



DISSERTATION

Titel der Dissertation

TV-Duelle: Vorspiel, Nachspiel, Mittendrin.

Analyse der parteiinternen Vorbereitung,
Durchführung durch den ORF und medialen Nachbereitung
der Fernsehkonfrontationen 2006 und 2008.

Verfasserin

Dipl.-Ing. (FH) Martina Lettner MAS

angestrebter akademischer Grad

Doktorin der Philosophie (Dr. phil.)

Wien, im Dezember 2010

Studienkennzahl lt.
Studienblatt:

A 092 301 059

Dissertationsgebiet lt.
Studienblatt:

Publizistik und Kommunikationswissenschaft
(nach einem Fachhochschul-Studiengang)

Betreuerin / Betreuer:

Univ.-Prof. Dr. Hannes Haas

Vorwort

„Es reicht“, sagte Wilhelm Molterer am 7. Juli 2008 als Reaktion auf das Schreiben der SPÖ-Spitze an die „Kronen Zeitung“ wenige Tage zuvor, in dem Alfred Gusenbauer und Werner Faymann einen neuen EU-Kurs der SPÖ angekündigt hatten. Molterer rief Neuwahlen aus. Damit kam es zwei Jahre vor der planmäßig vorgesehenen Nationalratswahl bereits Ende August 2008 zu neuen TV-Duellen.

Damit reichte es mir nicht mehr, für meine Untersuchung der TV-Duelle in ihrer Gesamtheit – Theorie wie Praxis, von Vorbereitung in den Parteizentralen, der Aufbereitung im TV-Studio bis zur Nachbereitung in den Redaktionen der Printmedien – nur die Duelle 2006 heranzuziehen. Basierend auf mehreren Seminararbeiten, etwa „Vom Schirm zum Print. Wie Journalisten¹ und Medienfachleute die TV-Konfrontationen im ORF zur Nationalratswahl 2006 verarbeiten“, beschäftigte ich mich abermals – diesmal noch intensiver – mit den bereits analysierten Duellen, untersuchte auch das Kanzlerduell 2006 sowie dieselben Paarungen im Jahr 2008.

Neben den theoretischen Grundlagen – Gesellschaftstheorien, Kommunikation auf Aufmerksamkeitsmärkten, Kommunikationsmanagement während des Wahlkampfes sowie der TV-Duelle –, gibt die Arbeit nun auch Überblick über die jüngsten Entwicklungen in der Wahlarena des ORF samt Einblicken in die journalistische Praxis, gefolgt von einer bündigen Analyse, wo sich Theorie und Praxis ergänzen, überschneiden sowie unterscheiden.

¹ Der besseren Lesbarkeit wegen wurde in der vorliegenden Arbeit auf explizite geschlechtsspezifische Schreibweisen verzichtet. Es wird stellvertretend für beide Geschlechtsformen die kürzere männliche Schreibweise verwendet.

Abgerundet wird die Arbeit durch einen Ausblick, welche demokratiepolitisch bedenkliche Entwicklung unsere Gesellschaft nehmen könnte – dargestellt am Phänomen TV-Duell.

Die Arbeit schließt damit etliche Forschungslücken: Erstmals wurden die TV-Duelle nicht als losgelöstes Einzelphänomen, etwa als Höhepunkt des Wahlkampfes, gesehen, sondern gleichzeitig mit ihnen auch das zugrunde liegende Regelwerk, die Vorbereitung der Parteien und die Nachbereitung durch die Medien beleuchtet, und so eine Einordnung der Duelle in die politische Kommunikation in Österreich und ihrer Rolle in der Gesellschaft ermöglicht. Interviews mit Experten aus Journalismus, Politikberatung, Meinungsforschung und Parteien bringen wichtige Einblicke, die helfen, das Interagieren der drei Pole zu verstehen. Vergleiche der heimischen Debatten – Historie und Regelwerke – mit jenen in Deutschland und den USA ergänzen die Arbeit: Durch sie konnten Stärken und Schwächen der jeweiligen Formate, besonders des österreichischen, herausgearbeitet werden.

Jede in dieser Arbeit beantwortete Frage zeigte neue Wissenslücken auf. Sie bietet somit einige Anknüpfungspunkte für weiterführende Forschung rund um den Höhepunkt des massenmedialen Wahlkampfes in Österreich – und nicht nur dort.

Wien, im Dezember 2010

Übersicht

<u>1</u>	<u>EINFÜHRUNG</u>	<u>12</u>

THEORIE

<u>2</u>	<u>POLITISCHE KOMMUNIKATION IN DER MEDIENGESELLSCHAFT</u>	<u>26</u>
<u>3</u>	<u>POLITISCHE KOMMUNIKATION IN WAHLKÄMPFEN</u>	<u>84</u>
<u>4</u>	<u>TV-DUELLE ALS HÖHEPUNKT POLITISCHER KOMMUNIKATION</u>	<u>121</u>
<u>5</u>	<u>EXKURS: MENTALE MODELLE UND REZEPTION</u>	<u>167</u>

EMPIRIE

<u>6</u>	<u>UMFELD DER TV-DUELLE</u>	<u>176</u>
<u>7</u>	<u>VORBEREITUNG AUF DIE TV-DUELLE DURCH DIE PARTEIEN</u>	<u>191</u>
<u>8</u>	<u>REGELWERKE DER TV-DUELLE</u>	<u>212</u>
<u>9</u>	<u>ÖSTERREICHS TV-DUELLE</u>	<u>224</u>
<u>10</u>	<u>PRINTBERICHTERSTATTUNG ÜBER DIE TV-DUELLE</u>	<u>242</u>

FAZIT

<u>11</u>	<u>THEORIE UND EMPIRIE</u>	<u>272</u>
<u>12</u>	<u>VERZEICHNISSE</u>	<u>288</u>

Inhaltsverzeichnis

VORWORT	3
ÜBERSICHT	5
INHALTSVERZEICHNIS	6

1 EINFÜHRUNG **12**

1.1 ERKENNTNISINTERESSE	15
1.2 FORSCHUNGSFRAGEN	17
1.3 METHODISCHES VORGEHEN	18
1.3.1 VORBEREITUNG AUF DIE TV-DUELLE DURCH DIE PARTEIEN	19
1.3.2 REGELWERKE DER TV-DUELLE	20
1.3.3 ÖSTERREICHS TV-DUELLE	21
1.3.4 PRINTBERICHTERSTATTUNG ÜBER DIE TV-DUELLE	22

THEORIE

2 POLITISCHE KOMMUNIKATION IN DER MEDIENGESELLSCHAFT **26**

2.1 GESELLSCHAFTSTHEORIEN	27
2.1.1 DEMOKRATIE IN DER MEDIENGESELLSCHAFT	36
2.1.2 POLITIK IN DER MEDIENGESELLSCHAFT	39
2.1.3 MEDIEN IN DER MEDIENGESELLSCHAFT	51
2.1.4 ÖFFENTLICHKEIT IN DER MEDIENGESELLSCHAFT	60
2.2 ÖFFENTLICHE MEINUNG	66
2.3 AUFMERKSAMKEITSMÄRKTE	71
2.3.1 POLITIK, MEDIEN UND ÖFFENTLICHKEIT AUF AUFMERKSAMKEITSMÄRKTEN	77
2.4 GESELLSCHAFT – MEDIEN – POLITIK	81

3 POLITISCHE KOMMUNIKATION IN WAHLKÄMPFEN **84**

3.1 HISTORIE POLITISCHER KOMMUNIKATION IN WAHLKÄMPFEN	85
3.2 GRUNDLAGEN POLITISCHER KOMMUNIKATION IN WAHLKÄMPFEN	90
3.3 MODERNISIERUNG POLITISCHER KOMMUNIKATION IN WAHLKÄMPFEN	91
3.3.1 PROFESSIONALISIERUNG	97

3.3.2	POLITIKBERATUNG ODER CONSULTING	98
3.3.3	BOTSCHAFTEN	101
3.3.4	MESSAGE TRIANGLE	102
3.3.5	KISS UND SOUND BITE	103
3.3.6	INSZENIERUNG	104
3.3.7	KAMPAGNENMANAGEMENT	104
3.3.8	IMPRESSION MANAGEMENT	108
3.3.9	ISSUE MANAGEMENT	111
3.3.10	SPIN DOCTORING	113
3.3.11	POLLING	115
3.3.12	NEGATIVE CAMPAIGNING/ DIRTY CAMPAIGNING	117
3.3.13	WEITERE TRENDS	119
3.4	WIRKLICHKEITS- & KOMMUNIKATIONSWAHRNEHMUNG	120
<u>4</u>	<u>TV-DUELLE ALS HÖHEPUNKT POLITISCHER KOMMUNIKATION</u>	<u>121</u>
4.1	HISTORIE	122
4.1.1	USA	123
4.1.2	DEUTSCHLAND	128
4.1.3	ÖSTERREICH	130
4.2	INSZENIERUNG & VORBEREITUNG	138
4.2.1	MEDIENTRAINING	142
4.2.1.1	Rhetoriktraining	142
4.2.1.2	Stay on message	143
4.2.1.3	Stimmtrainer	143
4.2.1.4	Mimik & Gestik	143
4.2.1.5	Neurolinguistisches Programmieren	144
4.2.1.6	Sparring partner	145
4.2.2	INHALTLICHE VORBEREITUNG	145
4.2.3	ÄUßERLICHKEITEN	146
4.2.3.1	Kleidung	146
4.2.3.2	Maske	147
4.3	TV-DUELLE – WOZU?	148
4.4	WIRKUNG	150
4.5	DISKUSSION DER DISKUSSION	158

5 EXKURS: MENTALE MODELLE UND REZEPTION 167

EMPIRIE

6 UMFELD DER TV-DUELLE 176

6.1 NATIONALRATSWAHL 2006 178

6.1.1 DIE POLITISCHE LAGE 2006 178

6.1.2 DER WAHLKAMPF 2006 180

6.1.3 DAS WAHLERGEBNIS 2006 183

6.2 NATIONALRATSWAHL 2008 185

6.2.1 DIE POLITISCHE LAGE 2008 185

6.2.2 DER WAHLKAMPF 2008 187

6.2.3 DAS WAHLERGEBNIS 2008 189

7 VORBEREITUNG AUF DIE TV-DUELLE DURCH DIE PARTEIEN 191

7.1 DEBATE PREP ALS FORSCHUNGSGEGENSTAND 194

7.2 DEBATE PREP DER PARLAMENTSPARTEIEN 196

7.2.1 SPÖ 198

7.2.2 ÖVP 203

7.2.3 GRÜNE 206

7.2.4 FPÖ 208

7.2.5 BZÖ 209

7.3 DEBATE PREP ALS TABU 210

8 REGELWERKE DER TV-DUELLE 212

8.1 REGELWERKE ALS FORSCHUNGSGEGENSTAND 213

8.2 REGELWERKE IM INTERNATIONALEN VERGLEICH 215

8.2.1 USA 217

8.2.2 DEUTSCHLAND 218

8.2.3 ÖSTERREICH 219

8.3 REGELWERKE UND IHRE WIRKUNG 220

9	ÖSTERREICHS TV-DUELLE	224
9.1	TV-DUELLE ALS FORSCHUNGSGEGENSTAND	225
9.1.1	EXKURS: STATISTISCHE GRUNDLAGEN	227
9.1.1.1	Definitionen	227
9.1.1.2	Methoden zur Auswertung	228
9.2	ANALYSE DER TV-DUELLE	229
9.2.1	THEMEN DER TV-DUELLE	233
9.2.2	ARGUMENTATIONSSTILE DER KANDIDATEN	235
9.2.2.1	SPÖ	237
9.2.2.2	ÖVP	238
9.2.2.3	FPÖ	239
9.2.2.4	BZÖ	240
9.3	ROLLEN DER KANDIDATEN	241
10	PRINTBERICHTERSTATTUNG ÜBER DIE TV-DUELLE	242
10.1	PRINTBERICHTERSTATTUNG ALS FORSCHUNGSGEGENSTAND	243
10.2	ANALYSE DER PRINTBERICHTE	246
10.2.1	THEMEN DER PRINTBERICHTERSTATTUNG	249
10.2.1.1	FPÖ vs. SPÖ 2006	251
10.2.1.2	BZÖ vs. ÖVP 2006	252
10.2.1.3	FPÖ vs. BZÖ 2006	253
10.2.1.4	SPÖ vs. ÖVP 2006	255
10.2.1.5	FPÖ vs. SPÖ 2008	257
10.2.1.6	BZÖ vs. ÖVP 2008	258
10.2.1.7	BZÖ vs. FPÖ 2008	260
10.2.1.8	ÖVP vs. SPÖ 2008	261
10.3	PRODUKTION DER PRINTBERICHTE	263
10.3.1	REZEPTION	263
10.3.2	INTENTION	264
10.3.3	SELEKTION	265
10.4	PROBLEME DER DISKUSSION DER DISKUSSION	266

FAZIT

11	<u>THEORIE UND EMPIRIE</u>	272
11.1	EINFÜHRUNG	272
11.2	DEMOKRATISCHE MEDIENGESELLSCHAFT	273
11.3	SPANNUNGSDREIECK	275
11.4	EXKURS: WISSEN VS. INFORMATION	279
11.5	TV-DUELLE	284
12	<u>VERZEICHNISSE</u>	288
12.1	LITERATURVERZEICHNIS	288
12.1.1	MONOGRAPHIEN, SAMMELBÄNDE, JOURNALE	288
12.1.2	ZEITUNGEN, ZEITSCHRIFTEN, MAGAZINE	317
12.1.3	AGENTURMELDUNGEN	326
12.1.4	ONLINE	328
12.1.5	EXPERTENINTERVIEWS	331
12.1.6	GESPRÄCHE	332
12.1.7	SONSTIGE	334
12.2	ABBILDUNGSVERZEICHNIS	334
12.3	TABELLENVERZEICHNIS	335
12.4	ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS	336

1 Einführung

Die TV-Duelle – eine win-win-win-Beziehung: Politik, Öffentlichkeit, Medien. Ein weiteres „win“ ließe sich für die Kommunikations-, Politikwissenschaft sowie Soziologie hinzufügen – auf Grund der Konzentration von Politik und Kommunikation stehen Wahlkämpfe seit jeher im Mittelpunkt wissenschaftlichen Interesses. Umso mehr müsste es der „Höhepunkt des Wahlkampfes“, wie die TV-Debatten der Spitzenkandidaten von Journalisten gerne genannt werden, sein. Und doch gibt es hier eklatante Forschungslücken.

Die möglichen (Aus-)Wirkungen von TV-Konfrontationen wurden immer wieder untersucht – eindeutige Ergebnisse blieb die Wissenschaft gezwungener Maßen aber schuldig. Durchgesetzt hat sich lediglich die These des *re-inforcements*² und, dass die Debatten bei knappem Wahlausgang – wie beispielsweise bei der Nationalratswahl (NRW) 2006 – durchaus den Ausschlag geben könnten.

Eine Reihe von Einzeluntersuchungen behandelt die TV-Duelle in Österreich: Beispielsweise beleuchtete Burkart bereits 1983 die Rezeption von TV-Duellen; Plasser, Ulram und Sommer beschäftigten sich in ihrer Analyse der Nationalratswahl 2002 mit dem Einfluss der Duelle; Renner untersuchte nach der Wahl 2006, ob sie Medienhype oder Entscheidungshilfe seien – er streifte dabei erstmals die parteiinterne Vorbereitung auf die Duelle – und bezeichnete sie als Tabuthema. Andrea Pihurik untersuchte in ihrer 2008

² Bspw.: „Debate viewing acts as partisan re-inforcement for Democratic and Republican voters“ – Abstract zu: R. Lance Holbert (2005): Debate Viewing as Mediator and Partisan Reinforcement in the Relationship Between News Use and Vote Choice. In: Journal of Communication 55 (1), 85-102 doi:10.1111/j.1460-2466.2005.tb02660.x Online verfügbar am 11.03.2008: <http://www.blackwell-synergy.com/doi/abs/10.1111/j.1460-2466.2005.tb02660.x>

eingereichten Diplomarbeit an der Universität Wien anhand ausgewählter TV-Konfrontationen der NRW 2006 die Wahlkampfstrategien der Parteien. Peter Filzmaier kritisierte 2006 die an die TV-Duelle anschließende Kür eines Siegers durch die Medien. Edith Meinhart und Ulla Schmid (2000) sowie Thomas Hofer (2005) widmeten sich in eigenen Büchern den *coaches* (Berater) und *spin doctors*; Fritz Plasser schrieb 2003 über die Globalisierung der Wahlkämpfe – und somit über die TV-Duelle. Lange war die Diplomarbeit von Andrea Dohnal aus dem Jahr 1995 die einzige Auseinandersetzung mit der Verarbeitung der TV-Duelle in den Printmedien, allerdings rein aus dem Blickwinkel des Agenda Settings. Fritz Plasser und Günther Lengauer widmen sich 2010 erstmals etwas ausführlicher der Berichterstattung über die TV-Konfrontationen 2008.

Eine der jüngsten wissenschaftlichen Arbeiten zu den TV-Duellen ist ein Forschungsbericht von Paolo Manganiello, der 2009 an der Universität Wien Politainment in TV-Debatten des öffentlichen und privaten Fernsehens analysierte³.

Besonders auffällig ist also die in Österreich fast gänzlich fehlende Auseinandersetzung auf wissenschaftlicher Ebene mit den Grundlagen der TV-Duelle: ihrer Entstehung, ihres Formates mit seinem Regelwerk, der Vorbereitung durch die Parteien sowie die Verarbeitung durch die Medien. Zwar wird immer wieder – zum Beispiel von Fritz Plasser und Peter Filzmaier⁴ sowie in der 2009 an der Universität Wien approbierten Dissertation von Florian Keusch – von der Amerikanisierung des Wahlkampfes gesprochen, die TV-Duelle

³ Online abrufbar: <http://paolomanganiello.netsons.org/selected-papers/Politainment%20in%20Fernsehdebatten%20-%20Paolo%20Manganiello.pdf> (30.06.2010)

⁴ Etwa: Plasser, Fritz (2000): Amerikanisierung der Wahlkampfkommunikation in Europa. In: Bohrmann, Hans u. a. (Hg.) (2000): Wahlen und Politikvermittlung durch Massenmedien: Wiesbaden.

als Beispiel dafür genannt (denn wie viele Trends haben auch sie ihre Wurzeln in den USA), ein Vergleich etwa der Debatten-Formate von Österreich und den Vereinigten Staaten samt einer Analyse des Regelwerkes blieb bislang allerdings aus.

Zu den Vergleichsländern: In Deutschland wurden die TV-Duelle bereits mehrmals mit der Personalisierungstendenz in Verbindung gebracht, die Duelle förderten diese, meinen etwa Wilke und Reinemann; entsprechende Studien, die den Einfluss der TV-Duelle endgültig belegten, aber fehlen laut Schmidts (2009) noch immer. Die Nachberichterstattung wurde in Deutschland ebenfalls bereits untersucht, auch hier wurde ein Trend zur Personalisierung vermutet.

Nicht nur in den USA liegen zahlreiche Erhebungen zu den US-amerikanischen Presidential Debates vor – gelten sie doch als Vorbild für ähnliche Formate: So wurde etwa untersucht, welchen Einfluss die Debatten und welchen Einfluss die Medien auf die Rezipienten hatten (vgl. *Cho 2009*). Aufgrund der Verschiedenheit der politischen Systeme, Fernsehdebattenformate und Kultur können Ergebnisse dieser Studien nicht auf Österreich angewandt werden.

Die vorliegende Arbeit schließt Lücken in der österreichischen TV-Debattenforschung, beantwortet die Frage nach dem Woher und Warum und untersucht die Funktionalität der Duelle primär im Sinne von Ablauf, Framing sowie Auswirkung des Framings und beschäftigt sich nur am Rande mit der Wirkung auf den potenziellen Wähler und sein Wahlverhalten. Stattdessen wird die Vorbereitung seitens der Parteien auf die Debatten untersucht und die publizistische Praxis bei der Nachbereitung, also der

Berichterstattung, unter Bedachtnahme auf die kommunikationswissenschaftliche Theorie.

Im dritten Teil beleuchtet ein bündiges Fazit kritisch die TV-Duelle in ihrer derzeitigen Ausformung auf ihre Legitimität in Bezug auf politische Bildung und gesellschaftlichen Nutzwert.

Die Arbeit soll zugleich ein Fundament für weiterreichende Forschungen – etwa Vergleiche mit den USA, aber auch Deutschland und anderen Ländern – Analysen und Thesen die österreichischen TV-Debatten betreffend sein, sowie zu einer kritischen Sicht der Entwicklung österreichischer Medienwahlkämpfe und ihrer Rolle in der Gesellschaft anregen.

1.1 Erkenntnisinteresse

Die moderne, demokratische Gesellschaft braucht Politik und zur Politikvermittlung Medien. Die Politik ihrerseits braucht ebendiese Gesellschaft (= Wähler), die sie ihrerseits wiederum nur über die Medien in ausreichendem Maß erreicht. Es besteht gegenseitige Abhängigkeit von Gesellschaft und Politik, in deren Beziehung sich die Medien eingeklinkt und ebenfalls Abhängigkeiten zu beiden Seiten aufgebaut haben.

In Wahlkämpfen werden diese Beziehungen besonders intensiv, gesteigertes Interesse auf allen Seiten vertieft sie – der Fokus der Öffentlichkeit liegt auf der Politik, deren ganze Energie wiederum Richtung Öffentlichkeit fließt. Dazwischen stehen die Medien.

Nur selten überlagern Themen abseits der Politik den Wahlkampf – entweder erreichen sie nicht die notwendige

Aufmerksamkeit der Journalisten, oder aber sie werden politisiert, also von der Politik instrumentalisiert, und verlieren dadurch ihren apolitischen Charakter – was durch den Trend hin zur dauerhaften Kampagne (*permanent campaign*) nunmehr auch abseits des „offiziellen“ Wahlkampfes immer öfter geschieht.

Inmitten dieser durch wechselseitige Abhängigkeiten geprägten Beziehung findet sich als Höhepunkt jedes Wahlkampfes das TV-Duell. Die Beziehungsebene von Medien, Politik und Wähler in Bezug auf die TV-Debatten blieb bisher im Schatten der zahlreichen wissenschaftlichen Arbeiten zur Wirkung der TV-Duelle dem Wähler und seinem Wahlverhalten gegenüber.

Die Aufarbeitung der österreichischen TV-Duelle blieb aus – das wissenschaftliche Fundament fehlt noch immer: Woher kommen sie? Wie entwickelten sie sich?

Auch die Sichtweise der Parteien wurde in Österreich bislang vernachlässigt: Wie wichtig sind ihnen die Debatten? Wie und in welchem Umfang bereitet sich eine Partei und ihren Kandidaten darauf vor? Was erhofft man sich?

Praktisch unbeachtet blieb die Praxis der medialen „Diskussion der Diskussion“, die Berichterstattung über die TV-Duelle – dabei fungieren die Journalisten und Medienexperten als Meinungsmacher und Multiplikatoren. Bestimmen sie nicht auch die Wirkung der Debatten? Wonach wählen sie die Inhalte ihrer Berichte aus? Wie sieht der Produktionsablauf aus?

Ziel dieser Arbeit ist, die TV-Duelle in Österreich erstmals in ihrer Gesamtheit darzustellen – von der Vorbereitung durch die Parteien bis zur Nachbereitung in den Medien – und so mögliche Konsequenzen ihrer weiteren Entwicklung für die Gesellschaft zu beschreiben.

1.2 Forschungsfragen

Um die verschiedenen Facetten der Duelle zu bearbeiten, galt es, die TV-Debatten umfassend zu betrachten, von ihrer Entstehung bis zur Nachbereitung in den heimischen Printmedien.

Woher kam das Debattenformat?

Worin unterscheiden sich die TV-Duelle in den USA von jenen in Österreich und Deutschland?

Wie beeinflusst das jeweilige Regelwerk die Debatten?

Wie bereiten Parteien ihre Kandidaten vor?

Was erhoffen sie sich von den Duellen?

Wie wichtig ist die mediale „Diskussion der Diskussion“?

Unter welchen Bedingungen kommt sie zustande?

Wonach wählen Journalisten die Inhalte ihrer Berichterstattung aus?

Welche Rolle übernehmen die Printmedien bei den TV-Duellen?

Welchen Wert haben die TV-Debatten für unsere Gesellschaft?

Für vorliegende Arbeit wurden diese Fragen, aufgeteilt in mehrere Abschnitte, detaillierter behandelt (siehe Kapitel 1.3 Methodisches Vorgehen, Seite 18).

1.3 Methodisches Vorgehen

Die Arbeit gliedert sich in drei Teile. Am Anfang soll via Literaturanalyse eine Einführung in den aktuellen gesellschaftstheoretischen Diskurs sowie die terminologische Grundlage beziehungsweise Abgrenzung von Mediengesellschaft, Mediendemokratie, Mediokratie, Parteiendemokratie und *self governing society* geschaffen, sowie die Auseinandersetzung mit relevanten Begriffen wie *politainment*, *partisan dealignment*, *confidence gap*, *impression management*, Beratungspolitik et cetera geführt werden, um das theoretische Rahmenkonstrukt aufzubauen. Gegen Ende des Theorieblocks wird auf die TV-Duelle eingegangen: Einem Abriss der Historie in den USA, Deutschland und Österreich folgt erst ein Abschnitt über Inszenierungs- und Vorbereitungstechniken, danach werden die Erkenntnisse zu Wirkung und medialer Aufbereitung der Duelle beschrieben. Als Abschluss folgt schließlich ein für das weitere Verständnis der Arbeit wichtiger Exkurs in den Bereich der Psychologie: Mentale Modelle erklären, weshalb Objektivität im Journalismus eine Utopie bleiben muss.

Im zweiten Teil, der Empirie, stehen die TV-Duelle der Nationalratswahlkämpfe 2006 und 2008 im Mittelpunkt – als Kontrapunkt zur im ersten Teil vorgestellten Theorie. Er ist das Kernstück der Arbeit: Er behandelt neben der politischen Ausgangslage detailliert die Vorbereitung der

österreichischen Parlamentsparteien auf die TV-Duelle, beschreibt das Regelwerk als Grundlage für die weiteren Untersuchungen, analysiert ausgewählte TV-Konfrontationen sowie die Berichterstattung darüber und unter welchen Bedingungen sie entstand.

Nach der Literaturanalyse im ersten Teil der Arbeit kommen hier – aufgeteilt in vier Kapitel: Vorbereitung auf die TV-Duelle durch die Parteien, Regelwerke der TV-Duelle, Österreichs TV-Duelle, Printberichterstattung über die TV-Duelle – mehrere methodische Ansätze zur Anwendung, um einige Forschungslücken zu schließen⁵:

1.3.1 Vorbereitung auf die TV-Duelle durch die Parteien

In Experteninterviews (vgl. Meuser, Nagel 2002: 75) mit namhaften Parteienvertretern von SPÖ, ÖVP und Grünen und anschließender Analyse wird auf die Sicht der Parteien eingegangen: Welchen Stellenwert die Duelle für sie einnehmen, wie die Vorbereitung – soweit die Vertreter es verraten – gehandhabt wird, welche Erwartungen sie daran haben.

- Forschungsfrage 1: Setzen alle Parteien alle professionellen Vorbereitungsmethoden, wie sie in den USA zur Vorbereitung auf TV-Debatten üblich sind (*task forces*: Offense, Defense; Rhetorik-Training; Stimmtraining; *sparring partners*; *opinion polling*) ein?

⁵ Details zum methodischen Vorgehen, der verwendeten Instrumente und der Operationalisierung sowie die jeweilige Dokumentation finden sich ebenso im Anhang wie die direkte Gegenüberstellung der Forschungsfragen und Hypothesen mit den Ergebnissen der Untersuchungen.

- Forschungsfrage 2: Wie viel Zeit investieren Spitzenkandidaten in diese Vorbereitung?
- Forschungsfrage 3: Bereiten sich alle Spitzenkandidaten auf die gleiche Weise auf die TV-Duelle vor?

1.3.2 Regelwerke der TV-Duelle

Um die bisher von der Wissenschaft gänzlich unbeachteten Regelwerke einzuordnen (nur Wolfgang Wagner erwähnt sie kurz in seiner Analyse der Wahl 2008; vgl. *Wagner 2008: 137f*), vergleicht die vorliegende Arbeit die Reglements in den USA, Deutschland und Österreich durch qualitative Inhaltsanalyse (vgl. *Christmann 2006: 275*) mit dem Approach der Diffusion, Differenz und Konkordanz (vgl. *Kleinstauber 2003: 387*). In Ermangelung schriftlicher Regelwerke für alle drei Vergleichsländer wurde für Österreich und Deutschland auf Experteninterviews (vgl. *Aufenanger 2006: 104f*) zurückgegriffen.

- Forschungsfrage 1: Haben die europäischen Länder das zur Zeit der Erhebung aktuelle amerikanische Regelwerk (jenes von 2004) der TV-Duelle ohne Änderungen für die in etwa zeitgleich stattfindenden Wahlen (Deutschland 2005, Österreich 2006) übernommen?
- Forschungsfrage 2: Wenn nicht, haben Deutschland und Österreich dieselben Änderungen vorgenommen?

- Forschungsfrage 3: Gibt es Übereinstimmungen im Regelwerk der USA, Deutschlands und Österreichs? Wenn ja, welche?
- Forschungsfrage 4: Gibt es Unterschiede im Regelwerk der USA, Deutschlands und Österreichs? Wenn ja, welche?
- Forschungsfrage 5: Fördern die Regelwerke den innerhalb der Politik anhaltenden Trend zur Personalisierung? Welche? Wie?

1.3.3 Österreichs TV-Duelle

Ein eigens ausgearbeiteter Codebogen, der mehrfach getestet und verfeinert wurde⁶, ermöglicht eine Mischung aus qualitativer und quantitativer Analyse der TV-Duelle. So konnten Diskussionsstile, Themenaufteilung und Meistererzählungen der Kandidaten erfasst werden.

- Forschungsfrage 1: Wurden in allen TV-Duellen eines Wahljahres dieselben Themen angesprochen?
- Forschungsfrage 2: Wurden alle Themen gleich stark gewichtet?
- Forschungsfrage 3: Wandten alle Diskutanten denselben Argumentationsstil an?

⁶ Details dazu im Anhang

1.3.4 Printberichterstattung über die TV-Duelle

Neben der Untersuchung der Berichterstattung, die mit dem adaptierten Codebogen der Duell-Analyse erfolgte, geben Experteninterviews mit Journalisten und Meinungsforschern die Möglichkeit, erstmals die kommunikations- und kognitionswissenschaftliche Theorie der Arbeitspraxis von Journalisten bei der Verarbeitung der TV-Duelle gegenüberzustellen.

- Forschungsfrage 1: Berichteten die ausgewählten Printmedien über alle ausgewählten TV-Duelle?
- Forschungsfrage 2: In welcher Form berichteten die ausgewählten Medien über die ausgewählten TV-Duelle?
- Forschungsfrage 3: Was berichteten die ausgewählten Medien über die ausgewählten TV-Duelle?
- Forschungsfrage 4: Wie passierte die Rezeption und Verarbeitung der ausgewählten TV-Duelle durch die Journalisten?
- Forschungsfrage 5: Fand eine Delegation der Beurteilung des Duells durch Journalisten an Experten statt?

Nachdem im ersten Teil grundlegende Theorien zu Annahmen zum aktuellen Zustand der Gesellschaft, zu politischer Kommunikation im Wahlkampf sowie zu TV-Duellen behandelt, im zweiten Teil der Arbeit die größten Wissenslücken der

Forschung zu den TV-Duellen geschlossen wurden, soll im dritten Teil nach einer Bestandsaufnahme von Theorie und Praxis ein Fazit gezogen werden; Experteninterviews mit Politikberatern und Meinungsforschern ergänzen die Ausführungen:

Wie funktioniert die Beziehung Politik – Medien – Wähler bei den TV-Duellen?

Welchen Fokus legt wer warum?

Welche Rolle übernehmen die Medien?

Wo und wie klaffen Theorie und Praxis auseinander?

Und, für die Zukunft bedeutsam:

Wohin führt uns – unsere Gesellschaft –, die derzeitige Entwicklung der TV-Duelle, ihrer Nachbereitung in den Medien und der Rezeption durch die Bevölkerung?

Teil 1

Theorie

2 Politische Kommunikation in der Mediengesellschaft

„Politische Kommunikation ist eine Kernaufgabe der Demokratie“ Matthias Machnig⁷

Es ist ein „Balanceakt“ (Machnig 2002: 146): Um ihrem Auftrag gerecht zu werden, an der politischen Willensbildung des Souveräns Volk mitzuwirken, muss sich Politik auf die Medien einlassen (vgl. Machnig 2002: 145ff) – und sich damit dem Risiko der Kritik einer Unterwerfung der Medienlogik (vgl. Meyer 2001) aussetzen. Doch werden auch die Medien kritisiert: Einerseits, weil sie sich möglicherweise von der Politik instrumentalisieren lassen und andererseits, weil sie dem Wunsch des Publikums nach platter Unterhaltung zu sehr nachgäben. Der Öffentlichkeit wiederum wird mangelndes Interesse und stetig wachsende Politikverdrossenheit vorgeworfen, sie würde ihrer ‚Pflicht‘, am politischen Prozess teilzunehmen, nicht ausreichend nachkommen. (vgl. Balzer, Geilich, Rafat 2006; Dimmel, Schmee 2005; Machnig 2002; Beck, Schweiger 2001; Sarcinelli 1998; Kaase 1998)

Wie funktioniert politische Kommunikation? Welche Rolle übernehmen Massenmedien in der Mediengesellschaft? Die *science community* hat mit diesen symbiotischen Begriffen Definitionsschwierigkeiten. Da diese Arbeit mit den TV-Duellen vor Nationalratswahlen einen Teilaspekt politischer Kommunikation in der westlichen Mediengesellschaft behandelt, sucht das folgende Kapitel Antworten und Grundlagen zum Verständnis dieser Arbeit zu liefern.

⁷ Machnig 2002: 146

2.1 Gesellschaftstheorien

*„Tempora mutantur nos et
mutamur in illis“⁸
Urheber unbekannt*

Vorbei sind die Zeiten, in denen die Gesellschaft klar strukturiert war, in denen Produktionsprozesse und Konsumsphären die soziale Hierarchie bedingten und jedem Akteur seinen Platz innerhalb der Gesellschaft – mit mäßigen Auf- und Abstiegsmöglichkeiten – zuwiesen. Weit entrückt scheinen die Zeiten, in denen dermaßen die sozialen Kontakte bis hin zur Wahl des Ehepartners und die Gesamtheit des Lebenswandels bestimmt wurden. Doch noch für die Sechzigerjahre des vergangenen Jahrhunderts legte der französische Soziologe Pierre Bourdieu in seinen Untersuchungen, die er in seiner Analyse der „Feinen Unterschiede“ 1982 beschrieb, die enge Verbindung von Geschmacks- und sozialen Grenzen dar – die Hierarchie der kulturellen Praktiken legitimiert und stabilisiert jene der Gesellschaft, wie auch Andreas Dörner 2001 festhält. (vgl. Dörner 2001: 37 ff)

Innerhalb nur weniger Jahrzehnte aber vollzog die sozialwissenschaftliche Gegenwartsdiagnose einen fast vollständigen Wandel, vielmehr noch, die Gesellschaft wandelt sich ständig und mit immer größer werdender Geschwindigkeit. Damit ändern sich auch die Diagnosen. Diese Beschleunigung der Entwicklung lässt Gesellschaftstheorien rasch veralten, sie können nunmehr lediglich Momentaufnahmen werden (vgl. Meyer 2001: 177). Diese wiederum ergeben, aneinander- und auch nebeneinander

⁸ „Die Zeiten ändern sich und wir ändern uns in ihr“ – Urheber unbekannt

gereiht, ein kompliziertes, aber in sich schlüssiges Bild, das Ansatzpunkte für Schlussfolgerungen anschließender Diagnosen zulässt. Eine allumfassend längerfristig gültige Diagnose der postmodernen Gesellschaft kann es somit aber nicht geben.

Die „moderne Kultur befindet sich in der Krise und vor einem neuen Aufbruch zugleich“, postuliert Richard Münch Anfang der Neunzigerjahre: „Wir stehen an einer Zeitwende, an der die Paradoxien des Interventionismus, Rationalismus, Individualismus und Universalismus der Moderne erst richtig offenbar werden.“ (Münch 1992: 15) Wie etwa, dass die Lösung von Problemen ständig neue Probleme schaffe, dass wachsendes Wissen neue Wissenslücken offenbare und die „Vervollkommnung unseres Sinnstrebens erst recht Sinnverlust hervorbringt“ (Münch 1992: 15).

Zunehmend schneller brechen die Prozesse der Individualisierung die vormals fix im Gesellschaftsgefüge einbetteten Akteure aus ebendiesem; die einst festgeschriebene Biographie verliert an Bedeutung und weicht immer weiter einer ständig steigenden Zahl von möglichen, eigenständig wählbaren Lebenswegen. Obligationen verwandeln sich zunehmend in Optionen (vgl. Gross 1994: 39), doch werden die fehlenden Zwänge nicht zwingend als „Entlastung“ (Dörner 2001: 38) und Freiraum des einzelnen Akteurs wahrgenommen, nein, die neu gewonnene Individualität verursacht „erst recht Zwänge“ (Münch 1992: 15), wie etwa jenen zur „Originalität der Lebensführung“ (Dörner 2001: 38). So geht die Autonomie des Menschen manchmal gar in eine „Tyrannei der Möglichkeiten“ (Gross 1994: 29) über und die nun universelle Solidarität bringt gar „konkrete Vereinsamung“ (Münch 1992: 15) der einzelnen Akteure.

Diese, entbunden von den alten, starren Strukturen von Kirchen, Verbänden, Parteien, finden sich nun in einer Vielfalt von freien, sich gegenseitig durchdringenden Vereinigungen wieder – auch die alten Abgrenzungen von Arbeit und Freizeit, von Beruf und Privatem lösen sich zunehmend (gefördert und beschleunigt durch die technischen Möglichkeiten, vor allem auf dem Gebiet der Kommunikation) auf, die Bereiche beginnen fließend ineinander überzugehen, penetrieren und beeinflussen sich so gegenseitig, lautet eine gängige These in der Trendforschung⁹; die einst klar abgegrenzten Systeme, seien es Märkte oder politische Entscheidungsverfahren, werden durch Interpenetration vielschichtiger Systeme und damit verbunden durch intersystemische Kommunikation und Verflechtung abgelöst, schreibt Münch, das Leben von Kommunikation und Diskurs durchdrungen: „Wir sind schon lange dabei, die Industriegesellschaft hinter uns zu lassen und eine Kommunikationsgesellschaft aufzubauen.“ (Münch 1992: 16)

Sind wir das wirklich? Oder waren wir es überhaupt jemals, etwa damals in den Neunzigern? Klingt nicht die Diagnose der „Erlebnisgesellschaft“, der Suche nach dem Glück, von Gerhard Schulze ebenso plausibel (vgl. Schulze 1992)? Dass nun nicht mehr (nur) der Kampf um Status und Prestige tobe, wie ihn Bourdieu noch in den Neunzehnhundertachtzigern feststellte, sondern nun Genuss und Erlebnisqualität als erstrebenswert gelten (vgl. auch Dörner 2001)? Ist „'Have fun' als kategorischer Imperativ der heutigen Spaßkultur“ (Dörner 2001: 38) als absurd von der Hand zu weisen? Auch wenn Bildung und sozialer Status

⁹ Vgl. Thesen von Matthias Horx, Andreas Steinle, beide Zukunftsinstitut Deutschland - <http://www.zukunftsinstitut.de/> (21.09.2010); Zukunftskongress work-life-play 2007 in Kronberg, Frankfurt am Main; profil, 17.08.2009

nach wie vor Einfluss auf die Lebenswelten der Akteure haben, die gegenseitige Toleranz der verschiedenen Gruppierungen, die sich nun nicht mehr (nur) über den sozialen Status sondern (auch) über die Vorlieben der einzelnen Akteure finden, wächst. „Vor allem in der ausufernden Spaß- und Unterhaltungskultur nivellieren sich die feinen Unterschiede, weil sich Arm und Reich, simple und gebildete Gemüter gleichermaßen amüsieren“, konstatiert Dörner (Dörner 2001: 40). Zwar nicht unbedingt miteinander, doch aber mit demselben Ziel: unterhalten zu werden – zunehmend auch von der Politik.

Wie aber steht es um Einordnungen wie Freizeit-, Spaß-, Multioptions- oder Risikogesellschaft für die westliche Gesellschaft? Es wurde kritisiert, die jüngeren Gesellschaftsbegriffe seien „einseitig strukturalistisch oder kulturalistisch“ argumentiert, „auf Kosten ihrer Präzision recht offen und im Begriffskern teilweise trivial“, sowie dass ihnen allen „die Konnotation der *Entgrenzung*“¹⁰ gemeinsam sei (Imhof, Blum, Bonfadelli, Jarren 2006: 15). Doch ist es überhaupt möglich, die Gesellschaft in ihrer Heterogenität präziser zu fassen?

Die meisten Befunde aus den Neunzigerjahren haben ohnehin ihre Gültigkeit (zumindest teilweise) schon wieder verloren. In immer kleiner werdenden Abständen ist die Frage zu stellen, wo die Gesellschaft nun stehe. Wieder einmal kann nur eine Momentaufnahme als Antwort dienen. Eine, die sich wohl noch schneller überlebt haben wird als die vorangegangene. Außerdem mag bei allen Versuchen einer Gegenwartsdiagnose der Anspruch der Interdisziplinalität verfolgt werden, zumeist schlägt bei den Diagnosen aber die „jeweilige *disziplinäre Perspektive* des Autors“¹¹ (Saxer

¹⁰ Hervorhebung im Original

¹¹ Hervorhebung im Original

2007: 25) durch. So warnt Sarcinelli 2004 denn auch vor einer Überbewertung der Eigenlogik der Medien und einer Unterschätzung jener der Politik (vgl. Saxer 2007: 25).

Unleugbar ist aber die „gewaltige Vermehrung, Beschleunigung, Verdichtung und Globalisierung von Kommunikation“ (Münch 1992: 87), sowie die „Durchdringung der Gesellschaft durch Kommunikation“ (Münch 1992: 22), weshalb Münch Anfang der Neunzigerjahre des vergangenen Jahrhunderts von der Entwicklung einer Kommunikationsgesellschaft spricht: „Kommunikation dringt in den hintersten Winkel der Gesellschaft ein, und sie umspannt den ganzen Erdball. Wir sind in ein riesiges Netzwerk einer weltumspannenden Kommunikation eingefügt“ (Münch 1992: 88).

Zunehmend wird das gesamte gesellschaftliche Geschehen von kommunikativen Prozessen beeinflusst, ja bestimmt („kommunikative Durchdringung“), immer mehr Kommunikatoren sind in ein immer enger und zugleich immer grenzenloseres Netzwerk globaler Kommunikation eingewoben („Verdichtung“); immer mehr Information wird immer schneller bereit gestellt, immer schneller veraltet Wissen und wird durch neues ersetzt („Beschleunigung“) und diese Entwicklung setzt sich über institutionelle, gesellschaftliche, geographische und auch kulturelle Grenzen hinweg („Globalisierung“).
(vgl. Münch 1992: 88)

Als Untermauerung dienen Münch die steigenden Zahlen von Telefon- und TV-Anschlüssen in den USA sowie in Deutschland. In Österreich hatten 2004 bereits 99 Prozent der Haushalte einen Fernseher, das TV ist für 75 Prozent eine wichtige Informationsquelle – und somit klarer Favorit. Auch Tageszeitungen haben noch nicht ausgedient:

Immerhin 72,6 Prozent aller heimischen Haushalte greifen Media-Analyse 2008¹² auf sie zurück, aber nur für 49 Prozent gelten sie als wichtige Informationsquelle (vgl. *Filzmaier 2006: 11*). Doch bestätigen diese Zahlen nicht eher die These von Saxer, der 1998 die Bezeichnung ‚Mediengesellschaft‘¹³ prägt und später wie folgt definieren wird: „Als ‚Mediengesellschaft‘ wird ein hochkomplexer Typ von moderner, funktional differenzierter Gesellschaft bezeichnet, der von Medialisierung durch und durch geprägt wird“ (*Saxer 2007: 26*).

In Saxers Definition finden sich die Charakteristika der oben genannten Gesellschaftsdiagnosen großteils wieder, sowie eine Weiterführung der Kommunikationsgesellschaft (immer davon ausgehend, dass Medien „komplexe institutionalisierte Systeme um organisierte Kommunikationskanäle von spezifischem Leistungsvermögen“ (*Saxer 2007: 24f*) sind): Die Bedeutung von massenmedial vermittelter Kommunikation steigt, viele Ereignisse sind für die Gesellschaft nur durch Medien wahrnehmbar (vgl. *Rhomberg 2009: 22*). Saxer spricht gar von einem „sozialen Totalphänomen“ (*Saxer 1998: 53*). Haas führt die Gedankenstränge 2006 weiter, beschreibt die „zunehmend stärkere und engmaschigere Durchdringung aller Bereiche mit Medienkommunikation“ (*Haas 2006: 67*).

Auch diese noch junge Bestandsaufnahme bedarf bereits einer Ergänzung: „Mobilität und Mediennutzung – was zunächst allenfalls nach einem netten Gimmick geklungen hatte, entwickelt sich in den kommenden Jahren zu einem Massenmarkt“ (*Jakubetz 2008: 27*). Erst eroberte der PC die Alltagswelt, später der Laptop, schließlich der Palmtop,

¹² www.media-analyse.at (25.08.2009)

¹³ Schulz meint, die Annahme, es gäbe eine Vor-Mediengesellschaft, sei unrealistisch (vgl. *Schulz 2006: 41*)

die Smartphones und nun auch deren Weiterentwicklungen, welche private Kommunikation, Medieninhalte sowie Mischformen orts- und zeitunabhängig auf verschiedenen Plattformen zur Verfügung stellen: Konvergenz wurde zum Schlagwort. Die technische Weiterentwicklung lässt die Trennlinien zwischen Kommunikations- und Mediengesellschaft zunehmend verschwimmen. Erstens: Die Durchdringung macht nicht mehr bei der Haustüre halt, das Totalphänomen hat es nun auch in die Hosen- und Handtaschen geschafft – schwarze Flecken auf der Landkarte des Kommunikationsnetzes sind fast ausgemerzt. Zweitens: Die Möglichkeiten des „Web 2.0“ – der Interaktivität zulassenden und gar fordernden Gestaltung des Internets – entgrenzen immer mehr professionelle, kommerzielle und private Kommunikation¹⁴: etwa „Twitter“ als privates Pendant einer Nachrichtenagentur ohne Anspruch auf Seriosität, soziale Netzwerke wie „Facebook“ als Stammtischersatz, „Xing“ als Agora für (hoch-)qualifizierte Arbeitskräfte des 21. Jahrhunderts. Die Plattformen konkurrieren und fördern sich gegenseitig zugleich, ihre Akteure sind oftmals ident, sie verweisen auf andere Netzwerke und private Blogs ebenso wie auf öffentlich-rechtliche Medien, weben ein dichtes Geflecht der gegenseitigen multi- und crossmedialen Bezugnahmen. Die Akteure verkürzen in ihrer Online-Kommunikation die Sprache, bilden eigene Codes; effiziente *sound bites* – oft nur Satzfragmente – dienen als Schlagzeile, der Link zur Quelle ersetzt die eigenständige

¹⁴ Die Auswirkungen des Internet aus demokratiepolitischer Sicht werden hier ausgespart, da sie im konkreten Untersuchungsrahmen dieser Arbeit wenig Niederschlag finden. Für die Zukunft könnte die Entwicklung der Mediengesellschaft aber stark durch das Internet geprägt werden, wie etwa Meyer bereits 2001 beschreibt: Die technischen Entwicklungen werden die „hierarchische One-to-many-Struktur der massenmedialen Kommunikation in die Form einer horizontalen Many-to-many-Kommunikation überführen“, wodurch sie die Öffentlichkeit wieder dem „diskursiven Ideal einer alle Staatsbürger umfassenden Versammlungsdemokratie“ annähern (Meyer 2001: 177ff).

Verbalisierung des Themas. Die für ein Individuum nicht mehr erfassbare Masse der in immer kürzeren Intervallen publizierten Meldungen zwingt die Akteure zu einem anderen Umgang mit Information – es muss selektiert werden (siehe auch Kapitel 2.3 Aufmerksamkeitsmärkte, Seite 71).

Doch nach welchen Kriterien?

Schulze hält auch 2005 in der Neuauflage seines Buches „Die Erlebnisgesellschaft“ an seiner Diagnose von 1991 fest: „Die Erlebnisgesellschaft ist immer noch unterwegs, auch in Zeiten von Hartz IV, Standortkonkurrenz und hoher Arbeitslosigkeit.“¹⁵

Schulze argumentiert, jede Sichtweise habe einen blinden Fleck, der nur von einer anderen Perspektive aus gesehen werden könne; der häufigste Irrtum bei der Interpretation bestehe darin, eine Teilansicht mit dem Ganzen zu verwechseln; der zweithäufigste Irrtum sei, die Verschiedenartigkeit von Teilansichten einem logischen Widerspruch gleichzusetzen: Prekäre und gute Lebensverhältnisse würden einander nicht ausschließen, sie existierten nebeneinander.¹⁶

Dörner übernimmt Schulzes Begriff der Erlebnisgesellschaft, schließt sich Saxer und somit Haas aber insofern an, als er Schulzes Definition auf „mediale Erlebnisgesellschaft“ erweitert und so zugleich präzisiert, um sowohl „die Unterhaltungs- und Genussdominanz“ (Dörner 2001: 40) der heutigen Gesellschaft als auch die „mediale Interpenetration unserer Alltagswelt“ (Dörner 2001: 40) hervorzuheben.

Haben also verschiedene Gesellschaftsdiagnosen zur selben Zeit ihre Berechtigung?

¹⁵ Online abrufbar: www.gerhardschulze.de (21.05.2008)

¹⁶ Online abrufbar: www.gerhardschulze.de (21.05.2008)

Vielleicht. Der von Saxer geprägte Begriff der Mediengesellschaft allerdings betrifft, wie bereits angesprochen, alle Teile der Gesellschaft westlicher Demokratien, der blinde Fleck seiner Sichtweise ist wohl der kleinste aller aktuellen Diagnosen. In grober Anlehnung an Dörner, Schulze und Beck soll hier aber auch die Lust der modernen (Medien-)-Gesellschaft an Unterhaltung festgehalten werden. Saxers Definition ließe sich für diese Arbeit so auf eine *erlebnisorientierte, nach Unterhaltung strebende Mediengesellschaft* präzisieren, die wesentliche Charakteristika anderer Gesellschaftsdiagnosen etwa mit den Präfixen Spaß, Risiko, Freizeit, Erlebnis und daraus folgernd Konsum integriert.

Medien und Politik jedenfalls kommen diesem Wunsch der Gesellschaft nach „Unterhalten werden“ mit immer größerem Einsatz nach. Das beste Kosten-/Nutzenverhältnis bietet ihnen die Zusammenarbeit – entsprechend fehlt das Spannungsfeld zwischen consulterischer und medialer Inszenierung, meint Meinungsforscher und Strategieberater Peter Hajek (vgl. Experteninterview, die Abschriften aller geführten Experteninterviews finden sich im Anhang). In der modernen Gesellschaft sind Massenmedien zur „zentralen Infrastruktur der Kommunikation“ (Meyer 2001: 87) geworden. Vor allem im TV erreichen Politiker schneller und kostengünstiger die größtmögliche Masse an potenziellen Wählern als auf herkömmlichem Wege, etwa über Parteiveranstaltungen, Kundgebungen, Plakate, oder seit wenigen Jahren auch über das Internet, wo nur durch gezieltes Surfen die Internetpräsenz der politischen Akteure aufgesucht und abgerufen werden kann (vgl. Experteninterview Kalina).

2.1.1 Demokratie in der Mediengesellschaft

Einst war die Demokratie bloß Mittel zum Zweck – und zwar jenem, einen Weg aus der Unmündigkeit zu finden, hin zu einem vernünftigen und moralisch richtigem Leben (vgl. *Imhof, Blum, Bonfadelli, Jarren 2006: 10f*).

Wo aber bleibt die Demokratie, wenn der Souverän Volk der Unterhaltungslust frönt? Und so womöglich politisch entfremdet (vgl. *Plasser, Ulram 1998: 109*)? Ist es demokratietheoretisch und demokratiepolitisch ein Problem, wenn sich die Politik dem Massengeschmack entsprechend populär präsentiert? Nicht unbedingt, denn nimmt man den „Gedanken der Demokratie als Souveränität des ganzen Volkes ernst, erkennt man, dass sich die Politik auf dieses Wechselspiel immer schon eingelassen hat“ (*Meyer 2001: 86*). Dennoch: Politik, die sich nur nach den jeweils aktuellen Wünschen der Wähler richtet, ohne für sie die Konsequenzen zu bedenken, wird (auch) zum Spielball von Medien, die sich als Stimme des Volkes gerieren¹⁷.

Unabhängig von der Tagespolitik: Was muss Demokratie heute leisten? Reicht die Möglichkeit der Wahl zwischen zwei politischen Eliten aus, um von Demokratie zu sprechen, wie dies laut Meyer (vgl. *Meyer 2001: 18*) sowohl Joseph Schumpeter als auch Anthony Downs in ihrer Kernaussage tun? Wohl kaum.

¹⁷ Wie kurzsichtig solche Politik ist, mussten bereits mehrere Parteien erfahren, denen etwa die „Kronen Zeitung“ die Gunst entzog, beispielsweise SPÖ unter Werner Faymann. Andere hängen weiterhin am Gängelband: FPÖ-Präsidentschaftskandidatin Barbara Rosenkranz unterzeichnete prompt eine eidesstattliche Erklärung, wie sie der mittlerweile verstorbene „Krone“-Herausgeber Hans Dichand in seiner Cato-Kolumne zwei Tage davor eingefordert hatte: „Daher ist es ein Gebot der Stunde, dass sich Barbara Rosenkranz von allen nationalsozialistischen Gedanken eidesstattlich distanziert. Alles andere würde sie als Präsidentschafts-Kandidatin disqualifizieren.“ (*Kronen Zeitung 06.03.2010*).

Klassischen Theorien zufolge findet Demokratie auf drei Ebenen statt: Zum einen beschreibt sie ein Institutionensystem, weiters gilt sie als ein Erörterungs- und Entscheidungsverfahren und drittens ist sie zugleich ein Leistungsversprechen.

Unabhängig von den Details ihrer konkreten Ausformung – vom Markt-¹⁸, Partizipationsmodell bis zu jenem der demokratischen Zivilgesellschaft (vgl. Meyer 2001, Schmidt 2000) – gewährleistet Demokratie in ihren Ansprüchen auf jeden Fall die Einhaltung der Menschenrechte (auch die Meinungsfreiheit und damit verbunden die Freiheit der Medien), erkennt den Volkssouverän als Letztentscheidungsquelle an, unterstützt die Gewaltentrennung in Legislative, Exekutive und Jurisdiktion und fördert die unterschiedlichen Formen der Partizipation der Bürger am politischen Geschehen in ihrer Gesellschaft. Um diesen Ambitionen gerecht zu werden, braucht sie nicht bloß das Kriterium wiederkehrender „gleicher, unmittelbarer, geheimer und persönlicher“ Wahlen (*Österreichische Bundesverfassung Artikel 26 (1)*) zwischen mindestens zwei konkurrierenden Parteien, sondern vielfältige und lebendige Zivilgesellschaften. (vgl. auch Meyer 2001: 15 ff)

Um diese zu garantieren, ist es unabdingbar, dass das „politische System nicht in seinem parlamentarischen, d. h. deliberativen Kern isoliert bleibt, sondern mit der öffentlichen, politischen Kommunikation verkoppelt ist“¹⁹ (Imhof, Blum, Bonfadelli, Jarren 2006: 12): Es bedarf also

¹⁸ Joseph Schumpeter stellte in „Kapitalismus, Sozialismus und Demokratie“, veröffentlicht 1942, die These auf, die Politik sei analog zu einem Markt zu betrachten: Die Politiker als Anbieter, die Wähler als Konsumenten. Anthony Downs beschäftigte sich in seiner Dissertation „An Economic Theory of Democracy“, die 1957 als Buch erschien und 1968 ins Deutsche übersetzt wurde, mit Schumpeters These.

¹⁹ Hervorhebung im Original

eines „ausreichenden Maßes an informativer und argumentativer Öffentlichkeit“ (Meyer 2001: 9) – anders kann eine Demokratie, eine *self governing society* ihrem Anspruch nicht gerecht werden (US-Philosoph Walter Lippmann bezweifelte allerdings bereits Anfang des vorigen Jahrhunderts, dass der durchschnittliche Bürger wegen der Komplexität der modernen Gesellschaft überhaupt noch fundierte Entscheidungen treffen könne (vgl. Godkin 2008: 109)). Den benötigten Informationsstand können in größeren Gemeinschaften, wie es Staatsgebilde sind, nur Massenmedien liefern (vgl. Filzmaier 2006: 9, Pfesch 2006: 34) – „the mass media are the link between those who govern and those who are governed“ (Trappel, Maniglio 2009: 169) – so entwickelten sich demokratische Ideen, demokratische Institutionen und Massenmedien in den vergangenen Jahrhunderten parallel, beeinflussten einander gegenseitig (vgl. Schulz 2006: 41). Dazu müssen die Medien aber „möglichst vollständig, sachlich und verständlich über Politik informieren“ (Filzmaier 2006: 9)²⁰. Eine logische Entwicklung – zumal die Parteienpresse im Zuge des *partisan dealignment*, das im gesellschaftlichen Wandel der Individualisierung und Entbindung von alten Strukturen begründet liegt, nieder ging. Und so hat „die Mediatisierung (...) die Politik erreicht“ (Filzmaier, Karmasin, Klepp 2006: 7), schließlich sind die Massenmedien „Bestandteil der Brille geworden, durch die hindurch wir die Wirklichkeit (...) betrachten“ (Meyer 2001: 8) – auch die politische. Diese „Selbstmediatisierung der Politik verändert Politik in den Tiefenstrukturen ihrer Prozesse und in deren Akteurskonstellationen (Massing 2004: 6). So wird schon bei der Auswahl der Themen deren mediale

²⁰ In den USA wurde lange darüber diskutiert, ob Medien unterrichten oder führen sollten (vgl. Godkin 2008: 109)

Vermittelbarkeit als Kriterium herangezogen (vgl. *Bieber 2004: 17*). Meyer fürchtet, durch die Entkopplung von öffentlicher Darstellung von Politik und ihrer Durchführung würde für den Bürger die Nachvollziehbarkeit schwinden: Er könnte nicht mehr zwischen leerer Inszenierung und tatsächlichem Vollzug unterscheiden (*Meyer 2001: 10*). Meyer verortet eine Mediokratie, in der professionelle Selbstmediatisierung zu einer Art Ideologieersatz geworden sei.

2.1.2 Politik in der Mediengesellschaft

Politik findet aus wissenschaftlicher Sicht in drei Dimensionen statt wie unter anderen Meyer, Schulz, Jarren und Donges ausführen:

- Die *polity* gibt den Rahmen des politischen Prozesses vor – also die Grundlagen, Regeln und Normen wie etwa Verfassungen – und befasst sich mit der Auswirkung, die diese auf das politische Geschehen haben. Zwar können die Bedingungen der Polity grundsätzlich geändert werden – und sie damit selbst Teil des politischen Entscheidungsprozesses werden –; sie sind aber selbst dann in ihrer bisherigen Form verbindliche Prinzipien für die Ausgestaltung des politischen Prozesses. Oft werden sie als gegeben hingenommen und nicht näher erörtert – außer, es entfacht sich an ihnen ein politischer Streit, wie dies bei den amerikanischen Präsidentschaftswahlen im November

2000 der Fall war, als das System der Wahlmänner diskutiert wurde²¹.

- Die Dimension der *politics* beschreibt den Prozess der Durchsetzung vereinbarter Ziele, bei der mehrere Akteure verschiedene Interessen verfolgen und etwa durch Gespräche, Verhandlungen, Mehrheitsentscheidungen und Kompromisse gepaart mit dem gezielten Einsatz von Macht ihr Ziel zu erreichen suchen. „Zu den Ressourcen der Durchsetzung politischer Ziele gehören vor allem soziale und wirtschaftliche Macht, Publizität, Prestige, Geld, Drohpotentiale, öffentlich wirksame Legitimationsgründe und, in der Mediendemokratie an vorrangiger Stelle, das verfügbare Mediencharisma der zentralen Akteure“ (Meyer 2001: 27).
- Außer bei purem Aktionismus seitens der handelnden politischen Akteure schwingt in jeder Veranstaltung und Botschaft auch *policy* mit – die „**inhaltliche Dimension** von Politik“²² (Jarren, Donges 2006: 23), die beschreibt, wie Probleme seitens der Politik ver- und bearbeitet werden – so sie in die Kompetenz der Politik fallen.

(vgl. Meyer 2001; Schulz 2003; Jarren, Donges 2006)

Präzise Separationen der Ebenen erweisen sich in der Praxis jedoch als schwierig. Mit Ausnahme der *polity* aber findet Politik zunehmend in und über die Medien statt – politische Kommunikation ist nicht von Politik zu trennen und fast nicht mehr von ihr zu unterscheiden. Ja, „sie ist selbst auch Politik“ (Jarren, Donges 2006: 22).

²¹ George W. Bush, republikanischer Kandidat, hatte damals nicht die Mehrheit der Stimmen erhalten, durch das Wahlmannersystem („the winner takes it all“) dennoch den Einzug in das Weiße Haus geschafft.

²² Hervorhebung im Original

So gängig der Begriff der politischen Kommunikation in der Wissenschaft ist, so viele verschiedene Definitionen gibt es – allein der Begriff Politik ermöglicht unterschiedliche theoretische Zugänge (vgl. Jarren, Donges 2006: 19). Umso mehr gibt es bei der symbiotischen Verwendung von Politik und Kommunikation.

