



Wahltag ist Zahhtag!

Marc Bühlmann und David Zumbach, Année Politique Suisse, Universität Bern

Bei den eidgenössischen Wahlen 2015 steht für die Parteien einiges auf dem Spiel. Es geht nicht nur um die Verteidigung oder den Gewinn von Mandaten, sondern auch darum, welche Richtung die Schweizer Politik in den nächsten vier Jahren nehmen wird. Nicht zuletzt kann der Wahlausgang auch die Zusammensetzung der Regierung beeinflussen.

Kein Wunder also, befinden sich die meisten Parteien schon Monate vor den Wahlen Mitte Oktober im Wahlkampf. Wichtiges Ziel ist es, sich möglichst im Gespräch zu halten: die mediale Präsenz gilt dabei als zentrale Bedingung für Wahlerfolg. Obwohl die Medien die Meinung ihrer Leser selten direkt beeinflussen, so können sie durch die Wahl ihrer Beiträge doch steuern, worüber sich die Leser- und potentielle Wählerschaft überhaupt Gedanken macht. In diesem Sinne sind Berichterstattungen über Parteien gerade im Wahljahr von höchster Bedeutung, dienen sie doch dazu, den Wählerinnen und Wählern ihre Wahloptionen und die damit einhergehenden möglichen Konsequenzen zu verdeutlichen.

Welchen Parteien gelingt es, mediale Aufmerksamkeit zu erlangen? Entwickelt sich die mediale Präsenz verschiedener Parteien unterschiedlich über die Zeit? Lassen sich diese Unterschiede durch verschiedene Medienereignisse erklären? Gibt es regionale Unterschiede? Gibt es Unterschiede zwischen verschiedenen Presseorganen und Medienkanälen?

Chronik-ON

Diesen Fragen geht Chronik-ON auf die Spur. In den nächsten Wochen wird das gemeinsam von Année Politique Suisse am Institut für Politikwissenschaft der Universität Bern und dem Zürcher Unternehmen Eurospider Information Technology AG entwickelte Projekt mit wöchentlichen, in einem Newsletter aufbereiteten Kurzanalysen die mediale Präsenz der Parteien beleuchten.

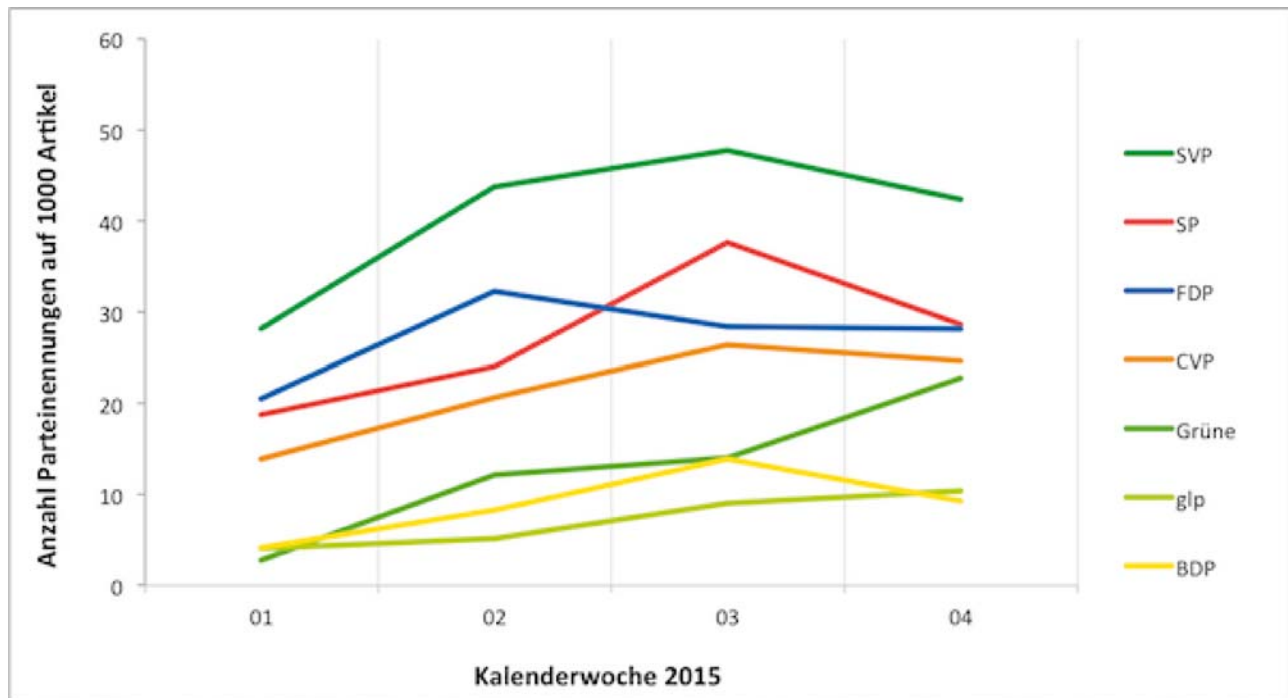
Grundlage für die Analysen ist eine automatisierte Erfassung der Nennungen der im eidgenössischen Parlament vertretenen Parteien in den Online-Medien seit dem 1. Januar 2015. Wird eine Partei in einem RSS-Feed oder in der Beschreibung des Feeds oder im verlinkten Artikel zum Feed genannt, so erfassen wir dies als eine Nennung. Damit lässt sich für alle Parteien für jeden Tag die mediale Präsenz in den Online-Medien erfassen und anhand von deskriptiven Analysen beschreiben. Zusätzlich werden im Newsletter jene Nachrichten angehängt, die exemplarisch für die wichtigsten Ereignisse innerhalb einer Woche stehen, mit denen sich die unterschiedliche mediale Präsenz einzelner Parteien erklären lassen.

