahl Issues und auch zu langsameren Themenzyklen als in den Medien und zu hoher Relevanz von Einsätzen für die Reputation.

Hypothese 5:

Die EURO 08 ist für das VBS, besonders für das BASPO und für die Armee reputationsrelevant, wobei die allgemeine Themenlage rund um die EURO 08 die Bewertung beeinflusst.

Hypothese 6:

Das Thema Stellenabbau/Entlassungen ist für die Mitarbeitenden strukturell wichtig und folgt einer eigenen Themendynamik, die durch die öffentliche Kommunikation kaum beeinflusst wird.

Hypothese 7:

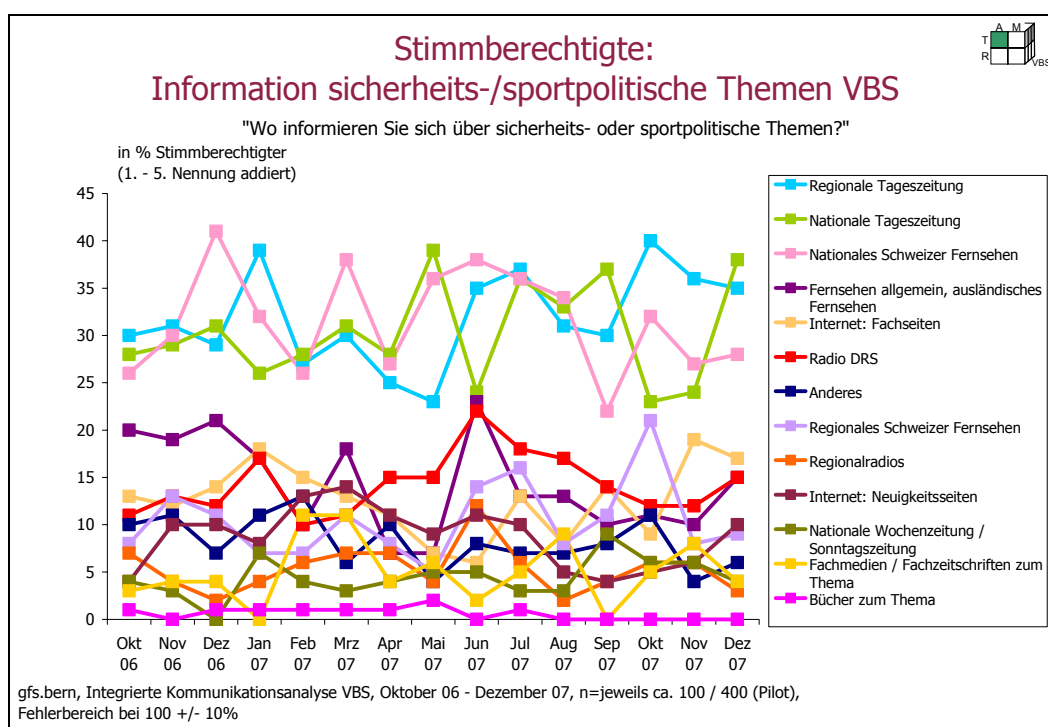
Medial stark diskutierte Unglücksfälle in der Armee oder im unmittelbaren Armeenumfeld wirken vor allem indirekt negativ auf besonders gut beurteilte Reputationsfaktoren, auch wenn sie nicht aktiv als relevante VBS-Themen genannt werden. Sekundär ist eine direkte Wahrnehmung als relevantes VBS-Thema möglich. In diesem Fall sind gerade wegen langsamer Themenzyklen grössere Reputationsprobleme zu erwarten.

4. Anspruchsgruppenanalyse

4.1. Medienverhalten

Seit Beginn der Befragungsserie haben sich drei Medien für die Stimmberechtigten als die wichtigsten erwiesen: Das nationale Schweizer Fernsehen, regionale und nationale Tageszeitungen. Die Bedeutung elektronischer (und vor allem visueller) Medien wird durch vier weitere wichtige Medien erhöht: Fernsehen allgemein, Internet, Radio und regionales Schweizer Fernsehen.

Grafik 12:



Beim Informationsverhalten bestehen grosse Unterschiede zwischen den Befragten- gruppen. Bei den AdA dominiert das Internet zusammen mit dem nationalen Schweizer Fernsehen. Auch bei den Mitarbeitenden hat das Internet meist relativ klar das grösste Gewicht. Das nationale Schweizer Fernsehen ist demgegenüber weniger wichtig als nationale Tageszeitungen. Bei den Meinungsführenden dominieren schliesslich meist die nationalen Tageszeitungen, aber auch das Internet hat eine sehr hohe Bedeutung.

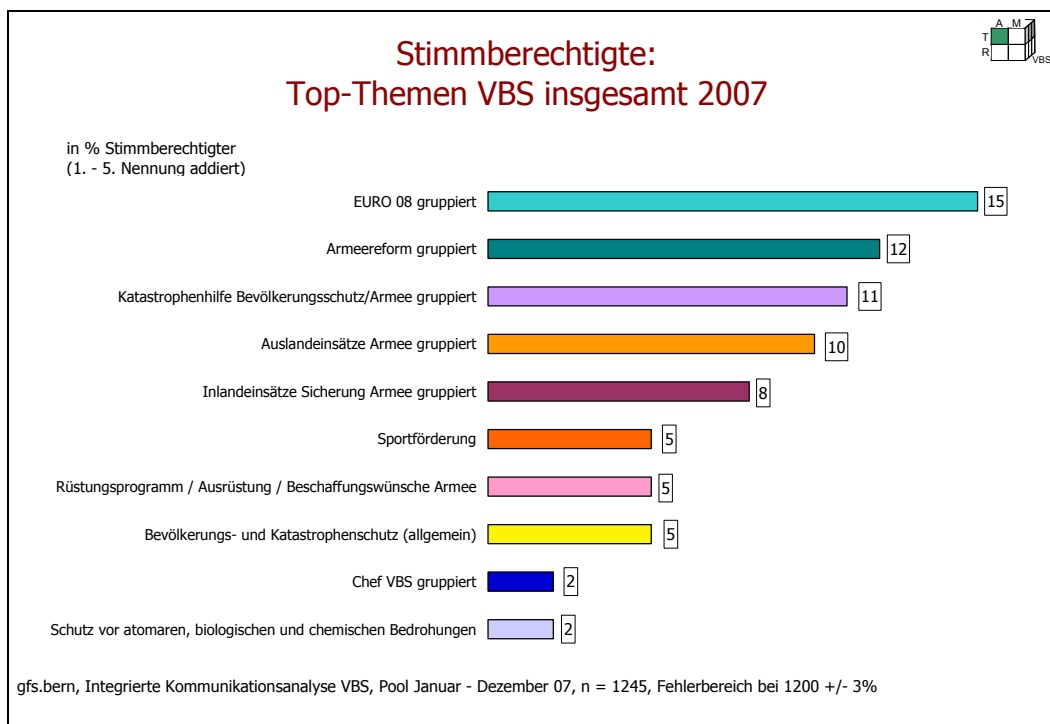
Bei allen Anspruchsgruppen fallen die nationalen Wochen- und Sonntagszeitungen kaum ins Gewicht. Allenfalls kann ihnen jedoch eine Relevanz beigemessen werden, weil sie zusammen mit nationalen Tageszeitungen wahrgenommen werden, oder (wahrscheinlicher) weil sie vor allem für Tageszeitungen oder andere Medien Themen setzen (sog. "Inter-Media-Agenda-Setting").

4.2. Themenwahrnehmung und Bewertung

4.2.1. Die Stimmberechtigten

Über das gesamte Jahr nahmen die Stimmberechtigten die EURO 08 als das wichtigste Thema im Zusammenhang mit dem VBS wahr. Armeeerformthemen, Katastrophenhilfe des Bevölkerungsschutzes und der Armee, Auslandseinsätze und Sicherungseinsätze der Armee im Inland waren vor der Sportförderung und den Beschaffungswünschen die weiteren Themen, welche über das gesamte Jahr hinweg ein gewisses Gewicht erhielten.

Grafik 13:



2006 wurde die Wahrnehmung klar durch Reformthemen dominiert. Es war die Zeit des vom Nationalrat abgelehnten Entwicklungsschrittes 08/11. Im Jahresverlauf 2007 verloren Reformthemen schrittweise an Gewicht; erst im Dezember 07 kam es wieder zu einer leichten Zunahme. Der Thematisierungsverlauf entspricht trotzdem einem typischen Issue-Zyklus, wobei letztlich die Ständeratskommission die Weichen in Richtung Deproblematisierung in der öffentlichen Wahrnehmung stellte.

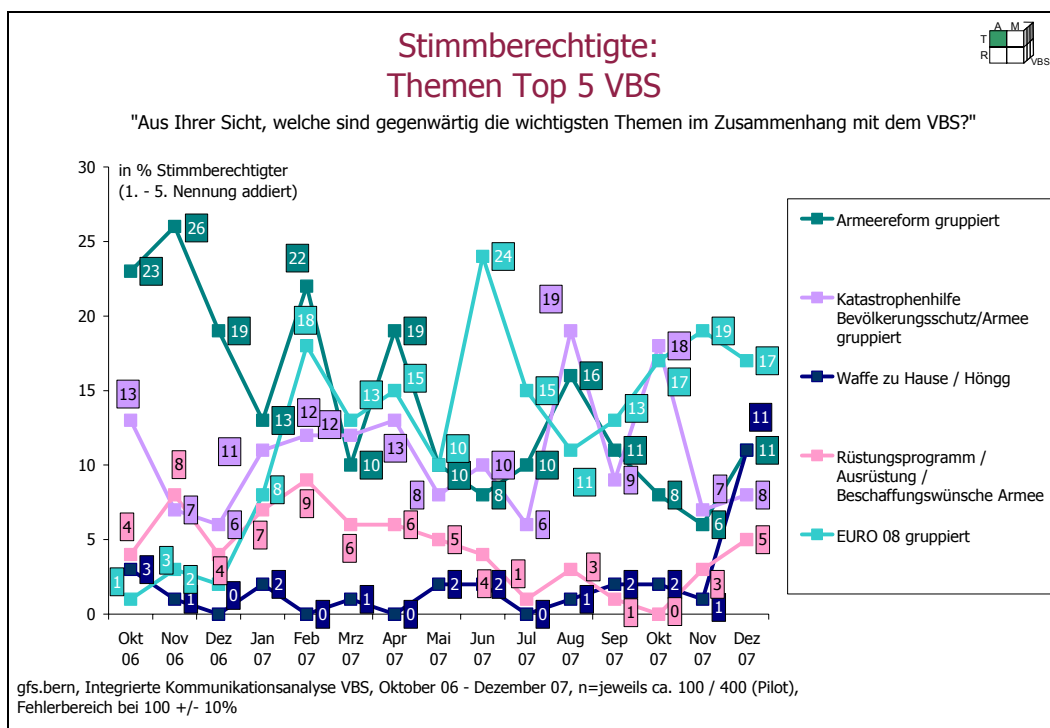
Die EURO 08 gewann zu Beginn des Jahres 07 an Gewicht und war auch in den letzten beiden Monaten des Jahres 2007 ein Topthema. Im August 07 und im Oktober 07 waren Katastrophenhilfethemen die wichtigsten. Es sind Themen, die auch unabhängig von der Armee eine sehr hohe öffentliche Aufmerksamkeit erlangen und einen hohen Alltagsbezug aufweisen können. Gleichzeitig steht die Armee im Einsatz oder plant einen Einsatz im Rahmen der EURO 08. Die allgemeine Themenlage und konkret auf die Leistungen bezogene Bezüge zum VBS erhöhen die Wahrscheinlichkeit einer Wahrnehmung als wichtiges VBS-Thema.

Die Wahrscheinlichkeit der Nennung solcher Themen ist strukturell hoch. Sie wird zusätzlich erhöht, wenn die Armee oder der Bevölkerungsschutz wie im Rahmen von Unwettern oder wie bei der Suche nach Ylenia im Inland auch effektiv im Einsatz sind.

Im unmittelbaren Umfeld des Jungfrauunglücks im Juli 07 wurden keine Befragungen bei Stimmberechtigten durchgeführt. Im August 07 dominierten mehrere Einsätze die Wahrnehmung der Armee bereits wieder, und das Unglück erfuhr nur noch eine beschränkte Nennhäufigkeit. Die Unglücksfälle erhielten kein unmittelbares Themengewicht als wichtiges VBS-Thema.

Bis im Dezember 07 hatte die Debatte über die Armeewaffen kaum Bedeutung. Mit dem Mord am Höggerberg erhielt sowohl die Tat selbst als auch die Armeewaffen-debatte deutlich mehr Gewicht unter den genannten VBS-Themen. Auf einen Schlag war es damit im Dezember 07 gemeinsam mit den Reformthemen das zweitwichtigste Thema.

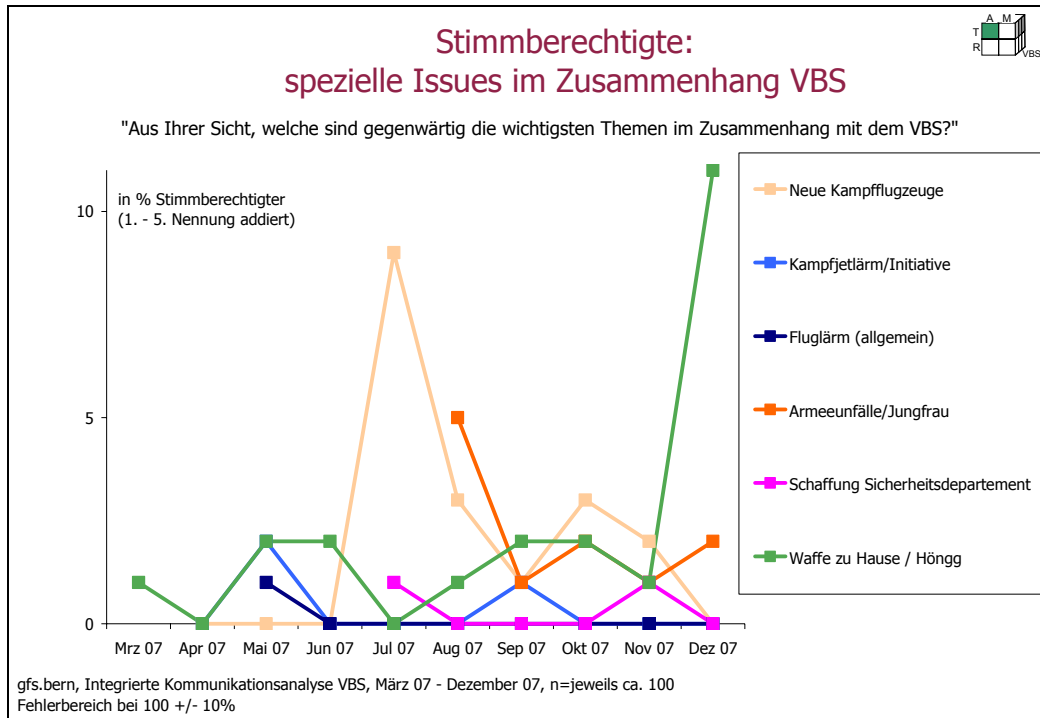
Grafik 14:



Schliesslich gewannen die Rüstungsthemen im Dezember 07 wieder etwas an Gewicht und wurden fünftwichtigstes Thema in diesem Monat.

Mit der sinkenden Relevanz der Reformthemen des VBS wurden ab Mai 07 bis im Dezember 07 verstärkt generellere Themen ausserhalb des Departementsbereiches Verteidigung genannt. Dies hat sich im Dezember 07 mit der Wahrnehmung der Waffendebatte deutlich geändert. Erst der Mord am Höggerberg liess die Armeewaffendebatte endgültig zu einem Issue werden.

Grafik 15:

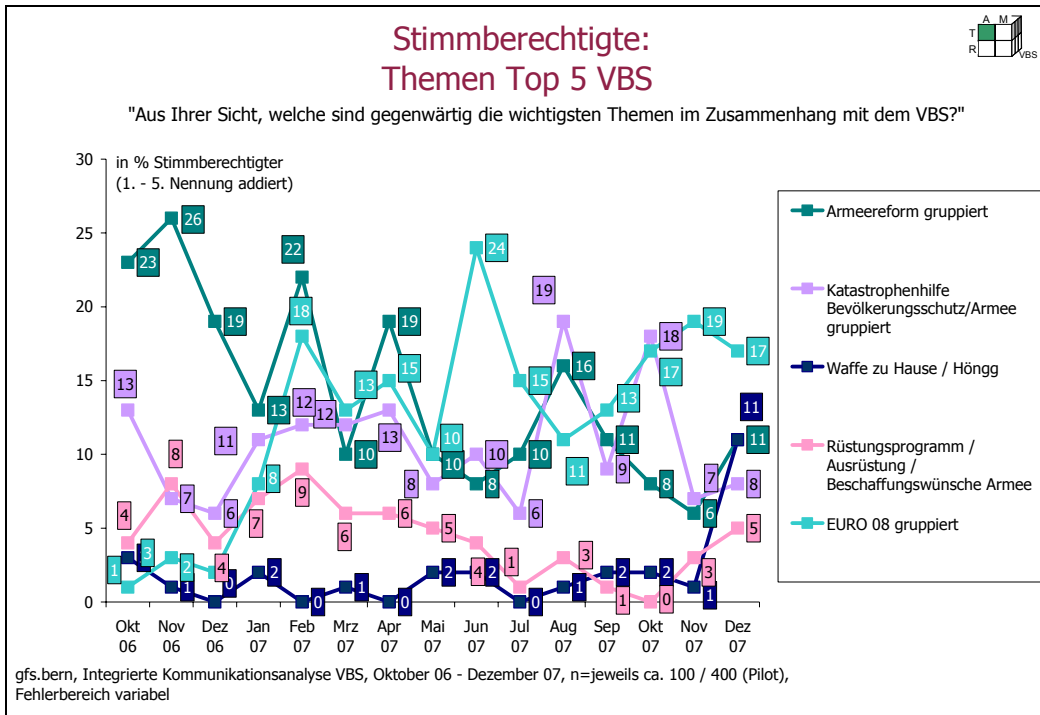


Zwar erhält die Rüstungsdebatte ein gewisses Gewicht, die Themen rund um die Kampfflugzeuge haben aber bisher (ausser im Juli 07) die öffentliche Wahrnehmung noch nicht geprägt. Auch die Debatten um die Schaffung eines Sicherheitsdepartements haben kein Gewicht bei den Stimmberechtigten.

Von den Topthemen im Dezember 07 wurden nur die Reformthemen und die Katastrophenhilfe mehrheitlich positiv bewertet.

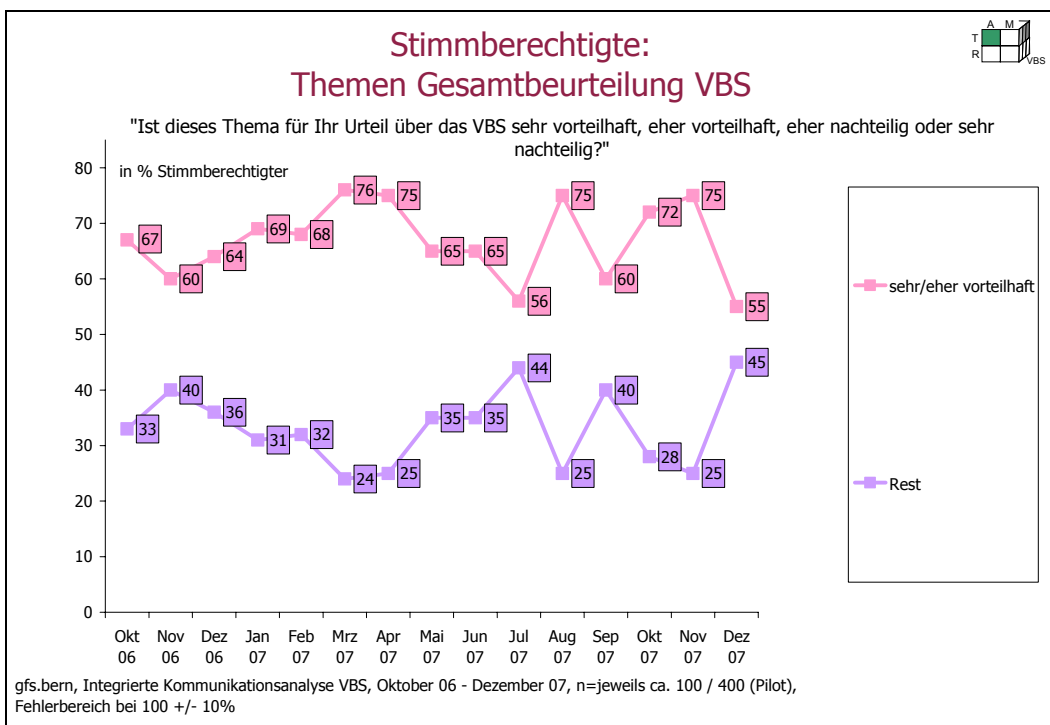
Äusserst kritisch war die Beurteilung der Waffendebatte, aber auch die EURO 08-Themen und die Rüstungsthemen wurden tendenziell kritisch bewertet.

Grafik 16:



Die gesamte Themenlage ist entsprechend der Beurteilungen der Topthemen klar gesunken und erreichte den tiefsten Wert seit Beginn der Befragungsreihe. Mehrheitlich wird das subjektiv wichtigste Thema auch weiterhin positiv bewertet. Der Befund ist aber deutlich: Seit Juli 07 schwankt die Themenbeurteilung und die Chancen auf eine kritische Bewertung sind erhöht.

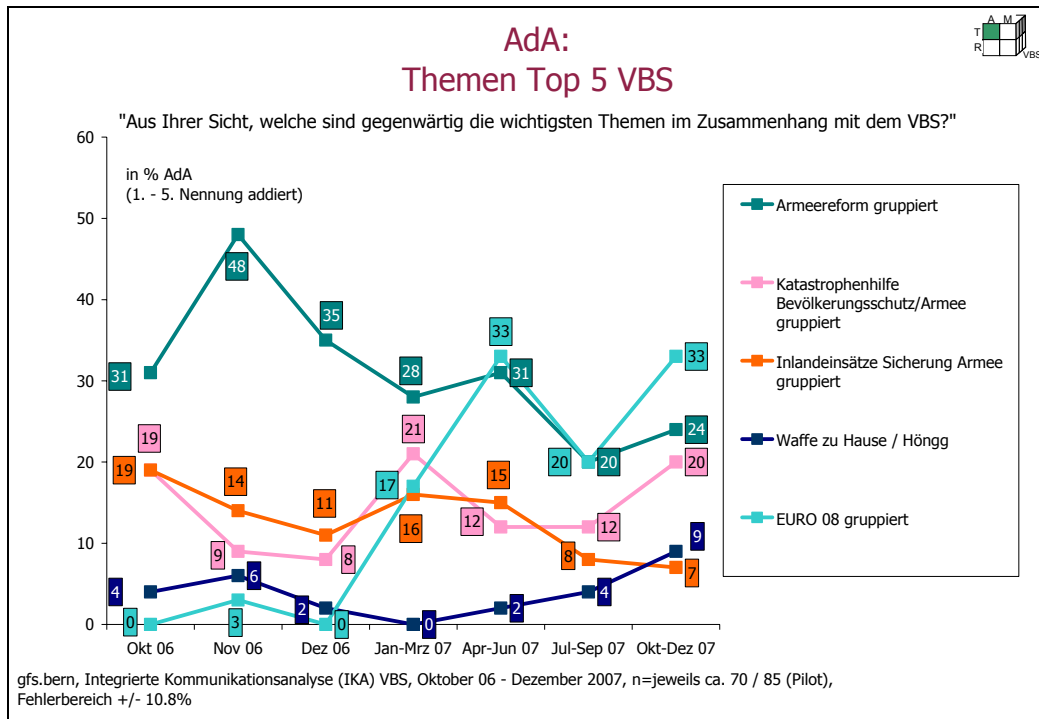
Grafik 17:



4.2.2. Die Armeeingehörigen

Für Armeeingehörige waren im Jahr 2007 ebenfalls die EURO 08 und die Reformthemen die wichtigsten Themen. Im Schnitt des letzten Quartals erhielt die Waffendebatte zudem erstmals ein hohes Gewicht – auch hier in erster Linie wegen der Erhebung im Dezember 07.

Grafik 18:

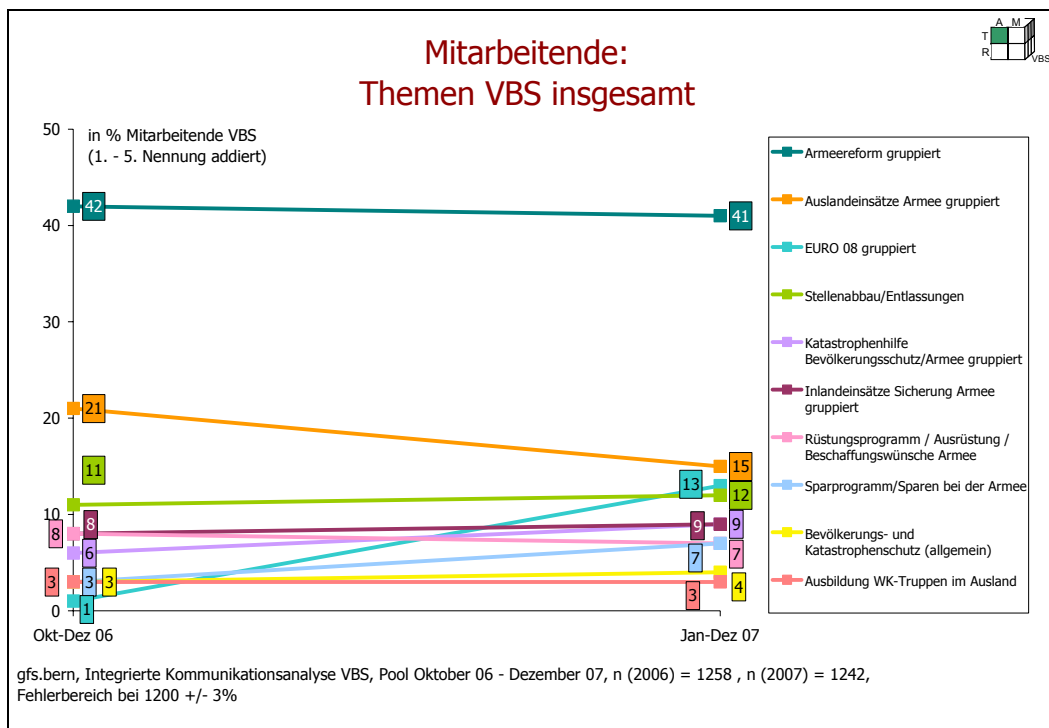


2006 beurteilten die Armeeingehörigen nach dem abgelehnten Entwicklungsschritt die Themenlage ausserordentlich kritisch. Danach hat sich das Urteil schrittweise erholt und erreichte im zweiten Quartal 2007 einen Höchstwert. In der zweiten Jahreshälfte – namentlich seit dem Lawinenunglück 2007 – wurde die Themenlage im Mittel bereits wieder etwas kritischer bewertet.