Machnig versucht eine Definition zu finden und fasst dabei die Charakteristika politischer Kommunikation wie folgt zusammen:

- Sie macht Politik sichtbar und erfahrbar, speziell für jene, die keine unmittelbare Erfahrung mit den komplexen Prozessen des politischen Systems haben
- Sie vermittelt Orientierungs-, Vorstellungs- und Deutungsmuster
- Sie bietet gesellschaftlich notwendige Werte an
- Sie ermöglicht Identifikation mit und sorgt für emotionalen Zugang zu dem politischen System
- Sie konfrontiert die Öffentlichkeit mit den Themen der Politik, den Herausforderungen und den Gestaltungsmöglichkeiten

(vgl. Machnig 2002: 146f)

In der Demokratie ist Politik auf kontinuierliche Öffentlichkeit angewiesen – sie verlangt ständig nach der Legitimation durch den obersten Souverän, den Bürger (vgl. Meyer 2001: 85). Dieser wiederum kann nur absegnen, was er erfährt: Vermittlung politischen Handels und seiner Protagonisten, politische Kommunikation, darf laut Sarcinelli also nicht als lästige Obligation verstanden werden, sondern dient als Basis demokratischer Politik. Das Hineinziehen jeglichen politischen Agierens in die Öffentlichkeit, in den öffentlichen Diskurs, aber setzt die

Politik und die politischen Akteure laut Münch zunehmend unter Druck, sich zu rechtfertigen:

„Krampfhaftes Versuche, [...] Streitigkeiten aus der Öffentlichkeit herauszunehmen und hinter die verschlossenen Türen interner Gesprächsrunden zu verbannen, bleiben in der Regel erfolglos, weil der Druck der Öffentlichkeit ein zu verlockendes Instrument des politischen Spiels geworden ist. Der öffentliche Rechtfertigungszwang wird so zum strategischen Instrument, das demjenigen Vorteile verschafft, der geschickt damit umzugehen versteht.“ (*Münch 1992: 259*). Je weiter die Medialisierung fortgeschritten ist, umso wichtiger ist die möglichst perfekte Beherrschung der Regeln im Spannungsfeld Politik, Medien, Öffentlichkeit, als deren Gradmesser die stetig weiterreichende Professionalisierung (siehe Kapitel 3.3 Modernisierung politischer Kommunikation in Wahlkämpfen, Seite 91) gelten darf.

Nicht nur beim direkten Aufeinandertreffen von Politik und Medien, beim Frage-und-Antwortspiel der Pressekonferenzen (*vgl. Münch 1992: 258*) etwa, wird dies sichtbar, die Entwicklung reicht viel weiter, als es für nicht im Journalismus Involvierte scheinen mag. Die Inszenierung von Politik aber ist nichts Neues: Bereits in Zeiten der Politikvermittlung via Agora kam kein ehrgeiziger Politiker umhin, sich selbst passend in Szene zu setzen. Cicero schrieb wohl einen der ersten Beiträge zu erfolgreicher Wahlkampfführung (*vgl. Balzer, Geilich 2006: 16*), Politik ist nun mal Theater, „legitimes Theater“ (*Sarcinelli, Geisler 2002: 154*), solange die Inszenierung der Generierung von Aufmerksamkeit für die Vermittlung von Inhalten dient und sich nicht einfach selbst genügt (*vgl. Sarcinelli, Geisler 2002: 154f*), etwa in Form der *issueless politics* (siehe Seite 49). Im Zuge der Professionalisierung

spricht man nun, geht es um die Steuerung des Eindrucks, den eine Person, Organisation oder Unternehmen beim Betrachter hinterlässt, von *impression management*.

Politische Akteure suchen also die Aufmerksamkeit der Medien, die das Bild der Politiker vervielfältigen und dem Wahlvolk unterbreiten sollen, nach Möglichkeit durch Anpreisung der eigenen Leistungen – was in Zeiten des ‚Only bad news is good news‘ aber nur schwer zu erzielen ist. Oder aber sie tun es – mit weit besseren Aussichten auf Erfolg – auf Kosten der politischen Mitwerber, meist anderer Parteien, durchaus aber auch auf Kosten von Parteikollegen. So werden Schwächen des anderen zu einem (zumindest scheinbar) strategisch günstigen Zeitpunkt an die Medien gespielt.

Nicht nur, aber wohl auch deshalb, ist Vertrauen in die zentralen Institutionen und Akteure in informationsgesellschaftlichen Demokratien zur knappen Ressource geworden (vgl. Plasser, Ulram 1998: 107). Die Medien tragen laut diverser Theorien ihren Gutteil zur Vertrauenskrise und daraus resultierenden (Partei-) Politikverdrossenheit bei (vgl. dazu Plasser, Ulram 1998 109ff; Sarcinelli 1998: 438):

- Die These der *Videomalaise* geht – vereinfacht dargestellt – davon aus, dass es bei Personen, die ihre Information überwiegend über das Medium Fernsehen beziehen, zu einer politischen Entfremdung durch den Hang der Medien zu negativer Berichterstattung komme. Je unterhaltungsorientierter der Rezipient sei, umso stärker die Entfremdung; in Zeiten des Info- und Politainment also eine immer stärker werdende Entwicklung.

- Die *Skandalisierungsthese* sieht einen kausalen Zusammenhang zwischen intensiver Berichterstattung über politische Skandale und dem Anstieg der Politikverdrossenheit seitens der Bürger.
- Bei der *Instrumentalisierungsthese* wird davon ausgegangen, dass von Seiten der Politik durchgeführte Steuerungsversuche der Medien das Vertrauen und die Glaubwürdigkeit beider Systeme untergrabe.
- Ein vierter Erklärungsansatz, die *These der demokratischen Transformation*, greift auf die sozioökonomischen Strukturen und Lebenslagen in modernen Mediendemokratien zurück: „Eine wachsame Zahl kognitiv mobilisierter Bürger verfolge das politische Geschehen zunehmend kritischer und wäre in seinen Erwartungen an politische Institutionen spürbar anspruchsvoller.“ (Plasser, Ulram 1998: 110) Die Medien müssten sich nun umso mehr um Glaubwürdigkeit und Sorgfalt bemühen, so die These. Doch, und darauf gehen die oben Genannten nicht ein, in Zeiten der gesellschaftlichen Suche nach Unterhaltung dürfte diese Folgerung zumindest für Boulevardmedien nur bedingt gültig sein.

Zwar gibt es eine Amerikanisierung der Politik, besonders der Wahlkämpfe, samt Professionalisierung und somit Personalisierung (vgl. Filzmaier, Plasser 2005) – auch das Format der TV-Duelle schwappte aus den USA zu uns (siehe Kapitel 4.1 Historie, Seite 122; vgl. Hofer, Tóth 2007) –, ein *confidence gap* (die Vertrauenslücke zwischen Volk und Politik) wie in den USA sei hierzulande aber noch nicht zu beobachten, berichten Plasser und Ulram 1998. Wohl

aber der Vertrauensverlust in die politischen Institutionen wie etwa die Parteien; mit den herkömmlichen Solidaritäten lockerten sich eben auch jene zwischen Parteien und Wählern (vgl. Münch 1992: 271), Stichwort *partisan dealignment*. Die Zahlen bestätigen dies: Jene der Wechsel- und Nichtwähler steigt²³ (vgl. Plasser, Ulram 2006) – doch nicht ausschließlich aus Desinteresse an der Politik (siehe Abbildung 1: Nichtwählermotive 2006, Seite 46), sondern wegen der schwindenden Bindungsbereitschaft an eine Partei: 2008 waren Unzufriedenheit mit den Parteien oder ihren Kandidaten die am häufigsten genannten Motive, nicht zur Wahl zu gehen (siehe Abbildung 2: Nichtwählermotive 2008, Seite 46).

²³ Bei der Nationalratswahl 2006 war der Anteil der *late deciders*, also jener Bürger, die sich erst innerhalb der letzten Tagen vor der Wahl (zum Teil erst in der Wahlkabine) für eine Partei entschieden, mit 15 Prozent so hoch wie noch nie zuvor (vgl. Plasser, Ulram 2006), Filzmaier rechnet sogar mit mindestens 20 Prozent – vor 20 Jahren seien es nur rund zehn Prozent gewesen (vgl. Filzmaier 2006: 31). Auch die Zahl der Nichtwähler zeigt in den vergangenen Jahren eine steigende Tendenz – doch nicht aus Politikdesinteresse, wie eine OGM-Umfrage anlässlich der Nationalratswahl 2006 zeigt: Damals hatten nur 16 Prozent von ihnen angegeben, Politik interessiere sie nicht; 42 Prozent hingegen meinten, Parteien und Kandidaten seien nicht attraktiv gewesen; 13 Prozent blieben aus Protest der Wahl fern (siehe Abbildung 1: Nichtwählermotive 2006, Seite 46).

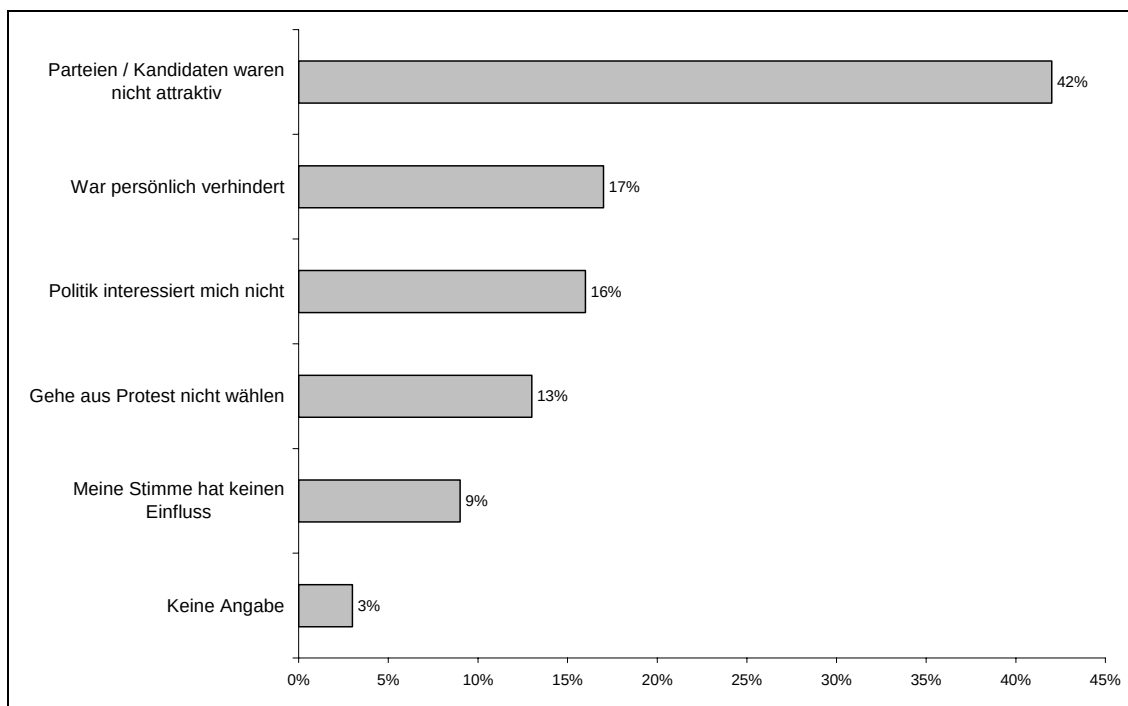


Abbildung 1: Nichtwählermotive 2006

Quelle: OGM-Umfrage am 02.10.2006; N=500

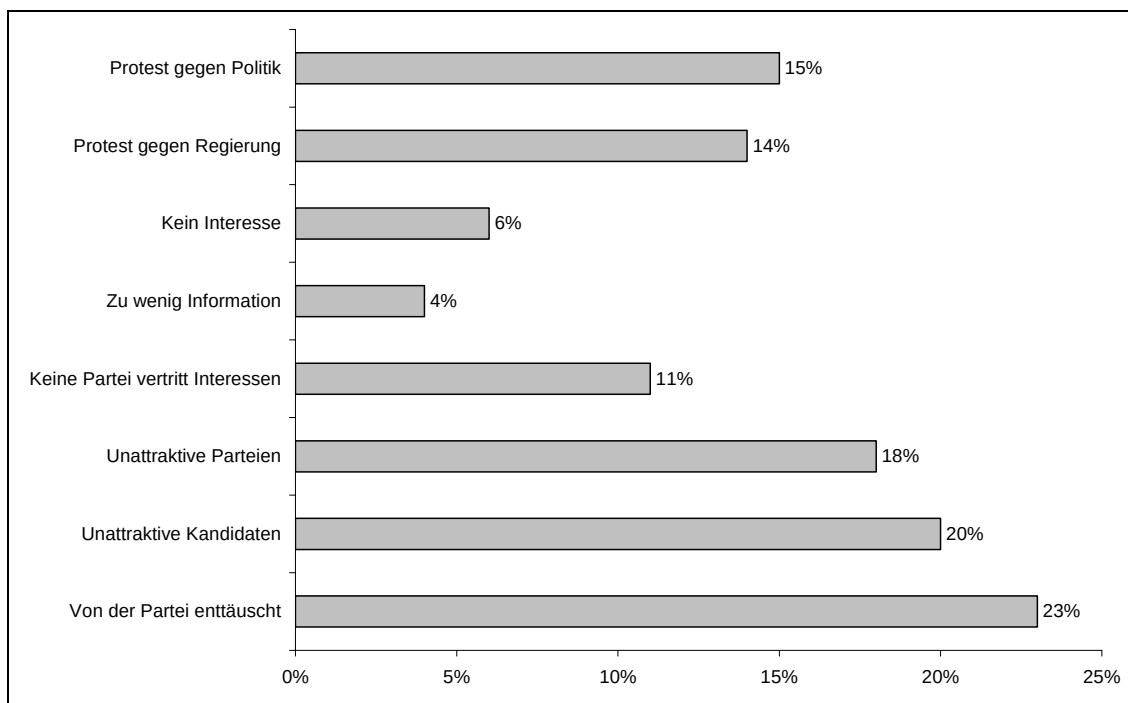


Abbildung 2: Nichtwählermotive 2008

Quelle: SORA, Wahltagsbefragung im Auftrag des ORF; N=1200

Die Zahl der Parteimitglieder sinkt stetig (siehe Tabelle 1: Mitgliederzahlen österreichischer Parteien, Seite 47) – außer bei der ÖVP, die im Sommer 2007 rund 700.000 Mitglieder angab²⁴.

	ÖVP	SPÖ	FPÖ	BZÖ	G	KPÖ	LIF
1994	642.000	512.838	43.764				
1995	633.000	487.597					3.000
1996			44.541				
1997							
1998							
1999	605.000	384.328					
2000			51.296				
2001							
2002	622.000	328.686			1.900		
2003							
2004			44.959		3.700	3.500	
2005	630.000	301.251			4.500		
2006				15.000			
2007	700.000	295.000		10.000	3.800		

Tabelle 1: Mitgliederzahlen österreichischer Parteien

Quelle: Zeller 2006

²⁴ Die hohe Zahl hänge mit der Bündestruktur zusammen, sagt die damalige ÖVP-Geschäftsführerin Michaela Mojzis in einem Interview für den Artikel „Schwarze Zahlen“ (vgl. *profil*, 30.07.2007); auch Experten wie Plasser erklären so die hohe Parteibindung der ÖVP. 700.000 Mitglieder hält er dennoch für „unrealistisch“. Die Diplomarbeit einer ÖVP-Mitarbeiterin mit dem Titel „Die Parteimitglieder der Österreichischen Volkspartei“ (Zeller 2006) – sie ist wegen interner Daten noch bis 2011 für die Öffentlichkeit gesperrt, relevante Seiten liegen mir in selbst erstellter Kopie vor – kam ebenfalls zu dem Ergebnis, dass die angegebene Zahl nicht der Realität entsprechen könne.

Da die Zahl der Wechselwähler und der *late deciders* ständig wächst, verschärft sich der Wettbewerb unter den Parteien: „Politisches Handeln wird unter diesen Bedingungen ein Tauschgeschäft bei wachsender Konkurrenz von Anbietern“ (*Münch 1992: 271*).

Die Angebote werden medial vermittelt. Das Ausmaß, in dem sich die potentiellen Wähler allerdings über die zur Wahl stehenden Alternativen und ihre Handlungsbilanz erkundigen, hängt davon ab, wie groß der Vorteil ist, den sie sich vom Triumph der einen Partei über die andere für sich erwarten (*vgl. Meyer 2001: 18f*), „Attraktivität und Akzeptanz einer politischen Partei [aber] sind heute weniger durch ein starkes Programm bestimmt, als vielmehr durch die medienstimulierten Annahmen, inwieweit eine Partei zur Lösung der anstehenden existenziellen Probleme beitragen kann“ (*Gottschlich 1999: 201*). Das wiederum „veranlaßt sie [die Parteien] zur Steigerung ihres Angebots, um die Konkurrenten zu übertrumpfen“ (*Münch 1992: 271*). Dies fördernd kommt noch hinzu, dass es immer schwerer wird, „politische Alternativen auf politisch weltanschauliche Differenzen zu gründen. Das Verschwinden politisch-prinzipieller Differenzen zwingt die Parteien zur Dramatisierung politisch mariner [sic!] Differenzen“ (*Sarcinelli, Geisler 2002: 163*).

Parteien suchen also in der Selbstmediatisierung die Aufmerksamkeit des Volkes, versuchen diese gar in marktschreierischer Manier zu gewinnen – und setzen so zwei Negativ-Spiralen in Gang:

- Je mehr Aufmerksamkeit die politischen Akteure erheischen, desto größer wird die Einsicht des Wahlvolkes in das politische Scheitern (*vgl. Gottschlich 1999: 201*) – Politikverdrossenheit und Abkehr vom politischen Treiben sind eine Folge.

- Die potentiellen Wähler stumpfen angesichts der steigenden Flut an Angeboten und Skandalen ab, wie bei einem Süchtigen muss der Reiz, der Kick, die Dosis höher werden, um noch zu wirken (vgl. Meyer 2001: 185). „Das zwingt zur Dramatisierung von eigenen Anliegen“ (Münch 1992: 101).

Ein Teufelskreis setzt ein, der Inszenierungsdruck auf die Politik steigt (vgl. Meyer 2001: 85, sowie Münch 1992:101).

Um weiterhin Aufmerksamkeit zu erhalten, orientiert sich die Politik zunehmend am (scheinbaren) Willen des (möglichst breiten) Publikums, etwa durch die Vermischung von Politik und Unterhaltung (vgl. Sarcinelli 2006: 119) (*politainment*); dies gilt laut Sarcinelli als typische Gesetzmäßigkeit moderner Medienlogik. So wird in der gegenwärtigen Mediengesellschaft die politische Inszenierung ohne Botschaft (vgl. Maischberger 2006: 12, vgl. Zypries 2006: 93), die so genannte *issueless politics* immer häufiger – ihr fehlt die *policy*-Dimension (vgl. Meyer 2001: 30ff), dennoch wird sie nicht selten von den Medien aufgegriffen²⁵ (vgl. Meyer 2001: 193): Unterhaltungsluststimulans für den Rezipienten, schnelle Information für das Medium, und nicht zuletzt Bühne für den politischen Akteur – in kleinen Dosen als Entspannungsblock für den Rezipienten zwischen inhaltsreichen Informationsdarbietungen durchaus legitim. Die Politik nützt dies gerne – es scheint, als ob selbst ein gewisses Maß an Negativberichterstattung für mediale Präsenz in Kauf genommen wird.

²⁵ Vgl. etwa die Hacklertour von ÖVP-Generalsekretär Hannes Missesthor im April 2008, über die „Der Standard“, „Die Presse“, „profil“ sowie einige Lokalmedien (darunter der Bundesländer-ORF) berichteten

„Die Medien, so lautet das Leitmotiv der Selbstmediatisierung der Politik, *beherrscht* nur, wer sich ihnen *unterwirft*.“²⁶ (Meyer 2001: 85)

Die Politik reagierte mit einer zunehmenden Professionalisierung der eigenen Pressearbeit: Pressesprecher und -abteilungen sind schon seit zwanzig Jahren en vogue (vgl. Pfetsch, Wehmeister 2002: 58), nicht nur für Minister und Ministerien, sondern auch in zunehmendem Maße für die Hierarchieebenen darunter. Nicht selten aber beklagen Journalisten nun, dass sich die Pressesprecher in den vergangenen Jahren eher zu Gesprächsverhinderern wandelten: Vermeintlich unangenehme Presseanfragen werden oftmals stark verzögert oder auch gar nicht innerhalb des Produktionszyklus' (ohnehin teilweise bis zu mehreren Wochen) beantwortet, häufig stattdessen inhaltsleere Phrasen übermittelt und Parteistandpunkte vorbei an den Fragen der Journalisten aufgezählt. Zunehmend werden gar Aussagen, wenn sie sich als unvorteilhaft erweisen, später abgestritten. Gleichzeitig aber blüht die „Verhaberung“²⁷ der Pressesprecher und Politiker mit den Journalisten in Österreich weiter auf²⁸ – das distanzierte „Sie“ ist hier vom Aussterben bedroht, die Freunderlwirtschaft wird berufsübergreifend gelebt²⁹. Auch in Deutschland wurde der „Inzest“ (Hauke 2004: 21) innerhalb des Politikjournalismus bereits kritisch

²⁶ Hervorhebung im Original

²⁷ Vgl. <http://derstandard.at/1277338527313/Das-Prinzip-Verhaberung> (29.11.2010)

²⁸ Vgl. den Journalistenreport 2010 "Politikjournalismus in Österreich", wonach 73 Prozent der befragten Journalisten die mangelnde Distanz zwischen Berichterstatter und Subjekt der Berichterstattung problematisch sehen. Heftige Ausprägung findet diese Distanzlosigkeit vor allem in der Bundeshauptstadt, weshalb in Journalistenkreisen von der „Wiener Blase“ gesprochen wird.

²⁹ Vgl. auch http://www.kfj.at/sites/jawort03/meinung_sub_01.htm (29.08.2009)

beleuchtet: „Es entsteht oft ein Vertrauensverhältnis, das nicht nur seine Vorteile mit sich bringt. Denn es geht teilweise einher mit einer Abhängigkeitsbeziehung.“ (Hauke 2004: 24) Es besteht die Gefahr der Korrumpierbarkeit des einst unabhängigen Journalisten – die sich selbst weiterhin mehrheitlich als sehr unabhängig einschätzen (Hauke 2004: 25).

Für die vorliegende Untersuchung würde die genauere Betrachtung sowohl der persönlichen Beziehungsstrukturen zwischen Politik-PR und politischem Journalismus als auch der Professionalisierung (mit Ausnahme des Auftretens der Politiker selbst) zu weit reichen³⁰.

2.1.3 Medien in der Mediengesellschaft

„Was wir über unsere Gesellschaft, ja über die Welt, in der wir leben, wissen, wissen wir durch die Massenmedien“

Niklas Luhmann³¹

„Attention is given to what is called the mass media because it is the institutional and technological system capable of producing mass audiences for mass distributed ‚communications‘“ (Debanjan 2010: 118), nur die Massenmedien können die Gesellschaft in ausreichender Form mit politischer Information versorgen. Der Vermittlungsprozess von Politik fällt somit den Medien zu, sie sind „im Prinzip der einzige Ort, an dem politische Debatten wahrgenommen werden“ (unique 06/08), sie sollen konstruktiv an der Meinungsbildung mitwirken (vgl. Godkin

³⁰ Zumal nicht nur Österreich mit seinen Besonderheiten (starke Verbrüderung, Interpenetration, jeder kennt jeden, etc), sondern auch die Situation beispielsweise in Deutschland und den USA zum Vergleich aufbereitet werden müsste.

³¹ Luhmann 1994: 9

2008: 109) und Kontrollfunktion übernehmen (vgl. *Filzmaier 2006: 9*): Sie sind die „kommunikative Schnittstelle“ (*Massing 2004: 5*) zwischen Bevölkerung und Akteuren der Politik. Erstere beziehen ihr Wissen über die Medien, zweiten dienen sie als Rückkopplung, an der sie den Impact ihres Handels messen und sich orientieren können. Vor allem in Zeiten, da die aktuellen Ereignisse zunehmend an Wichtigkeit für die politische Meinungsbildung gewinnen, „rückten die Medien von der Peripherie ins Zentrum des Geschehens. Dadurch erhielten die Medien eine Schlüsselstellung: Ihre Berichterstattung wurde von einer Begleiterscheinung zur Voraussetzung für Politik, Wirtschaft und Kultur.“ (*Kepplinger 1998: 37*)

Über die genaue Ausformung der Rolle der Medien herrscht in der Wissenschaft jedoch seit jeher Dissens (vgl. *Godkin 2008: 109*).

Gemeinsamer Nenner der wissenschaftlichen Betrachtungen über die Medien sind – abgesehen davon, dass ein leichter Zugang zu Information, wie ihn nur die Medien bieten können, eine Voraussetzung für die sinnvolle Teilnahme an politischen Wahlen und somit eine funktionierende Demokratie ist (wie wohl die Forschung zeigt, dass die Masse der Wähler dies nur wenig nutzt) (vgl. *Luhmann 1999: 19*) – die Ansprüche, die an die Berichterstattung erhoben werden: Diese muss nicht nur umfassend und ausgewogen sein, sondern auch Sachlichkeit, gegenseitige Achtung, Wahrheitstreue in Inhalt, Stil und Formen der Wiedergabe sowie eine Präsentationsweise bieten, die allen Bürgern die Partizipation an öffentlicher Kommunikation ermöglicht (vgl. *Filzmaier 2006: 9*, *Meyer 2001: 16ff*) – ein Idealbild, das der Medienrealität aber nicht entspricht, ist doch die Existenzgrundlage der meisten Massenmedien nicht, die Gesellschaft mit Informationen zu versorgen (mit Ausnahme

des ORF, der per Gesetz „die Interessen der gesellschaftlich relevanten Gruppen vermitteln und mit seinen auf Pluralität und Vielfalt angelegten Radio- und Fernsehprogrammen gesamtgesellschaftlich integrierend wirken“ (Jarren, Donges 2006: 27) soll), sondern ökonomische Überlegungen, worunter in gewisser Weise der Nutzen der Massenmedien für die demokratische Gesellschaft leidet – vor allem in Zeiten der Rezession: Weniger Personal muss dieselbe Quantität liefern, dies kann nur auf Kosten der Qualität geschehen – und ihnen so die Legitimation zumindest teilweise abhanden kommt.

Denn politische Kommunikation via Massenmedien müsse, so Neidhardt, Transparenz-, Validierungs- und Orientierungsfunktionen erfüllen, um den Anspruch demokratischer Öffentlichkeit aufrechterhalten zu können (Neidhardt 1994: 7):

- *Transparenz*: Jedem Bürger muss möglich sein, verständlich nachvollziehen zu können, was in Politik und den auf sie bezogenen Prozessen seiner Gesellschaft vor sich geht, „und zwar umfassend, zutreffend, zuverlässig.“
- *Validierung*: Die relevanten, unterschiedlichen Meinungen, Themen und Informationen müssen eine Gegenüberstellung erfahren, um dem interessierten Bürger eine Bewertung der eigenen Meinung im Licht der von anderen, gesellschaftlich relevanten Gruppen zu ermöglichen.
- *Orientierung*: Durch die Konfrontation der verschiedenen Meinungen und Argumente im öffentlichen Raum muss für den Bürger eine

öffentliche Meinung sichtbar sein, an der er sich orientieren und seine eigene Position ausrichten kann.

(vgl. auch Meyer 2001: 23)

Burkart teilt die Funktion der Massenmedien in die soziale, ökonomische und politische Informationsfunktion. Die politische Ebene beschreibt er wie folgt (vgl. Burkart 1995: 351ff):

- *Herstellen von Öffentlichkeit:* Die Massenmedien stellen der Öffentlichkeit Information zur Verfügung.
- *Artikulationsfunktion:* Ihr Anspruch ist, als Sprachrohr für alle demokratisch legitimierten Parteien, Verbände und Interessensgruppen zu fungieren.
- *Politische Sozialisationsfunktion:* Die Rollen innerhalb des politischen Prozesses – von Wähler, Parteifunktionär bis hin zu politischem Gegner – sollen erklärt und nachvollziehbar dargestellt werden.
- *Politische Bildungsfunktion:* Medien sollten danach trachten, politische Vorgänge derart aufzubereiten, dass der Rezipient die Information aufnehmen und verstehen kann, um sich in weiterer Folge eine Meinung bilden zu können.
- *Kritik und Kontrollfunktion:* Kennzeichen jeder Demokratie muss die Kontrolle und Kritik an politischen Machttägern sein.

Die demokratische Gesellschaft ist also von den durch die Medien ausgewählten, aufbereiteten und so überbrachten

Informationen abhängig, ergo könnte behauptet werden, das Schicksal der Demokratie und der Gesellschaft in ihr hängt in hohem Maß von den in ihr herrschenden Kommunikationsverhältnissen ab (*vgl. auch Meyer 2001: 8*).

Bestimmen also die Medien über die politischen Prozesse?

Die genaue Ausformung der Rolle der Medien (vor allem der Politikredaktionen) in der demokratischen Mediengesellschaft ist in Europa wie in Übersee viel diskutiert (*vgl. Luhmann 1999: 19*) – mit unterschiedlichsten Ergebnissen. Zum einen werden sie – in Anlehnung an die Gewaltenteilung nach John Locke bzw. Baron de Montesquieu – als „vierte Macht“ genannt (*vgl. u. a. Schulz 2003*); viele sehen sie als Kontrollinstanz; manche behaupten, sie wäre von der Übermacht der Politik gelenkt (beschrieben etwa von Langenbucher, *vgl. dazu auch Sarcinelli*), andere glauben an eine Übermacht der Medien (beschrieben etwa von Kepplinger). Meyer spricht gar von einer Herrschaft der Medien: Wo „Massenmedien als Mittler und Katalysator dafür sorgen, dass Neigungen und Vorlieben, Aufmerksamkeitsbereitschaft und Informationsneigung des breitest möglichen Massenfeldes der Gesellschaft zu einer Art Grundgesetz der gegebenen Kommunikationsweise werden“ (*Meyer 2001: 11*), sieht er die Merkmale einer Mediokratie erfüllt – so bedinge die Kommunikationsweise, dass nur, was den Geschmack der breitest möglichen Menge der Gesellschaft treffe, auch tatsächlich den Sprung in die Medien schaffe und sich das Publikum durch die Rezeption der von ihm favorisierten Themen in seiner Themenwahl bestätigt sieht, dass die Medien – mit Augenmerk auf die Vorlieben der Rezipienten – die Themen und oft auch Meinungen vorgeben.

Auch über die Ausformung des Verhältnisses von Politik und ihrer massenmedialen Vermittlung herrscht Uneinigkeit: Pflegen Medien und Politik, wie es das

Gewaltenteilungsparadigma vorsieht, tatsächlich ein distanzierendes Verhältnis? Oder benutzt die Politik die Medien für ihre Zwecke, wovon das *Instrumentalisierungsparadigma* ausgeht? Haben mittlerweile die Medien die Oberhand, können sie die Politik ihrerseits instrumentalisieren, wie es das *Dependenzparadigma* konstatiert? Oder gleicht das Verhältnis von Medien und Politik eher einer Tauschbeziehung, wie im *Interdependenzparadigma* postuliert wird?

(vgl. Rohowski 2009: 15)

Üblich ist heute die Sicht der gegenseitigen Penetration von Politik und Medien, die wechselseitige Abhängigkeit und Dominanz (vgl. Pfetsch, Perc 2004: 34; Pfesch 2006: 35), die von Journalisten wie Politikern bestätigt wird. „Politiker, Journalisten und Verleger sind naturgemäß aneinandergekettet, von einander abhängig und, wenn sie ihre Rollen ernst nehmen, bisweilen ineinander verkeilt und einander hassend. (...) Bis heute hat sich in keiner Partei ein respektvolles Verhältnis zu kritischem Journalismus durchgesetzt. Zumutungen seitens der Politik gerichtet an Chefredakteure und Journalisten sind an der Tagesordnung. Da wird schon mal mit dem Zaunpfahl der Presseförderung gewunken“ meint etwa Innenpolitikjournalistin Christa Zöchling. Auch mit Inseratenabzug soll mitunter bei unliebsamer Berichterstattung gedroht werden; zumindest „unmoralische Angebote“ (*Kronen Zeitung*, 09.07.2008 sowie *profil*, 07.07.2008) gibt es auch von Seiten der Medien³².

³² Etwa jenes des „Kronen Zeitung“-Herausgebers Hans Dichand an damalige Außenministerin Ursula Plassnik „gute Presse für Anti-EU-Haltung“ (*profil* 07.07.2008), das jene allerdings ausschlug und baldigst im Kleinformat als „starsinnige, eitle Bürokratin und vor allem als beleidigte Leberwurst“ (*profil* 07.07.2008) gezeichnet wurde (vgl. dazu auch *Kronen Zeitung* 09.07.2008). Mehr als drei Viertel der Österreicher, ergab eine Umfrage des Meinungsforschungsinstitutes OGM im Juli 2008, sprechen dem Boulevard-Blatt übrigens Einfluss auf die Innenpolitik zu: 52 Prozent glauben an großen Einfluss, weitere 25

Das Verhältnis Politik – Medien entspricht also einerseits einer Symbiose (vgl. Jarren, Meier 2002: 101) – Publizität durch die Medien für die Politik, Information durch die Politik für die Medien – andererseits einem Antagonismus (vgl. Jarren, Meier 2002: 101): Es ist Aufgabe der Medien, (politische) Machtausübung auf ihre Legitimität zu prüfen, während die Mächtigen versuchen, ihr Handeln über Publizität abzusichern. Es ist ein komplexes andauerndes Tauschgeschäft, aus dem sich ein Handlungssystem ableiten lässt.

Über die genaue Ausformung herrscht aber keine einhellige Meinung seitens der Wissenschaft, ließe sich aufgrund des steten Wandels³³, der fortschreitenden Professionalisierung sowie des wachsenden Zeitdrucks auf beiden Seiten, und der Heterogenität der Medien- und Politlandschaften im Allgemeinen wohl auch nicht befriedigend allgemeingültig darstellen.

Zu der Heterogenität tragen nicht nur Parteien und Medien bei, sie sind auch in sich zu differenzieren. Auch darüber, welche Rolle der einzelne Journalist in diesem Beziehungsgeflecht einnimmt, herrscht in der Journalismusforschung kein Konsens: Rühl beschreibt den ‚organisatorischen Journalismus‘, der dem einzelnen Journalisten weniger Einfluss auf die Selektion und Gestaltung der publizistischen Produktion zugesteht als es beispielsweise Kepplinger mit seiner Sicht von Journalisten als Individuen tut. Journalisten fühlen sich – nahe

Prozent zumindest an geringen Einfluss. Nur 14 Prozent meinen, die Kronen Zeitung habe keine Macht über Österreichs Innenpolitik.

³³ Weiterführende Literatur dazu liefern Barbie Zelizer in „The Changing Faces of Journalism. Tabloidization, Technology and Truthiness“ (erschienen 2009; rezensiert von Mark Hampton im European Journal of Communication, Juni 2010) sowie der Artikel „The Future of Journalism in the Advanced Democracies“ (European Journal of Communication, Juni 2010).

liegender Weise – in Kepplingers Diagnose besser widergespiegelt; obgleich zwei Fünftel von ihnen der Meinung sind, die politische Linie des Mediums – mitbestimmt durch die Redaktions- und Verlagsleitungen – beeinflusse ihre journalistische Arbeit. (vgl. Jarren, Donges 2006: 176ff)

Im Redaktionsalltag hängt der Einfluss des einzelnen Journalisten von seiner Stellung innerhalb des Redaktionsgefüges ab – bei flachen Hierarchien und personell kleinen Redaktionen ergibt sich schneller größerer Handlungsspielraum, erzählen Journalisten: Je größer der Personenverband, desto weniger Gewicht hat die einzelne Stimme – zusätzlich abhängig von der Stellung des betreffenden Akteurs, die sich positiv oder negativ auf sein Stimmgewicht auswirkt. In den überschaubaren Innenpolitik-Redaktionen Österreichs darf also davon ausgegangen werden, dass die Individuen größeren Einfluss auf die redaktionellen Selektionsverfahren haben als beispielsweise ihre Kollegen in Deutschland³⁴.

Dort verstehen sich laut einer repräsentativen Umfrage, vorgelegt Mitte der Neunzigerjahre des vergangenen Jahrhunderts von Weischenberg, Löffelholz und Scholl, Journalisten zu mehr als drei Viertel als ‚neutrale Vermittler‘, die ihr Publikum schnell, präzise und zuverlässig informieren wollen. Lediglich ein Drittel sah sich außerdem als ‚Gegenpart zur Politik‘. Ihre politische Orientierung, so eine Untersuchung zur selben Zeit von Schönbach, Stürzbecher und Schneider, hat keinerlei Auswirkung auf ihr Selbstverständnis als Journalisten. (vgl. Jarren, Donges 2006: 177ff)

³⁴ Wobei hier angemerkt werden soll, dass manche Journalisten (aus eigener Erfahrung) kritisieren, in so genannten Boulevard-Medien würde in teils unangenehmen Ausmaß in Texte eingegriffen.

Die angestrebte Objektivität der ‚neutralen Vermittler‘ (Einteilung nach Jarren und Donges) können Journalisten jedoch schon aufgrund ihrer Subjektivität (im Sinne von Subjekt-Sein) niemals garantieren (vgl. Kapitel Mentale Modelle, Seite 167); in Kommentaren ist dies hingegen nicht ihr Ziel (‚subjektiv orientierte Meinungsbildner‘). Demokratiepolitisch bedenklich hingegen ist jene Form der Berichterstattung, die vorgibt, objektiv zu sein (bzw. sein zu wollen), ohne diesen Anspruch tatsächlich zu verfolgen (Kampagnenjournalismus durch ‚Missionare‘) (vgl. Jarren, Donges 2006: 177ff)³⁵.

Nicht nur das Selbstverständnis des einzelnen Journalisten sowie des gesamten Redaktionsgefüges mitsamt der Chefredakteure und Herausgeber prägt das Medium und seine Handlungsweisen; im Zusammenhang mit der Ausformung der Rolle der Medien wird auch die Sicht auf ihre Zwänge und Ziele immer wichtiger. Es lässt sich in allen westeuropäischen Ländern beobachten, „dass die privatwirtschaftlichen Rundfunkunternehmen vorrangig bezogen auf Marktziele agieren und sich weniger an politischen und gesellschaftlichen Verpflichtungen orientieren“ (Jarren, Donges 2006: 27) – diesem Kommerzialisierungsdruck ist zunehmend auch die Presse ausgesetzt, die „tensions between the newspaper as business and the newspaper as an agent of community change“ seien Teil der Medienwelt, konstatiert Mary Beth Earnhardt in der Rezension von Tanni Haas’ „The Pursuit of Public Journalism: Theory, Practice and Criticism“³⁶. Und so

³⁵ Etwa die Berichterstattung der „Kronen Zeitung“ während des NRW-Wahlkampfes 2008 und dem Wahlkampf vor der Wahl des Europäischen Parlaments 2009

³⁶ In: Journal of Communication Studies, Volume 1, Number 2, Spring 2008: 186ff

werden politische Formate immer mehr durch Entertainment-Anteile ergänzt (vgl. Balzer, Geilich 2006: 20).

„Es bildet sich mit der ‚Mediengesellschaft‘ ein hochgradig wettbewerbsorientiertes, zunehmend global ausgerichtetes Mediensystem heraus, das sich auf die medienpolitischen Gestaltungs- und die politischen Kommunikationsmöglichkeiten aller nationalstaatlich gebundenen politischen Akteure auswirkt.“ (Jarren, Donges 2006: 29f) Diese Abhängigkeit birgt gewisse Risiken für die Demokratie. Diese sind bekannt, wir wissen „so viel über die Massenmedien, dass wir diesen Quellen nicht trauen können“ (Luhmann 1994: 9). Dennoch, „Democracy cannot survive without a free press“, „nothing is more fundamental to the operation of the political system than the media. In an era when people pay little attention to politics, citizens need journalists for basic information about government and cues about how their leaders are performing.“ (West 2001: 125f) Kurz gesagt, ist die politische Kommunikation „eine Kernaufgabe der Demokratie“ (Machnig 2002: 146).

2.1.4 Öffentlichkeit in der Mediengesellschaft

„Aufklärung ist der Ausgang des Menschen aus seiner selbstverschuldeten Unmündigkeit. Unmündigkeit ist das Unvermögen, sich seines Verstandes ohne Leitung eines anderen zu bedienen. Selbstverschuldet ist diese Unmündigkeit, wenn die Ursache derselben nicht am Mangel des Verstandes, sondern der Entschliebung und des Mutes liegt, sich seiner ohne Leitung eines anderen zu bedienen.“
Immanuel Kant

Öffentlichkeit - eine *conditio sine qua non* unserer Gesellschaft: Politik braucht interessierte Öffentlichkeit, Medien brauchen aufmerksame Öffentlichkeit, Demokratie braucht mündige Öffentlichkeit. Nur durch freie und öffentliche Kommunikation kann diese Öffentlichkeit sichergestellt werden, kann sich eine Gesellschaft selbst aufklären. Die Öffentlichkeit ist dabei der massenmedialen Kommunikation vor- und nachgelagert: Sie liefert die Inhalte und rezipiert sie später (vgl. *Rühl in Pless 2003: 26*), ständig laufen laut Gerhards und Neidhardt Prozesse der Aufnahme, Verarbeitung und des Ausstoßes statt (vgl. *Pless 2003: 25*). Nur so kann sich die Gesellschaft als Öffentlichkeit eine öffentliche Meinung (siehe Kapitel 2.2 Öffentliche Meinung, Seite 66) bilden und sich aus der Unmündigkeit in die Mündigkeit führen, welche wiederum für das Gelingen der Demokratie unabdingbar ist. Öffentliche Kommunikation ist damit Basis unseres Gesellschaftssystems. In weiterer Folge bedarf es auch einer funktionierenden Öffentlichkeit, die die Handlungen der politischen Akteure legitimiert (vgl. u .a. *Wimmer 2007: 69*) - der politisch mobile Bürger also „will immer wieder neu informiert, überzeugt, überredet und im Übrigen auch unterhalten werden“ (*Sarcinelli, Wissel 1998: 409*).

Der Begriff Öffentlichkeit wird sowohl wissenschaftlich als auch in der Alltagssprache verwandt - Marschall nennt ihn deshalb „fluid“ und warnt davor, dass „seine Konturen zu verschwimmen drohen“ (*Marschall 1999: 109*). Doch auch innerhalb der *science community* konnte man sich noch nicht zu einer Definition des Begriffes durchringen - zu vielschichtig ist Öffentlichkeit, sind Öffentlichkeiten, durchdringen und überlappen sie sich (vgl. *Rötzer 1999: 35*).

Öffentlichkeit, hier politische Öffentlichkeit, umfasst laut der ersten Definition aus dem 18. Jahrhundert, als man noch von Publikum beziehungsweise *le public* gesprochen hat (vgl. Luhmann 1999: 20), was der Allgemeinheit zugänglich ist (vgl. Jarren, Donges 2006: 95). Sie lässt sich als „Netzwerk für die Kommunikation von Inhalten und Stellungnahmen, also von *Meinungen* beschreiben“³⁷ (Habermas 1992: 436), sie ist eine sozial heterogene, von schwachem Organisationsgrad geprägte, von Laien dominierte (vgl. Jarren, Donges 2006: 209) Sphäre, „in der sich politische Meinung bildet und artikuliert, [hier] verdichtet sich politische Kommunikation, kommt sie in Demokratien gewissermaßen zu sich“ (Saxer 2007: 29). Was „öffentlich ist, gilt als originär politisch“ (Wimmer 2007: 55).

Ihren Anfang nahm die bürgerliche Öffentlichkeit laut Jürgen Habermas schon früher, in den Kaffeehäusern und Salons des 17. Jahrhunderts (laut Rötzer waren dies nur halböffentliche Räume, „an ihnen hatte nicht jeder teil“ (Rötzer 1999: 40)), wo zunächst literarische Probleme, alsbald auch politische und ökonomische Prozesse diskutiert wurden (vgl. Habermas 1990), spätestens zu Zeiten der Aufklärung wurde die öffentliche Diskussion „Element der Responsivität von Politik“ (Balzer, Geilich 2006: 17) in Mitteleuropa; als die Druckpresse an Reichweite und Bedeutung gewann, nahm für Luhmann auch der Einfluss der Öffentlichkeit zu, Habermas sah darin jedoch eine Einschränkung der zwanglosen Kommunikation, da diese mit den Massenmedien nun kommerziellen Gegebenheiten gehorchen musste – das Publikum teilte sich in konkurrierende Interessensgruppen (vgl. Habermas 1990, Luhmann 1999). Zunehmend wurden Petitionen und Stellungnahmen nicht mehr nur dem direkten Adressaten, also dem jeweils Herrschenden,

³⁷ Hervorhebung im Original

zugestellt, sondern auch der Presse übergeben, um dem Anliegen Nachdruck zu verleihen und so die Entscheidungsfreiheit der herrschenden Instanz einzuschränken. In ihren Anfängen brachte diese Medialisierung aber Dissens statt Konsens innerhalb der Öffentlichkeit (vgl. *Luhmann 1999: 20*).

Die Idee der Öffentlichkeit von Habermas wurde breit debattiert, Nancy Fraser kritisierte sie heftig, wenngleich sie die Idee nicht gänzlich ablehnte, sondern „not wholly satisfactory“ (zit. in *Loehwing, Motter 2009: 222*) nannte – Habermas griff diese Kritik 1992 auf. Öffentlichkeit brachte schließlich auch eine Gegenöffentlichkeit hervor, die sich Themen annahm, die in der Öffentlichkeit und den ihr zugeordneten Massenmedien nicht wahrgenommen wurde. Fraser definiert 1997 diese andere Öffentlichkeit durch Zugehörigkeit zu Randgruppen – etwa Rasse, Geschlecht, soziale Schicht – und anders gelagerte Interessen.

(vgl. *Loehwing, Motter 2009*)

Mittlerweile scheinen durch die zunehmende Individualisierung der Gesellschaft die Grenzen zwischen Öffentlichkeit und Gegenöffentlichkeit zu verschwimmen: Individuen lösen ihre Bindungen, gehören zeitlich begrenzt verschiedenen (Interessens-)Gruppen an, deren Mitglieder rasch wechseln können. Die Medienunternehmen reagierten unterschiedlich auf diesen Trend – Gründungen von Special Interest Magazinen gehen ebenso darauf zurück wie die Einbindung von Randthemen in (qualitativ hochwertigen) Massenmedien. Der (in der Krise noch stärker steigende) ökonomische Druck scheint jedoch eine (Rück-)Besinnung auf den Populär-Geschmack auch in Qualitätsmassenmedien zu bedingen – wenngleich dort eher in seiner Umkehrung in Form von Provokation mittels Haltungen gegen die in der Öffentlichkeit verbreitete Meinung.

Je nach Demokratietheorie werden Öffentlichkeit heute unterschiedliche Wirkungsweisen und -grade zugeteilt, wie Wimmer³⁸ wie folgt beschreibt (vgl. *Wimmer 2007: 66ff*):

- In der *Elitentheorie* liegt die politische Macht in der Hand weniger Gruppen und Individuen, das Gros der Bevölkerung hat auf politische Entscheidungsprozesse (die zumeist im Interesse der politischen Eliten geschehen) keinen Einfluss, sondern kann sie erst im Nachhinein durch Wahlen legitimieren. Die Öffentlichkeit via Massenmedien dient lediglich zur Öffentlich-Machung politischen Handelns. Mit diesem System einher geht eine „dominante Zugangsmöglichkeit der politischen Elite zur massenmedialen Öffentlichkeit und deren gezielte Instrumentalisierung medialer Aufmerksamkeit“ (*Wimmer 2007: 67*).
- Laut *Pluralismustheorie* ist Politik das Ergebnis „eines freien Wettbewerbs zwischen Ideen und Interessen annähernd gleich mächtiger Gruppen der Gesellschaft“ (*Wimmer 2007: 67*). Massenmediale Öffentlichkeit dient nicht nur der Bekanntmachung politischen Handelns, sie wird Sphäre politischer Diskussion und Entscheidungsfindung, da die politischen Akteure danach trachten, politische Entscheidungen im Sinne der Öffentlichkeit zu fällen, um so in ihrer Gunst und somit im Amt zu bleiben. Öffentlichkeit bietet nicht nur Raum für institutionelle Politik, sondern erlaubt auch anderen gesellschaftlichen Gruppen (wie NGOs,

³⁸ unter anderen unter Bezugnahme auf Downs, Lippmann, Pareto, Schumpeter, Beierwaltes, Fraenkel, Kepplinger, Dahl, Imhof, Schmitt-Beck, Habermas und Peters

Verbände etc.) zu kommunizieren und ihre Ideen und Interessen publik zu machen. Ohne Öffentlichkeit wäre die moderne Gesellschaft also nicht denkbar.

- Für die *partizipatorische Demokratietheorie* stellt Öffentlichkeit eine *conditio sine qua non* dar (vgl. *weiterführend Habermas 1990*): ihre Forderung nach mehr direkter Teilnahme der Bürger am politischen Entscheidungsprozess verlangt umso mehr nach aufgeklärtem Volk als dieses direkt eingebunden werden soll. Politische Entscheidungen werden so demokratiepolitisch höherwertig und somit auch besser legitimiert.

Doch, und das fehlt mir in Wimmers Ausführungen, ist die Öffentlichkeit nur scheinbar objektiv informiert; werden die Massenmedien also ohne Wissen der Öffentlichkeit instrumentalisiert, ist dies der Demokratie möglicherweise schädlicher als Demokratiemodelle, die auf die starke Einbindung des Individuums verzichten.

(vgl. *Wimmer 2007: 66ff*)

Jedenfalls aber dient politische Öffentlichkeit, die auch Habermas im Zuge seiner Erläuterungen zu Demokratietheorien „als Inbegriff derjenigen Kommunikationsbedingungen, unter denen eine diskursive Meinungs- und Willensbildung eines Publikums von Staatsbürgern zustande kommen kann“ (*Habermas 1990: 38*) beschreibt, als Voraussetzung zur Bildung einer öffentlichen Meinung.

2.2 Öffentliche Meinung

*„Handle nur nach derjenigen Maxime,
durch die du zugleich wollen kannst,
dass sie ein allgemeines Gesetz werde.“*

Immanuel Kant

Über 50 Begriffserklärungen und unzählige Ansichten kursieren im wissenschaftlichen Diskurs, was öffentliche Meinung sei, umfasse und leisten könne. Merten unterscheidet vier Konzepte (vgl. Wimmer 2007: 50ff), folgend verknüpft dargestellt:

- Das *mystische* Konzept begreift öffentliche Meinung in seiner Wirkung noch als unkalkulierbar (=mystisch).
- Das *historische* Konzept sieht öffentliche Meinung als einzige Basis zur Legitimation der politischen Herrschaftsverhältnisse in der modernen Demokratie. Die Rolle des Vermittlers nehmen hierbei die Massenmedien ein, die wiederum die Politik zu lenken versucht.
- Das *deskriptive* Konzept sieht öffentliche Meinung als demoskopische Momentaufnahme: Der integrative Faktor besteht nach Elisabeth Noelle-Neumann im Sanktionsmechanismus: Von der Mehrheitsmeinung abweichende Meinungen werden durch Isolation bestraft. Anzumerken ist, dass in der Demoskopie das Phänomen unter „sozial erwünschtem Antworten“ bekannt ist (Gespräch mit Wolfgang Bachmayer, OGM-Meinungsforscher): Wird die eigene Meinung (zumindest scheinbar) zur Minderheitenmeinung, wird eher geschwiegen oder gar die (scheinbare)

Mehrheitsmeinung angenommen, um dem gesellschaftlichen Wunsch nach Konformität genüge zu tun und derart der sozialen Meinungsisolation zu entgehen: „Die Menschen setzen gerne auf das Siegerpferd, auch wenn es nicht ihr persönlicher Favorit ist“ (*Gespräch Bachmayer*) – so kann es tatsächlich zu einer Meinungsänderung innerhalb der Gesellschaft kommen, vgl. die These der *Schweigespirale* von Noelle-Neumann (vgl. *Schulz 2003*).

- Das *systemtheoretische* Konzept, wie es Luhmann laut Wimmer beschreibt, sieht die Funktion der öffentlichen Meinung nicht in der Durchsetzung des Volkswillens, sondern im Selektieren und Festlegen der Themen politischer Kommunikation.

Gerhards und Neidhardt führen 1991 das deskriptive und das systemtheoretische Konzept zusammen. Sie verstehen unter „öffentlicher“ Meinung eine Meinung, die in öffentlichen Kommunikationen mit breiter Zustimmung rechnen kann, eine Meinung, die sich in den Arenen öffentlicher Meinungsbildung durchgesetzt hat und insofern ‚herrschende‘ Meinung darstellt. Weicht man von ihr ab, muß man mit besonderen Widerständen rechnen.“ (*Gerhards, Neidhardt 1991: 42*)

Einigkeit herrscht einzig darüber, was öffentliche Meinung nicht sein kann – etwa die Summe der Meinungen aller zur Öffentlichkeit zählenden Individuen: „Niemandes Meinung ist das, was dann als öffentliche Meinung präsentiert wird“ (*Luhmann 1999: 24*). Die Erhebung öffentlicher Meinung stellt sich somit schwierig dar (vgl. auch *Pless 2003: 28*).

Jede Kultur, jede Gesellschaft hat ihre eigene Öffentlichkeit und somit eine öffentliche Meinung, die untereinander verschieden sind oder zumindest sein können. Innerhalb einer öffentlichen Meinung wird indes nicht differenziert. Das wiederum greift aber zu kurz: Auch wenn öffentliche Meinung im Kollektivsingular gebraucht wird, ist sie nicht eine Meinung, sondern „scheint das Resultat einer Art von Selbstorganisation zu sein, die die Mikrodiversität persönlicher Meinungen zu Themen voraussetzt, aber mit ihr nicht identisch ist“ (Luhmann 1999: 22); neben der mikrodiversen Mehrheitsmeinung wird die Minderheit weiter abweichender Meinungen vernachlässigt. Öffentliche Kommunikation ist also „ein kollektives Produkt von Kommunikationen, das sich zwischen den Sprechern als ‚herrschende‘ Meinung darstellt“ (Neidhardt 1994: 26) – ändern sich die Mehrheitsverhältnisse innerhalb der Meinungsbildung der Gesellschaft, ändert sich die öffentliche Meinung. Das mag extern beobachtet oberflächlich einem Meinungsumschwung gleichen, oftmals aber war die einstige Minderheiten- und nunmehrige Mehrheitsmeinung schon latent vorhanden, durch die Eigenlogik der Medien und den Konformitätswunsch der Gesellschaft wurde diese damalige Minderheitenmeinung jedoch medial nicht kommuniziert³⁹ und war so nicht im kollektiven öffentlichen Bewusstsein präsent. (vgl. dazu auch Luhmann 1999: 21ff)

Während der französischen Revolution galt die öffentliche Meinung, wenn schon nicht als heimlicher Souverän, so zumindest als vermittelnde Instanz zwischen

³⁹ So wird beispielsweise bei Umfragen die Meinung auch nur der relativen Mehrheit als die Meinung des Volkes und somit als scheinbar öffentliche Meinung präsentiert - obwohl nur ein Bruchteil der Bevölkerung überhaupt befragt wurde.

repräsentiertem Volk und seiner Repräsentanten, die Suche nach einem heute zur Demokratie passenden Begriff blieb bislang laut Luhmann (vgl. *Luhmann 1999: 22*) allerdings ergebnislos. Für Luhmann suche man in öffentlicher Meinung einerseits einen Ersatz für die Berater des Monarchen (nun solle die öffentliche Meinung an seiner Statt die Grenzen des politisch Möglichen aufzeigen) und weiters einen demokratischen Lösungsweg (öffentlich zugelassene Kontroversen würden über Verständigung zu vernünftigen Lösungen führen). Er kritisiert, dass die öffentliche Meinung derart publiziert wird, als ob es eine politische Macht sei, die es zu beachten gelte (vgl. *Luhmann 1999: 21f*) – was sie im Übrigen für politische Akteure vielleicht nicht sein sollte, de facto aber so ist.

Politisches Handeln wird zunehmend von der mittelbaren öffentlichen Stimmungslage (vgl. *Kevenhörster 1984: 35 sowie 184ff*) und vom Verlauf des öffentlichen Diskurses (vgl. *Münch 1992: 257*) abhängig und nimmt damit das Gewicht öffentlicher Meinung auf die politischen Entscheidungsprozesse vorweg⁴⁰. Wie bereits mehrfach erwähnt, trachten die politischen Akteure nach Macht(erhalt) ergo (Wieder-)Wahl (um weiter/wieder ihre Vorstellungen umsetzen zu können, zudem bringt es finanzielle Vorteile in Form von Parteienförderung und Wahlkampfkostenrückerstattung). Um dies sicherzustellen, gilt es den Souverän Volk bei Laune zu halten, also auf seine Bedürfnisse einzugehen, Öffentlichkeit zu bedienen und nach Möglichkeit die öffentliche Meinung zu eigenen Gunsten zu lenken.

⁴⁰ Auch Demoskopien wie OGM-Geschäftsführer Wolfgang Bachmayer können eine Tendenz des Ausrichtens politischen Agierens an der (scheinbaren) öffentlichen Meinung erhoben durch Umfragen feststellen.

Um dies tun zu können, orientiert sich die Politik zunehmend an den Wünschen der Öffentlichkeit – wie etwa der Lust an Unterhaltung oder schnellen Lösungen⁴¹. Kein anderes Funktionssystem macht sich mehr von der öffentlichen Meinung abhängig als das politische, konstatiert Luhmann, schließlich beobachtet sie sich und ihr Tun über die Reaktion der Öffentlichkeit. Somit macht sich die Politik aber gleichzeitig auch von den Massenmedien abhängig, kommuniziert die Politik in Zeiten weniger werdender persönlicher aber steigender medialer Kontakte vermehrt mit und über die Massenmedien. Diesen wiederum kommt so eine immer noch bedeutendere Rolle in der Generierung öffentlicher Meinung zu, entscheidet doch mediale Berichterstattung in gewisser Weise über die Relevanz eines Themas: „Wichtig ist, was publiziert wird“ (*Theis-Berglmair 2001: 66*):

„Wenn man die Entwicklung des Journalismus in den Vereinigten Staaten als Maßstab nimmt, dann wächst den Journalisten eine immer bedeutsamere Rolle für die öffentliche Meinungsbildung zu.“ (*Münch 1992: 101*) Luhmann folgt dieser Annahme (*vgl. Luhmann 1999: 19*).

Aus Sicht politischer Akteure sind hier vor allem Leitmedien eines Landes von Bedeutung: Diese zeichnen sich durch ihre meinungsbildende und manchmal gar meinungsvorgebende Stellung im jeweiligen Politikfeld und der jeweiligen politischen Ebene (lokal, regional, überregional, landesweit) aus, die sich durch die Beachtung anderer teils politischer, teils außerhalb der Politik

⁴¹ vgl. die im Sommer 2008 geführte Debatte über eine steuerpolitische Maßnahme zur Senkung der hohen Spritpreise, wie sie etwa das BZÖ forderte, online abrufbar: <http://news.orf.at/?href=http%3A%2F%2Fnews.orf.at%2Fticker%2F289774.html> (04.06.2008)

tätigen Akteure in entscheidungsmächtigen Positionen weiter verstärkt. Dabei zählt nicht immer die allgemeine Reichweite – statt Quantität zählt hier die Qualität des erreichten Publikums (vgl. ‚Eliten- und Prestigemedien‘). (vgl. *Jarren, Donges 2006: 167ff*)

In der innenpolitischen Berichterstattung übernehmen zumeist überregionale Qualitätstageszeitungen sowie Nachrichtenmagazine und die Nachrichtensendungen des öffentlich-rechtlichen Rundfunks die Funktion der Leitmedien (vgl. *Jarren, Donges 2006: 167ff*). Diese werden auch Gegenstand der vorliegenden Untersuchung.⁴²

2.3 Aufmerksamkeitsmärkte

Marktschreier tun es seit Jahrhunderten, mit Werbe-, PR- und Marketingwirtschaft hat sich eine eigene Branche darum etabliert, für Politiker gehört es zum kleinen Einmaleins: Das Heischen um Aufmerksamkeit⁴³. Und es wird immer mehr, wichtiger und professioneller – verspricht Aufmerksamkeit doch letztendlich Geld (bei durch Werbung gesteigertem Absatz der angepriesenen Produkte und Leistungen), Macht (für Politiker, die nur durch Aufmerksamkeit den Souverän

⁴² Im Sonderfall Österreich darf in diesem Zusammenhang jedoch nicht die „Kronen Zeitung“ unerwähnt bleiben, bedient sie prozentuell gesehen doch überdurchschnittlich viele Personen (ihre Reichweite liegt laut Media-Analyse 2009 bei 40,4 Prozent, das entspricht 2,853 Millionen Lesern (online abrufbar: [http://www.media-analyse.at/studienPublicPresseTageszeitungTotal.do?year=2009&title=Tag eszeitungen&subtitle=Total](http://www.media-analyse.at/studienPublicPresseTageszeitungTotal.do?year=2009&title=Tag%20eszeitungen&subtitle=Total) (22.09.2010)) – in Österreich ist sie zweifelsfrei die einflussreichste Tageszeitung: Dem so entstehenden Gewicht des Boulevardblatts in der Bildung öffentlicher Meinung können sich auch heimische Eliten nicht entziehen und zählen so ebenfalls zu ihren Rezipienten, die noch dazu auf das Vermittelte (un-)mittelbar reagieren (können).

⁴³ Einen „Konzept- und Theorieüberblick aus psychologischer Perspektive mit Implikationen für die Kommunikationswissenschaft“ bietet der gleichnamige Aufsatz von Wirth (vgl. *Wirth 2001*).

Volk erreichen und so Legitimation, ja gar Zustimmung für ihre Taten erhalten können), Ruhm (da Prominenz direkt mit dem der Person entgegengebrachten Maß an Aufmerksamkeit zusammenhängt).