Mediale Präsenz der Parteien im Januar: die SVP legt vor

In den ersten vier Kalenderwochen des Jahres 2015 – konkret seit Montag, 29. Dezember 2014 – sind im von Chronik-ON beobachteten Sample von 385 Online-Quellen rund 63'000

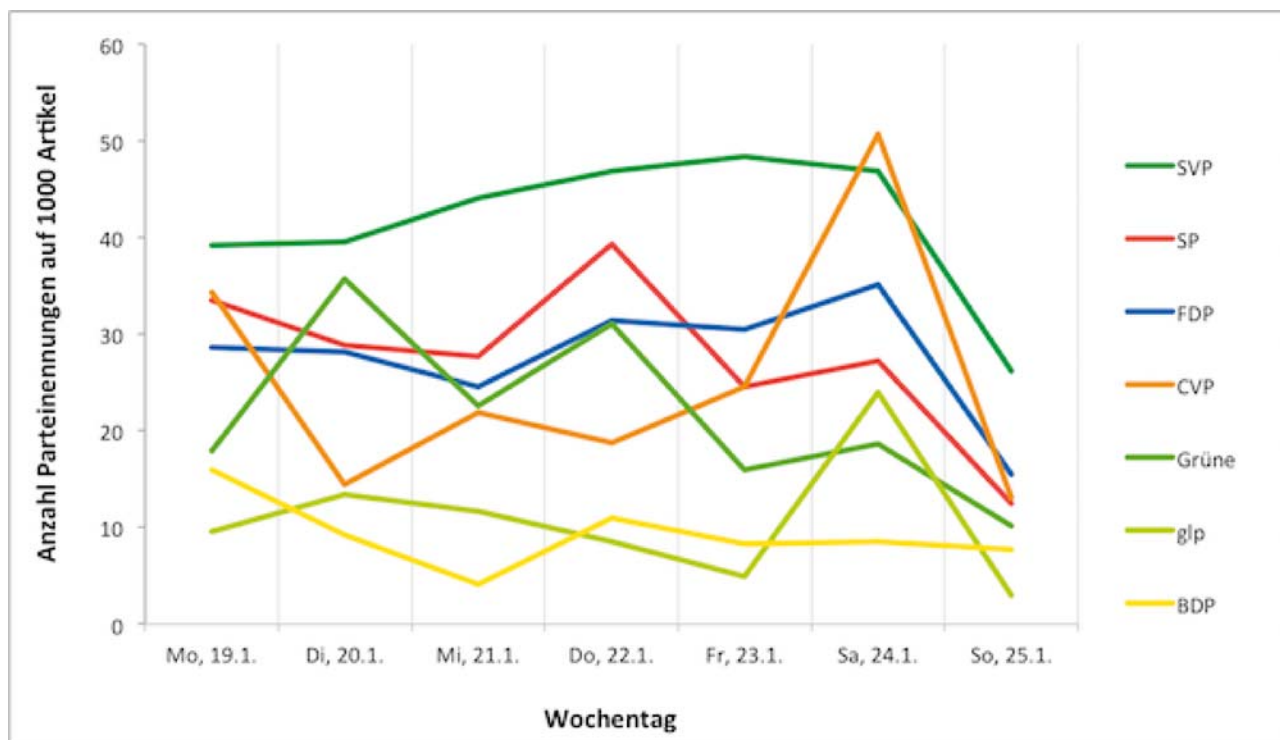
Artikel erschienen. In all diesen Artikeln finden sich 9'479 Nennungen mindestens einer der sieben grossen, im Nationalrat vertretenen Parteien.