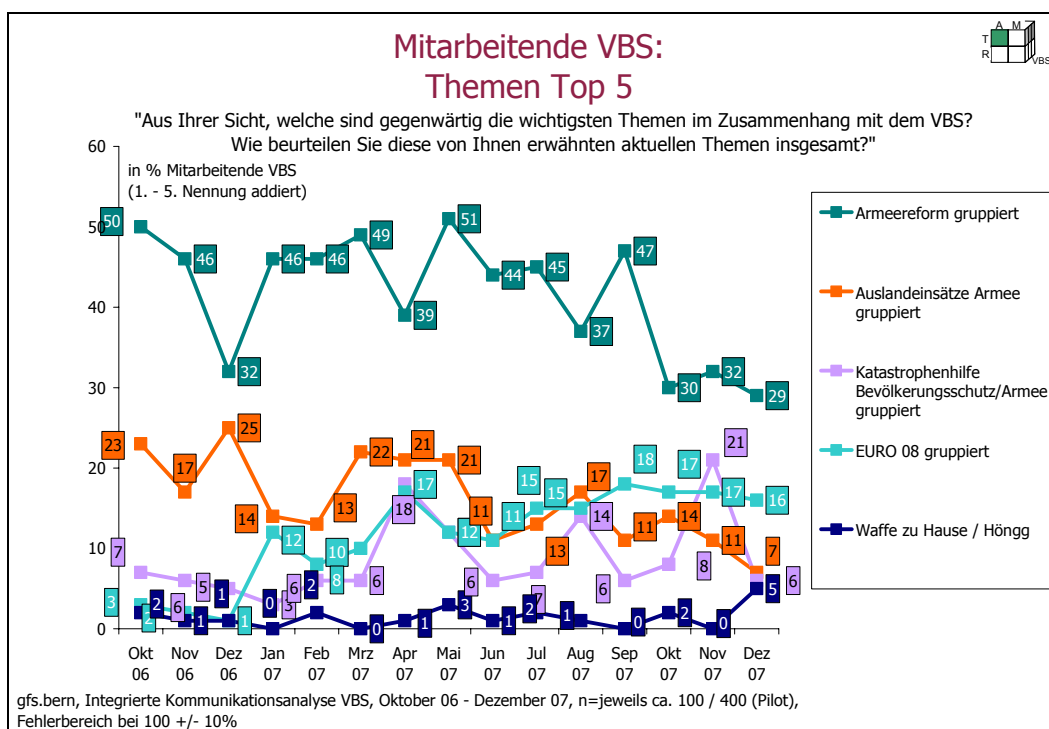
4.2.3. Die Mitarbeitenden

Während bei Stimmberechtigten die De-Thematisierung von Reformthemen zwischen 2006 und 2007 erfolgte, zeichnet sich dies bei den Mitarbeitenden nicht ab. Die Dominanz dieses Themenbereichs, konkret des Entwicklungsschritts 08/11, ist praktisch gleich hoch geblieben. Die EURO 08 ist zwar ebenfalls wichtiger geworden, kommt aber nicht an die Reformthemen heran und wird sogar weniger genannt als Auslandeinsätze. Der Themenbereich Stellenabbau/Entlassungen hat auch 2007 eine hohe Bedeutung.

Grafik 19:



Grafik 20:



Im Dezember 07 war die Dominanz der Reformthemen im dritten Monat in Folge weniger eindeutig als in den meisten bisherigen Befragungen. Dennoch zeichnet sich kein Thema mit ähnlicher Dominanz ab.

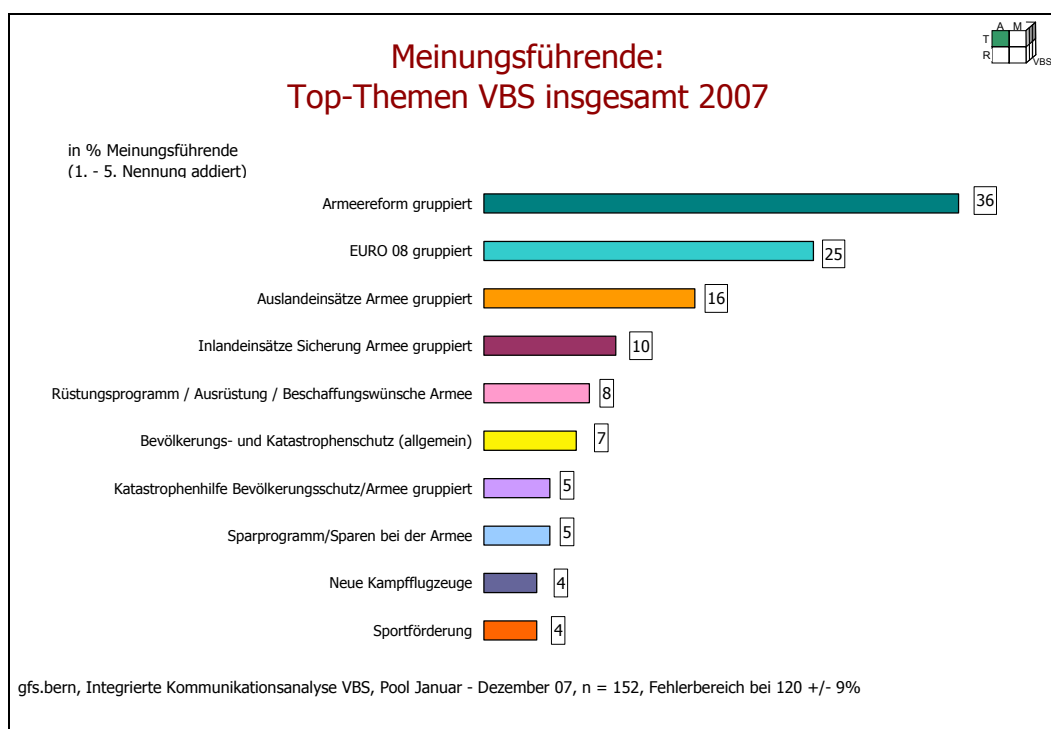
Auch die Mitarbeitenden nannten im Dezember 07 erstmals verstärkt die Waffendebatte gemeinsam mit dem Mord am Hönggerberg. Damit gehörte dieses Thema erstmals zu

den fünf meistgenannten Themen. Die Auslandseinsätze schliesslich hatten im zweiten Halbjahr 2007 weniger Gewicht als im ersten Halbjahr 2007.

4.2.4. Die Meinungsführenden

Die Meinungsführenden erwähnten im letzten Quartal erstmals am stärksten die EURO 08- vor den Reformthemen. Auslandseinsätze haben für sie das klar grössere Gewicht als Inlandseinsätze. Zudem gehörten für die Meinungsführenden auch Rüstungsfragen und der Bevölkerungs- resp. Katastrophenschutz zu den wichtigen Themen.

Grafik 21:



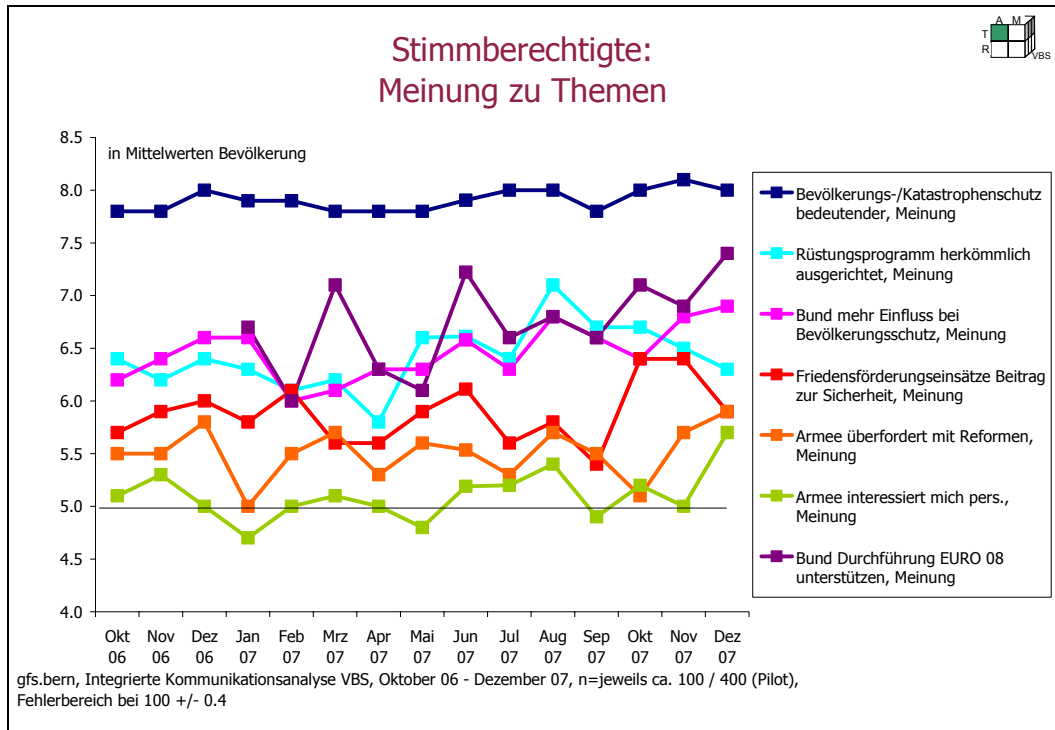
4.3. Einzelthemen

Anfang 2007 war die Beurteilung der EURO 08-Unterstützung des Bundes durch die Öffentlichkeit noch unsicher. Zwischenzeitlich haben sich die Urteile auf relativ hohem Niveau stabilisiert. Im Dezember 07 war die Unterstützung im Mittel bei 7.4 auf einer Skala von 0 bis 10. Damit ist diese Unterstützung bei den Stimmberechtigten tendenziell höher als bei den Mitarbeitenden im Dezember 07 (7.0) und bei den Meinungsführenden im letzten Quartal 07 (6.8). Die AdA unterstützen das Engagement des Bundes allerdings noch deutlicher (7.7 im letzten Quartal 07).

Klar ist bei den Stimmberechtigten die Ansicht verbreitet, dass der Bevölkerungs- und Katastrophenschutz an Bedeutung gewinnt (8.0). Gewünscht wird, dass der Bund mehr Einfluss auf den Bevölkerungsschutz nehmen soll. Das Rüstungsprogramm wird relativ deutlich als zu herkömmlich kritisiert. Die Armee gilt auch als eher überfordert mit den Reformen – ein eindeutiger Trend ist bei diesen Fragen allerdings nicht auszumachen. Schliesslich war das Interesse an der Armee im Dezember 07 höher als im Mittel der bisherigen Befragungen. Trotzdem bleibt das Interesse an der Armee mit einem Wert

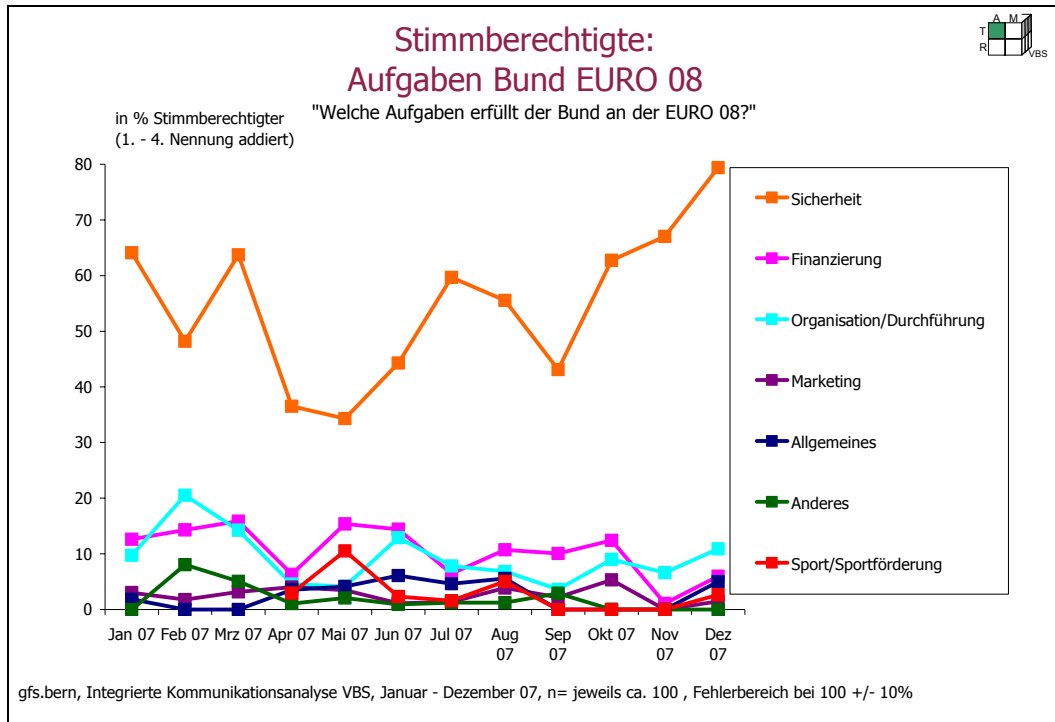
von 5.7 auch im Dezember 07 auf einem mässigen Stand. Die leicht erhöhte Unterstützung von Friedensförderungseinsätzen zwischen Oktober 07 und November 07 hat sich nicht als Trend bestätigt.

Grafik 22:



Das Thema Sicherheit dominiert die wahrgenommenen Aufgaben des Bundes bei der EURO 08 klar vor anderen möglichen Aufgaben, und zwar für die Stimmberechtigten gleich wie für die anderen Anspruchsgruppen. Die Tendenz hat sich in den letzten vier Monaten sogar zunehmend in Richtung Sicherheit an der EURO 08 als Bundesaufgabe entwickelt und hat Ende 2007 einen Höchstwert erreicht.

Grafik 23:



4.4. Wahrnehmung der Akteure

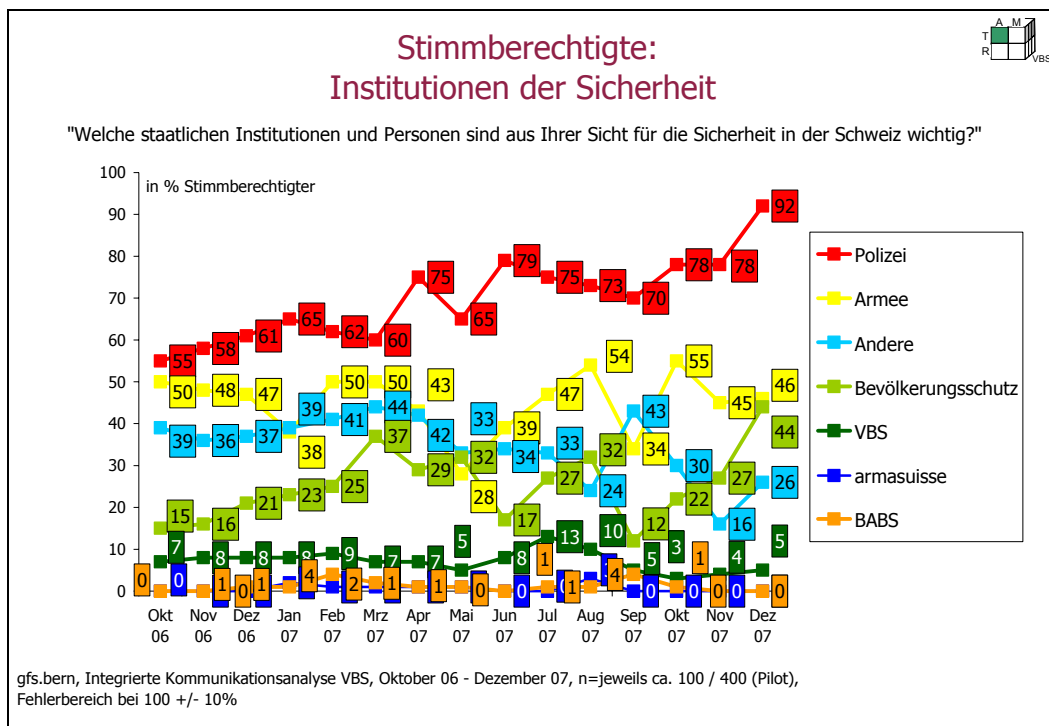
Die Polizei ist 2007 von den Stimmberechtigten als deutlich wichtigerer Sicherheitsakteur der Schweiz wahrgenommen worden als die Armee.

Im Trend hat die Polizei als wahrgenommener Sicherheitsakteur zwischen 2006 und 2007 bei den Stimmberechtigten zugelegt, während die Nennhäufigkeit der Armee als Sicherheitsakteur mehrmals im Jahr 2007 sehr gering war. Im Mittel hat sich aber das Gewicht im Vergleich der beiden Jahre 2007 und 2006 kaum verändert. Kurzfristig ist trotz verstärktem Interesse an der Armee zwischen November 07 und Dezember 07 deren Nennhäufigkeit nicht gestiegen.

Die Armee wird auch von den Mitarbeitenden und den Meinungsführenden etwas seltener als die Polizei genannt. Die Differenz ist allerdings weniger stark ausgeprägt als bei den Stimmberechtigten. Die Angehörigen der Armee selbst nennen ebenfalls die Polizei deutlich häufiger als die Armee als Sicherheitsinstitution.

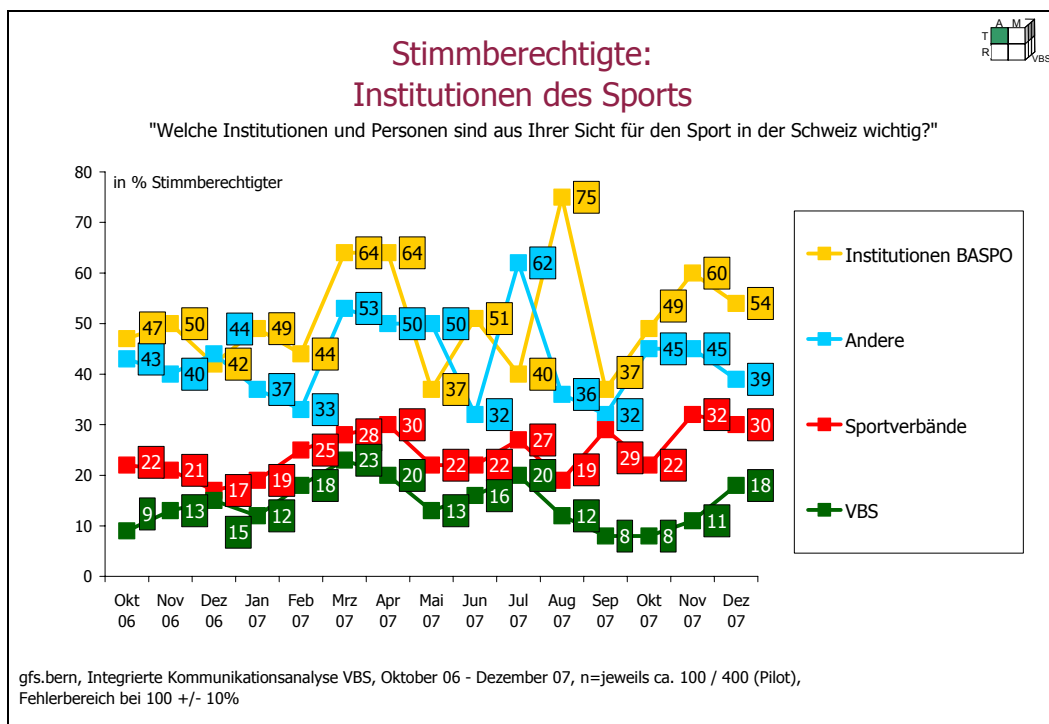
Der Bevölkerungsschutz hat dagegen im Dezember 07 den bisher grössten Nennanteil in der Befragungsserie bei den Stimmberechtigten erreicht. Das BABS wird dagegen fast nie genannt.

Grafik 24:



Insbesondere dank J+S sowie Magglingen steht das BASPO aus Sicht der Bevölkerung mit seinen Institutionen an erster Stelle der für die Schweiz wichtigen Sportinstitutionen.

Grafik 25:

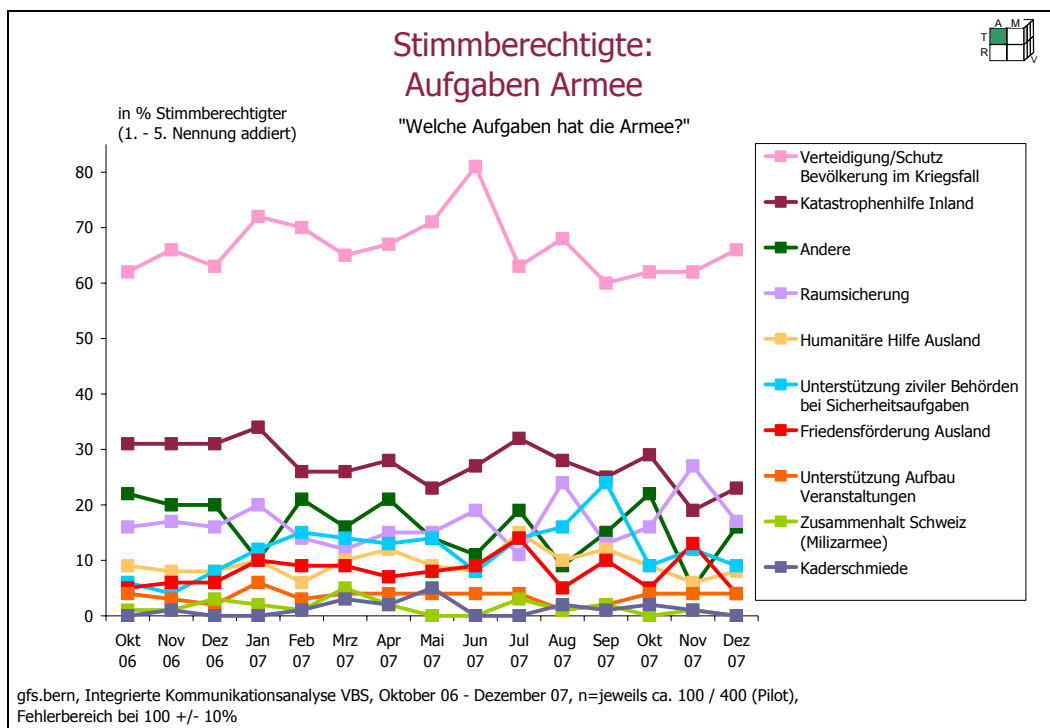


4.5. Aufgaben der Akteure

4.5.1. Aufgaben Armee

Bei den Stimmberechtigten, den Mitarbeitenden und den AdA dominieren klar die Verteidigung und der Schutz der Bevölkerung im Kriegsfall als zugeschriebene Armeeaufgaben. Die Katastrophenhilfe im Inland ist für die Stimmberechtigten knapp und für die AdA relativ klar die zweitwichtigste Aufgabe. Die Raumsicherung folgt an dritter Stelle bei den Stimmberechtigten. Für die AdA spielt auch die Unterstützung ziviler Behörden bei Sicherheitsaufgaben eine relativ wichtige Rolle. Die Meinungsführenden betrachteten diese subsidiären Aufgaben gemeinsam mit der Verteidigung im letzten Quartal erstmals als wichtigste Aufgabe. Die Verteidigung wurde von den Meinungsführenden im Jahresverlauf tendenziell etwas weniger häufig genannt.

Grafik 26:

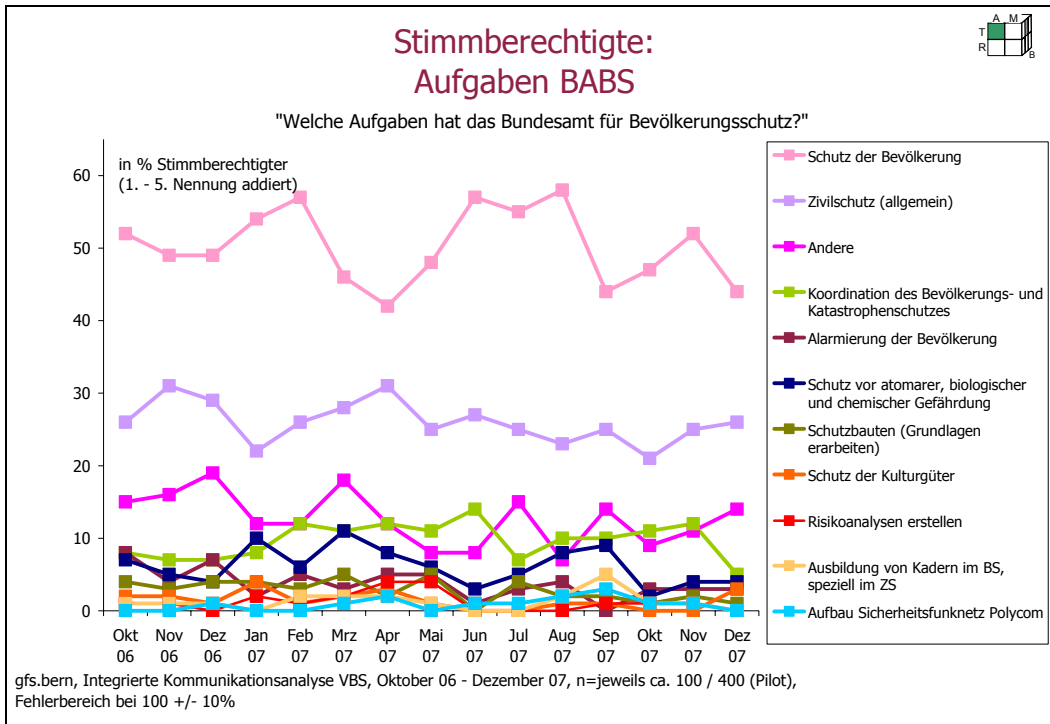


4.5.2. Aufgaben BABS

Die Beurteilung der Aufgaben des BABS fällt allgemein schwer; hohe Anteile Unschlüssiger mit entsprechenden Schwankungen beim Anteil der inhaltlichen Nennungen gibt es vor allem unter den Stimmberechtigten.

Der Schutz der Bevölkerung steht noch vor dem Zivilschutz an erster Stelle der inhaltlichen Nennungen der Stimmberechtigten. Zeitlich gibt es keine systematische Veränderung. Die Koordination des Bevölkerung- und Katastrophenschutzes ist bei den Mitarbeitenden an dritter Stelle der inhaltlichen Nennungen. Bei den Meinungsführenden ist diese Aufgabe im letzten Quartal 2007 verstärkt genannt worden.

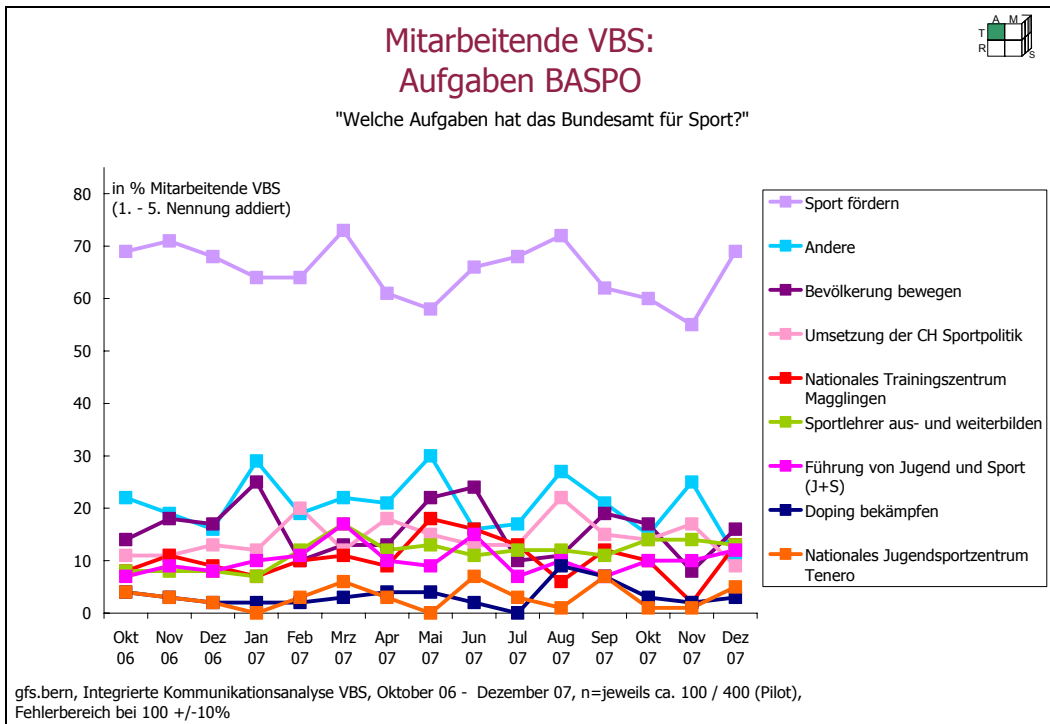
Grafik 27:



4.5.3. Aufgaben BASPO

Beim Bundesamt für Sport dominiert eine Aufgabe alle anderen: Die Förderung des Sports. Dies gilt für alle Anspruchsgruppen.