(vgl. auch Meyer 2001, Franck 1998, Münch 1992, Beck, Schweiger 2001)

Erdöl, Wasser, vielleicht auch Geld – knappe Ressourcen? Aufmerksamkeit jedenfalls wird zunehmend (zumindest aus Sicht der Anbieter) Mangelware und somit eines der kostbarsten Güter, die es in der Mediengesellschaft gibt: Wie jeder Markt ist auch jener der Aufmerksamkeit durch das Verhältnis von Angebot und Nachfrage bestimmt. Die Nachfrage nach Aufmerksamkeit wächst ständig, überall gibt es immer schneller immer mehr und immer umfassendere Information (vgl. Seite 32), und somit immer mehr Attraktoren:

„What information consumes is rather obvious: It consumes the attention of its recipients. Hence a wealth of information creates a poverty of attention and a need to allocate attention efficiently among the overabundance of information sources that might consume it“⁴⁴, hielt Herbert A. Simon bereits 1971 fest

(zit. in Beck 2001: 22)

Das Angebot kommt dem Wachstum an Informationsangebot nicht mehr nach – denn das Gut, die „knappe Ressource“ (Dahinden 2001: 39) Aufmerksamkeit, ist „organisch begrenzt“ (Franck 1998: 49), nicht unendlich steigerbar (vgl. Franck 1998: 11ff) und somit ein zunehmend „verknappendes Gut“ (Saxer 2007: 193). Folglich „hat

⁴⁴ Hervorhebung in Beck 2001

Aufmerksamkeit ihre neue Bedeutung dadurch gewonnen, daß sie in den hochtechnisierten Zivilisationen als produktive Ressource und als Form des Einkommens ins Zentrum rückt“ (Franck 1998: 21), umso mehr, als die „Asymmetrie zwischen dem energetischen Aufkommen und den Ansprüchen an die Aufmerksamkeit alltäglich und für sämtliche Mitglieder der Gesellschaft spürbar wird“ (Franck 1998: 61), brauchen die Menschen doch für alles, was sie bewusst tun, was sie zu kulturellen Wesen macht, unabdingbar Aufmerksamkeit (vgl. Beck 2001: 22). Die Penetranz der Attraktoren hat ein einfaches Motiv: „Es geht mittelbar um die Aufmerksamkeit, direkt aber ums Geld“ (Franck 1998: 64). So kann durch Aufmerksamkeit die verkaufte Stückzahl erhöht werden, was angesichts degressiver Herstellungskosten pro Stück finanzieller Anreiz ist (vgl. Franck 1998: 63), für ökonomische Aufmerksamkeitsproduzenten gilt „Aufmerksamkeit als Währung“⁴⁵ (Siegert 2001: 115). Es wundert nicht weiter, dass sich rund um die Herstellung von Aufmerksamkeit eine eigene Branche entwickelt hat: „Werbung ist die als käufliche Dienstleistung angebotene, professionell betriebene Attraktion anonymer Aufmerksamkeit“ (Franck 1998: 64).

Doch soll nicht irgendeine Form der Aufmerksamkeit erreicht werden, es geht um jene der bewussten Aufmerksamkeit, der *attention*, und weniger um ihre unbewusste Form, die Achtsamkeit, die *awareness* (vgl. Beck 2001: 22f). Zweite jedoch ist einerseits ebenfalls nicht unbeschränkt verfügbar, andererseits Voraussetzung für die Generierung der *attention*: Die *awareness* meint eine

⁴⁵ Franck, Siegert als auch Hummel und Schmidt merken allerdings an, dass Aufmerksamkeit die universelle Tauschbarkeit und Lagerfähigkeit fehle, sie Geld als Währung folglich nicht ohne Schwierigkeiten substituieren könne.

Wachsamkeit des Geistes, dessen Fokus noch nicht gelenkt ist. Durch Attraktion kann auf dieser Basis jedoch die gezielte Aufmerksamkeit, die *attention*, erreicht werden. (vgl. Beck 2001, Franck 1998)

Erst wenn die Aufmerksamkeit vorhanden ist, kann erfolgreich kommuniziert, und damit informiert, beworben, ja manipuliert werden. Nicht ohne Grund muss jeder Marketing-, PR- und Designstudent bereits im ersten Semester die *AIDA-Formel* auswendig lernen, die Elmo Lewis bereits 1898 aufgestellt hat⁴⁶. Und nicht ohne Grund steht an ihrer ersten Stelle *attention*.

A	ttention	(Aufmerksamkeit)
I	nterest	(Interesse)
D	esire	(Verlangen)
A	ction	(Handlung)

Erst wenn die (gezielte) Aufmerksamkeit erreicht ist, kann nach Lewis der weitere Verarbeitungsprozess in Gang kommen, Ähnliches beschreibt auch Franck (vgl. auch Franck 1998: 28ff). Ist also das Interesse geweckt, kann sich daraus ein Wunsch, ein Verlangen entwickeln, das im Idealfall aus Sicht des Anbieters eine entsprechende

⁴⁶ Sein Wirkungsstufenmodell, in dem alle Phasen gleich gewichtet werden, gilt einigen als überarbeitungsbedürftig, da es von einer Monokausalität der Reize ausgeht und zudem zu wenig an den Kunden orientiert sei; zumindest aber müsste es ergänzt werden, meinen manche Experten (vgl. Berichte von Absatzwirtschaft-Online, online abrufbar: http://www.absatzwirtschaft.de/Content/_pv/_p/1003298/_t/fthighlight/highlightkey/aida/_b/36859/default.aspx/aida-%96-reif-fuer-das-museum.html sowie http://www.absatzwirtschaft.de/Content/_pv/_t/ft/_b/63552/default.aspx/ (beide 23.06.2008)). Alexander Luckow beispielsweise meint, vor *attention* müsse erst *appearance*, *relevance* und *information* erreicht werden, erst dann käme die *attention* (*AIRA-Modell*). M. E. nach ist es zwar sinnvoll, die *AIDA-Formel* mit *AIR* des *AIRA-Modells* zu ergänzen, die *attention* sollte aber an erster Stelle bleiben. Andernfalls wird das Produkt, die Person, egal, wie gut *appearance*, *relevance* und *information* auch sein mögen, nicht wahrgenommen werden (vgl. auch Münch 1992: 17).

Handlung nach sich zieht; im Falle von Produkten etwa den Kauf, bei Dienstleistungen die Inanspruchnahme, bei Politikern die Zustimmung bis hin zum Kreuz in der Wahlkabine.

Auch die *AIDA*-Folgeformeln, wie jene von Theis-Berglmair setzen bei der Aufmerksamkeitsgewinnung an: Ihre *APCor-Formel* bezieht sich auf Akteure des publizistischen Systems, statt des Handelns (*action*) steht bei ihr die Anschlusskommunikation am Ende des angestrebten Prozessablaufs (vgl. *Theis-Berglmair 2001: 62f*).

A	ttention	(Aufmerksamkeit)
P	erception	(Wahrnehmung)
Co	mmunication	(Kommunikation)
R	erefence Communication	(Anschlusskomm.)

„In einer Gesellschaft, in der alles durch Kommunikation bewegt wird, kann sich niemand mehr dem Zwang zur Erzielung von öffentlicher Aufmerksamkeit entziehen. Andernfalls ist man vergessen und verloren. Wer sich nicht gut darstellen kann, hat in dieser Gesellschaft keine Chance“ (*Münch 1992: 17*).

Und so buhlen Anbieter aller Art um Interesse des Rezipienten: Die „Informationsüberflutung führt (...) zum Kampf um Aufmerksamkeit“ (*Hummel, Schmidt 2001: 93*), „unsere ganze Welt mutiert zum Werbeträger. (...) Man kann der Belästigung kaum mehr entrinne. (...) wo immer ein paar Menschen vorbeikommen, geht das Gerangel um die Aufmerksamkeit schon los“ (*Franck 1998: 71*), doch „je knapper eine Ressource, desto wichtiger werden Gesichtspunkte des Haushaltens“ (*Franck 1998: 49*). Nicht immer gelingt dies angesichts der Informationsflut, die Belastungsgrenze ist alsbald erreicht, Stress und Hektik

sind Folgen der „von zu vielen Seiten mit zu hohem Nachdruck in Anspruch genommenen Verarbeitungskapazität“ (Franck 1998: 50), fast niemand könne sich heute mehr leisten, sämtliche Informationsangebote ohne Selektion wahrzunehmen, das beschauliche Leben ist passé. (vgl. Franck 1998: 49ff)

Vor allem formal weniger Gebildeten, so die Theorie der *Wissenskluft*, fehlt zunehmend die Kompetenz zur Selektion, um relevantes von weniger relevantem Wissen zu trennen (vgl. Sarcinelli 1998: 439)⁴⁷.

Der Kampf um Aufmerksamkeit – auch durch Geschwindigkeit der Publikation und Themenvielfalt (vgl. Pless 2003), immer mehr und immer schneller werden immer kürzere Neuigkeiten produziert, *sound bites* werden am immer heftiger rotierenden Karussell des *news cycle*⁴⁸ (vgl. Plasser, Ulram, Sommer 2000: 161) kurz sichtbar und schon im nächsten Moment von der nachfolgenden verdrängt – hat mittlerweile ein Niveau erreicht, auf dem sich seine Auswirkung teilweise in das Gegenteil seines ursprünglichen Zieles verkehrt: Es kommt zu einer Reizüberflutung, sodass die Öffentlichkeit nur noch auf noch stärkere Reize reagiert, „wodurch die Abstumpfung des öffentlichen Gehörs weiter gesteigert wird“ (Münch 1992: 101).

Die Medien etwa suchen mit Affären und Skandalen das Interesse ihrer Rezipienten wach zu halten; Politiker liefern Versprechen, „die sie nicht alle gleichzeitig

⁴⁷ Lehrer berichten von Problemen ihrer Schüler, sich in der ‚Informationsflut‘ zu Recht zu finden, erhaltene Information zu reflektieren, Quellenkritik zu üben und so ihre eigene Meinung zu bilden (Seminar zur „Geistigen Landesverteidigung“ des BM:UKK (Unterrichtministeriums) am 27. August 2009 in Pichl/Schladming).

⁴⁸ Journalismus kann nicht anders, als die Wirklichkeit in einer „vereinfachten“ (Luhmann in Pless 2003: 16), verkürzten Version wiederzugeben. Journalismus muss, wie später die Rezipienten der journalistischen Produkte, selektieren, was er wahrnimmt, was er weiter verarbeitet. „Kommunikation benötigt somit Aufmerksamkeit und ist immer Selektion“ (Pless 2003: 18).

einhalten können“ (*Münch 1992: 103*). Sie reihen sich somit in die Palette der Produkte ein, die mehr versprechen als ihr tatsächlicher Nutzen ist und sein kann – etwa das Joghurt, das nicht nur mit Geschmack und damit einhergehendem Genuss wirbt, sondern bei wiederkehrender Einnahme zugleich Schönheit, Attraktivität und in weiterer Folge Zufriedenheit und ein glückliches Privatleben verspricht.

Als Folge beschreibt Münch eine Inflation der Worte: „Worte bedeuten zunehmend weniger als das, was sie sagen. Mißtrauen in Kommunikation macht sich breit. Kommunikation bringt dann ihr Gegenteil hervor: Weghören, Kommunikationsverweigerung (...).“ (*Münch 1992: 22*)

Es ist Aufgabe einer mündigen Gesellschaft und ihrer kritischen Journalisten, Aussagen auf ihren Wahrheitsgehalt abzuklopfen, um dieser Entwicklung des Abstumpfens entgegenzuwirken (*vgl. Franck 1998, Münch 1992*). Nicht immer ein selbstverständliches Unterfangen, haben auch Medien ökonomisches Interesse, auf Aufmerksamkeitsmärkten zu reüssieren.

2.3.1 Politik, Medien und Öffentlichkeit auf Aufmerksamkeitsmärkten

Im Laufe der Kultur- und Mediengeschichte finde eine *Medialisierung* der Aufmerksamkeitsökonomie statt, meint Beck (*Beck 2001: 29*). Medien trachten nach „Maximierung von Aufmerksamkeit“ (*Meyer 2001: 57*), dies ist laut Meyer sogar der „gesellschaftliche Funktionszweck des Mediensystems“ (*Meyer 2001: 57*). Das industrielle Massengeschäft der Medien ist die „bezahlte Herstellung von Attraktoren für die Lenkung und Umlenkung massenhafter Aufmerksamkeit“

(*Franck 1998: 63*), sie stellen Aufmerksamkeit auf Aufmerksamkeitsmärkten zur Verfügung (vgl. *Große Holforth in Pless 2003: 24*); mehr noch, die Massenmedien selbst fungieren als „Attraktoren und Kreditoren von Aufmerksamkeit“⁴⁹ (*Beck 2001: 30*), besitzen sie doch ausreichend Renommee, das sich „in Auflagenzahlen und Einschaltquoten wie ein Aktienkurs“ (*Beck 2001: 30*) oder – im Falle von Qualitäts- und Leitmedien – anhand des sozialen Status der Rezipientenschaft in der Gesellschaft bemessen lässt. Gegen Geld bieten Medien Wirtschaftstreibenden Aufmerksamkeit, ein direkter Tausch Aufmerksamkeit gegen Geld findet hier statt. Bei weitem keine junge Erscheinung, schrieb doch Karl Bücher bereits 1922, die Zeitung „verkauft neue Nachrichten an ihre Leser, und sie verkauft ihren Leserkreis an jedes zahlungsfähige Privatinteresse“ (*Bücher 1922: 258*).

Zahlungsfähig, wenn hier auch nicht im monetären Sinn, sind allenfalls die Politik und ihre Subjekte: In der heutigen *instant democracy* löst die Logik des Marketing die politische Entscheidungslogik ab (vgl. *Filzmaier 2006: 45*) – Akteure der Politik suchen ständig die latent vorhandenen Emotionen auszuloten. Sie bieten Informationen, Neuigkeiten, die für Medien (über-)lebenswichtige Rohstoffe darstellen.

Es ist ein Tausch von Aufmerksamkeit: Die Politik inszeniert sich, um für die Medien besser verwertbar zu sein, investiert in die Inszenierung Aufmerksamkeit, Zeit und Geld; im Gegenzug erhält sie das Produkt medialer Aufmerksamkeit in Form von Raum (Artikelgröße, bzw. Länge des TV-/Radio-Berichts) multipliziert mit einem der wichtigsten Güter unserer Gesellschaft, der Aufmerksamkeit

⁴⁹ Hervorhebung im Original

der Rezipienten. Um ein möglichst effizientes Kosten-Nutzen-Verhältnis zu erlangen (der Nutzen von Aufmerksamkeit ist in der Politik oft weit höher angesehen als Kosten finanzieller Natur⁵⁰: Was nutzt das meiste Geld in den Parteikassen, wenn bei der nächsten Wahl die Wählerstimmen ausbleiben?⁵¹), setzt die Politik zunehmend mehr Personal für die Kommunikation ein. Denn was für die Wirtschaft gilt, gilt für die Politik mit ihren haptisch nicht erfassbaren Produkten umso deutlicher: „Nach verschiedenen Quellen bewirkt Kommunikation zu etwa 50 Prozent die Marktkapitalisierung eines börsennotierten Unternehmens.“ (Piwinger 2001⁵²) Kommunikation wurde und wird immer professioneller, statt eines „nice to have“ (Piwinger 2001⁵³) ist sie nun fixe Größe, etablierte sich nunmehr gar als „Kommunikationsmanagement“ (Saxer 2007: 213). Nicht nur in der Privatwirtschaft, erst recht in der Politik, deren Verkaufsargumente fast ausschließlich auf gelungener Kommunikation basieren (vgl. Münch 1992: 17).

Ähnliches gilt für die Medien, deren Verkaufsprodukt lediglich Information als Ergebnis von Kommunikation darstellt. Sie buhlen um die Aufmerksamkeit der Rezipienten, die in der informationsüberfluteten Mediengesellschaft ihr Kontingent an Aufmerksamkeit und Zeit einteilen müssen (vgl. Franck 1998: 49f). Unter diesem ökonomischen Druck, trotzdem eine möglichst breite Masse erreichen zu können, werden politische Inhalte durch

⁵⁰ So verrechnete etwa PR-Expertin Erika Rumpold, damals Geschäftsführerin der 100%-Communications PR-Agentur, 96.000 Euro für eine Eurofighter-Pressekonferenz. Diese wurden auch gezahlt. Erst als die Summe im Frühjahr 2007 publik wurde, kam es zu einem medialen und in Folge öffentlichen Aufschrei.

⁵¹ Zumal in Österreich etwa die Wahlkampfkostenrückerstattung stark vom Wahlergebnis abhängt

⁵² Online abrufbar: <http://www.piwinger.de/aktuell/werttreiber.html> (24.06.2008)

⁵³ Online abrufbar: <http://www.piwinger.de/aktuell/werttreiber.html> (24.06.2008)

Entertainment-Teile ergänzt, um die Lust der Gesellschaft an Unterhaltung zu befriedigen (vgl. *Infotainment* und *Politainment*), dazu kommt der Druck der Exklusivität, der vor allem im Wettstreit der Boulevardmedien spürbar wird: „In Printmedien zwingt der Kampf um Auflage viele Redaktionen, spekulativen Exklusivmeldungen allzu oft den Vorrang gegenüber seriös recherchierten Informationen einzuräumen.“ (Balzer, Geilich 2006: 20) Dies gilt auch für die Politik, ist sie doch „für privatwirtschaftlich organisierte Medien eine Ware, eine bestimmte Form von *content*, wie alle anderen Anlässe zur Berichterstattung auch.“ (Machnig 2004: 20).

Regiert die Medien in Aufmerksamkeitsmärkten also ein Teufelskreis voller aufgeblasener Spekulativmeldungen, der so vielleicht gar nicht notwendig wäre?

Auch zwischen Medien und Öffentlichkeit findet nämlich ein Tausch von Aufmerksamkeiten statt: Der Rezipient widmet dem Medium seine Zeit, erwartet im Gegenzug, kompakt, umfassend und unterhaltend informiert zu werden (guter Journalismus zeichnet sich durch kompetente Selektion von Themen und Durchschauen von Polit-PR aus (vgl. Münch 1992; Balzer, Geilich, Rafat 2006; Rau 2006; Haas 2006: 75)) – und, so eine gängige These, in seinem Weltbild bestätigt zu werden: Es wird das Medium gewählt (sofern eine Wahl vorhanden ist, was im Fall des Fernsehens in Österreich nach wie vor nur scheinbar gegeben ist: die Privatsender haben nicht ausreichend Ressourcen, um mit der Berichterstattung des ORF gleichziehen zu können, wiewohl sich in den vergangenen Jahren das Ungleichgewicht etwas gemindert hat), das die eigenen Ansichten zwar immer wieder kritisch hinterfragt, die grundsätzlichen (ideologischen) Ausrichtungen aber übereinstimmen.

Ob diese Einschätzung über die Existenz des Wunsches nach gutem Journalismus jedoch für alle Medienformate und Gesellschaftsschichten zulässig ist, ist zu bezweifeln.

2.4 Gesellschaft – Medien – Politik

„A functional democratic society requires active citizens who possess ample and equal information. News media play an important role in educating and informing the public about political issues that are consequential to their lives.“ Clarissa David⁵⁴

Die moderne Gesellschaft ist gezeichnet von der Auflösung klarer Grenzen und dem Zerfall alter Strukturen, etwa durch den technischen Fortschritt, der ehemalige Abhängigkeiten ablöst, die Globalisierung und die mit dem Wandel einhergehende Individualisierung.

Durch die immer steigende Zahl immer mobiler werdender Individuen und der sinkenden Zahl politisch fest gebundener Personen (*partisan dealingment*) wächst die Notwendigkeit der Massenmedien zur Politikvermittlung für das Volk einer Mediendemokratie (*self governing society*), um die politischen Handlungen der aktuell Herrschenden ausreichend informiert demokratisch einwandfrei legitimieren zu können.

Die technische Entwicklung vereinfachte für Politiker Informationen zu verteilen als auch Wählern, Informationen zu erhalten. Mit den technischen Möglichkeiten änderte sich auch die Mediennutzung durch die Politik (vgl. Plasser, Sommer, Scheucher 1996) sowie der Rezipienten (vgl. Dörner 2001: 40).

⁵⁴ David 2009: 255

Während die politischen Akteure um die Aufmerksamkeit der Medien buhlen, mühen sich diese in Zeiten steigender Konkurrenz, ihren ökonomischen Zwängen gerecht zu werden – und versuchen deshalb einerseits „die Personalkosten möglichst gering zu halten“ (Rohrer 2007: 98) sowie im Kampf um Aufmerksamkeit den Wunsch des Publikums nach Unterhaltung zu erfüllen. Mit zunehmend aggressiven Methoden. Denn aus „psychologischer Sicht sind Medien Umweltreize, mit denen ein Individuum interagiert. Da die Menge von Umweltreizen, die uns umgeben, nahezu unbegrenzt ist, ist jedes Individuum gezwungen, eine Auswahl zu treffen“ (Schweiger 2007: 137). Und jedes Medium trachtet danach, ausgewählt zu werden, bedient folglich die Wünsche der Konsumenten. Die Politik folgte ihrem Beispiel.

So begann sie erst eine Professionalisierung ihrer PR-Arbeit. Als zweiten Schritt setzte eine Entertainment-Phase ein, die zum *Politainment* führte: Nach den Medien, die schon länger erfolgreich *Infotainment* einsetzten, schlossen sich auch die politischen Akteure dem Wunsch des Publikums (und Volkssouveräns) nach Unterhaltung und schnellen, direkt spürbaren Lösungen an – und passten sich so den Wünschen und Funktionsweisen der Medien an, was in einer kritisch zu hinterfragenden „Komplizenschaft“ (Rohrer 2007: 98) zwischen Politik und Medien mündete.

Seit den Achtzigern des vergangenen Jahrhunderts war als Folge der Unterhaltungstendenzen in Politik und Medien in ganz Europa ein Aufschwung der (Rechts-)Populisten sichtbar (vgl. Frölich-Steffen, Rensmann 2005). Seit sich auch andere politische Mitbewerber, die einst auf ihre Mitglieder und Stammwähler zählen konnten, auf die neue Situation eingestellt haben, und sich die teilweise eingegangenen Versprechungen diverser Populisten als nicht

einhaltenbar erwiesen, relativierte sich der Erfolg der Populisten wieder ein wenig.

Auch die ehemaligen Großparteien sowie die Qualitätsmedien sind mittlerweile im 21. Jahrhundert angekommen und haben sich den Regeln der Kommunikation auf Aufmerksamkeitsmärkten der nach Unterhaltung strebenden Mediengesellschaft angepasst. Die TV-Duelle sind wohl auch in dieser Hinsicht ein Höhepunkt: Sie gelten bislang als Gipfel dieser Entwicklung.

3 Politische Kommunikation in Wahlkämpfen

„Wahlkämpfe sind gewissermaßen der Ernstfall aller Regeln von politischer Kommunikation.“

Matthias Machnig⁵⁵

In den Wochen vor einer Wahl, vor allem auf Bundesebene, ist die Aufmerksamkeit auf die Politik gerichtet: In allen westlichen Demokratien sind Journalisten mit Politikern und Parteien konfrontiert, die aktiver denn je sind, sowie mit einer Öffentlichkeit, die nun besonders darauf achtet, wer und wie Politik präsentiert wird – Wissenschaftler ihrerseits studieren während dieser Wochen jeden Aspekt von Wahlkämpfen (vgl. van Aelst, de Swert 2009: 149ff). Per se nicht direkt politisch besetzte Themen haben kaum Chancen, zu den Rezipienten der Massenmedien durchzudringen – ausgenommen Katastrophen, die aber zumeist alsbald ebenfalls politisch genutzt und instrumentalisiert werden⁵⁶. Die Politik trachtet folglich danach, möglichst wenige Fehler zu begehen – sowohl inhaltlicher als auch kommunikativer Natur –, denn Fehltritte werden im Fokus gesteigerter Wachsamkeit sofort durch die Medien und alsbald durch die nahenden Wahlen vom Souverän bestraft⁵⁷.

Vorwahlzeiten gelten also nicht umsonst der Wissenschaft als beliebter Forschungszeitraum (vgl. Sarcinelli, Geisler 2002: 153), Entwicklungen in der politischen Kommunikation sind dann zumeist besonders deutlich sichtbar.

⁵⁵ Machnig 2002: 145

⁵⁶ Etwa als sich Viktor Klima während eines Hochwassers alsbald mit gelben Gummistiefeln ablichten ließ, online nachzulesen: <http://zib.orf.at/zib2/wolf/stories/170544/> (28.06.2008)

⁵⁷ Vgl. die Aussage des damaligen Bundeskanzlers Schüssel, ÖVP, im Sommer 2006, wonach es „keinen Pflegenotstand“ gäbe. Die folgende Pflegedebatte, so meinen Politologen und Meinungsforscher, habe die Volkspartei u. a. den Sieg gekostet (vgl. u. a. profil 02.10.2006).

3.1 Historie politischer Kommunikation in Wahlkämpfen

Seit es Politik gibt, lebt sie von und mit Inszenierung (vgl. u. a. Balzer, Geilich 2006: 16; Sarcinelli, Geisler 2002: 153ff, Machnig 2002: 146f; Filzmaier 2006: 10). Doch nicht immer hatte die Vorbereitung der Inszenierung den Grad der Professionalisierung, der bei den vergangenen Wahlen zu beobachten war:

Erst in den vergangenen Jahrzehnten wandelte sich laut Krogvig die Wahlkampfführung vom spontanen Skandieren altbackener Parolen vor Werksgeländen und dem Verteilen von Flugblättern, wie noch vor rund 30 Jahren üblich, (vgl. Krogvig 2002: 199ff) zu durchgeplanten Kampagnen eigens zusammengetrommelter Teams (vgl. Radunski 2002: 209)⁵⁸. „Seit den siebziger Jahren sind aus parteizentrierten Organisations- und Mobilisierungswahlkämpfen kandidatenzentrierte Medien- und Fernsehwahlkämpfe geworden“ (Plasser, Ulram, Sommer 2000: 160; vgl. dazu auch Plasser, Sommer, Scheucher 1996). Ab den Sechzigern gewann

⁵⁸ Einen historischen Abriss zur Entwicklung der Wahlkämpfe gibt Römmele: Im Mittelpunkt der *vormodernen Wahlkämpfe*, zeitlich vor dem zweiten Weltkrieg einzuordnen, standen die Parteiorganisationen, die via Vorfeldorganisationen in alle Lebensbereiche der Bürger integriert waren. Die Kommunikation basierte auf dem *face-to-face*-Prinzip: Der Kommunikation der Parteimitglieder untereinander, diese dienten durch ihre Kontakte zu Familie, Freunden und Arbeitskollegen der Partei zusätzlich als Multiplikatoren. Der *moderne Wahlkampf*, 1945 bis 1990, erforderte die Maximierung der kommunikativen Kontakte – das Massenmedium TV bot sich an. Durch die Verlagerung der Kommunikation kam es auch zu einer Neuausrichtung der politischen Botschaften: Es galt nun möglichst viele Personen direkt anzusprechen, starke Ideologisierung war hier kontraproduktiv, die logische Konsequenz Botschaften mit dem Inhalt des kleinsten gemeinsamen Nenners. Die Logik des Fernsehens, die Visualisierung, führte zudem zu einer Personalisierung. Diese Tendenz setzt sich auch in den *professionellen* (oder *postmodernen*) *Wahlkämpfen* fort, dazu stößt eine stärkere Professionalisierung und Eventisierung (Modernisierung des Wahlkampfes). *Partisan dealingment* und technischer Fortschritt bedingen neue Kommunikationsformen, etwa via Internet, Direct Mailings etc. (vgl. Römmele 2002: 97ff)
Siehe dazu auch Tabelle 4: Wahlkampfformen und Modernisierungsetappen nach Norris, Seite 89

das Fernsehen an Bedeutung, es wurde zum „Leitmedium“ (Wolf 2006: 10). Seit zwei Jahrzehnten sinkt seine Importanz zwar, noch immer aber ist das TV die wichtigste politische Informationsquelle der Österreicher (vgl. Filzmaier 2006: 11f; siehe Tabelle 2: Politische Informationsquellen, Seite 86, sowie Tabelle 3: Politische Informationsquellen im Wahlkampf, Seite 87).

„Was ist für Sie die wichtigste politische Informationsquelle?“							
In Prozent..	`61	`71	`81	`89	`96	`03	`09
Fernsehen	7	48	62	64	60	56	51
Tageszeitungen	47	33	27	21	22	20	27
Radio	44	20	15	11	13	12	8
Magazine	-	-	2	3	3	4	2
Gespräche	17	15	12	11	9	8	5
Internet	-	-	-	-	-	2	4

Tabelle 2: Politische Informationsquellen

Quelle: Plasser 2010: 26

Immerhin 72 Prozent der Österreicher gaben bei einer Studie der Europäischen Kommission 2007 an, dem TV als Institution „eher zu vertrauen“ (Mehrfachnennungen möglich); auf die Frage, welche politische Informationsquelle die vertrauenswürdigste sei (keine Mehrfachnennung erlaubt), antworteten 2003 51 Prozent das Fernsehen (vgl. Plasser 2010: 26). So verwundert es nicht, dass 90 Prozent der heimischen Wahlkampfmanager das

Fernsehen als wichtigstes Medium angeben (vgl. Plasser, Ulram, Sommer 2003).

„Woher beziehen Sie in erster Linie Ihre Informationen über den Wahlkampf?“				
In Prozent..	1961	1995	1999	2002
Fernsehen	11	69	89	90
Tageszeitungen	61	44	79	74
Radio	59	25	55	47
Magazine	-	-	15	10
Gespräche	7	12	-	-
Internet	-	-	5	9

Tabelle 3: Politische Informationsquellen im Wahlkampf

Quelle: Fessel GfK (Wichtigkeit politischer Informationsquellen, Track Polling); Mehrfachnennungen möglich

Parteien in Deutschland geben mittlerweile mehrere hunderttausend Euro für Wahlkampfberater aus (vgl. Radunski 2002: 212): Ein Wahlkampf ist nicht, wie der Name fälschlich vermuten lässt, bloß eine einzelne Schlacht, sondern, um in der martialischen Terminologie zu bleiben, ein ganzer Krieg, der durchdacht geführt sein will. Diesen zu gewinnen, setzt eine Strategie voraus⁵⁹.

Dies gilt nun mehr denn je, erschweren doch die Gegebenheiten der reizüberfluteten Mediengesellschaft und ihres Aufmerksamkeitsmarktes den politischen Werbern das Durchdringen zu ihren Wählern noch zusätzlich, immer mehr

⁵⁹ Vgl. Marketing (weiterführend etwa Kinnear, Bernhardt, Krentler (1995): Principles of Marketing. Fourth Edition. New York: HarperCollins College Publishers)

geht es um die „Verpackung von Politik im Wahlkampf“ (Müller 1999: 13). Eine Professionalisierung der politischen Kommunikation war die Folge, die sich angesichts der steigenden Zahlen der Wechselwähler ab den Neunzigerjahren des vergangenen Jahrhunderts vor allem in der Wahlkampfführung etablierte (vgl. Römmele 2002: 100f). Mittlerweile wird von der Perpetuierung der einst nur für Wahlkampfzeiten eingesetzten Marketingtechniken ausgegangen, was wiederum zur Annahme der permanenten Kampagne⁶⁰ führte, dem *permanent campaigning* (vgl. Balzer, Geilich 2006: 25), welche die Wahlkampfform ein weiteres Mal entschieden änderte (vgl. Sarcinelli, Geisler 2001: 160f) (siehe Tabelle 4: Wahlkampfformen und Modernisierungsetappen nach Norris, Seite 89). Obwohl fest steht, dass dieselben Marketingtechniken eingesetzt werden, ist die These der permanenten Kampagne umstritten: Träfe sie zu, müssten politische Neuigkeiten immer gleich behandelt werden. Doch „a campaign changes the behavior and the interactions of the three central campaign players (politician, journalists, voters) significantly“ (van Aelst, de Swert 2009: 150). Mögen sich auch die eingesetzten Marketingtechniken in und außerhalb des Wahlkampfes nicht unterscheiden, die Intensität variiert jedenfalls.

In jüngster Vergangenheit wird ein Trend zur interpersonalen Kommunikation diskutiert (vgl. Balzer, Geilich 2006: 25). Vor allem in Österreich mit seiner durchorganisierten Parteistruktur bis zur kleinsten Sektion im hintersten Winkel des am meisten abgeschiedenen Bundeslandes könnte so genanntes *grassroots campaigning*

⁶⁰ Dörner spricht allerdings – in Anlehnung an eine US-amerikanische Publikation – von „permanentem Wahlkampf“ (Dörner 2001: 112)

wieder an Bedeutung gewinnen (vgl. Experteninterview Kalina).

	Vormodern	Modern	Postmodern
Organisa- tion	Lokal, dezentral	National koordiniert	Nationale Koordination, dezentrale Ausführung
Vorbe- reitungs- phase	Kurzfristig, Ad-hoc- Wahlkämpfe	Langer Wahlkampf	Permanenter Wahlkampf
Zentrale Koordi- nation	Partei- führung	Wahlkampf- zentralen, Rückgriff auf spezielle Berater und Parteifunk- tionäre	Auslagerung von Umfrage- forschung, Beratern und spezialisierten Wahlkampf- abteilungen
Rückkopp- lungen	Örtliche Hausbesuche („Klinken- putzen“)	Bevölkerungs- umfragen	Bevölkerungs- umfragen, Beobachtung so genannter Fokusgruppen, Internet
Medien	Regionale und über- regionale Presse; lokal: Hand- zettel, Poster, Wahlkampf- schriften	Fernseh- präsenz in breiten- wirksamen Kanälen	Zielgruppen- spezifische Medienarbeit durch fragmentierte Medienkanäle, gezielte Werbung

Tabelle 4: Wahlkampfformen und Modernisierungsetappen nach Norris

Quelle: Sarcinelli, Geisler 2002: 161

3.2 Grundlagen politischer Kommunikation in Wahlkämpfen

Politische Kommunikation gleiche einem Schiff auf hoher See, schreibt Machnig: „Hohe Wellen, schlechte Sicht, ständig beschäftigt mit der nächsten Welle. Ohne einen Kompass, eine Richtung kann das Boot zwar rudern, es wird sein Ziel aber nur sehr schwer erreichen: Eine Strategie ist der politische Kompass.“ (Machnig 2002: 149) Das Verfolgen einer Strategie ist nun keineswegs neu – auch wenn dies manchmal so dargestellt wird –, vielmehr geht es um die Genesis der Strategie, welche Faktoren und Personen mitwirkten, wie sich der zeitliche und der finanzielle Horizont sich im Laufe der Jahre veränderte.

Um im „politischen Rüstungswettlauf“ (Sarcinelli, Geisler 2002: 153) um Aufmerksamkeit bestehen zu können, brauchen Parteien laut Machnig (vgl. Machnig 2002: 149):

- *Personifizierung*: Personen vermitteln Vertrauen, bieten Orientierung, stehen für Werthaltungen und Kontinuität
- *Stilistik*: Wiedererkennungsmuster einer Partei
- *Leitbilder*: Werte sind für die Orientierung, das Vertrauen und die Zustimmung der Menschen wichtiger, als einzelne Aktualitäten
- *Botschaften*: Sie sind das Etikett einer Partei, das hilft, den Wählern komplexe Sachverhalte vereinfacht zu vermitteln

Die Professionalisierung dieses Wettlaufs um Stimmen wird oft mit der Amerikanisierung der Kommunikation in Wahlkämpfen verbunden.

3.3 Modernisierung politischer Kommunikation in Wahlkämpfen

Bill Clinton, ehemaliger US-Präsident, war 1992 der Erste, der „die Kommunikationsmaterialien der populären Medienkultur ganz bewusst als Instrumente des Wahlkampfs“ (Dörner 2001: 53) erfolgreich eingesetzt hatte. Wohl deshalb sprach man hierzulande erst von einer „Clintonisierung“ (Meinhard, Schmid 2000: 102ff) der heimischen politischen Kommunikation⁶¹. Getreu dem Motto „von Amerika lernen heißt siegen lernen“ studierten Kampagnenmanager alsbald amerikanische Kampagnen, die in Folge zum „professionstypischen Vorbild medienattraktiver Kampagnenplanung avancierten“ (Sarcinelli, Geisler 2002: 156) (wohl auch deshalb etablierten sich für viele neue Trends englische Begriffe).

Doch die Amerikanisierung der Wahlkämpfe hatte schon viel früher eingesetzt: Der deutsche Kanzlerkandidat Willy Brandt ließ sich bereits im Bundestagswahlkampf 1961 von den Techniken der amerikanischen Wahlkampfplanung inspirieren. Seine Wahlkampfreise ähnelte frappant den in Übersee üblichen *whistle-stop campaigns*: Auch wenn schon damals die Kandidaten nicht mehr mit dem Zug von Station zu Station durch das Land gondelten, der Name blieb bis heute bestehen. (vgl. Holtz-Bacha 2002: 23f)

Noch immer steht die Clinton-Kampagne von 1992 Pate für moderne Wahlkämpfe: Das Image-Video der SPÖ etwa, das diese am 25. August 2006 zum Wahlkampfauftakt in der Wiener Stadthalle präsentiert hatte, bereitete einigen

⁶¹ Auch wenn bereits der Schauspieler und spätere US-Präsident Ronald Reagan mit negative campaigning, direct mails und polling (Umfragen) einen neuen Wahlstil geprägt hatte (vgl. Meinhard, Schmid 2000: 17)

Kampagnenexperten das Gefühl eines Deja-Vus. Nicht nur das Video, weite Teile der Gusenbauer-Kampagne ähnelten stark jener von Clinton: Das Botschaftendreieck, die Themenlastigkeit, die Strategieentwicklung. (vgl. Hofer, Tóth 2007: 5ff)

Allzu großer Beliebtheit erfreut sich die Amerikanisierung der Wahlkämpfe in der hiesigen Wissenschaft nicht: Schneider diffamiert das nach Europa überschwappende Amerikanische in der Kampagnengestaltung gar als „völlig medienfixiert und inhaltsleer“ (Schneider 1999: 11). Die Amerikanisierungsthese⁶² wird gerne im Zusammenhang mit der möglichst allumfassenden Inszenierung von Politik vor Wahlen genannt, die wiederum als Anlass zur Kritik der „Degeneration der Politik zum Unterhaltungsgewerbe“ (Sarcinelli, Geisler 2002: 155) genutzt wird. Die Amerikanisierungsthese gehört zur „Politfolklore“ (Sarcinelli, Geisler 2002: 156), als wissenschaftliches Instrument sei sie aber nur bedingt anwendbar, da sie politisch-kulturelle als auch politisch-institutionelle Differenzen ausblendet, meint auch Römmele (vgl. Sarcinelli, Geisler 2002: 155f; Römmele 2002: 100f).

Sarcinelli und Geisler sähen den Amerikanisierungsbegriff gerne auf modernisierungstheoretische Grundlagen zurückgeführt: Es gehe nämlich um eine Reaktion auf ähnliche strukturelle Herausforderungen, denen sich alle liberalen Repräsentativdemokratien stellen müssten, somit handle es sich nicht um eine Amerikanisierung sondern eine Modernisierung (Sarcinelli, Geisler 2002: 157f). Doch sind

⁶² Vertiefend: Plasser, Fritz (2000): Amerikanisierung der Wahlkommunikation in Westeuropa: Diskussions- Forschungsstand. In: Bohrmann, Hans/Jarren, Otfried/Melischek, Gabriele/Seethaler, Josef u. a. (Hg.): Wahlen und Politikvermittlung durch Massenmedien. Wiesbaden

diese strukturellen Herausforderungen nicht auch zu einem Gutteil auf eine Annäherung des europäischen Lebensstils an den in den USA vorherrschenden zurückzuführen?

Was tatsächlich unter Amerikanisierung (bzw. Modernisierung) des Wahlkampfes zu verstehen sei, ist umstritten. Der Begriff ist sogar „in der Wissenschaft oft nicht wirklich klar“ (Hofer 2005: 21), bleibt er doch zumeist „im Dunkeln“ (Hofer 2005: 21). Als kleinster gemeinsamer Nenner diverser Definitionsversuche (vgl. u. a. Müller 1999: 40f; Sarcinelli, Geisler 2002: 155f; Filzmaier 2006: 45f; Meinhart, Schmid 2000: 30f; Hofer 2005: 22ff; Dörner 2001: 113ff) zeichnen sich wie folgt ab⁶³:

- zunehmende *Medialisierung*: „Die Wahlkampfführung passt sich mehr und mehr an die Medienlogik an, insbesondere an die Aufmerksamkeitsregeln und Darstellungsformat des Fernsehens“ (Schulz 2006: 44), lässt sich über die Massenmedien doch weit mehr Publikum erreichen, als über die herkömmlichen Kommunikationswege der Parteien (vgl. Experteninterview Kalina). Mit dem Fokuswechsel von der Parteien- zur Medienlogik findet auch eine „De-Thematisierung und eine verstärkte Hinwendung zu Soundbite-Politik statt“ (Hofer 2005: 23) (Entideologisierung). Als mögliche positive Folgen der Medialisierung auf die Wahlkampfführung sieht Schulz „Erweiterung der Formen und Kanäle der Kampagnenkommunikation“ sowie eine

⁶³ Bei näherer Betrachtung muss allerdings festgestellt werden, dass viele dieser Trends bereits lange vor der Diskussion um Amerikanisierung und Modernisierung eingesetzt haben; lediglich das Tempo des Trendwandels hat zugenommen, sie haben sich verstärkt. Es wäre zu prüfen, ob diese Beschleunigung parallel zu jener in der Gesellschaft passiert – fast scheint es, als ob sie sich gegenseitig vorantreiben.

„Professionalisierung des Kampagnenmanagements“; negative Auswirkungen könnten hingegen „Angriffswahlkampf, Entauthentisierung, erhöhte Anforderungen an das Kampagnenmanagement“ sowie „Personalisierung, Entsachlichung“ (Schulz 2006: 45) sein; letzteren Problemkomplex beschreibt auch Kaase, ergänzt die Problematisierung aus demokratietheoretischer Sicht noch um „die Sorge vor der Manipulation der Bürger und der Medien durch die Politik, aus denen letztlich eine politische Entfremdung der Bevölkerung resultieren könne“ (Kaase 1998: 45). Eine Sorge, die Filzmaier nicht teilt, da er schreibt, „dass Gesetzmäßigkeiten der Fernsehlogik die Politikvermittlung und den politischen Wettbewerb bestimmen“ (Filzmaier 2006: 14)⁶⁴. Die zunehmende Medialisierung und damit einhergehende mediengerechte Inszenierung von Politik (zumeist in Form von personalisierten Events) ist als win-win-Situation für Medien und Politik (im Sinne von *Kampagnenmanagement*) zu sehen: Die Medien können die ihnen angebotene Information leichter aufbereiten, die Politik erhöht ihre Chancen, medial vermittelt zu werden und größere Wählermassen zu erreichen. Die wechselseitige Abhängigkeit und Dominanz (vgl. Pfesch 2006: 35) gilt nicht nur zwischen Journalisten und Politikern, sondern lässt sich auch auf das gesamte

⁶⁴ Auch Printmedien können politische Entscheidungen beeinflussen (der Bericht über steuerliche Entlastungen von Stiftungen führte dazu, dass das bereits geschnürte Gesetz neu verhandelt wurde); dies kann sogar soweit gehen, dass die Kanzlerpartei ihren Schwenk in der EU-Politik exklusiv via Leserbrief an ein Medium, das ebendiesen Schwenk vehement einforderte, verkündete (vgl. Der Standard, Die Presse, profil, Kurier, Kleine Zeitung).

System von Medien und Politik übertragen. Beide Seiten tragen ihren Teil zu dieser Entwicklung bei. Auch die Bevölkerung ist mit ihrem Wunsch nach Unterhaltung am Aufschwung „entertainisierter politischer Kommunikation“ beteiligt (vgl. Saxer 2007: 123).

Bei all den scheinbaren Vorteilen für sämtliche Akteure rund um Politik ist die Entwicklung dennoch kritisch zu betrachten: Etwa der Übergang der gesellschaftlich verankerten Parteiendemokratie zu einer launischen Mediendemokratie, die mehr und mehr zu einer *instant democracy* wird, in der die politische Entscheidungslogik durch Marketinglogik ersetzt wird, welcher sich zunehmend auch die Medien unterwerfen, was sich im Trend der Medien zum *market driven journalism*, der sich zunehmend weniger an Inhaltlichem orientiert, manifestiert (vgl. Filzmaier 2006: 45).

- zunehmende *Personalisierung*: Nicht alle wollen diesen Trend erkennen: Müller sieht darin beispielsweise „keine neue Erscheinung“ (Müller 1999: 43) (seine Annahme wird durch mehrere Langzeitstudien unterstützt (vgl. Lengauer, Pallaver, Pig 2007: 112)); ihre starke Zunahme hat mit der Logik der Teledemokratie zu tun: Filzmaier spricht gar von einer „hochgradigen Personalisierung“ (Filzmaier 2006: 15). Das Gesicht einer Kampagne schafft Vertrauen, es bietet den Wählern Orientierung, Personen stehen für Werthaltungen und Kontinuität (vgl. Machnig 2002: 149), sind haptischer als Parteiprogramme, folglich glaubwürdiger, und zudem, trivial aber festzuhalten, unterhaltsamer. Auch hier besteht

jedoch die Gefahr der politischen Verflachung (vgl. Hofer 2005: 24): Personen sind medial leichter zu transportieren, können politische Inhalte nicht ersetzen⁶⁵, wie auch die NRW 2006 in Österreich zeigten⁶⁶ (siehe Kapitel 6.1.2 Der Wahlkampf 2006, Seite 180)

- als direkte Folge können hier noch Trends wie *Entideologisierung*, mediengerechte *Inszenierung* (siehe *issueless politics*, Seite 49), *Eventisierung* (in Zusammenhang mit Themen- und Ereignismanagement, das in weiterer Folge die Kontrolle über die journalistische Berichterstattung via *spin control* durch politische Berater zu übernehmen sucht) und *Emotionalisierung* genannt werden (vgl. dazu u. a. Hofer 2005: 22ff, Müller 1999: 40ff) - in ihrer Grundausformung sind die meisten keineswegs neu, in ihrer Intensität sehr wohl.

Die Auswirkungen der Amerikanisierung auf die heimischen Wahlkämpfe fanden bisher in einigen wissenschaftlichen Arbeiten Beachtung - ansatzweise bei Meinhart und Schmid (vgl. Meinhart, Schmid 2000), mit Fokus auf die USA bei Filzmaier und Plasser (vgl. Filzmaier, Plasser 2001), in Studienform etwa von Plasser (vgl. Plasser 2003), mit dem Fokus auf Spin Doktoren bei Hofer (vgl. Hofer 2005), am Rande der Analyse der Nationalratswahlen 2006 durch Hofer und Tóth (vgl. Hofer, Tóth 2007) sowie jüngst wiederum durch Plasser (vgl. Plasser 2010).

⁶⁵ Vgl. <http://science.orf.at/science/filzmaier/77008> (25.06.2008)

⁶⁶ Die ÖVP setzte nur auf ihren Spitzenkandidaten, der dafür stand, den bisherigen Kurs fortzusetzen. Schüssel war zwar geachtet, konnte jedoch keine positiven Emotionen wecken. Die SPÖ konnte so, trotz wenig beliebten Spitzenkandidaten, mit sozialen Themen die Wahl für sich entscheiden (vgl. Experteninterview Josef Kalina, Abschrift im Anhang).

All die bisher beschriebenen Veränderungen geschehen also in Übereinstimmung mit den (medien-)gesellschaftlichen Metatrends (siehe Kapitel 2.1 Gesellschaftstheorien, Seite 27): Durch die Individualisierung gewann Politikvermittlung via Medien an Bedeutung, die mediale Durchdringung änderte in Folge die Lebensgewohnheiten, im Zuge der Beschleunigung wandelten sich auch die Mediennutzungsgewohnheiten, die Verdichtung und Masse von Information brachte Selektionsmechanismen; um dennoch die Aufmerksamkeit der Menschen zu erreichen, muss nun auch ihre Lust an der Unterhaltung gestillt werden. Diese Annäherung der politischen Kommunikation an die Lebenswelt der aktuellen unterhaltungsorientierten Mediengesellschaft brachte nach *infotainment* alsbald *politainment* hervor. Die Politik hat sich nun darauf eingerichtet und auf der Suche nach neuen Strategien mit *Professionalisierung* reagiert.

So entstand eine „boomende Branche“ (Sarcinelli, Geisler 2002: 153ff): Jene der Politikberatung. Die meisten der folgend beschriebenen Trends und Berufe sind nicht klar voneinander abzugrenzen, sie überlappen und/oder bedingen sich in einigen Bereichen.

3.3.1 Professionalisierung

„Wirb oder stirb“ (Stauss 2002: 215), zumindest den politischen Tod. Denn „Werbung entscheidet Wahlen“ (Stauss 2002: 215), jedenfalls die knappen.

Je stärker sich ein Kopf-an-Kopf-Rennen der Kandidaten abzeichnet, desto mehr investieren die nachgelagerten Parteien in den Wahlkampf, wodurch die Wahlbeteiligung steigt: „Close elections attract higher marketing spending, which in turn increases turnout“ (Shachar 2009, 798) – die

Nähe der jeweiligen Umfragewerte der Kandidaten habe darauf hingegen keinen direkten Einfluss. Zu sagen, die Knappheit der Umfragewerte erhöhe die Wahrscheinlichkeit, dass die eigene Stimme wahlentscheidend sei, wäre ähnlich der Behauptung, dass große Männer sich eher den Kopf am Mond anstoßen würden als kleine, ätzte bereits 1987 Schwartz (vgl. Shachar 2009).

Es geht also um effizientes Werben.

Die Selbstverständlichkeit, mit der heute der Begriff der *politischen Öffentlichkeitsarbeit* gebraucht wird, ist ein Produkt der jüngeren Geschichte: Erst in den Siebzigern begann eine systematische Beschäftigung mit dem Thema. Mit der *Professionalisierung* des politischen Marketing – eine Entwicklung, die fast parallel zum Wandel der Gesellschaft passierte – in den folgenden zwei Jahrzehnten wuchs nicht nur die wissenschaftliche Literatur über die neue Erscheinung, es bildete sich darum ein eigenes Berufsfeld. (vgl. Bentele 1998: 124ff)

3.3.2 Politikberatung oder Consulting⁶⁷

Für Wahlkampfexperten Peter Radunski liegt ihre Notwendigkeit auf der Hand: „Auf die Bedingungen der Mediengesellschaft müssen sich alle einstellen, die öffentlich agieren wollen. Ohne Berater geht das nicht.“ (Radunski 2002: 208)

Durch die Personalisierung des politischen Wettkampfes wird er zunehmend zu einem Wettrennen (das sich in den

⁶⁷ Vertiefend: Fröschl, Erich/Kramer, Helmut/Kreisky, Eva (Hg.) (2007): Politikberatung zwischen Affirmation und Kritik. Wien: Braumüller Verlag

Medien als *horse-race journalism* widerspiegelt), in das kein Politiker ohne spezielles Training oder gar Trainer gehen sollte, zumal es nicht nur gilt, gegen den politischen Gegner in Erscheinung zu treten, sondern sich auch gegen andere Akteure des Aufmerksamkeitsmarktes durchzusetzen (vgl. auch Radunski 2002: 208). Der Trend der Medialisierung von Politik bringt außerdem zunehmend die Begünstigung von Berufspolitikern nach Kriterien der Medientauglichkeit und Prominenz mit sich, immer öfter müssen so „Sachverstand und inszenierende Kompetenzen zugekauft werden“ (Kreisky 2007: 18).

So erfolgte in Österreich - wie auch in anderen westlichen Ländern - ab den Neunzigern des vergangenen Jahrhunderts ein Aufschwung der Politikberatung mitsamt neuen Ausformungen (vgl. Fröschl, Kramer, Kreisky, Löffler 2007: 1). Politikberatung selbst ist wohl schon so alt wie die Politik: Bereits im ersten Jahrhundert vor Christus rät Quintus Tullius Cicero seinem berühmt gewordenen Bruder Marcus, der sich um das höchste Staatsamt, das Konsulat, bewerben wollte, in *Commentariolum petitionis* (Übersetzt: Das kleine Handbuch der Wahlkampfführung) zur Mobilisation der öffentlichen Meinung, zur Entsachlichung, Inszenierung und Emotionalisierung, Personalisierung sowie sogar zum *negative campaigning* (vgl. Balzer, Geilich 2006: 16).

Im Kampf um Macht und Geld wird nach Möglichkeit nichts mehr dem Zufall überlassen, alles wird gemanagt: Kampagnen, Impressions, issues, die gesamte Kommunikation. Nichts sollte heute einfach mehr passieren, alles verläuft nach Plan (oder bei schlechtem Management eben auch nicht). „Wer sich am wenigsten auf das Glück verlässt, behauptet sich am besten“ meinte bereits der Politikmanager, Diplomat, Staatsphilosoph, Dichter und Historiker Niccolò

Machiavelli. Unternehmer und Manager umgeben sich schon seit Jahrzehnten mit einem stetig wachsenden Heer von Consultants: „Es gibt Berater für PR, Events, Kommunikation, Pressearbeit, Werbung, IT, Reengineering, Strategieentwicklung, Ausbildung, Personalsuche, Motivation, Mediation, Organisationsentwicklung, Merger and Acquisitions, Reorganisation - die Liste ist bei Weitem noch nicht vollständig.“ (*Der Standard*, 24./25.03.2007)

In den Neunzigern erfasste der Beratungsboom also auch die österreichische Politik. Zunehmend engagierten Parteien und Politiker externe Berater, um durch deren Außensicht bei den Wählern punkten zu können: „Herausragende Werbung entsteht durch eine hohe Identifikation mit der Marke bei gleichzeitiger Distanz zu ihren Machern“ (*Stauss 2006: 216*) – sofern die Agentur gut ist, sofern der Berater sein Handwerk versteht. Noch aber hat sich das Berufsbild des Politikberaters nicht vollständig etabliert, so „dass man bereits von einem tatsächlichen Wahlkampf- und Kampagnenbusiness sprechen könnte“ (*Hofer 2005: 244*). Anzeichen für Entwicklungen dahin – etwa die Zunahme der selbstständigen Politikberater – gibt es allerdings.

Eigene Berater innerhalb der Partei heranzuzüchten erachtet Praktiker Radunski für wenig sinnvoll: Zum einen würden die Jungen ohnehin nach außen streben, da sie dort besser gezahlt würden, andererseits wäre es auch ökonomischer Unsinn, sie innerhalb der Partei zu halten, hätte doch der Beratermarkt jederzeit ausreichend fähige Leute bereit und drittens täte den Parteien der regelmäßige Impuls von außen gut (*vgl. Radunski 2002: 212*). Dennoch, vor allem konservative Parteien greifen auf hauseigenes Personal zurück. Externe Beratertätigkeiten gehören wohl

zur Tagesordnung (vgl. Hofer 2005), nicht aber zum guten Ton (vgl. Experteninterview Mojzis).

Trotz der vielen Gestaltungsformen von Politikberatungsverträgen haben sich laut Radunski drei als besonders gängig erwiesen:

- Kampagnendesign und Überwachung der Gesamtkampagne
- Check-up der Kampagnenplanung und Organisation von Zeit zu Zeit
- Kandidatenberatung

(vgl. Radunski 2002: 212)

3.3.3 Botschaften

„Nur wer weiß, wohin er in einem Wahlkampf will, welche Wählergruppen angesprochen werden sollen, kann zielgerichtet kommunizieren.“ (Hofer 2008: 19) Die Botschaft muss zudem einfach genug sein, um sie in acht Worte packen zu können, glaubwürdig⁶⁸, allgemein gültig, für die Wähler unmittelbar relevant, am besten emotional und nach Möglichkeit abgetestet (vgl. Mizrahi 2002: 111ff). Denn so haben sie bessere Chancen, von den Massenmedien übernommen zu werden (*agenda setting*)⁶⁹.

Auch Machnig sieht die Notwendigkeit von glaubwürdigen, relevanten Botschaften (Programmatik). Des Weiteren müssen sie individualisiert, personalisiert, wiederholt und von jenen des politischen Gegners abgegrenzt werden, sowie

⁶⁸ Etwa Gusenbauers Botschaft, ein Arbeiterkind zu sein, wurde durch seine Besprechungen von Weinen für die Wähler unglaubwürdig

⁶⁹ Weiterführende Literatur zu Agenda Setting im Kontext politischer Kommunikation sowie, welche Ausprägungen und Wirkweisen es in den verschiedenen Medienkanälen erfährt, liefern Jesper Strömbäck und Spiro Kiosis in „A New Look at Agenda-Setting Effects—Comparing the Predictive Power of Overall Political News Consumption and Specific News Media Consumption Across Different Media Channels and Media Types“ im Journal of Communication (Juni 2010, Vol. 60 Issue 2).

symbolische Elemente enthalten. Diese dürften aber keinesfalls inhaltsleer sein, sondern müssen die Wertdarstellungen der Partei widerspiegeln. (vgl. Machnig 2002: 151)

Das Finden und Formulieren der Botschaften fand im *message development* seine Professionalisierung (vgl. Plasser, Ulram, Sommer 2000: 143), ein Mittel dazu ist die SWOT-Analyse (*strength-opportunities-weaknesses-threads*-Analyse; ein Diagramm zur Darstellung von Schwächen und Stärken sowohl des eigenen Kandidaten als auch des Gegners⁷⁰) und die entweder als *fact box*, *message box* oder *four-boxes-exercise* bekannte Darstellung von Fakten, Ansichten und Glaubwürdigkeiten (mit verschiedenen Schwerpunkten)⁷¹. Sie bietet damit eine Basis für die Ableitung des weiteren Vorgehens und der Positionierung des eigenen wie auch des gegnerischen Kandidaten: „Alles in allem also bietet die *message box* für amerikanische Strategen die Grundlage für die Entwicklung aller wahlkampfrelevanten Botschaften“ (Hofer 2005: 60).

3.3.4 Message Triangle

Am wirkungsvollsten werden Botschaften, wenn sie einander ergänzen und die Positionierung der Partei in Einklang mit dem Politikstil und Auftreten des Spitzenkandidaten verkörpern. Drei Botschaften gelten nunmehr als ideale Größe (vgl. Hofer 2005: 61). Bill Clinton baute 1992 - unter Federführung von James Carville, der damals die PR-Strategie für den

⁷⁰ Weiterführend: Asum, Heiko/ Kerth, Klaus (2008): Die besten Strategietools in der Praxis: Welche Werkzeuge brauche ich wann? Wie wende ich sie an? Wo liegen die Grenzen? Hanser Wirtschaft: München

⁷¹ Thomas Hofer erklärt dies anhand eines österreichischen Beispiels aus dem Nationalratswahlkampf 2002 (Hofer 2005: 59)

Präsidentschaftskandidaten entworfen hatte – das Idealbild eines gelungenen Botschaftendreiecks (*message triangle*) gegen George Bush senior auf: *Putting People First, Growing Economy* und *Change*⁷². Als unzureichende Kopie führt Filzmaier⁷³ jenes der SPÖ aus dem Jahr 2002 an: *Weil der Mensch zählt, Soziale Sicherheit* und *Wende der Wende*. Das Problem der Kopie sei der Vergangenheitsbezug von zwei der drei Botschaften gewesen, die SPÖ vermittele in Anbetracht der ÖVP-Botschaften – *Zukunft, Nachhaltigkeit* und *Gerechtigkeit* – den Eindruck, „bremsendes Regulativ“⁷⁴ zu sein.

Das Botschaftendreieck der SPÖ 2008 lautete *Stilwende, Rasch in der Krise helfen* und *Der Mensch zuerst*, jede Kommunikation der SPÖ im Wahlkampf 2008 hat sich dem unterworfen – vom Wahlslogan „genug gestritten“, über Faymanns Fünf-Punkte-Programm gegen die Teuerung bis zur Abschaffung der Studiengebühren; der ÖVP aber fehlte dieses Botschaftendreieck (vgl. Hofer 2008: 20).

3.3.5 Kiss und sound bite

Gehörte die *KISS-Formel* in der Wirtschaft bereits vor einigen Jahren zum Standardrepertoire, fand sie nun auch in die Gestaltung politischer Botschaften Einzug: *Keep it short and simple* (vgl. Filzmaier 2006: 14). Dies kommt den aktuellen Mediennutzungsgewohnheiten (vgl. *infotainment*) entgegen, die sich vermehrt kurzen, einfachen, unterhaltsamen Botschaften zuwenden: *sound bites* wie Werbespots erfüllen diese Bedingungen, sie benötigen nur kurzfristig Aufmerksamkeit (vgl. Filzmaier 2006: 14) – die

⁷² Vgl. <http://science.orf.at/science/filzmaier/77008> (25.06.2008)

⁷³ Vgl. <http://science.orf.at/science/filzmaier/77008> (25.06.2008)

⁷⁴ Vgl. <http://science.orf.at/science/filzmaier/77008> (25.06.2008)

Medien orientieren sich an den Nutzungsgewohnheiten der Rezipienten, der *news cycle* dreht sich immer schneller, die Politik wiederum geht auf die Medienformate ein: „Wer Hunger hat, soll mit dem Koch nicht streiten“ lautet eine Binsenweisheit der Consulter.

3.3.6 Inszenierung

Politik wird so zunehmend mediengerecht inszeniert (vgl. *Meinhart, Schmid 2000: 27; Wolf 1999*), ist auch in Österreich „*media-driven*“ (*Filzmaier 2006: 14*; für Meyer gar von ihnen beherrscht: vgl. *Meyer 2001*), und wird von den Medien anschließend im für die Konsumenten leicht verdaulichen *Politainment*-Format aufbereitet (vgl. *Dörner 2001*). Diese Neuausrichtung der politischen Inszenierung mit ihren Professionalisierungstendenzen wird oftmals verallgemeinernd als *Amerikanisierung* bezeichnet (vgl. u. a. *Müller 1999: 39f; Plasser 2003*).

3.3.7 Kampagnenmanagement

Eine erfolgreiche Kampagne muss „Aufmerksamkeit erregen, eine klare Botschaft vermitteln und sich klar von konkurrierenden Kampagnen abgrenzen“ (*Balzer, Geilich 2006: 25*). Also übertreiben Kampagnen, vergrößern und polemisieren sie, bisweilen verhöhnen sie sogar (vgl. *Althaus 2002: 25*).

Um jede Strategie eines Wahlkampfes nicht von vornherein zum Scheitern zu verurteilen, müssen die Hauptakteure des Wahlkampfes einer Partei und ihre Aussagen eng koordiniert

sein, und zwar von Beginn der Kampagne an (vgl. *Machnig 2002: 145f*).