Die SVP erhielt dabei in den ersten vier Wochen des Jahres 2015 mit Abstand am häufigsten Präsenz in den Online-Medien. 27.6% aller Parteinennungen betreffen die Volkspartei (2620 Nennungen). Mit einigem Abstand folgen die SP (18.7% aller Nennungen), die FDP (18.5%) und die CVP (14.7%). Die Grünen (9.3%), die BDP (6.2%) und die GLP (5.0%) fanden in den Online-Medien in den vergangenen vier Wochen noch wenig Aufmerksamkeit.



Mit Blick auf die Wochengraphik, die mit relativen Häufigkeiten operiert (Anzahl Artikel mit Nennungen pro 1000) fällt auf, dass die SVP von Beginn weg die grösste mediale Beachtung erhält, während sich die FDP und die SP den zweiten Platz streitig machen. Die CVP und insbesondere die Grünen scheinen hier allerdings aufzuholen.

Interessant ist neben diesen ersten groben, wochenweisen Beobachtungen die etwas feibrigere Konjunktur der medialen Parteipräsenz aufgeteilt nach Tagen. In unserer Tagesgraphik der letzten Woche (19. Bis 25. Januar 2015; Promille-Angaben) widerspiegeln sich unterschiedliche Ereignisse, mit welcher die Logik des medialen Wahlkampfes exemplarisch nachgezeichnet werden kann.



Ins Auge fallen vorwiegend die Peaks einzelner Parteien.

Das Wochenhoch der Grünen Partei am Dienstag (20.1.2015) ist auf der einen Seite auf den medial relativ breit aufbereiteten Entscheid der Berner Grünen zurückzuführen, den ehemaligen Zuger Nationalrat Jo Lang nicht zu nominieren. Darüber hinaus lässt sich ein Teil der Nennungen auch durch die in den Medien als „Zuger Sexskandal“ betitelte Affäre zwischen den beiden KantonsparlamentarierInnen Jolanda Spiess-Hegglin (GP) und Markus Hürlimann (SVP) erklären. Der Rücktritt von Hürlimann als SVP-Kantonalpräsident erzeugte in allen drei Sprachregionen starkes Medienecho, was nicht nur für die SVP, sondern eben auch für die GP mediale Aufmerksamkeit bewirkt hat.

Die SP erhielt die meisten Nennungen in dieser Woche am Donnerstag (22.1.2015). Diese erklären sich vor allem durch regionale Ereignisse, aber auch durch die Kritik an Bundesrat Johann Schneider Ammann, dem von den Genossen Hilflosigkeit vorgeworfen wurde, weil er sich tags zuvor gegen die Ergreifung von Massnahmen wehrte, die aus Sicht der SP aufgrund der Aufgabe des Frankenkurses gegenüber dem Euro allerdings nötig seien.

Dass eine Partei auch ohne viel eigenes Dazutun zu medialer Aufmerksamkeit gelangt zeigt der im Vergleich deutlichste Wochen-Peak der CVP am Samstag (24.1.15). Sowohl die SVP (in Locarno) als auch die GLP (in Lugano) ergriffen an ihrer jeweiligen Delegiertenversammlung die Parolen für die im März zur Abstimmung gelangende Familien-Initiative der Christlichdemokraten. In der Summe ergeben sich dadurch mehr Nennungen der eigentlich nicht aktiven CVP in den Online-Medien als für die beiden Parteien, die ihren Parteitag abhielten.

Wie wenig medial nachhaltig von einer Partei selbst initiierte Ereignisse sein können, zeigt diese Woche das Beispiel der BDP, die am Samstag 17.1.15 (nicht auf der Tages-Graphik) mit ihrer Delegiertenversammlung zwar eine starke mediale Präsenz markieren konnte. Dies fand während der Woche kaum noch Erwähnung.

Bleiben Sie dran!

Die Analyse der medialen Präsenz der Parteien in den Online-Medien ist erst der Anfang

von Chronik-ON. Geplant sind zahlreiche Erweiterungen, die mit der Zeit aufgeschaltet werden. So wird etwa die Basis der Online-Medien erweitert und auch Online-Medien erfasst, die keine RSS-Feeds anbieten (so genannt generisches Crawlen). Zudem werden nicht nur Online-Medien, sondern auch Titel und Lead von Printmedien erfasst. Schliesslich interessieren wir uns nicht nur für die Nennung von Parteien, sondern wir erfassen auch die Berichterstattung zu relevanten Wahlkampfthemen, bei denen wir nicht nur die Konjunktur erfassen, sondern auch die Bewirtschaftung durch die verschiedenen Parteien.