Grafik 28:

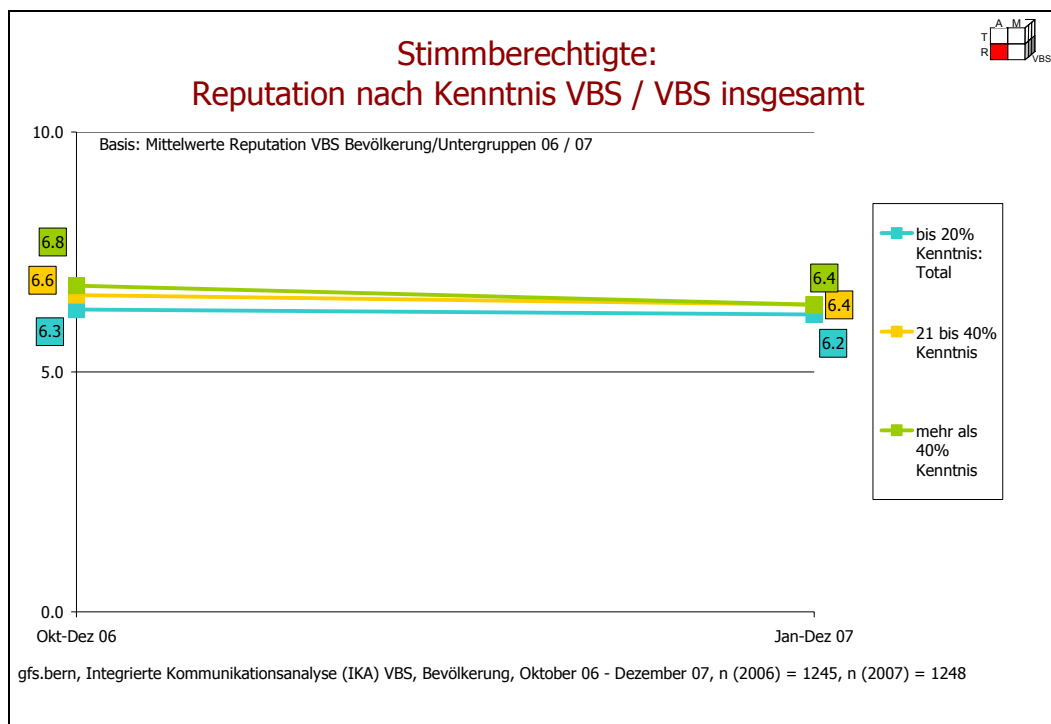


4.6. Bewertung der Reputationsfaktoren

4.6.1. Das VBS insgesamt

Die (gesamte) Reputation des VBS ist bei den Stimmberechtigten im Jahresvergleich minimal gesunken (von 6.4 auf 6.3). In den meisten Untergruppen ist der Rückgang in ähnlichem Mass feststellbar. Vor allem bei Stimmberechtigten mit hoher Kenntnis des VBS zeigt sich eine Abnahme. Das bedeutet, dass insbesondere die Meinungen der Involvierten kritisch geworden sind.

Grafik 29:



Die Segmentierung der Anspruchsgruppen mit Hilfe des Answer-Tree-Verfahrens zeigt die hauptsächlichen Gruppenunterschiede bezüglich der Reputation des VBS. Dafür werden alle Anspruchsgruppen gemeinsam analysiert. Das Verfahren hilft, statistisch relevante Segmentierungen vorzunehmen. Ein Resultat vorneweg: Nur unter Mitarbeitenden hat das Geschlecht einen bedeutenden Einfluss: Im VBS angestellte Frauen urteilen besser über das VBS als Männer. In allen anderen Analysen ist das Geschlecht keine bedeutende Segmentierungskategorie.

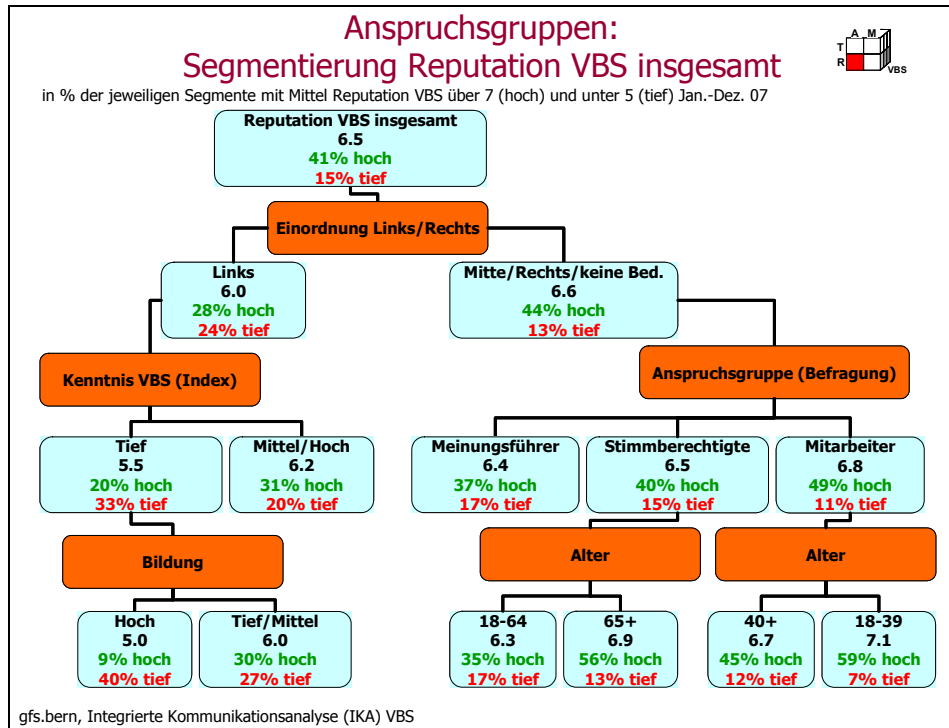
Die stärksten Unterschiede in der Einschätzung der Reputation zeigen sich entlang der Links-/Rechts-Positionierung der Befragten, unabhängig davon, ob sie Mitarbeitende, Stimmberechtigte oder Meinungsführende sind.

Gegenüber dem VBS kritischere Befragte positionieren sich selbst links, haben eine tiefe Kenntnis des VBS und verfügen über eine hohe Bildung.

Eine Rolle spielen die im Auftrag definierten Anspruchsgruppen, sofern sie sich selbst in der Mitte oder rechts positionieren. Die höchste Reputation hat das VBS hier bei den

Mitarbeitenden; bei den Stimmberechtigten und den Meinungsführenden ist sie auf vergleichbarem Niveau. Bei den zwei letztgenannten Gruppen ist das Alter entscheidend, allerdings mit genau umgekehrtem Effekt: Junge rechts stehende Mitarbeitende haben ein besonders gutes, junge rechts stehende Stimmberechtigte ein eher schlechtes Bild des VBS. Die im Vergleich zu älteren Mitarbeitenden gute Reputation bei den jüngeren Mitarbeitenden ist ein Hinweis auf Reputationsprobleme des VBS bei den erfahrenen Mitarbeitenden.

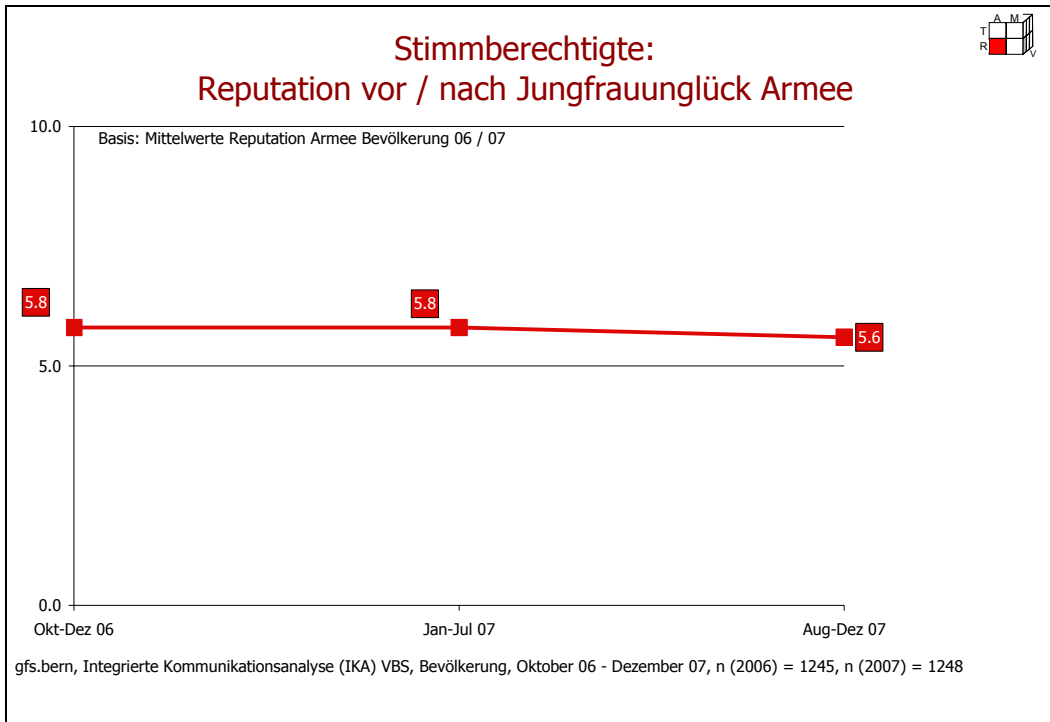
Grafik 30:



4.6.2. Die Armee

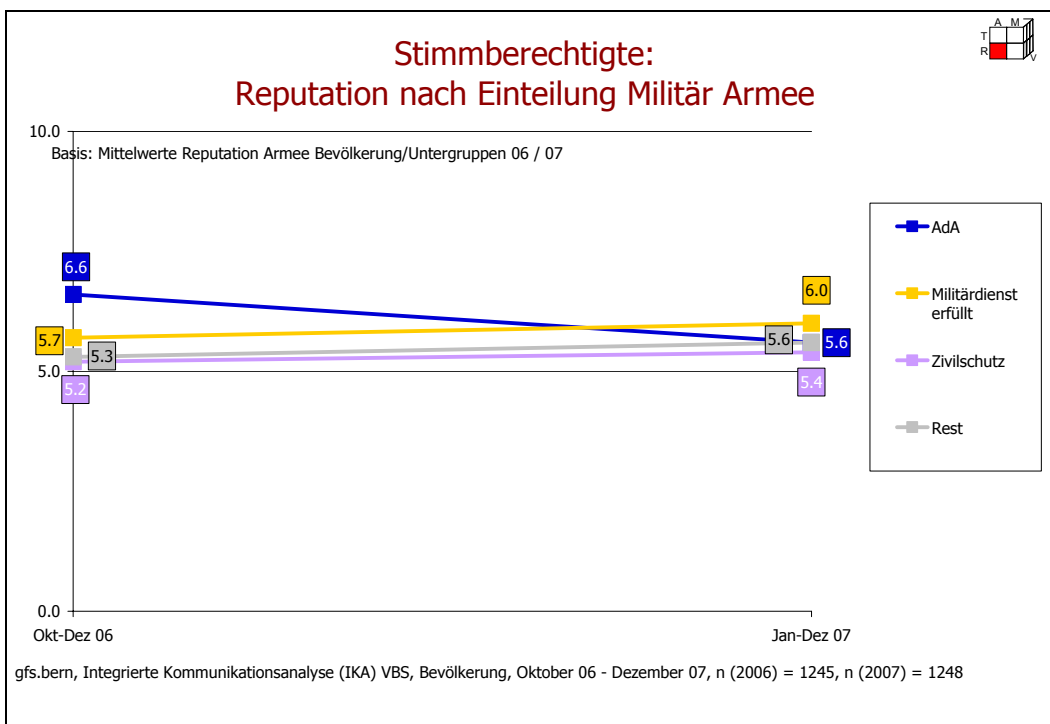
Auch die Beurteilung der Armee ist im Jahresvergleich nur marginal gesunken (von 5.8 auf 5.7). Vergleicht man die Reputation der Armee allerdings differenziert in den Phasen vor und nach dem Jungfrauunglück, gibt es Hinweise auf einen Reputationsdruck in der zweiten Hälfte 2007.

Grafik 31:



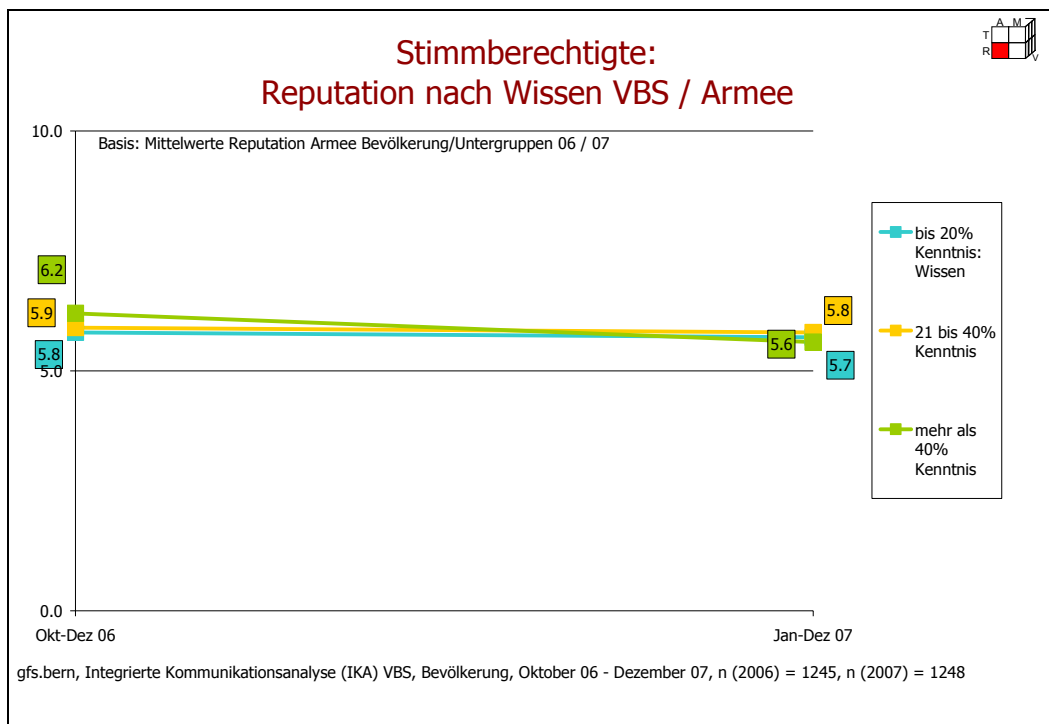
Offensichtlich ist der Rückgang bei den Armeeingehörigen im Jahr 2007, die neu kritischer urteilen als Personen, die den Militärdienst erfüllt haben. AdA waren im aktuellen Jahr (2007) gleich kritisch wie Personen, die nie Militärdienst geleistet haben.

Grafik 32:



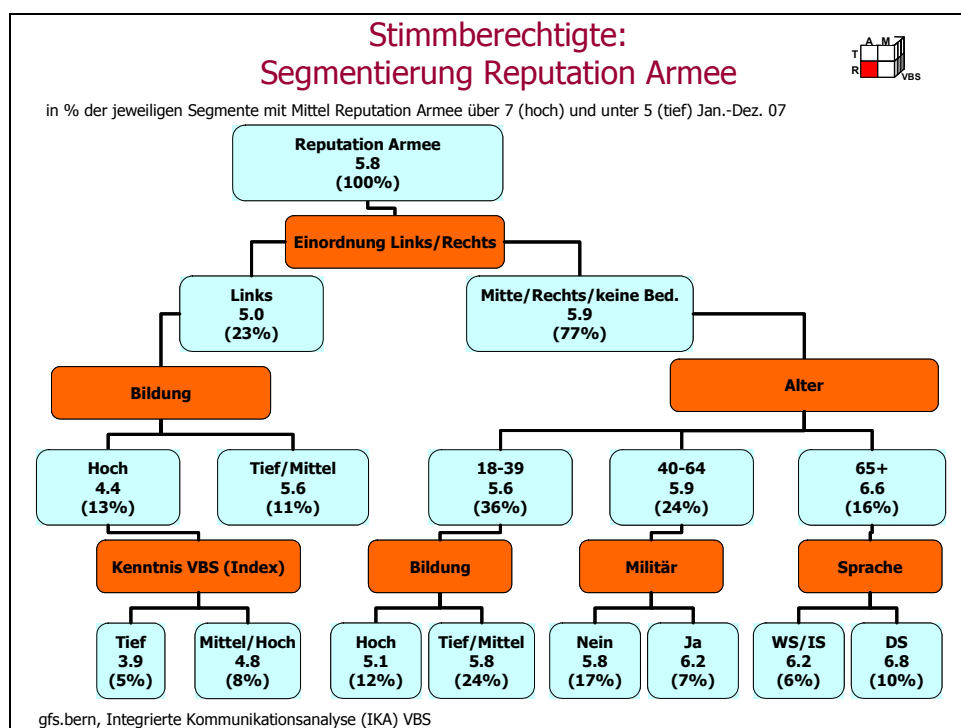
Vergleichbar ist das Resultat bei Personen, die hohe Kenntnis des VBS haben. 2006 war die Reputation in dieser Gruppe etwas höher als bei Personen mit tiefer Kenntnis; 2007 ist dies nun nicht mehr der Fall.

Grafik 33:



Die Segmentierung der Armee-Reputation (nur unter Stimmberechtigten) zeigt ein ähnliches Bild. Die kritische Kerngruppe bilden Personen mit hoher Bildung, tiefer Kenntnis des VBS und einer linken Grundhaltung. Mitte-Rechts ist das Alter entscheidend: Jüngere haben ein eher schlechtes Bild. Dies ist akzentuiert bei Personen mit hoher Bildung. Im mittleren Alter ist die Frage wichtig, ob jemand Militärdienst geleistet hat oder nicht. Im hohen Alter wird auch die Sprachregion wichtig: In der deutschsprachigen Schweiz ist die Reputation höher.

Grafik 34:

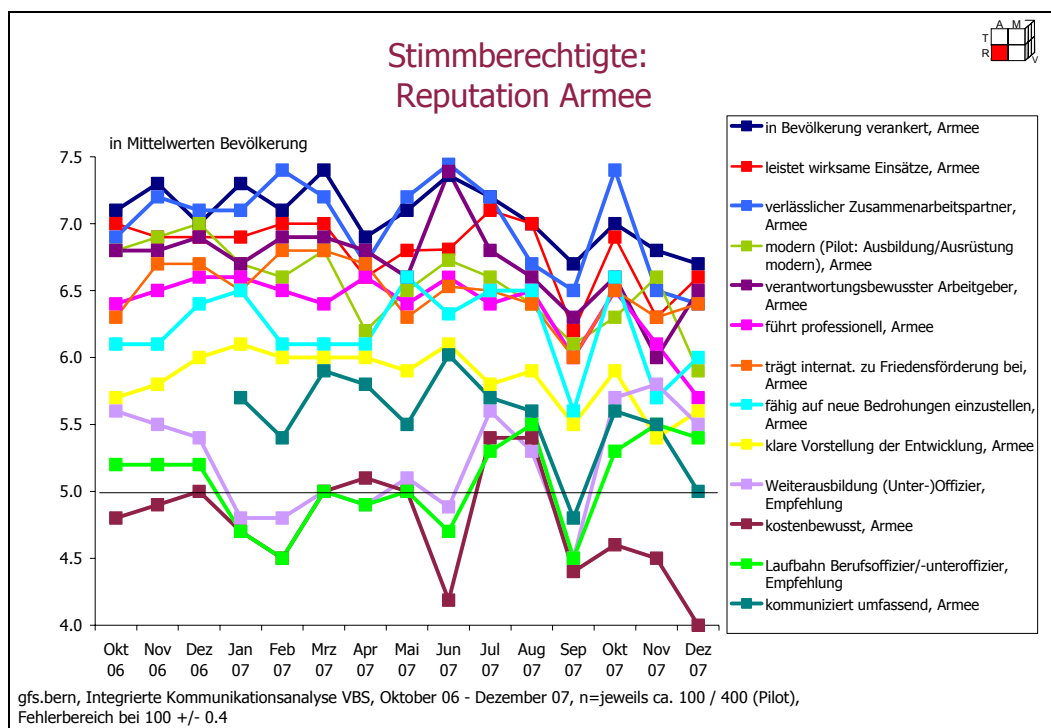


In der Tendenz differenziert sich bei älteren Personen, die Mitte-Rechts stehen, die Reputation sogar noch etwas nach dem Befragungszeitraum: Nach dem Jungfrauunglück dürfte sich bei rechts stehenden älteren Personen die Reputation verschlechtert haben. Es wäre wie auch beim Jahrestrend ein Hinweis darauf, dass bei Personen, die traditionell das VBS besonders gut einschätzen und hohe Kenntnis davon haben, die Reputation des VBS seit dem Lawinenunglück unter Druck geraten ist.

Seit den bisherigen Tiefstwerten bei der Reputation im September 07 prüfen wir, ob die Wahrscheinlichkeit kritischer Urteile wegen indirekter Wirkungen des Lawinenunglücks zugenommen hat. Dies war im Oktober 07 allerdings nicht der Fall. Damals standen Einsätze bei der Themenwahrnehmung der befragten Stimmberechtigten im Vordergrund.

Mit der Waffenthematik, die im Umfeld des Mords am Höneggerberg an Relevanz für das VBS gewonnen hat, kann nun ein weiteres Issue die Wahrnehmung verschlechtern. In der Tat sind die Urteile bei den Reputationsfaktoren, die im Allgemeinen der Armee relativ deutlich zugeschrieben werden, weiterhin kritischer. Die kritische Entwicklung gilt auch für Reputationsfaktoren, bei denen die Armee in ihrem Bezug zu Partnern und zur Bevölkerung gesehen wird, wie beispielsweise bei der Verankerung in der Bevölkerung und bei der Verlässlichkeit als Zusammenarbeitspartner.

Grafik 35:



Zwischen November 07 und Dezember 07 zeichnen sich weitere kritische Entwicklungen ab: Die Modernität, die Kommunikation und die Führung werden in Frage gestellt. Dies sind alles Faktoren, die von Teilen der Befragten unmittelbar mit der Waffenthematik in Verbindung gebracht werden könnten.

Andere Faktoren kamen im momentan kritischeren Umfeld weniger unter Druck: Die Wirksamkeit der Einsätze, der Beitrag zur internationalen Friedensförderung und die klare Vorstellung der Entwicklung. Allerdings gelang es bei diesen eher politischen Re-

putationsfaktoren der Armee trotz klarer Deproblematisierung der Reformthemen nicht, im Verlauf des Jahres 2007 stärker zu überzeugen. Genau dies hatte sich Anfang 2007 eher noch abgezeichnet. Zum jetzigen Zeitpunkt können davon keine Effekte mehr abgeleitet werden. Damit konnten allfällige Reputationsverbesserungen durch die Annahme des Entwicklungsschrittes 08/11 nicht realisiert werden.

Das Kostenbewusstsein ist strukturell einer der am kritischsten beurteilten Faktoren und wurde in den letzten Monaten eher noch mehr in Frage gestellt. Er wurde im Dezember 07 nochmals kritischer beurteilt als bisher.

Statisch betrachtet gilt die Armee aber weiterhin als in der Bevölkerung verankert und sie punktet bei der Wirksamkeit der Einsätze. Sie gilt auch eher als verantwortungsbewusster Arbeitgeber.

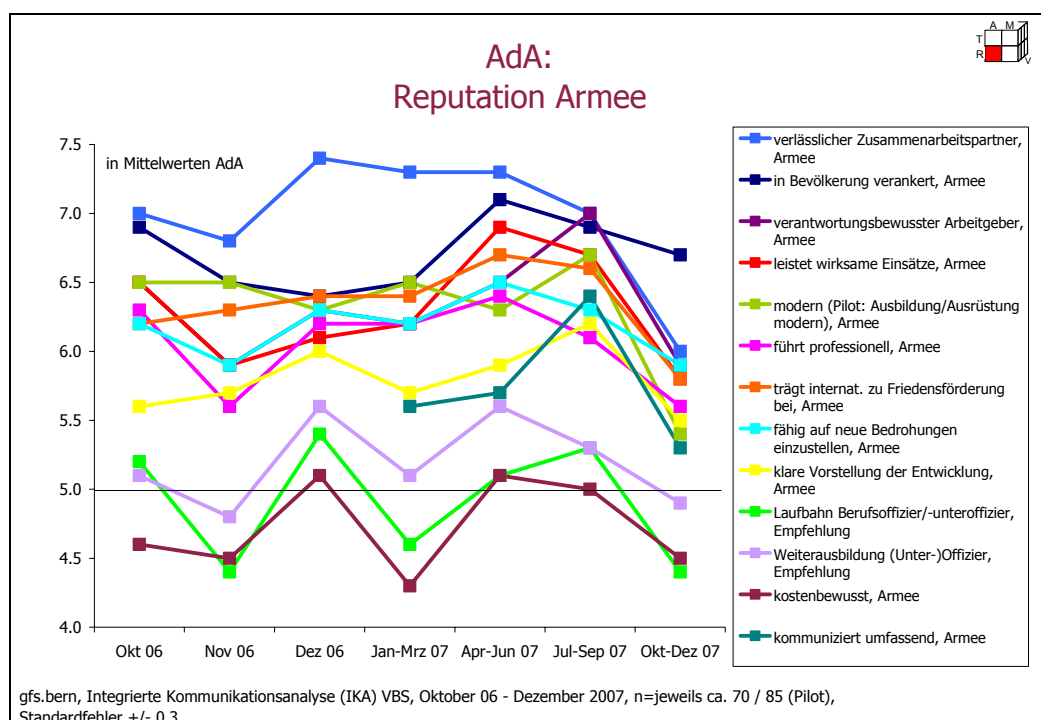
Es gelingt ihr deutlich schlechter, eine klare Vorstellung der Entwicklung breit zu vermitteln, ihre Kommunikation wird in Frage gestellt und eine Weiterbildung zum (Unter-)Offizier oder eine Berufslaufbahn in der Armee erscheinen nicht sehr attraktiv. Das Kostenbewusstsein wird kritisch bewertet.

Für die These einer unter Druck geratenen Armee-Reputation sprechen auch die Urteile der Armeeingehörigen im letzten Quartal.

Deutlich zurückhaltender sind beispielsweise die Urteile bezüglich Modernität, Kommunikation, Verlässlichkeit als Zusammenarbeitspartner und bezüglich Vorstellung der Entwicklung.

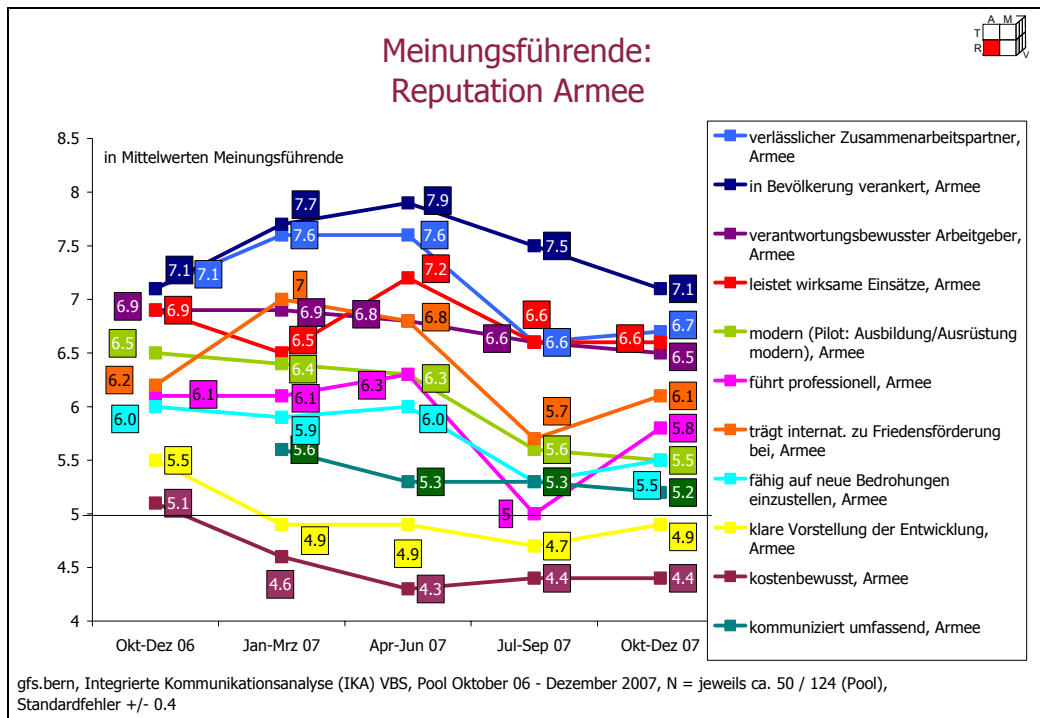
Der Einbruch ist nochmals ausgeprägter als im November 06 nach dem abgelehnten Entwicklungsschritt 08/11. Gewisse kritische Entwicklungen zeichneten sich bereits im dritten Quartal ab, wobei die Juli-07-Befragung der Armeeingehörigen vor dem Lawineneinbruch stattfand.