Aus Sicht des Beraters steht vor der eigentlichen Arbeit am Kampagnendesign die Klärung der Arbeitsaufteilung – der Berater hilft bei der Erstellung der Kampagne, die eigentliche Arbeit müsse aber der Kunde leisten, meint Krogvig. Danach unterteile sich die Planung hin zur Strategie, die der Kampagne als Fundament dient, in zehn Schritte (vgl. *Krogvig 2002: 204ff*):

- *Schritt 1:* Erst werden Unterschiede zwischen kommerziellem Marketing und politischen Kampagnen geklärt, der Bedarf an Offenheit festgelegt, sowie die politischen Ziele besprochen.
- *Schritt 2:* Es folgt eine Analyse der politischen Landschaft, in der die Kampagne stattfinden wird. Aktuelle Umfragetechniken sind ebenso zu berücksichtigen wie die Parteistrukturen mit ihren formalen sowie informellen Interessenspunkten. Für Stauss steht diese „Bestandsaufnahme“ (*Stauss 2002: 223*) am Beginn jeder Kampagne. Für Politikberater Peter Hajek (vgl. Experteninterview Hajek) fällt in diese Phase auch die Suche nach dem USP, dem Unique Selling Point: dem Alleinstellungsmerkmal bzw. Anreiz, den nur ein Kandidat beziehungsweise seine Partei hat.
- *Schritt 3:* Nun beginnt die Phase der Orientierung (*Stauss 2002: 223*), es gilt „Ziele für die Kampagne festzusetzen“ (*Krogvig 2002: 205*), kurzfristige (ein Tag nach dem Wahltag) sowie langfristige (bis zu fünf Jahre). Diese werden in Zahlen beschrieben.

- *Schritt 4:* Nach der Zielsetzung geht es um die Beschreibung der eigenen als auch derjenigen Kräfte, die gegen die eigene Kampagne arbeiten – vom politischen Gegner bis hin zur Trägheit der Wähler. In Österreich werden, wie auch international üblich, eigene Teams gebildet: Offense als auch Defense nennt beispielsweise die SPÖ ihre beiden Arbeitskreise, die die ganze Kampagne über tätig bleiben (vgl. Experteninterview Kalina).
- *Schritt 5:* Das gesammelt Wissen wird mittels SWOT-Analyse⁷⁵ und der Factbox aufgearbeitet.
- *Schritt 6:* Aufbauend auf den bisherigen Leistungen sowie kontinuierlichen Umfragen soll eine Story rund um die Botschaft erschaffen werden, da eine Erzählung mehr als jeder Slogan vermitteln kann. Sie ist quasi das Zentrum der Kampagne, um das sich alles dreht.
- *Schritt 7:* Story, Botschaft, Definition des Gegners sind fertig gestellt. Nun wird eine zur Strategie passende Organisation aufgebaut (nicht umgekehrt). Mitarbeiter werden danach ausgesucht, ob man sie wegen ihrer Fähigkeiten, Positionen und Funktionen benötigt. So ist es „viel einfacher, nicht-hierarchische und einfach strukturierte Organisationen aufzubauen, die für einen modernen Wahlkampf so wesentlich sind“ (Krogvig 2002: 205). Was für Politikberater Peter Hajek in Österreich aber als Utopie gilt: In Parteien hätten zu viele

⁷⁵ Siehe: <http://www.fh-brandenburg.de/~hoeft/toolbox/swot.htm> (28.06.2008)

Funktionäre das Verlangen, mitreden zu wollen (vgl. Experteninterview Hajek).

- *Schritt 8:* Parallel zu Schritt 7 wird die Verteilung der Ressourcen geplant.
- *Schritt 9:* Nun gilt es, sich anhand der Strategie und der Ressourcen für die richtigen Botschaften und die dazupassenden Instrumente (etwa im Marketing etc.) zu entscheiden, was auch für die Planung der Kampagne des Spitzenkandidaten gilt.
- *Schritt 10:* Die gesamte Strategie wird in eine Langzeitplanung eingebettet, die genaue Pläne „für die politischen Ziele, die Regionen, die Rolle der politischen Führung sowie der Medien [umfasst] – vertikal wie horizontal“ (Krogvig 2002: 206).

(vgl. Krogvig 2002: 204ff)

Der Trend im Kampagnenaufbau geht wieder zurück zum *grassroots campaigning*. Der demokratische US-Präsident Barack Obama etwa feuerte die Menschen während seines Wahlkampfes an, sich selbst darin zu engagieren:

„Change will not come if we wait for some other person or some other time. We are the ones we’ve been waiting for. We are the change that we seek.“⁷⁶

Auch in Österreich wird versucht, den Trend umzusetzen, was durch die Parteistrukturen mit den vergleichsweise hohen Mitgliederzahlen und der breiten Basis auf gute Voraussetzungen trifft (vgl. Experteninterview Kalina). Allein die Politikverdrossenheit erschwert effizientes *grassroots campaigning*.

⁷⁶ Online abrufbar: <http://www.grassrootscampaigns.com/index.php> (28.06.2008)

3.3.8 Impression management

„Wahlen werden nicht mit Inhalten gewonnen“, lautet angeblich das Credo erfolgreicher Politikberater (vgl. *Hinrichs 2002: 45*). Die mediengerechte Selbstdarstellung, etwa via Personen-PR (vgl. *Nessmann 2005*), gehört längst zum Standard-Repertoire. Schon Machiavelli lehrte unverblümt: „Die Masse der Menschen lässt sich ebenso gut mit dem Schein abspeisen wie mit der Wirklichkeit; ja, häufig wird sie mehr durch den Schein der Dinge als durch die Dinge selbst bewegt.“ (Zit. in *Althaus 2002: 36*)

	Hohe Überzeugungskraft	Niedrige Überzeugungskraft
Physische Medien	Stimme Aussehen Gestik/Mimik	
Symbolische Medien	Handlungsmuster/ Verhalten Kleidung, Porträtfotos ...	Titel, Namen, Orden; Erkennungsmarken (Zigarre, Monokel, Spazierstock u. a.)
Persönlichkeit	Persönlichkeit: gesunde, natürliche, selbstsichere Ausdrucksfähigkeit	
Botschaft/Äußerung (Vortrag/Rede)	Wie (Stil) der Aussage	Was (Inhalt) der Aussage

Tabelle 5: Medien des Impression Managements

Quelle: Ebert, Piwinger 2007: 222

Mehr Euphemismen bietet Nessmanns Erklärung: „Bei der personenorientierten Öffentlichkeitsarbeit geht es nicht um ‚billige Verkaufstricks‘, um ‚schrille Aufmerksamkeit‘, um die ‚Seitenblicke-Gesellschaft‘, sondern es geht darum, das persönliche Leitbild (Werte, Ziele, Visionen) zu transportieren, Beziehungen und Kontakte zu pflegen, berufliche und private Netzwerke zu knüpfen, Kommunikationschancen wahrzunehmen, auf sich und seine Leistungen aufmerksam zu machen, Vertrauen zu gewinnen [...]. Das Entscheidende dabei ist, aufrichtig, authentisch und glaubwürdig zu sein.“ (Nessmann 2005: 6f) – was angesichts des politischen Alltags und der Medienlogik nicht unbedingt einfach ist.

Mittels *impression managements*⁷⁷ versuchen Kampagnenleiter die Außenwirkung ihrer Kandidaten und Organisation zu steuern (vgl. Ebert, Piwinger 2007: 206). Das Erklärungskonzept stammt ursprünglich aus der Sozialpsychologie: Jeder Mensch strebt danach, anderen Menschen ein gewisses Bild von sich zu vermitteln. Kleidung, Sprache, Auftreten sind die Grundbausteine des *impression managements* in der Alltagswelt – und auch in der Politik. Die Liste lässt sich erweitern, etwa um Statussymbole, Interessen, Beruf, Freizeitaktivitäten und soziale Kontakte. So erfreuen sich Personenkomitees in den vergangenen Wahlkämpfen immer größerer Beliebtheit. Die Mitglieder, zumeist öffentlich bekannte und geschätzte Personen, fungieren als *testimonials*, die für die Glaub- und Vertrauenswürdigkeit des Kandidaten bürgen – in der Werbung verfünffachte sich innerhalb von nur 15 Jahren die Zahl der Spots mit diesen prominenten Bürgen (vgl. Ebert,

⁷⁷ Weiterführende Literatur zu *impression management* liefern u. a. Piwinger und Mummendey

Piwinger 2007: 210). Auch sie werden zunehmend in die Kampagnenplanung einbezogen.

Eigene Berater stimmen also die Strategie der Partei, die Kampagne und das Erscheinungsbild des Kandidaten ab, um gezielt bestimmte Wahrnehmungen des Kandidaten und damit Wirkungen beim Rezipienten zu erzielen⁷⁸.

Manchmal aber klaffen die geplante Wirkung der consulterischen Inszenierung und jene der medial wahrgenommenen Inszenierung auseinander. Die Gründe können vielschichtig sein, beschreiben österreichische Politikberater und Kampagnenleiter:

- Inszenierung und Charakter des Kandidaten passen nicht zueinander⁷⁹.
- Inszenierung widerspricht Strategie, Ideologie⁸⁰.
- Verlust der Authentizität durch *over coaching*.⁸¹
- Verlust der Glaubwürdigkeit durch zu häufige Wiederholung⁸².
- Schlechtes Timing.
- Unvorhergesehene Hoppalas⁸³.

⁷⁸ Mit teils nicht nachvollziehbaren Maßnahmen: So wanderte Herausforderer Alfred Gusenbauer wohl der Bodenständigkeit, Arbeitskraft und Volksnähe wegen vor der Wahl 2006 durch Österreich – in weißen Radlerhosen, was in den Medien zu Häme führte.

⁷⁹ Versuche, Wilhelm Molterer als lustig-lockeren, umgänglichen Politiker zu positionieren, scheiterten.

⁸⁰ Alfred Gusenbauers Hang zu gutem Wein wurde ihm aufgrund seiner Parteizugehörigkeit zur SPÖ weitaus übler genommen, als es bei einem Vertreter der ÖVP der Fall gewesen wäre.

⁸¹ Alfred Gusenbauer wirkte im TV-Duell 2006 gegen Wolfgang Schüssel steif – er versuchte wider sein Naturell zu agieren.

⁸² So verkehrte sich die Wirkung des anfangs beliebten Lächelns des ehemaligen Bundeskanzlers Viktor Klima alsbald in sein Gegenteil; dem als Dauergrinser verhöhnten Gesichtsausdruck wurde die Ehrlichkeit der Emotion abgesprochen, in Folge litt Klimas gesamtes Image.

⁸³ Wie der Ausrutscher des damaligen Kanzlers Wolfgang Schüssel auf einer Eisplatte

3.3.9 Issue management

„Wenn die Gerüchteküche brodeln, ist es für Unternehmen höchste Zeit einzugreifen, bevor Themen in der Öffentlichkeit ihre eigene Eigendynamik gewinnen. Weil der globale, digitalisierte Informationsfluss zunehmend unübersichtlich wird, spielt die Früherkennung und Bewältigung von Risiken für Unternehmen eine immer größere Rolle. Ein strategisches Vorgehen ist dabei unverzichtbar, denn in der Krise wird jedes Wort zum Drahtseilakt“⁸⁴, heißt es auf der Webseite des Wirtschaftsmagazins „perspektive:blau“.

Seit den Siebzigerjahren ist in den USA in der PR *issue management* üblich. Als damals in den Vereinigten Staaten der öffentliche Druck auf Unternehmen rasant wuchs, entwickelte der PR-Experte Howard Chase darauf eine „Antwortstrategie“, eine Art „Frühwarnsystem für den Umgang mit brisanten Themen“ (Kretschmer, Elbe 2007: 89). Durch „die frühzeitige Identifizierung von Sachverhalten mit kommunikativem Krisenpotenzial“ und vorausschauendem Planen und Agieren sollten „kommunikative Krisensituationen im Umfeld von Organisationen“ vermieden werden. (vgl. Kretschmer, Elbe 2007: 89f)

Röttger versteht unter *issue management* die „systematische Beobachtung, Analyse und strategische Beeinflussung öffentlicher Kommunikation“⁸⁵, also das frühzeitige Reagieren auf *issues*⁸⁶ (Themen, bzw. „Sach- und

⁸⁴ <http://www.perspektive-blau.de/wissen/0708a/0708a.htm> (28.06.2008)

⁸⁵ <http://www.issues-management.info/Bestandsaufnahme-zum-Issues-Management.463.0.html> (21.09.2008)

⁸⁶ Röttger versuchte eine deutsche Definition für den englischen Begriff *issue* (Röttger 2001: 19): Öffentliches Interesse;

Streitfragen“ (Plasser, Ulram, Seeber 2007: 177)). Es ist der Versuch, die „Definitionslosigkeit“ (Hinrichs 2002: 46) zu erlangen. Seit den Achtzigerjahren des vergangenen Jahrhunderts wurde es auch in Europa ein zentraler Begriff⁸⁷: „Teuro“, „Elchtest“ sowie „Brent Spar“ sind wohl die bekanntesten Beispiele für nicht vorhandenes (oder schlechtes) *issue management*.

Wird es aber gelungen eingesetzt, „it is capable of finessing potentially damaging issues or at least containing them in such a way that they do not reach public attention. As a result, examples of successful issues management tend to remain invisible“⁸⁸, meinen Gaunt und Ollenburger von der Elliott School of Communication, Wichita State University 2002.

Mittlerweile ist *issue management* auch aus Politikampagnen nicht mehr wegzudenken. Dabei betonte bereits Machiavelli vor rund 500 Jahren „die Notwendigkeit, sensibel für List, Trug und Schein des Gegners zu sein, um sich frühzeitig wehren zu können, selbst wenn man solche Mittel nicht anwenden möchte“ (zit. in Althaus 2002: 33).

„An issue ignored is a crisis invited“⁸⁹ soll der ehemalige Außenminister der USA, Henry Kissinger, einst gesagt haben. Was Wolfgang Schäuble, damals Bundeskanzler, nachhaltig demonstrierte, als er im Vorfeld der

Konfliktpotenzial bei möglichen Lösungen, Wertebezug oder Verteilung; Auswirkung auf Organisationen und deren Handlungsmöglichkeiten; Sach- und Streitfragen (issues) setzen (Teil-)Öffentlichkeit(en) und Unternehmen/Organisation in Beziehung; Zusammenhang mit einem oder mehreren Ereignissen

⁸⁷ <http://www.issuemanagement.de/> (27.06.2008)

⁸⁸ http://www.sciencedirect.com/science?_ob=ArticleURL&_udi=B6W5W-45HD9RP-2H&_user=10&_rdoc=1&_fmt=&_orig=search&_sort=d&view=c&_version=1&_urlVersion=0&_userid=10&md5=bcb69526816b5efe0994ff5b5551f2b0 (21.09.2008)

⁸⁹ <http://www.4managers.de/themen/issue-management/> (28.06.2008)

Nationalratswahlen 2006 behauptete, es gebe keinen Pflegenotstand: „Was ich nicht will, ist eine Kampagne, dass es einen Pflegenotstand gibt. Den gibt es nicht.“ (APA0028, 29.09.2006) Eine Aussage, die Schüssel angesichts der folgenden Berichterstattung und des Wahlausganges „vielleicht mittlerweile (...) bereut“ höhnte die Austria Presseagentur (APA0028, 29.09.2006).

3.3.10 Spin doctoring

„A dozen men in good suits and women in silk dresses will circulate smoothly among the reporters, spouting confident opinions. They won't be just press agents trying to impart a favorable spin to a routine release. They'll be the Spin Doctors, senior advisers to the candidates.“

New York Times, 21.10.1984⁹⁰

Das Erscheinen des Editorials war die Geburtsstunde einer Berufsbezeichnung. Bis dahin gab es für jene Kampagnenmitarbeiter⁹¹, die nach einer TV-Debatte diese nebst Journalisten kommentierten und so deren Ausgang in ihrem Sinne festzulegen suchten, schlicht keinen Begriff (vgl. *Die Presse*, 07.08.1999; *Meinhart, Schmid 2000: 16; Hofer 2005: 7*). Dieser war noch so neu und wenig aussagekräftig, dass die *Washington Post* wenig später eine Definition lieferte: „The advisers who talk to reporters and try to put their own spin, or analysis, on the story“ (zit. in *Meinhart, Schmid 2000: 6*). Es ging also nicht nur darum, der Interpretation eines TV-Duells durch die Medien

⁹⁰ Zit. in Wolf 1999: 78

⁹¹ Michael Deaver bezeichnete sich selbst als „Impresario der optischen Choreographie“ von Ronald Reagan im Wahlkampf 1984, schrieb „Die Presse“ am 07.08.1999, er sei der „Vater aller Spin-Doktoren sozusagen“.

den jeweils opportunen Spin zu geben, sondern Ereignisse für die Politik generell „ins richtige Licht zu rücken“ (*Christian Scheucher von der Politischen Akademie der ÖVP in Meinhart, Schmid 2000: 19*). Sie handeln somit manipulativ (vgl. *Jarren, Donges 2006: 230*).

Die Idee des *spin doctoring* war somit bei weitem nichts Neues, sondern ähnelt stark Teilen der Job-Description eines Presseberaters, ist ebenfalls im Umfeld des *news management* (vgl. *Jarren, Donges 2006: 229f*) anzusiedeln. Neu war die Idee eines eigenen, spezialisierten Berufs.

Als *Spin Doktor* 1999 in Österreich zum „Wahlkampfwort des Jahres“ (*Die Presse, 09.06.1999*) gekürt wurde, war damit hierzulande zumeist der Wahlkampfmanager einer Partei gemeint (vgl. *Meinhart, Schmid 2000: 30*). Die folgende Diskussion war weniger von Sachlichkeit als Emotionalität geprägt, die Umschreibungen für den neuen Berufsstand reichten von „glorifizierender Bewunderung für die politischen Strippenzieher bis hin zu tief empfundener Verachtung“ (*Hofer 2005: 8*) für die „Zuhälter des politischen Strichs“ (*Hofer 2005: 8*).

Die in den USA übliche Bedeutung setzte sich in Österreich erst in den Jahren danach durch (vgl. *Hofer 2005: 7ff*): Während das *issue management* mehr reagiert, können Spin Doktoren agieren. Sie geben *issues* einen Drall, oder suchen, wie Scheucher und Plasser konstatieren, „die thematischen Akzente der massenmedialen Berichterstattung zu beeinflussen“ (*Der Standard, 10.11.1998*), noch bevor die Gerüchteküche brodeln. Unter Umständen sind es gar die Spin Doktoren, die erst Feuer unter dem – aus ihrer Sicht richtigen – Kessel schüren⁹².

⁹² Vertiefend: Hofer 2005; Meinhart, Schmid 2000

3.3.11 Polling

Albrecht Müller liefert ein simples Rezept für Erfolg in der Mediengesellschaft: „Wichtiger als sachlich richtig zu liegen, ist (dabei) im Trend zu liegen“ (Müller 1999: 89). Und wie ließe sich der Trend besser erheben als mittels Umfragen? Der Trend im Trend zu liegen – also Umfragen gezielt einzusetzen (*opinion polling*) – ist gar nicht so neu: Karl Blecha griff bereits in den Sechzigerjahren im Wahlkampf für die SPÖ auf Umfragen zurück, erzählt der ehemalige SPÖ-Bundesgeschäftsführer Kalina (vgl. Experteninterview Kalina). Die Ausmaße und der Professionalisierungsgrad von heute lassen die Innovationen von damals allerdings stümperhaft erscheinen – mittlerweile gehören Umfragen zur Grundausstattung von Wahlkampagnen: Sogar das Team von Heinz Fischer, dessen Wiederwahl als Bundespräsident schon vor dem Urnengang am 25. April 2010 als sicher galt, hatte noch vor dem Wahlkampfbeginn via Polling die Bedürfnisse und Erwartungen der Wählerschaft abgeklopft, erzählen Mitarbeiter der Kampagne.

Wieder steht ein Clinton-Wahlkampf Modell, diesmal jener aus 1996: Dick Morris, enger Freund und *spin doctor* des Präsidenten, schickte Clinton im Sommer auf Campingurlaub, da Clinton bei Jungfamilien, die laut Erhebungen gerne zelteten, keine besonders guten Werte hatte: „Mit diesem Rat habe ich wohl ins sinnlose Extrem überzogen“, so Morris (zit. in *Die Presse*, 07.08.1999). Seine Kampagnenmanager hätten die Umfragetechnik zur Perfektion getrieben, schrieb auch die „Süddeutsche Zeitung“ am 3. August 1998, und zitiert den Wahlkampfberater Bob Squier: „Wahlkampf ist wie eine Konversation. Du hörst den Wählern durch die Umfragen zu und die Wähler hören dir über die Fernsehspots zu. Das ist ein Dialog.“ (Müller 1999: 55)

Für den vergangenen Nationalratswahlkampf 2006 ordnete der US-Wahlkampfberater Stanley Greenberg der SPÖ bereits eineinhalb Jahre vor der Wahl an, die Stimmungslage mittels Umfragen auszutesten (Hofer, Tóth 2007: 7). Nicht nur regelmäßige Telefon-Umfragen, sondern auch Diskussionsrunden in so genannte Fokus Gruppen – mehrstündige Debatten in kleinen Gruppen von rund zehn ausgewählten Personen, die bestimmte Wählersegmente widerspiegeln – sollten Aufschluss über die Gefühlslage der potenziellen Wähler zu aktuellen Themen geben (vgl. Experteninterview Kalina).

Aus den so gewonnen Erkenntnissen wurden das *message triangle* und die Botschaften generiert, die wiederum in Fokus Gruppen getestet wurden (vgl. Experteninterview Hajek).

„Es gab praktisch keine Kommunikation von Inhalten ohne vorherige Abklärung in Umfragen und Fokus Gruppen.“ (Hofer, Tóth 2007: 10)

Müller bezweifelt (wohl als einer der letzten) den Nutzen von Umfragen zur Strategieentwicklung: „So überaus bedeutsam für den Wahlerfolg sind sie nicht“ (Müller 1999: 56), sie taugten eher dazu, einen *bandwagon*-Effekt auszulösen, um einen Kandidaten zum Siegertyp zu stilisieren oder Wähler zu mobilisieren (unter anderem auch mit getürkten Umfragen, wie dies 1965 bei der CDU in Deutschland der Fall gewesen sei) (vgl. Müller 1999: 55f).

Auch in Österreich sind Umfragen teils umstritten, etwa jene des Gallup-Institutes nach dem Kanzlerduell 2006, die den ÖVP-Kandidaten zum Sieger des Duells kürte: Die Volkspartei hatte, wie Geschäftsführer Fritz Karmasin später eingestand, einen „Kostenbeitrag“ zu der Erhebung geleistet. Dennoch wurde die Studie im Deckblatt als „Eigenforschung“ vorgestellt. Karmasin beteuerte, die ÖVP

habe weder Einfluss auf die Erstellung des Fragebogens nehmen dürfen, noch habe sie die Ergebnisse vorab bekommen. Dennoch hatte die ÖVP bereits am Tag der eigentlichen Veröffentlichung in der auflagenstärksten Tageszeitung bereits ein Inserat geschaltet: „Schüssel gewinnt TV-Duell. Bestätigt durch Umfragen von Fessel-GfK und Karmasin/Gallup.“ Auch das ÖVP-nahe GfK-Institut hatte – für politische Beobachter wenig überraschend – Schüssel als Sieger eruiert. (vgl. APA220, 22.09.2006 & APA009, 22.09.2006)

3.3.12 Negative Campaigning/ Dirty Campaigning

Bereits Cicero wusste also um die Strategie, den politischen Gegner zu diffamieren und somit die eigenen Chancen zu maximieren. Auch in Österreich wurde bereits vor Jahrzehnten in Wahlkämpfen der politische Gegner heftig attackiert, etwa mit Schlagworten wie „Pensionsraub“. Der Trend des *negative campaignings* ist also nicht ganz neu (als Steigerung wird auch von *dirty campaigning* gesprochen). Hofer schrieb zwar von der „auffälligsten Neuerung im österreichischen Nationalratswahlkampf 2006“ (Hofer 2007: 14). Er erwähnte aber am Rande, dass es auch bereits früher „gehässige Kampagnen“ (Hofer 2007: 14) gegeben habe⁹³. Die Mehrheit der Österreicher, 51 Prozent, gab laut OGM-Umfrage⁹⁴ kurz vor der NRW 2006 an, keinen

⁹³ Und die gab es en mass: Bereits 1949 plakatierte die ÖVP, die Stimmen der ehemaligen Nationalsozialisten gewinnen wollte, über die SPÖ: „Sie reden vom ewigen Frieden und wollen den ewigen Hass!“ (Sandgruber 2003: 114); 1956 plakatierte die SPÖ die Schrecken des Dritten Reiches, um Stimmen zu gewinnen; die ÖVP zeigte einen Mann, der von roten Händen mit einem roten Strick erwürgt wird: „Wehr dich, wähl ÖVP“ (Sandgruber 2003: 135) – die Negativstrategie wurde schon damals beherzt durchgezogen.

⁹⁴ 18. September 2006 (zit. nach Hofer/Tóth 2007: 13)

großen Unterschied zwischen dem bundesweiten Wahlkampf 2006 und vorangegangenen Wahlkämpfen zu bemerken.

Eine Neuerung stellt die intensive mediale (und auch wissenschaftliche) Beschäftigung mit *negative campaigning* und in Folge *dirty campaigning* (vgl. diverse Artikel in Hofer, Tóth 2007 sowie Plasser, Ulram 2007) dar – der SPÖ-nahe Werber Alois Schober bezeichnete gegenüber einem Nachrichtenmagazin die rote Kampagne als „Napalm, pures Napalm“ (*profil*, 07.08.2006), „News“ titelte „Wahlkampf brutal“ (*News*, 17.08.2006), die Salzburger Nachrichten sprachen vom „Schmutzkübel-Wahlkampf“ (*Salzburger Nachrichten*, 29.08.2006), der damalige ÖVP-Generalsekretär Reinhold Lopatka⁹⁵ bezeichnete so alsbald die SPÖ-Kampagne, um nur einige Beispiele zu nennen.

Sinnvoll dürfte die Negativ-Strategie dennoch (gewesen) sein: Sie dient dazu „Zweifel am Gegner zu wecken und im Kontrast eine Kampfstimmung zu erzeugen, die Anhänger mobilisiert“ (Althaus 2002: 25). Auch internationale Beispiele zeigen die Demobilisierung der gegnerischen sowie die Mobilisierung der eigenen Wählerschaft – etwa 2005 bei der SPD-Kampagne in Deutschland oder 2004 in den USA durch Kampagne des Republikaners George W. Bush (vgl. Hofer 2007: 15f). Filzmaier hingegen rät von zu intensivem *negative campaigning* ab: „Wer politische Gegner für alle sichtbar mit Schlammballen bewirft, wird zwangsläufig selbst schmutzig“ (Filzmaier 2006: 35). Die ÖVP beherzigte dies und ließ ihre Vorfeldorganisationen wie den ÖAAB derartige Attacken setzen (vgl. u. a. auch Hofer 2007: 26).

⁹⁵ www.faz.net/s/RubDDBDABB9457A437BAA85A49C26FB23A0/Doc~E49750B4D607241E69BE603E632032341~ATpl~Ecommon~Scontent.html
(04.03.2008)

3.3.13 Weitere Trends

Als weitere Trends der Professionalisierung, die auf die *Amerikanisierung* (bzw. Modernisierung) der Wahlkämpfe zurückführen sind, gelten auch

- *Targeting* (deutsch „genaue Zielgruppenansprache“): Via Langzeitanalysen und wahlstatistischer Auswertungen in Kombination mit eigens erstellten Datenbanken werden spezielle Zielgruppen ausgemacht und abgegrenzt
- *Direktmarketing* (oder auch *Direct Mailing* (Plasser, Ulram, Sommer 2000: 143)): Auf Basis der via Targeting ausgemachten Zielgruppen können diese ohne große Streuverluste direkt und gezielt, etwa mittels Postwurfsendungen, angesprochen werden⁹⁶
- *Fundraising*: Organisiertes Spendensammeln
- *Personenkomitees/ Testimonials*: Erstmals banden die Großparteien auch gezielt Unterstützungskomitees in ihre Kampagnen ein, in denen Prominente für die Glaub- und Vertrauenswürdigkeit der Kandidaten eintraten: der Schauspieler Harald Krassnitzer für das SPÖ-Komitee „Change 06“, Manager Claus Raidl war Sprachrohr der ÖVP-Gruppe „Wir für Schüssel“.

(vgl. Hofer, Tóth 2007: 10ff)

Auffallend ist die Annäherung der Kampagnenstrategien an jene des klassischen Marketings, wie 1995 in „Principles of Marketing“ von Kinneer, Bernhard, Krentler beschrieben.

⁹⁶ Die ÖVP sandte vor der Nationalratswahl 2006 jedem Erstwähler eine Infobroschüre zu; im Internet können Wähler via Web2.0-Angeboten zielgruppengerecht angeschrieben werden (vgl. Der Standard; <http://derstandard.at/1269449743102/Stimmenfang-im-Netz-HeiFi-zappelt-im-Netz> (03.05.2010))

3.4 Wirklichkeits- & Kommunikationswahrnehmung

„Es liegt im Wesen des Wählens, dass das Werben für personelle und inhaltliche Alternativen die Generierung von Aufmerksamkeit voraussetzt.“ (Sarcinelli, Geisler 2002: 153). Weil die inhaltlichen Unterschiede kleiner werden, wird dramatisiert, um Aufmerksamkeit zu bekommen: Die Politikvermittlung richtet sich zunehmend an der Logik einer Marktdemokratie aus (vgl. Sarcinelli, Geisler 2002: 163). Kommunikationswahrnehmung löst also Wirklichkeitswahrnehmung ab (vgl. Machnig 2002: 145), besonders in Wahlkämpfen ist die Mediendarstellung von Politik die wichtigste Informationsquelle (Machnig 2002: 147). Die Folge: „Berater, Umfragen, Medienstrategien etc. spielen in professionalisierten Wahlkämpfen eine herausragende Rolle.“ (Römmele 2002: 103)

All das kann keine einzelne Person mehr leisten, konstatiert Peter Radunski, es „bedarf es eines guten Teams mehrerer Berater“⁹⁷.

Laut Radunski sei ein Gleichgewicht zwischen Beratern und Journalisten nötig – in den USA kamen 2002 auf 150.000 PR-Berater rund 130.000 Journalisten. Beide Gruppen buhlen um Aufmerksamkeit. In Europa fehlt diese Ausgewogenheit: In Deutschland gab es zur gleichen Zeit, also 2002, noch doppelt so viele Journalisten wie Berater. (vgl. Radunski 2002: 209) Besonders rund um den Höhepunkt des Wahlkampfes, rund um die Debatten, werden ihre Dienste zunehmend in Anspruch genommen, wie u. a. die folgenden Kapitel über die TV-Duelle zeigen.

⁹⁷ Etwa in seinem Beitrag für das deutsche PR-Journal im Web, online abrufbar unter <http://www.pr-journal.de/redaktion-aktuell/themen-der-zeit/1226-die-zukunft-des-political-consultings-politische-berater-in-deutschland.html> (16.11.2010)

4 TV-Duelle als Höhepunkt politischer Kommunikation

*„American presidential campaigning
will never be the same again“
„Milwaukee Journal“ nach der ersten TV-Debatte⁹⁸*

Renner hat eine simple Erklärung: „Weil es *ohne* in einer Mediendemokratie nicht geht“⁹⁹ (Renner 2007: 120). Der moderne Wahlkampf erfordert von den Wahlwerbenden somit, „dass sie ihre kommunikativen Kontakte maximieren müssen, wozu das Fernsehen wie kein anderes Medium geeignet scheint“ (Römmele 2005: 30). Auch Stefan Raue, stellvertretender Innenpolitikchef des ZDF, bei den deutschen Bundestagswahlen 2005 für die drei bundesweit ausgestrahlten Zweier-Kandidatendiskussionen von Seiten des ZDF zuständig, betont die Notwendigkeit von TV-Duellen: „Eine Demokratie, eine moderne Mediendemokratie kann nicht mehr darauf verzichten.“ (Experteninterview Raue)

Sie waren nicht die ersten, die das erkannten: „Nixon, Kennedy set a precedent that will be hard to abandon“ (*Broadcasting*, 03.10.1960) titelte „Broadcasting“ bereits wenige Tage nach der allerersten TV-Debatte zwischen John F. Kennedy und Richard M. Nixon im Herbst 1960. Auch in Österreich gelten sie bereits seit einem Vierteljahrhundert als Höhepunkte in österreichischen Nationalratswahlkämpfen (vgl. Burkart 1983): die TV-Duelle der Spitzenkandidaten der wahlwerbenden Parlamentsparteien.

Doch was macht die Faszination aus? Und warum können sich Politologen und Medienexperten Wahlen ohne den ritualisierten Zweikampf nicht mehr vorstellen?

⁹⁸ Zit. in *Broadcasting*, 03.10.1960

⁹⁹ Hervorhebung im Original

4.1 Historie

Es geht um Ehre, Ansehen und Anerkennung, es geht also ums Ganze. Seit der Entstehung der Duelle in ihrer ritualisierten Form im 15. Jahrhundert waren sie in der traditionellen ständischen Gesellschaft eine Institution mit strengen Regeln, um Ehrenkämpfe auszutragen. Die Duellanten gingen dabei auch das Risiko von Verletzungen oder gar des Todes ein¹⁰⁰ (vgl. Dörner, Vogt 2006: 238ff).

Nicht viel weniger riskieren – allerdings im übertragenen Sinn – die Duellanten heute in TV-Konfrontationen: Gesichtsverlust, Blamage, das politische Aus. „Die Gefahr, im TV-Duell sein Image zu ruinieren, [ist] ungleich größer als die Chance, mit grenzgenialer Attraktivität zu punkten“, konstatierte Peter Filzmaier in seinem Blog auf der Webseite der „Salzburger Nachrichten“ 2008¹⁰¹. Ähnlich argumentiert Politikberater Peter Hajek (vgl. Experteninterview). Es besteht die Gefahr der „Demotivation“ (Der Standard, 24.09.2008b). „There is nothing to win, but a lot to lose“, verknüpft der US-amerikanische Politologe Ron Hrebenar (Gespräch Hrebenar).

Es ist die Angst vor Imageverlust und Desinteresse der Wähler (vgl. anonymes Experteninterview), die Politiker dennoch zum Antreten bei den „modernen Gladiatorenkämpfen“ (Experteninterview Hajek) bewegt.

¹⁰⁰ Heute finden sich Duelle in ihrem ursprünglichen Sinn (ohne Todesfolgen) fast nur noch in schlagenden Verbindungen bei der Mensur.

¹⁰¹ Blogportal der Salzburger Nachrichten;
<http://mein.salzburg.com/blog/wirtschaft/2008/08/fernsehduelle-zwischen-anspruc.html#more> (14.01.2010)

4.1.1 USA

Die TV-Duelle haben ihre Wurzeln in den USA. Doch ist dort der sportive Charakter eines Duells fremd (siehe Kapitel 8, Seite 212), es wird deshalb auch von *Presidential Debates*, also schlichten Debatten der Präsidentschaftskandidaten, gesprochen (vgl. *Kleinsteuber 2006: 247*).

Diese haben bereits eine hundertfünfzigjährige Tradition: In den Vereinigten Staaten fand die erste überlieferte Debatte von Präsidentschaftskandidaten bereits 1858 statt – der ehemalige republikanische Congressman Abraham Lincoln debattierte coram publico am 21. August an einer Universität in Illinois mit dem demokratischen Senator Stephen A. Douglas: Die Debatte dauerte drei Stunden, der Erstredner sprach für eine Stunde, sein Mitbewerber redete eineinhalb Stunden, der Erstredner konnte danach noch eine halbe Stunde antworten. Es war die erste von insgesamt sieben Debatten der beiden, alle in diesem Format, nur der Erstredner wechselte. Bei allen Veranstaltungen drehte sich die Diskussion um zwei Themen: Sklaverei und die Union. (vgl. *CPD Online*¹⁰²)

Neunzig Jahre später, 1948, wurde erstmals eine Debatte per Radio übertragen. Es war allerdings nur eine des Vorwahlkampfs der Republikaner in Oregon: Thomas Dewey, Gouverneur von New York, diskutierte am 17. Mai in der KEX-ABC Radio Station in Portland mit dem ehemaligen Gouverneur von Minnesota, Harold Stassen. Das Interesse war überwältigend: Zwischen 40 und 80 Millionen Amerikaner sollen die einstündige Debatte über ein etwaiges Verbot der kommunistischen Partei verfolgt haben: Jeder der Kandidaten

¹⁰² Commission on Presidential Debates;
http://www.debates.org/pages/his_1858.html (20.11.2007)

durfte 20 Minuten sprechen, der jeweils andere hatte achteinhalb Minuten für die Replik. (vgl. *CPD Online*¹⁰³)

Am 21. Mai 1956 traten die demokratischen Kandidaten aus Florida, Adlai Stevenson und Estes Kefauver, in Miami auf ABC gegeneinander an – durch die Begrenzung der bis dahin üblichen *Opening statements* (Begrüßungsreden) auf drei Minuten wurde durch die zeitliche Betonung der Fragen der Debattencharakter erstmals forciert. Gegen Ende der Sendung hatte jeder der beiden fünf Minuten für eine Schlussrede. (vgl. *CPD Online*¹⁰⁴)

Die „Mutter der TV-Duelle“¹⁰⁵ wurde am 26. September 1960 ab 21 Uhr 30 Eastern Time auf Anfrage der Fernsehanstalten (vgl. *Heinzl 2005: 7*), gesponsert von ABC, CBS und NBC, übertragen; moderiert wurde die Debatte zwischen dem demokratischen Senator John F. Kennedy und dem republikanischen Vizepräsidenten Richard M. Nixon von Howard K. Smith von CBS News (vgl. *CPD Online*¹⁰⁶): Mit den Worten „Good evening. The television and radio stations of the United States and their affiliated stations are proud to provide facilities for a discussion of issues in the current political campaign by the two major candidates for the presidency.“ (*CPD Online*¹⁰⁷) begann die Ära der Fernsehdiskussionen. Smith erläuterte anschließend die Regeln – bis heute sind die US-Debatten strengen Reglements unterworfen –: Acht Minuten Begrüßungssendezeit für jeden der beiden Kandidaten, danach sollten sie Fragen von zugeschalteten Korrespondenten zu amerikanischer Politik

¹⁰³ Commission on Presidential Debates
http://www.debates.org/pages/his_1948.html (20.11.2007)

¹⁰⁴ Commission on Presidential Debates
http://www.debates.org/pages/his_1956.html (20.11.2007)

¹⁰⁵ *APA027, 30. August 2006*

¹⁰⁶ Commission on Presidential Debates;
http://www.debates.org/pages/his_1960.html (27.06.2008)

¹⁰⁷ Commission on Presidential Debates;
<http://www.debates.org/pages/trans60a.html> (08.07.2008)

beantworten (jeweils maximal zweieinhalb Minuten lang, anschließend hatte der zweite Kandidat die Möglichkeit, das Statement seines Vorredners zu kommentieren). Am Ende wurden Nixon und Kennedy drei Minuten für eine Abschlussrede eingeräumt. Vier Mal trat der demokratische Herausforderer John F. Kennedy vor laufender Kamera gegen den Republikaner Richard M. Nixon an. (vgl. *CPD Online*¹⁰⁸)

Manchen Medien schien schon damals die Tragweite der Neuerung bewusst: „The whole course of political campaigning has been changed by a single broadcast – the Sept. 26 simulcast of Vice President Nixon and Sen. Kennedy.“ (*Broadcasting*, 03.10.1960)

Mindestens 66,4 Millionen Zuseher hatten das erste TV-Duell in Chicago verfolgt (das American Research Bureau Arbitron erhob, dass 29.659.000 Fernsehgeräte auf dieses Programm eingestellt gewesen waren und somit 74.147.000 Zuseher die Kandidaten am Schirm verfolgt hätten, 2,5 Personen pro Fernsehgerät (vgl. *Broadcasting*, 03.10.1960)), das zweite Aufeinandertreffen am 7. Oktober in Washington D.C. sahen immerhin 61,9 Millionen. Jenes im Split-Screen-Format (Kennedy war in New York, Nixon in Los Angeles) am 13. Oktober verfolgten 63,7 Millionen; die letzte Kennedy-Nixon-Debatte vom 21. Oktober aus New York zur amerikanischen Außenpolitik sahen 60,4 Millionen. (vgl. *CPD Online*¹⁰⁹)

Das Interesse an den streng regulierten Debatten hielt über die Jahre an (siehe Tabelle 6: Zuseherzahlen der US-Debatten, Seite 126).

¹⁰⁸ Commission on Presidential Debates;
http://www.debates.org/pages/his_1960.html (27.06.2008)

¹⁰⁹ Commission on Presidential Debates;
http://www.debates.org/pages/his_1960.html (27.06.2008)

Zuseherzahlen der jeweils ersten Presidential Debate eines Wahlkampfes, in Millionen		
26.09.1960	John F. Kennedy, Richard Nixon	66,4
23.09.1976	Jimmy Carter, Gerald Ford	69,7
28.10.1980	Jimmy Carter, Ronald Reagan	80,6
07.10.1984	Walter Mondale, Ronald Reagan	65,1
25.09.1988	George Bush, Michael Dukakis	65,1
11.10.1992	Bill Clinton, George Bush, Ross Perot	62,4
06.10.1996	Bill Clinton, Bob Dole	46,1
03.10.2000	Al Gore, George W. Bush	46,6
30.09.2004	George W. Bush, John F. Kerry	62,4
26.09.2008	John McCain, Barack Obama	52,4

Tabelle 6: Zuseherzahlen der US-Debatten

Quelle: CPD Online

Nicht nur die Zuseherzahlen, auch die der Debatte nachgesagte Wirkung verblüffte: „Debate Score: Kennedy up, Nixon down. Sindlinger Study Shows Switch in Sentiment toward Candidates“ titelte „Broadcasting“ am 7. November 1960¹¹⁰. „Nixon seemed nervous, hesitant and tired“, kommentierte „The Journal“ (vgl. *Broadcasting*, 03.10.1960). Bis heute haftet der ersten TV-Debatte dieser Nimbus an: „Der Republikaner Nixon hatte damals das Nachsehen. Die Hitze der Studioscheinwerfer trieb dem schlecht rasierten Kandidaten die Schweißperlen auf die Stirn, während Kennedy, der in einer klimatisch extra herunter gekühlten

¹¹⁰ Debates & Beyond: The History of Televised Presidential Debates; <http://www.museum.tv/debateweb/html/history/1960/headlines.htm> (10.07.2008)

Limousine kam, frischer und jugendlicher wirkte“ (*News Online*¹¹¹) war fast 50 Jahre später, vor der Nationalratswahl 2006, auf der Internetpräsenz des Magazins News zu lesen. Im TV bestach also der „jugendlichere und frischere“ (*Christiansen 2006: 262*) Kennedy mit telegenem Gesicht und Auftreten, Nixon war im Nachteil. Im Radio hingegen wirkte die ruhige, Vertrauen erweckende Stimme des Republikaners: Zuhörer der Debatte kürten ihn zum Sieger (vgl. *Kleinsteuber 2006: 247*). Bereits beim zweiten Auftritt hatte auch Nixon Habitus und Erscheinungsbild an die Logik des Fernsehformats angepasst: Unter anderem rasierte er sich nun mehrmals täglich (vgl. *Kleinsteuber 2006: 247*).

Seit jeher zeichnet die US-Debatten ein offensichtlich strenges Regelwerk aus: Gästeliste, Begrenzung der Redezeiten, vorab besprochene Fragen, oftmals nur einmalige Gelegenheit für den Moderator nachzuhaken, sind die bis heute öffentlich leicht zugänglichen Restriktionen¹¹².

Nach einer anfänglichen Testphase, welche Reglements sich bewähren würden, fand zunehmend auch eine Professionalisierung auf Seiten der Kandidaten statt. Bill Clintons Vorbereitung auf die Diskussion 1992 wird bis heute als Vorbild für die so genannte *debate prep* (von *preparation*, englisch für Vorbereitung) herangezogen (vgl. u. a. *Renner 2007: 124*).

¹¹¹ News Online;
http://www.news.at/index.html?/articles/0635/11/150587_s8.shtml
 (13.07.2008)

¹¹² Details zur Historie der US-Debates finden sich auf der Webpräsenz der Commission on Presidential Debates; <http://www.debates.org>
 (21.10.2010)

4.1.2 Deutschland

In Europa war bereits kurz nach der ersten US-amerikanischen TV-Debatte das Interesse an dem neuen Format groß. Bis zu dessen Etablierung dauerte es jedoch: 1969 bat der deutsche SPD-Kanzlerkandidat Willy Brandt Kanzler Georg Kurt um einen den US-Debatten ähnlichen TV-Auftritt (vgl. *Kleinsteuber 2006: 250*). Jener lehnte ab, „öffentlich mit Vizekanzler Brandt im Fernsehen zu diskutieren. Dies wäre schlechter Stil“ (*Die Zeit, 05.09.1969*). Auch der spätere Kanzler Helmut Kohl schlug Einladungen zu TV-Debatten aus, wie jene von Gerhard Schröder 1998 (vgl. *Kleinsteuber 2006: 251*).

Das erste deutsche TV-Duell auf Bundesebene fand 2002 statt¹¹³, es diskutierte der damalige Kanzler Gerhard Schröder mit dem konservativen Herausforderer Edmund Stoiber. Der Versuch des FDP-Kandidaten Guido Westerwelle, für sich per Gericht die Teilnahme bei den Duellen zu reklamieren, scheiterte.

Dörner und Vogt begrüßen diese Entscheidung. Wichtige Aspekte der Duelle sind ihrer Meinung nach Exklusivität sowie die Austragung *inter pares* – einst im Rahmen der rigiden Hierarchie der Ständegesellschaft, nun aufgrund machtpolitischer Faktoren: Die Teilnahme am Duell setzt laut Dörner und Vogt eine gewisse Satisfaktionsfähigkeit voraus, und „in gewisser Hinsicht sind die Vertreter der kleineren Parteien auch in einer pluralistischen Demokratie nicht ‚satisfaktionsfähig‘“ (*Dörner, Vogt 2006: 239*). Eine These, die ein Blick nach Österreich widerlegt: Seit 1994 dürfen auch Vertreter der kleineren Parlamentsparteien bei den österreichischen Duellen antreten – das

¹¹³ 1996 hatte es ein Duell der Kandidaten um das Hamburger Bürgermeisteramt gegeben (vgl. *Christiansen 2006: 261*)

Zuschauerinteresse ist, wenn auch nicht im selben Maße wie beim so genannten *Kanzlerduell*, durchaus vorhanden (siehe etwa Tabelle 8: Einschaltquoten der TV-Duelle 2006, Seite 136 sowie Tabelle 9: Einschaltquoten der TV-Duelle 2008, Seite 136).

Die deutsche Entscheidung, nur Kandidaten der zwei größten Parteien das Antreten in den Duellen zu gewähren, scheint in einer Mediendemokratie zudem bedenklich – den Kleinparteien wird (im Gegensatz zu den Großparteien) die Möglichkeit zur kostengünstigen Selbstdarstellung vor breitem Publikum genommen. Auch die Debatten der USA, für Deutschland „Vorbilder“ (*Limbourg 2006: 225*), kennen diese Ausgrenzung nicht: Mehrmals standen drei Kandidaten zur Wahl; alle, auch der unabhängige Kandidat, durften in Zweier-Debatten antreten (*vgl. CPD Online*).

Abseits dieser Frage orientieren sich die deutschen Debatten stark an jenen der USA: 2002 diskutierten zweimal dieselben Kandidaten, eine Konfrontation wurde auf den Privatsendern, eine auf den öffentlichen, ARD und ZDF, ausgestrahlt. Jeweils zwei Moderatoren führten durch die 75 Minuten dauernde Sendung, die Redezeiten waren begrenzt¹¹⁴: 90 Sekunden für den Erstredner, 75 Sekunden für die Replik des Zweiten. Auch die Kameraeinstellungen und Positionen der Kandidaten waren fixiert. So wirkte das erste deutsche Duell auch recht starr, „statisch“ (*Limbourg 2006: 257*). Bereits nach der ersten Konfrontation auf „Sat.1“ und „RTL“ wurden die zuvor in der Suite „Hofgarten“ des „Four Seasons“-Hotel grob umrissenen und in einer zweiten Sitzung von TV-Managern und Politikvertretern paktierten Regeln (*vgl. Limbourg 2006: 255ff*) – zumindest zum Teil (*vgl.*

¹¹⁴ Eine – zwar wenig wissenschaftlich, aber sehr aufschlussreiche – „Innenansicht“ der Entstehung und Vorbereitung seitens der TV-Sender auf die ersten TV-Duelle Deutschlands bieten Limbourg und Christiansen (*Limbourg 2006 & Christiansen 2006*).

Christiansen 2006: 262) – über Bord geworfen; vor allem Vertreter der SPD sahen ihren Kandidaten Gerhard Schröder vom Regelwerk gefesselt: „Bescheuert“ nannte es Verteidigungsminister Peter Struck, zu „eng“ SPD-Generalsekretär Franz Müntefering (*zit. in Christiansen 2006: 264*). Mehr als 15 Millionen Menschen verfolgten jeweils die deutschen Duelle 2002 (*vgl. Kleinsteuber 2006: 251ff*).

2005 stand Angela Merkel den TV-Debatten ablehnend gegenüber – wohl fürchtend, dass sie gegen „Medienkanzler“¹¹⁵ Schröder ein schlechtes Standing haben würde. Auf Druck ihrer Berater bestritt sie gegen ihre Überzeugung dennoch ein Duell, um dem Image eines Feiglings zu entgehen (*vgl. anonymisiertes Experteninterview*). Auch 2009 gab es nur ein TV-Duell in Deutschland.

4.1.3 Österreich

Bereits am 28. Jänner 1970 (*vgl. Plasser, Lengauer 2010a: 197*) trafen sich Österreichs Kanzlerkandidaten im TV: Die Fernsehkonfrontation zwischen SPÖ-Kanzler Bruno Kreisky und Josef Klaus, ÖVP, wurde jedoch kaum rezipiert (*vgl. Köpl 2007, Seite 127*). Sogar Nachrichtenagenturen nennen deshalb die Debatte zwischen Kreisky und dem ÖVP-Herausforderer Josef Taus von 1975 „Urduell“ (*vgl. APA027, 30.08.2006*). Ideengeber waren die USA, Österreich, das als eines der ersten Länder außerhalb der USA dieses Format übernahm (*vgl. Plasser, Lengauer 2010a: 197*), verzichtete aber schon in der ersten Konfrontation auf die Übernahme des strengen Reglements sowie den Moderator. Bereits damals gab es auch in Österreich ansatzweise *debate prep* (siehe

¹¹⁵ Vgl. u. a. Berichterstattung von NDR Online, Süddeutsche, Taz

dazu auch Kapitel 4.2 Inszenierung & Vorbereitung, Seite 138, sowie für Österreich Kapitel 7 Vorbereitung auf die TV-Duelle durch die Parteien, Seite 191) vor den Duellen: Am Tag der Diskussion bat der SPÖ-Kandidat sieben Vertraute in das Café des Hotels Imperial, um ihre Meinung über die bestmögliche Herangehensweise an den TV-Auftritt zu hören. Die Jungpolitiker, Wissenschaftler und Journalisten brachten ihre Erkenntnisse zwar ein, mussten abends nach der Rezeption des Duells jedoch feststellen, dass Kreisky keinen Vorschlag umgesetzt hatte, berichtet einer von ihnen. Kreisky galt (dennoch) als Sieger des retrospektiv nicht als wahlentscheidend angesehenen Duells¹¹⁶, er gewann kurz darauf die Wahl.

Als die Debatte entscheidend gilt heute Kreiskys Mitnahme einer Broschüre der Girozentrale, für die Taus verantwortlich gezeichnet hatte: Als der ÖVP-Kandidat die rote Wirtschaftspolitik kritisierte, zitierte Kreisky aus der Druckschrift, in der Österreich als guter Wirtschaftsstandort angepriesen wurde (vgl. *Portisch 1996: 407*).

Die Konfrontation 1983 zwischen Kreisky und ÖVP-Herausforderer Alois Mock sahen laut Nachwahlbefragung des Fessel-GfK 51 Prozent der Wähler; von den *late deciders* erklärte jeder Dritte, von den Wechselwählern jeder Fünfte, die Debatte hätte Auswirkungen auf ihr Wahlverhalten gehabt (vgl. *Plasser, Lengauer 2010a: 198*).

Ab 1986 fanden die Diskussionen in moderierter Form statt. 1994 öffnete der ORF das Format auch kleineren Parteien: Durch das Mehrparteiensystem und

¹¹⁶ Er nutzte die Möglichkeiten den TV wie kein anderer vor ihm: Seine trockenen Unterbrechungen - "Nicht mich schulmeistern" (vgl. *Youtube*), „Sie haben so eine gouvrenantenhafte Art" (vgl. *Österreichische Mediathek*) – werden bis heute zitiert, er wühlte in „gefakten" (*Der Standard, 19.08.2008b*) Unterlagen und setzte sein Schweißtuch bewusst ein, um sein Gegenüber aus dem Konzept zu bringen.

Verhältnismäßig schien eine Einladung zu einem TV-Duell lediglich für die zwei Spitzenkandidaten der beiden Großparteien ungerecht den Kleinparteien gegenüber (APA027, 30.08.2006). Insgesamt wurden elf Diskussionen veranstaltet (vgl. Posselt, Rieglhofer 2000: 207f). Sie stießen auf „außerordentliches Interesse der Öffentlichkeit“ (Plasser, Scheucher, Sommer 1995: 240), womit auch Vertreter der Kleinparteien Satisfaktionsfähigkeit bewiesen, die ihnen Dörner und Vogt absprechen (vgl. Dörner, Vogt 2006: 239): Rund die Hälfte der österreichischen Wahlberechtigten hatte mindestens eines dieser *confrontations* verfolgt, 21 Prozent gaben an, die TV-Debatte „Der runde Tisch“ hätte direkten Einfluss auf ihre Wahlentscheidung gehabt (vgl. Plasser, Scheucher, Sommer 1995: 240).

Seither sind sie nicht mehr aus dem Wahlkampf wegzudenken (vgl. Posselt, Rieglhofer 2000: 207f).

„1994 war also das Jahr 1 dieser TV-Duelle, und tapfer entsandte man in jede Konfrontation seine Galionsfigur, nicht ahnend, daß man damit den Oppositionsparteien erst ermöglichte, ordentlich an deren Lack zu kratzen. [...] 1994 war sozusagen ein Lernjahr“ (Posselt, Rieglhofer 2000: 207): FPÖ-Chef Jörg Haider nutzte die Gelegenheit, Franz Vranitzky live mit einem bis heute als „Taferl“ bekannten Schild¹¹⁷ in Bedrängnis zu bringen.

¹¹⁷ In der Diskussion mit Kanzler Franz Vranitzky meinte Haider unvermittelt: „Jetzt zeig ich Ihnen was“ (profil, 06.09.1999a). Er präsentierte eine Tafel mit den Bezügen des damaligen steirischen Arbeiterkammer-Präsidenten Alois Rechberger. Als Folge entflammte österreichweit eine Debatte über Politikerbezüge, die sowohl SPÖ als auch ÖVP, die damals noch offen ihre Koalitionspräferenz mit der SPÖ kundgetan hatte, schadete (APA027, 30.08.2006). Bei der vorgezogenen Neuwahl im darauf folgenden Herbst schickte Vranitzky seinen späteren Nachfolger Viktor Klima zur Konfrontation mit dem FPÖ-Chef: „Als Haider neuerlich zum Taferl griff, entzauberte Klima den FPÖ-Obmann mit den Worten ‚Mach ma wieder an Ausflug nach Maria Taferl?‘“ (APA027, 30.08.2006). Auch Wolfgang Schüssel nahm der Taferl-Wirkung ihre Schärfe, indem er spöttelte: „Jetzt ist das Taferl umgefallen“ (APA0102, 16.11.1995; Kurier, 16.11.1995). Haider, der im

Als Folge entsandte bei der vorgezogenen Neuwahl im darauf folgenden Herbst Vranitzky für die Debatten mit den Vertretern kleinerer Parteien nur noch Stellvertreter. Auch seinen Präsentationsstil änderte Vranitzky¹¹⁸ – er suchte fortan sich selbst ins richtige Licht zu rücken (vgl. Posselt, Rieglhofer 2000 & Rieglhofer, Posselt 1996). Die Zuseher goutierten die verschiedenen Diskutanten, die Einschaltquoten übertrafen jene des Vorjahres (siehe Tabelle 7: Zuseherzahlen ausgewählter TV-Duelle, Seite 133).

Zuseherzahlen der TV-Konfrontationen 1994, 1995, 1999, in Millionen		
1994	10 Duelle, 1 Fünferkonfrontation	5,42
1995	10 Duelle, 2 Fünferkonfrontationen	12,97
1995	Jörg Haider, Heide Schmidt	1,1
1999	10 Duelle, 1 Fünferkonfrontation	4,8
2002	Wolfgang Schüssel, Alfred Gusenbauer	1,75
2006	Wolfgang Schüssel, Alfred Gusenbauer	1,14
2008	Werner Faymann, Wilhelm Molterer	1,09

Tabelle 7: Zuseherzahlen ausgewählter TV-Duelle in Österreich

Quelle: Posselt, Rieglhofer 2000: 208f, APA¹¹⁹

Bei knappen oder unklaren Wahlausgangslagen erhöht sich die Aufmerksamkeit aller Beteiligten, die Erwartungshaltung

verbalen Schlagabtausch auflebte, überspielte das Missgeschick und attackierte Schüssel.

¹¹⁸ Eine genauere Analyse des Präsentationsstils der Duellkandidaten der Jahre 1994, 1995, 1999 bieten Posselt und Rieglhofer (vgl. Posselt, Rieglhofer 2000 & Rieglhofer, Posselt 1996)

¹¹⁹ Austrian Press Agency; APA0153, 22.09.2006; Austrian Press Agency; APA0155, 24.09.2008

steigt, somit auch die Zuseherzahlen. Bei der Neuwahl 2002, eine Folge des FPÖ-internen Putschs von Knittelfeld, beobachteten 1,75 Millionen Österreicher das Kanzlerduell (vgl. *Posselt, Rieglhofer 2000: 208*): Auf Grund der Anspannung diskutierten die Kandidaten weit emotionaler als dies von professionellen Beobachtern erwartet worden war: „Tun S’ net Englisch reden“ (Schüssel), „Erzählen S’ kan Lavendel“ (Gusenbauer). Experten zufolge gab es bei diesem Aufeinandertreffen keinen nach horse-race-journalism-Manier zu kürenden Sieger (vgl. auch *APA027, 30.08.2006*), viele waren aber von Gusenbauers forschem Auftreten überrascht (vgl. *Der Standard, 19.08.2008b*). Die Wahl gewann Schüssels ÖVP.

Der ORF entwickelte die Debattenformate weiter. Zeitgleich mit der Einführung der „Elefantenrunde“ (unter der in Österreich eine Debatte der Spitzenkandidaten aller Parlamentsparteien verstanden wird) im Nationalratswahlkampf 2006 etablierte sich zusätzlich die „Ameisenrunde“, zu der die Repräsentanten der nicht im Hohen Haus vertretenen Parteien geladen werden. 2008 wurde kurzfristig auch eine Frauenrunde abgehalten¹²⁰.

Für die für diese Erhebung wesentlichen Nationalratswahlen 2006 und 2008 brachte jeweils das Kanzlerduell den Höhepunkt an Einschaltquote – auch verglichen mit den sonstigen „Quotenhits“ des ORF (siehe Tabelle 8: Einschaltquoten der TV-Duelle 2006 und Tabelle 9: Einschaltquoten der TV-Duelle 2008, beide Seite 136,

¹²⁰ Die Frauenrunde soll jedoch nur abgehalten worden sein, um dem Privatsender puls4, der zu ebendiesem Zeitpunkt die erste Elefantenrunde des Wahlkampfes abhielt, Zuseher abspenstig zu machen; bei der puls4-Diskussion war einerseits die straff geführte Moderation und die Zuseherinteraktion bemerkenswert, andererseits der Umstand, dass einer der Moderatoren, Josef Broukal, zum Sendezeitpunkt noch Nationalratsabgeordneter der SPÖ war. SPÖ-Kandidat Werner Faymann fehlte – offiziell, weil er Wahlkampftermine in der Steiermark hatte.

sowie Tabelle 10: ORF-Quotenhits 2006, Tabelle 11: ORF-Quotenhits 2007 und Tabelle 12: ORF-Quotenhits 2008, alle Seite 137, sowie *Renner 2007: 133*).

In Summe lag der durchschnittliche Seheranteil aller TV-Konfrontationen 2008 weit höher als bei der Nationalratswahl zuvor: 890.000 Personen verfolgten vor zwei Jahren im Schnitt die TV-Duelle, rund 200.000 mehr als 2006 (*13-Uhr-ZIB, 26.09.2008¹²¹*).