Neben dem wöchentlich erscheinenden Newsletter mit den deskriptiven Analysen wird das Team von Chronik-ON zudem in unregelmässigen Abständen ausführlichere Analysen zum Thema Wahlkampfberichterstattung erstellen, über die im Newsletter informiert werden wird.

Parteien in den Online-Medien

[Kein Platz für Jo Lang auf Wahlliste der Berner Grünen](#)

Der Weg zurück ins Bundeshaus bleibt für Alt-Nationalrat Jo Lang versperrt. Die Delegierten der bernischen Grünen lehnten es ab, ihn auf die Nationalratsliste zu setzen. Und das recht deutlich.

Tages-Anzeiger, 20.01.2015

[Hürlimann si è dimesso](#)

A causa dello scandalo sessuale che lo vede coinvolto, il presidente dell'UDC di Zugo lascia la carica

Ticinonews, 20.01.2015

[Markus Hürlimann tritt nach Vorwürfen zurück](#)

Hat er K.-o.-Tropfen ins Getränk von Kantonsrätin Spiess-Hegglin gemischt? Die Vorwürfe wurden dem Zuger SVP-Kantonalpräsidenten nun zu viel. Er tritt zurück.

Basler Zeitung, 20.01.2015

[Soupçonné de viol, le président de l'UDC zougoise se retire définitivement](#)

Sous le coup d'une enquête pour atteinte à l'intégrité sexuelle d'une députée verte, Markus Hürlimann ne briguera pas de nouveau mandat à la tête de la section locale du parti agrarien. Le conseiller national Thomas Aeschi assure l'intérim

Le Temps, 20.01.2015

[Bundesrat: «Ruhe bewahren»](#)

Der Bundesrat will weiterhin nichts wissen von einer Konjunkturspritze. Die SP wirft ihm Hilflosigkeit vor.

Der Bund, 22.01.2015

[Brunner schlägt Deregulierungspaket vor](#)

Die Delegierten der SVP haben am Samstag in Locarno die Ja-Parole zur CVP-Familieninitiative sowie zum Bau eines zweiten Gotthard-Strassentunnels gefasst. Die Energiesteuerinitiative der GLP lehnten sie hingegen rundweg ab.

Thurgauer Zeitung, 24.01.2015

[Les délégués du parti adoptent trois mots d'ordre](#)

Les près de 300 délégués de l'UDC réunis samedi à Locarno (TI) ont adopté trois mots d'ordre. Ils ont accepté l'initiative du PDC en faveur des familles et rejeté celle du PVL sur l'énergie - les deux objets en votation le 8 mars. Ils ont aussi défendu le second tunnel au Gotthard, attaqué par référendum.

Le Temps, 24.01.2015

[Grünliberale lehnen CVP-Familieninitiative ab](#)

Die Grünliberalen haben wie erwartet die Nein-Parole gefasst zur CVP-Familieninitiative, die eine Steuerbefreiung für Kinder- und Ausbildungszulagen fordert. Die rund 100 Delegierten fällten den Entscheid am Samstag in Lugano TI ohne Gegenstimme bei drei Enthaltungen.

Südostschweiz, 24.01.2015

[Die Bienenkönigin im BDP-Stock](#)

Die BDP setzt im Wahlkampf als Sujet auf die Biene. Und macht klar: Ihr grösster Trumpf ist die Königin. Wird das gut gehen?

Der Bund, 20.01.2015

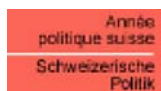
Chronik-ON analysiert die Wahlberichterstattung in den Medien. Untersucht werden die Präsenz der Parteien, die Konjunktur der Wahlkampfthemen sowie deren medial begleitete Aufnahme und Bewirtschaftung durch die Parteien

im Vorfeld der nationalen Wahlen vom Herbst 2015.

Chronik-ON empfehlen: Verwenden Sie diesen [Link](#), um Chronik-ON mit E-Mail weiter zu empfehlen.

Chronik-ON abbestellen: Verwenden Sie diesen [Link](#) oder senden Sie eine E-Mail an chronik-on@eurospider.com mit dem Betreff "unsubscribe-spiderview-chronik-on-newsletter".

Chronik-ON wurde von Année Politique Suisse (APS) am Institut für Politikwissenschaft der Universität Bern in Zusammenarbeit mit dem Zürcher Unternehmen Eurospider Information Technology AG entwickelt.



Powered by SpiderView, Eurospider Information Technology AG, Zurich.