Grafik 36:



Die Juli-07-Befragung der Meinungsführenden fand nach dem Lawinenunglück statt. Die durchschnittlichen Urteile des dritten Quartals waren bereits eher kritischer und haben sich seither nicht deutlich erholt. Dies spricht für eine mögliche Reputationswirkung des Jungfrauunglücks, da in der ersten Jahreshälfte 2007 eher bessere Urteile abgegeben wurden. Auch hier sind die Verankerung in der Bevölkerung und die Verlässlichkeit als Zusammenarbeitspartner erwähnenswert. Bei beiden Faktoren ist man zurückhaltender als im ersten Halbjahr 2007 und sogar kritischer als im letzten Quartal 06, als der Entwicklungsschritt 08/11 abgelehnt wurde.

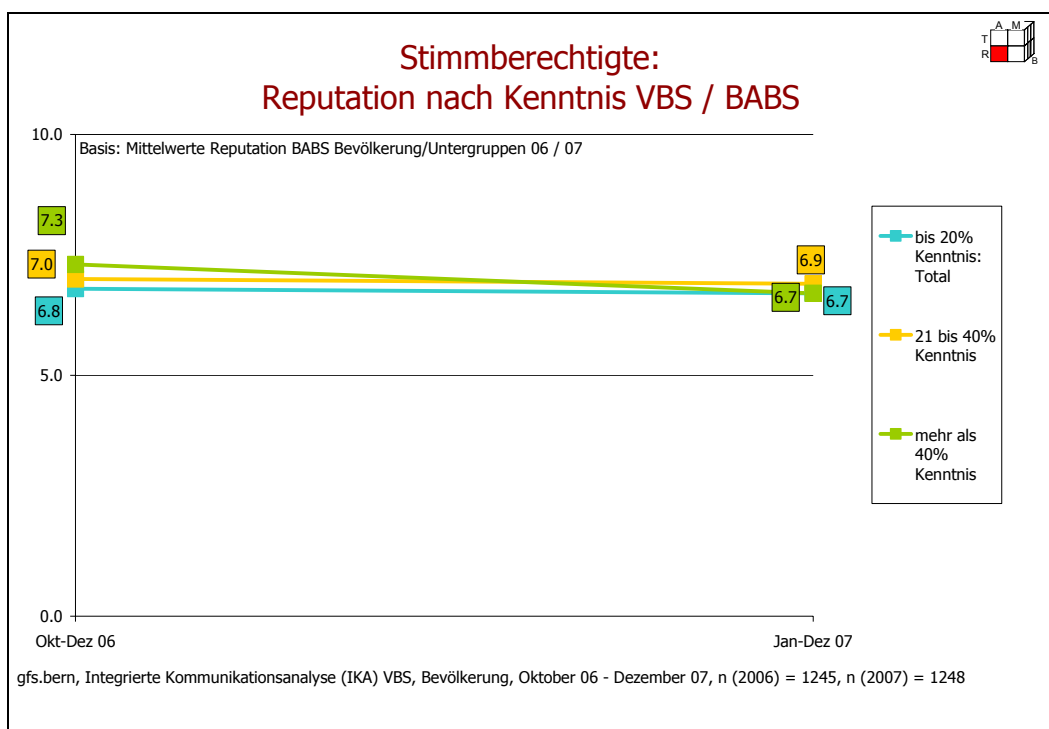
Grafik 37:



4.6.3. Das BABS

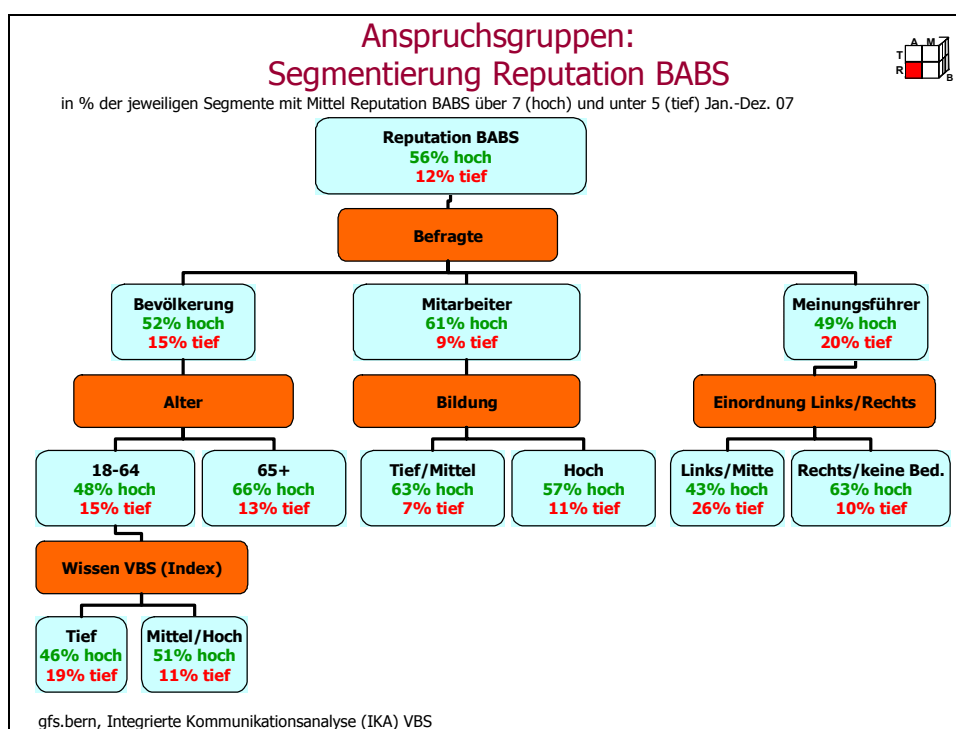
Auch beim BABS bestätigen sich kritischere Urteile bei Stimmberechtigten mit hoher Kenntnis über das VBS. Die Reputation ging im Schnitt minimal zurück: Von 6.9 im Jahr 2006 auf 6.8 im Mittel des Jahres 2007. Damit ist die Reputation des BABS weiterhin klar höher als diejenige der Armee.

Grafik 38:



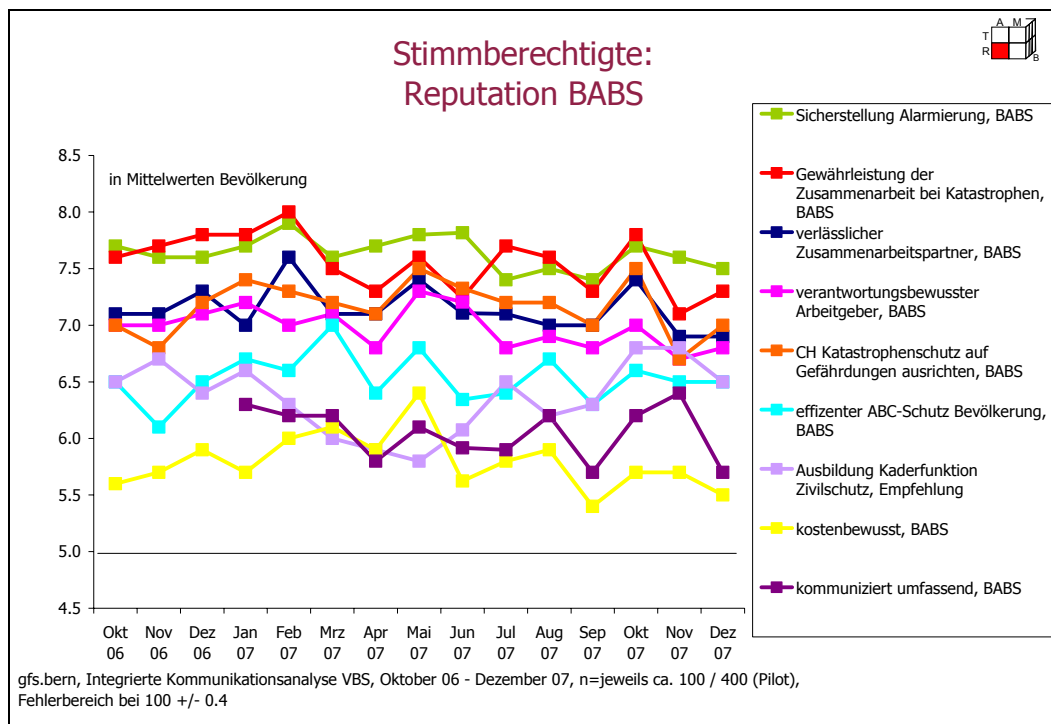
Die klarste Differenzierung von Untergruppen beim BABS verläuft genau anhand der drei Anspruchsgruppen: Mitarbeitende haben ein besonders gutes und die Bevölkerung ein mittleres Bild. Erhöhte Anteile der Meinungsführenden sind kritisch; das gilt bei den Meinungsführenden vor allem für links und in der Mitte positionierte Personen. Ältere Stimmberechtigte haben ein besonders gutes Bild, jüngere mit wenig Wissen über das VBS ein besonders schlechtes Bild des BABS.

Grafik 39:



Stabiler als bei der Armee ist das Bild bei den Reputationsfaktoren des BABS, welches im 2007 kaum Medienpräsenz erreichte. Im Umfeld der Einsätze der Armee und der Bevölkerungsschutzpartner vor allem im Inland waren die Urteile noch eher etwas besser. Aktuell sind die Urteile aber leicht kritischer als in den meisten vorangehenden Monaten. Die allgemeine Themenlage rund um die Armee bringt möglicherweise auch die Reputation des BABS etwas unter Druck. Die Alarmierung und die Gewährleistung der Zusammenarbeit bei Katastrophen werden dem BABS dennoch recht verbreitet zugeschrieben.

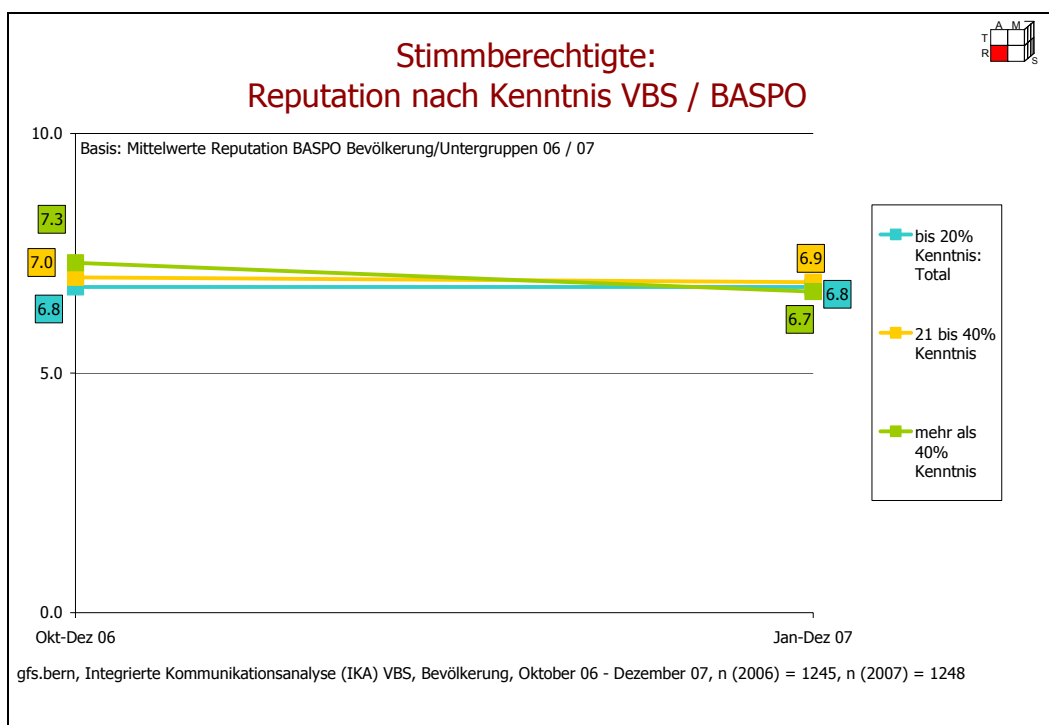
Grafik 40:



4.6.4. Das BASPO

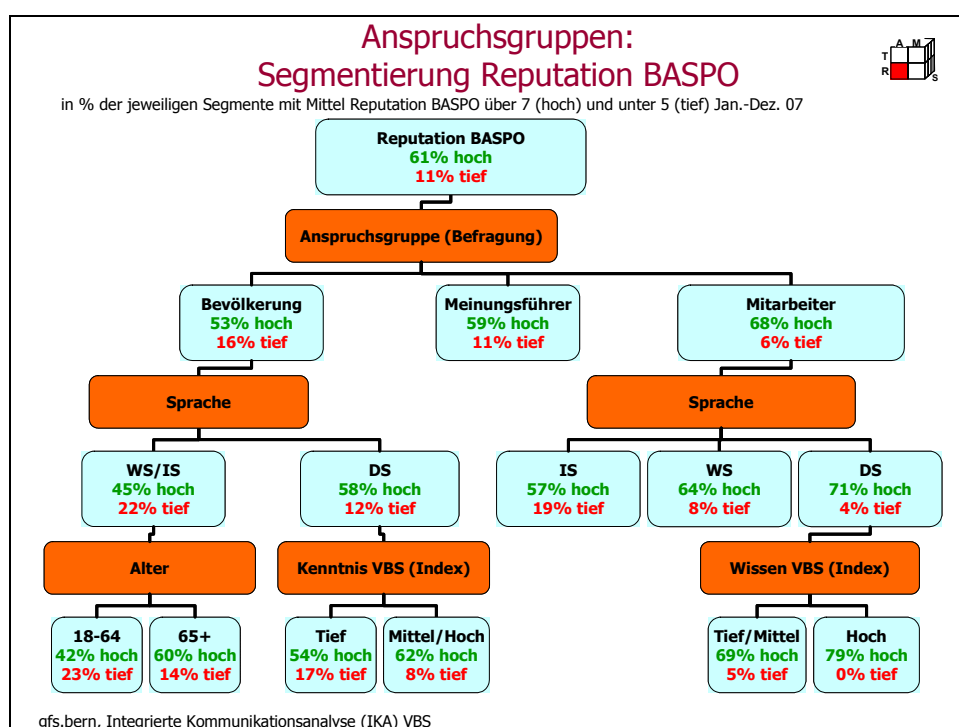
Auch beim BASPO ist die Reputation im Jahresvergleich minimal rückläufig. Gleich wie beim BABS sank sie auch hier von 6.9 im Jahr 2006 auf 6.8 im Mittel des Jahres 2007. Die Urteile über das BASPO sind damit ebenfalls höher als über die Armee. Auch hier ist der Rückgang bei Personen mit hoher Kenntnis des VBS überproportional.

Grafik 41:



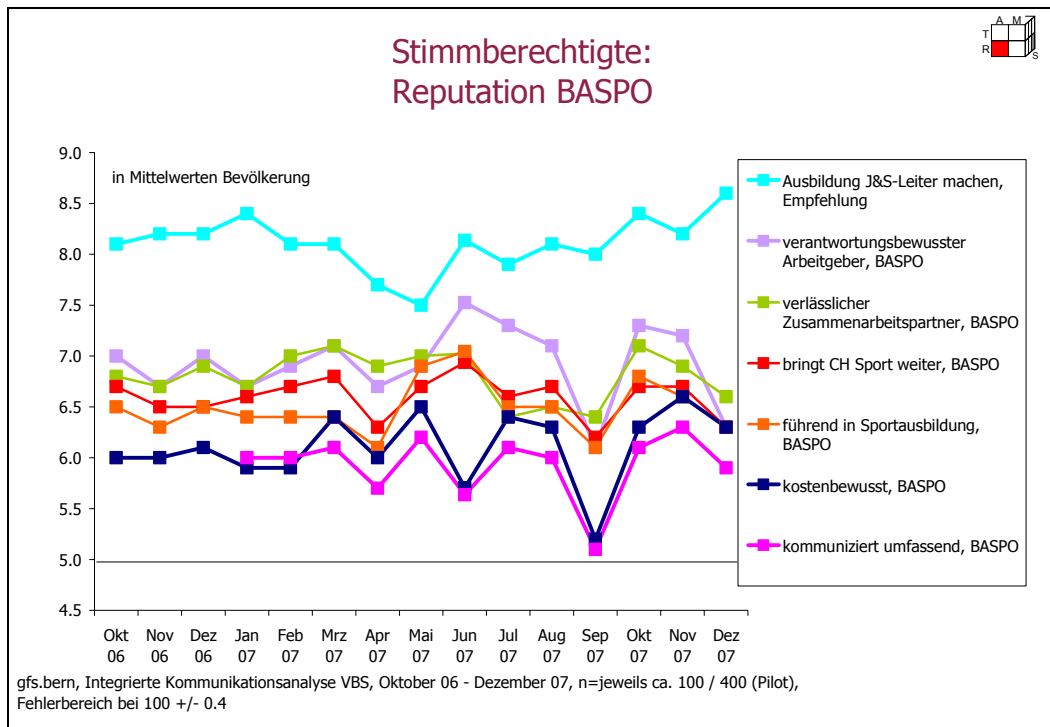
Erneut differenziert sich die Reputation des BASPO zunächst nach den Anspruchsgruppen. Die befragten Meinungsführenden denken besser über das BASPO als die Bevölkerung. Auf zweiter Ebene ist die Sprachregion offenbar wichtig: Sowohl bei den Mitarbeitenden als auch bei den Stimmberechtigten ist die Reputation in der deutschsprachigen Schweiz höher und in der lateinischsprachigen Schweiz niedriger. Die kritischste Gruppe sind junge Stimmberechtigte der lateinischsprachigen Schweiz.

Grafik 42:



Während kritischere Urteile über die Armee seit September 07 wahrscheinlicher erscheinen, waren die besonders kritischen Urteile über das BASPO im September 07 einmalig und haben sich im letzten Quartal 07 nicht wiederholt. Erneut sind die kurzfristigen Tendenzen minimal kritischer, was wiederum mit der allgemeinen Themenlage in Verbindung stehen könnte. Die Urteile über das BASPO sind aber im Allgemeinen positiv und weitgehend stabil.

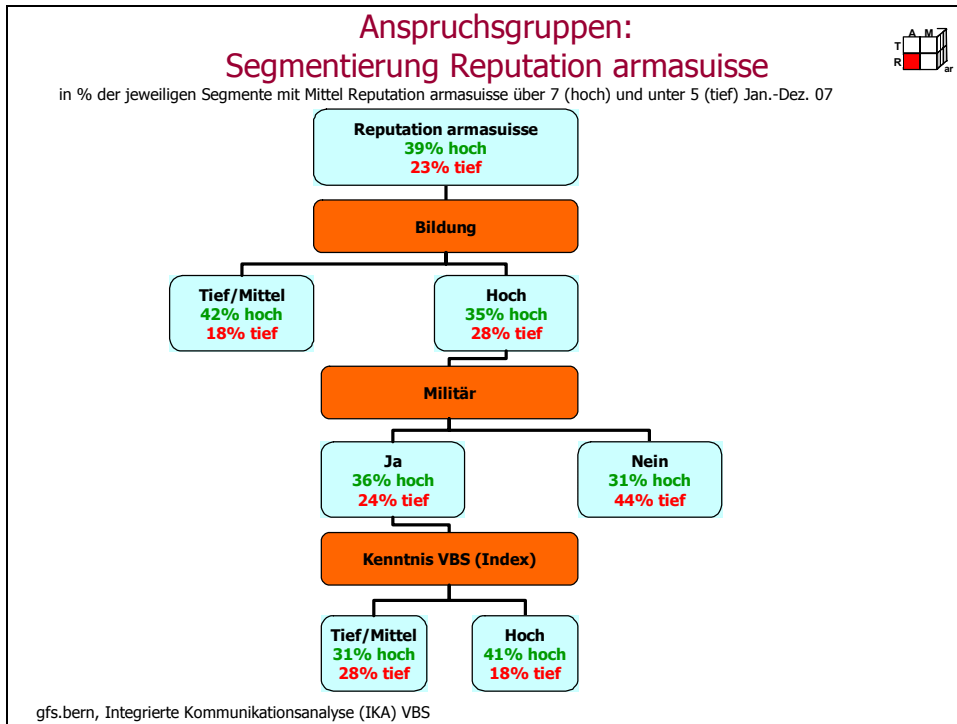
Grafik 43:



4.6.5. Die armasuisse

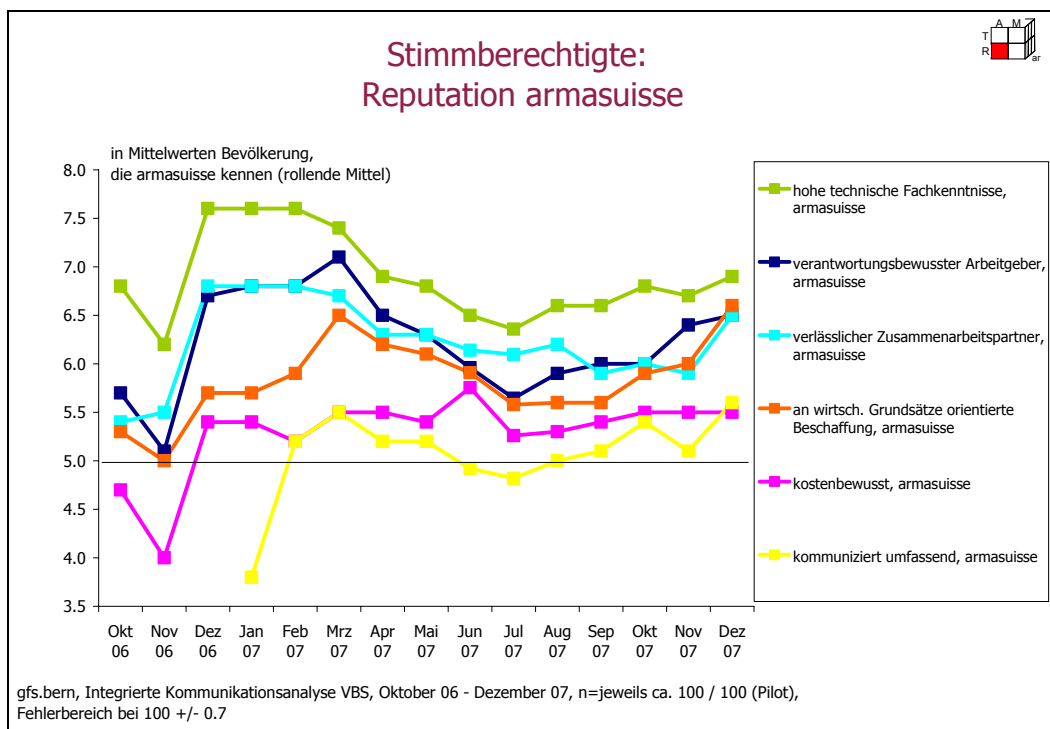
Bei der armasuisse denken Personen mit hoher Bildung, die nicht im Militär sind resp. waren, besonders kritisch.

Grafik 44:



Nachdem in der ersten Jahreshälfte 07 der Trend bei armasuisse kritisch war, bewegen sich die Urteile seit dem Tiefststand im Juli 07 wieder eher nach oben. Die allgemeine Themenlage des zweiten Halbjahres wirkte sich nicht erkennbar auf die Entwicklung der Reputationsfaktoren von armasuisse aus.

Grafik 45:



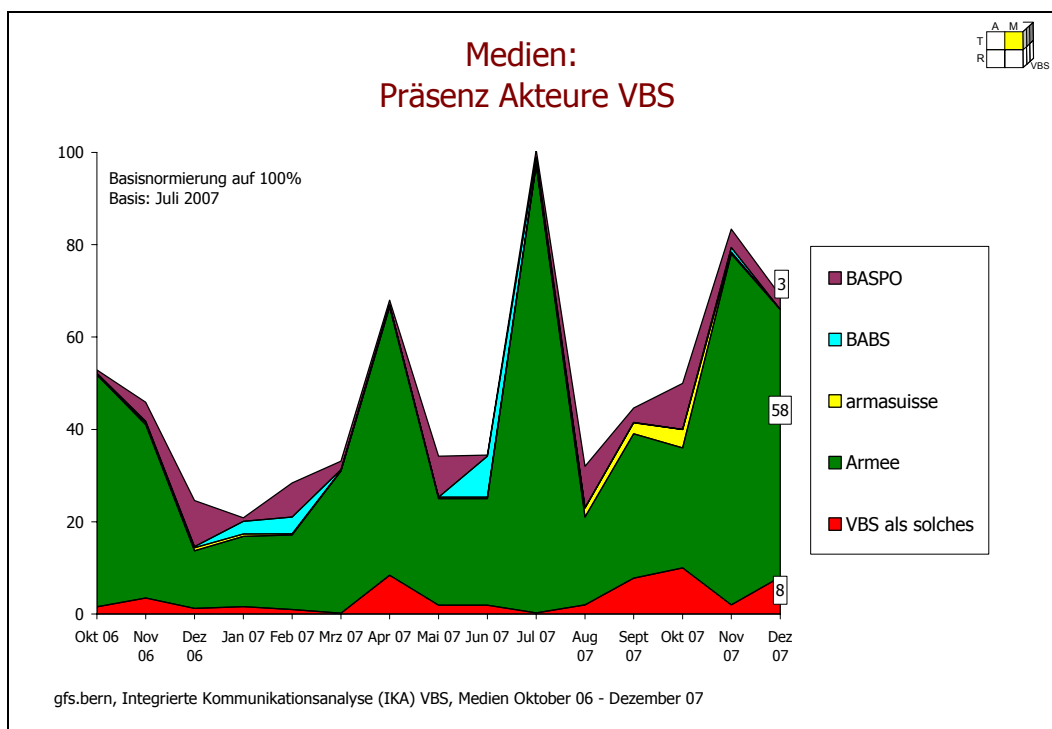
5. Medienanalyse

5.1. Präsenz der einzelnen Bereiche und Hauptthemen

Bereits im November 07 wurde nach dem Tötungsdelikt am Höneggerberg eine hohe Anzahl Medienberichte erfasst. Die kritische Diskussion setzte sich im Dezember 07 fort. Samuel Schmid nahm aktiv an der Auseinandersetzung teil. Damit wurde die Armeewaffendebatte auch medial zur Chefsache. Gemeinsam mit dem Ausschluss von Samuel Schmid aus der SVP-Fraktion war der Chef VBS medial gleich doppelt präsent – einmal als Repräsentant des Bundesrats, einmal als Vertreter der Armee. Insgesamt brachte der Dezember 07 nach dem November 07 und dem Juli 07 (Lawinenunglück) die dritthöchste Medienpräsenz.

Nach der Bundesratswahl hat zwar die Waffendebatte etwas an Virulenz verloren, dies scheint aber nur die Ruhe vor dem Sturm zu sein. Der Mord am Höneggerberg brachte die Politisierung dieser Frage, die wir auch in der Befragung der Stimmberechtigten im Dezember 07 bestätigt sahen.