¹²¹ Abrufbar im APA-Onlinemanager unter <http://www.aom.apa.at> (nur mit Zugriffsberechtigung)

Diskutanten (Partei)	Zuseher
Schüssel (ÖVP) – Gusenbauer (SPÖ)	1.140.000
Gusenbauer (SPÖ) – Strache (FPÖ)	595.000
Grasser (ÖVP) – Van der Bellen (G)	593.000
Westenthaler (BZÖ) – Strache (FPÖ)	593.000
Van der Bellen (G) – Westenthaler (BZÖ)	555.000
Van der Bellen (G) – Strache (FPÖ)	527.000
Gusenbauer (SPÖ) – Westenthaler (BZÖ)	523.000
Pröll (ÖVP) – Strache (FPÖ)	448.000
Gusenbauer (SPÖ) – Van der Bellen (G)	437.000
Bartenstein (ÖVP) – Westenthaler (BZÖ)	412.000

Tabelle 8: Einschaltquoten der TV-Duelle 2006

Quelle: APA¹²²

Diskutanten (Partei) 2008	Zuseher
Faymann (SPÖ) – Molterer (ÖVP)	1.094.000
Faymann (SPÖ) – Strache (FPÖ)	934.000
Van der Bellen (G) – Haider (BZÖ)	883.000
Strache (FPÖ) – Haider (BZÖ)	862.000
Molterer (ÖVP) – Haider (BZÖ)	847.000
Faymann (SPÖ) – Van der Bellen (G)	800.000
Faymann (SPÖ) – Haider (BZÖ)	778.000
Molterer (ÖVP) – Van der Bellen (G)	772.000
Van der Bellen (G) – Strache (FPÖ)	744.000
Molterer (ÖVP) – Strache (FPÖ)	714.000

Tabelle 9: Einschaltquoten der TV-Duelle 2008

Quelle: APA¹²³

¹²² Austrian Press Agency; APA0153, 22.09.2006

¹²³ Austrian Press Agency; APA0155, 24.09.2008

ORF-

Tabelle 10:
Quotenhits 2006
Quelle: ORF-
Medienforschung¹²⁴

Hilfte 2006 - gereiht nach Durchschnitsschwere (DRW)									
Nr.	WRT	Dat.	Beg.	Dauer	Sender	Titel der Sendung	DRW	DRW	Marktanteil
1	M	06.05.	20:15	0-47	ORF2	THEMA SPECIAL N. KAMPUSCH - 1. INTERVIEW	37,6	2.584	80
2	S	01.10.	19:30	0:14	ORF1	ZEIT IM BILD 1	31,5	2.175	77
3	S	09.07.	22:34	0:07	ORF1	WINTAFRA 5-3 ELNERTSCHERSEN	29,2	2.066	73
4	S	01.10.	19:44	0:16	ORF2	ZEIT IM BILD 1 NATIONALATSWAHL 2006	26,7	1.893	82
5	S	12.02.	11:51	1:34	ORF1	OLYMPIA ABFAHRT HERBEN	26,3	1.815	69
6	S	01.10.	19:00	0:24	ORF2	NATIONALATSWAHL 2006	24,3	1.675	58
7	M	28.02.	20:15	1:59	ORF1	VILLACHER FASCHING 2006	24,1	1.666	59
8	M	06.09.	21:03	0:48	ORF2	BUNDESLAND-HEUTE	23,5	1.620	58
9	M	06.09.	21:03	0:48	ORF2	RUDEN TISCHNACH KAMPUSCH	23,5	1.620	58
10	S	21.01.	11:39	1:16	ORF1	ABFAHRT HERBEN KITZBUHEL	22,9	1.621	58
11	S	21.01.	20:16	2:29	ORF1	WEITEN DASS...?	22,6	1.574	60
12	S	23.02.	21:45	1:01	ORF2	OFFENBALL 2006 DERFOHNUNG	21,6	1.538	62
13	S	23.02.	18:24	1:00	ORF1	OLYMPIA SALOM HERBEN 2. OG	21,6	1.538	62
14	M	06.05.	21:12	1:14	ORF1	DAMPUNG STARS KOTUNG	21,5	1.490	71
15	M	06.05.	22:37	1:06	ORF1	SCHEINGEN BESCHOSCHEN 2.0G	21,5	1.490	71
16	M	24.01.	20:31	1:06	ORF1	SALOM HERBEN SCHADUNG 2. OG	20,8	1.439	75
17	S	22.01.	13:15	0:44	ORF1	SALOM HERBEN KITZBUHEL 2. OG	20,8	1.439	75
18	M	04.07.	22:01	0:47	ORF1	WINTERSTA 0-2 H22	20,7	1.430	46
19	S	19.02.	20:15	1:38	ORF2	NARISCH-GIAT	20,2	1.380	55
20	S	24.08.	20:15	0:42	ORF2	THEMA SPECIAL	19,2	1.330	47
21	M	20.02.	19:20	0:41	ORF1	OLYMPIA SCHINGEN MANNESCHAF 2. OG	19,2	1.330	47
22	S	11.02.	20:15	2:10	ORF1	DIE MILIONENSHOW PROKUMENTE	19,1	1.322	49
23	S	16.02.	20:14	1:39	ORF2	NARISCH-GIAT HOCHENKTE	18,8	1.295	46
24	M	14.02.	19:23	1:02	ORF1	KONFRONTATION ZUR WAHL 2006	18,3	1.262	47
25	M	01.05.	20:14	1:51	ORF2	KONFRONTATION ZUR WAHL 2006	18,3	1.262	47
26	M	01.05.	20:14	1:51	ORF2	KONFRONTATION ZUR WAHL 2006	18,3	1.262	47
27	S	18.02.	14:39	0:56	ORF1	OLYMPIA SUPER G HERBEN	17,9	1.238	72
28	S	26.11.	19:30	1:02	ORF1	SUPER G HERBEN LAUSE	17,9	1.238	72
29	M	18.09.	20:14	0:50	ORF2	DIE MILIONENSHOW	17,6	1.229	44
30	S	01.01.	12:15	1:36	ORF2	NEUMARKENZENT 2006 TEIL 2	17,6	1.215	63

Quelle: ORF (ORF) Grundgesamtheit: österreich. Bevölkerung ab 12 Jahren in Tirol und Vorarlberg. Reihensendungen und Sportereignisse nur die nach DRW stärkste Sendung

Dauer > 10 Minuten

MEDIENFORSCHUNG ORF

ORF-

Tabelle 11:
Quotenhits 2007
Quelle: ORF-
Medienforschung¹²⁵

Hilfte 2007 - gereiht nach Durchschnitsschwere (DRW)									
Nr.	WRT	Dat.	Beg.	Dauer	Sender	Titel der Sendung	DRW	DRW	Marktanteil
1	M	01.01.	19:30	0:14	ORF2	ZEIT IM BILD 1	26,7	1.681	68
2	D	15.02.	21:45	0:57	ORF2	OFFENBALL 2007 DIE ERFOHNUNG	25,5	1.779	65
3	D	18.01.	19:00	0:20	ORF2	BUNDESLAND-HEUTE	24,0	1.670	72
4	M	04.05.	21:32	1:57	ORF1	VILLACHER FASCHING 2007	22,1	1.539	53
5	M	04.05.	21:32	1:57	ORF1	VILLACHER FASCHING 2007	21,3	1.486	57
6	M	30.01.	20:18	0:59	ORF1	DAMPUNG STARS DIE ENTSCHEIDUNG	21,0	1.461	46
7	S	18.02.	20:15	1:41	ORF2	SALOM HERBEN SCHADUNG 2.0G	20,4	1.420	45
8	M	03.01.	20:00	1:07	ORF2	NARISCH-GIAT	19,9	1.399	47
9	M	13.02.	20:00	1:07	ORF2	THEMA SPECIAL: DER FALL KAMPUSCH	19,0	1.332	74
10	S	21.01.	12:19	0:50	ORF1	WINTER ABFAHRT DAMEN LAUSE	18,7	1.289	72
11	S	21.01.	12:19	0:50	ORF1	SALOM HERBEN KITZBUHEL 2.0G	18,7	1.289	72
12	S	11.02.	19:30	0:17	ORF2	OFFENBALL 2007 DIE ERFOHNUNG	18,1	1.262	63
13	M	15.02.	21:45	0:57	ORF2	OFFENBALL 2007 DIE ERFOHNUNG	17,7	1.234	59
14	D	15.02.	22:47	0:17	ORF2	ZEIT IM BILD 2	17,7	1.234	59
15	M	04.05.	20:15	1:06	ORF1	SCHEINGEN BESCHOSCHEN 2.0G	17,6	1.227	48
16	M	04.05.	20:15	1:06	ORF1	DAMPUNG STARS FINALE	17,6	1.227	48
17	M	28.01.	21:48	0:23	ORF1	STARMANIA FINALE DIE LETZTEN ZWEI	16,8	1.173	45
18	M	28.01.	21:48	0:23	ORF1	STARMANIA FINALE DIE LETZTEN ZWEI	16,8	1.173	45
19	M	28.01.	21:48	0:23	ORF1	STARMANIA FINALE DIE LETZTEN ZWEI	16,8	1.173	45
20	M	01.01.	12:13	1:26	ORF2	NEUMARKENZENT 2007 TEIL 2	16,6	1.158	48
21	M	16.02.	19:59	0:58	ORF1	WINTER ABFAHRT DAMEN LAUSE 2.0G	16,4	1.146	43
22	S	07.01.	13:28	0:55	ORF1	SALOM HERBEN KITZBUHEL 2.0G	16,1	1.115	70
23	S	18.02.	12:52	1:15	ORF1	WINTER ABFAHRT DAMEN LAUSE 2.0G	16,1	1.115	70
24	S	13.01.	12:30	1:43	ORF1	ABFAHRT HERBEN WINGEN	16,0	1.114	71
25	M	20.03.	21:09	1:32	ORF1	DER BILDE VON TOLZ	15,8	1.088	74
26	S	17.02.	13:00	1:35	ORF1	WINTER ABFAHRT DAMEN LAUSE 2.0G	15,8	1.088	74
27	S	28.01.	11:30	1:08	ORF1	SUPER G DAMEN SAN SCARLO	15,5	1.062	70
28	S	27.01.	13:11	0:58	ORF1	SALOM HERBEN KITZBUHEL 2.0G	15,4	1.073	67
29	S	20.01.	20:15	2:49	ORF1	WINTER ABFAHRT DAMEN LAUSE	15,4	1.073	67
30	S	25.11.	19:28	1:12	ORF1	SUPER G HERBEN LAUSE	15,1	1.050	37

Quelle: ORF (ORF) Grundgesamtheit: österreich. Bevölkerung ab 12 Jahren in Tirol und Vorarlberg. Reihensendungen und Sportereignisse nur die nach DRW stärkste Sendung

Dauer > 10 Minuten

MEDIENFORSCHUNG ORF

ORF-

Tabelle 12: ORF-
Quotenhits 2008
Quelle: ORF-
Medienforschung¹²⁶

Hilfte 2008 - gereiht nach Durchschnitsschwere (DRW)									
Nr.	WRT	Dat.	Beg.	Dauer	Sender	Titel der Sendung	DRW	DRW	Marktanteil
1	M	16.06.	21:46	0:49	ORF1	EM ABFAHRT 2.HZ	31,1	2.389	72
2	S	29.06.	21:47	0:49	ORF1	EM ABFAHRT 2.HZ	29,7	1.909	63
3	S	28.09.	19:29	0:36	ORF2	ZEIT IM BILD NATIONALATSWAHL 2008	25,7	1.805	65
4	D	12.06.	21:46	0:52	ORF2	EM ABFAHRT 2.HZ	23,8	1.577	61
5	D	11.01.	21:45	1:01	ORF2	EM ABFAHRT 2.HZ	21,4	1.507	59
6	S	08.06.	19:02	0:55	ORF1	EM ABFAHRT 2008 DIE ENTSCHEIDUNG	21,1	1.483	55
7	S	05.04.	21:53	0:12	ORF2	DAMPUNG STARS DIE ENTSCHEIDUNG	20,8	1.463	56
8	S	02.03.	19:30	0:14	ORF2	BUNDESLAND-HEUTE	20,3	1.362	60
9	S	10.11.	11:44	0:58	ORF1	SALOM HERBEN KITZBUHEL	19,8	1.393	48
10	D	22.06.	21:48	0:48	ORF1	SALOM HERBEN SCHADUNG 2.0G	19,6	1.378	48
11	D	26.06.	21:48	0:48	ORF1	EM ABFAHRT 2.HZ	19,2	1.366	48
12	D	05.02.	20:15	1:59	ORF1	VILLACHER FASCHING	18,9	1.328	58
13	D	08.02.	20:15	2:05	ORF1	DAMPUNG STARS	18,0	1.266	47
14	S	22.06.	21:45	0:51	ORF1	EM ABFAHRT 2.HZ	17,6	1.228	50
15	S	06.01.	12:38	0:44	ORF1	SCHEINGEN BESCHOSCHEN 2.0G	16,6	1.169	53
16	S	13.01.	12:49	1:30	ORF1	ABFAHRT HERBEN WINGEN	16,3	1.148	67
17	S	08.06.	21:45	0:49	ORF1	EM ABFAHRT 2.HZ	15,9	1.120	44
18	M	09.06.	21:45	0:51	ORF1	EM ABFAHRT 2.HZ	15,9	1.117	58
19	D	11.01.	22:49	0:19	ORF2	ZEIT IM BILD 2	15,9	1.117	58
20	M	28.04.	20:16	0:41	ORF2	THEMA SPECIAL: INDETFALL ANSTETTEN	15,5	1.095	43
21	D	23.09.	21:06	0:50	ORF2	KONFRONTATION ZUR WAHL 2008	15,5	1.088	40
22	D	25.09.	20:15	1:40	ORF2	WAHL 2008 DISKUSSION D. SPITZENKANDIDATEN	15,4	1.082	42
23	D	19.06.	21:46	0:50	ORF1	EM ABFAHRT 2.HZ	15,4	1.082	49
24	D	01.01.	12:15	1:31	ORF2	NEUMARKENZENT 2008 TEIL 2	15,3	1.077	63
25	S	06.01.	13:30	0:52	ORF1	SALOM HERBEN KITZBUHEL 2.0G	15,2	1.076	63
26	S	13.06.	20:15	1:43	ORF1	NARISCH-GIAT	15,1	1.068	47
27	M	01.02.	20:15	1:43	ORF1	NARISCH-GIAT	15,0	1.068	41
28	S	20.01.	12:53	1:19	ORF1	SALOM HERBEN KITZBUHEL 2.0G	14,8	1.037	43
29	S	26.01.	20:16	2:44	ORF1	WINTER ABFAHRT DAMEN LAUSE	14,8	1.037	43
30	M	25.06.	20:48	0:46	ORF1	EM ABFAHRT 2.HZ	14,7	1.033	41

Quelle: ORF (ORF) Grundgesamtheit: österreich. Bevölkerung ab 12 Jahren in Tirol und Vorarlberg. Reihensendungen und Sportereignisse nur die nach DRW stärkste Sendung

Dauer > 10 Minuten

MEDIENFORSCHUNG ORF

124 ORF-Medienforschung; <http://medienforschung.orf.at> (31.08.2009)
125 ebendort
126 ebendort

4.2 Inszenierung & Vorbereitung

Schon Machiavelli wusste um die Macht des Auftritts: „Und nichts ist wichtiger als der Schein“ (zit. in Althaus 2002: 37) – auch bei den TV-Duellen.

Impression management (vgl. dazu Kapitel 3.3, Modernisierung politischer Kommunikation in Wahlkämpfen, Seite 91) war im Europa der Siebzigerjahre noch recht unbekannt¹²⁷, als Kirkpatrick bereits die Bedeutung von Stimme, Kleidung, Artikulation, Auftreten und auch der Körpergröße, vor allem im visuellen Medium TV, beschrieb (vgl. Kirkpatrick 1979: 38). „To win a debate it is necessary to look good, to be relaxed and good humoured, to appear well informed, to respond quickly and without stammering. The required skills are those of an actor, not of political leaders“, (Nicholas Zapple in Ranney 1979: 50) präziserte Zapple.

Studien des US-Psychologen Albert Mehrabian untermauern diese Annahmen – die Wirkung der Verbalebene, damit auch das Faktenwissen, war mit sieben Prozent im Vergleich zur Inszenierung der TV-Duelle vernachlässigbar: Die Art und Weise wie gesprochen wird, ist für die Wahrnehmung und Meinungsbildung des Rezipienten wichtiger; die meiste Bedeutung kommt aber der nonverbalen Kommunikation zu (siehe Tabelle 13: TV-Duelle: Was wirkt, Seite 139): „Die Zunge kann lügen – aber der Körper nie“, stellte auch

¹²⁷ Im deutschsprachigen Raum beschäftigte sich Hans Dieter Mummendey in den Siebzigerjahren des vergangenen Jahrhunderts mit Selbstbild, Selbstbildänderungen, Selbstwahrnehmung und ihrer Beeinflussung; 1983 verglich er gemeinsam mit Heinz-Gerd Bolten und Margret Isermann-Gerke die Theorie der objektiven Selbstaufmerksamkeit im experimentellen Vergleich mit der Impression-Management-Theorie und dem Bogus-Pipeline-Paradigma; im selben Jahr publizierte er mit Bolten in den Bielefelder Arbeiten zur Sozialpsychologie „Die Impression-Management-Theorie von J. T. Tedeschi und B. R. Schlenker“.

Körpersprachenexperte Samy Molcho fest (*Kronen Zeitung*, 23.09.2006).

Was wirkt wie stark in den TV-Duellen?	
7%	Verbal - Inhalt der Worte
38%	Vokal - Art und Weise, in der gesprochen wird
55%	Nonverbal - Mimik, Gestik, Körpersprache

Tabelle 13: TV-Duelle: Was wirkt

Quelle: Mehrabian, Ferris 1967¹²⁸

Die Logik des Fernsehens unterscheidet sich von jener des Radios. Es ist heute nicht mehr nachvollziehbar, ob Kennedy all seine Vorbereitungen auf das erste TV-Duell bewusst setzte. Er hatte in der Debatte jedoch den Vorteil, entspannt und durch den kontrastreichen Anzug im Schwarzweiß-Fernsehen interessant zu erscheinen, während sein Kontrahent Richard M. Nixon, unrasiert und im grauen Anzug, lasch und fad wirkte, urteilte „Broadcasting“ (vgl. *Broadcasting*, 03.10.1960). Bereits beim zweiten Duell hatte Nixon sein Auftreten der Fernsehlogik angepasst, *impression management* (vgl. Kapitel 3.3.8 Impression management, Seite 108) hatte die TV-Diskussionen erreicht.

Die Vorbereitung auf die TV-Duelle wurde stets professioneller, seit 1976 trainieren die Kandidaten in so genannten *debate preps* (vgl. Kleinsteuber 2006: 247):

- Bill Clinton zog sich 1992 in ein eigens eingerichtetes *prep camp* zurück, in dem sogar das Studio nachgebaut worden war. Er trainierte mit Experten sein Auftreten, seine Gestik und Mimik,

¹²⁸ Mehrabian, A./ Ferris, S.R. (1967): Inference of attitudes from nonverbal communication in two channels. *Journal of Consulting Psychology*, 31, 248-252. Zit. in Höbel 2007: 878 sowie auf <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/sites/entrez?db=pubmed&uid=6046577&cmd=showdetailview&indexed=google> (4.3.2008)

sowie Rhetorik, Stimme und Strategien wie *stay on message* (unabhängig von der eigentlichen Fragestellung die eigene Botschaft senden). *sparring partner* hatten damals seine Kontrahenten George Bush und Ross Perot gemimt (vgl. Meinhart, Schmid 2000: 27ff)

- Sogar vor der Konfrontation gegen den als chancenlos angesehenen Bob Dole vier Jahre später probte der Präsident mit einem „Schauspieler als Stimmtrainer und einem Ex-Senator als *sparring partner* vor der Kamera“ (Renner 2007: 124).
- George Bush diskutierte 2002 mit Polit-Freunden als *sparring partners*.
- Sein damaliger Kontrahent Al Gore wiederum ließ, um möglichst realitätsnah proben zu können, das Debate-Studio nachbauen, sogar die Zimmertemperatur des Übungsstudios war jener des echten angepasst (Renner 2007: 124) – ganz nach Vorbild von Bill Clinton, der all dies bereits 1992 erprobt hatte (vgl. Meinhart, Schmid 2000: 27ff).

In Europa setzte sich die Erkenntnis, dass für den Erfolg eines modernen Politikers das Verständnis der TV-Logik und ihre Übertragung auf die eigene Person essentiell sind, erst spät durch (vgl. Radunski 1996: 34). Privatwirtschaftlich geführte Unternehmen erkannten dies früher (vgl. Renner 2007: 124ff). Heute gilt ihnen die professionelle Vorbereitung als unabdingbar: „In jedem Fall müssen für die Sprecherrolle ausgewählte Mitarbeiter ein intensives TV- und Medientraining absolviert haben, das möglichst jährlich aufgefrischt wird. (...)“

Selbstverständlich gilt auch für Vorstände, dass sie nicht unvorbereitet vor die Kameras treten.“ (Höbel 2007: 878)

In Österreich begann die (dem damaligen Wissensstand entsprechend) professionelle Debattenvorbereitung zeitgleich mit der Etablierung des Formats – ihre Ausformung änderte sich jedoch in den vergangenen 40 Jahren drastisch: Bruno Kreisky bat Vertraute um Rat; Alois Mock entspannte in der Sauna; Madeleine Petrovic trainierte im Fitnesscenter und besuchte Stilberatungen; Jörg Haider ließ Plakate als Anschauungshilfe während der Konfrontationen anfertigen und suchte durch Bräune Jugendlichkeit und Gesundheit zu vermitteln. Alexander Van der Bellen scheitert bis heute, sich der anerkannten Medienlogik anzupassen (vgl. Kapitel 4.1.3 Österreich, Seite 130).

Die Durchführung von *debate prep* nach amerikanischem Vorbild ist in Österreich durchaus Usus, es gilt den meisten wahlwerbenden Gruppierungen jedoch bis heute als unprofessionell, offen darüber zu sprechen.

Im Gegensatz zu ÖVP-Spitzenkandidat Schüssel, der 2006 nach der Wahl lediglich eingestand, „wir hätten auch an den Emotionen stärker arbeiten sollen“ (zit. in Renner 2007: 129), hatte Gusenbauer das „Tabu der Vorbereitung“ (Experteninterview Kalina) gebrochen und all das angewandt, was in den USA als unabdingbar gilt: *debate prep*, vom *issue management* bis zum *dresscode*. *Sparring partner* waren neben anderen der Pantomime Samy Molcho, Gerd Millmann, früherer Pressesprecher von Werner Faymann, sowie Faymann selbst, nunmehr Kanzler (vgl. Experteninterview Parteifunktionär).

Neben der wissenschaftlichen Analyse der Gesamt-*Performance* (vgl. Renner 2007: 128) beschäftigten sich 2006 auch zunehmend Medien mit den apolitischen Randaspekten der TV-Auftritte (vgl. Boulevardisierungstendenz, beschrieben etwa in Lengauer, Vorhofer 2010: 149ff). Das Interesse galt

vor allem Äußerlichkeiten der Kandidaten wie Frisur, Brille und Kleidung – mit teils gewagten Analysen (vgl. APA265, 22.09.2006): Die befragten Experten zogen Rückschlüsse vom Muster der Krawatte („feinkariert“) auf den Charakter des ÖVP-Kandidaten, die Ärmelweite des Herausforderers wurde mit der Glaubwürdigkeit seiner Botschaften in Verbindung gebracht („zu weit geschnitten“). Die randlosen Brillen seien „sehr gut gewählt“, signalisierten diese doch „Klugheit, Wissen und Erfahrung“ und vermittelten „Seriosität – ,niemand stellt sich einen Verbrecher mit Brille vor‘“.

Im Kern liegt die Analyse dennoch richtig: Wer Visuelles ignoriert, hat wenig Chancen, Inhaltliches zu vermitteln (vgl. Althaus 2002: 120).

4.2.1 Medientraining

Folgend sollen kurz die derzeit üblichen Vorbereitungen auf die TV-Duelle (debate prep) beschrieben werden.¹²⁹

4.2.1.1 Rhetoriktraining

Zögerliche Antworten legen Zuseher den Kandidaten oft als Schwäche aus. Besser als Stille sei in der Wahrnehmung der Wähler, mit „hohlen Phrasen“ (*Gespräch Medientrainer*) zu beginnen. Unterbrechungen durch Kontrahenten gelten als Zeichen mangelnder Durchsetzungskraft – Medientrainer vermitteln, trotz störender Zwischenrufe weiter zu sprechen (*Gespräch*

¹²⁹ Das Wissen dazu stammt – soweit nicht anders angegeben – aus diversen Gesprächen mit Politikern, ihren Pressesprechern und Medientrainern sowie Zeitungs- und Magazinberichten (Format, Kurier, profil).

Politiker). Auch die Vermeidung von Schachtelsätzen – Markenzeichen des ehemaligen Ministers Herbert Haupt¹³⁰ – wird trainiert (*Gespräch Politiker*).

4.2.1.2 Stay on message

Im Zuge des *agenda settings* wird die Konzentration auf maximal fünf aufeinander abgestimmte Botschaften betont (besser noch drei, vgl. Kapitel Message Triangle, Seite 102) und auf ihre Vermittlung gegenüber dem Rezipienten. Dazu zählt nicht, wie in Österreich ab und zu fälschlich interpretiert, „das stupide Wiederholen immer derselben Sätze“ (*Hofer 2005: 61*).

4.2.1.3 Stimmtrainer

Hohe Stimmen, zu wechselnder – aber auch zu eintöniger – Sprachduktus (vgl. Experteninterview Lockl) sowie zu schnelles Sprechen gelte es zu vermeiden; stattdessen sollen Politiker sonor sprechen (Medienexperte Dietmar Ecker, einst Kommunikationschef der SPÖ).

4.2.1.4 Mimik & Gestik

Der Aufbau einer positiven emotionalen Bindung des Wählers zu den Kandidaten kann durch offene Mimik und Lächeln gefördert werden. Der „Dauerlächler unter den österreichischen Politikern“ (Michael Winter, Fachmann für neurolinguistisches Programmieren), Bundeskanzler Werner Faymann, habe deshalb einen Vorteil. „Das

¹³⁰ Vgl. etwa Haupts Selbstironie bei seiner Abtrittspressekonferenz. Online abrufbar unter <http://derstandard.at/1456422> (16.11.2010)

Wichtigste im Fernsehen ist, sympathisch und engagiert aufzutreten“ (Medienberaterin Regina Jankowitsch). Kommunikation findet auch über Körperhaltung statt: „Weit über den Tisch gebeugt, signalisiert Strache bei TV-Interviews nicht nur verbal, sondern auch durch seine Haltung Machtanspruch. Sympathisch ist das zwar nicht, aber er zeigt damit den Leuten: ‚Ich setze mich für euch ein, ich scheue keine Konfrontation, ich gehe für euch auf die Barrikaden.‘ Und das ist genau, was seine Klientel hören, sehen und spüren will. Die Rollen des Retters und Rächers des viel beschworenen kleinen Mannes und die des Aufräumers der Nation liegen Strache.“ (Medientrainer Stefan Wagner). „Stuhlproben“, wie 2006 eine für Kanzler Wolfgang Schüssel organisiert worden war, hält Josef Kalina, damals SPÖ-Bundesgeschäftsführer, grundsätzlich für eine unbedingte Notwendigkeit, wenn auch „für alle gleich und fair: (...) Man mag es für kindisch halten, aber es ist ein erheblicher Vorteil, wenn ich weiß, wie ich dort sitze. Wenn man eine unangenehme Sitzgelegenheit untergejubelt bekommt, auf der man eine Stunde zubringen muss – ich glaube, da kann man gar keinen guten Eindruck bei den Leuten hinterlassen. Weil man ständig damit beschäftigt ist: ‚Wie hocke ich mich denn da hin?‘ Wie will man einen klaren Gedanken fassen, wenn dauernd etwas drückt?“ (vgl. Experteninterview Kalina)

4.2.1.5 Neurolinguistisches Programmieren

Ursprünglich eine Ergänzung zur Psychotherapie wird NLP (Neurolinguistisches Programmieren) mittlerweile

von Politikern zur Diskussionsvorbereitung herangezogen¹³¹.

Die Diskutanten erhoffen durch den Einsatz bestimmter NLP-Techniken persönliche Vorteile in der Debatte und ihrer Wirkung. Während NLP-Trainer wie Winter darin einen Missbrauch der Therapieform sehen, gilt diese Entwicklung professionellen Politikerberatern als Professionalisierung des Genres.

4.2.1.6 Sparring partner

Zur professionellen Debattenvorbereitung in den USA zählt mittlerweile die wiederholte Abhaltung von Übungsdiskussionen, bei denen u. a. Parteifreunde, Schauspieler oder Medienexperten den Kandidaten der gegnerischen Fraktion mimen. Die SPÖ übernahm dieses System (vgl. Experteninterview Kalina).

Die anderen Parteien verneinen offiziell, *sparring partners* einzusetzen (vgl. Renner 2007: 125), unter vorgehaltener Hand wird aber von solchen Trainingseinheiten berichtet.

4.2.2 Inhaltliche Vorbereitung

Die inhaltliche Vorbereitung auf die TV-Duelle erfuhr in Österreich schon früh eine Enttabuisierung. Die Parteien betonen mittlerweile ihre Wichtigkeit. Für die Aufbereitung der Inhalte während des Wahlkampfes richten die Parteien meist schon vor dessen Beginn zwei Gruppen ein – die Größe variiert je nach Personal- und Finanzstärke der wahlwerbenden Gruppierung. Aufgabe des ersten Teams ist die

¹³¹ Durch das Angleichen von Körperhaltung und Sprachgeschwindigkeit (pacing) bspw. sollen sich Gesprächspartner verstanden fühlen.

Auslotung eigener Angriffsflächen, während das andere Angriffspunkte bei der gegnerischen Fraktion sucht und Strategien erarbeitet, sich diese zu Nutzen zu machen. In der SPÖ etablierten sich Fußball-Termini für die jeweiligen Teams: Defense und Offense (vgl. Experteninterview Kalina). Ein kleiner Kreis von Mitarbeitern geht deren Erkenntnisse, die teils speziell im Vorfeld der Debatten ausgearbeitet werden, mit dem Spitzenkandidaten durch (vgl. Experteninterview Mojzis). Die persönliche inhaltliche Vorbereitung obliegt jedem Kandidaten selbst – keine Partei hält sich hierbei an ein vorgegebenes Muster, sie richtet sich vielmehr nach den Wünschen des Kandidaten (vgl. Experteninterviews Lockl, Kalina, Mojzis).

4.2.3 Äußerlichkeiten

4.2.3.1 Kleidung

„Kleidung und Titel sind Autoritätssymbole“ (Ebert, Piwinger 2007: 223). Zahlreiche Studien belegen die Wirkung von nonverbaler Kommunikation wie Kleidung auf soziale Interaktion¹³², auch Politiker nutzen sie zur Selbstdarstellung.

„Die *dresscodes* etwa sind mittlerweile dermaßen standardisiert, dass der grau-in-grau anmutende Auftritt Van der Bellens mit angeblich selbstgewählter olivgrün-schlammfarbener Krawatte zur Ausnahme wird, der die Regel bestätigt“¹³³ (Renner 2007: 127) – Kleidung wird zum Kommunikationsmedium: „Dunkler

¹³² Ebert und Piwinger zitieren etwa eine Studie, wonach einem Mann im Maßanzug, der bei Rot über die Ampel ging, signifikant mehr Personen folgten als einem Mann in Arbeitskleidung (vgl. Ebert, Piwinger 2007: 223).

¹³³ Hervorhebung im Original

Anzug, weißes Hemd, kontrastreiche Krawatte: Strache signalisiert auch mit seiner Kleidung Angriffslaune“, analysierte Medientrainer Stefan Wagner 2006 die Kleidung der Vertreter des dritten Lagers: Westenthaler wolle „mit weichen Farben seine Smartheit betonen, um sich vom dennoch ähnlich gekleideten Strache abzuheben.“

Legere Kleidung (wie T-Shirts) gilt als Tabu (Dietmar Ecker, einst Kommunikationschef der SPÖ, nunmehr im Besitz einer eigenen PR-Agentur) – fernsehtauglich seien Sakko, Hemd, Krawatte, je nach Typ kontrastreich, sportlich, elegant.

4.2.3.2 Maske

Schon bei der ersten TV-Debatte der Geschichte wurde sowohl in den Medien als auch in der Wissenschaft in Äußerlichkeiten die Schuld für Nixons schlechtes Abschneiden gesucht. Ähnliches lässt sich in Österreich beobachten: Hautunreinheiten, Bräunungsgrad und Make-up der Kandidaten und Ergebnisse von Körperfunktionen wie die Schweißperlen von Alfred Gusenbauer thematisierten sowohl Medien als auch Wissenschaftler (vgl. u.a. Renner 2007: 130, *Der Standard*¹³⁴, *Der Spiegel*¹³⁵).

¹³⁴ <http://derstandard.at/2597633?seite=3> (17.11.2010)

¹³⁵ <http://www.spiegel.de/politik/ausland/0,1518,459307,00.html> (17.11.2010)

4.3 TV-Duelle – wozu?

„Wenn man denkt, wie viele Unentschlossene es gibt, haben die TV-Duelle eine große Verantwortung.“

Ingrid Thurnher¹³⁶

Die Zahl der lang Unentschlossenen (*late deciders*) und Wechselwähler (*party shifters*) wächst ständig (vgl. u. a. Plasser, Sommer, Scheucher 1996: 97ff), auch in Österreich.

Die Notwendigkeit, sie anzusprechen, steigt somit (Experteninterview Kalina). Fernsehen eignet sich wie kein anderes Medium zur Maximierung der Kontakte (vgl. Römmele 2005: 30). Durch die Konzentration auf das Medium Fernsehen gewinnt es als Informationsquelle an Bedeutung (siehe Tabelle 3: Politische Informationsquellen, Seite 87): 1999 gaben die Österreicher an, das Fernsehen hätte von aller Wahlkampfkommunikation ihre Wahlentscheidung am meisten geprägt (siehe Tabelle 14: Mediale Einflüsse auf die Wahlentscheidung, Seite 153), zudem ist es in den Augen der Österreicher die glaubwürdigste politische Informationsquelle (2003 bezeichneten 51 Prozent der Österreicher das TV als am glaubwürdigsten (vgl. Filzmaier 2006: 12)), bis heute ist es die primäre politische Informationsquelle der Österreicher (vgl. Plasser, Lengauer 2010: 26); „keiner medialen Darstellungsform vertrauen wir so sehr wie den Bildern, am meisten den laufenden mit Originalton im TV“ (Haas 2006: 68) – und hier, wegen der Authentizität, besonders den TV-Duellen, meint ÖVP-Geschäftsführerin Michaela Mojzisz (vgl. Experteninterview).

¹³⁶ ORF-Moderatorin, die sowohl die Duelle 2006 als auch 2008 leitete, in der Kleinen Zeitung, 22.08.2008; <http://www.kleinezeitung.at/nachrichten/politik/regierung/1489583/index.do> (26.08.2008)

Eine Umfrage von Karmasin Motivforschung am 17. und 18. September 2008 stützt diese These: Für 45 Prozent sind die TV-Duelle Hauptquelle für ihre Wahlentscheidung (siehe Abbildung 5: Hauptquellen für Wahlentscheidung, NRW 2008, Seite 155).

Aus Sicht von Medienexperten ist es aber nicht nur die Authentizität, welche die Duelle so beliebt mache, dazu trage auch die Personalisierung, die Fokussierung auf den Spitzenkandidaten bei, hinter der die Medien als treibende Kraft stehen – wenngleich dieser Trend in parlamentarischen Systemen weit langsamer verläuft als etwa in den USA (vgl. *van Aelst, de Swert 2009: 156*).

2006 verfolgten mehr als eine Million Personen das Kanzlerduell zwischen SPÖ-Herausforderer Gusenbauer und Bundeskanzler Schüssel von der ÖVP. Sogar die Debatte der beiden – nach der Wahl 2006 – kleinsten im Parlament vertretenen Parteien sahen immerhin 593.000 Zuseher (siehe Tabelle 8: Einschaltquoten der TV-Duelle 2006, Seite 136): Es war die Konfrontation zwischen den Vertretern des dritten Lagers. Es sei für Medien und Wähler „ein fast erotisches Spektakel“, befriedige es doch die „Lust an Grauslichkeiten“ begründete Stefan Wagner vom Medientrainingsinstitut intoMedia die Satisfaktionsfähigkeit des Duells der Kleinparteien: „Egal, wer von den beiden gerade eins auf die Pfeife bekommt, es ist immer der Richtige.“ (zit. in *profil*, 02.06.2006). Zwei Jahre später wurde zur Konfrontation zwischen FPÖ-Chef Heinz-Christian Strache und BZÖ-Gründer Jörg Haider mehr berichtet, als über das Kanzlerduell (vgl. *Plasser, Lengauer 2010a: 223*).

Die Lust an Unterhaltung – zumeist auf Kosten eines der Kandidaten – macht laut Journalisten, Medienberatern und

Wissenschaftlern den Erfolg der „TV-confrontations“¹³⁷ (Plasser, Ulram, Sommer 2003: 32) generell aus. „Ist der Wahlkampf spannend, schaut halb Österreich zu. Dümpelt er dahin, sind die Quoten im Keller“¹³⁸, so die Formel der Medien – ergo war 2006 ein spannendes Wahljahr.

Dazu kommt ein „Eigeninteresse der Medien“ (Renner 2007: 131), den Wahlkampf spannend und die Einschaltquote und Auflagen somit hoch zu halten: „Es folgt also der inneren Logik der Medien, den TV-Debatten größtmögliche Bedeutung zu verleihen“ (Renner 2007: 132), vor allem in Zeiten der ökonomischen Krise, die wegen des vehementer geführten Kampfes um Aufmerksamkeit von einer „Quotendiktatur“ (Wolf 2006: 10) geprägt ist. Vor allem für den ORF sei eine „Nationalratswahl sozusagen wie Weihnachten und Ostern an einem Tag“ (Renner 2007: 132), die Debatten bringen Quote, nämlich im Fall der Debatten 2006 das Zweieinhalbfache der üblichen Reichweite an diesem Sendeplatz (vgl. Renner 2007: 132).

4.4 Wirkung

„Bei knappen Ausgangssituationen, in denen Wahlsieg bzw. Niederlage von wenigen zehntausend Stimmen abhängen, können (...) solche Medienereignisse unter Umständen tatsächlich den Ausschlag geben“

Plasser, Ulram, Sommer¹³⁹

Bereits nach der ersten TV-Debatte 1960 wurde über die Wirkung der Duelle spekuliert: Studien stützen die These,

¹³⁷ Hervorhebung im Original

¹³⁸ *profil*, 06.09.1999a

¹³⁹ Plasser, Ulram, Sommer 2003: 19f

Kennedys Auftreten solle dem demokratischen Kandidaten Auftrieb gegeben haben (vgl. *Kirkpatrick 1979: 17*). „It is hard to find evidence that Kennedy's superior skills on television moved a lot of votes“ (*Plissner 2000: 133*) meint hingegen der langjährige CBS-Direktor der Politikredaktion Martin Plissner, weist aber darauf hin, dass unter Experten die Diskussion über die Wirkung bis heute andauere (vgl. *Plissner 2000: 133*). Zahllose wissenschaftliche Untersuchungen wurden allein in den USA zu dem Thema verfasst. Beweise eines eindeutigen Einflusses der Debatten auf das Wahlverhalten blieben dennoch aus; ein Umstand, der sich auch in Zukunft nicht ändern wird, kann doch nie objektiv geklärt werden, welches Wahlverhalten Menschen zeigten, hätten sie keine TV-Diskussion gesehen.

Aber: „Daß Fernsehen auf Wahlentscheidungen erheblich einwirkt, wird von niemandem ernsthaft bestritten“ (*Schneider 1999: 9*): „Most research supports the position that debates affect viewers' decision-making in some way“ (*McKinnon, Tedesco, Kaid 1993*), hielten auch McKinnon, Tedesco und Kaid bereits Anfang der letzten Dekade des vorigen Jahrhunderts fest.

Der US-Politologe Hrebennar, Kirkpatrick und in Österreich Renner sowie Filzmaier ergänzen, dass in Duellen mehr verloren als gewonnen werden kann. Zu dieser Erkenntnis kam man schon nach der ersten Debatte: „Kennedy did not necessarily win the debates, but Nixon lost them“, meinten Tannenbaum, Greenberg and Silverman 1962 (vgl. *McKinnon, Tedesco, Kaid 1993*).

Nicht die Inhalte hätten Nixon geschadet, sondern sein unvorteilhafter Auftritt (vgl. *Kirkpatrick 1979; Heinzl 2005: 25*). So soll Nixon denn gemeint haben: „Taking part at the debates was a mistake“, während Jahre später Jimmy Carter seine Teilnahme laut Online-Foren begrüßt haben

soll: „Wenn es die Debatten nicht gegeben hätte, wäre ich der Verlierer gewesen. Sie gaben mir Gelegenheit, mich als in internationalen wie inneren Angelegenheiten beschlagener Kandidat darzustellen.“ (vgl. *USA Wahl 2004 Online*¹⁴⁰)

Die Forschung rund um die Wirkung der Duelle greift vor allem auf Ergebnisse von Befragungen zurück: Laut CBS-Umfrage (zit. in *Kirkpatrick 1979: 17*) kurz nach der ersten US-amerikanischen TV-Debatte sollen 57 Prozent geantwortet haben, die Fernsehübertragung wäre ausschlaggebend für ihre Wahlentscheidung gewesen.

In Österreich bejahte 1994 die Hälfte der Österreicher, zumindest eines der Streitgespräche im ORF verfolgt zu haben, etwas mehr als jeder Fünfte (21 Prozent) von ihnen meinte gar, die TV-Übertragung habe direkten Einfluss auf sein Wahlverhalten gehabt (vgl. *Plasser, Ulram, Sommer 2003: 36*); 2002 gab jeder Fünfte an, dass die TV-Diskussionen zwischen den Spitzenkandidaten seine Wahlentscheidung beeinflusst hätten (vgl. *Filzmaier 2006: 25*), 2006 war es bereits jeder Dritte (siehe Abbildung 3: Einfluss der TV-Duelle auf das Wahlverhalten, Seite 154). Laut einer Umfrage von Karmasin Motivforschung zehn Tage vor der Nationalratswahl 2008 nannten 45 Prozent der Befragten die TV-Konfrontationen eine ihrer „Hauptquellen für die Wahlentscheidung“ (siehe Abbildung 5: Hauptquellen für Wahlentscheidung, NRW 2008, Seite 155) – nur 26 Prozent der Österreicher hatten 2008 kein einziges Duell gesehen (ein weiteres Prozent wollte sich dazu nicht äußern) (siehe Abbildung 4: Gesehene TV-Duelle, NRW 2008, Seite 154).

¹⁴⁰ USA Wahl 2004; <http://www.usa-election.de/> (14.07.2008); die Wissenschaftlichkeit der Quelle ist allerdings hinterfragenswert

Trotz all dieser Effekte würde die Wirkung der Konfrontationen aber überschätzt, meint Plasser vor der Nationalratswahl 2008 – nur bei drei bis fünf Prozent jener, die eine TV-Diskussion verfolgt hatten, würde jene zu einer echten „Konversion“ (also Änderung der Parteipräferenz für die kommende Wahl) führen (vgl. *Der Standard* 19.08.2008a).

Subjektiver Einfluss der Medien auf die persönliche Wahlentscheidung (Angaben in Prozent)	stark. Einfluss	etwas Einfluss	kein Einfluss
Aussagen der Spitzenkandidaten in TV und Radio	17	38	45
Gespräche mit Verwandten/ Bekannten oder Arbeitskollegen	12	25	63
Fernsehdiskussionen zwischen den Politikern	11	25	64
Kommentare und Analysen in Zeitungen und Zeitschriften	10	27	63
Veröffentlichungen von Meinungsforschungsergebnissen in den Medien	5	18	77
Plakate der wahlwerbenden Parteien	3	13	85
Wahlwerbesendungen in Fernsehen, Radio und Kino	3	12	85
Persönliche Gespräche mit Mitarbeitern einer Partei	3	9	87
Inserate in Tageszeitungen und Zeitschriften	2	10	89
Wahlveranstaltungen der Parteien	2	8	89
Briefe, Prospekte, Postwürfe der Parteien	1	8	91

Tabelle 14: Mediale Einflüsse auf die Wahlentscheidung 1999

Quelle: Fessel GfK (In: Plasser, Ulram, Sommer 2000: 161)

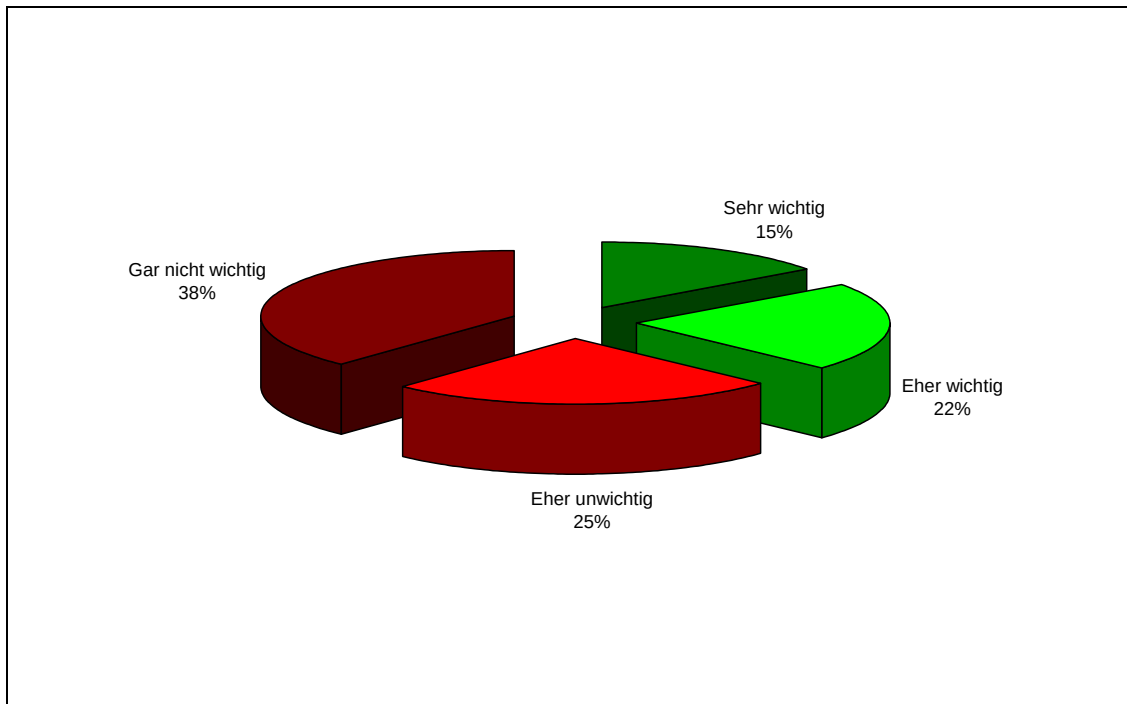


Abbildung 3: Einfluss der TV-Duelle auf das Wahlverhalten, NRW 2006

Quelle: OGM-Umfrage am 02.10.2006; N=500

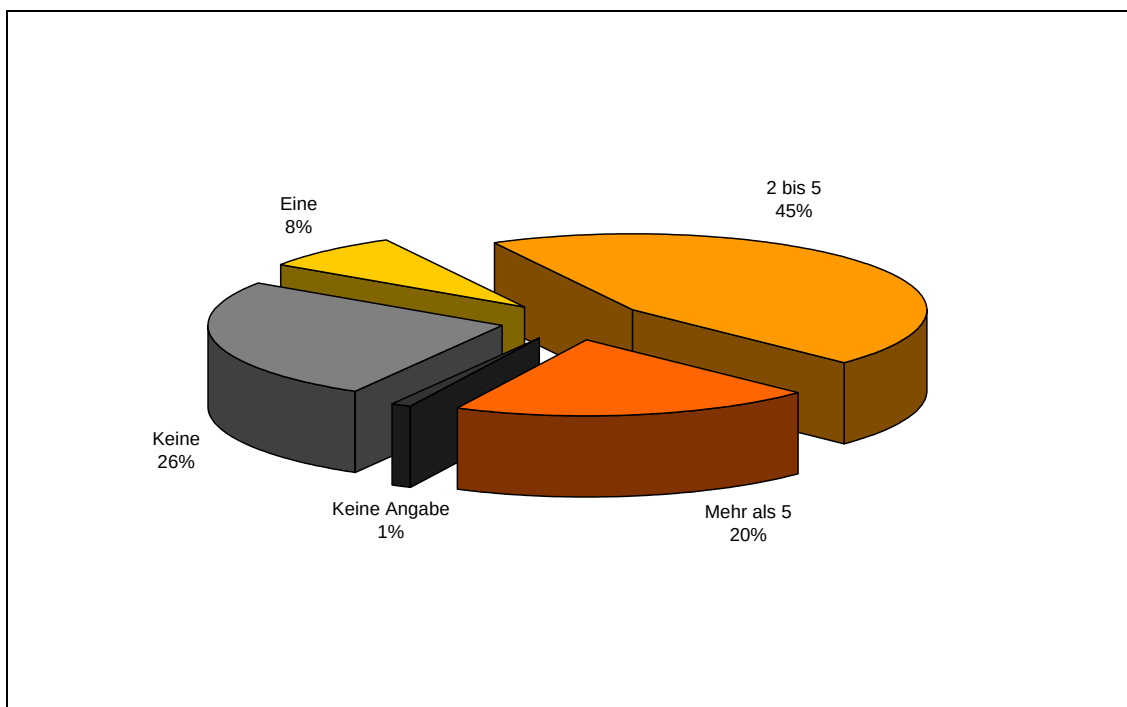


Abbildung 4: Gesehene TV-Duelle, NRW 2008

Quelle: SORA, Wahltagsbefragung im Auftrag des ORF; N=1200

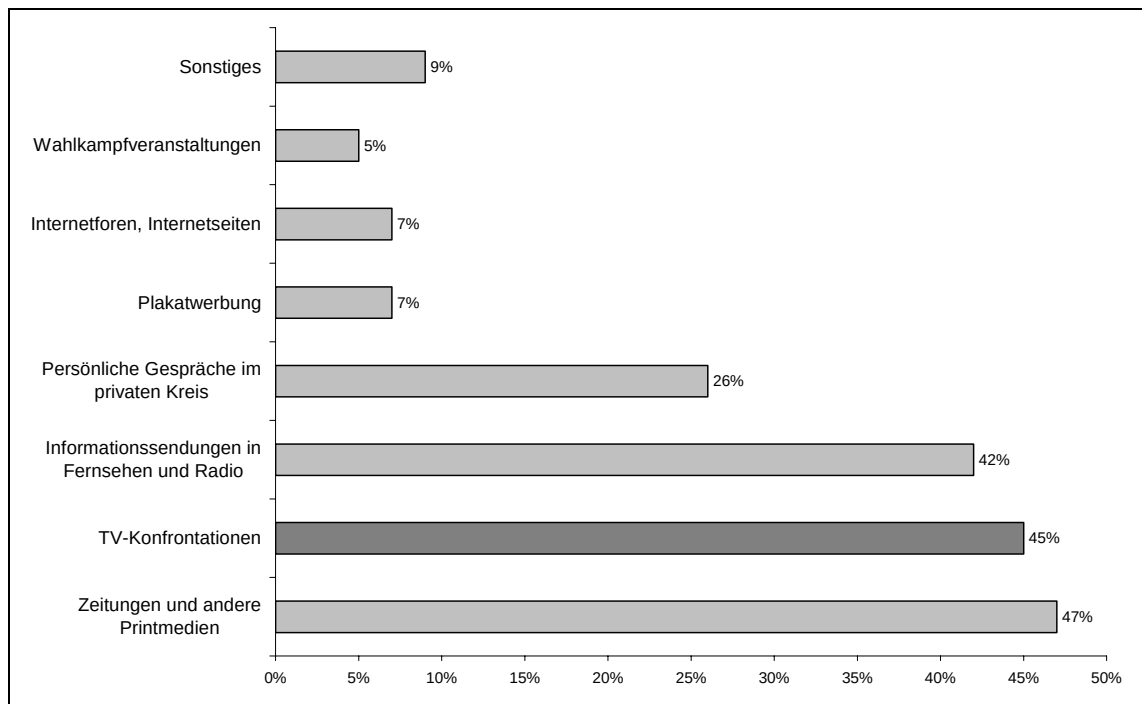


Abbildung 5: Hauptquellen für Wahlentscheidung, NRW 2008

Quelle: Karmasin Motivforschung, Umfrage am 17. & 18.09.2008; N=400

Großes Gewicht bei der Wahl des Gewinners hat laut US-Studien die Parteizugehörigkeit – so sehen Parteigänger ihren Kandidaten oft bereits vor dem Duell als Gewinner (vgl. McKinnon, Tedesco, Kaid 1993), sie würden sich in ihrer Annahme eher bestätigen lassen, als sie zu überdenken.

Nunmehr wird von fast allen Wissenschaftlern von einer Bestärkung der bereits davor vorhandenen Wahlabsicht ausgegangen, so genanntem *re-inforcement* – das Plasser, Ulram, Sommer mit der selektiven Wahrnehmung der Duelle durch die Rezipienten erklären: „Die persönliche Kandidatenpräferenz wirkt sich demnach stark auf die Bewertung der Kompetenz und Glaubwürdigkeit des eigenen Kandidaten aus“ (Plasser, Ulram, Sommer 2003: 35).

Von der Verstärkung der bereits vorhandenen Kandidaten- bzw. Parteienpräferenz spricht (laut Plasser, Ulram, Sommer 2003: 35) auch Uwe Dehm 2002 in „Fernsehduelle im Urteil

der Zuschauer“ zur deutschen Bundestagswahl; eine nähere Analyse der deutschen Erstduelle samt deren möglicher Effekte bietet Markus Klein (vgl. *Klein 2005: 143ff*).

In Österreich beschäftigen sich wissenschaftliche Arbeiten schon länger mit der Wirkung (etwa *Plasser, Sommer, Scheucher 1996: 97ff*); die größte Analyse für Österreich legten bislang Plasser, Ulram, Sommer (für die NRW 2002) vor. Sie greifen in ihrer Analyse weiter als nur bis zum *re-inforcement* (unter Bezugnahme auf Untersuchungen von Perloff, Schenk, Brady und Johnston) (vgl. *Plasser, Ulram, Sommer 2003: 27ff*):

- **Aktivierungseffekt**

Steigerung des Interesses für den Wahlkampf und Erhöhung der Bereitschaft, tatsächlich zur Wahl zu gehen

- **Politische Lerneffekte**

Erhöhung des Informationsstandes des einzelnen Wählers über die zentralen Themen des Wahlkampfes und die unterschiedlichen Lösungsansätze und Problemverständnisse der kandidierenden Parteien

- **Evaluierungs-Effekt**

Veränderung der Kandidatenbewertung, eventuelle Neubewertung des den Kandidaten zugeschriebenen Images
 – etwa Glaubwürdigkeit, Sympathie, Durchsetzungsfähigkeit

- **Priming-Effekt**

Aufmerksamkeitssetzung im Zuge des agenda-settings auf Themen, die Rezipienten später bei der Beurteilung der Kandidatenqualitäten als wichtiger erachten

- **Crystallization- bzw. Decision-Effekt**
Hilfestellung im persönlichen Entscheidungsprozess durch Verfestigung bereits bestehender Präferenzen
- **Konversions- bzw. Wechsel-Effekt**
Veränderung bzw. Abrücken von einer ursprünglichen Präferenz und Neuorientierung zu einer anderen wahlwerbenden Fraktion
- **Motivations- bzw. Demobilisierungs-Effekt**
Persönliches Erleben, massenmediale Bewertung und Rückmeldung aus dem sozialen Umfeld zum Duell beeinflussen die eigene Motivation (vgl. auch Aktivierungseffekt)
- **Freezing-Effekt**
Die Konzentration auf die TV-Duelle bewirkt einen Stillstand der restlichen Kampagne

Die politischen Akteure nutzen das TV (vgl. Experteninterview Kalina), „weil sie sich von ihm starke Wirkung erwarten“ (*Jarren, Sarcinelli, Saxer 1998: 126*), obwohl sich in den USA Hinweise manifestieren, dass das Fernsehen nicht das mächtigste Medium „in der Vermittlung von politischem Wissen bzw. von Themen der öffentlichen Diskussion [ist], noch bei Imageveränderungen, noch beim Einstellungswandel. Im Gegenteil: Tageszeitungen können offenbar Kenntnisse in jedem Falle besser vermitteln und ihre Leser politisch stärker aktivieren“ (*Jarren, Sarcinelli, Saxer 1998: 126*) – die Österreicher sahen das vor der NRW 2008 ähnlich (Abbildung 5: Hauptquellen für Wahlentscheidung, NRW 2008, Seite 155).

4.5 Diskussion der Diskussion

„Die Duelle haben sich totgelaufen. Sie sind ein Minderheitenprogramm. Umso wichtiger wird die Zeitungsberichterstattung am nächsten Tag.“

Imma Palme¹⁴¹

„Ein Großteil der Berichte über den Nationalratswahlkampf in den verschiedenen Printmedien stand im Zusammenhang mit den abendlichen Fernsehkonfrontationen“, (Posselt, Rieglhofer 2000: 209f) ergab die Analyse der Medienlandschaft während des Wahlkampfes 1999. 2006 zeigte ähnliche Ergebnisse: „Die TV-Konfrontationen sind ein Thema, das ab der sechsten Woche für medialen Diskussionsstoff sorgt und eine Woche vor der Wahl einen Spitzenwert von knapp 15 Prozent in der medialen Berichterstattung erreicht“ (Lengauer, Pallaver, Pig 2007: 135).

Analysen der Berichterstattung sind aber spärlich – Untersuchungen der TV-Duelle beschäftigen sich meist mit dem Auftreten der Kandidaten während derselben, oder mit der Frage nach der Wirkung der Debatten auf das Wahlverhalten der Rezipienten. Erhebungen zur medialen Reflexion der Duelle haben zwar in den USA Tradition – auch in Deutschland gibt es bereits erste Analysen der Berichterstattung über die Konfrontationen –, in Österreich ist die „Diskussion der Diskussion“ abgesehen von zwei Untersuchungen des Nationalratswahlkampfes 2008 in „Politik in der Medienarena“¹⁴² noch wissenschaftlich unerforscht.

¹⁴¹ Ifes-Meinungsforscherin in profil, 06.09.1999

¹⁴² Vgl. Plasser, Lengauer 2010 sowie Lengauer, Vorhofer 2010

Vor allem Journalisten meinten – das nimmt zumindest Kleinsteuber an –, dass die Duellwahl entscheidend sein könnten¹⁴³ (vgl. *Kleinsteuber 2006: 252*); in der Wissenschaft wird mittlerweile jedoch immer mehr davon ausgegangen, dass der Einfluss der TV-Duelle gleich auf mit jenem der journalistischen Nachbereitung (vgl. *Limbourg 2006: 260*) liegt, die Wirkung der Berichterstattung über die TV-Duelle sogar größer ist als jene der Debatten selbst (vgl. *Balzer, Geilich 2006: 27*). Die „Diskussion der Diskussion“¹⁴⁴ könne tatsächlich Veränderungen im öffentlichen Meinungsklima bewirken, werden auch Plasser, Ulram und Sommer zitiert (vgl. *Renner 2007: 132*). In der Politik wird schon seit Jahren von einem Zusammenspiel ausgegangen: „Der TV-Auftritt allein bringt nichts. Entscheidend ist die Kombination Fernsehen und Zeitungsnachlese.“ (Heinz Lederer, ehemals SPÖ-Kommunikationschef; zit. in *profil*, 06.09.1999a)

Schon 1960 kürten Tageszeitungen in *horse-race-journalism*-Manier Sieger der TV-Debatten (vgl. *Broadcasting*, 03.10.1960), trotz Kritik (vgl. *Kleinsteuber 2006: 254*) verstärkte sich der Trend. Nach wie vor wird weniger über die Inhalte, als vielmehr über Sieg und Niederlage berichtet (vgl. *Renner 2007: 131*): Die „Salzburger Nachrichten“ verglichen 2006 die Debatten mit Fußballspielen, „profil“ kürte Sieger nach Punkten, der „Kurier“ beurteilte die Kandidaten mit einem „Wahlometer“ – einer der Tachomat-Anzeige ähnelnden Grafik.

¹⁴³ Eine Annahme, die zumindest für österreichische Innenpolitikjournalisten nicht zutrifft: Hier gelten die Debatten im Allgemeinen als überbewertet, auch in den Medien als überrepräsentiert. Sie zu ignorieren, nicht zu kommentieren, will sich jedoch auch niemand leisten – es geht um schnelle und unterhaltsame Information, sowie darum, dem Leser das Gefühl zu geben, dabei gewesen zu sein und ihm eine Einordnung des Duells zu geben.

¹⁴⁴ (Plasser, Ulram, Sommer 2003: 34)

„Die Medienberichterstattung kann in den Tagen nach dem Duell die Urteile über den Ausgang der Duelle und der Kandidatenvorstellungen verändern“ (Balzer, Geilich 2006: 27). „Verbündete Politiker und Parteistrategen sind demzufolge am Folgetag beschäftigt, den jeweils eigenen Kandidaten möglichst lautstark zum Gewinner zu erklären“ (Filzmaier 2006: 26). Da viele Zeitungen aber bereits am Folgetag die Analyse der TV-Duelle im Blatt haben, also entsprechende Artikel direkt nach der Debatte – zum Teil sogar während der Konfrontation – verfasst werden, ist es entsprechend wichtig, gute *spin doctors*¹⁴⁵ und rasche Umfragen (nahe stehender Institute, sie küren den „Richtigen“ zum Sieger (vgl. APA 865, 21.09.2006 & APA009, 22.09.2006)) bei der Hand zu haben – Journalisten kennen das Procedere: „Nach jedem Fernsehduell der Spitzenkandidaten von SPÖ und ÖVP spielt sich dasselbe Ritual ab. Die den Roten oder Schwarzen nahe stehenden Meinungsforschungsinstitute erklären jeweils ihren Parteichef zum Sieger der Auseinandersetzung“, schrieb Dieter Kindermann, „Krone“-Innenpolitik-Urgestein, im September 2006 (Kronen Zeitung, 25.09.2006) –, zumal sich die Journalisten beim Verfassen ihrer Artikel zu den TV-Duellen „selten auf seriöse demoskopische Untersuchungen [berufen]. Zumeist waren es subjektive Eindrücke oder parteiinterne Umfragen mit fragwürdigen Samples“ (Posselt, Rieglhofer 2000: 210), kritisieren auch Posselt und Rieglhofer die journalistische Praxis – ohne genauer auszuführen, wie sie zu ihrem Ergebnis kommen¹⁴⁶.

¹⁴⁵ Oft schneide gut ab, wessen *spin doctors* nach der Debatte die Journalisten vom Sieg des eigenen Kandidaten zu überzeugen suchten (vgl. Hofer 2005: 7ff).

¹⁴⁶ Ein Ziel der vorliegenden Arbeit ist, diesen blinden Fleck zu beleuchten.

Filzmaier appelliert an die Medien, einen achtbaren Umgang sowohl mit der Meinungsforschung als auch der Kommentierung der Duelle zu pflegen – schließlich trügen sie eine große Verantwortung in der Politikvermittlung, haben die Journalisten in den Augen der Rezipienten doch „immer Recht, kraft ihrer Profession sozusagen“ (Renner 2007: 120):

„Entscheidend ist, dass das [Veröffentlichung der öffentlichen Meinung, Anm.] unabhängige Medien in seriöser Form tun. Die Bewertung von Fernsehdiskussionen als Fußballresultat (...) gehört nicht dazu. Macht das ein Meinungsforscher, ist es eine Umfrage mit der kleinstmöglichen Stichprobe („Ich mit mir selbst“) und einer Schwankungsbreite von 100 Prozent. Wenn wir ehrlich sind, entspricht das trotzdem der Erwartungshaltung auch des gebildeten Medienpublikums.“ (Filzmaier 2006: 32)

Filzmaier warnt auch vor der Auswahl bestimmter Ergebnisse durch die Parteien, um die Stimmungslagen zu steuern. Dies sei seiner Meinung nach „gefährlicher“ als der plumpe *Horse-Race*-Journalismus (vgl. Filzmaier 2006: 32). Es sei nämlich nicht bewiesen, ob es nicht einen *bandwagon*-Effekt gebe, also das „Aufspringen auf den Zug des Siegers“ (Filzmaier 2006: 32), beziehungsweise den *Fallbeil*-Effekt – eine Kleinstpartei könnte bei fallenden Umfragewerten noch weitere Stimmen verlieren, da die Wähler befürchten, ihre Stimme könnte wegen der Mindestprozentklausel verloren sein.

Beides wird von vielen Journalisten als gegeben betrachtet – Herbert Lackner, Chefredakteur des *profil*, etwa stellte im Laufe der elf Nationalratswahlen, die er

bisher als Innenpolitik-Journalist verfolgt hatte, die These auf, dass sich Stimmungstrends in den letzten Wochen eines Wahlkampfes verstärkten (sofern der Gewinnerpartei keine groben Schnitzer passierten – wie Wolfgang Schüssel 2006, als er über den seiner Meinung nach nicht vorhandenen Pflegenotstand sprach) – Lackners Formel: „Nichts macht erfolgreicher als Erfolg“.

Umso wichtiger wäre also objektive Berichterstattung über die TV-Debatten, da diese hohe Einschaltquoten verzeichnen – mehr als eine Million Menschen verfolgte das Kanzlerduell 2006 –, noch mehr Personen allerdings lesen Tageszeitungen – in immerhin 80 Prozent der heimischen Haushalte liegen sie auf, laut Media-Analyse 2009¹⁴⁷ werden jene von 75 Prozent der Österreicher gelesen.

Wie Journalisten zu ihren Einschätzungen kommen, ist nicht umfassend untersucht. Vor allem in den vergangenen Jahren, in denen sich der ökonomische Druck auf Medien verstärkt und sich die Arbeitsweise der Journalisten in Folge der weiteren Technologisierung (u. a. Redaktionssysteme, Internet, digitale Archive) stark gewandelt hat, fehlen Forschungsarbeiten.

Roland Burkart streifte das Thema in seiner 1983 am Institut für Publizistik und Kommunikationswissenschaft Wien veröffentlichten Rezeptionsanalyse der TV-Diskussion zwischen Bruno Kreisky und Alois Mock aus demselben Jahr: „Politikerdiskussionen im Fernsehen“. Er ging darin zwar auf den Stellenwert von TV-Politikerdiskussionen für den politischen Kommunikationsprozess aufgrund des ihnen entgegengebrachten Interesses ein, die Untersuchung liefert

¹⁴⁷ Online abrufbar: <http://www.media-analyse.at/studienPublicPresseTageszeitungTotal.do?year=2009&title=Tag eszeitungen&subtitle=Total> (03.05.2010)

jedoch nur allgemeine Informationen zum Rezeptionsprozess der TV-Duelle – diese gelten nur teilweise auch für Journalisten, da diese Charakter, Persönlichkeit und Politikverständnis nicht völlig unterdrücken können, es jedoch zumindest ansatzweise versuchen, um sich der Objektivität anzunähern (vgl. Experteninterview Fink, Fritzl) – Qualitätsjournalismus gleicht somit einer Limes-Rechnung: Objektivität wird angestrebt, sie kann jedoch nie erreicht werden.

Bereits vor über vierzig Jahren entwickelte Gerhard Maletzke das „Feldschema der Massenkommunikation“ (vgl. Maletzkes "Feldschema der Massenkommunikation", Abbildung 6, Seite 164) in dem er die verschiedenen Einflüsse zwischen der Findung eines Themas bis hin zur Rezeption der kommunizierten Information beschreibt.

Diese Betrachtungsweise scheint zwar umfassend, ist für nachfolgende Untersuchung aber mehr Denkanstoß denn tatsächlicher Zugang. Zwar wirken auf die Journalisten tatsächlich jene Faktoren wie Selbstbild, Institution (also das Medium und dessen Leitlinie), sowie soziale Beziehungen ein, doch sollen diese in ihrer Gesamtheit aus Zeit- und Machbarkeitsgründen für diese Untersuchung nicht detailliert herangezogen werden. Bemerkenswert ist allerdings der bei Maletzke „Stoffauswahl / Gestaltung“ genannte Punkt.

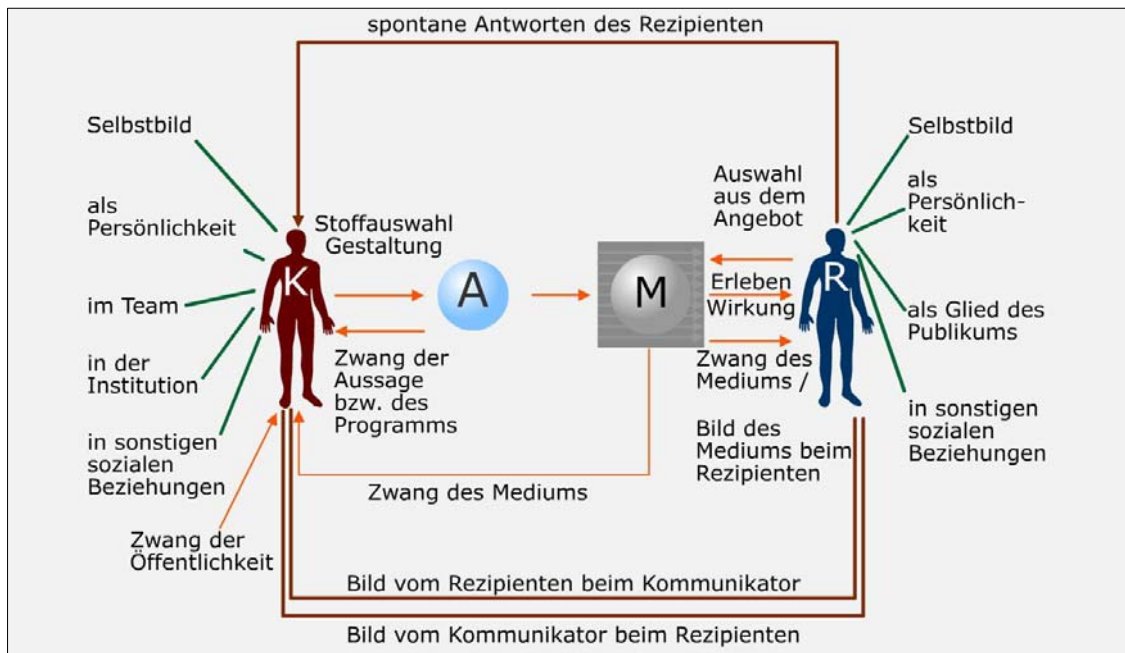


Abbildung 6: Maletzkes "Feldschema der Massenkommunikation"

Quelle: Universität der Künste Berlin¹⁴⁸

Zur Frage nach der Auswahl, nach den überindividuellen Kriterien, gibt es einige Untersuchungen. War man früher davon ausgegangen, dass in Demokratien mit Medienvielfalt und der damit einhergehenden Vielfalt der darin beschäftigten Personen auch ein Pluralismus bei den in den Medien berichteten Themen einhergehe, so erkannte man in den Sechzigern kulturübergreifende Gemeinsamkeiten in der politischen Berichterstattung und folglich die Bedeutung von so genannten Leitmedien, deren Themenwahl und Sicht von anderen Medien übernommen wurde, wie die Untersuchung von Winfried Schulz "Politische Primärfunktionen der Massenmedien" aus 1995 zeigt.

(vgl. Jarren, Sarcinelli, Saxer 1998: 122)

Diese Gemeinsamkeiten werden teilweise auf die im Journalismus besonders starke Kollegen-Orientierung¹⁴⁹

¹⁴⁸ http://www.gwk-udk-berlin.de/sites/gwk-udk-berlin.demyzms/content/e4/e18/e87/e11095/e11096/mat_vermat11166/Maletzke_FeldschemaderMassenkommunikation.doc (23.11.2007)

zurückgeführt: Ihretwegen „bilden sich im Journalismus in kürzester Zeit medienübergreifende Vorstellungen vom Charakter und von der Wichtigkeit aktueller Ereignisse, die man als *Gruppen-Normen* bezeichnen kann“¹⁵⁰ (Donsbach 1982: 39).

Schulz nannte bereits 1976 Nachrichtenfaktoren wie Status und Prominenz der Akteure, räumliche und kulturelle Nähe des Ereignisses sowie Personalisierung, Unerwartetes und Schaden, welche die Aufnahme einer Information in die Berichterstattung begünstigten (vgl. Pfetsch, Perc 2004: 40). Überdies stellte man laut Saxer „gemeinsame professionelle Gewichtungsprinzipien wie Personalisierung, Überraschung, Betonung von Krisen und (...) Politiker als Personen“, die wachsende Bedeutung von symbolischer Politik auf Kosten der Sachthemen, sowie in den USA die Tendenz hin zur Betonung des Wettkampfespektes eines Wahlkampfes fest (Jarren, Sarcinelli, Saxer 1998: 122f). Diese Entsachlichung und *game*-Zentrierung der Politikberichterstattung hat zwischenzeitig auch Österreich erreicht: Sachpolitische Inhalte werden in der redaktionellen Wahlkampfberichterstattung zunehmend von Analysen der Wahlkampfstrategie, -dynamik und einer Einordnung der wahlwerbenden Kandidaten in Gewinner und Verlierer in Manier des *horse-race-journalism* abgelöst, wie die Untersuchung des Nationalratswahlkampfes 2008 zeigt (vgl. Lengauer, Vorhofer 2010: 155ff).

Während die journalistische Aufarbeitung von TV-Duellen durch Journalisten nach wie vor nicht hinreichend untersucht ist (diese Arbeit schließt hier eine Lücke),

¹⁴⁹ Journalisten beginnen den Tag mit der Rezeption journalistischer Arbeit von Kollegen (vgl. Donsbach 1982: 39), in ihrem Berufsalltag, der sich in Österreich oft mit Privatleben verschränkt, treffen Innenpolitikjournalisten ebenfalls wieder auf Kollegen und Politiker.

¹⁵⁰ Hervorhebung im Original

wurden die „faire Darstellung“ und der „ausgewogene Zugang“ von Journalisten – vorwiegend auf Betreiben der Parteien und Regierungen – besonders im Falle des Fernsehens schon gründlich untersucht, somit auch die der TV-Duelle, bis hin zur Kameraeinstellung, so Saxer und nennt Studien zum TV-Wahlkampf: Für Deutschland von Klaus Schönbach aus 1991, „Mass media and election campaigns in Germany“, und für die USA jene von Garrett J. O’Keefe und Erwin L. Atwood aus 1981, „Communication and election campaigns“ (vgl. Jarren, Sarcinelli, Saxer 199: 122).

So fair die Darstellung und so ausgewogen der Zugang auch sein mag, objektiver Journalismus bleibt eine Utopie. Journalisten sind Subjekte und handeln als solche, wie der folgende Exkurs zeigt.

5 Exkurs: Mentale Modelle und Rezeption

„Die Wahrnehmung ist vom Wahrnehmenden nicht zu trennen: Wir glauben, was wir sehen – wir sehen aber meist nur das, was wir glauben.“ Maximilian Gottschlich¹⁵¹

„Wahrnehmungen (...) folgen unseren bewußten, aber auch unbewußten Absichten und Erwartungen. (...) Die Dinge haben kein von uns – die wir die Dinge wahrnehmen und als wahr annehmen – unabhängiges Dasein.“ (Gottschlich 1999: 1)

Die Sozialwissenschaft nähert sich diesem Phänomen im Rahmen der mentalen Modelle. Sie bestimmen unser Denken und Handeln, unsere Interpretationen und Schlussfolgerungen. Sie prägen unser Leben, sind sie doch ganzheitliche Vorstellungen von komplexen Sachverhalten, eine „fest verwurzelte Ansicht darüber, wie die Welt funktioniert“ (Grasl 2003: 2¹⁵²). Die mentalen Modelle jedes einzelnen filtern die gewonnenen Informationen, helfen ihm, sie zu interpretieren und Entscheidungen zu treffen.

Manche der mentalen Modelle eines Menschen sind explizit, etwa Pläne oder Vorgehensweisen, andere implizit, wie Prioritäten und Visionen (vgl. Grasl 2003: 2f).

Mentale Modelle beeinflussen nicht nur bloß unsere Sicht der Welt, aus ihnen ergeben sich auch Erwartungshaltungen. Sie sind der Schlüssel zu unserem Verhalten, Denken, zu unseren Grundsätzen: „Erwartungen und

¹⁵¹ In: Gottschlich 1999: 1

¹⁵² Online abrufbar:

http://www.transentis.com/information/veroeffentlichungen/grasl-meisterschaft.pdf/at_download/file (04.06.2008)

Überzeugungen bringen wiederum neue Wahrnehmungen hervor“ (Gottschlich 1999: 1), denn Wahrnehmung ist ein Prozess, in den „auf einer sehr tiefen unbewußten Ebene Sinn, Motivation und emotionale Reaktion einfließen“ (J. W. Hayward zit. in Gottschlich 1999: 3) – implizite mentale Modelle also. Sie bestimmen unsere gesamten Wahrnehmung(en) – also auch im Wahlkampf, sowie vor, während und nach der Rezeption von TV-Duellen, und im Falle von Journalisten auch während der journalistischen Verarbeitung der Duelle.

Oft sind mentale Modelle unterbewusst; nur wenige arbeiten aktiv an ihren mentalen Modellen wie Projekt- und Wissensmanager. Unbewusst – also passiv – verändern, erweitern, verbessern, aktualisieren alle ständig ihre mentalen Modelle: mit jeder Erfahrung, jedem neu gewonnenen (Schein-)Wissen. Im Bereich der Sozial- und Teamkompetenzen wird mittlerweile der Erforschung des Dialoges¹⁵³ und damit verbunden der mentalen Modelle zunehmend Interesse gewidmet (vgl. Lehrangebot der Johannes Kepler Universität Linz, Universität Koblenz).

Um mentale Modelle aufbauen zu können, müssen die wahrnehmbaren Vorgaben verstanden (durch den Verstand, Intellekt verarbeitet) werden. Die Deduktion läuft in drei Schritten ab:

1. Der Mensch benutzt sein Wissen, um die Vorgaben zu verstehen. Um die so erlangten Informationen baut er ein Modell auf.
2. Anschließend leitet er weitere Informationen aus seinem Modell ab, die in der ursprünglichen Information nicht explizit enthalten waren.

¹⁵³ Eine Einführung: David Bohm (Hrsg: Lee Nichol) (1998): Der Dialog. Das offene Gespräch am Ende der Diskussionen. Klett-Cotta: Stuttgart

3. Abschließend versucht er sein im zweiten Schritt erweitertes Modell zu widerlegen. Gelingt ihm dies nicht, nimmt er fortan seine aufgestellte Behauptung als gültig an.

(vgl. Johnson-Laird, Byrne in Obermaier 2004)

Bereits 1978 beschäftigten sich die Vorreiter am Gebiet der mentalen Modelle Walter Kintsch und Teun A. van Dijk in ihrem Essay „Toward a model of text comprehension and production“, publiziert in der „Psychological Review“, Ausgabe 85, mit der Verarbeitung mehrerer zusammenhängender Informationen: Sie präsentierten ein Modell der propositionalen Textverarbeitung: Ein Text wird in mehreren Durchläufen verarbeitet, d. h. einzelne Propositionen (Aussagen, Informationskomplexe) separat behandelt. Werden alle Propositionen verstanden – oder die Lücken durch so genannte Interferenzen, also Schlussfolgerungen, geschlossen – wird laut Kintsch und van Dijk der gesamte Text verstanden. *(vgl. Moser 2003¹⁵⁴)*

Dass das Verstehen komplexer Inhalte doch etwas komplizierter abläuft, als es das eben beschriebene Modell vorsieht – additives Verstehen einzelner Propositionen, die alle gleich behandelt werden – zeigten verschiedene Versuche von A. M. Lesgold, S. F. Roth und M. E. Curtis, sowie von A. J. Sanford und S. C. Garrod nur wenige Jahre später *(vgl. Moser 2003)*.

Mentale Modelle entstehen langsam: Der oben beschriebenen Deduktion folgend baut der Rezipient mit den ersten Informationen, die er empfängt, ein Modell auf, aus dem er anschließend Informationen ableitet *(vgl. auch*

¹⁵⁴ Online abrufbar unter:

http://www.symbolforschung.ch/files/pdf/karin_moser.pdf (04.06.2008)

Obermaier 2004), in Folge entstehen neue Erwartungshaltungen – basierend auf den Erfahrungen seines Lebens, dem bis dahin gewonnenen Wissen und der aktuellen Information, die wiederum seine weitere Wahrnehmung beeinflussen. Menschen errichten also rund um gewonnene Informationen eine Vorstellung, ein Gedankenkonstrukt, das weit darüber hinausgeht, was die Information tatsächlich bedeutet. Es werden nicht nur explizite Informationen verarbeitet, sondern implizit „auch automatisch Annahmen über die Konsistenz und Kongruenz von Situationen und Inhalten angenommen“, wie es Karin S. Moser in ihrem Essay „Mentale Modelle und ihre Bedeutung. Kognitionspsychologische Grundlagen des (Miss-)Verstehens“ beschreibt. So entsteht ein mentales Modell der Welt. (vgl. *Obermaier 2004*)

Sanford und Garrod nennen die oben beschriebenen mentalen Modelle „Szenarien“. Erhält jemand eine Information, sucht er unterbewusst nach einem passenden Szenario – die Erwartungshaltung setzt ein. Jede weitere Information, die der Rezipient erhält, versucht er auf das abgerufene Szenario zu beziehen und entsprechend zu ergänzen. Mit jedem Erleben und Prozess des Erlernens, Erfahrens ändern sich diese Szenarien, mentalen Modelle, oder „Situationsmodelle“, mit denen Kintsch und Van Dijk Anfang der Achtziger ihr propositionales Modell ergänzt hatten. Sozialpsychologin Moser folgend wird weiters nur noch von mentalen Modellen gesprochen, da die Unterschiede zwischen den hier genannten Modellen äußerst gering sind. (vgl. *Moser 2003*)

Durch das Abrufen der mentalen Modelle bei der Verarbeitung neuer Informationen fließen auch Vorurteile in die Analyse der aktuellen Situation ein. Diese

Voreingenommenheit wird in der Literatur als *Bias* beschrieben (vgl. Obermaier 2004).

Der *Belief Bias* geht davon aus, dass Personen ihrer Ansicht nach glaubwürdige Schlussfolgerungen unglaublicheren vorziehen – im dritten Schritt der Deduktion weniger intensiv nach widerlegenden Modellen suchen (vgl. Obermaier 2004)¹⁵⁵.

Der Konterpart dazu, der *confirmation bias*, bezeichnet die „Bestätigungstendenz“ des Menschen: Er tendiert dazu, nach Informationen zu suchen, die seine Ansichten bestätigen, und jene zu meiden, die sie widerlegen. Laut Obermaier bietet die Literatur keine hinreichende Erklärung dafür; das Gros der *science community* geht aber davon aus, dass der eigenen Hypothese widersprechende Informationen mehr beachtet und folglich kritischer betrachtet und so eher widerlegt werden. (vgl. Obermaier 2004)

Wird die Konsistenz oder Kongruenz eines mentalen Modells unterbrochen, bei der Rezeption eines TV-Duells etwa durch Themenwechsel oder unerwartete Situationen, wird die mentale Verarbeitung verzögert (vgl. Moser 2003): Die Erwartungshaltung muss überarbeitet werden. Dies erfordert Zeit und Kapazität und somit Aufmerksamkeit.

¹⁵⁵ Als Beispiel nennt Obermaier einen Versuch, bei dem Personen gebeten wurden, logische Folgerungen anzustellen: Aus der Vorgabe „Alle Franzosen sind Weintrinker. Einige Weintrinker sind Gourmets“ leiteten „viele“ ab, dass „einige Franzosen Gourmets sind“, weil sie dies für glaubwürdig erachteten. Tatsächlich ist dieser Schluss unzulässig, wie Obermaier mit einem weiteren Beispiel belegt: „Alle Franzosen sind Weintrinker. Einige Weintrinker sind Gourmets“. Analog müsste es also lauten, „einige Franzosen sind Italiener“ – eine Behauptung, die nur wenige Personen aufstellten. (vgl. Obermaier 2004)

Basierend auf diesem Wissen, könnte davon ausgegangen werden, dass Geschehnisse während der TV-Debatten, die nicht der Erwartungshaltung (aber eventuell den unterbewussten subjektiven Wünschen des Betrachters) entsprechen, eher Eingang in die journalistische Berichterstattung darüber finden: Was den Journalisten selbst überrascht (und zugleich vielleicht seine Wünsche bestätigt), seine Aufmerksamkeit erfordert, Zeit in Anspruch nimmt, interessiert ihn und erhält bei ihm den Status des Berichtenswerten¹⁵⁶.

Die mentalen Modelle von Journalisten, die wesentlich häufiger – auch direkten – Kontakt zu Politikern haben, unterscheiden sich massiv von jenen der übrigen Rezipienten der TV-Duelle: Journalisten haben durch ihre Profession ein weitaus feiner elaboriertes Szenario Politiker und Politik betreffend als Durchschnittsbürger. Sie gelten deshalb auch als Meinungsmacher, vor allem, wenn sie für eines der Leit- oder Prestigemedien arbeiten (vgl. Jarren, Donges 2006: 184): Rezipienten der TV-Duelle lesen später zumeist die Artikel über die TV-Duelle – zum einen, so wurde erhoben, um sich ihre eigenen Meinung bestätigen zu lassen, zum anderen aus Interesse, wie „Professionisten“ (Journalisten und Kommunikationsexperten) das Duell wahrgenommen haben (Gespräch Meinungsforscher Bachmayer). In Anlehnung an Noelle-Neumanns Theorie der sozialen Bestrafung durch Isolation bei von der Mehrheit abweichender Meinung und Erfahrungen der Demoskopen kann davon ausgegangen werden,

¹⁵⁶ Etwa im Präsidentschaftswahlkampf 2004, als sich Heinz Fischer und Benita Ferrero-Waldner um das höchste Amt bewarben: profil-Chefredakteur Herbert Lackner zeigte sich erstaunt über das „gute Abschneiden“ von Ferrero-Waldner bei der Diskussion am 19. April auf ATV – um wenig später den Grund dafür zu nennen: Er hatte damit nicht gerechnet. Andere Medien, die über das Aufeinandertreffen berichteten, hatten wohl eine anders ausgeprägte Erwartungshaltung – sie lobten Fischer (siehe dazu u. a. *Der Standard*, 20.04.2004).

dass über den Ausgang des TV-Duells Unentschlossene dazu tendieren, die Sicht der (scheinbaren) Experten und (scheinbaren) Mehrheit – also die über die Medien vermittelte – zu übernehmen. Weiters ändert sich durch die Rezeption der Artikel auch, wie oben beschrieben, das mentale Modell die TV-Duelle und Teilnehmer daran betreffend.

Mentale Modelle, also auch Animositäten, Tagesverfassung, persönliche Neigungen haben Auswirkungen auf das Verhalten der Diskutanten während des Duells, das Verhalten der Moderatorin währenddessen und die Erwartungshaltung der Zuseher, die wiederum starken Einfluss auf das subjektive Empfinden während des Rezipierens hat: Werden Erwartungshaltungen erfüllt oder nicht? Auch die persönlichen Vorlieben des Zusehers spielen eine nicht zu unterschätzende Rolle. Die meisten Studien in den USA gehen von einer *re-inforcement*-Wirkung der TV-Duelle aus: Die Zuseher lassen sich durch das Duell in ihrer ohnehin schon gefällten Wahlentscheidung bestätigen – ein zweiseitiges Schwert: Der eigene Favorit wird meist viel genauer beobachtet, als der Gegner, der ohnehin nicht gewählt werden sollte. „There is nothing to gain, but a lot to lose“, fasst US-Politologe Ron Hrebenar (*Gespräch Hrebenar*) zusammen. Auch Experten des deutschsprachigen Raums sehen in den TV-Duellen für Politiker mehr Gefahr denn tatsächlichen Nutzen:

Zuseher lassen sich in den TV-Duellen meist in ihrer Wahlentscheidung bestätigen. Wirkt ein Politiker aber doch nicht so wie (unbewusst durch die mentalen Modelle) erwartet, kann die Wahlentscheidung überdacht werden. Der umgekehrte Fall, dass Politiker in den Duellen so stark

überzeugen können, dass es sich positiv auf das Wahlverhalten auswirkt, ist laut Experten eher selten.

Wie Filzmaier in seinem Blog auf der Internetpräsenz der Salzburger Nachrichten im Sommer 2008 festhält, „ist die Gefahr, im TV-Duell sein Image zu ruinieren, ungleich größer als die Chance, mit grenzgenialer Attraktivität zu punkten“¹⁵⁷.

Zudem machen sich – das ergaben mehrere Untersuchungen – Zuseher bereits innerhalb der ersten Sekunden des Duells „ihr Bild“ von den Kandidaten: „Evidenz auf einen Blick“ nennt das der deutsche Psychologe Siegfried Frey. (vgl. Renner, 2007)

Dies müsste folglich auch für Journalisten gelten, die – trotz eventueller Versuche, möglichst objektiv zu sein – Subjekte bleiben, die auf ihre mentalen Modelle zurückgreifen.

¹⁵⁷ Online abrufbar (14.01.2010):
<http://mein.salzburg.com/blog/wirtschaft/2008/08/fernsehduelle-zwischen-anspruch.html>

Teil 2

Empirie

6 Umfeld der TV-Duelle

Die TV-Duelle sind das Konzentrat der Mediendemokratie: Das sich laut Filzmaier selbst verwaltende Wahlvolk (vgl. *Filzmaier 2006: 9*), das in letzter Konsequenz herrscht, informiert sich in seinem Leitmedium (vgl. *Wolf 2006: 10*), über die von ihm gewählten und zu wählenden Herrscher. Nie ist politische Kommunikation, die laut Machnig ohnehin Schlüsselerfordernis der Demokratie ist (vgl. *Machnig 2002: 146*), wichtiger als in den letzten Wochen vor dem Urnengang – was sich auch an den Ausgaben der Parteien für ihre Kommunikation (vgl. *APA0421, 29.09.2006*) und dem Umfang der bisher betriebenen wissenschaftlichen Forschung dazu (vgl. *Sarcinelli, Geisler 2002: 153*) ablesen lässt. Parteien informieren, aber instrumentalisieren auch – a priori nicht politische Themen werden von ihnen politisch aufgeladen und besetzt.

Politikberichterstattung rückt dadurch noch mehr in den Fokus der Journalisten und somit der Rezipienten: Was in den Medien nicht vorkommt, ist – angelehnt an Theis-Berglmair (vgl. *Theis-Berglmair 2001: 66*) – von zu geringer Importanz. Es dringt nicht zur Masse der Rezipienten durch, jener ist es damit, so weder mittelbare noch unmittelbare Betroffenheit vorliegt, unbekannt und somit irrelevant. Die Themenauswahl durch die Journalisten gewinnt dadurch weiter an Gewicht¹⁵⁸ – sie kann bei knappen Ausgangslagen Wahl entscheidend sein: 2006 brachte laut Meinungsforscher Wolfgang Bachmayer etwa die Debatte um einen

¹⁵⁸ Nur bei den TV-Duellen haben Vertreter der Parteien zumindest die Chance, von Journalisten ungefiltert ihre Themen zu präsentieren.

Pflegenotstand, die durch einen Bericht im Standard entfacht wurde, die ÖVP um den sicher geglaubten Sieg.

Die TV-Debatten finden beeinflusst von den aktuellen Geschehnissen statt. Für ihre Analyse ist das Wissen um die Vorkommnisse also unerlässlich.

Schon bisher waren die TV-Debatten als Höhepunkt des Wahlkampfes mehrfach untersucht worden – in Zeitungen von Journalisten und Medienexperten sowie in wissenschaftlichen Arbeiten (vgl. die vorangegangenen Kapitel). Oft aber waren dies beziehungslose Untersuchungen: Entweder behandelten sie nur einzelne Duelle oder auch nur einzelne Wahlkämpfe. Es fehlte der Rahmen, um sie einzuordnen – also sowohl eine Untersuchung der den Duellen zu Grunde liegenden Regelwerke, eine Analyse der Vorbereitungsmaßnahmen durch die Parteien, als auch eine Betrachtung der nachfolgenden Print-Berichterstattung über die Konfrontationen; aufbauend auf dem Wissen um das im jeweiligen Wahlkampf aktuelle Geschehen.

Im zweiten Teil dieser Arbeit werden ausgewählte TV-Duelle der Nationalratswahlen 2006 und 2008 – und ihr Umfeld – entsprechend untersucht: Was bestimmte die politische Debatte außerhalb des TV-Studios? Wie bereiteten sich die Parteien auf die TV-Konfrontationen vor? Wie unterscheiden sich die österreichischen Debatten von jenen in Deutschland und der USA? Welche Regeln liegen ihnen zu Grunde? Wie und was berichten Journalisten von den Debatten?

Die folgenden Kapitel zeichnen somit die Alleinstellungsmerkmale als auch die Übereinstimmungen der österreichischen TV-Duelle im Kontext der Debatten in Deutschland und den USA.

6.1 Nationalratswahl 2006¹⁵⁹

6.1.1 Die politische Lage 2006

Die ÖVP unter Wolfgang Schüssel hatte bei der NRW am 3. Oktober 1999 hinter SPÖ und FPÖ nur den dritten Platz errungen. Dennoch wurde Schüssel – entgegen seiner Wahlkampfansage, bei einem derartigen Wahlergebnis in Opposition zu gehen – Kanzler. Die 30 Jahre andauernde Hegemonie der Sozialdemokraten endete, als Schüssel die umstrittene und international geächtete Koalition mit der FPÖ einging¹⁶⁰. Nach der vorgezogenen NRW 2002 erfuhr die so genannte *Wenderegierung* eine Bestätigung: Am 24. November 2002 erreichte die ÖVP mit 2.076.833 Wählerstimmen (42,3 Prozent) den ersten Platz¹⁶¹. Schüssel setzte seine Zusammenarbeit mit der FPÖ fort, obwohl sein Vertrauen in die Verlässlichkeit seines Koalitionspartner nach dem freiheitlichen Parteitag von Knittelfeld im September 2002, den dem Vernehmen nach manche FPÖ-Politiker um Jörg Haider und Ewald Stadler für einen Putsch gegen einige blaue Regierungsmitglieder nutzten, gelitten haben dürfte: Schüssel hatte nach „Knittelfeld“ die Schwäche der FPÖ gesehen und Neuwahlen ausgerufen, die sie mit einem Stimmenzuwachs von 15,4 Prozentpunkten gewann. Diese Gewinne verdankt die ÖVP vor allem Stimmen, die „von der implodierten FPÖ kamen“ (Plasser, Ulram 2007a: 20). Die SPÖ, nach der NRW 1999 noch stimmstärkste Fraktion, kam mit 36,51 Prozent nur auf Platz zwei, die FPÖ rutschte mit

¹⁵⁹ Die folgende Zusammenfassung basiert, so nicht anders angegeben, auf Hofer, Tóth 2007: 185ff und Plasser, Ulram 2007a: 20ff

¹⁶⁰ Vgl. dazu auch <http://www.datum.at/7808/stories/5018624> (17.11.2010)

¹⁶¹ Bundesministerium für Inneres; http://www.bmi.gv.at/cms/BMI_wahlen/nationalrat/2002/Gesamtergebnis.aspx (03.05.2010)

knapp zehn Prozent auf den dritten Platz (siehe Abbildung 7: Endergebnis der NRW 2002, Seite 179).

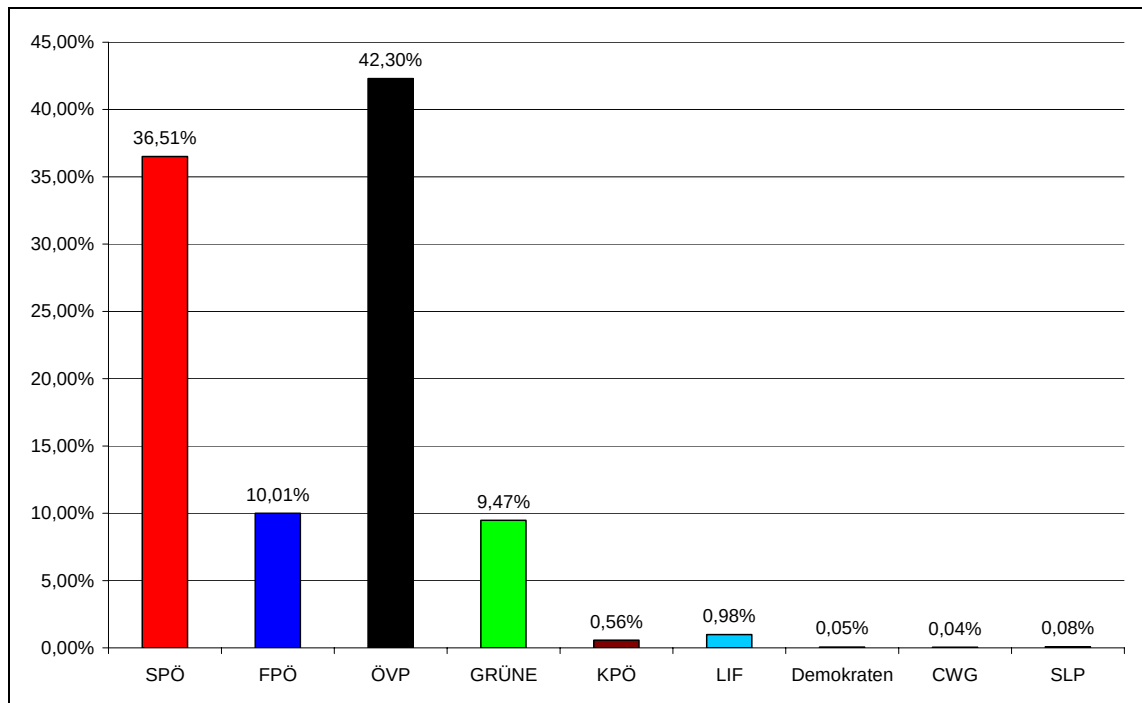


Abbildung 7: Endergebnis der NRW 2002

Quelle: BMI

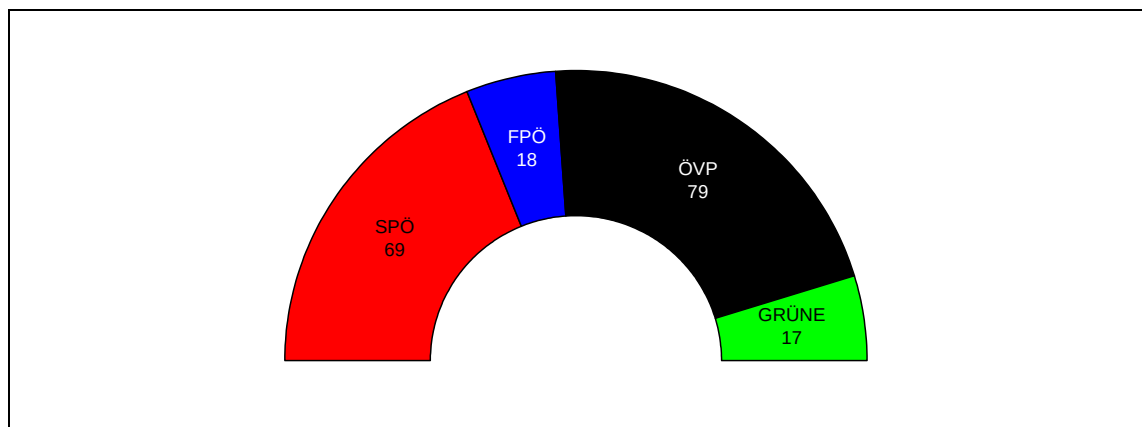


Abbildung 8: Mandatsverteilung NRW 2002

Quelle: BMI

Im Frühjahr 2005 spaltete sich die FPÖ: Als Gründe nennen Beobachter „wahlpolitische Misserfolge“, „eher

problematisches personelles und inhaltliches Erscheinungsbild im Bund“, „immer offensichtlicher werdende Richtungskonflikte“ und die „personellen Querelen in der Partei“ (*Plasser, Ulram 2007a: 21*). Jörg Haider gründete das Bündnis Zukunft Österreich, kurz BZÖ, sein politischer Ziehsohn Heinz-Christian Strache übernahm die FPÖ. Die Bundesregierung war fortan Schwarz-Orange, die Wähler folgten Haider außerhalb Kärntens jedoch nur in überschaubaren Maßen.

6.1.2 Der Wahlkampf 2006

Mit dem Debakel der Gewerkschaftsbank Bawag, das die SPÖ aufgrund der Verunsicherung von Teilen der gewerkschaftsnahen Stammwählerschaft in den Umfragen hinter die ÖVP fallen ließ (*vgl. Plasser, Ulram 2007a: 21*), hatte die Volkspartei schon im Frühjahr 2006 das Hauptmotiv ihrer Wahlkampfstrategie der im Herbst abzuhaltenden NRW gefunden, bestätigte Bundeskanzler Wolfgang Schüssel im April desselben Jahres (*vgl. Hofer, Tóth 2007: 185ff*): Die Volkspartei zieh einerseits die SPÖ der Unfähigkeit zu wirtschaften (*vgl. Tóth 2007: 105*), zugleich gerierte sich Spitzenkandidat Schüssel als Retter der Bank: Anfang Mai beschlossen Bund, Nationalbank, Banken und Versicherungen im Kanzleramt eine Finanzhilfe für die Bawag; der Bund etwa in Form einer befristeten Garantie über 900 Millionen Euro. Abseits dieses Hauptmotivs adaptierte Schüssels Team die personalisierte Positivkampagne des Jahres 2002 („Weil er's kann.“) etwas: Auf den Plakaten 2006 war abermals Schüssel das zentrale Motiv, der Slogan „Österreich. Hier geht's uns gut“ blieb ohne konkrete politische Handlungsvorschläge. „Der weitgehende Verzicht der ÖVP auf die Präsentation und

Kommunikation substantieller Vorschläge zur Zukunftsbewältigung zog sich durch den gesamten Wahlkampf“ (Plasser, Ulram 2007a: 28). Er mündete in einer Mobilisierungsschwäche.

Politik-Beratern gilt die ÖVP-Kampagne 2006 als „klassisches Beispiel“, „dass ein *Image*-Wahlkampf nicht ohne *Issues* (Themen) auskommt¹⁶²“ (Hajek 2007; 151).

Die SPÖ musste durch die Dominanz der Bawag-Berichterstattung und ihrer Implikationen wie dem „beträchtlichen Konfliktniveau zwischen der SPÖ-Parteiführung und dem ÖGB (...) [und] der weitgehenden politischen Lähmung der sozialdemokratisch dominierten Leitung und Organisation von ÖGB und AK“ (Plasser, Ulram 2007a: 21), die bei den vergangenen Jahren für die Mobilisierung gegen die Bundesregierung maßgeblich beteiligt war, ihre Strategie überarbeiten. Das Ergebnis entsprach der Erwartungshaltung gegenüber einer Oppositionspartei: Harsche Kritik an der Politik der Regierung – zugespitzt in Form von *negative campaigning* (vgl. Hofer 2007: 5ff) – in Kombination mit Änderungsvorschlägen und Wahlversprechen (Abbestellung der Eurofighter, Abschaffung der Studiengebühren¹⁶³). Gegen die mediale Dominanz der Bawag-Affäre kamen diese Themen bis Mitte des Sommers nur schwer an (vgl. Hofer, Tóth 2007: 187ff).

Ab August konterkarierten aktuelle politische Entwicklungen die ÖVP-Wahlkampfstrategie:

Durch den Beschluss einer ungewöhnlichen Koalition aus SPÖ, Grünen, FPÖ und BZÖ, damals noch Regierungspartner der

¹⁶² Hervorhebung im Original

¹⁶³ Vgl. auch den ORF-Bericht http://news1.orf.at/061231-7591/?href=http%3A%2F%2Fnews1.orf.at%2F061231-7591%2F7591abs_news.html (17.11.2010)

ÖVP, im Stiftungsrat des ORF wurde Alexander Wrabetz statt der ÖVP-Kandidatin und bisherigen ORF-Chefin Monika Lindner ORF-Generaldirektor¹⁶⁴ (vgl. Plasser, Ulram 2007a: 24).

Wenig später veröffentlichte „Der Standard“ einen Leserbrief, wonach die (zwischenzeitig verstorbene) Schwiegermutter Wolfgang Schüssels von einer illegal beschäftigten Pflegerin betreut worden wäre. Die Reaktion des ÖVP-Spitzenkandidaten im ORF auf die aufkeimende Debatte, es gebe sicher „keinen Pflegenotstand“, prägte die nächsten Wochen den medial geführten Diskurs. Die SPÖ beschuldigte die Volkspartei der sozialen Kälte (vgl. Hofer, Tóth 2007: 187).

Am 5. September begann der ORF mit der Ausstrahlung der TV-Duelle. Die FPÖ wurde erst nach Intervention des Bundeskommunikationssenats nachträglich zugelassen (er war der Argumentation des ORF, wonach die FPÖ nicht ins Parlament gewählt worden sei und ihr derart die Legitimation durch den Wähler fehle, nicht gefolgt). Zwölf Debatten, zwei davon in Form einer Gesprächsrunde (die „Elefantenrunde“ der Parlamentsparteien und die „Ameisenrunde“ der nicht im Parlament vertretenen Gruppierungen), wurden bis knapp vor den Wahlsonntag abgehalten.

¹⁶⁴ ZIB-Anchorman Armin Wolf hatte in seiner Rede anlässlich der Verleihung des Robert-Hochner-Preises in der Wiener Hofburg am 17. Mai 2006 den Druck der schwarz-orangen Regierung auf den ORF kritisiert, beziehungsweise die Führung des ORF durch Monika Lindner. Es hatte schon zuvor geheißen, der spätere Vizekanzler Wilhelm Molterer sei die direkte Verbindung zwischen Königlberg und schwarzer Parteizentrale in der Wiener Liechtensteinstraße. Über das kolportierte beinahe tägliche Absprechen der Sendungsinhalte von ORF-Informationsformaten wurde in Journalistenkreisen gerne gewitzelt: „Heute schon gemoltert?“ In der dritten Staffel der Late-Nite-Satire-Show „Dorfers Donerstalk“ wurde schließlich das „Molto-Phon“ – die Direktleitung zwischen Parteizentrale und Fernsehstudio – als „Running Gag“ eingeführt.

Wolfgang Schüssel nahm als einziger Spitzenkandidat nur an einer Konfrontation, dem Kanzlerduell, teil. (vgl. Hofer, Tóth 2007: 188f)

Die mediale Gemengelage war von der Rückkehr Natascha Kampuschs, jenem Mädchen, das seit 1998 verschwunden gewesen war, geprägt. Daneben griffen die Medien zunehmend für die SPÖ unangenehme Themen¹⁶⁵ auf:

Das Wahlbündnis von SPÖ und Liberalem Forum unter Alexander Zach erfuhr mit der „Spendenaffäre“ in Ungarn rund um Zach eine negative Konnotation aus Sicht der SPÖ.

Der ehemalige Bawag-Chef Helmut Elsner wurde in Frankreich verhaftet.

Zwei Tage vor der Wahl warb die ÖVP mit einer „Kanzler-Anzeigen-Orgie“ (APA0421, 29.09.2006). Die ÖVP hatte auf den Titelseiten von „Der Standard“, „Kurier“, „Die Presse“ und „Heute“ ganzseitige Inserate geschaltet.

6.1.3 Das Wahlergebnis 2006

Am ersten Oktober gewann überraschend die SPÖ die Wahl (siehe Abbildung 9: Ergebnis der NRW 2006, Seite 184). In Umfragen war in den letzten Wahlkampfwochen die ÖVP vorne gelegen. Eine OGM-Umfrage hatte fünf Tage vor dem Urnengang erstmals der SPÖ den Sieg prognostiziert, zur Absicherung des unerwarteten Umfrage-Ergebnisses wurde eine weitere Befragung veranlasst. Für eine Veröffentlichung in Printprodukten blieb keine Zeit. Lediglich Journalisten, die bereits Vorarbeit für die Wahlberichterstattung leisteten, erhielten die Information.

¹⁶⁵ Eine Auflistung sämtlicher für die Wählerschaft relevanter Themen (basierend auf einer GfK-Umfrage) bieten Plasser, Ulram 2007a: 25

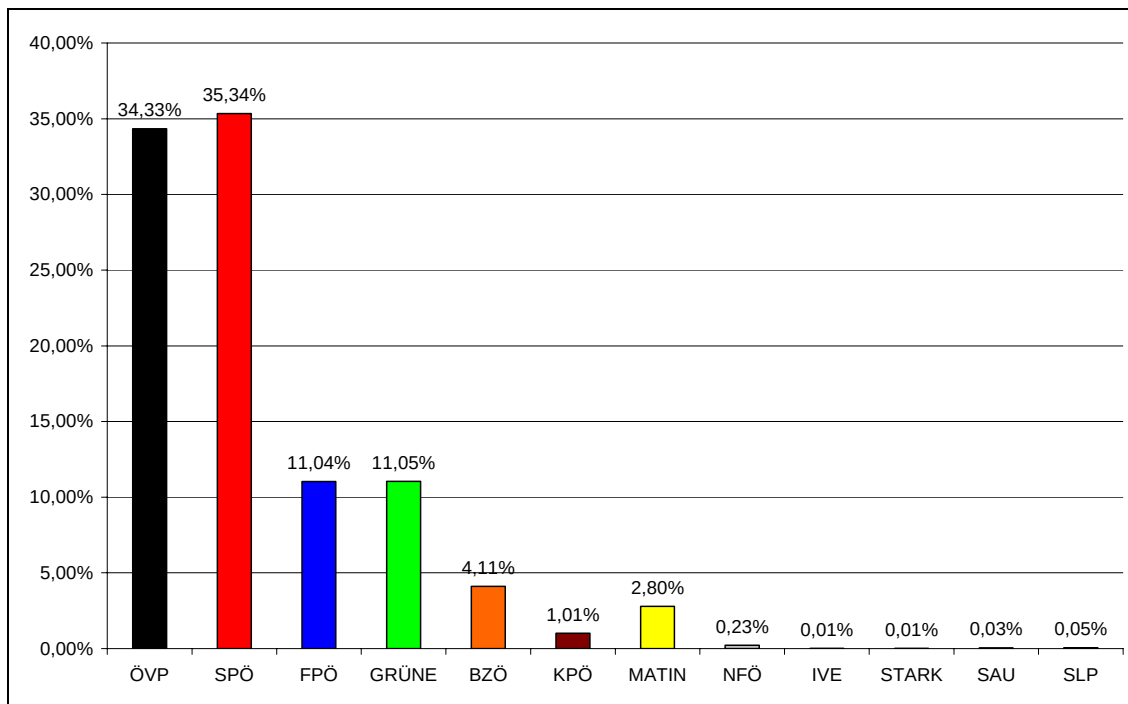


Abbildung 9: Ergebnis der NRW 2006

Quelle: BMI

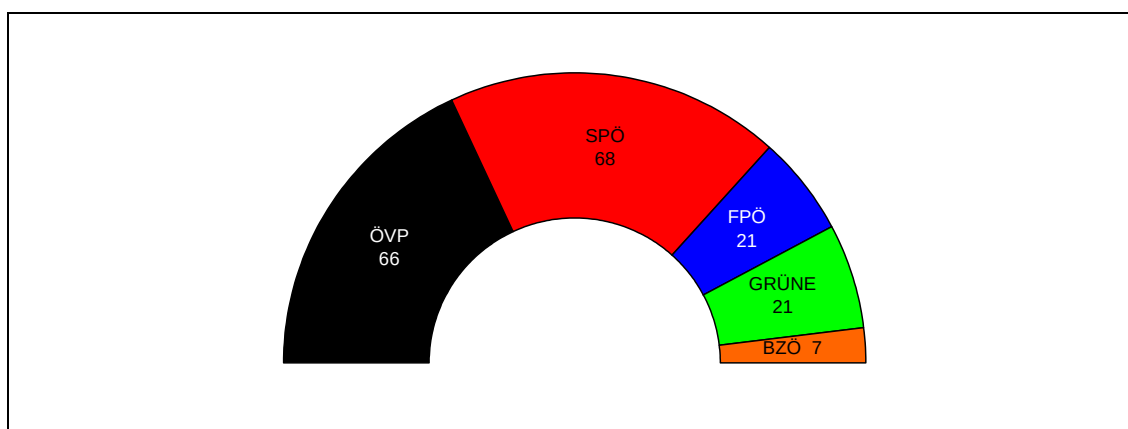


Abbildung 10: Mandatsverteilung NRW 2006

Quelle: BMI

Zwölf Parteien hatten sich der Wahl am 1. Oktober 2006 gestellt. Von den 6.107.892 Wahlberechtigten machten 78,49 Prozent vom Wahlrecht Gebrauch, 4.708.281 gültige Stimmen wurden abgegeben.

Trotz Verlusten gewann die SPÖ die Wahl, die ÖVP verlor rund acht Prozentpunkte. Die Grünen erreichten mit nur 532

Stimmen Vorsprung den dritten Platz: Sie stellten erstmals die dritte Nationalratspräsidentin. Die FPÖ konnte leicht zulegen. Das BZÖ schaffte knapp den Einzug ins Hohe Haus.

6.2 Nationalratswahl 2008¹⁶⁶

6.2.1 Die politische Lage 2008

Alfred Gusenbauer scheiterte an der Umsetzung seiner Wahlversprechen der NRW 2006¹⁶⁷: Statt der Abbestellung der Eurofighter erfolgte lediglich eine Reduktion ihrer Stückzahl; bei der Abschaffung der Studienbeiträge wollte die SPÖ nicht gegen den Koalitionspartner stimmen, obwohl die Oppositionsparteien angeboten hatten, die SPÖ bei der Umsetzung ihres Versprechens zu unterstützen. Laut Vorschlag der SPÖ sollten die Gebühren von den Studenten abgearbeitet werden. Gusenbauer Ankündigung, er werde als Vorbild selbst unterrichten, nahmen nicht einmal Parteifreunde wie Josef Broukal ernst (vgl. *profil Uni-Extra 2008*). Studentenproteste waren die Folge; ÖH-Vorsitzende Barbara Blaha trat aus der SPÖ aus¹⁶⁸.

Politisches Kalkül und Egoismen einzelner Parteifunktionäre hemmten zunehmend die Gestaltungs- und Durchsetzungskraft der gesamten Regierung. In einer am 5. November 2007 veröffentlichten OGM-Umfrage meinten 57 Prozent der Befragten, beide Koalitionspartner wären

¹⁶⁶ Die folgende Zusammenfassung basiert, so nicht anders angegeben, auf jener von Hofer und Tóth (vgl. *Hofer, Tóth 2008: 175ff*)

¹⁶⁷ Vgl. den ORF-Bericht http://news1.orf.at/061231-7591/?href=http%3A%2F%2Fnews1.orf.at%2F061231-7591%2F7591abs_news.html (17.11.2010)

¹⁶⁸ Vgl. auch <http://derstandard.at/2727396?seite=2> (17.11.2010)

„Verhinderer“. Weitere 26 Prozent beschuldigten die ÖVP, die blockierende Kraft innerhalb der Koalition zu sein, 17 Prozent warfen dies der SPÖ vor.

Die ÖVP sandte am 4. Jänner 2008 als Beleg von Gusenbauers Regierungsunfähigkeit via Originaltextservice (OTS) die gesammelte Kritik Gusenbauers an der ÖVP aus (vgl. OTS0018, 04.01.2008). Laut Medienberichten überlegte die ÖVP bereits im Frühjahr eine Neuwahl noch vor dem Sommer (vgl. *profil*, 17.03.2008). Zeitgleich häuften sich die kommunikativen Fehltritte Alfred Gusenbauers (vgl. *Die Presse*, 31.12.2008¹⁶⁹). Am 24. Juni 2008 kommunizierten Gusenbauer und Werner Faymann in einem „Leserbrief“ an die „Kronen Zeitung“, auflagenstärkste Tageszeitung Österreichs, damals herausgegeben von Faymanns engem Vertrauten Hans Dichand, den Schwenk der SPÖ auf den EU-Kurs der „Kronen Zeitung“. Dieser „hochgradig medialisierte Kommunikationsakt“ (Lengauer, Vorhofer 2010: 146) der sozialdemokratischen Parteispitze löste nicht nur beim Koalitionspartner sondern auch in den eigenen Reihen Befremden aus. Journalisten anderer Medien geißelten diese Form der Medialisierung von Politik als Kotau¹⁷⁰.

ÖVP-Chef Wilhelm Molterer, der dem Vernehmen nach bald an der ÖVP-Spitze hätte abgelöst werden sollen, nutzte das SPÖ-Schreiben, um am 7. Juli 2008 in einer Pressekonferenz die Zusammenarbeit mit der SPÖ¹⁷¹ auf- und Neuwahlen anzukündigen. Die Volkspartei lag zu diesem Zeitpunkt in

¹⁶⁹ Vom „Gesudere“-Sager bis hin zu den „faulen“ Abgeordneten, online abrufbar: <http://diepresse.com/home/jahresrueckblick/440962/index.do> (13.09.2009)

¹⁷⁰ Vgl. das ZIB-Interview mit Kanzler Gusenbauer, Abschrift abrufbar auf der Internetpräsenz des Bundeskanzleramtes: http://www.bka.gv.at/site/cob_30936/currentpage_5/5910/default.aspx (17.11.2010)

¹⁷¹ Vgl. Medienberichte wie http://diepresse.com/home/politik/innenpolitik/396530/Es-reicht_Molterer-ruft-Neuwahlen-aus?offset=75&page=3 (17.11.2010)

den Meinungsumfragen voraus: Sie hielt laut OGM-Umfrage vom 14. Juli 2008 bei 33 Prozent, drei Prozentpunkte vor der SPÖ; 56 Prozent der befragten Bevölkerung waren zudem der Meinung, die eben aufgekündigte große Koalition habe schlechter gearbeitet als die Wenderegierung zuvor.

6.2.2 Der Wahlkampf 2008

Als Reaktion auf die Aufkündigung der Koalition präsentierte die SPÖ am selben Tag Werner Faymann als Spitzenkandidaten. Jörg Haider löste wenig später Peter Westenthaler als BZÖ-Obmann ab. Ende Juli nominierte das Liberale Forum Heide Schmidt als Spitzenkandidatin, Fritz Dinkhauser kündigte sein Antreten bei der Nationalratswahl an.

In der ÖVP wurde bald die Wahlkampfleitung kritisiert (vgl. *Hofer, Tóth 2008: 177*): Es fehle die klare Linie, zumindest für die Kernwählerschichten. Die ÖVP setzte auf soziale Angebote und – um der möglichen Wählerabwanderung zur FPÖ entgegenzusteuern – auf eine Law-and-Order dominierte Politik; an Konzepten für die eigene Klientel aber mangelte es (vgl. *Hofinger, Ogris, Zeglovits 2008: 164*). Auch die Positionierung Molterers als Hüter der Finanzen schien angesichts der näher kommenden Wirtschaftskrise unglücklich gewählt. Andere Rollen hätte Molterer aber nur schwer authentisch ausfüllen können (vgl. Experteninterview Hajek).

Durch den kurzen Wahlkampf während der Urlaubszeit kam dem Fernsehen als Massenmedium besondere Bedeutung zu (vgl. *Wagner 2008: 135*) – eine *grass root campaign* war unter diesen Bedingungen nur schwer möglich. Neue, wenig erprobte

Wahlkampfmethoden wie die Nutzung des Internets kamen nur in geringem Maße zum Einsatz, vor allem die Strategien von SPÖ und ÖVP basierten auf „Kampagnetechniken der 1970er Jahre“ (Hofinger, Ogris, Zeglovits 2008: 160). Dennoch nennen Lengauer und Vorhofer den Wahlkampf 2008 retrospektiv ein „Paradebeispiel für die praktische Manifestation theoretischer Konzepte der aktuellen politischen Kommunikationsforschung“ (Lengauer, Vorhofer 2010: 145).

Seit dem EU-Schwenk der SPÖ unterstützte die „Kronen Zeitung“ Werner Faymann massiv: „Tiere würden Faymann wählen“¹⁷² titelte ihre Tierecke, Wolf Martin schrieb am 14. September 2008 in seiner Kolumne „In den Wind gereimt“:

*„Der Faymann ist schon imposant,
fesch, attraktiv, charmant, gewandt.
Nur reicht an dies sein Stimmorgan
(perfekt ist keiner!) nicht heran.
Würd auch noch dieses prächtig tönen-
es wär beinah zu viel des Schönen.“*

Die medial transportierten Themen wechselten im Wahlkampf 2008 im Vergleich zu 2006 häufiger: Die noch amtierenden Regierungspartner einigten sich auf ein Pflege-Paket, die ÖVP thematisierte eine bessere Unterstützung von Familien, der Rechnungshof kritisierte die Nachverhandlungen bei den Eurofightern. Faymann kündigte Ende August überraschend das „Stillhalteabkommen“ mit der ÖVP und präsentierte ein „5-Punkte-Programm“¹⁷³ gegen eine

¹⁷² Erwähnt etwa im Blog von Armin Wolf, ZIB-Anchorman, online abrufbar unter: <http://zib.orf.at/zib2/wolf/stories/369500/> (13.09.2009)

¹⁷³ Vgl. dazu <http://derstandard.at/1219581672122> (17.11.2010)

wegen der sich ankündigenden globalen Wirtschaftskrise befürchtete Teuerung. Diese dominierte von nun an die innenpolitische Berichterstattung (vgl. *Lengauer, Vorhofer 2010: 147*). Andere medial vermittelte Themen betrafen weitere Wehrsportfotos aus den Jugendtagen von Heinz-Christian Strache, die Grün-Kandidatur eines Tierschützers, gegen den wegen des „Mafia-Paragrafen“ 278a ermittelt wurde, und den Rücktritt von LIF-Chef Alexander Zach. Vier Tage vor der Wahl gingen noch 25 Anträge, darunter 17 Gesetzesanträge, durch den Nationalrat. Auch vier der fünf Punkte des Vorschlages von SPÖ-Spitzenkandidat Werner Faymann gegen die Teuerung wurden angenommen – mit Hilfe der Stimmen der Opposition.

6.2.3 Das Wahlergebnis 2008

78,81 Prozent der 6.333.109 Wahlberechtigten gaben am 28. September 2008 ihre Stimme ab, davon waren 4.887.309 gültig. Von 15 angetretenen Parteien schafften die fünf bisherigen Parlamentsparteien abermals den Einzug (siehe Abbildung 12: Mandatsverteilung NRW 2008, Seite 190). Die SPÖ verlor an Stimmen, konnte aber wegen der hohen Stimmenverluste der ÖVP ihren Vorsprung auf die Volkspartei ausbauen. Die Grünen rutschten unter die Zehn-Prozent-Marke und auf Platz 5. Das dritte Lager aus FPÖ und BZÖ hatte fast ebenso viele Stimmen wie die SPÖ erhalten (siehe Abbildung 11: Ergebnis NRW 2008, Seite 190).