Grafik 46:

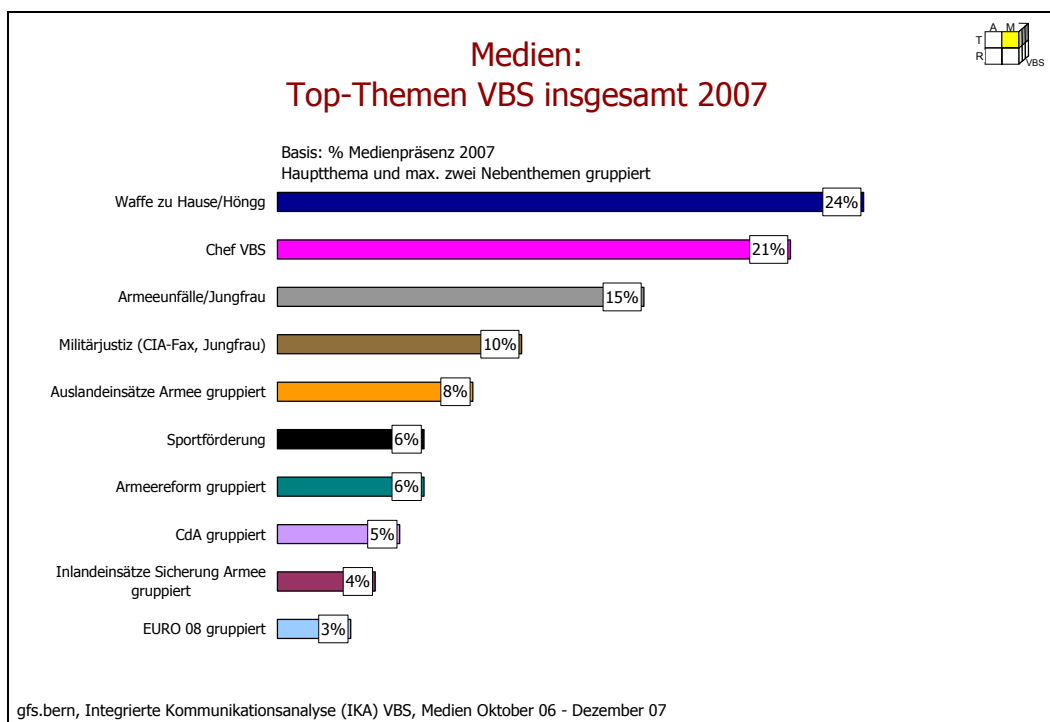


Die Jahresauswertung 2007 bringt das Thema Munition / Waffe zu Hause / Hönegg auf den ersten Platz. Das Thema wurde über das ganze Jahr hinweg in den Medien diskutiert und kam in 24% aller codierten Haupt- und Nebenthemen vor.

Personalisierte Darstellungen über Samuel Schmid als Vorsteher aller Departementsbereiche und in politischen Geschäften rund um das VBS erreichen den zweiten Platz der Themen. Gerade in den Hauptthemen Armeewaffe und Jungfrauunglück wurde direkt und personalisiert über den Chef VBS berichtet. Seine Person stand auch bei den Parlaments- und Bundesratswahlen stark im Fokus der medialen Aufmerksamkeit.

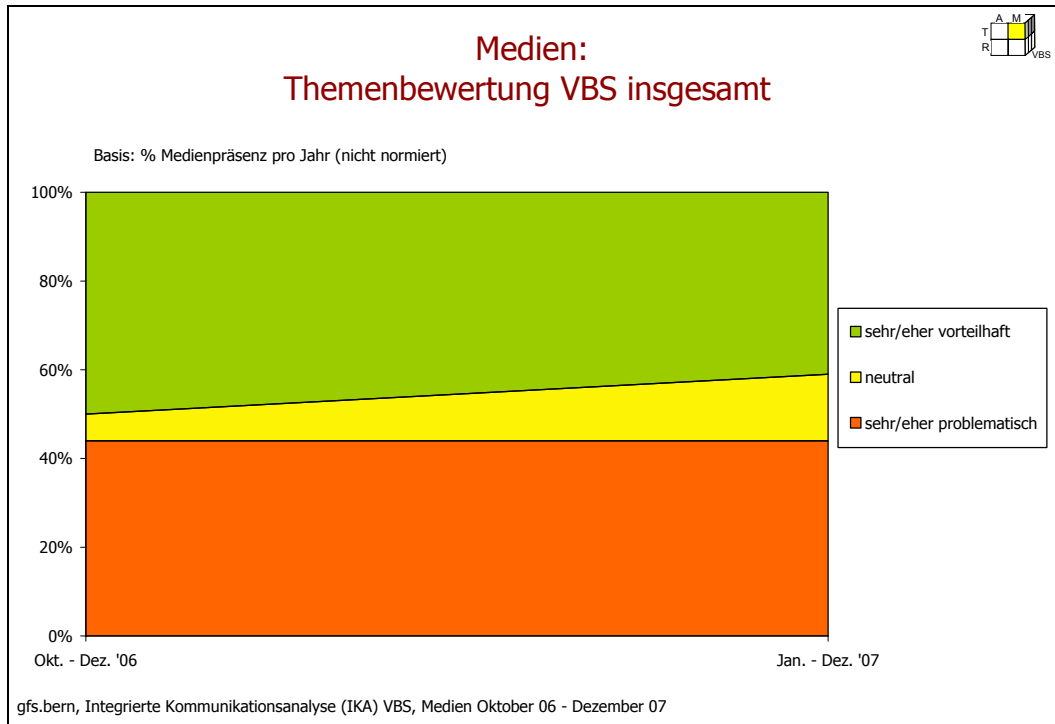
Das dritte Thema im Jahr 2007 waren die Armeeeunfälle, wobei die Medienpräsenz des Jungfrauunglücks alle anderen Unfälle – namentlich den Radpanzerunfall im Kosovo – deutlich übertraf. Im Unterschied zur Waffendebatte wurden allerdings Unfälle nicht weiter politisiert. Die Militärjustiz war im Rahmen der CIA-FaxAffäre und natürlich im Rahmen der Untersuchungen zum Jungfrauunglück ein grosses Thema des Jahres 2007. Dahinter folgen die Auslandseinsätze, die Sportförderung und die Armeereform. Die Armeereform war demnach deutlich weniger im Vordergrund als noch 2006. Christophe Keckeis mit provozierenden Äusserungen, seinem Rücktritt, der Buch-Affäre und auch mit seiner Nachfolge war das Thema Nummer 7 des VBS. Sicherungseinsätze der Armee und die EURO 08 erreichen noch knapp die Top-Ten.

Grafik 47:



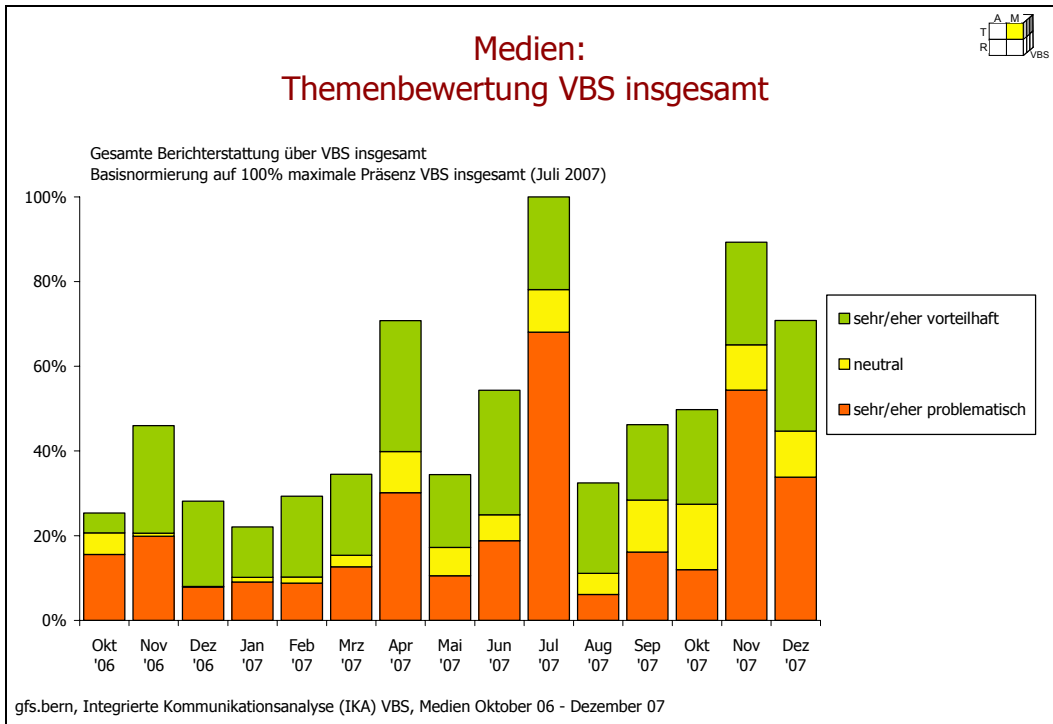
Vergleicht man das letzte Quartal 2006 mit der gesamten Präsenz 2007, so ist der Anteil problematischer Medienberichte nicht gestiegen, der Anteil positiver Themen aber auf Kosten neutraler Themen gesunken.

Grafik 48:



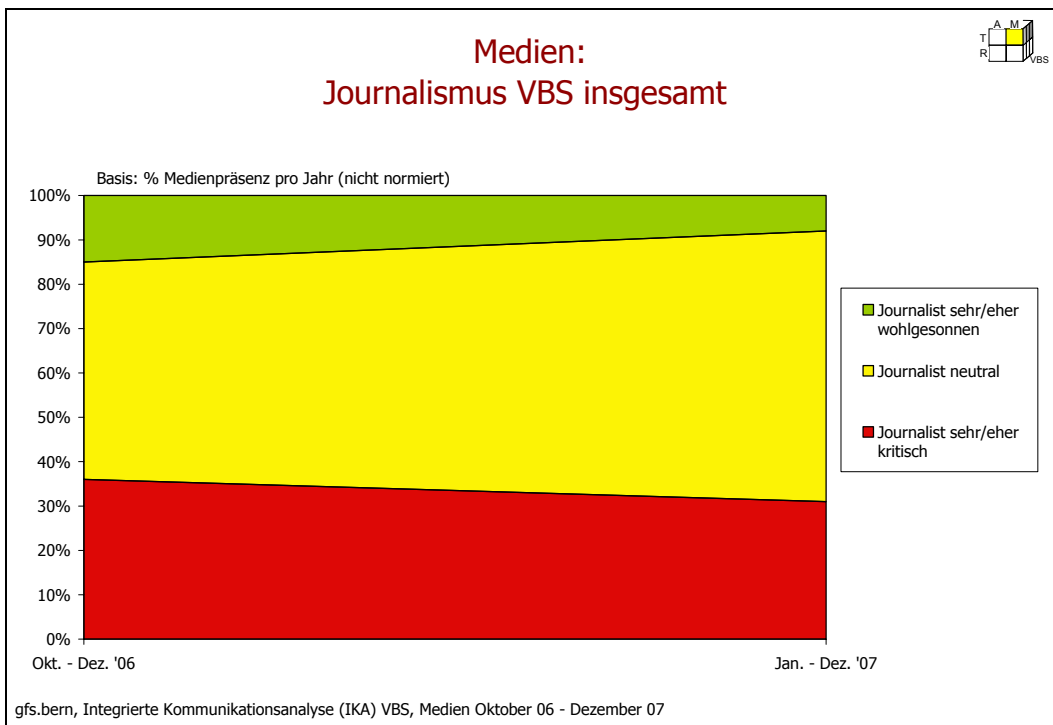
Der Auswertung nach Monaten, die auch die monatliche Präsenz dokumentiert (normiert), ist jedoch aufschlussreicher. Das letzte Quartal 2006 brachte eine kritische Präsenz im November 06. Das erste Quartal 07 war medial eher flau. Im April 07 wurde vor dem Hintergrund des Amoklaufs in Baden die Armeewaffendebatte diskutiert, und die CIA-Fax-Affäre wurde medial sehr kritisch aufgenommen. Nochmals kritischer wurde die Situation mit dem Lawinenunglück im Juli 07 und in den beiden letzten Monaten des Jahres 07 nach dem Mord am Höggerberg. Zwar war die Mediensituation mit der Lösung der Entwicklungsschrittdebatte politisch im ersten Quartal entspannt, die Unglücksfälle und die Mordanschläge mit Armeewaffen veränderten die Themenlage aber drastisch negativ.

Grafik 49:



Vergleicht man die einzelnen erfassten Medienberichte zwischen den beiden Jahren, so ist die journalistische Herangehensweise 2007 eher neutraler gewesen als im letzten Quartal 06. Trotz Entproblematisierung des Entwicklungsschrittes 08/11 sind aber auch weniger Medienberichte mit positiver Herangehensweise erfasst worden.

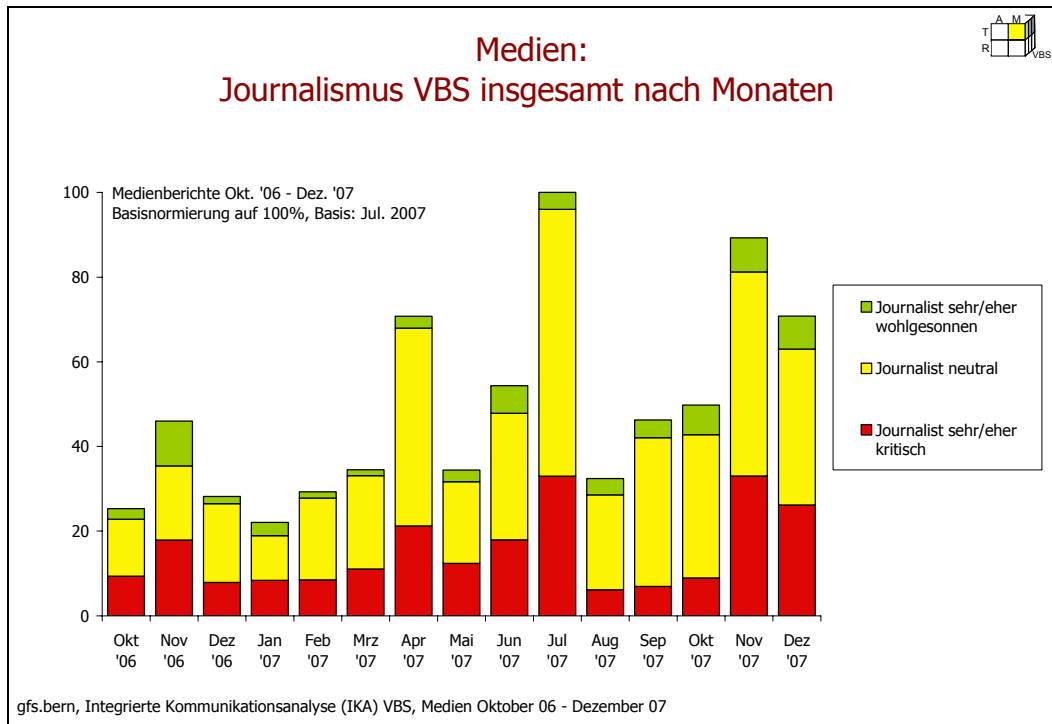
Grafik 50:



Die detaillierte normierte Monatsauswertung zeigt allerdings auf, dass – abgesehen vom Jungfrauunglück – die journalistische Herangehensweise vor allem dann besonders kri-

tisch war, wenn die Armeewaffendebatte herangezogen wurde. Das gilt sogar für das Jahr 2006.

Grafik 51:

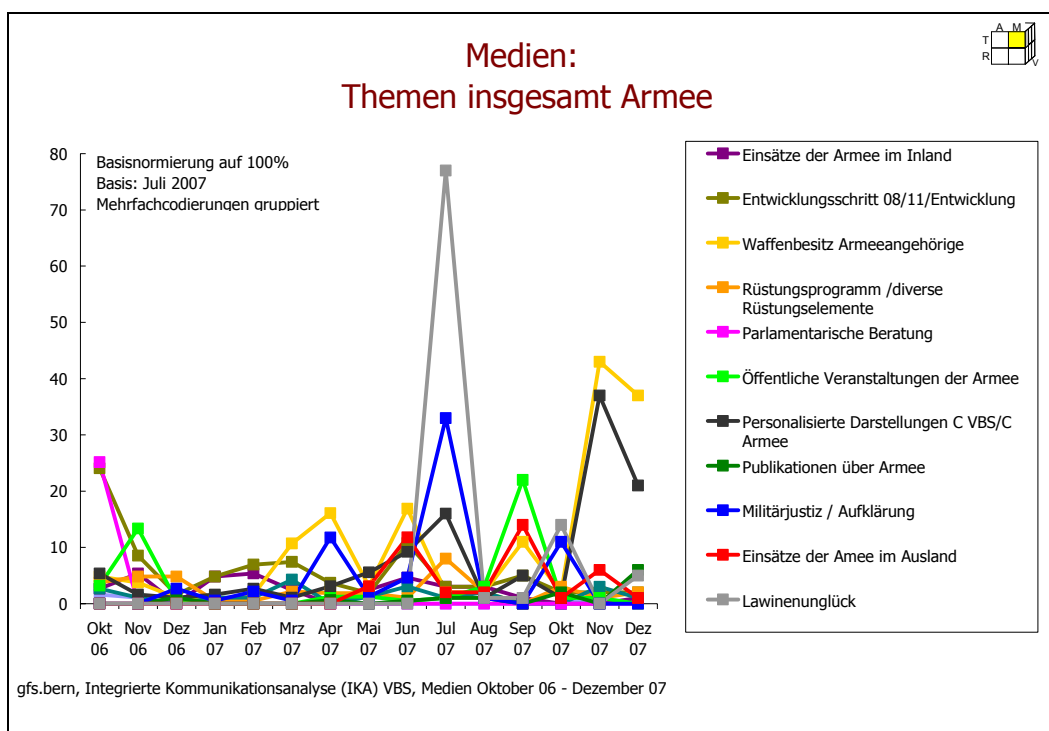


5.2. Armee und armasuisse

Während fünf Monaten im Jahr 2007 war das Thema Waffenbesitz Armeeangehörige wichtigstes Medienthema. Die Präsenz im Oktober 07 und November 07 war aber jeweils mehr als doppelt so hoch wie in den Monaten, in denen kein unmittelbarer externer Anlass zur Thematisierung bestand. November 07 und Dezember 07 waren auch stark personalisierte Monate. Dies vor allem wegen Samuel Schmid als Verteidigungsminister, der im Dezember 07 wieder als Bundesrat gewählt, aber aus der SVP-Fraktion ausgeschlossen wurde.

Rund um das Buch über Christophe Keckeis gab es zudem eine Kontroverse, bei der schliesslich der Departementschef direkt eingriff. Es war das zweite inhaltliche Thema des Dezembers 07.

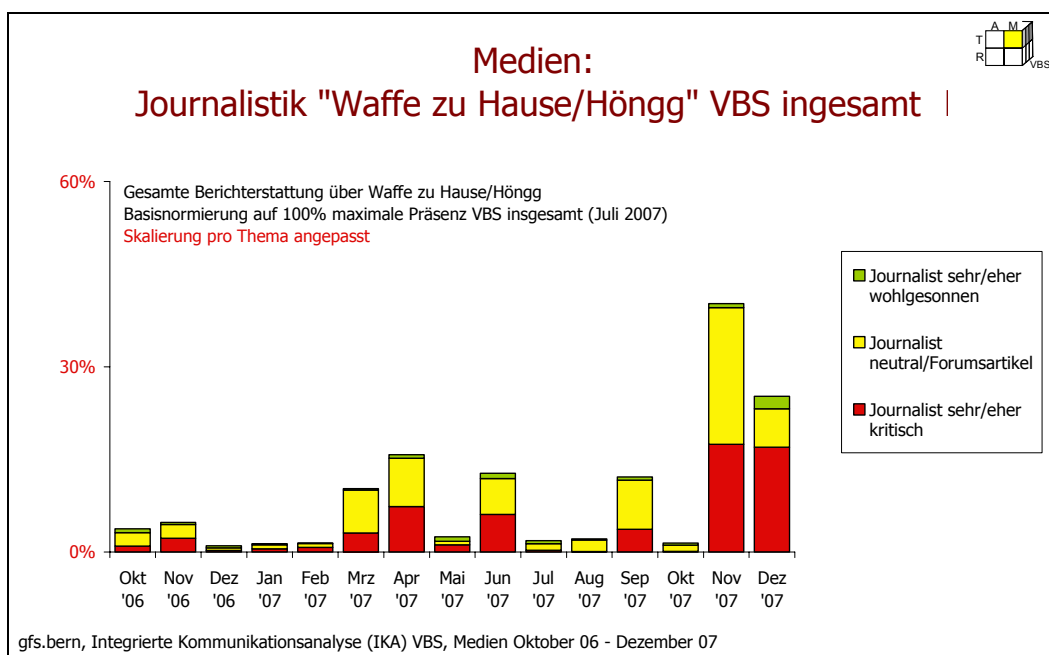
Grafik 52:



Im Dezember 07 wurde der Mord am Höneggerberg medial noch eindeutiger mit der Armeewaffendebatte verknüpft. Sehr stark war auch in Leserbriefen und Internetforen von diesen Themen die Rede.

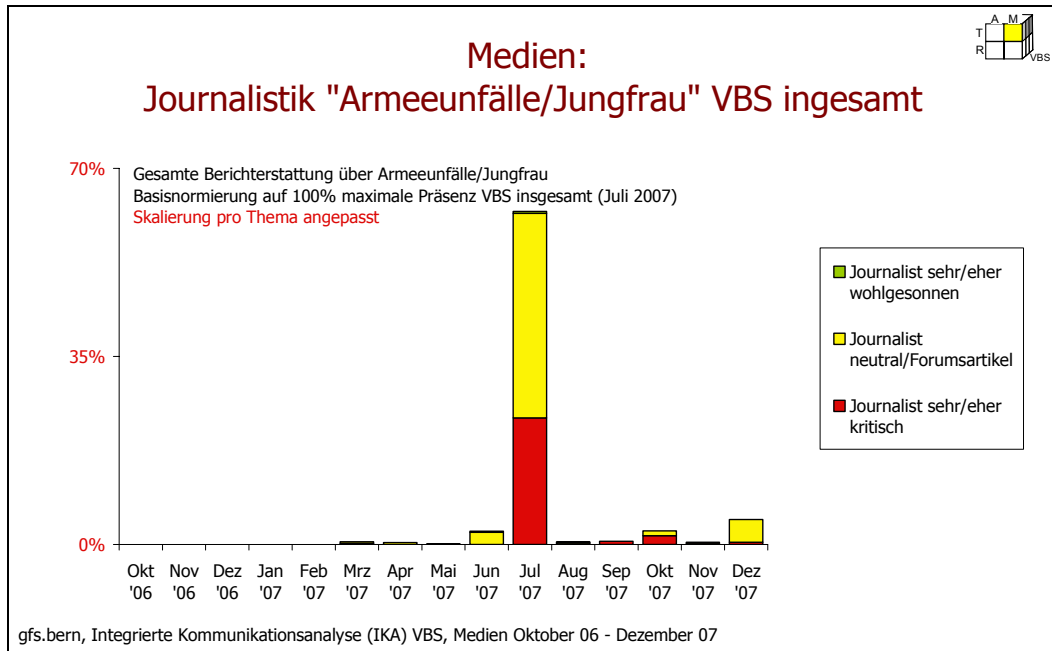
Die Problematisierung als Thema nahm zwar minimal ab, die journalistische Herangehensweise war aber nochmals kritischer als im November 07. Waren im Herbst 06 seitens der JournalistInnen die Impulse noch eher vorteilhaft (in der Aussicht auf eine Regelung zugunsten einer Abgabe der Dienstwaffe), so hat sich dies klar verändert. Im gesamten Verlauf des Jahres 07 war die Medienpräsenz kritisch.

Grafik 53:



Die Politisierung dieses Themas auch über Medien seit Beginn der Analyse kontrastiert den Verlauf beim Thema Armeefälle/Jungfrau. Zwar geschahen bereits vorher Unfälle in der Armee, diese waren jedoch in ihrer Präsenz nicht vergleichbar mit dem Juli 07. Nach dem Ereignis selbst wurde dieses Thema nur noch selten medial aufgenommen.

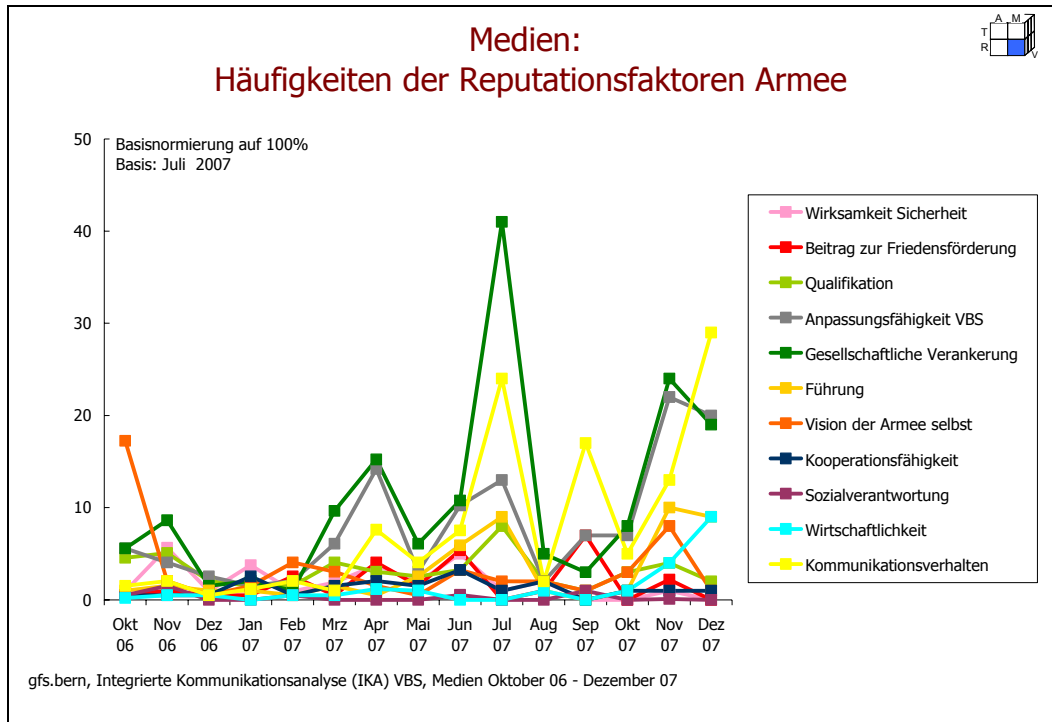
Grafik 54:



Die gesellschaftliche Verankerung und die Anpassungsfähigkeit der Armee waren im Dezember 07 wichtige Reputationsfaktoren, meist im Zusammenhang mit der Armeewaffendebatte. Mit direkten Stellungnahmen zur Armeewaffendebatte, mit Kritik im Bereich des Kommunikationsverhaltens zu dieser Frage und mit dem Besuch der Truppen in Genf war das Kommunikationsverhalten der präsenteste Reputationsfaktor; auch die Führung wurde oft diskutiert.

Die Wirtschaftlichkeit war einerseits im Bezug auf die Nachrüstung der F/A 18, andererseits auch wegen der Finanzierung des Buches über Christophe Keckeis ebenfalls ein wichtiger Reputationsfaktor.

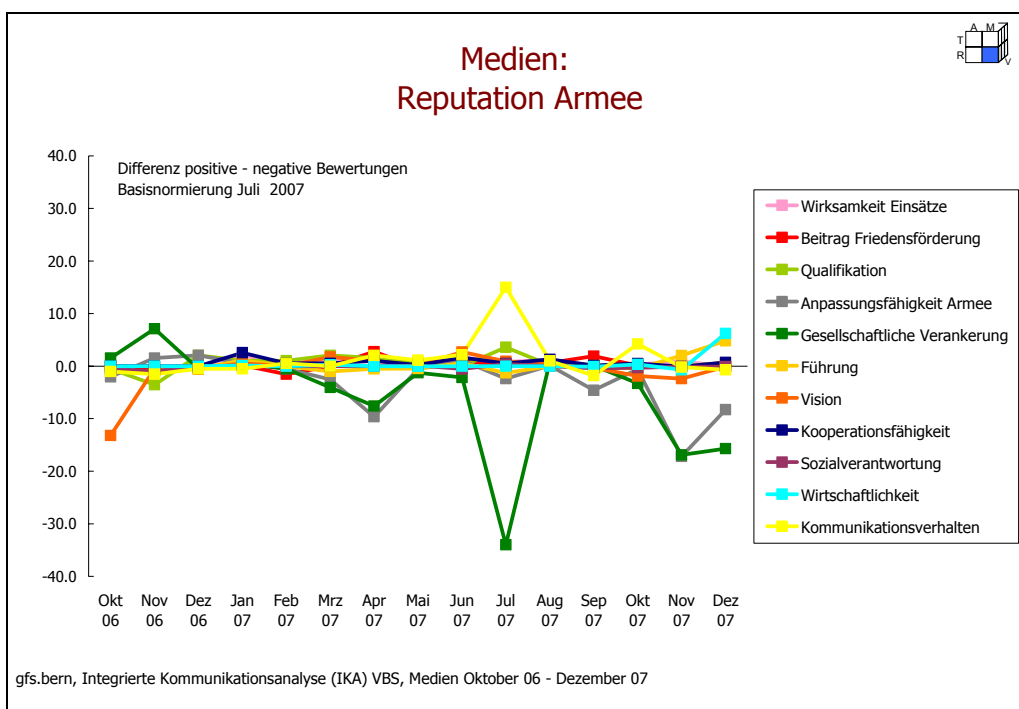
Grafik 55:



Weiterhin negativ waren die bilanzierten Ausschläge bei der gesellschaftlichen Verankerung und bei der Anpassungsfähigkeit aufgrund des Mordfalls am Höggerberg. Zum ersten Mal in der Befragungsreihe sind aber bei gleichen Reputationsfaktoren die Bilanzen zweimal aufeinander so stark negativ. Im Jahresverlauf fällt auf, dass das Lawinenunglück als Einzelereignis die gesellschaftliche Verankerung am stärksten beeinträchtigte. Danach scheint ein Tor für mediale Angriffe über diesen Reputationsfaktor offen gewesen zu sein.