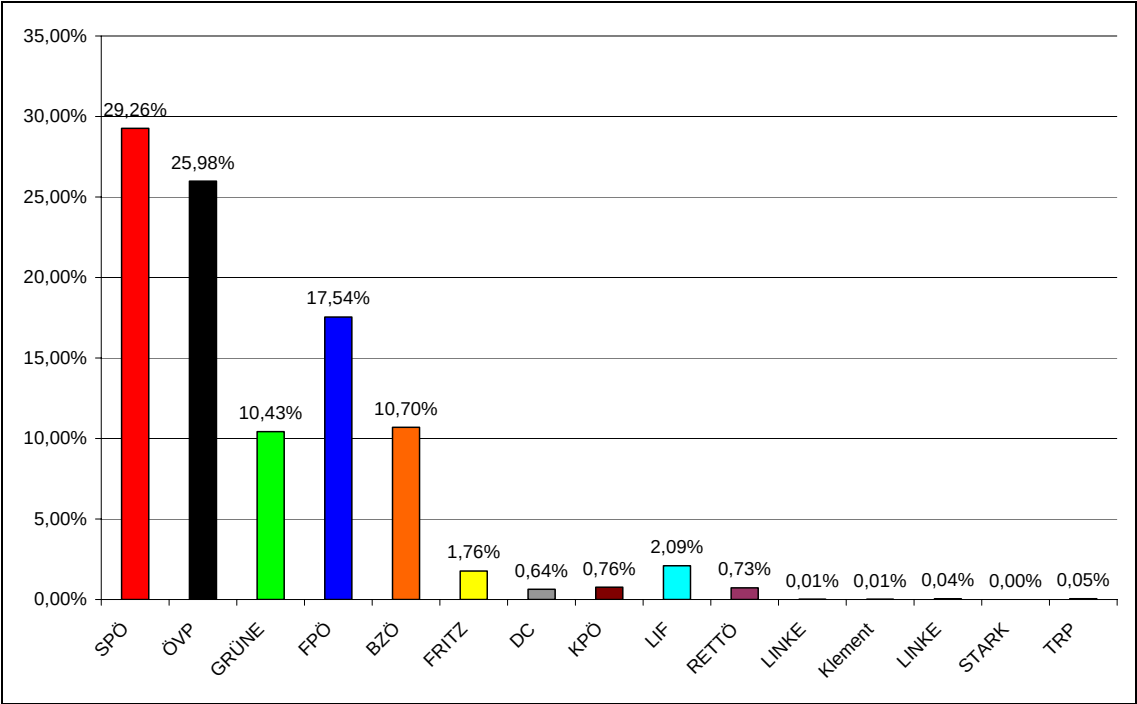


Abbildung 11: Ergebnis NRW 2008

Quelle: BMI

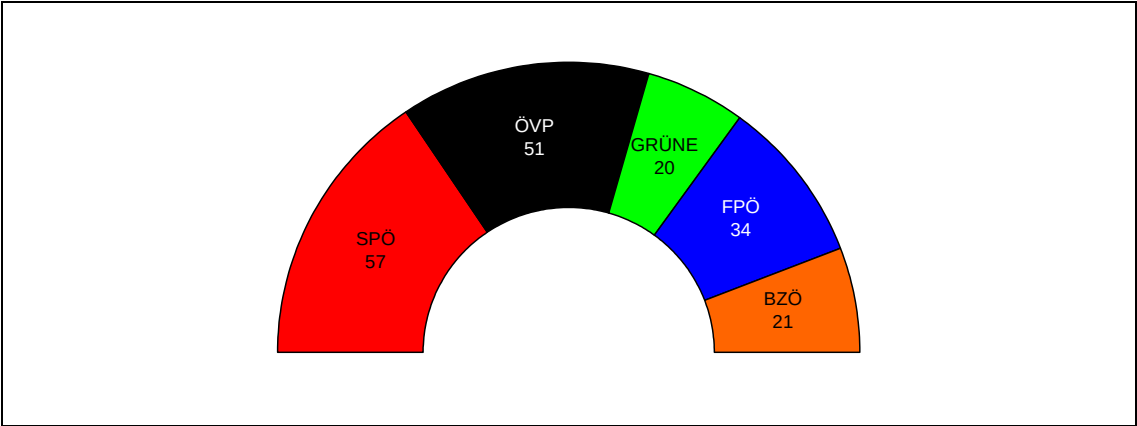


Abbildung 12: Mandatsverteilung NRW 2008

Quelle: BMI

7 Vorbereitung auf die TV-Duelle durch die Parteien

Auch in Ländern mit traditionell hoher Dichte von Parteimitgliedschaften wie Österreich sinkt die Zahl der Stammwähler. Durch die stetig „erodierende Parteiidentifikation in der Bevölkerung“ (Lengauer, Vorhofer 2010: 148) (*partisan dealignment*) sowie durch die Zunahme an Nicht- und Wechselwählern (vgl. Plasser, Ulram 2006) gewinnt die Überzeugungsarbeit der die Gesellschaft mit Kommunikation zu politischer Information immer stärker durchdringenden Massenmedien während des Wahlkampfes an Importanz – vor allem wenn durch einen Neuwahlbeschluss die Vorwahlzeit stark begrenzt und die Volatilität der Wählerschaft durch Unzufriedenheit mit den etablierten Großparteien hoch ist. Die Wähler verlangen für ihre Stimme Vorteile, die ihnen die wahlwerbenden Politiker anbieten (vgl. Gottschlich 1999: 201). Die Aufmerksamkeit liegt während des Wahlkampfes zunehmend auf ihnen beziehungsweise massenmedial vermittelter Information über sie. Zudem verstärken die TV-Duelle den Trend zur Personalisierung, sie „fokussierten die Aufmerksamkeit der Öffentlichkeit noch stärker auf die Spitzenkandidaten (...). Diese vom Fernsehen inszenierten Ereignisse haben in den Medien zu einer Diskussion über Kompetenz und Persönlichkeit der Kanzlerkandidaten geführt“ (Schmidts 2009:13). Zudem erregt „kein politisches Medienformat [erreget] mehr öffentliche Aufmerksamkeit“ (Plasser, Lengauer 2010a: 193).

Nicht nur in Übersee erkannten die Kandidaten schon früh die Notwendigkeit der professionellen Vorbereitung auf die Konfrontationen. Kreisky lud in den Siebzigerjahren Vertraute zum Kaffee, um über Strategien für das noch am

selben Abend anstehende TV-Duell zu sprechen. Er versuchte, die Argumentationslinie seines Kontrahenten vorausszusehen, um sie konterkarieren zu können – was ihm im ersten Duell gegen Josef Taus durch die mitgebrachte Broschüre auch gelang.

Spätestens seit den Achtzigern des vergangenen Jahrhunderts umfasste die Vorbereitung nicht mehr nur rein Inhaltliches. Das Kandidaten-Image ist seither integraler Bestandteil moderner Wahlkampagnen (siehe auch Kapitel 3.3.8 Impression management, Seite 108), schließlich beeinflusse dieses auch die Akzeptanz seiner Partei bei den Wählern – die wiederum besser auf die persönliche Wahrnehmung des Kandidaten als auf die objektive Realität reagieren: „The political weight of the individual actor in the political process increases over time, while the centrality of the political group (i.e., political party) declines“ (*Balmas, Sheaffer 2009: 3f*) – entsprechend schätzen Politiker die Medien als „vehicle of influence“ (*Balmas, Sheaffer 2009: 3f*).

Welche Nachteile Folge falscher oder mangelhafter Vorbereitung sein können, zeigte in Österreich bereits das TV-Duell 1986: Ein Sauna-Besuch hatte Alois Mock kurz vor dem Fernsehauftritt zur Entspannung gedient. Sein von der Hitze rotes und verquollenes Gesicht wurde unter mehreren Schichten Schminke versteckt. „Mock sah eher aus wie ein Eisrevue-Tänzer denn wie ein Kanzlerkandidat“, wurde in den Medien gespottet (*vgl. APA027, 30.08.2006*). Mock hatte in der Hektik vor der Konfrontation zur falschen Brille gegriffen – er konnte seine mitgebrachten Unterlagen nicht lesen (*vgl. Der Standard, 19.08.2008b*).

Die Kandidaten verwenden seit damals zunehmend mehr Zeit für professionelle Vorbereitung – die sich im Laufe der Jahre stark gewandelt hat: Massagen und japanische Methoden

zur Energieübertragung sollten dem Vernehmen nach 1990 ÖVP-Chef Riegler für seinen Auftritt fit machen (vgl. *News.at*, 12.09.2006¹⁷⁴).

Madeleine Petrovic nahm sich nach ihrer Nominierung 1994 mehrere Monate Zeit, sich auf die Rolle der grünen Spitzenkandidatin vorzubereiten: Sie wandelte sich von der „biederer Klubobfrau“ zum „Aushängeschild“, zur „eleganten Dame“ mit „unaufdringlichem Edellook“. Mehrmals pro Woche trainierte sie im Fitness-Center, absolvierte Schminkkurse bei professionellen Visagisten, ging zu Farbberatungen. Zusätzlich gab es „Medientraining, Medientraining und noch einmal Medientraining. Bei einer Tochterfirma des Klestil-Machers, dem Telekommunikations-Guru Alec Taylor, lernte Petrovic das richtige Verhalten vor der Fernsehkamera. In den Wahlkampfwochen setzten ihre Mitarbeiter immer wieder den Programmpunkt Medientraining auf die Tagesordnung, zuletzt wurde vor dem Fünfer-TV-Gipfel drei Stunden geübt.“ Mit Erfolg, meinten Journalisten: „Madeleine Petrovic hat von allen Bewerbern am meisten von den TV-Debatten profitiert.“

(*profil*, 03.10.1994)

Jörg Haider, damals FPÖ-Chef, griff im selben Jahr die Idee von Kreisky auf, Anschauungsmaterial in das TV-Studio mitzubringen: Sein „Taferl“ ging in die österreichische Geschichte ein (vgl. *agenda setting* und *priming*-Effekt, Kapitel Wirkung, Seite 150).

Im Zuge der Professionalisierung der Vorbereitung wurden Methoden aus den USA übernommen. Während dort offen über die *debate prep* gesprochen wird, passiert dies in

¹⁷⁴ Online abrufbar unter:

<http://www.news.at/articles/0635/11/149586/multimediale-nr-wahl-tv-duelle-kreiskys-broschuere-haider-taferl> (17.11.2010)

Österreich meist nur hinter vorgehaltener Hand: „Um die jeweiligen Strategien und Vorarbeiten wird hierzulande von den Parteien ein Geheimnis gemacht wie um den sprichwörtlichen Goldschatz in Fort Knox“ (Renner 2007: 124). Entsprechend schütter ist deren wissenschaftliche Aufarbeitung.

7.1 Debate prep als Forschungsgegenstand

Während die TV-Duelle schon länger im Fokus wissenschaftlichen Interesses stehen, wurden die Meinungsmacher dahinter erst ab der Jahrtausendwende beleuchtet: Die tagesaktuellen Medien widmeten sich bereits ab 1992 dem Beruf der Spin Doktoren – zuerst, um ein US-amerikanisches Phänomen zu erklären, später um dessen Auftreten in Österreich zu beschreiben (vgl. u. a. *Der Standard*, 22.10.1992; *Der Standard*, 03.11.1995, *Die Presse*, 07.08.1999). Die Innenpolitik-Journalistinnen Edith Meinhart und Ulla Schmid behandeln jene 2000 in ihrem Buch „Die Spin Doktoren. Manipulationen in der Politik“, an welches die Dissertation von Thomas Hofer, die 2005 in Buchform unter „Spin Doktoren in Österreich“ veröffentlicht wurde, anschloss.

Umfassende Arbeiten zur Vorbereitung fehlen hingegen, viele Fragen blieben bisher unbeantwortet: Nehmen Parteien die Vorbereitung ernst? Wie viel Geld investieren sie? Wie viel Zeit investieren die Kandidaten? Welche Methoden werden angewendet? Gibt es einheitliche Standards?

Franz Renner versuchte in „Wahl 2006. Kanzler, Kampagnen, Kapriolen – Analysen zur Nationalratswahl“ die bisher von den Parteien im Dunklen gehaltene Vorbereitung ihrer Spitzenkandidaten zumindest etwas ins Licht zu rücken (vgl. Renner 2007: 124ff). Er sieht in ihrer Zugeknöpftheit über den professionellen Vorlauf zu den Debatten im Stil der heimischen Politik begründet: „Ein gutes Stück österreichischer Politik, wenn man so will. Ein bisschen erinnert es an den Umgang mit Psychotherapie hierzulande. Viele nehmen sie in Anspruch, kaum jemand spricht darüber. Es könnte ja jemand meinen, ‚man habe sie nicht alle‘.“ (Renner 2007: 126)

Peter Filzmaier nahm sich 2003 des Themas am Rande einer Publikation an, ebenso Wolfgang Wagner in seinem Beitrag zu den TV-Duellen 2008 (vgl. Wagner 2008: 135ff). Zusätzlich tauchten ein paar Schnurren in den Medien auf. Sonst ist in heimischen Bibliotheken über *sparring partner* und Trainingslager für österreichische Politiker nur wenig zu lesen – bei Unternehmen wird der Einsatz von Sparring-Partnern hingegen offen gutgeheißen.

Nur langsam schwappt dieser entspannte Umgang damit auf die Politik über, meint der ehemalige SPÖ-Bundesgeschäftsführer Josef Kalina (vgl. Experteninterview).

Tatsächlich gehen die Parteien noch immer vorsichtig mit Informationen zur Vorbereitung um, wie bereits Renner anmerkte (vgl. Renner 2007: 124ff). Entsprechend spärlich ist die wissenschaftliche Literatur, wodurch Experteninterviews zur einzigen Quelle wurden.

Die FPÖ winkte ab: Sie würde nicht über ihre Vorbereitung auf die TV-Duelle sprechen – dies sei interne Information, die nicht öffentlich werden solle. Das BZÖ sagte erst zu, verschob später Termine, ein Interview fand so nie statt.

Mit Vertretern von SPÖ, ÖVP und Grünen konnten schließlich Interviews über die Debattenvorbereitung im Wahlkampf 2006 geführt werden – teils bewogen nur persönliche Bekanntschaften einige Involvierte, für die vorliegende Arbeit erstmals etwas offener über die Vorbereitungen ihrer Partei auf die TV-Duelle zu sprechen. Dennoch sind ihre Antworten kritisch zu hinterfragen: Mitarbeiter der ÖVP etwa erzählen – ohne zitiert werden zu wollen – von weiter reichenden Vorbereitungsmaßnahmen. Auch Mitarbeiter anderer Parteien gingen nur nach dem Versprechen, nicht namentlich genannt zu werden, genauer auf die *debate prep* ihrer Partei ein.

Die vorliegenden Ergebnisse können also nur einen Ausschnitt der Realität abbilden.

7.2 *Debate prep* der Parlamentsparteien

Das Risiko eines kommunikativen Fehltritts erscheint den Parteien und Kandidaten so groß (vgl. Experteninterview Kalina), dass die Teilnahme eines unvorbereiteten Kandidaten an einer TV-Diskussion vor einer Nationalratswahl für Politikberater mittlerweile undenkbar ist (vgl. Experteninterview Hajek) – der Trend ging in den vergangenen Jahren zur Professionalisierung der Politikerauftritte, besonders bei TV-Auftritten. Die Art der *debate prep* und der finanzielle und zeitliche Aufwand dafür variieren jedoch zwischen den Parteien stark: Abhängig von der Vorbildung und Erfahrung ihres Kandidaten, seiner persönlichen Präferenz und den monetären Möglichkeiten der Partei kommen verschiedene professionelle Vorbereitungsmethoden – in verschiedenem zeitlichem Umfang

- zur Anwendung (vgl. Experteninterviews Lockl, Mojzis, Kalina). Nicht alle Parteien übernehmen also sämtliche in den USA üblichen Praktiken. Je größer – und somit finanz- und personalstärker – die Parteien sind, desto mehr können sie und werden sie laut Politikberatern zumeist auch in die Vorbereitung investieren¹⁷⁵: Allein die Umfragen im Vorfeld von Wahlen, so schätzt Motivforscherin Sophie Karmasin (vgl. Experteninterview), würden jede Partei rund 100.000 Euro kosten.

Dennoch bestätigt lediglich die SPÖ umfangreiche inhaltliche Vorbereitungen, die Übernahme der in den USA üblichen Praktiken und spezielle Trainingseinheiten vor den TV-Duellen: Im parteieigenen Schlosshotel Altmannsdorf in Wien soll 2006 ein eigenes *Camp* zur *debate prep* errichtet worden sein, mindestens zwei Wochenenden habe Spitzenkandidat Gusenbauer dort unter professioneller Führung trainiert, heißt es aus SPÖ-Kreisen. Stimm- und Rhetoriktrainer, Experten für Mimik und Gestik, *sparring partners* und Mediencoaches widmeten sich dem Auftreten des Kandidaten. Eigens, bereits Wochen vor dem Wahlkampf installierte Teams übernahmen die inhaltliche Vorbereitung – nicht nur jene der SPÖ-Themen. Sie beschäftigten sich zudem mit sämtlichen Angriffsflächen, den eigenen wie den gegnerischen (vgl. Experteninterview Kalina).

Die ÖVP verfährt bei der inhaltlichen Vorbereitung ähnlich, bestreitet aber, spezielles Medientraining vor den Duellen abzuhalten – dieses gehöre zwar zu einer Politikerkarriere, nicht aber in den Wahlkampf. (vgl. Experteninterview Mojzis)

¹⁷⁵ Bei der vergangenen Bundespräsidentenwahl stellte die ÖVP unter anderem auch deshalb keinen Kandidaten auf, weil der finanzielle Aufwand im Fall der Bundespräsidentenwahl (bei der SPÖ rund 2,5 Millionen Euro) nicht über die Wahlkampfkostenrückerstattung refinanziert werden kann (vgl. *Wiener Zeitung*, 27.04.2010)

Die Grünen versuchten mehrmals vergebens, ihren damaligen Kandidaten von diversen Medientrainern auf TV-Diskussionen vorbereiten zu lassen: Alexander Van der Bellen ging verunsichert aus diesen Übungseinheiten. Erst, als ein Experte dem Professor riet, sich nicht der Medienlogik anzupassen, kehrte die Authentizität zurück. Van der Bellen bereitete sich fortan (sehr akribisch) inhaltlich vor; Strategiebesprechungen, wie sie die ÖVP nur in Hintergrundgesprächen einräumt, werden hier ganz offen genannt. (vgl. Experteninterview Lockl)

Die Parteien des dritten Lagers agieren mit Informationen zur Kandidatenvorbereitung besonders zurückhaltend. Medientrainings bräuchten ihre Kandidaten schon lange nicht mehr, auf inhaltliche Vorbereitung gehen die Parteienvertreter nicht ein. Das Auftreten der Spitzenkandidaten bei den Duellen hingegen lässt auf Vorbereitung schließen. Wie professionell diese durchgeführt wurde, ist zumindest beim BZÖ fraglich – Stefan Petzner meinte 2007, sämtliche Vorbereitungen auf die TV-Duelle würden Parteifunktionäre übernehmen.

Folgend die Ausführungen der Parteien im Detail:

7.2.1 SPÖ¹⁷⁶

Im Vergleich mit den anderen Parteien bricht die SPÖ das in Österreich existierende Tabu der Debattenvorbereitung und spricht vergleichsweise offen über die inhaltlichen Vorbereitungen der Debatten, die Medientrainings ihrer Politiker und deren Beratungsresistenz. Alle drei genannten

¹⁷⁶ Sofern im folgenden Kapitel Josef Kalina direkt oder indirekt zitiert wird, beziehen sich die Aussagen auf das abschriftlich im Anhang enthaltene Experteninterview; zu Gunsten der Lesbarkeit wurde auf Angabe der genauen Quelle innerhalb des Textes verzichtet

Punkte haben in der sozialdemokratischen Bewegung Österreichs eine langjährige Tradition: Bruno Kreisky etwa bat bereits 1975 laut Zeitzeugen am Tag des TV-Duells Freunde, vorwiegend Journalisten und Intellektuelle, zu sich in das Café des Hotels Imperial in Wien, um mit ihm eine Strategie für den abendlichen Fernsehauftritt zu erarbeiten. Erarbeitet wurde vieles, umgesetzt jedoch nichts – Kreiskys inoffizielle Berater verfolgten die Debatte und sahen, dass er keinen ihrer Ratschläge befolgte¹⁷⁷.

Auch Alfred Gusenbauer galt lange Zeit als beratungsresistent – dennoch unterzog er sich einer gründlichen Vorbereitung, wie beispielsweise Renner festhält (vgl. *Renner 2007: 125*):

„Man habe das gemacht, was international üblich sei: Im parteieigenen Gartenhotel Altmannsdorf im Rande Wiens hatte man das Trainingslager aufgeschlagen. Ein Pantomime, Samy Molcho, feilte an Gusenbauers Rhetorik. Gerd Millmann, der Ex-Pressesprecher des ehemaligen Wiener Wohnbaustadtrates und damaligen Infrastrukturministers Werner Faymann, diente als Sparring partner.“ (*Renner 2007: 125*) „Millmann war vom SPÖ-Team deswegen auserkoren worden, weil er mit seiner Schlagfertigkeit die rechten Rabauken am besten imitieren konnte. Und seitens des SPÖ-Teams wurde er dafür sogar sehr beneidet. In beiden Duellen hatte Millmann Gusenbauer heftig angefasst und sogar aggressiv beleidigt. Einmal, in seiner Rolle als Westenthaler, warf er Gusenbauer folgendes Bonmot zu: "Verglichen mit Ihrem Image ist ja sogar der Problembär ein echter Sympathieträger." Gusenbauer soll dabei ziemlich aus der Fassung geraten sein. Damit hatte Millmann Westenthaler gut imitiert.“ (*Format, 13.10.2006*)

¹⁷⁷ Dies erzählt ein damaliger „Berater“

Faymann, 2008 selbst Kanzlerkandidat, gab 2006 als Gusenbauers *sparring partner* ÖVP-Kandidaten Wolfgang Schüssel: „Tun S' net so viel versprechen. Womöglich müssen S' das auch noch halten nach der Wahl.“ (vgl. *profil*, 18.08.2008)

Bundesgeschäftsführer Josef Kalina weicht diesbezüglichen Nachfragen aus, indem er generell über die *debate prep* spricht: Vorbereitung auf die TV-Duelle ist für ihn selbstverständlich, das „verschämte“ Getue darüber in Österreich findet er „komisch, wenn man sich ansieht, was die Parteien alles tun, um Kontakt zu den Wählerinnen und Wählern zu bekommen: welchen Zeitaufwand, welche Kilometer man reist. Die einfachste Fernsehsendung, die nicht die Topquote hat, erreicht mehr Zuschauer, als wir in der Lage sind, in einem Jahr zu besuchen. [...] Wenn ich ein Referat vor 300 Leuten halte, muss man sich vorbereiten. Das sagt man auch in der Politik. Und dann heißt es bei den Duellen, wo eine Million Leute zusehen, man bereitet sich nicht darauf vor. Das ist doch kindisch.“ (Kalina) Der Spitzenkandidat müsse sich in alle Themen einlesen, damit er ein Gefühl bekomme, wie die Diskussion sein werde, meint Kalina: Es sei besonders wichtig, genügend Zeit für diese Vorbereitung zu haben.

Das Duell käme einem sportlichen Wettkampf gleich, das Team von Trainern, Strategen und Kandidaten müsse harmonisieren. (vgl. Kalina)

Um den Spitzenkandidaten zu entlasten, überträgt die SPÖ die inhaltliche Vorbereitung einem eigens installierten Strategieteam namens „Recherche und Analyse“, das sich wiederum aus zwei unabhängig arbeitenden Gruppen zusammensetzt: „Heimmannschaft“ oder „Offense“ beschäftigt sich mit der Kommunikationsstrategie der eigenen Inhalte

sowie den Angriffsflächen der politischen Gegner; ihr Konterpart, die „Defense“, eruiert Lücken in der eigenen Verteidigung und erarbeitet Gegenstrategien zu gegnerischen Angriffen. Bereits mehrere Monate vor dem Wahltermin nehmen diese Teams ihre Arbeit auf, der Arbeitsumfang nimmt ständig zu und liegt nahe dem Wahltermin weit über einer 40-Stunden-Woche.(vgl. Kalina)

Wahlkampfshelfer bestätigen dies – sie präzisieren, dass kurz vor den Debatten und dem Wahltermin durchschnittlich zwölf Stunden pro Tag gearbeitet werde, auch an Wochenenden.

Die SPÖ greift schon seit Jahren auf amerikanische Wahlkampfmethoden wie das Teambuilding zurück (US-Politikberater Stanley Greenberg war bereits mehrfach Wahlkampfshelfer, vgl. auch *Hofer 2005: 4*), modifiziert die US-Strategien jedoch, da die österreichische Öffentlichkeit auf Themen, Präsentationstechniken und Ähnliches anders reagiere als die US-Bevölkerung (vgl. Kalina). Auch im Wahlkampf 2006 half Greenberg – zum ersten Mal wurde in Österreich von *negative campaigning* gesprochen, sogar von *dirty campaigning*¹⁷⁸ war die Rede (Herwig Sturm, Bischof der evangelischen Kirche, etwa warnte öffentlich davor (vgl. *Salzburger Nachrichten, 10.04.2006*)), der Unmut darob in der ÖVP groß¹⁷⁹.

Doch nicht nur Vorbereitung im amerikanischen Stil auf die TV-Debatten mit *sparring partners* oder eine Strategiezentrale in so genannten *war rooms* zu installieren, hat die SPÖ übernommen, auch das *opinion*

¹⁷⁸ Wiewohl manchen diese Strategie als „ganz normale Sache“ (*Kleine Zeitung, 01.04.2006*) erscheint

¹⁷⁹ Der damalige ÖVP-Generalsekretär Reinhold Lopatka sprach kurz nach der Nationalratswahl 2006 von einem „Schmutzkübel-Wahlkampf“ der SPÖ: <http://www.faz.net/s/RubDDDBDABB9457A437BAA85A49C26FB23A0/Doc-E49750B4D607241E69BE603E632032341~ATpl~Ecommon~Scontent.html> (04.03.2008)

polling. Zusätzlich zu internationalen Studien gibt die SPÖ seit Jahren bereits eigene Studien und Umfragen in Auftrag, um die Gefühlslage und Wünsche der Wähler auszuloten¹⁸⁰.

All dies fließt in die Vorbereitung auf die TV-Duelle ein. Kernkompetenz eines Spitzenkandidaten müsse laut Kalina aber umfassendes Faktenwissen, dessen Basis die Arbeit von „Recherche und Analyse“ ist, sein: Fehle das Faktenwissen, „kommt man unweigerlich ins Schwimmen, weil man dauernd mit etwas konfrontiert ist, was man nicht kennt, was man nicht weiß. Und diese Unsicherheit spüren die Leute sofort.“ (Kalina) Ein Entfalten von positiver Ausstrahlung sei so laut Kalina unmöglich - auch abseits der Verbalebene, die laut Studien des US-Psychologen Albert Mehrabian ohnehin nicht ausschlaggebend ist (siehe Tabelle 13: TV-Duelle: Was wirkt, Seite 139):

Nicht nur die inhaltliche Vorbereitung auf die TV-Duelle wurde in der SPÖ wohl mit „größter Akribie“ verfolgt, wie Kalina meint, sondern eben auch das Auftreten, schreibt Renner: „Vielleicht auch, weil man eigene Defizite weniger im programmatischen, als im Medienauftritt des Spitzenkandidaten ausgemacht hat“ (Renner 2007: 125).

Das Trainieren mit *sparring partners* ist für Kalina das einzige, „das hilft“ - auch wenn es für den Kandidaten unangenehm sei und ihm ein Höchstmaß an Fähigkeit zur Selbstkritik abverlange. Doch das sei notwendig, schließlich sei „der Spitzenkandidat sehr exponiert, er ist die verwundbarste Person der ganzen Kampagne, auf ihn konzentriert sich der ganze Zorn, die ganze Attackenstärke des Gegners“ (Kalina). Nur durch wiederholte

¹⁸⁰ Das Polling der SPÖ fand im Februar 2010 in einer Wiener Volksbefragung den bisherigen Höhepunkt (vgl. <http://www.wien.gv.at/nachrichten/volksbefragung.html>; 20.05.2010).

Übungseinheiten könnten unangenehme Überraschungen verhindert werden:

„Klar ist, dass wir uns schon den einzelnen Kontrahenten widmen. Du studierst ja auch beim Fußball, wie die gegnerische Mannschaft spielt. (...) Und je weniger Überraschungsangriffe man handeln muss, umso besser. (...) Um Überraschung zu überwinden, braucht man nun mal ein paar Zehntelsekunden, die aber bei den Zuschauern schon wirken.“

(Kalina)

Ein strategisches Etappenziel sehen die Kandidaten folglich darin, durch Unerwartetes wie unkonventionelles Handeln oder abseitige Themen Unsicherheit bei den anderen Debattenteilnehmern zu erzeugen. Faymann wandte sich 2008 beispielsweise immer wieder an die Moderatorin, worauf diese nicht vorbereitet war (vgl. *Wagner 2008: 139*).

7.2.2 ÖVP¹⁸¹

Auch Faymanns Kontrahent im Kanzlerduell, Wilhelm Molterer, suchte sein Gegenüber durch ein Überraschungsmoment in die Defensive zu treiben. Sein dafür mit einem Artikel der Tageszeitung „Der Standard“ präpariertes Schild wies eine fehlerhafte Beschriftung auf. Faymann ging nicht auf die in dem zitierten Artikel vorgebrachte Kritik ein, sondern höhnte über die falsche Schreibweise „Der Standart“: Er lieferte damit ein Beispiel für klassisches *re-framing*, in dem Kognitionswissenschaftler George Lakoff (vgl. Experteninterview) das fundamentale Handwerkszeug erfolgreicher Politiker sieht.

¹⁸¹ Sofern im folgenden Kapitel Michaela Mojzis direkt oder indirekt zitiert wird, beziehen sich die Aussagen auf das abschriftlich im Anhang enthaltene Experteninterview; zu Gunsten der Lesbarkeit wurde auf Angabe der genauen Quelle innerhalb des Textes verzichtet

Diese Episode ereignete sich wenige Monate nach dem für diese Arbeit geführten Experteninterview, in dem die ÖVP erstmals öffentlich über die Vorbereitung ihrer Kandidaten sprach (vgl. Mojzis). Trainings mit *sparring partners* lehne man laut Michaela Mojzis, damals Bundesgeschäftsführerin der ÖVP und selbst ausgebildete Medientrainerin, ab: „Ich halte nichts davon. Auch ganz persönlich als Coach. Aus einem einfachen Grund: Weil man mit all diesen Generalproben die Authentizität verliert. Man hat dann alles schon so drinnen, man hört dem Moderator gar nicht mehr zu und spult dann nur noch ab, was ich vorher gerade geübt habe. Davon halte ich nichts. Die Leute merken das. Die merken, dass das nicht echt ist, sondern künstlich. Natürlich kann so ein Durchspielen die Angst nehmen – aber da muss man dazu sagen, dass unsere Politiker schon so arriviert sind, die fürchten sich nicht mehr zu Tode, wenn eine Frage kommt, die sie nicht kennen.“

Das Geübte würde die Wähler mehr abstoßen als anziehen. (vgl. Mojzis)

Andere ÖVP-Mitarbeiter bejahen die Frage, ob es Medientrainings gegeben habe, trauen sich aber nicht, über Details der Debattenvorbereitung von Wolfgang Schüssel vor den Nationalratswahlen 2006 zu sprechen, konterkarierten sie damit die offizielle Kommunikationslinie der ÖVP, der zufolge Schüssel ein Medienprofi sei, der im Laufe seiner Karriere so viel gelernt habe, dass er ein spezielles Training nicht benötige.

Auch Mojzis verneinte während des Interviews erst die Frage nach Techniktrainings vor den TV-Duellen. Erst gegen Ende des Gesprächs räumte sie diese etwas kryptisch ein – es „könnte“ Gespräche über mögliche Situationen in den

Debatten während der Vorbereitungsphase gegeben haben: „Bei uns sind Techniktrainings extrem selten – die meisten Personen, die bei uns in der Politik sind, sind schon lange in der Politik. Aus meiner Erfahrung macht man das, wenn man neu in die Politik kommt. Damit man es lernt. Das Fernsehen ist ja eine neue Bühne, die man schlicht und ergreifend lernen kann. Klassische Kamera-, Medien- und Stimmtrainings machen wir so zwischen drinnen; vor Duellen eigentlich nicht. Obwohl wohl jeder still und für sich noch trainiert. Aber das ‚weiß‘ ich nicht.“ (Mojzis)

Bei den Konfrontationen 2008 war dieses Training deutlich sichtbar: Als Jörg Haider dem ÖVP-Kandidaten Wilhelm Molterer im TV-Duell „soziale Kälte“ vorwarf, erstarrte die Mine des Vizekanzlers. Manche Parteifreunde Molterers sollen sogar an diesem Abend einen kurzfristigen Austausch des Spitzenkandidaten gefordert haben – es wurde nicht der Kandidat, sondern dessen Verhalten geändert: Fortan wühlte Molterer bei Angriffen durch seine Duell-Gegner in den Unterlagen (vgl. *Wagner 2008: 145*).

Weniger tabubehaftet ist die inhaltliche Vorbereitung: „Es ist immer ein Durchdenken: Was werde ich gefragt werden? Was will ich sagen? Was werden die anderen sagen? Und: Was soll überbleiben? Was ist meine zentrale Aussage, die im Idealfall hängen bleibt? Es ist ein volles Antizipieren von dem, was kommen wird“ (Mojzis). Diese Art der Vorbereitung wird – ähnlich wie bei der SPÖ – in kleinen Gruppen vorgenommen. Der Pressesprecher und der Kabinettschef besprechen gewöhnlich gemeinsam mit dem Spitzenkandidaten die Ergebnisse der Rechercheteams. So handhabte es auch Wolfgang Schüssel im Wahlkampf 2006. (vgl. Mojzis)

Das Hauptaugenmerk liege dabei auf dem Fragensteller (also der Moderatorin), dann auf dem politischen Gegner, so Mojzis; erst danach werde auf die Wünsche von Wählern und professionellen Beobachtern eingegangen. (vgl. Mojzis)

Für sie als Mediencoach sei aber das Primärziel, dass der Kandidat so rüberkomme, wie er gesehen werden möchte; dass er seine Botschaft übermittle. Nur zu gewinnen, sei zu wenig, denn: „Viel wichtiger ist aber: Wer hat die Sympathie? Wenn du einen vernichtest, geht das nach hinten los.“ (Mojzis)

Offiziell bleibt die ÖVP aber bei einem klaren „Nein“, wenn nach professioneller Beratung speziell vor den TV-Auftritten gefragt wird (vgl. Mojzis, Gespräche mit Parteimitarbeitern sowie *Renner 2007: 125*).

7.2.3 Grüne¹⁸²

Der Spitzenkandidat der Grünen, Alexander Van der Bellen, gilt als Sonderfall: Sein Auftreten (unauffällige Kleidung, langsamer Sprachduktus, professorenhaftes Gehabe) widerspricht dem, was professionelle Berater heutzutage empfehlen. Insofern ist die Antwort der Grünen nach dem Urnengang 2006, es habe „zumindest vor diesen Wahlen“ (*Renner 2007: 125*) kein Medientraining gegeben, glaubwürdig.

Früher hatte auch Van der Bellen Techniktrainings besucht, erzählt Lothar Lockl, zum Zeitpunkt des Interviews Anfang 2008 Bundesparteisekretär der Grünen und langjähriger Medienchef der Öko-Partei. Aber: „Es hat irgendwie nicht

¹⁸² Sofern im folgenden Kapitel Lothar Lockl direkt oder indirekt zitiert wird, beziehen sich die Aussagen auf das abschriftlich im Anhang enthaltene Experteninterview; zu Gunsten der Lesbarkeit wurde auf Angabe der genauen Quelle innerhalb des Textes verzichtet

gepasst. Wir haben das Gefühl, dass es nach Meinung von 90 Prozent der Branche einen Idealtyp eines erfolgreichen Fernsehpolitikers gibt, und der orientiert sich an dem Jörg Haider von früher. [...] Das passte nicht zu Van der Bellen. Ich erinnere mich, er ist nach den ersten Fernsehauftritten komplett zerrissen worden: Fernsehuntauglich. Das hat bei ihm eine gewisse Verunsicherung hervorgerufen. Es gab dann einmal ein Schlüsselerlebnis mit einem Kommunikationsexperten, der anders war. Er hat ihm geraten: ‚Bleiben Sie so, wie Sie sind. Ändern Sie sich ja nicht. Argumentieren Sie so, wie Sie wollen, verwenden Sie Ihre Sprache und nicht die politischen Floskeln.‘ [...] Van der Bellen hat bis heute seine Sprache behalten. [...] Aber laut Meinung der professionellen Beobachter ist man gut, wenn man das [*Verwenden von Floskeln; KISS; Anm.*] macht. Meine Faustregel ist deshalb: Wenn dich die professionellen Beobachter zerreißen und der Auftritt parteiintern durchaus umstritten ist, dann warst du meistens gut. Wenn die Professionellen loben, dann ging es an den Leuten vorbei.“ Für Lockl liegt dieses Auseinanderklaffen darin begründet, dass die Beobachter das Beherrschen der Kommunikationsregeln aus Sicht von professionellen Beratern positiv beurteilten: „Es ist nach Meinung der professionellen Beobachter besser auszuweichen, als wenn man sie [*unangenehme Fragen, Anm.*] beantwortet. Und das ist absurd. Ich denke, die Leute sehnen sich wieder nach einem normalen Gespräch, nach jemandem, der zuhört, auf das eingeht, was gefragt wurde. Darauf versuchen wir auch in der Vorbereitung zu achten. Was kann kommen und was können wir darauf sagen.“ (Lockl)

Diese Form der Vorbereitung verfolgten auch die Grünen. Van der Bellen sei beim Lesen des Recherchierten sehr

gewissenhaft, verwende „überdurchschnittlich viel Zeit“ darauf (vgl. Lockl).

Madeleine Petrovic, Spitzenkandidatin der Grünen in den Neunzigerjahren, besuchte Schminkkurse, Fitnesscenter und probte intensiv den TV-Auftritt, was Medien thematisierten: „Medientraining, Medientraining und noch einmal Medientraining“ (*profil*, 03.10.1994). Auch das Verhalten von Van der Bellens Nachfolgerin, Eva Glawischnig, scheint passend zur Medienlogik adaptiert – mit dem Wechsel an der Parteispitze wurden Medientrainings jedoch tabuisiert.

7.2.4 FPÖ

Die Freiheitlichen lehnten 2007 ein Interview ab, gaben in ihrer Interviewabsage aber an, keine professionellen Berater für das Coaching engagiert zu haben. Überhaupt, so die offizielle Parteilinie, liege das letzte Medientraining von Spitzenkandidat Heinz-Christian Strache Jahre zurück: 2004. Wiederum wissen Insider mehr: Generalsekretär und ehemaliger Haider-Gagschreiber Herbert Kickl und Bundesrat Klaus Peter Nittmann seien Straches Coaches, schreibt Renner (vgl. Renner 2007: 125).

Aufgrund des Auftretens von Heinz-Christian Strache in den Duellen darf als sicher gelten, dass sich der freiheitliche Obmann intensiv auf die Duelle vorbereitete, meint auch Politikberater Hajek (vgl. Experteninterview): Strache verblüffte 2006 durch staatsmännisches Auftreten und ein teilweise schon unsympathisch perfekt durchgezogenes „Stay on message“; 2008 variierte er seinen Diskussionsstil je nach Gegenüber (siehe auch Abbildung 17: Vergleich der Argumentationsstile, Seite 237).

Ein weiteres Indiz für die sorgfältige Vorbereitung des freiheitlichen Parteio Mannes lieferte eine Episode im Sommer 2009. Ein Heinz-Christian Strache nahe stehender FPÖ-Funktionär erzählte, der Parteio Mann habe sich, weil er wusste, er würde auf keinen trainierten Diskussionspartner treffen, auf die von Politik-Laien durchgeführten Sommergespräche „nicht einmal vorbereitet“. Im Umkehrschluss bedeutet dies freilich, dass Vorbereitung – welcher Art auch immer – zum Standardprogramm vor Straches TV-Auftritten zählt.

7.2.5 BZÖ

Auch beim BZÖ verneinte man 2007, Peter Westenthaler professionell gecoacht zu haben (vgl. *Renner 2007: 125*). Ein Experteninterview mit Stefan Petzner musste leider öfters verschoben werden und kam so nie zustande. Bei einem kurzen Telefonat meinte er lediglich, sämtliche Vorbereitungen auf die TV-Duelle würden Parteifunktionäre übernehmen.

So ist anzunehmen, dass auch Peter Westenthaler auf die Debatten vorbereitet wurde; er wirkte jedoch in den Konfrontationen weit weniger souverän als seine politischen Gegner, was den Schluss nahe legt, dass beim BZÖ weniger Geld und/oder Zeit in die professionelle Vorbereitung investiert wurde, beziehungsweise – durch die Finanzschwäche des orangen Bündnisses – werden konnte.

Jörg Haider wiederum brillierte in den Duellen 2008: Er war der einzige Politiker, der bei der Beurteilung der Diskussionen im Rahmen der Wahltagsbefragung des Institutes SORA einen höheren Wert erhielt als seine Partei bei der Wahl (14 Prozent der Befragten meinten dort, er habe in

Summe am besten in den Fernsehdiskussionen abgeschnitten; seine Partei, das BZÖ, hatte bei den Wahlen 2008 jedoch vergleichsweise geringe 10,7 Prozent der Stimmen erreicht) – er war übrigens der Politiker mit der meisten Duell-Erfahrung aller Spitzenkandidaten 2008. Er dürfte dennoch nicht auf Vorbereitung verzichtet haben, wie Wagner andeutet (vgl. *Wagner 2008: 139ff*): Haider provozierte Strache bei ihrem Aufeinandertreffen, bis dieser ihm das Du-Wort entzog. Thurnher meinte, Haider habe es darauf angelegt, weil er gewusst habe, dass diese Vorgangsweise Heide Schmidt 1992 geschadet habe. „Haiders Begleiter haben nach der Sendung gesagt, dass er darauf vorbereitet war“, erzählt Thurnher (zit. in *Wagner 2008: 139*).

7.3 *Debate prep als Tabu*

Die Beschäftigung mit der *debate prep* österreichischer Parlamentsparteien zeigt vor allem eines: Der öffentliche Umgang mit der Vorbereitung ihrer Kandidaten auf die TV-Duelle ist höchst unterschiedlich – und bei weitem nicht so ungezwungen, wie jener in den USA (vgl. *Renner 2007: 126*). Wie weit sich die tatsächliche Vorbereitung unterscheidet, lässt sich nicht seriös festschreiben – im Gegenteil: Es hat den Anschein, als ob die Parteien ähnliche Strategien zur Vorbereitung verfolgen, wie sich auch aus Gesprächen mit Parteimitarbeitern erahnen lässt.

Auf den ersten Blick ungewöhnlich ist, dass lediglich die SPÖ – zumindest unter Alfred Gusenbauer und Josef Kalina – recht offen zu ihrer Vorbereitung stand. Die Erklärung für die unerwartete Offenheit ist simpel: Sie brachte die politischen Gegner um einen Angriffspunkt. Die SPÖ sah lange im Auftreten ihres Kandidaten ihre größte Schwäche

(vgl. Kalina, sowie *Renner 2007: 124ff*). Durch die nach außen betont entspannte Thematisierung nahm sie dem Thema die Brisanz.

Im Unterschied zur sonst üblichen Verschwiegenheit bei der Debatten-Vorbereitung hebt jede Partei den sachlich/inhaltlichen Vorlauf ihrer Kandidaten hervor – das Tabu beschränkt sich also auf Medientrainings. Doch warum? Darf hier keine Schwäche gezeigt werden? Warum ist dann aber inhaltliche Vorbereitung angesehen? Ist es nicht viel schlimmer, wenn ein Politiker in der Sache nicht firm ist, als wenn er noch einmal übt, verständlich zu sprechen?

Vielleicht reitet die Parteien schlechtes Gewissen: Es wird wohl nicht bloß geübt, verständlich zu sprechen. Was zu erfahren ist, klingt eher danach, als ob es in den Vorbereitungsstunden darum ginge, eine verbale Schlacht durchzuspielen: Untergriffe zu parieren und – das wird wohl kein Parteifunktionär je öffentlich zugeben – auch gezielt, teils untergriffig, auszuteilen.

Ein Zeichen für Qualität der Duelle, den Nutzwert für die Gesellschaft betreffend, ist diese Verschwiegenheit jedenfalls nicht. Die sachliche Vorbereitung wird zugegeben, die eigentliche Taktik, mit der man das Duell zu gewinnen hofft, hingegen nicht – die Inszenierung des Kandidaten. Diese hat somit der Sachlichkeit den Rang des wichtigsten Assets abgelaufen. Die Duelle werden auch von den Parteien (vgl. Kalina) als Wettkampf der Kandidaten wahrgenommen – sie dienen der Unterhaltung, nicht (mehr) der Wissensvermittlung.

8 Regelwerke der TV-Duelle

Auch in Deutschland wurde nach der Berichterstattung im Vorfeld und zu den Bundestagswahlen 2005 eine Gewichtsverlagerung der öffentlich-rechtlichen Sender hin „zu einem stärker an Unterhaltung und Fiktion orientierten Medium“ (Wolf 2006: 10) konstatiert. Und dies, obwohl das Reglement der deutschen TV-Debatten ihre Teilnehmer weit stärker an Sachpolitik binden.

Wettkämpfe werden von Regeln bestimmt – jedes sportliche Aufeinandertreffen folgt vorher fixierten Richtlinien, Freundschaftsspiele heimischer Hobbysportler ebenso wie hoch dotierte Weltmeisterschaftsfinale. Nur, wer das Reglement kennt (und sich Verstößen dagegen bewusst ist, diese also auch bewusst in Kauf nimmt oder gar einsetzen kann), kann sich entsprechend auf den Wettkampf vorbereiten und ihn bestehen. Auch die TV-Duelle, die wegen ihres Formats gerne mit einem Ringkampf verglichen werden (vgl. *Der Standard*, 28.09.2006¹⁸³).

Obwohl bereits viele und auch detailreiche Untersuchungen der Fernseh-Konfrontationen vorliegen, ging bisher keine Analyse auf die ihnen zu Grunde liegenden Richtlinien ein. Um das Agieren der Kandidaten während der Konfrontationen aber einordnen zu können, ist das Wissen um die Vorschriften und Verbote unabdingbar.

Vor allem für internationale Vergleiche der Debatten darf darauf nicht verzichtet werden: Obwohl der Ursprung der TV-Duelle in den USA liegt, übernahmen europäische Länder zwar das Format, nicht aber das US-amerikanische Regelwerk.

¹⁸³ So geschehen in der Analyse des Kanzlerduells 2006 von Tatjana Lackner: „Schüssel stieg mit vielen vorbereiteten Gags und Sagern in den Ring“ (*Der Standard*, 28.09.2006)

Die Debatten verlaufen verschieden, wirken anders, ihre Veranstalter verfolgen teils sogar unterschiedliche Zwecke (vgl. Experteninterview Wagner) – was sich in den Regeln der Debatten manifestiert.

8.1 Regelwerke als Forschungsgegenstand

Die Reglements der verschiedenen Debatten-Formate wurden bisher in wissenschaftlichen Arbeiten nur selten erwähnt, nie jedoch untereinander verglichen oder gar ihre Auswirkungen auf den Debattenverlauf beschrieben. Lediglich Wolfgang Wagner streift in seinem Beitrag zur Wahl 2008 (vgl. *Wagner 2008: 137f*) die Thematik. Eine wissenschaftlich fundierte Analyse der Regelwerke bietet aber auch er nicht. Das ist überaus erstaunlich, sind die Regelwerke doch der Rahmen des Formats, das Fundament, auf dem die Duelle aufbauen.

So wurde bislang zwar die Personalisierung als Trend in der politischen Kommunikation generell konstatiert (vgl. *van Aelst, de Swert 2009: 156*), ihre Ausprägung bei den TV-Duellen in Österreich (vgl. *Filzmaier 2006; Pressegespräch Filzmaier, Plasser zu „Politik auf amerikanisch“, 04.07.2005*) sowie in Deutschland debattiert – laut Schmidts dienten die Duelle zwar „eher der Selbstdarstellung der Kanzlerkandidaten [dient], als der sachlichen Auseinandersetzung über politische Fragen. Wenig erforscht ist (...), ob diese überhaupt einen Beitrag zur Personalisierung des Wahlverhaltens leisten“ (*Schmidts 2009: 14*) –, nie aber die mögliche Wechselwirkung aus Regelwerk und Personalisierung thematisiert.

Tragen nun aber die verschiedenen Regelwerke den Trend zur Personalisierung der Politik mit? Fördern sie ihn gar? Und wenn ja, welche?

Präziser: Gibt etwa das amerikanische Modell seinen Kandidaten mehr Spielraum, sich selbst zu präsentieren, um einer Persönlichkeitswahl, die die Präsidentenwahl in den USA laut Ron Hrebienar, Professor am Political Science Department der Universität von Utah, ist, gerecht zu werden?

Erlegt der ORF seinen Gästen ein enges Regelkorsett auf, um direkte verbale Attacken zu verhindern, wohl wissend, dass die Politiker später eventuell in einer von der österreichischen Mehrheit präferierten großen Koalition zusammenarbeiten müssen¹⁸⁴?

Nein. Und nochmals nein.

Ist somit das deutsche System, das eine Mischung der rigiden Vorschriften der US-Debatten und der Laissez-Faire-Politik des ORF darstellt, der Idealweg?

Wiederum: Nein. Zumindest nicht in seiner aktuellen Ausprägung.

Die Analyse der zur Zeit der Untersuchung gültigen Regelwerke¹⁸⁵ konnte zwar nicht alle im Anhang aufgelisteten Detailfragen zu den Regelwerken der TV-Debatten in den USA, Deutschland und Österreich umfassend beantworten (dazu hätten die Regelwerke und Debatten der Vergleichsländer in mehreren Wahljahren analysiert werden müssen). Sie zeigt aber deutlich, welche Vorgaben welche Arten der Inszenierung von Politikern begünstigen.

¹⁸⁴ 43 Prozent der Österreicher gaben kurz vor der Nationalratswahl im Oktober 2006 in einer Umfrage des Meinungsforschungsinstitutes OGM an, eine Regierungskoalition aus SPÖ und ÖVP anderen Regierungskonstellationen vorzuziehen

¹⁸⁵ Regelwerke, Experteninterviews und Analyse finden sich im Anhang

8.2 Regelwerke im internationalen Vergleich

Bereits der Versuch, die Regelwerke der in Österreich, Deutschland und den USA veranstalteten TV-Debatten wissenschaftlich aufzuarbeiten, brachte durchaus interessante Ergebnisse: Ein direkter Vergleich der Regelwerke mit dem Approach der Diffusion - in der Analyse sollten sowohl Muster der Konkordanz als auch der Differenz beachtet werden (vgl. *Kleinsteuber 2003: 387*) - war nicht möglich. Es scheiterte bereits an der Grundlage für eine qualitative Inhaltsanalyse (vgl. *Christmann 2006: 275f*): Es mangelte an öffentlich zugänglichen schriftlichen Regelwerken.

Vergleichsweise einfach gestaltete sich, das US-amerikanische Regelwerk, das Memorandum of Understanding¹⁸⁶, aufzutreiben. In Deutschland hingegen sind die Geheimhaltungsregeln weit strenger. In Österreich wiederum wurden die Regeln der TV-Duelle 2006 gar nicht schriftlich festgehalten (vgl. Experteninterview Wagner).

Schon dadurch wurde das demokratiepolitisch unterschiedliche Verständnis von Fairness und Transparenz der Vergleichsländer augenscheinlich: Deutschlands TV bietet seinen Zusehern Konfrontationen, ohne ihnen die Spielregeln des Aufeinandertreffens der Spitzenkandidaten zu erklären.

¹⁸⁶ Abkommen über die die TV-Debatten während des amerikanischen Präsidentschaftswahlkampfes 2004 betreffenden Regeln, abgeschlossen zwischen Vertretern der beiden Kampagnen (Kerry-Edwards, '04 Inc. sowie Bush-Cheney, '04 Inc.), das der Kommission (Commission on Presidential Debates) bis spätestens 22. September 2004 unterfertigt zukommen zu lassen ist (das vollständige Dokument „Memorandum of Understanding“ findet sich im Anhang).

Die fehlenden schriftlichen Regelwerke Österreichs und Deutschlands wurden durch Experteninterviews¹⁸⁷ substituiert. In Österreich gab Wolfgang Wagner, Sendungsverantwortlicher der ORF-Debatten 2006, Auskunft über die Regelwerke: Es gibt – zumindest offiziell – keine. Der ZDF-Sendungsverantwortliche der TV-Debatten 2005, Stefan Raue, ging wegen der rigiden Stillschweige-Vereinbarung nicht auf die Regeln der TV-Debatten ein. Ein ebenfalls in die deutschen Debatten involvierter Experte war nur unter der Voraussetzung der Wahrung seiner Anonymität bereit, über das Regelwerk zu sprechen: Es ist deutlich weniger streng als das US-amerikanische, aber weit restriktiver als die österreichische Variante.

Nach der Übersetzung des US-Memorandums folgte eine qualitative Analyse in tabellarischer Form (siehe Abbildung 13: Analyseraster - Vergleich der Regelwerke, Seite 217), die auch Grundlage der Fragen an die Experten bildete, und deren Antworten später ergänzt wurden. Die vollständige Analyse-Tabelle findet sich im Anhang.

Abermals zeigte sich die unterschiedliche Herangehensweise und Motivation der Sendungsverantwortlichen der drei Vergleichsländer. Nur drei Punkte werden in allen Regelwerken behandelt: Die Studiobesichtigung, die Sitzordnung der Kandidaten und die Verwertungsrechte der Aufzeichnungen – die inhaltliche Ausformung der einzelnen Punkte hingegen unterscheidet sich stark.

¹⁸⁷ Abschriften im Anhang

6.3. Analyse der Regelwerke

Analyse des „Memorandum of Understanding“ im Vergleich mit den Regelwerken der Debatten zur deutschen Bundestagswahl 2005 sowie den jenen vor der Nationalratswahl 2006 in Österreich

„1. Number, Dates, Time, Location, Topics“

	USA 2004	Deutschland 2005	Österreich 2006
Anzahl	Im Memorandum festgelegt (1.a, Seite 1)	Angela Merkel stimmte nur einem Duell zu	Der ORF lud ein; in Österreich ein Kanzlerduell üblich
Datum	Für alle drei Duelle im Memorandum festgelegt (1.a, Seite 1)	Gemeinsam von Parteien und Sendern festgelegt	Der ORF lud Parteien zu Duellen ein und gab so die Termine vor
Ort	Im Memorandum festgelegt (1.a, Seite 1)	Gemeinsam von Parteien und Sendern festgelegt	Der ORF lud zu sich in ein spezielles Studio ein
Zeit	Im Memorandum festgelegt (1.c, Seite 1)	Gemeinsam von Parteien und Sendern festgelegt (Hauptabend)	Der ORF lud abends ein, Hauptsendezeit
Exklusivität	Im Memorandum festgelegt (1.d, Seite 1): Die Kandidaten verpflichten sich, nur an den im Memorandum festgelegten Debatten teilzunehmen	Merkel wollte nur eine Debatte; die einflussreichsten Sender waren daran beteiligt	Der ORF genießt eine Monopolstellung; er verbot Duelle in anderen Medien nicht; es gab sie nicht
Themen	Im Memorandum klar für jedes Duell festgelegt (1.e, Seite 2)	Themen wurden vorgegeben, jedoch nicht detailliert im Regelwerk festgehalten	Themen wurden nicht aktiv kommuniziert, auf Rückfrage der Parteien aber grob umrissen

Abbildung 13: Analyseraster - Vergleich der Regelwerke

8.2.1 USA

Womöglich um der absoluten Transparenz und Fairness genüge zu tun, hielten die Veranstalter der Presidential Debates in den USA (fast) jeden erdenklichen Punkt dazu in einem eigens erstellten, 32 Seiten starken Memorandum¹⁸⁸ fest. Vielleicht aber bestanden die Parteien auf dem ausdefinierten Regelwerk, um die Debatten für sie berechenbar(er) zu gestalten: In 16 Kapiteln¹⁸⁹ werden Details wie die Sitzordnung, die Kamerawinkel bis zur Größe der Back-Stage-Räume der Kandidaten beschrieben. Jeweils ein Vertreter der Parteien, einer der die Debatten

¹⁸⁸ Das vollständige Memorandum findet sich im Anhang.

¹⁸⁹ Number, Dates, Time, Locations, Topics; Sponsorship; Participants; Moderator; Rules Applicable to All Debates; Additional Rules Applicable to September 30 and October 13 Debates; Additional Rules Applicable to October 8 Debate; Additional Rules Applicable to October 5 Debate; Staging; Ticket Distribution and Seating Arrangements; Dressing Rooms/Holding Rooms; Media; Survey Research; Complete Agreement; Amendments; Ratification and Acknowledgement

durchführenden CPD sowie die Moderatoren mussten das Memorandum unterfertigen.

Das Ergebnis dieses Regelwerkes ist ein starres Korsett, das den Kandidaten wenig Raum für eine Debatte im herkömmlichen Sinn lässt, also einem direkten Streitgespräch der Kontrahenten auf gehobenem Niveau beziehungsweise den Gegner mit Worten zu schlagen, wie es der Duden umreißt. Es unterbindet zumeist die Interaktion zwischen den Diskutanten. Diesen wird lediglich in einem bereits zuvor bestimmten Zeitrahmen die Möglichkeit gegeben, auf Fragen des Moderators zu antworten bzw. auf eine Antwort ihres Gegners zu replizieren.

Das strenge Format, das Inszenierung nur zu einem sehr geringen Grad zulässt, betont somit die inhaltliche Ebene.

8.2.2 Deutschland

Besonders bemerkenswert war der deutsche Zugang, der ein Regelwerk vorsah, das nicht an die Öffentlichkeit gelangen sollte – weder inhaltlich noch den Umfang betreffend (Gerüchten zufolge umfasste das deutsche Regelwerk mehr Seiten als das US-amerikanische). Es kann nur vermutet werden, warum dies so war: Die Parteien könnten Interesse daran gehabt haben, das Regelwerk geheim zu halten – etwa, weil sie erfolgreich Paragraphen hineinreklamieren konnten, die sich in der Diskussion zwar hilfreich für sie erweisen, nach außen jedoch womöglich für Unmut in der Bevölkerung, also der Wählerschaft, gesorgt hätten. Die Sender gingen wohl aus Angst, das Duell könnte bei einem Konkurrenten stattfinden, darauf ein; die Entscheidung war anscheinend getragen von der Wahl des kleineren Übels.

Dies ist reine Vermutung. Sie wird hier dennoch angeführt, weil mehrere Quellen in Hintergrundgesprächen diese Annahme bestärken.

Das deutsche Regelwerk soll sich über weite Strecken mit den Verwertungsrechten der Debattenaufzeichnung beschäftigen (auch im US-Memorandum wurden die Rechte klar geregelt, in Österreich blieben sie beim ORF). Doch auch das Format selbst wurde darin fixiert: bestimmte Kamerawinkel untersagt, Kamerafahrten ausgeschlossen, eine Analyse der Debatte durch Politologen direkt danach unterbunden.

Die Analyse muss leider als unvollständig gelten, da nicht davon ausgegangen werden kann, dass sich der anonym bleiben wollende Experte an jedes Detail des mehrere Dutzend Seiten umfassenden deutschen Memorandums erinnerte.

8.2.3 Österreich

Der ORF verzichtete auf ein offizielles Regelwerk. Das US-amerikanische System, das die Interaktion der Kandidaten unterbindet, dafür die Sachebene betont, lehnten die ORF-Verantwortlichen ab: Die inhaltlichen Standpunkte der Parteien würden andernorts hinreichend kommuniziert, meint der Sendungsverantwortliche Wolfgang Wagner (vgl. Experteninterview Wolfgang Wagner). Man wollte den Zusehern stattdessen Neues, also Interessantes bieten, indem man die Interaktion der Kandidaten nicht regulierte, sondern im Gegenteil durch die Moderatorin gar forcierte. Schriftliche Regelungen dazu gab es nicht.

Der ORF lud die Kandidaten zu von ihm vorgegebenen Terminen ein, bestimmte die Sitzordnung (Regierungsparteien bzw. Vertreter der bei der vergangenen Wahl erfolgreicherer

Partei rechts, der Herausforderer links) und riet ihnen, auf Mitbringssel wie „Taferl“ zu verzichten – sie würden nicht gefilmt werden, hieß es. Auf ein explizites Verbot wurde aber verzichtet.

Wie auch in den anderen Vergleichsländern war den Kandidaten beziehungsweise Vertretern ihrer Parteien eine Besichtigung des Studios vor der Debatte eingeräumt worden: In den USA wurde Tag und Ablauf des Briefings festgehalten, in Deutschland, wer diesem beiwohnen durfte, in Österreich durften Parteienvertreter beim ORF anrufen, um einen Besichtigungstermin zu vereinbaren.

Abgesehen von diesen Rahmenbedingungen wollte man sich im ORF auf die Formen der Höflichkeit verlassen, versprach – wie vom Gesetz verlangt – Ausgewogenheit und überließ das Übrige den Diskutanten.

8.3 Regelwerke und ihre Wirkung

Literatur, die sich mit den TV-Debatten befasst, schreibt ihnen die Wirkung des *re-inforcements* (vgl. Lazarsfeld, Berelson, Gaudet 1944: 190), also der Bestätigung und der Bestärkung der bisherigen Sicht, zu. Dies gilt auch für die Zuseher von TV-Debatten und ihre Wahrnehmung der Profile der Kandidaten.

Das amerikanische Regelwerk mit seinen strengen Bestimmungen (keine Interaktion, strenges Regulativ) bietet

¹⁹⁰ LAZARSFELD, P. F./BERELSON, B./GAUDET H. (1944): The people's choice. How the voter makes up his mind in a presidential debate. New York: Columbia University Press. In: MAIER, Jürgen/FAAS, Thorsten (2004): Debattenwahrnehmung und Kandidatenorientierung. Göttingen: Hogrefe Verlag (Zeitschrift für Medienpsychologie 16)

jenen weniger Möglichkeiten zur Selbstdarstellung als das deutsche (weniger restriktiv) oder österreichische System (ohne schriftlich festgehaltene Bestimmungen).

Den fast regelfreien Duellen in Österreich wird zugleich der Neuwert auf sachlicher, inhaltlicher Ebene abgesprochen (vgl. Experteninterview Hajek). Doch was bleibt dann noch, wenn nicht der bloße Unterhaltungsfaktor? Die Kandidaten und ihren Stil besser kennen zu lernen, wäre ein möglicher Einwand. Dies wäre aber auch leicht im Rahmen eines sachlicheren Gesprächs möglich.

Sogar im Ursprungsland der Debatten, in den USA, wo die Regeln ganz im Gegensatz zu Österreich defacto keine Interaktion zulassen, hängt viel vom Charisma und Auftreten des Kandidaten ab (vgl. Hajek). Das US-Regelwerk bietet dem Zuschauer eher die Möglichkeit, das – ebenfalls streng geregelte und daher nicht absolut authentische – Auftreten der Kandidaten, ihre Überzeugungskraft und Argumentationsfähigkeit zu vergleichen. Dies setzt jedoch Kenntnis der politischen Inhalte voraus.

Was laut Meinung des Politikberaters Peter Hajek aber nicht der Fall sei – weder unter österreichischen noch US-amerikanischen Wählern. In den USA hätten die Wähler durch das Debattenformat die Chance auf eine nochmalige Zusammenfassung der wichtigsten Anliegen eines Kandidaten durch ebendiesen – die Themen würden hier nicht durch journalistische Aufbereitung verkürzt oder verfälscht. Tatsächlich scheint der Fokus in Nachrichtensendungen und Medienberichten auf *sound bites* zu liegen; was nicht der KISS-Regel entspricht, wird eingekürzt.

Das US-Format birgt Reize: Die Persönlichkeit der Kandidaten muss subtiler einfließen. Um den für die nach

Unterhaltung strebenden Zuseher wenig attraktiven Pressekonferenz-Charakter zu eliminieren, wurde in den USA schon öfter daran gedacht, das Fragen- und Zeit-Korsett weniger eng zu schnüren. Dies scheint ein interessanter Gedanke, der sich bisher aber nicht durchsetzen konnte – wohl auch, weil die Debatten damit ein Stück ihrer den Kandidaten entgegenkommenden Berechenbarkeit einbüßen würden (siehe dazu auch CPD online¹⁹¹).