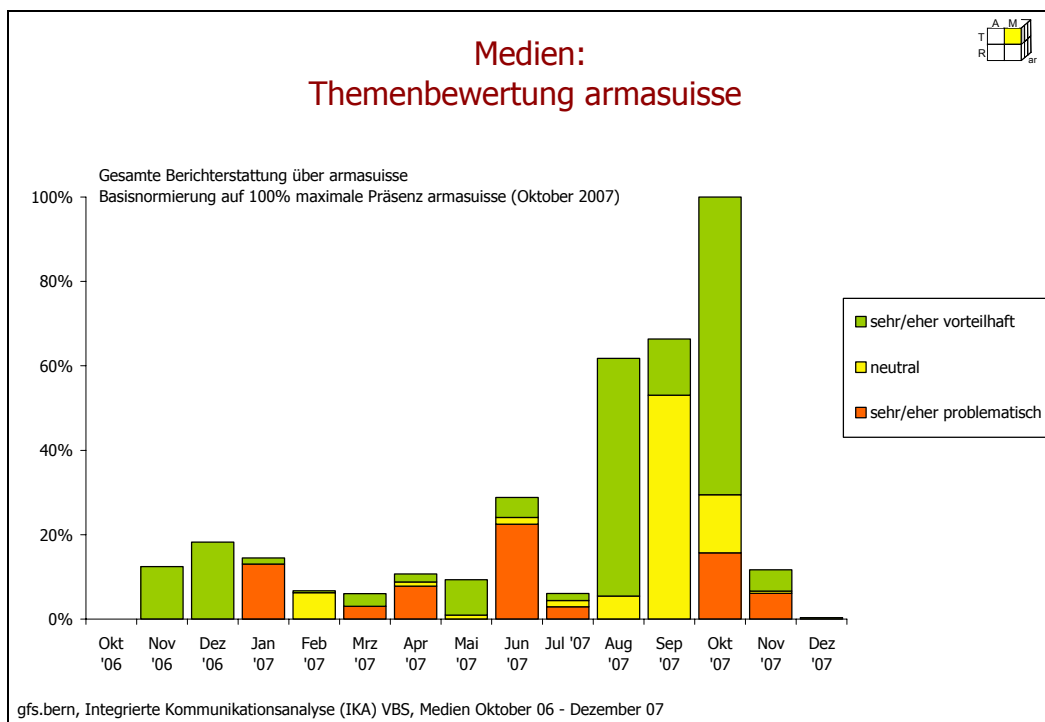
Beim Kommunikationsverhalten mit verschiedenen positiven und kritischen Bezügen ist die Bilanz im Dezember 07 ausgeglichen. In der unmittelbaren Phase nach dem Lawinenunglück gelang es den Verantwortlichen mit dem Ausdruck ihrer Betroffenheit kommunikativ noch ein positives Gegengewicht in dieser Krisensituation zu setzen. Erst danach kam massive Kritik an der Kommunikationsführung auf.

Grafik 56:



Die armasuisse war im Dezember 07 nur mit einem einzigen Artikel über die Lagerung von Raketen in Payerne in "24 heures" präsent. Meist wird bei Beschaffungsthemen die Armee als Hauptakteur thematisiert. armasuisse ist damit nur situativ und meist marginal in den Medien präsent. Ausnahme war der Oktober 07 mit einer vergleichsweise hohen monatlichen Präsenz, die allerdings selbst dann nur 4% der maximalen Monatspräsenz des VBS ausmachte. Im Oktober 07 wurde armasuisse relativ breit und eher positiv thematisiert. Der Juni 07 führte wegen Verkaufsabsichten von Zeughäusern zu etwas Kritik in "Radio 24" und "Tages-Anzeiger".

Grafik 57:

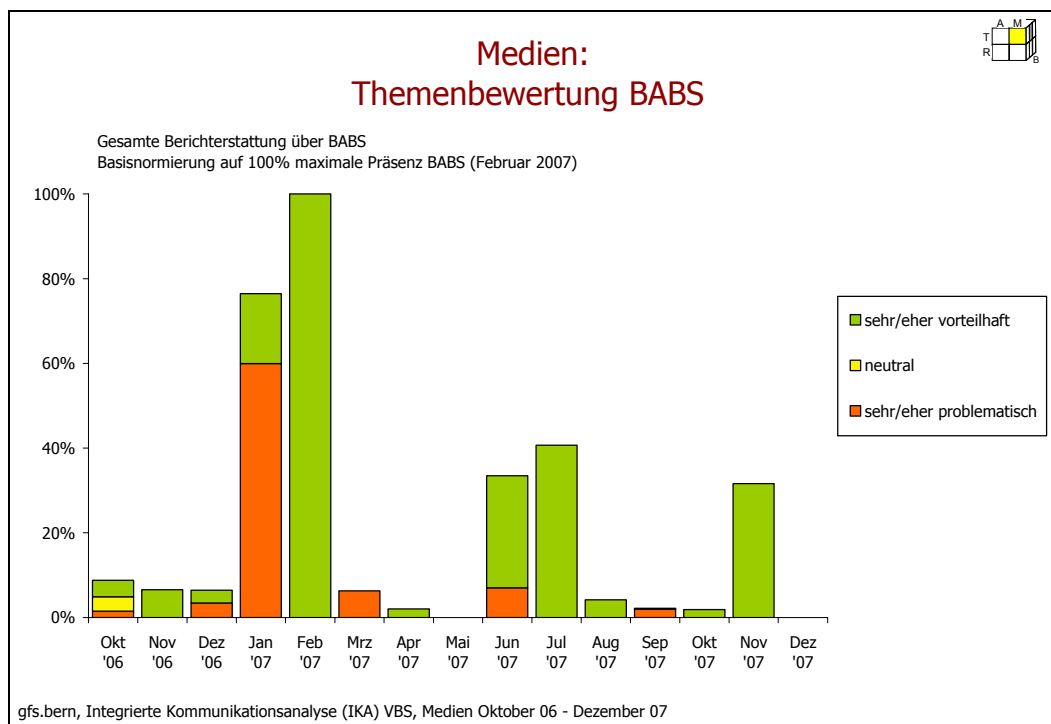


5.3. Bundesamt für Bevölkerungsschutz

Für das Bundesamt für Bevölkerungsschutz wurden im Dezember 07 keine reputationsrelevanten Medienberichte erfasst.

Im Januar 07 war das BABS aufgrund eines Beobachterartikels seit Beginn der Untersuchungsreihe am kritischsten präsent. Der Februar 07 brachte die bisher grösste Präsenz mit dem nationalen Sirenentest. Das BABS ist nahe daran, medial bedeutungslos zu sein. Die maximale Präsenz im Februar 07 macht nur 4% der bisher maximalen Monatspräsenz des VBS aus. Einzelne Berichte können wie auch bei armasuisse das monatliche Medienbild prägen.

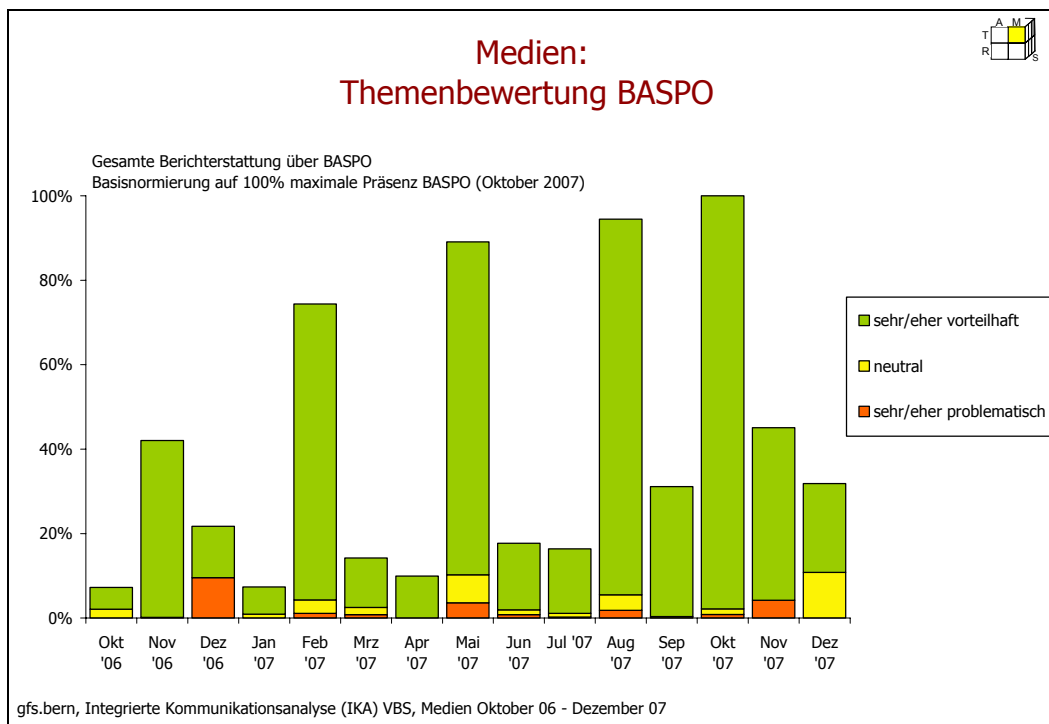
Grafik 58:



5.4. Bundesamt für Sport

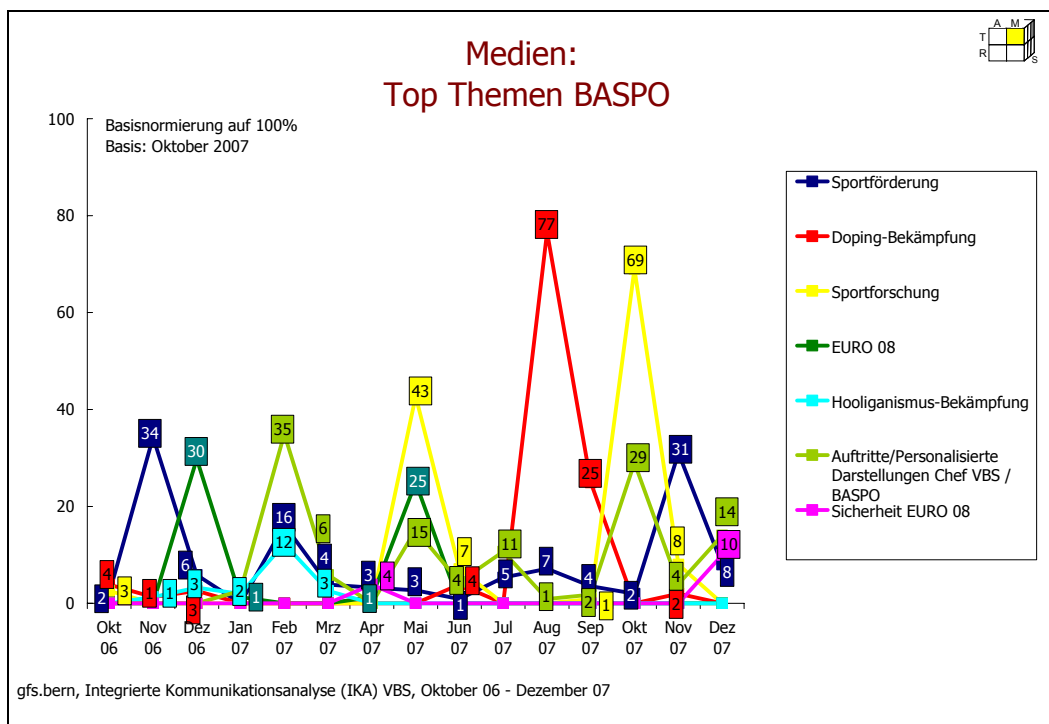
Im Gegensatz zu BABS und armasuisse ist die Präsenz des BASPO in den meisten Monaten relativ breit. Sie erreichte ihren Höchstwert im Oktober 07 insbesondere dank dem Forschungsbericht über die volkswirtschaftlichen Auswirkungen der EURO 08. Das BASPO ist kaum problematisch in den Medien erschienen.

Grafik 59:



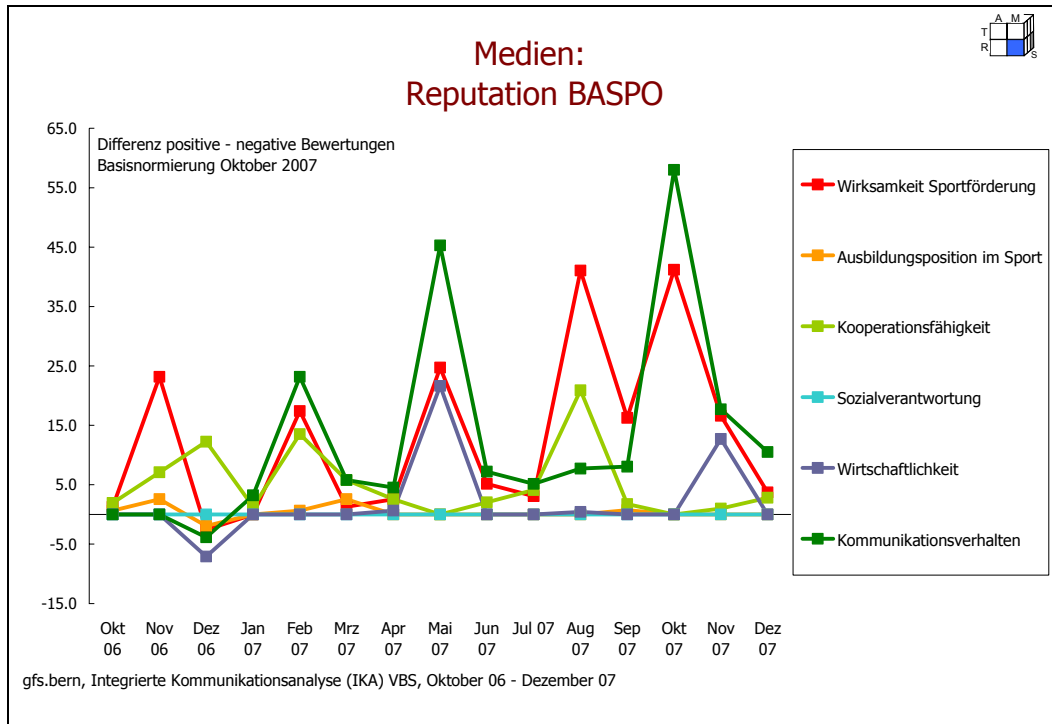
Der Sportminister war wegen seiner Anwesenheit in Davos und Engelberg stark medial präsent. Weitere Themen waren die Sportförderung (Einzelartikel) und die EURO 08.

Grafik 60:



Vor allem mit Bezug auf das Kommunikationsverhalten sind die Reputationsbilanzen beim BASPO positiv.

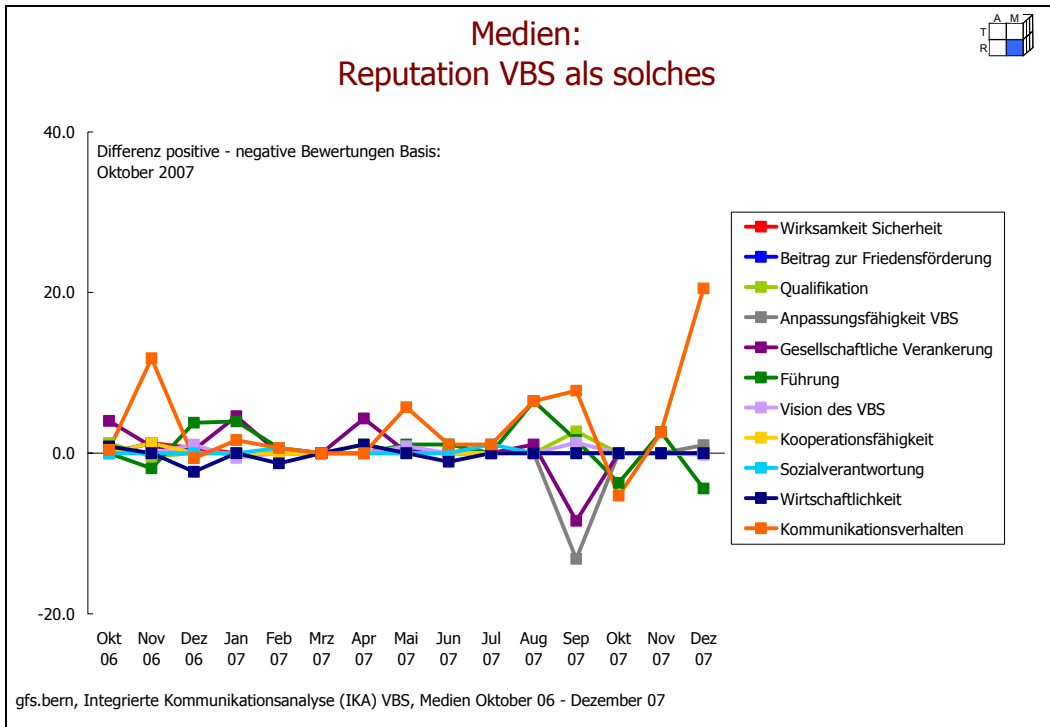
Grafik 61:



5.5. VBS als solches

Im Bereich des VBS als solches wurden praktisch nur noch die Bundesratswahlen und der Auftritt von Samuel Schmid nach der Bundesratswahl erfasst. Das gelassene Kommunikationsverhalten brachte einen eindeutig positiven Ausschlag bei diesem Reputationsfaktor. Die Bilanz bei der Führung war allerdings kritisch; die hier gestellte Frage war, ob Führung ohne Fraktion noch möglich ist. Dieses Element war allerdings weniger vorherrschend als das Kommunikationsverhalten.

Grafik 62:



6. Integrierte Analyse

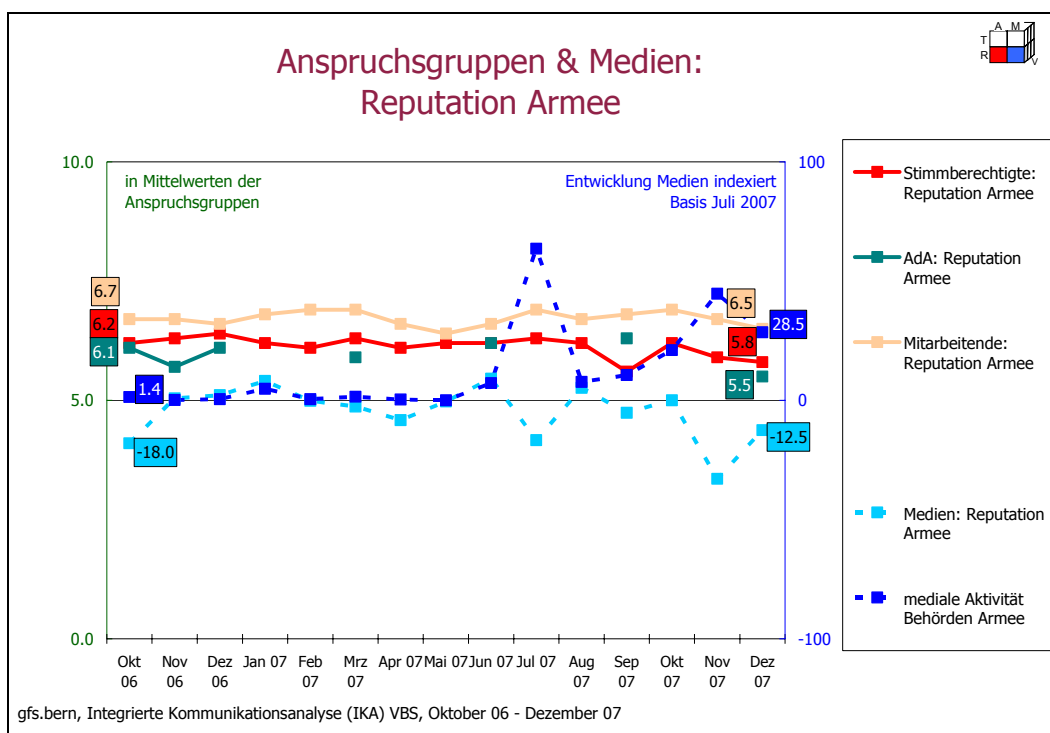
6.1. Armee

Zum dritten Mal in den vier Monaten seit dem Lawinenunglück ist die Reputation der Armee bei den Stimmberechtigten auf einem vergleichsweise tiefen Stand. Der Oktober 07 war insofern besonders, als bei den damals befragten Stimmberechtigten Einsätze der Armee die Themenwahrnehmung mitprägten.

Bereits im November 07 sind einzelne Faktoren, die bisher stets in hohem Masse der Armee zugeschrieben wurden, unter Druck geraten. Zwischen November 07 und Dezember 07 wurden zudem die Modernität, die Kommunikation und die Führung noch stärker in Frage gestellt. Ein direkter Reputationszusammenhang zur im November 07 medial festgehaltenen Politisierung der Armeewaffendebatte kann vermutet werden. Im bisherigen Untersuchungsverlauf haben wir nur bei hoch Involvierten bisher direkte Zusammenhänge vermutet, wie beispielsweise im November 06 der abgelehnte Entwicklungsschritt 08/11 vorübergehend bei den AdA zu Kritik geführt haben dürfte.

Während das Lawinenunglück bei den Armeeingehörigen weniger unmittelbar das Vertrauen in das VBS erschütterte, zeigt der Reputationswert im letzten Quartal 2007 auch in dieser Gruppe nach unten. Bei den Meinungsführenden war bereits das dritte Quartal kritisch. Die Meinungsführenden scheinen die Gruppe zu sein, die bezogen auf die Reputation am sensitivsten auf das Lawinenunglück reagierte. Danach war das Vertrauen in das VBS bei Meinungsführenden erschüttert. Dies kann sich negativ auf die gesamte Mediensituation im Herbst/Winter 07 ausgewirkt haben.

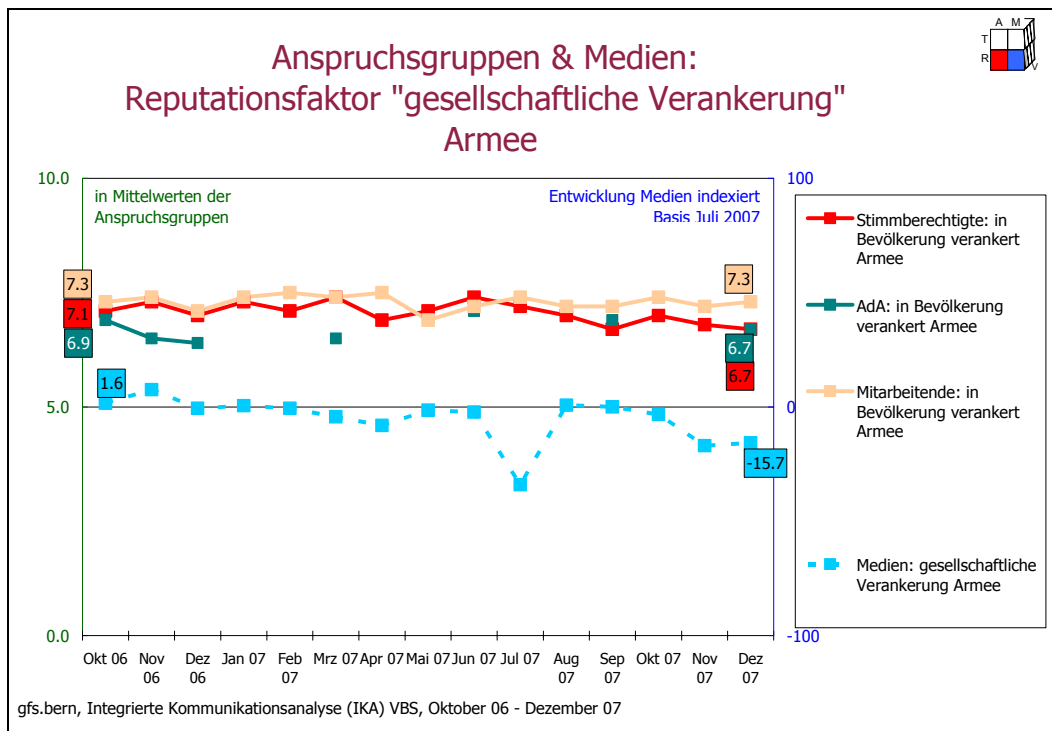
Grafik 63:



Die mediale Lage der Armee war in den letzten beiden Monaten des Jahres 2007 kritischer als in der gesamten Untersuchungsperiode. Die Politisierung der Armeewaffen-debatte setzte sich im Dezember 07 fort. Zusammen mit der Berichterstattung im Dezember 07 war der Mord am Höneggerberg das eindeutig kritischste mediale Ereignis der bisherigen Untersuchungsperiode.

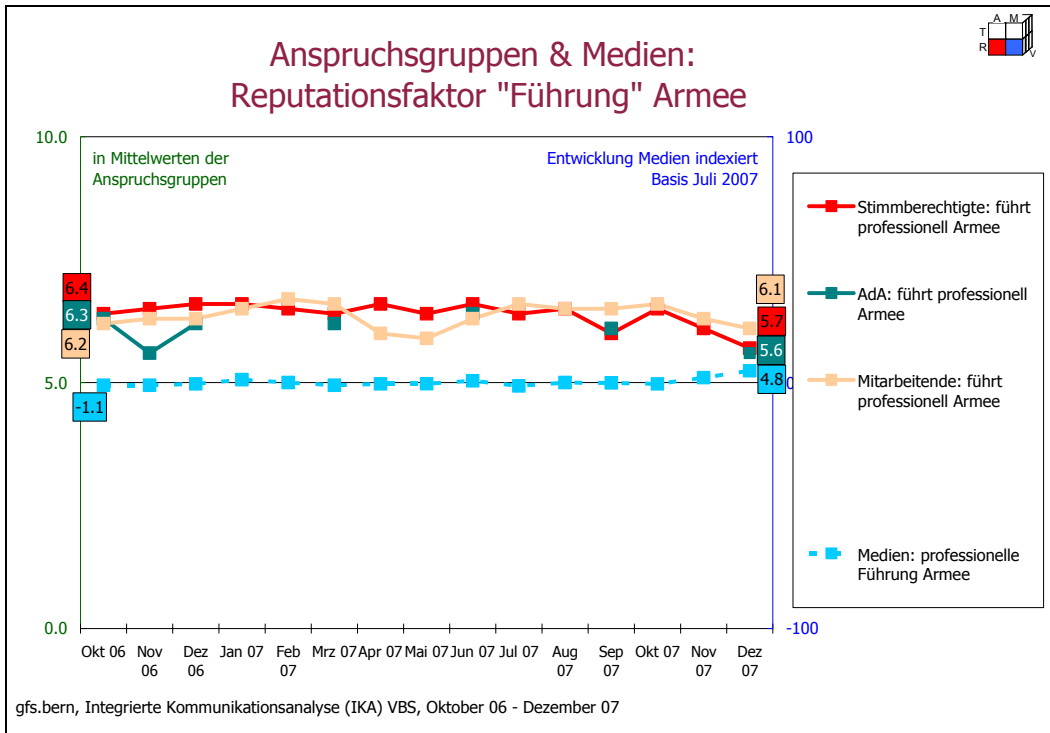
Der Reputationsfaktor der gesellschaftlichen Verankerung ist im Juli 07 wegen des Lawinenunglücks medial erstmals stark unter Druck geraten. Seit August 07 ist dieser Faktor in der Tendenz auch in der Bevölkerung leicht kritischer beurteilt worden. Dieser Druck hat in der Öffentlichkeit nun weiter zugenommen. Die Resonanz in den Leserbriefen, die sich massiv in den Dezember 07 weiter zog, ist hierfür auch ein direkter medialer Indikator.

Grafik 64:



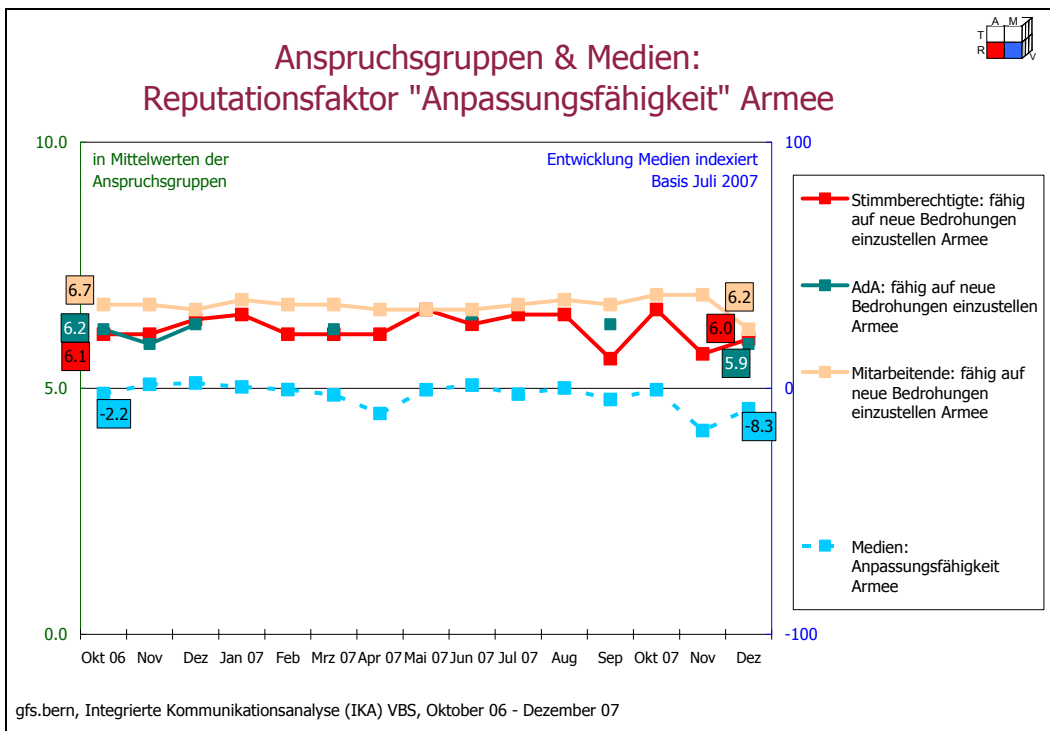
Aus Sicht der Anspruchsgruppen weitete sich die Problematisierung aber auch auf die Führung der Armee aus. Bis Ende Dezember 07 bewerteten die Medien diesen Reputationsfaktor eher noch positiv. Die Führung wurde meist nur implizit angegriffen. Bei Mitarbeitenden, Stimmberechtigten und Armeeingehörigen kam aber spätestens im Dezember 07 verstärkt Kritik an der Führung auf.

Grafik 65:



Die Anpassungsfähigkeit der Armee wurde in den Medien rund um die Armeewaffen-debatte intensiv in Frage gestellt. Dieser Faktor kam ebenfalls unter Druck; neuerdings auch bei den Mitarbeitenden.

Grafik 66:

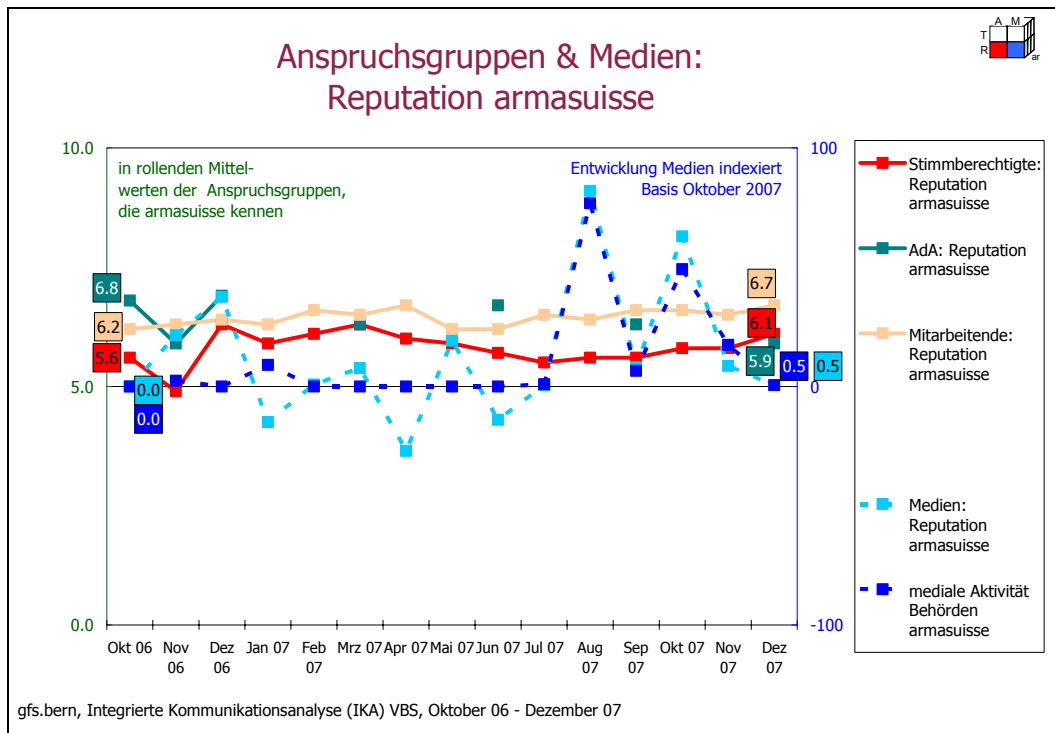


6.2. armasuisse

Die armasuisse konnte ihre Medienbilanz im zweiten Halbjahr 07 eher stabilisieren. Allerdings prägen Einzelartikel diese Bilanz. Der kritische Trend bezüglich Reputation bei den Stimmberechtigten hat sich im dritten und vierten Quartal 07 stabilisiert. Im November 06 vermuteten wir indirekt durch den abgelehnten Entwicklungsschritt 08/11 einen Reputationsrückgang bei den Stimmberechtigten. Die aktuellen Debatten mit Reputationsrelevanz scheinen armasuisse aber nicht zu beeinträchtigen. Die politischen Reformthemen könnten seitens der Anspruchsgruppen stärker mit dem Beschaffungswesen in Verbindung gebracht werden, während das aktuelle Themenumfeld des VBS eher den Bevölkerungsschutz und den Sport beeinträchtigt.

Die Armeeangehörigen urteilten bisher im Schnitt der Untersuchungsperiode über die armasuisse besser als Stimmberechtigte. Dies hat sich im letzten Quartal 07 allerdings nicht fortgesetzt.

Grafik 67:

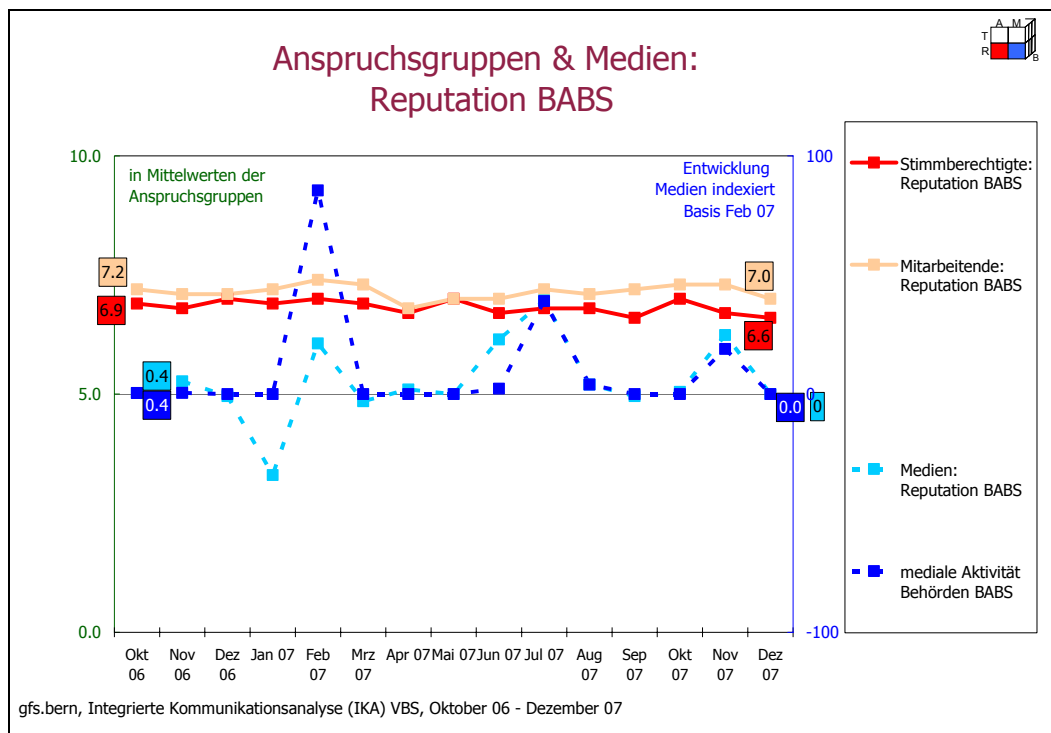


6.3. BABS

Die Reputation des BABS ist zwar höher als diejenige der Armee und von armasuisse; insgesamt ist sie aber eher etwas kritischer als in der bisherigen Untersuchungsreihe. Die allgemeine Themenlage scheint sich hier leicht auszuwirken.

Das BABS war im Dezember 07 medial nicht präsent. Die Urteile über das BABS werden vermutlich eher in Abhängigkeit der allgemeinen Themenlage abgegeben. Das gilt beispielsweise bei Unwetterkatastrophen, was sich insbesondere im Oktober 07 zugunsten des BABS ausgewirkt haben dürfte.

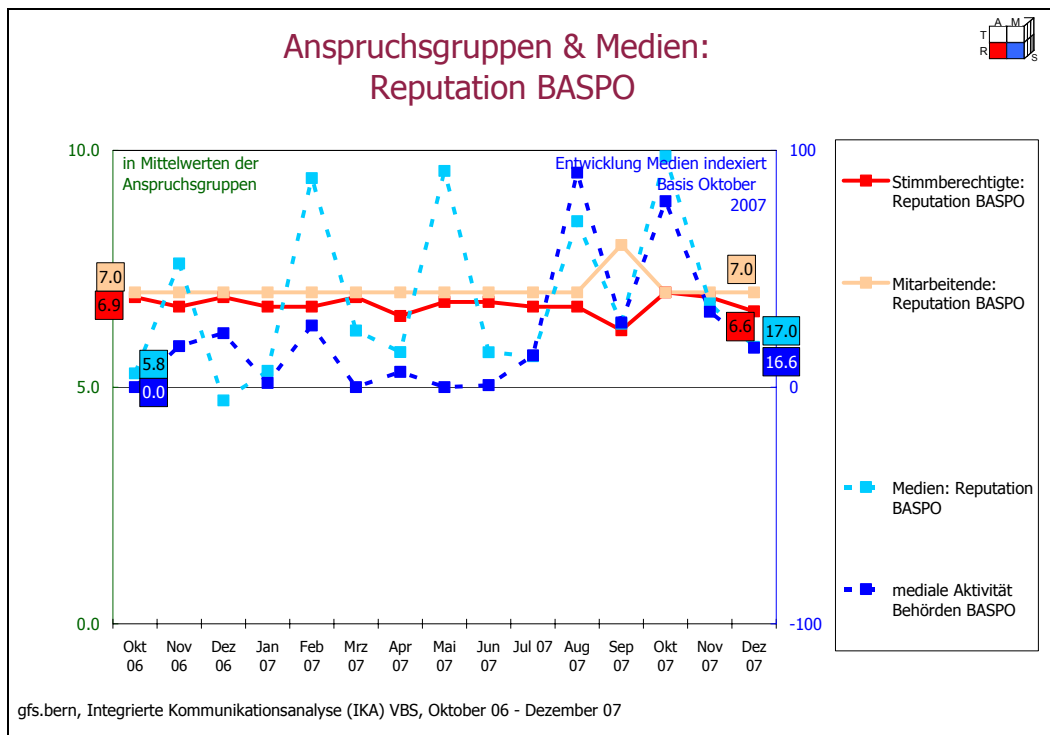
Grafik 68:



6.4. BASPO

Die Themenwahrnehmung der EURO 08-Themen ist zwischen November 07 und Dezember 07 gemeinsam mit dem gesamten Themenumfeld des VBS kritischer geworden. Ein Zusammenhang mit dem leichten Rückgang der Reputation bei den Stimmberechtigten ist möglich.

Grafik 69:



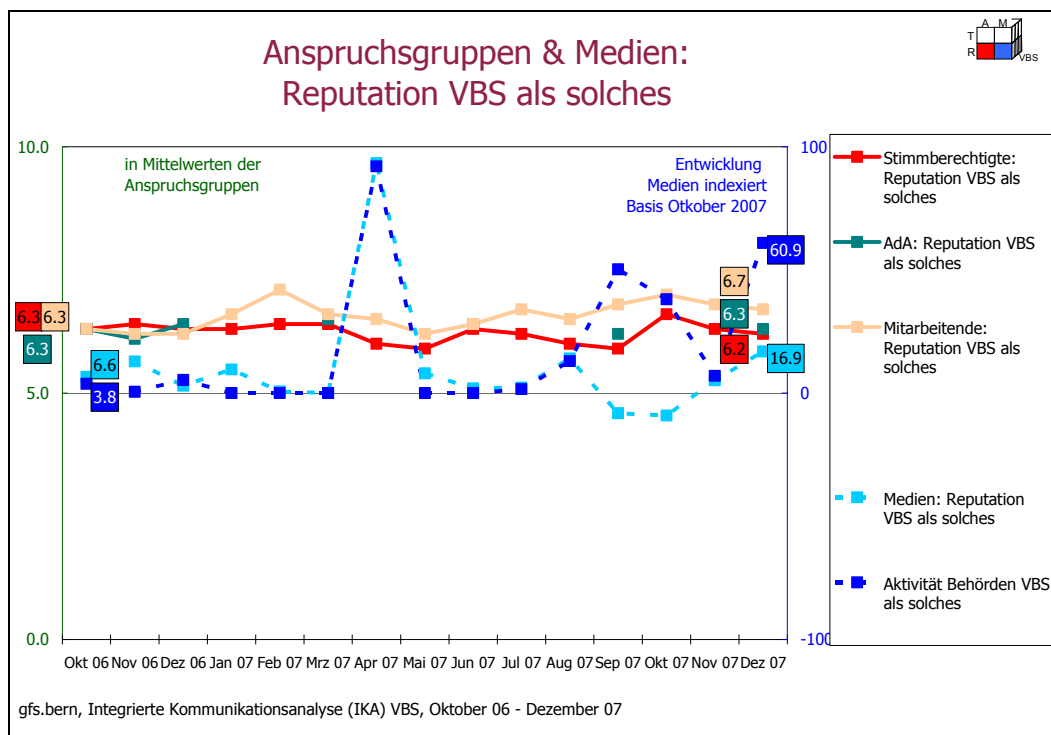
Die Medienbilanzen des BASPO sind mit einer Ausnahme stets positiv, zum Teil sogar stark positiv. Zu einer Reputationssteigerung bei den Anspruchsgruppen hat dies allerdings bisher nicht messbar geführt. Die Reputationswerte der Anspruchsgruppen sind im Allgemeinen stabil. In der Tendenz ist die Reputation aber seit dem Jungfrauunglück bei den Stimmberechtigten etwas kritischer beurteilt worden. Auch das BASPO scheint mehr im Rahmen der gesamten Themenlage kritisiert zu werden als auf Basis der unmittelbaren Präsenz. Insbesondere vermuten wir dies seit der hohen Bedeutung der EURO 08-Themen.

6.5. VBS als solches

Die Urteile der Mitarbeitenden über das VBS als solches bleiben weiterhin auf einem leicht erhöhten Stand gegenüber Mitte 2007. Die starke Steigerung bei den Stimmberechtigten zwischen September 07 und Oktober 07 hat sich nicht weiter bestätigt. Der Trend ist seit Oktober 07 sinkend.

Im unmittelbaren Umfeld der Parlamentswahlen 07 wurde Samuel Schmid in seiner Rolle als Bundesrat medial stark kritisiert. In der Bilanz war diese Kritik in den letzten beiden Monaten des Jahres 07 nicht mehr virulent. Hintergrund im Dezember 07 war die aus Mediensicht bemerkenswert gelassene Reaktion auf die Bundesratswahl und den Ausschluss aus der SVP-Fraktion. Samuel Schmid war im Dezember 07 jedoch nicht nur im VBS-Rahmen, sondern mehrfach auch als Verteidigungs- und Sportminister präsent.

Grafik 70:



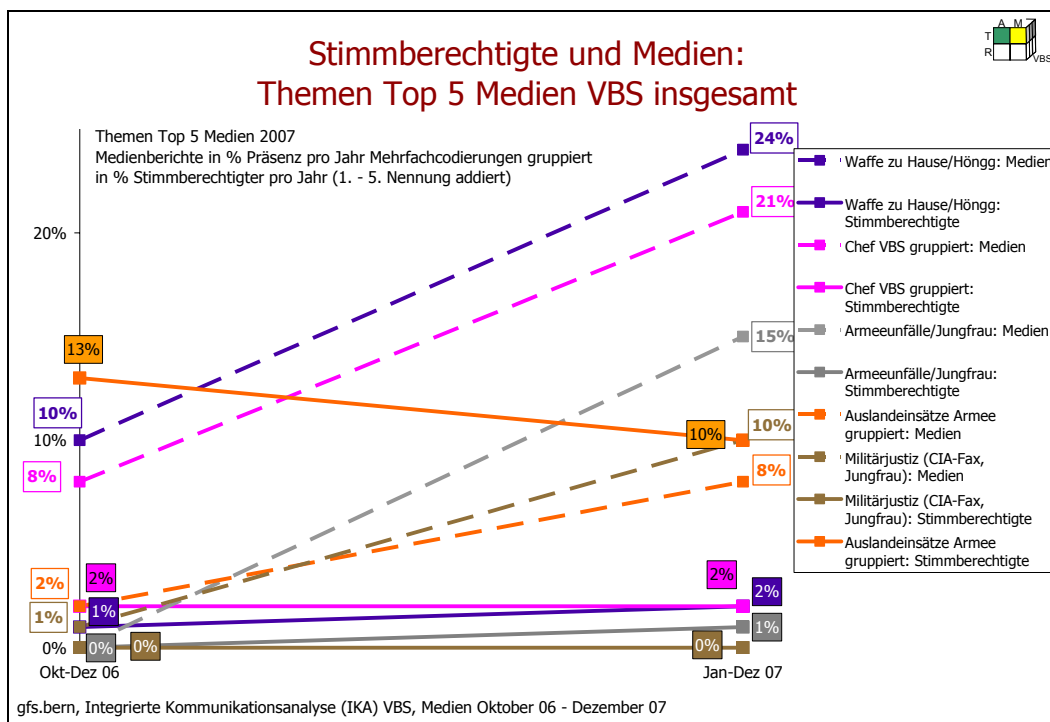
6.6. VBS insgesamt

Erst im Dezember 07 erhöhte sich die Wahrnehmung des Themas Armeewaffen/Höngg bei den Anspruchsgruppen. In den Medien war es allerdings über das ganze Jahr 2007 gesehen präsent, erreichte aber sowohl im November 07 als auch im Dezember 07 die höchste Präsenz. Erst zu diesem Zeitpunkt scheint die Politisierung auch breite Teile der Anspruchsgruppen erreicht zu haben.

Das zweite Thema in den Medien war angesichts der Personalisierung nicht überraschend der Chef VBS in seinen diversen Rollen als Bundesrat und Departementsvorsteher, aber auch als Verteidigungs- und Sportminister. Gegen Ende 07 erreichte die Präsenz einen Höchststand. Dagegen sehen die Stimmberechtigten Samuel Schmid kaum verbreitet als wichtiges Thema des VBS im Jahr 07. Die Thematisierung der Armeeeunfälle war mit dem Lawinenunglück im Juli 07 das zentrale Medienthema und brachte die bisher höchste Präsenz in einem Monat. Im unmittelbaren Umfeld des Unglücks wurden keine Stimmberechtigten befragt. Im weiteren Umfeld nahm nicht nur die Thematisierung in den Medien deutlich ab, auch die Wahrnehmung als zentrales VBS-Thema war sehr gering.

Sowohl in den Medien als auch bei den Stimmberechtigten waren über das ganze Jahr 07 betrachtet Auslandseinsätze ein wichtiges Thema. Die Militärjustiz war wegen der CIA-Fax-Affäre und wegen der Ermittlungen nach dem Lawinenunglück ein zentrales Medienthema, wurde allerdings von den Stimmberechtigten nicht als solches betrachtet.

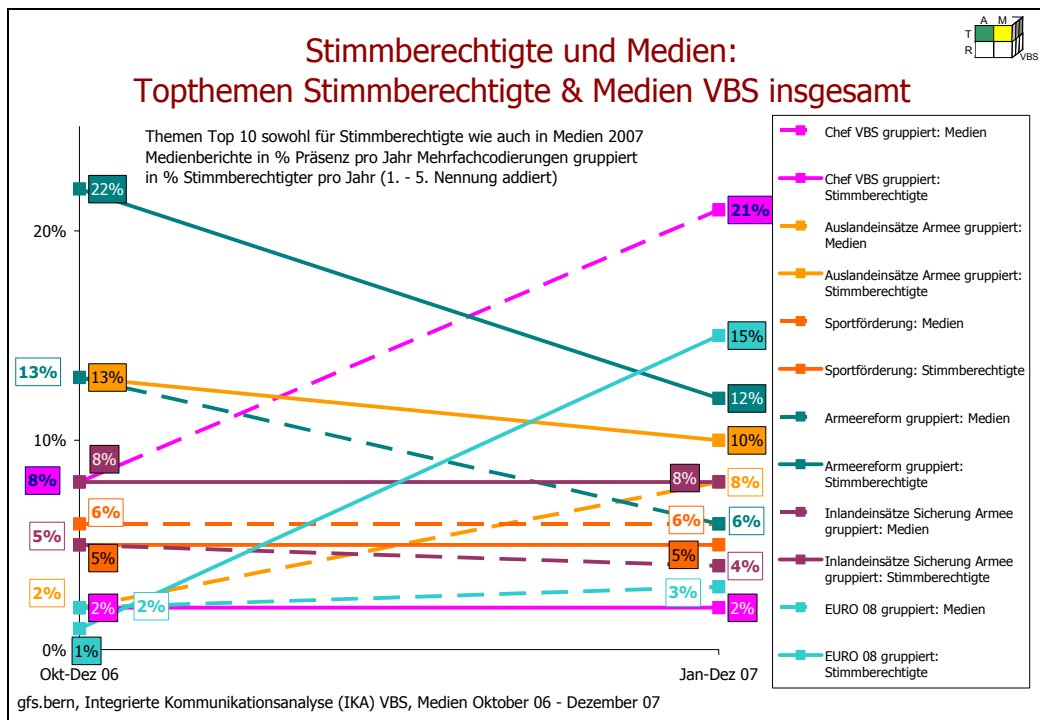
Grafik 71:



Neben den Auslandseinsätzen gehörte auch die Armeereform sowohl in den Medien als auch bei den Stimmberechtigten zu den wichtigsten Themen. Der Trend ist zwischen 06 und 07 sinkend. Allerdings waren Reformthemen bei den Stimmberechtigten von Anfang an ein wichtiges Thema und die De-Thematisierung verläuft in der Bevölkerung viel langsamer als in der öffentlichen Berichterstattung.

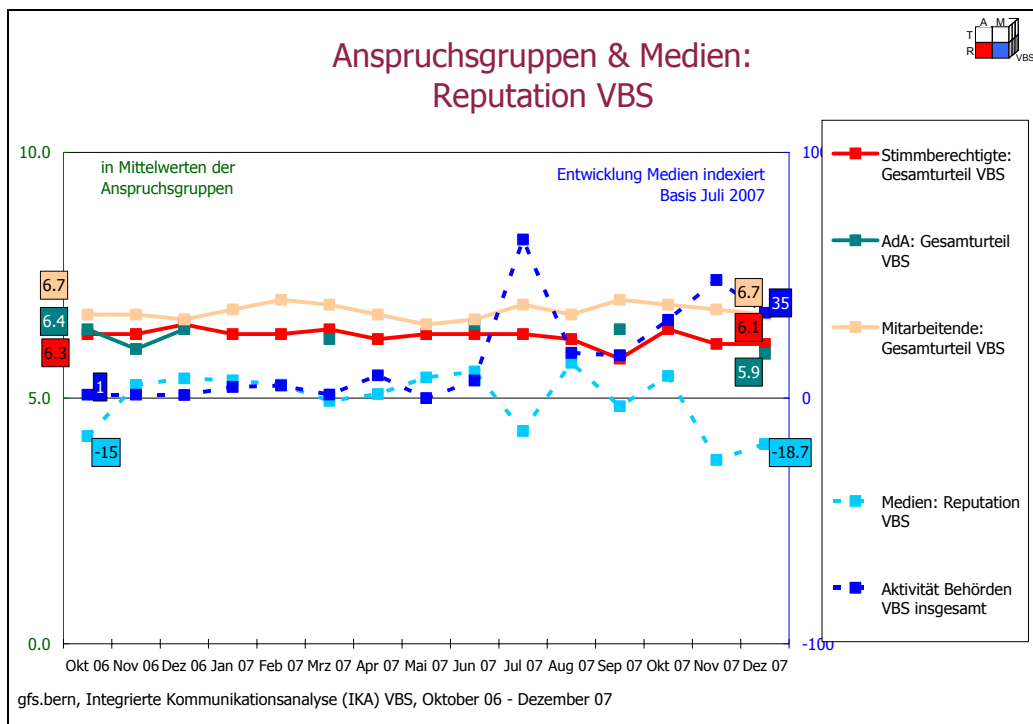
Der Aufstieg des Themas EURO 08 zum Topthema zeichnete sich bei den Stimmberechtigten klar ab. In den Medien dominierte dieses Thema im Zusammenhang mit dem VBS allerdings weitaus weniger deutlich. Stimmberechtigte nannten öfter das Thema der Inlandeinsätze der Armee als die Medien.

Grafik 72:



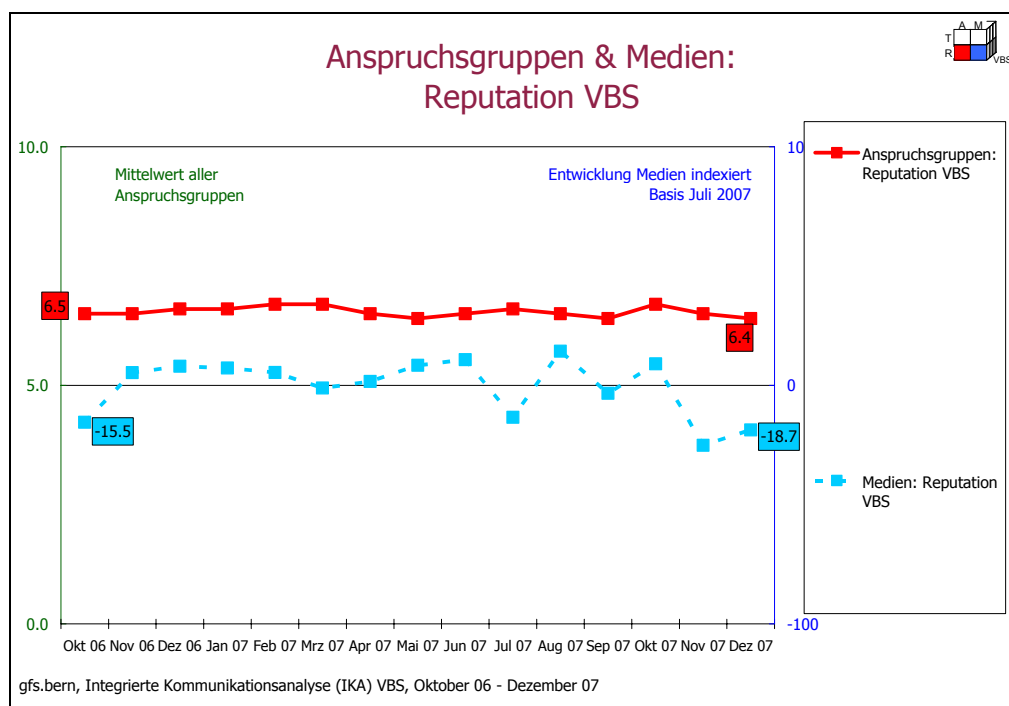
Die Reputation des VBS kam wegen der Armee-Reputation und der allgemeinen Themenlage seit den Befragungen nach dem Lawinenunglück unter Druck. Das Lawinenunglück wurde zwar nicht als zentrales VBS-Thema wahrgenommen, dürfte aber das Vertrauen bei Hochinvolvierten und älteren Personen mit traditionell gutem Bild des VBS erschüttert- und die Wahrscheinlichkeit von positiven Urteilen über die Reputation reduziert haben.

Grafik 73:



Die mediale Bilanz des VBS im November und Dezember 07 war zweimal stark negativ. Die Bilanz war kritischer als im Oktober 06 und im Juli 07, den weiteren Monaten mit klar kritischer Medienbilanz. Aus Sicht der Medienschaffenden wurde schlechte Politik mit dem Mordfall am Höneggerberg auf tragische Art greifbar und das VBS damit zum "Komplizen". Primär in Leserbriefen entstand daraus eine Debatte über die Sicherheit in der Milizarmee ganz generell, die sich weit in den Dezember 07 hineinzog. Sie hat voraussichtlich im Rahmen des geänderten Wachtbefehls im Januar 08 weiteren Vorschub erhalten.

Grafik 74:



Chancen, die sich dank der Deproblematisierung der Reformthemen ergeben haben, konnten nicht nachhaltig genutzt werden. Die Chancen kritischer Berichterstattung über das VBS sind seit dem Lawinenunglück deutlich erhöht. Hier wurde in einer zweiten Phase nach dem Unglück Vertrauen bei den Eliten eingebüsst.

7. Die Thesen 2006/2007 und die Entwicklung der Arbeitshypothesen 2008

7.1. Diskussion der Hypothesen

Wir haben in der Einleitung unsere Hypothesen formuliert.

Die allgemeine Nullhypothese:
Weder auf Themen- noch auf Reputationsebene lassen sich Zusammenhänge zwischen Medien und Bevölkerung feststellen.

► Die allgemeine Nullhypothese wird verworfen. Sowohl auf Themen- wie auf Reputationsebene sehen wir Zusammenhänge für das VBS zwischen 2006 und 2007 als vorläufig bestätigt. Sie werden im Weiteren detailliert diskutiert.

Nullhypothese Themen:
Zwischen medialer Thematisierung von VBS-Themen und öffentlicher Themenwahrnehmung von VBS-Themen gibt es keine Zusammenhänge.

► Der Verlauf der Themenwahrnehmung der Reformthemen, der EURO 08, der Armeewaffendebatte und des Mordfalls im Höngg sprechen insbesondere für die Ablehnung der Nullhypothese. Die Dynamik ist aber oft langsamer als in den Medien (Reformthemen), oder der Anstieg der öffentlichen Themenwahrnehmung erfolgt wesentlich später als derjenige der Medien (Armeewaffendebatte). Es gibt auch Themen wie beispielsweise der Bereich Stellenabbau/Entlassungen bei Mitarbeitenden, bei denen keine Wechselwirkungen zwischen medialer Thematisierung und der Themenwahrnehmung erkennbar sind.

Nullhypothese Reputation:
Zwischen medialer Reputation des VBS und öffentlicher Reputation des VBS gibt es keine Zusammenhänge.

► Die Zusammenhänge auf Reputationsebene sind weniger unmittelbar, und im Allgemeinen sind die Hinweise auf Wechselwirkungen komplexer. Bei spezifischen Anspruchsgruppen oder Untergruppen mit besonders hohem Interesse an der Armee gibt es allerdings klarere Hinweise auf Reputationsrelevanz. Beispielsweise waren nach dem abgelehnten Entwicklungsschritt 08/11 im Oktober 06 die mediale Reputation und die Reputationsurteile der Armeeingehörigen kritischer als üblich. In diesem Fall ist aber der Issue-Verlauf nicht vollständig abgebildet, da die Studie erst im Oktober 06 startete. Anders beim Jungfrauunglück: Meinungsführende urteilten sofort nach dem Jungfrauunglück kritischer über die Armee. Bei der Armeewaffendebatte gab es lange Zeit im 2007 wenig Hinweise darauf, dass sie breit reputationsrelevant sein könnte, obwohl die Medienmeinung eindeutig kritisch war. Nach dem Mordfall am

Hönggerberg war die Medienberichterstattung aber besonders intensiv; das Thema wurde nicht nur in der Befragung wahrgenommen, sondern löste auch Leserbriefdebatten aus. Es ist durchaus möglich, dass genau deswegen die mediale Debatte im Dezember 2007 weiter virulent geführt wurde, weil die Medien auf die Impulse der Bevölkerung reagierten. Auf der anderen Seite scheint es auch wahrscheinlich, dass die öffentliche Themenwahrnehmung direkt die Reputationsurteile kritischer werden liess. Dies ist also ein vermuteter Reputationszusammenhang in beide Richtungen: Medieninduzierter Meinungswandel in der Bevölkerung und bevölkerungsinduzierte Meinungsverstärkung in den Massenmedien.

Hypothese 1:

Die Armee stellt den für die mediale und öffentliche Reputation wichtigsten Departementsbereich dar und wird medial als im Wandel befindlich dargestellt, öffentlich wahrgenommen und auch bewertet. Dies betrifft auf Basis der Reputationsfaktoren in den Medien eher die kritisch beurteilte Anpassungsfähigkeit und die gesellschaftliche Verankerung der Armee wie beispielsweise beim Entwicklungsschritt 08/11 oder bei den Debatten über die jährlichen Rüstungsprogramme. In der Bevölkerung sind eher die Reputationsfaktoren der Vision und des Kostenbewusstseins betroffen.

► In den Medien bestand seit Beginn der Untersuchungsreihe kaum ein Zweifel: Die Armee dominiert die Medienpräsenz des VBS klar. Vereinzelt Publikationen des BASPO oder Diskussionen und Auftritte des Chef VBS ausserhalb eines Departementsbereichs erreichten zudem in einzelnen Monaten eine hohe Medienabdeckung, die allerdings nie an die Präsenz der Armee heranreichte und den Verlauf der medialen Reputation kaum zu prägen vermochte. Das BASPO trägt allerdings strukturell zu einer leichten Verbesserung der medialen Reputation bei. Beim BABS und bei der armasuisse ist die relevante Berichterstattung zu gering, als dass sich dauerhafte mediale Reputationsentwicklungen ableiten liessen. Die Vision dominierte die mediale Kritik 2007 weniger als 2006. Aufgrund der Armeewaffendebatte und der Unglücksfälle schnitten in den Medien 2007 vor allem die Anpassungsfähigkeit und die gesellschaftliche Verankerung der Armee schlecht ab. Die Themenlage hat hier also interveniert. Dies erfordert eine weitere Diskussion der Hypothese.

Die wichtigsten genannten Themen der Anspruchsgruppen betreffen direkt oder indirekt die Armee. Reformthemen der Armee gehören seit Beginn der Messreihe, wenn auch mit sinkender Dominanz, zu den wichtigsten genannten Themen der Anspruchsgruppen. Im Jahr 2007 kam die EURO 08 als Thema auf, welches anhand der zugeschriebenen Bundesaufgaben auch stark mit der Armee zusammenhängen dürfte. Die bisher identifizierten reputationsrelevanten Themen betrafen zudem allesamt die Armee. Während die Reputations des BABS vor allem bei Einsätzen der Armee oder der Bevölkerungsschutzpartner indirekt unter Druck geraten könnte, gilt dies bei der armasuisse für die Reformthemen und die Rüstungsprogramme, die in den Medien aber meist als Armeethemen und nicht als Themen der armasuisse dargestellt werden.

Hypothese 1 wird vorläufig bestätigt. Die Themenlage intervenierte 2007 aber stark, so dass vor allem die mediale Reputation stärker durch die Armeewaffendebatte und durch die Unglücksfälle beeinflusst wurde als durch grundsätzliche Themen des Wandels.

Hypothese 2:

Die Annahme des Entwicklungsschritts 08/11 führte ab dem Frühling 07 zu einer De-Thematisierung des Issues "Reformen", zu einer positiveren öffentlichen Themenbeurteilung vor allem bei involvierten Kreisen und wurde dadurch positiv für die mediale und die öffentliche Reputation.

» Der Wendepunkt der Entwicklungsschrittdebatte geschah im Februar 2007 im Ständerat. Danach entwickelte sich die Wahrnehmung von Reformthemen bei den Meinungsführenden stark negativ, bei Armeeangehörigen und den Stimmberechtigten leicht negativ. Es ist ein typischer aber langsamer Issue-Verlauf festzustellen.

Auf die Annahme folgte eine längere Phase mit leicht positiven medialen Reputationen und vor allem bei stärker interessierten Anspruchsgruppen wie den Armeeangehörigen und den Meinungsführenden tendenziell steigenden Reputationsurteilen. Das Issue konnte demnach vorerst gelöst werden und erhöhte damit die Wahrscheinlichkeit positiver Reputationsurteile bis Mitte 2007. Dies gilt allerdings nicht für die Mitarbeitenden, denn die Reformthemen bleiben das dominante VBS-Thema aus ihrer Sicht.

Hypothese 2 wird bis Mitte 2007 für die öffentliche Wahrnehmung bestätigt. Danach dominierten in den Medien andere Themen, und die Reputationswerte variierten generell weniger auf Basis der Reformthemen.

Hypothese 3:

Die Themensituation um die Armee ist aufgrund des gesellschaftlichen Wandels kritisch und die Medienaufmerksamkeit hoch. Verschiedene Anlässe, aber auch Armee-Unglücke, können schnell zu medialen Skandalisierungen führen, die in den Anspruchsgruppen breit als Themen wahrgenommen werden und auch reputationsrelevant werden können.

» Die Medienpräsenz war hoch und der Tenor kritisch nach der Ablehnung des Entwicklungsschritts 08/11 in der Herbstsession 2006 des Nationalrats, die mediale Reputation war wiederholt kritisch aufgrund der Armeewaffendebatte. Sie war sehr kritisch in einer zweiten Phase nach dem Lawinenunglück an der Jungfrau und über eine längere Phase nach dem Mordfall am Höggerberg. Es bestand damit nicht nur ein grundsätzliches, sondern auch auf die Ereignisse bezogenes mediales Interesse an der Armee. Mit der Milizarmee als direkte Verankerung und der von den Anspruchsgruppen auch wahrgenommenen gesellschaftlichen Verankerung der Armee und den genannten VBS-Themen scheint die mediale Aufmerksamkeit aber auch ein öffentliches Bedürfnis zu sein. Das bedeutet aber nicht grundsätzliche Medienkritik. Ein mediales "Dauerfeuer" lässt sich nur im Falle der Armeewaffendebatte vermuten. Mindestens beim Lawinenunglück könnte auch die verunglückte Krisenkommunikation Ursache für kritische Medienurteile sein. Nicht immer werden Skandalisierungen aber auch in den Anspruchsgruppen als Themen wahrgenommen. Beim Jungfrauunglück gehen wir eher von indirekten Wirkungen auf die Reputation aus, während die Themenwahrnehmung der Armeewaffendebatte erst am Schluss des Jahres 2007 erfolgte, nachdem die Medien über ein Jahr lang wiederholt kritisch darüber berichtet hatten. In der Summe spricht

aber einiges dafür, dass die mediale Themen- und Reputationssituation in der zweiten Hälfte 2007 direkt und indirekt (über Meinungsführende) in der Öffentlichkeit kritisch wahrgenommen und bewertet wurde. Dies führt auch zum Titel des Jahresberichts 2007: Anfängliche Stabilisierung der Reputation durch Unglücke belastet.

Hypothese 3 wird bestätigt. Allerdings gilt es weiter zu beobachten, ob tatsächlich der grundsätzliche Wandel der Armee die kritische Mediensituation beeinflusst oder ob die Ereignisse einzige Ursache des bisherigen Verlaufs der medialen Reputation waren.

Hypothese 4:

Wenn die Armee oder der Bevölkerungsschutz mit seinen Partnern im Einsatz stehen, wird dies in den Medien in der Regel positiv dargestellt und öffentlich positiv wahrgenommen. Bei anderen Themen ist eine öffentliche Wahrnehmung der medialen Thematisierung aufgrund der geringeren Alltagsnähe weniger wahrscheinlich. Dies führt insgesamt zu einer geringeren Anzahl Issues und auch zu langsameren Themenzyklen als in den Medien und zu hoher Relevanz von Einsätzen für die Reputation.

» Einsätze waren 2006 bereits ein zentrales Thema für die Bevölkerung, obwohl damals diese Einsätze medial kaum im Vordergrund standen. Dies hat sich im Verlauf des Jahres 2007 weiter bestätigt. In Monaten mit Einsätzen als wichtigstes genanntes Thema war auch in der zweiten Hälfte des Jahres 2007 die öffentliche Reputation der Armee und in der Tendenz auch des BABS eher hoch. Es sind Themen von sehr hohem Interesse, welche auch den Alltag berühren können, wie Einsätze bei Überschwemmungen oder der EURO 08, mit welchen sich die Stimmberechtigten am ehesten beschäftigen und wo Armee und Bevölkerungsschutz ihr "Markenversprechen" der Sicherheit einlösen können. Solche Themen bleiben dann in der Bevölkerung auch lange präsent. Die mediale Themenabdeckung verläuft unmittelbarer in Abhängigkeit der Aktualität. Gerade Einsätze prägen die Mediensituation deutlich schwächer als sie in der öffentlichen Wahrnehmung erscheinen. Es ist eine bevölkerungsinhärente Agenda, bisher ohne weitere Auswirkungen auf die Medienagenda.

Hypothese 4 wird bestätigt.

Hypothese 5:

Die EURO 08 ist für das VBS, besonders für das BASPO und für die Armee reputationsrelevant, wobei die allgemeine Themenlage rund um die EURO 08 die Bewertung beeinflusst.

Die EURO 08 war für die Bevölkerung bereits im Jahr 2007 das wichtigste Thema rund um das VBS. Es handelt sich um ein Ereignis von höchster öffentlicher Aufmerksamkeit. Die Beurteilung dieses Themas folgt offensichtlich nicht der Agenda des VBS, sondern der öffentlichen Debatten um die EURO 08 wie beispielsweise die Diskussionen über die geringe Anzahl Tickets. Dies beeinträchtigt nicht das verbreitete Einverständnis mit der Bundesunterstützung des Anlasses. Das VBS erscheint damit wie eine Art Sponsor der EURO 08: Ist die Veranstaltung ein Erfolg, dürfte sich dies auch positiv auf die

Reputation des VBS und seiner Bereiche auswirken, solange nicht Sicherheitsprobleme auftauchen.

Hypothese 5 wird bestätigt.

Hypothese 6:

Das Thema Stellenabbau/Entlassungen ist für die Mitarbeitenden strukturell wichtig und folgt einer eigenen Themendynamik, die durch die öffentliche Kommunikation kaum beeinflusst wird.

Wenn viele Mitarbeitende in einer Befragung das Thema Stellenabbau/Entlassungen nennen, dann fallen auch die Reputationsurteile kritischer als üblich aus. Auch hier handelt es sich um ein Alltagsthema, welches aufgrund der eigenen Situation beurteilt- und strukturell als wichtig erachtet wird. Es ist eine inhärente Agenda der Mitarbeitenden, bisher ohne Auswirkungen auf weitere Anspruchsgruppen-Agenden oder die Medienagenda.

Hypothese 6 wird bestätigt.

Hypothese 7:

Medial stark diskutierte Unglücksfälle in der Armee oder im unmittelbaren Armeemumfeld wirken vor allem indirekt negativ auf besonders gut beurteilte Reputationsfaktoren, auch wenn sie nicht aktiv als relevante VBS-Themen genannt werden. Sekundär ist eine direkte Wahrnehmung als relevantes VBS-Thema möglich. In diesem Fall sind gerade wegen langsamer Themenzyklen grössere Reputationsprobleme zu erwarten.

Die öffentliche Reputation des VBS ist seit August 07 wiederholt kritischer beurteilt worden als üblich. Gerade Meinungsführende und Armeeingehörige sind seither kritischer. Zwar wurde das Thema des Lawinenunglücks nicht zu einem Issue, dürfte aber Vertrauensprobleme ausgelöst haben, die sich direkt auf die Reputationsurteile auswirkten. Mit der Wahrnehmung der Armeewaffendebatte nach Höngg und der kritischen Reputationssituation Ende 2007 vermuten wir erstmals einen systematischen Zusammenhang zwischen medialer Thematisierung, öffentlicher Rezeption und Reputation. Der Beginn der Analysereihe IKA VBS im Oktober 06 fiel auf den Monat der Ablehnung des Entwicklungsschrittes 08/11 durch den Nationalrat, womit der Issue-Zyklus nicht von Anfang an abgebildet werden konnte. Der weitere Verlauf des Issue-Zyklus der Armeewaffendebatte dürfte weitere Rückschlüsse über diese Zusammenhänge ermöglichen.

Hypothese 7 wird bestätigt.

7.2. Die Thesen 2007

These 06/07 1.

Alltagserfahrungen und das mediale Gewicht machen die Armee zum Schlüsselement des VBS. Solange viel politisches Konfliktpotenzial und wenig Einigkeit über die Armee vorherrschen, werden die Medien verschiedenste Themen zum Anlass nehmen, grundsätzliche Fragen zur Armee zu stellen. Auch mediale Skandalisierungen sind wahrscheinlich. Die Armee wird von allen Anspruchsgruppen strukturell am kritischsten und als im Wandel stehend beurteilt. Hierzu haben neben direkten Erfahrungen die öffentlichen Diskussionen der letzten Jahre beigetragen. Die Armee wird stark wahrgenommen, und es existieren aufgrund der Milizorganisation viele direkte persönliche Bezüge. Damit verändern medial vermittelte Neuigkeiten von mittlerer Intensität die Reputation kaum oder nur indirekt, beispielsweise über Meinungsführende. Bei den anderen Departementsbereichen können sich medial vermittelte Neuigkeiten unmittelbarer auf die Reputation auswirken.

These 06/07 2.

Nach dem Lawinenunglück an der Jungfrau, mit einer problematischen Krisenkommunikation in der zweiten Phase, wurden die kritischsten Reputationsurteile beobachtet, die wir in einem einzelnen Monat erfassten. Das Thema hat zwar keine unmittelbare Politisierung in der Bevölkerung erfahren, dürfte aber das Vertrauen unterschiedlich erschüttert haben: das Vertrauen der Medienschaffenden, der Meinungsführenden und indirekt auch das Vertrauen der anderen Anspruchsgruppen, die weniger in das Armeegeschehen involviert sind. Dieses Unglück ist im klaren Unterschied zu Reformthemen zwar kaum aktiv als Thema genannt worden, wurde aber indirekt eher reputationsrelevant.

These 06/07 3.

Erst der Mord am Höggerberg führte zu einer breiten Politisierung der Debatte über die Armeewaffen zu Hause, obwohl seit langem intensiv in den Medien darüber berichtet wurde, beispielsweise wegen des Amoklaufs in Baden im April 07 oder wegen der Lancierung der Armeewaffeninitiative. Sowohl in Leserbriefen als auch in der Befragung wurde die grosse Betroffenheit aber erst nach Högger erkennbar. Medial wurden wegen der Armeewaffen stets die Anpassungsfähigkeit und die gesellschaftliche Verankerung der Armee in Frage gestellt. Zudem war es als Medienereignis kritischer als das Lawinenunglück, weil der Themenzyklus lange vorher medial aufgebaut worden war. Die Nachhaltigkeit der Reputationsrelevanz bleibt offen.

These 06/07 4.

Die Politisierung der Waffendebatte geschah in einer heiklen Führungslage, zum einen wegen des Lawinenunglücks und der anschliessenden Kommunikationspannen in einer kritischen Themenlage, zum anderen wegen des Wechsels des CdA und dem Ausschluss des Chefs VBS aus der SVP-Fraktion. Schliesslich geschah die Politisierung aber vor allem wegen eines kritischen genuinen Ereignisses, welches im Vergleich zu den bisherigen Tötungsdelikten eine völlig neue Konfiguration darstellte (Armeeangehöriger in Uniform, Willkürlichkeit). Diese Situation hat das Interesse an der Armee gesteigert. Ob um das Lawinenunglück und den Mordfall ein neuer Beurteilungsrahmen in den Medien und bei den Anspruchsgruppen entstanden ist, muss weiter untersucht werden. Nicht auszuschliessen ist ein Beurteilungsrahmen, wonach die Armee in der heutigen Sicherheitslage selbst zum Bedrohungsfaktor wird.

These 06/07 5.

Die Armeereform ist stets ein wichtiges Thema, verlor aber 2007 an Relevanz für die Anspruchsgruppen. Für stark involvierte Kreise ist dieses Thema für die Reputation wichtiger als für die Stimmberechtigten und bleibt in diesen Kreisen zentral. Wegen damit verbundenen Beschaffungswünschen kann sich dies auch auf die Reputation von armasuisse auswirken. Besonders Armeeangehörige reagierten vorübergehend kritisch auf Flims, als der Entwicklungsschritt 08/11 abgelehnt wurde. Langfristige Reputationschäden bei den Anspruchsgruppen sind allerdings praktisch nicht nachweisbar. Der Verlauf der öffentlichen Wahrnehmung des Entwicklungsschritts 08/11 gleicht dem typischen Verlauf eines Streitthemas (Issues) mit der Politisierung im Oktober 06 und einer Regelung im März 07.

These 06/07 6.

Das Thema EURO 08 ist reputationsrelevant und hat in der Öffentlichkeit bezogen auf das VBS zurzeit das höchste Gewicht. Das gilt für die Gesamtheit der EURO 08-Themen. Der Imagetransfer von der EURO 08 zum VBS und zu allen Departementsbereichen – vor allem zum BASPO – kann positiv und negativ sein.

These 06/07 7.

Einsätze der Armee im Inland haben medial das geringere Gewicht als bei den Anspruchsgruppen. Stehen solche Themen im Vordergrund, ist die Chance von besseren Reputationsurteilen über das VBS, die Armee und das BABS bei Anspruchsgruppen hoch. Die Armee kann im Alltag ihre Tauglichkeit zur Verteidigung nicht unter Beweis stellen. Dies kann sie aber tendenziell bei subsidiären Einsätzen im Inland.

These 06/07 8.

Auslandeinsätze sind sowohl in den Medien wie auch bei den Anspruchsgruppen ein strukturell wichtiges Thema, allerdings ist die Reputationsrelevanz bisher nicht erkennbar. Dies kann damit zusammenhängen, dass grundsätzliche politische Einstellungen und thematische Prädispositionen die Haltungen zu den Auslandeinsätzen dominieren.

These 06/07 9.

Der Chef des VBS wurde 2007 in vielerlei Hinsicht zum Medienthema. Diese Personalisierung über Themen in Medien entspricht zwar nicht der Wahrnehmung prioritärer Themen des VBS bei Anspruchsgruppen. Wir gehen aber auf Basis der Analysen 2006 von einer hohen Relevanz des Chef VBS für die Reputation des VBS bei den Anspruchsgruppen aus. Die schwierige Themenlage im zweiten Halbjahr 2007 und die Reaktionen des Chefs VBS führten gemeinsam mit den Wahlen zu einer Dominanz seiner Person in den Medien. Mit dem Mord am Höneggerberg kam auch Kritik an der Führung der Armee bei Anspruchsgruppen auf. Diese Kritik kann sich sowohl auf den Chef VBS wie auch auf die Armeeführung beziehen.

These 06/07 10.

Das Thema Stellenabbau/Entlassungen ist für die Mitarbeitenden strukturell wichtig und folgt einer eigenen Themendynamik, die durch die mediale Kommunikation kaum beeinträchtigt wird. Die persönliche Situation und die individuellen Nutzenüberlegungen lassen die Themendynamik zufällig erscheinen. Die Themenwahrnehmung wurde mit den Sparmassnahmen im VBS ebenfalls langfristig aufgebaut.

These 06/07 11.

Die Themendynamik bei Medien ist wesentlich grösser als bei den Anspruchsgruppen, bei denen sich Themen oft langsamer aufbauen und abbauen, als man dies erwarten würde. Die Wirkungen im Sinne des Agenda-Setting bleiben beschränkt. Das Lawinenunglück und der Mord am Höneggerberg waren vermutlich die ersten wirklichen Ereignisse, die auch blitzschlagartig in der breiten Öffentlichkeit wahrgenommen wurden. In der Befragung drei Wochen nach dem Lawinenunglück dominierten in der Wahrnehmung aber bereits wieder Einsätze der Armee vor dem Hintergrund von Überschwemmungen in der Schweiz und der Suche nach Ylenia. Der Issue-Zyklus der Armeewaffendebatte steht in der breiten Öffentlichkeit dagegen erst am Anfang. Hier zeichnet sich ein langer Issue-Zyklus ab. Die Nachhaltigkeit der Reputationsrelevanz bleibt offen.

These 06/07 12.

Die Reputation der Armee ist im zweiten Halbjahr 2007 unter Druck geraten. Im Bereich der Vision, der Kommunikation und der Wirtschaftlichkeit verfügt die Armee strukturell über Reputationsschwierigkeiten, die sich offenbar seit längerem entwickelt haben. Auch die Weiterbildung in der Armee oder die Berufskarriere erscheinen in diesem Kontext wenig attraktiv. Die Ereignisse im zweiten Halbjahr 07 dürften sich jetzt auch auf andere Reputationsfaktoren wie die gesellschaftliche Verankerung ausgewirkt haben. Es sind Faktoren unter Druck geraten, die normalerweise deutlich der Armee zugeschrieben werden. Für diese Entwicklung waren negative Ereignisse mit sehr hoher medialer Präsenz verantwortlich.

These 06/07 13.

Elektronische Medien sind zentral. Für die Stimmberechtigten ist besonders das Schweizer Fernsehen bedeutend, für Angehörige der Armee und Mitarbeitende insbesondere auch das Internet und das Intranet.

These 06/07 14.

Werden Themen rund um das VBS über Massenmedien politisiert, ist dies für die Reputation und Themenwahrnehmung zentral. Andere Kommunikationsaktivitäten, wie beispielsweise öffentliche Veranstaltungen und Auftritte der Armee, sind in solchen Situationen zweitrangig.

7.3. Die Arbeitshypothesen 2008

Die neuen Arbeitshypothesen für 2008 lauten:

Arbeitshypothese 08/1 (Dezember 07)

Der Mord am Hönningerberg politisierte die Armeewaffendebatte in der Bevölkerung. Damit geriet der in den Medien schon lange angelegte Issue-Zyklus in neue reputationsrelevante Phase.

Arbeitshypothese 08/2 (Dezember 07)

Die Führung des VBS und der Armee sind aus verschiedenen Gründen im letzten Quartal 2007 unter Reputationsdruck geraten. Obwohl ihre sicherheitspolitischen Leistungen akzeptiert sind, wird sie zunehmend danach beurteilt, ob sie in Friedenszeiten genügend für die Sicherheit der Armeeangehörigen und der Bevölkerung leistet.

Arbeitshypothese 08/3 (Dezember 07)

Die EURO 08 ist als eines der wichtigsten aktuellen Themen des VBS relevant für die Reputation der Armee, des BABS und des BASPO.

Arbeitshypothese 08/4 (Dezember 07)

Das Jahr 2007 hat nicht zu einer Reputationsverbesserung der Armee beigetragen. Dies erhöht die Wahrscheinlichkeit kritischer Medienberichte bei einer gleichzeitig hohen öffentlichen Aufmerksamkeit.