Deutschland versucht mit seinem Regelwerk einen Mittelweg zwischen dem streng regulierten und dem ungezügelter Debattenformat der USA beziehungsweise Österreichs zu beschreiten. Ein attraktiver Zugang, dessen Umsetzung jedoch mangelhaft erscheint: Deutschland übernahm Teile des starren Korsetts der USA, die Transparenz über das Regelwerk, die die Vereinigten Staaten auszeichnet, übernahm die Bundesrepublik jedoch nicht. Es entsteht so die paradoxe Situation, dass die für die ein demokratisches System ausmachenden Wahlen wichtigen TV-Duelle nach Regeln verlaufen, die der oberste Souverän, das Volk, nicht kennt und nicht kennen lernen darf. Das Demokratieverständnis der Sender und Politiker müsste Wissenschaftler und Journalisten zu wildem Protest veranlassen. Dieser tritt jedoch nicht ein: Ergattern sie einen kleinen Teil des geheimen Kontrakts, scheint die Befriedigung darob ihre Kritikfreude zu dämpfen. Der Profit – also die Neuigkeit – dürfte ihnen die Aufgabe der kritischen Betrachtung wert sein. Vielleicht aber, und das hoffe ich, verlief der Protest so leise, dass er in Österreich nicht vernommen wurde.

¹⁹¹ Online abrufbar: Commission on Presidential Debates
<http://www.debates.org> (17.09.2009)

In Österreich gibt es kein geheimes Regelwerk zu bergen. Es gibt keine schriftlichen Regeln, sondern mündliche Vorgaben. Dieses Format ist zur Politikvermittlung nur mit einem – verbal wie inhaltlich – starken Moderator sinnvoll. Es ist nicht auf Sachdebatten ausgelegt: Inhaltliche Diskussionen der Kandidaten stehen somit nicht im Zentrum der Motivation der Sendungsverantwortlichen, sondern die mehr Quote versprechende Personalisierung – und Inszenierung der Duelle als Zweikampf – durch Persönlichkeiten und Emotionen. Dafür ist das österreichische Debattenformat prädestiniert. Die Politiker nutzen es entsprechend, wie die nachfolgende Analyse der Duelle ergab. Es bleibt die Frage, warum der öffentlich-rechtliche Sender ORF zu diesem Format greift – darauf wird der dritte Teil dieser Arbeit eingehen.

Die Regelwerke der Debatten geben unmittelbar den Charakter der Duelle vor. Ob, und wenn ja, wie sich dieser auf die Berichterstattung über die Konfrontationen auswirkt, sollte in einer weiteren Forschungsarbeit erhoben werden. In Österreich jedenfalls zeigt sich, dass Journalisten ihre Aufmerksamkeit auf das Verhalten der Diskutanten fokussieren anstatt auf ihre Sachbeiträge. Untersuchungen in den USA und Deutschland kommen zu ähnlichen Ergebnissen (vgl. *Plasser, Lengauer 2010a: 220f*). Ein direkter Vergleich der Duelle und der ihnen nachfolgenden redaktionellen Berichterstattung fehlt bisher.

9 Österreichs TV-Duelle

Die Kandidaten bei den österreichischen TV-Duellen nutzten die Freiheiten, die ihnen der ORF gab, seit jeher, um sich zu inszenieren. Schon Kreisky, mit dem „Nimbus des unbesiegbaren Medienkanzlers“ (*Plasser, Lengauer 2010a: 198*), wusste um die Macht der Bilder. Jahre später überraschte Jörg Haider mit einem Mitbringsel – dem „Taferl“ – seinen Kontrahenten Franz Vranitzky (vgl. *Posselt, Rieglhofer 2000: 207*).

Sind das bloß Einzelaktionen oder etwa doch Fixpunkte konzertierter Dramaturgien? Politiker spielen immer Rollen (vgl. Hajek). Diese müssten zum Charakter des Kandidaten und dem Image der Partei passen, sonst wären sie nicht glaubwürdig – und Authentizität ist aus Sicht von Parteistrategen der ÖVP für Erfolge unerlässlich (vgl. Mojzis). Auch die Botschaften (vgl. Kapitel 3.3.4 Message Triangle, Seite 102) müssten dazu passen, somit die richtigen Themen angesprochen werden.

Doch wie verläuft die Themenauswahl: Versuchen die Parteien ihre Themen zur Sprache zu bringen?

Welche Rollen spielen Politiker: Können sie diese wechseln? Hängt ihr Auftreten mit der Größe, Macht und Ausrichtung ihrer Partei zusammen?

Ja, ja und ja.

Wie sehr die Regelwerke und die Parteilinie der Kandidaten den Verlauf der TV-Duelle beeinflussen, ja fast vorgeben, zeigen detailreich die im Anhang befindlichen Analysen der ausgewählten Duelle von FPÖ vs. SPÖ, BZÖ vs. ÖVP, FPÖ vs. BZÖ, SPÖ vs. ÖVP aus den Jahren 2006 und 2008. Die folgenden Kapitel fassen diese Ergebnisse zusammen.

9.1 TV-Duelle als Forschungsgegenstand

Eine allein stehende Untersuchung eines TV-Duells kann nur schwer mehr bieten als eine Momentaufnahme. Erst das Wissen um das Umfeld, die Regeln und vor allem der Vergleich mit anderen Duellen ermöglicht eine Einordnung. Eine quantitative Analyse, welche Themen in welcher Ausführlichkeit oder auch Kürze behandelt wurden, greift genauso zu kurz wie die Analyse der Duelle nach Kriterien der Selbstdarstellung der Kandidaten in Form von assertivem, defensivem und offensivem Verhalten der Diskutanten. Sie wäre bei weitem nicht ausreichend gewesen, um alle zu untersuchenden Kategorien abzudecken, ging es doch darum, die Rollen der Politiker zu finden und zu definieren, also ihr Verhalten, ihren Argumentationsstil bis hin zur Körpersprache zu erfassen. Deshalb wurde ein eigener Codebogen¹⁹² entwickelt, der die drei Kategorien in jeweils vier Unterpunkte (jeweils zwei gegensätzliche Merkmale) gliedert¹⁹³, und zusätzlich durch eine ausformulierte Zusammenfassung der analysierten Duelle ergänzt wird (siehe Abbildung 14: Codebogen TV-Duell, Seite 226).

Zur statistischen Auswertung wurde auf Grundlagen nach Hartung, Hafner und Benninghaus zurückgegriffen (siehe Exkurs: Statistische Grundlagen, Seite 227). Grafisch aufbereitet lassen sich die Ergebnisse in Kreisdiagrammen und Koordinatensystemen leicht vergleichbar zusammenfassen.

¹⁹² Details zum Instrument, der Operationalisierung und der Dokumentation finden sich im Anhang.

¹⁹³ Ein ähnliches Analysetool verwendeten zwei Jahre später Plasser und Lengauer in ihrer Untersuchung der Elefantenrunde des NRW 2008 (vgl. Plasser, Lengauer 2010a: 215ff)

Themenvorgabe: Thurnher
Zeit: 00:18 bis 00:28
Dauer: 10'

	HC Strache	Gusenbauer	Thurnher
Argumentation			
Lösungsvorschläge	VI	III	
Problemaufzählung	I	II	
Eigenlob	II	I	
Anprangerung	V	VI	
Verhalten			
Defensiv		I	
Offensiv	VI	IV	
Kompromissbereit		I	
Beharrlich	II	IV	
Körpersprache			
Einladend		I	
Abwehrend	I	III	
Bedacht	I	I	
Impulsiv	II	III	
Belehrend			
Zwischenruf	V	I	IX

Tabelle 3: FPÖ vs. SPÖ – Pflege

Die Debatte läuft zwar noch immer hitzig, doch werden untergriffige Kommentare weniger. Gusenbauer scheint langsam die Überraschung ob Straches Auftreten zu überwinden, findet „seine Rolle“.

Wirkung

Gusenbauer wirkt..	Strache wirkt..
.. ruhig, aber nicht passiv	.. aktiv, engagiert
.. kompetent	.. lösungsorientiert

Gesprächsklima

Die Rollen wechseln langsam: Gusenbauers Zwischenrufe nehmen ab, er wird gelassener, selbstsicherer – er belastet das Gesprächsklima nicht mehr. Sowohl Strache als auch Gusenbauer versuchen zeitweise ein anregendes Gespräch zu liefern, der FPÖ-Chef erliegt manchmal der Versuchung, destruktiv, wenig lösungsorientiert, abwehrend und auch abwertend zu agieren.

9.1.1 Exkurs: Statistische Grundlagen

9.1.1.1 Definitionen

Merkmale sind „die Größen, auf die sich Fragen oder Messungen beziehen“. (Hartung 2002: 15)

Untersuchungseinheiten sind „die Objekte, an denen Messungen vorgenommen werden“. (Hartung 2002: 15f)

Für jedes Merkmal werden Ausprägungen festgelegt. Laut Hafner ist eine wegen der Unterschiedlichkeit der Merkmale und somit auch deren Ausprägungen eine weitere Unterscheidung in *qualitative* und *quantitative Merkmale* notwendig, um die am meisten angemessene statistische Methode wählen zu können.

(vgl. Hafner 2000: 6)

„Die Ausprägungen quantitativer Merkmale unterscheiden sich durch ihre Größe, die Ausprägungen qualitativer Merkmale durch ihre Art.“ (Hartung 2002: 16) Für die Messung von Merkmalsausprägungen werden Skalen verwendet, welche sich durch das Niveau unterscheiden. Folgende Skalen werden unterschieden:

Nominalskala: Werte unterliegen keiner Rangfolge und sind nicht vergleichbar.

Beispiele: Geschlecht, Beruf, Wohnort;

Ordinalskala: Werte unterscheiden sich in ihrer Intensität und lassen sich nach der Stärke der Intensität ordnen (Rangfolge). Abstände zwischen den verschiedenen Werten der Skala lassen sich nicht interpretieren.

Beispiele: Zufriedenheit mit einem Produkt, Dienstgrad beim Militär;

Metrische Skala: Die Werte unterliegen einer Reihenfolge, weiters sind auch die Abstände dazwischen interpretierbar.

Beispiele: Temperatur, Jahreszahlen;

(vgl. Hartung 2002: 16)

9.1.1.2 Methoden zur Auswertung

Häufigkeitsverteilung eignet sich laut Hafner, Daten zu organisieren, verdichten und leicht erfassbar darzustellen. Er unterscheidet auch, ob es sich um eindimensionale (eine Variable wird analysiert) oder mehrdimensionale (mehrere Variablen werden analysiert) Betrachtungsweise handelt. (vgl. Hafner 2000: 9).

Die Häufigkeitsverteilung kann unter anderem durch die grafische Auflösung von Daten beispielsweise in Kreisdiagrammen, Säulendiagrammen oder Balkendiagrammen geschehen (vgl. Benninghaus 2002: 32).

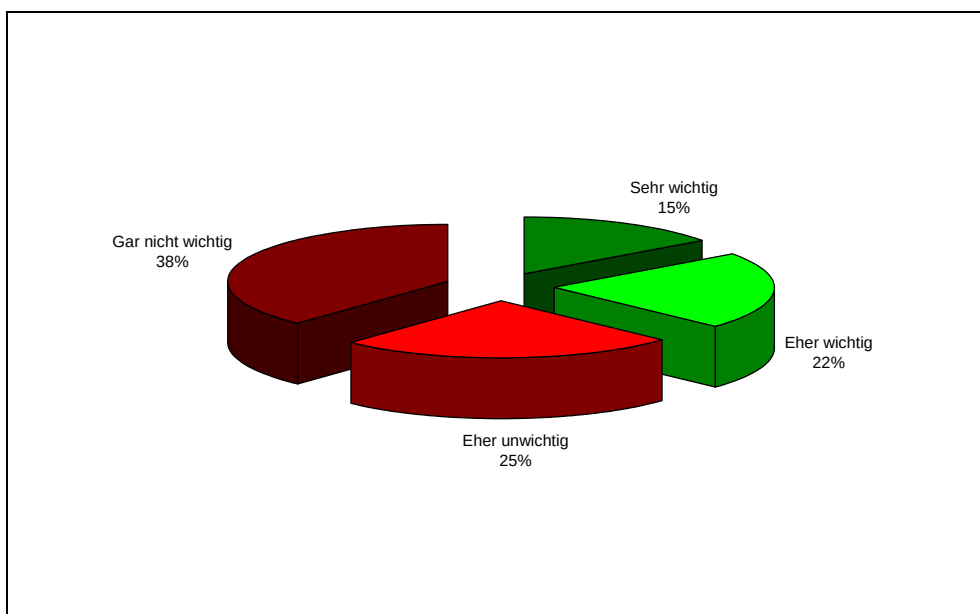


Abbildung 15: Kreisdiagramm

9.2 Analyse der TV-Duelle

Alle untersuchten TV-Konfrontationen eines Wahlkampfes fanden unter denselben technischen Voraussetzungen statt (selbes Studio, selbe Moderatorin, selbes Regelwerk). Lediglich die ÖVP änderte von 2006 auf 2008 ihre Diskutantenzusammenstellung: Während 2006 der Spitzenkandidat, Bundeskanzler Wolfgang Schüssel, nur das Kanzlerduell bestritt (während alle anderen Parteien zu jeder Konfrontation 2006 ihren Spitzenkandidaten entsandten), besuchte 2008 ÖVP-Spitzenkandidat Wilhelm Molterer alle TV-Konfrontationen. Am Vorgehen Schüssels gab es – medial, aber auch parteiintern – Kritik: Er sei dadurch zu unnahbar, vermittele das Gefühl, sich zu gut für Diskussionen mit Vertretern kleinerer Parteien zu sein. Hintergedanke war laut Meinungsforschern wie Wolfgang Bachmayer (OGM), den Spitzenkandidaten nicht in fast einem Dutzend Duellen zu „verbrauchen“, sondern ihm durch den nur einmaligen Auftritt kurz vor der Wahl einen Neuigkeitswert zu verleihen.

Trotz der gleichen Ausgangslage, das zeigt die Analyse deutlich, hatten persönliche Animositäten, Vorlieben und Tagesverfassung der Teilnehmer sowie deren mentale Modelle sichtbaren Einfluss.

So war der Moderatorin im Duell FPÖ gegen BZÖ 2006 anzumerken, dass sie Peter Westenthaler – oder seine Eigenheiten – weniger schätzte als dessen Gegenüber Heinz-Christian Strache. Dieses Duell war generell weniger von politischen Sachthemen als der Erörterung der Befindlichkeiten innerhalb des gespaltenen dritten Lagers geprägt (siehe Abbildung 16: Vergleich der Themengewichtung

in den TV-Duellen, Seite 234 sowie Abbildung 17: Vergleich der Argumentationsstile in den TV-Duellen, Seite 237; Detail-Grafiken zu den einzelnen Duellen finden sich im Anhang): Drei Themenkomplexe beziehungsweise 20 Prozent der Sendezeit beschäftigten sich ausschließlich damit. Auch in den anderen Themengebieten kamen die Diskutanten immer wieder auf ihr Verhältnis, ihre Feindschaft zu sprechen. Zwei Jahre später, beim Aufeinandertreffen von Strache und Jörg Haider, von politischem *Ziehsohn* und *Übervater*, wie sie in den Medien gerne genannt wurden, wurde von den Diskutanten den Sachinhalten nur eine untergeordnete Rolle zugemessen: Strache versuchte sich zu emanzipieren, verweigerte Haider das Du-Wort, argumentierte teils untergriffig; Haider warf ihm vor, nur eine Kopie von ihm, Haider, selbst zu sein („Kopiermaschine“). Der Kärntner Landeshauptmann gerierte sich als *Elder Statesman*, lobte seine Politik in Kärnten und betonte mit Mimik und Gestik den Genuss an seiner sprachlichen Überlegenheit.

Im Duell FPÖ vs. SPÖ 2006 war vor allem das unerwartet staatsmännische Auftreten des sonst populistisch agierenden Strache (vgl. FPÖ-Wahlplakate des vergangenen Wiener Gemeinderatswahlkampfes 2005: „Daham statt Islam“, „Pummerin statt Muezzin“, TV-Duell BZÖ vs. FPÖ 2008) auffallend: Strache sprach Sachthemen an, lieferte Lösungen, argumentierte betont gelassen. SPÖ-Kanzlerkandidat Alfred Gusenbauer hatte anfangs Adaptionsprobleme – in Gusenbauers Trainingseinheiten mit *sparring partners* hatte der Strache-Mime nie die Rolle eines Staatsmannes eingenommen. Gusenbauer brauchte das erste Drittel des Duells, um Strategie und Auftreten der neuen Situation anzupassen.

Bei der Konfrontation zwischen Strache und Werner Faymann zwei Jahre später waren dem SPÖ-Kandidaten die Kommunikationsvarianten Straches bekannt, das Überraschungsmoment, das Strache 2006 gegen Gusenbauer nutzen konnte, entfiel. Faymann konterkarierte Straches Rolle durch eine Anpassung der eigenen Mimik, Gestik und des Sprachduktus, um selbst die Rolle des Staatsmannes zu übernehmen und darin mehr Glaubwürdigkeit zu vermitteln als Strache. Als Reaktion adaptierte Strache seine Kommunikationsstrategie hin zu einem verbal aggressiveren Ton (er kritisierte Faymann mehr als doppelt so oft wie der SPÖ-Kandidat ihn). Der anfangs konsens- und sachorientiert diskutierende Faymann wusste damit nicht umzugehen: Während der fast 20-minütigen Diskussion zu Integration fiel er dem FPÖ-Chef 20 mal ins Wort. Emotionale Momente dominierten, Sachpolitisches wurde als kommunikatives Transportmittel gegenseitiger Apathien genutzt. Die Selbstbeschränkung durch Höflichkeitsregeln, die der ORF als Regelwerk gewählt hatte, wurde von beiden Kandidaten ignoriert: Beide sprachen simultan, die Diskussion wurde trotz zahlreicher Einwände der Moderatorin unverständlich (allein in der nicht einmal sieben Minuten dauernden Diskussion ermahnte sie die Kandidaten 12 mal). Erst mit der Vorgabe eines neuen Debattenthemas erlangt Thurnher die Kontrolle über das Gespräch wieder.

Die Debatte zwischen den Regierungspartnern BZÖ und ÖVP 2006 verlief nicht entlang der Erwartungshaltung professioneller Politikbeobachter. Wenig Konfrontation, viel Konsens prägten die Debatte (mehrheitlich einladende, bedachte Körpersprache und Eigenlob für die gemeinsame Regierungsarbeit zeichnen den Argumentationsstil und das Verhalten beider Kandidaten aus; siehe dazu auch Abbildung

17: Vergleich der Argumentationsstile in den TV-Duellen, Seite 237). Die Moderatorin scheiterte daran, beide Diskutanten von ihrer in der nachgelagerten redaktionellen Berichterstattung als „Kuschelkurs“ verunglimpften Kommunikationsstrategie abzubringen.

2008 waren die ehemaligen Koalitionspartner Kontrahenten: Haider und Molterer schienen das Aufeinandertreffen zu genießen. Eloquenz und Sachkenntnis ließen Haider bald die Themenführerschaft übernehmen. Molterers Versuch, Unsicherheiten zu überspielen führte zu Problemen beim schlüssigen Zusammenspiel von Mimik, Gestik und Verbalebene.

Im Kanzlerduell nutzte Werner Faymann das Überraschungsmoment der unerwarteten Kommunikationsstrategie: Statt wie bisher das Miteinander der Regierungspartner zu betonen, agierte er angriffslustig. Politikbeobachter sind uneins, ob dieser Strategiewechsel angesichts der Konsens-Kampagne der SPÖ von Vorteil für die SPÖ war.

Faymann begann mit der Präsentation eines schriftlichen Versprechens der ÖVP, die Koalition nicht zu kündigen.

Molterer suchte die Regierungsunfähigkeit der SPÖ mit einem mitgebrachten Zeitungsartikel¹⁹⁴ zu untermauern. Titel: „Faymann: SPÖ hat Umstieg in die Regierung nie wirklich geschafft“, Quelle: „Standart! [sic!] 12.6.08“. Statt auf die Kritik einzugehen, konzentrierte sich Faymann in seiner Replik auf den Rechtschreibfehler (vgl. *re-framing*).

Statt Sachpolitisches zu diskutieren, warfen sich beide alsbald gegenseitige Unterbrechungen vor.

¹⁹⁴ Online abrufbar unter: YouTube
<http://www.youtube.com/watch?gl=DE&hl=de&v=u9UdQSHHQdk> (03.09.2009)

Experten führten diese für Kanzlerkandidaten ungewöhnlich heftig geführte Debatte auf die persönlichen Apathien der Kandidaten zurück.

Eine genaue Analyse der Themen, Argumentationsstile, Verhaltensweisen und Körpersprache der Kandidaten, sowie eine Auflistung der Unterbrechungen und Belehrungen für jedes der angeführten Duelle findet sich im Anhang.

9.2.1 Themen der TV-Duelle

Der ORF setzte mit seinem Reglement den Schwerpunkt auf die Selbstdarstellung der Kandidaten. Um deren Vergleichbarkeit für die Zuseher sicherzustellen, hätte er bei den Duellen jeweils dieselben Themen vorgeben können. Der Sendungsverantwortliche Wolfgang Wagner entschied sich dagegen: Die Duelle sollten „spannend“ sein (vgl. Experteninterview Wagner). So wurden weder die Themen annähernd gleich gewichtet, noch für die verschiedenen Kandidatenkonstellationen dieselben Themen gewählt.

Die Auswahl erfolgte nach Aktualität und, das ergab die Analyse, auch nach Affinität zu den Parteien: Dem dritten Lager wurde 2006 im Vergleich zu anderen Paarungen viel Zeit eingeräumt, über Integrationspolitik zu diskutieren (BZÖ – FPÖ: 38,8 Prozent; BZÖ – ÖVP: 15,0 Prozent; FPÖ – SPÖ: 21,7 Prozent; SPÖ – ÖVP: nicht explizit thematisiert). Abseits der Sachebene debattierten FPÖ-Obmann Heinz-Christian Strache und BZÖ-Spitzenkandidat Peter Westenthaler auch über Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft des dritten Lagers (gesamt 20,0 Prozent der Sendezeit). Auch 2008 ließ Moderatorin Ingrid Thurnher Strache und BZÖ-Spitzenkandidaten Jörg Haider ein Viertel der Sendezeit

über das Verhältnis der beiden rechten Parteien diskutieren.

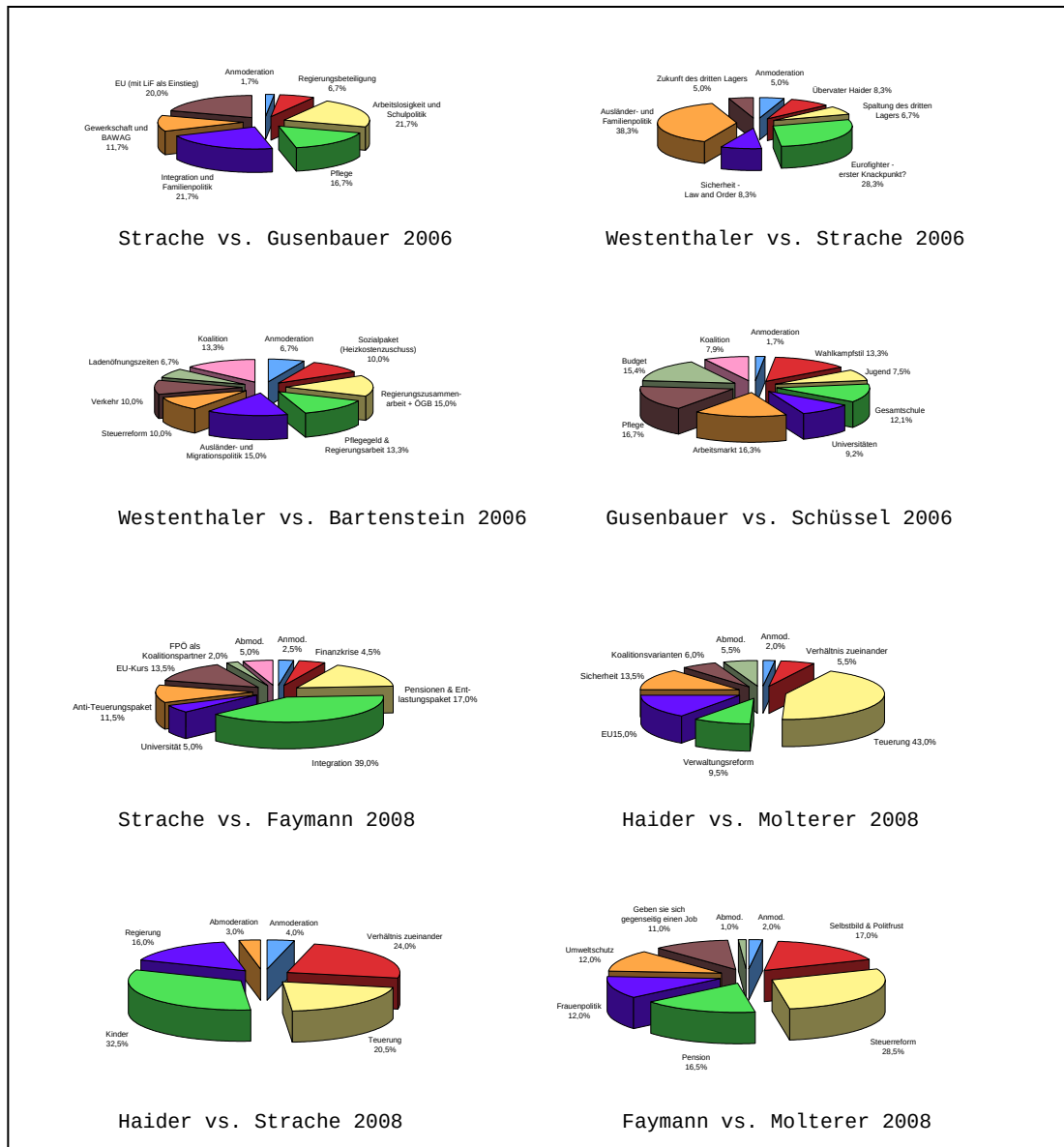


Abbildung 16: Vergleich der Themengewichtung in den TV-Duellen

In den Diskussionen ohne FPÖ- oder BZÖ-Beteiligung blieben die Themen des dritten Lagers, Sicherheits- und Integrationspolitik, hingegen ausgespart: ÖVP und SPÖ sprachen 2006 über Budget, Bildungspolitik, Arbeitsmarkt, Pflege und den Wahlkampf sowie die Koalitionspräferenzen. Auch 2008 wurde in dieser Konstellation über

Regierungsbildung diskutiert, über Politfrust, Steuerreform, Pensionen, Umweltschutz und Frauenpolitik (diese wurde von Thurnher angesprochen, die Kandidaten schienen nicht damit gerechnet zu haben).

Die Themen wirkten den Parteien angepasst (siehe auch Abbildung 16: Vergleich der Themengewichtung in den TV-Duellen, Seite 234; genauere Analysen der Duelle und der Themengewichtung finden sich im Anhang).

Die Moderatorin übernahm die Auswahl der Themen vor dem Duell. In welche Richtung die Diskussion sich während der Sendung bewege, hänge laut Thurnher stark von der Vorbereitung und Tagesverfassung der Kandidaten sowie der Moderatorin ab.

9.2.2 Argumentationsstile der Kandidaten

Politiker spielen Rollen (vgl. Experteninterview Lakoff¹⁹⁵, sowie Kapitel 3.3.8 Impression management, Seite 108): Obama etwa nutzte für seine Meistererzählung das Aschenputtel-Motiv.

Kandidaten populistischer Oppositionsparteien greifen oftmals die Figur des Robin Hood, des Verteidigers und Rächers der Schwachen und Armen, zurück; ihre Gegner schlüpfen in die Rolle des Gandalf aus Herr der Ringe, der kämpft, um sämtliche bösen Mächte abzuwehren, meinen Politikberater wie Thomas Hofer oder Meinungsforscher wie Christoph Hofinger (etwa während der EAPC-Pressekonferenz am 6.5.2010 in Wien).

¹⁹⁵ George Lakoff ist Professor für Linguistik an der University of California in Berkeley; er beriet sowohl Bill Clinton, als auch Barack Obama während ihres Präsidentschaftswahlkampfes

Zum Teil lassen sich Parallelen zwischen den allgemeinen Kommunikationsstrategien und jenen während der künstlich inszenierten Debatten ableiten. Politiker wenden im TV-Studio jedoch nicht immer den ihnen eigenen Argumentationsstil an. Vielmehr passen sie diesen an ihren jeweiligen Diskussionsgegner in Kombination mit der erwünschten Wirkung bei den Zusehern an (siehe Abbildung 17: Vergleich der Argumentationsstile in den TV-Duellen, Seite 237). Aus der Analyse der Argumentationsstile lassen sich folgende Strategien ableiten:

- Je populistischer Politiker abseits der Duelle agieren, desto eher greifen sie (auch) währenddessen ihren Kontrahenten auf der persönlichen Ebene an.
- Je größer die Regierungsverantwortung ist, die der Kandidat zur Zeit des Duells innehat, desto eher lobt er (sich).
- Je realer die Chance eines Kandidaten auf Regierungsbeteiligung ist, desto eher argumentiert er lösungsorientiert.

Die folgende Zusammenfassung der Analyseergebnisse wird durch die Detailbeschreibung der Handlungsweisen der Kandidaten aufgeschlüsselt anhand der Duell-Themen im Anhang ergänzt.

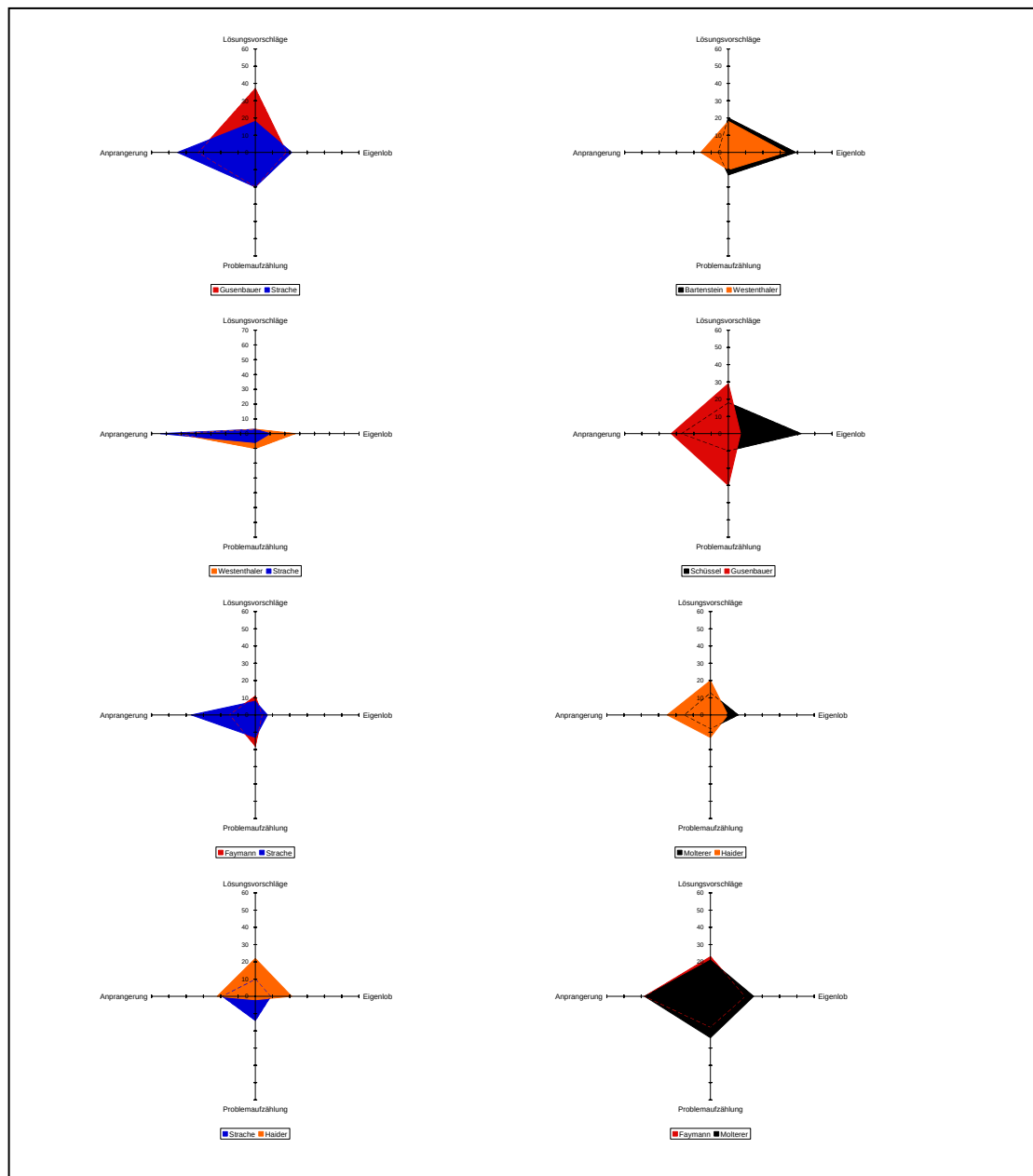


Abbildung 17: Vergleich der Argumentationsstile in den TV-Duellen¹⁹⁶

9.2.2.1 SPÖ

Je nach Intention ändern Politiker ihr Verhalten, je nach Gegner und Situation erfolgt eine Adaption ihrer Rollen. 2006 war SPÖ-Kandidat Alfred Gusenbauer in Opposition, trat

¹⁹⁶ Im Duell Westenthaler vs. Strache musste die Skala aufgrund der zahlreichen Anprangerungen auf 70 erweitert werden, diese Grafik ist somit nur bedingt mit den anderen vergleichbar.

aber als Kanzlerkandidat an. Gegenüber Heinz-Christian Strache verfolgte er eine zumeist lösungsorientierte Kommunikationsstrategie, strich seine Qualitäten hervor, zeigte seine Führungsqualitäten in Form staatsmännischen Auftretens. Als Vertreter der Opposition konnte er zugleich die Regierungsarbeit und seinen Kontrahenten kritisieren, ohne seine Partei und seine Arbeit zu beschädigen.

Im Duell gegen Regierungschef Wolfgang Schüssel hingegen fokussierte er auf Kritik an dessen Arbeit, seine 30 Problemaufzählungen (Schüssel: 10) ergänzte er durch 29 Lösungsvorschläge (Schüssel: 18), um die für das Kanzleramt wichtige Lösungskompetenz zu demonstrieren.

Zwei Jahre später fand sich Werner Faymann in einer raren Situation: Er war selbst nicht Regierungschef, jedoch Kanzlerkandidat der SPÖ, die den Kanzler stellte. Diese Situation ermöglichte ihm sowohl Kritik an den Oppositionsparteien als auch an Arbeit der Regierung - die er gegenüber dem ÖVP-Kandidaten Wilhelm Molterer auch übte.

9.2.2.2 ÖVP

Die Volkspartei schickte sowohl 2006 als auch 2008 aktive Regierungsmitglieder in die Diskussionen. Der Spitzenkandidat von 2006, Wolfgang Schüssel, bestritt nur das Kanzlerduell, bei den anderen Konfrontationen ließ er sich vertreten.

Bei der Regierungspartei ÖVP überwog Eigenlob die Anprangerung - im Duell Schüssel gegen Gusenbauer etwa lobte Schüssel sich und seine Partei 42 mal, kritisierte Gusenbauer und die SPÖ 27 mal (Gusenbauer: 7 zu 33) -, in der Problembehandlung konzentrierte sich die ÖVP auf Lösungsvorschläge.

Lediglich das Kanzlerduell zwischen Faymann und Molterer zeichnete sich durch eine (von beiden Kandidaten verfolgte) mehrheitlich negativ geprägte Kommunikationsstrategie aus (beide prangerten ihr Gegenüber jeweils 38 mal an. Journalisten führten dies auf die friktionsreiche Beziehung der Kandidaten und dem daraus erwachsenden mangelnden Diskussionsvermögen zurück.

9.2.2.3 FPÖ

Für die FPÖ trat sowohl 2006 als auch 2008 Parteichef Heinz-Christian Strache als Spitzenkandidat zu allen Diskussionen an. SPÖ-Kandidaten Gusenbauer verunsicherte er durch unerwartet staatsmännisches Auftreten. Er brachte zu den ersten drei Themen mehr Lösungsvorschläge als Gusenbauer (12:11), lobte sich öfter (8:7), zählte weniger Probleme auf (3:6) und prangerte sein Gegenüber seltener an (12:16). Nach Adaption von Gusenbauers Argumentationsstrategie spielte jener die Rolle des Staatsmannes glaubwürdiger als Strache, wodurch dessen Authentizität litt.

Leichter fiel es Strache, die ihm medial oft zugeschriebene Rolle des Rebellen dauerhaft glaubwürdig auszufüllen: Im Duell gegen BZÖ-Chef Peter Westenthaler, dessen Partei zu dieser Zeit noch mit der ÖVP eine Regierung gebildet hatte, dominierte seitens Strache Kritik am Diskussionspartner und dessen Partei, was sich in der Grafik in einem starken Ausschlag auf dem linken Arm der X-, aber nur einem geringen Wert auf der Y-Achse widerspiegelt, wie auf Abbildung 17: Vergleich der Argumentationsstile in den TV-Duellen gut ersichtlich.

Auch zwei Jahre später im Duell gegen Faymann verlief seine Argumentationslinie entlang negativer Aussagen über den

Debattenpartner. In der Konfrontation gegen Haider, seinen einstigen politischen Ziehvater, versuchte Strache die Positionierung als „junger Haider“. Wegen der rhetorischen und sachpolitischen Überlegenheit Haiders blieb der Erfolg weitgehend aus.

9.2.2.4 BZÖ

Die Kleinpartei BZÖ trat in verschiedenen Rollen an: 2006 als Junior-Mitglied der Regierung, 2008 als Herausforderer. Entsprechend änderte sich die Kommunikationsstrategie ihres Kandidaten Peter Westenthaler. In der Konfrontation mit der ÖVP lobten beide Diskutanten den Regierungspartner und die gemeinsame Arbeit. Mit Kritik und Problemaufzählung wurde entsprechend der ÖVP-Wahlkampfstrategie, die eine „Feel-Good“-Kampagne vorgesehen hatte, gespart. Die Argumentationsstile von ÖVP und BZÖ glichen sich, das orange Bündnis kritisierte nur etwas mehr – was sich aus der Rolle des Juniorpartners und dem Selbstverständnis der Partei als Vertreter des viel zitierten „kleinen Mannes“ erklärt. In der Diskussion mit Strache hingegen verzichtete Westenthaler fast gänzlich auf sachpolitische Argumente.

Zwei Jahre später stand Jörg Haider an der Spitze des BZÖ. Im Duell mit seinem einstigen Ziehsohn betont er seine Erfahrung und rhetorische Überlegenheit, die ihm persönliche Angriffe ermöglicht, ohne die Rolle des *elder statesman* zu konterkarieren. Obwohl Haider mehrere Rollen verbindet, untermauert er zugleich die Thesen zu den dazu passenden Argumentationsstilen: Als Populist ist er persönlich angriffig, als Kanzlerkandidat lösungsorientiert, als Regierungschef (Kärnten) lobt er sich und verzichtet auf Problemaufzählungen.

9.3 Rollen der Kandidaten

Politiker spielen „doch immer Rollen“ (Hajek; vgl. Lakoff). Je konzentrierter der Fokus der Öffentlichkeit auf ihnen liegt, umso wichtiger ist es, die Rolle konsistent zu spielen – sie ist eine Botschaft an die Wähler und somit Teil der Wahlkampf-Strategie (vgl. Hofer 2008: 19ff).

Die eben beschriebenen Duell-Analysen zeigen, wo sich diese Rollen überschneiden, unterscheiden, wie sie sich kombinieren lassen und je nach Gesprächspartner ändern (können).

Unerwartet war, wie klar diese Rollen erfassbar sind. Dies lässt Rückschlüsse auf die Vorbereitung der TV-Duell-Teilnehmer zu: Es scheint unmöglich, dass die Diskutanten diese Rollen derart beibehalten können, ohne darauf geschult worden zu sein – auch wenn die Rolle, wie Hajek meint, dem Kandidaten entsprechen muss (vgl. Hajek). Dennoch passen die Rollen stets auch zu der Position, in der sich der Kandidat befindet: Etwa Herausforderer, Titelverteidiger oder, wie oftmals im Fall von Populisten, Rächer des „kleinen Mannes“. Dass dies nicht nur mit der Disposition der Kandidaten zusammenhängen kann, zeigte Jörg Haider, der als Jungpolitiker seinem Image als Rebell verbal und im Auftreten Rechnung trug, 2008 als Herausforderer und zugleich Regierungschef die verschiedenen Rollen zu kombinieren verstand.

Wie wichtig diese Rollen und ihre Verkörperung sind, zeigt auch die folgende Analyse der Printberichte: Sie behandeln großteils das Auftreten und die Untergriffe – die Sachebene wird meist nur angesprochen, um bestimmte Verhaltensweisen zu illustrieren.

10 Printberichterstattung über die TV-Duelle

Massenmedien dienen als Multiplikator. Auch bei der Berichterstattung über die Duelle, kommt doch der „wahlkampfbegleitenden und -reflektierenden redaktionellen Berichterstattung eine zentrale Bedeutung zu“ (Lengauer, Vorhofer 2010: 146). Rezipienten gleichen ihre Eindrücke mit jenen von Professionisten (Journalisten, Experten) ab, andere, welche die Konfrontationen nicht gesehen haben, informieren sich.

Trotzdem wird die „Diskussion der Diskussion“ aus wissenschaftlicher Sicht erst langsam auch in Österreich wahrgenommen. Die TV-Duelle selbst wurden schon vor mehr als zehn Jahren von der Meinungsforscherin Imma Palme für tot erklärt (vgl. *profil*, 06.09.2009) – die Berichterstattung darüber werde aber immer wichtiger, meinte Palme bereits damals. Plasser, Ulram und Sommer, später auch Renner, beschäftigten sich mit den möglichen Auswirkungen der Berichterstattung auf das Wahlverhalten. Eine umfassende Untersuchung der redaktionellen Berichterstattung zu den TV-Duellen mehrerer Jahre aber fehlt bis heute – wiewohl Plasser und Lengauer erst jüngst eine Analyse der Berichterstattung zu den TV-Konfrontationen 2008 veröffentlichten (vgl. Plasser, Lengauer 2010a: 218ff).

Doch wurde weder deren Inhalt mit jenen der Duelle verglichen, noch wurden Produktion und Produktionsbedingungen der Berichterstattung über die TV-Debatten in die Untersuchung einbezogen. Und das, obwohl „das Medienereignis TV-Konfrontation [wurde] zum zentralen Faktor der Wahlberichterstattung 2008“ (Plasser, Lengauer 2010a: 220) wurde: Journalisten fassen das Duell zusammen,

Experten analysieren das Auftreten der Kandidaten bis hin zur Wirkung der Farbe der Krawatte eines Kandidaten (vgl. APA265, 22.09.2006). Manche Medien setzen Grafiken ein, werten in *horse-race-journalism*-Manier die Duelle nach Punkten, küren Sieger oder lassen ihre Leser den Gewinner bestimmen, wie dies etwa die Tageszeitung „Österreich“ 2008 auf ihrer Webpräsenz tat.

10.1 Printberichterstattung als Forschungsgegenstand

Schon seit beinahe einhundert Jahren wird über die Rolle der Journalisten debattiert – zu einem anerkannt unumstrittenen Ergebnis führte die Diskussion bisher nicht. Die US-amerikanischen Philosophen Walter Lippmann und John Dewey etwa kamen in den 1920er Jahren des vergangenen Jahrhunderts nur überein, dass Journalisten eine wichtige Rolle in jeder demokratischen Gesellschaft spielten. Sie wurden jedoch nie über die Definition dieser Rolle und ihrer Ausprägungen einig. (vgl. *Godkin 2008: 109*)

Die fehlende Begriffsbestimmung ihrer Rolle geht unter anderem mit der uneinheitlichen Ausbildung und Bildung der journalistisch Tätigen einher. Während Mediziner und Juristen in Österreich ein theoretisches Grund- und Fachwissen vorweisen müssen, um ihrer Profession nachgehen zu dürfen, sind Journalisten oft Quereinsteiger – viele wechselten entweder ihr Fachgebiet oder brachen ihre Ausbildung ab. Dezierte Journalistenausbildungen sind noch jung, noch herrscht kein Konsens darüber, welches Wissen für die Ausübung des Journalistenberufes unabdingbar ist: „There is no significant body of theoretical knowledge considered vital to the practice of journalism. (...) A vast

number of the best practitioners in journalism have no formal training in the underlying theory." (Godkin 2008: 109ff)

Analog dazu mangelt es an Daten, über welches Wissen Journalisten verfügen, welche Arbeitstechniken sie wo erlernt haben und welche Verhaltensmuster sie wann einsetzen¹⁹⁷. Donsbach etwa geht davon aus, dass Journalisten stark von den Arbeits- und Sichtweisen ihrer Kollegen geprägt würden (vgl. Donsbach 1982: 38ff). Diese sind zudem von der jeweiligen Person abhängig, besonders im Politikjournalismus, meint Hauke: „Gerade anhand dieses publizistischen Bereiches kann gut dargestellt werden, wie vielfältig die Arbeitsweise (...) aussehen kann.“ (Hauke 2004: 21) Dies trifft auch auf die publizistische Aufbereitung der ausgestrahlten TV-Duelle zu. Doch genau hier fehlen Erhebungen.

Unumstritten ist hingegen die Importanz von Zeitungen als „wichtige Informationsquelle für die Wähler während eines Wahlkampfes. (...) Neben Umfrageergebnisse (sic!) können auch die publizierten Aussagen die Wählerschaft beeinflussen. Die Art und Weise wie die Kandidaten dargestellt werden, hat (...) eine große Rolle in der Berichterstattung über die letzten Bundestagswahlen gespielt“ (vgl. Schmidts 2009: 8).

Was passiert nun aber in den wenigen Stunden vom Beginn des jeweiligen TV-Duells bis hin zur Deadline des Journalisten? Findet tatsächlich eine „Umfrage mit der kleinstmöglichen

¹⁹⁷ Paul Hager etwa meint Mitte der Neunzigerjahre in seinem Artikel „Professional Practice in Education: Research and Issues“, dass ein Journalist sein Wissen über Arbeitstechniken erst während seiner Berufstätigkeit erlangt und oft nicht im Stande ist, dieses zu verbalisieren. 2004 wurde als Folge in den USA eine Diskussion über die Qualität der Journalistenausbildung geführt (vgl. Godkin 2008: 112).

Stichprobe („Ich mit mir selbst“) und einer Schwankungsbreite von 100 Prozent“ unter den Journalisten, jeder für sich, statt, wie Peter Filzmaier glaubt (Filzmaier 2006: 32)? Oder, noch bedenklicher, findet diese Umfrage mit der kleinstmöglichen Stichprobe nicht einmal mehr unter den Journalisten statt, sondern delegieren jene diese Aufgabe an andere, etwa Politologen, Meinungsforscher oder auch Kommunikationsexperten, von denen einige – wenn vielleicht auch nicht direkt zum Zeitpunkt des Duells – wahlwerbende Parteien in ihrer Kundenkartei haben wie Filzmaier selbst, der für den ORF die Duelle analysierte (vgl. *profil*, 01.02.2010). Beraten manche gar die Kandidaten selbst? In Kenntnis der österreichischen Polit-Szene ist es durchaus denkbar.

Und zu den Journalisten: Ist ihre Berichterstattung wahllos oder gibt es tatsächlich gemeinsame professionelle Gewichtungsprinzipien? Gelten diese nur innerhalb einer Form der Berichterstattung, innerhalb eines Medientyps? Es gibt sie tatsächlich, wenn auch anders, als Saxer sie definierte. Und sie gelten für alle, die ein Expertenwissen eint, wie es nicht nur, aber auch bei Innenpolitikjournalisten der Fall ist.

Dienen die Artikel der Unterhaltung oder der Information? Die Erhebung bestätigt jedenfalls die Trends der Personalisierung und Entsachlichung.

Die vorliegende Analyse umfasst 43 Artikel¹⁹⁸ von „Kurier“, „Die Presse“, „Der Standard“ und „profil“ zu den im vorangegangenen Kapitel analysierten Duellen der Jahre 2006 und 2008. Vier Experteninterviews von Journalisten dieser Medien, die für die Berichterstattung über die Duelle

¹⁹⁸ Das Untersuchungsmaterial findet sich im Anhang

zuständig waren¹⁹⁹, fließen ebenfalls in die Untersuchung ein, die sich am Analyseraster der TV-Duelle orientiert²⁰⁰:

Kaspar Fink, freier Journalist, beurteilte für das Nachrichtenmagazin „profil“ – mit einer Ausnahme – die TV-Duelle 2006

Andreas Schwarz, Ressortchef Innenpolitik, Tageszeitung Kurier, leitete 2006 die Analyse und Verarbeitung der TV-Duelle im Kurier

Martin Fritzl, Innenpolitik-Redakteur, Tageszeitung Die Presse, analysierte Duelle 2006

Bernhard Gaul, Redakteur, Tageszeitung Kurier, beschrieb das Duell Molterer gegen Haider 2008

10.2 Analyse der Printberichte

Nicht alle Medien berichteten über sämtliche Duelle, nur das Wochenmagazin wählte eine einheitliche Form für die Berichterstattung über die TV-Duelle 2006 und 2008. Sonst variierten Artikellänge, -position und -layout.

Die Einschaltquoten beeinflussen die Länge der Berichterstattung über die jeweiligen Duelle nicht – mehr Einfluss auf die Berichterstattung hat das erwartete Zuseher(des)interesse an der bevorstehenden Diskussion sowie der Produktionsablauf, also die zeitliche Nähe der

¹⁹⁹ Weiterreichende Angaben zu „profil“ können durch die Autorin (Verantwortliche für die Duell-Berichterstattung 2008) ergänzt werden

²⁰⁰ Details zu Forschungsfragen, Hypothesen, methodischem Vorgehen, Instrumenten und der Operationalisierung finden sich im Anhang

Deadline zur Ausstrahlung des TV-Duells. Die Gründe für den etwaigen Entfall der Berichterstattung sind laut Journalisten (vgl. Experteninterviews) meist banaler: Erkrankung des zuständigen Redakteurs, Austausch der Artikel wegen wichtigerer Aktualitäten, Personalmangel.

„profil“ behielt eine einheitliche Form für alle TV-Duelle bei: Nach der Nennung der Kontrahenten und Zuseherzahlen folgte eine kurze satirische Beschreibung, Infokästen mit Elementen zu „Themensetzung“, „ins Wort gefallen“ und „persönlicher Angriff“ sowie die Kür eines Siegers nach Punkten.

„Der Standard“ brachte zu jedem Duell-Bericht (von verschiedenen Autoren verfasst) auch eine Analyse durch Tatjana Lackner, jedoch nicht immer am selben Tag. Einmal wurde die Berichterstattung auch auf der Titelseite angerissen.

„Die Presse“ veröffentlichte nur Berichte, jedoch nicht zu allen analysierten Debatten.

Der „Kurier“ berichtete über jedes analysierte Duell, jedoch nicht in einheitlicher Form – so gab es zu dem Bericht mit Grafik manchmal (außerhalb der untersuchten Duelle) eine „verfeaturte“, d.h. eine durch einen Redakteur zum Text verarbeitete, Analyse von Maximilian Gottschlich. Zwei Mal wurde diese Analyse bei den untersuchten Duellen in den zweiten Teil des Berichtes genommen. Manchmal gab es eine Infografik, die den Sieger zeigen sollte.

Kein einziger der untersuchten Artikel gewichtete quantitativ die Themen entsprechend ihrer Länge in den TV-Duellen. Die inhaltliche Debatte während der TV-Konfrontation wurde in den Printberichten oft lediglich zur Situationsbeschreibung und Erklärung von Emotionen der Kandidaten genutzt. Von „gemeinsamen professionellen Gewichtungsprinzipien“ (vgl. *Jarren, Sarcinelli, Saxer 1998: 122f*) kann bezüglich der Sachthemenauswahl so nicht gesprochen werden – zu unterschiedlich ist die Gewichtung durch die verschiedenen Journalisten. Das Bestehen ähnlicher Gewichtungsprinzipien bei der Auswahl der beschriebenen Handlungen, Verhaltensweisen und „Sager“, also markanter Aussprüche, während eines Duells legt die Analyse hingegen nahe: Unerwartetes, Neues, Unterhaltsames floss eher in die Berichterstattung ein –, die Einordnung und Einschätzung der verschiedenen Autoren aber divergierten.

In diesem Sinne ist eine hohe Konvergenz der redaktionell vermittelten Themenlandschaft feststellbar; ähnliche Ergebnisse brachte die Untersuchung der redaktionellen Politikvermittlung des Nationalratswahlkampfes 2008 (vgl. *Lengauer, Vorhofer 2010: 158ff*).

Die ausführlichste Beschäftigung mit Sachthemen fand 2006 nach dem Duell von FPÖ-Chef Strache gegen SPÖ-Kandidat Gusenbauer statt. Die Berichterstattung dominierte aber das unerwartet staatsmännische Auftreten Heinz-Christan Straches.

In den weiteren analysierten Artikeln bestätigte sich der Trend zur Entsachlichung und Personalisierung: Argumentationsstil und Verhalten der Diskutanten waren Hauptmotiv der Berichterstattung. Im Falle des BZÖ-ÖVP-Zusammentreffens zeichneten die Artikel meist die unerwartet starke Ausprägung des Duells als gegenseitige

Lobhudelei nach, im Duell des so genannten dritten Lagers, also FPÖ gegen BZÖ, berichteten sie von Animositäten der Kontrahenten und ihrer Parteien. 2008 thematisierten die redaktionellen Berichte vorwiegend das Auftreten Jörg Haiders.

Diese *soft facts* (Verhalten, Argumentationsstil) beherrschten mehrheitlich die Printberichterstattung, inhaltliche Auseinandersetzungen mit Sachthemen wurden im Print zumeist ausgespart. Um dennoch einen sinnvollen Vergleich der Themengewichtung der Printberichterstattung mit jener der TV-Duelle zu erlauben, wurden die *soft facts* - gemeinsam mit allen anderen, nicht den Themen der TV-Duelle zuordenbaren Absätzen - in der Kategorie „Andere“ zusammengefasst.

10.2.1 Themen der Printberichterstattung

Die Gattung der Artikel beeinflusste deutlich, wie viel Platz Sachthemen beziehungsweise *soft facts* eingeräumt wurde. Die Berichte blieben im Vergleich zu den Analysen näher am direkt Wahrnehmbaren, den *hard facts*: an der Themensetzung, den Aussagen der Diskutanten. Zweitens, die Analysen und Kommentare, oft von Medienexperten (Tatjana Lackner für „Der Standard“, Maximilian Gottschlich für „Die Presse“) beschrieben das Gesehene auf einer Metaebene des Kommunizierens und dessen (Aus-)Wirkungen. Die Analysen erschienen teilweise erst zwei Tage nach Ausstrahlung der Konfrontation.

Die Journalisten des Nachrichtenmagazins „profil“, das durch seinen wöchentlichen Produktionszyklus nicht am Tag nach den Debatten erschien, verständigten sich auf einen flapsig-salopp geschriebenen Kommentar, der in wenigen

Worten überspitzt den Grundtenor des Duells beschrieb, ohne auf Details einzugehen. Vor allem die Sachebene wurde gezielt nicht wiedergegeben, somit nie das volle Themenspektrum des Duells behandelt (vgl. Experteninterview Fink).

Je näher der Zeitpunkt des Erscheinens des Mediums also an jenem der Ausstrahlung liegt, desto eher werden Sachthemen berichtet.

Bei der Themenauswahl könnte als „gemeinsames professionelles Gewichtungsprinzip“ die Erwartungshaltung herangezogen werden²⁰¹. Diese bestimmt hauptsächlich die Themenauswahl durch die Journalisten: Je nach Erwartungshaltung (diese ist wiederum abhängig von den mentalen Modellen, vgl. Exkurs: Mentale Modelle und Rezeption, Seite 167) wurde vor allem Unerwartetes und Neues berichtet:

- Je weiter das Duell von dem Erwarteten abwich, desto stärker wurde darüber – und nicht über die Sachthemen (die Positionen der Parteien und Kandidaten zu den einzelnen Themen waren bekannt) – berichtet: Zumeist waren dies unerwartetes Verhalten und unerwarteter Gesprächsverlauf.
- Auch über Begebenheiten, die in dieser Form noch nie da gewesen waren und sowohl Zuseher (Lust an Unterhaltung) als auch Journalisten überraschten, wurde berichtet – auch wenn die Begebenheit, etwa die Überlegenheit Haiders im Duell gegen Strache, der Erwartungshaltung entsprochen hat.

²⁰¹ Auch Fritz Wolf legt Ähnliches nahe (vgl. Wolf 2006: 10)

Zudem bestätigte sich die These der „Entsachlichung“ und „Personalisierung“ (vgl. dazu auch *Lengauer, Vorhofer 2010: 155f*): Zwar behandelten die Medien in ihren Berichten (nicht in Analysen und Kommentaren) Sachthemen, bezogen diese aber immer auf die Duellanten und ihr Verhalten während der Diskussion.

Das Format der TV-Duelle fordert dies geradezu: Die Standpunkte der Parteien sind meist bekannt, das Debattenformat lenkt die Aufmerksamkeit des Zusehern auf das Auftreten der Kandidaten – das Debattenformat also personalisiert die Politik. Entsprechend personenfokussiert ist die Berichterstattung darüber.

10.2.1.1 FPÖ vs. SPÖ 2006

Die höchste Dichte an Sachthemen bezogener Berichterstattung zeigte jene des Duells zwischen FPÖ und SPÖ im Jahr 2006. Zwar beschrieb jedes Printmedium ausführlich das unerwartete Auftreten Straches, dennoch bestand der überwiegende Teil der Berichte aus einer Beschreibung der diskutierten Sachthemen wie Integrationspolitik (Ausländerthematik) und des Bawag-Skandals, der in der öffentlichen Wahrnehmung durch den mit der SPÖ assoziierten Eigentümer Gewerkschaft mit den Sozialdemokraten verbunden wurde.

Die Analyse durch Tatjana Lackner in „Der Standard“ (in Abbildung 18, Seite 252 „Standard II“ genannt) behandelte als einziger Artikel nur ein Sachthema (Bawag). Mehrheitlich bezog sich Lackner in ihrer Analyse auf *soft facts* wie die Kommunikationskultur der Kontrahenten.

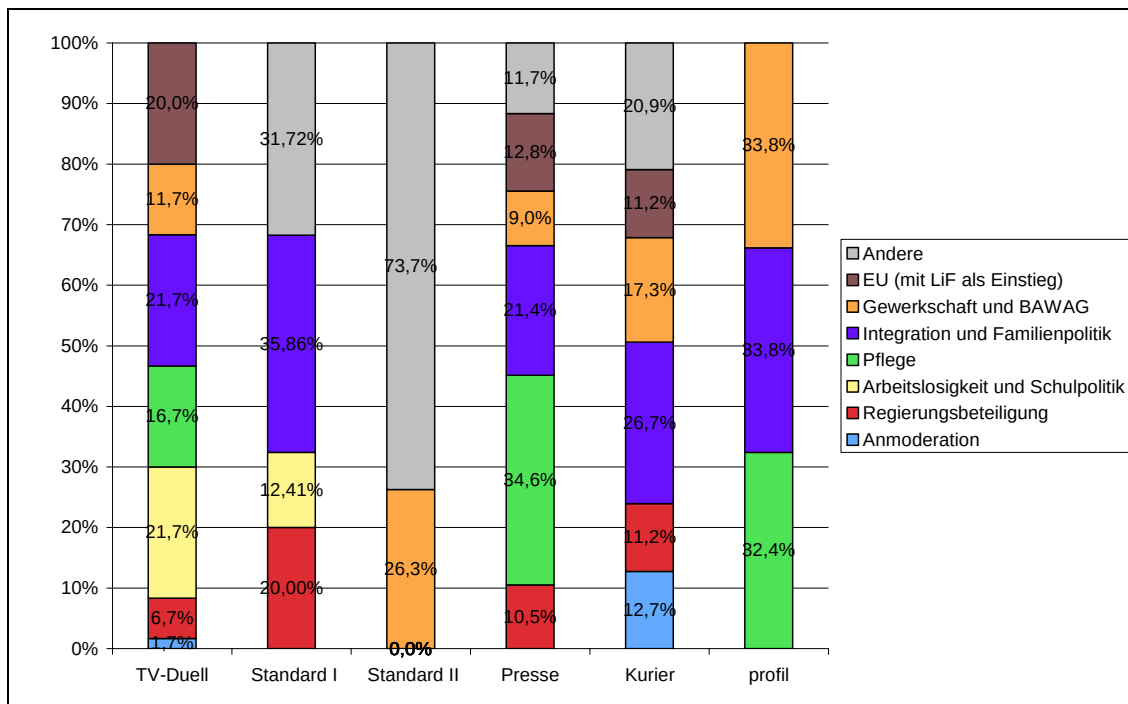


Abbildung 18: Vergleich TV-Duell – Print, FPÖ vs. SPÖ 2006

10.2.1.2 BZÖ vs. ÖVP 2006

Das Duell der Regierungspartner BZÖ und ÖVP 2006 verlief unerwartet konsensorientiert. Das Unerwartete der TV-Duelle führte zum Erwarteten dieser Untersuchung – der Fokussierung innerhalb der Printberichterstattung auf die unerwartete Ausformung der Diskussionskultur. „Der Standard“ titelte: „Bisher schlechteste Quote / Das koalitionäre Geplänkel zwischen Martin Bartenstein und Peter Westenthaler erzielte die bisher magerste Quote der ORF-Konfrontationen. Es kann nur spannender werden.“ Zugespitzter „Die Presse“: „Kuschel-Duell der Koalitionspartner / Minister Bartenstein (ÖVP) und BZÖ-Chef Westenthaler taten sich nicht weh.“ Auch der Kurierredakteur betonte den seiner Meinung nach fehlenden Duell-Charakter in der Titelzeile: „'Doppelinterview' statt Konfrontation / Wahlduell – Kaum Zwist zwischen Westenthaler und Bartenstein.“ Während „Der Standard“

sowohl im Bericht als auch in der Analyse auf Sachthemen verzichtete und stattdessen den Verlauf des Gesprächs schilderte, nahmen sich „Die Presse“ und „Kurier“ zumindest drei bzw. vier der insgesamt acht Sachthemen des Duells an. „profil“ thematisierte lediglich anhand der Ausländer- und Migrationsdebatte das Verhalten der Diskutanten. Schlusssatz von Chefredakteur Herbert Lackner: „Zwei Kuschelbären in Klammerstellung. Brrrrr!“

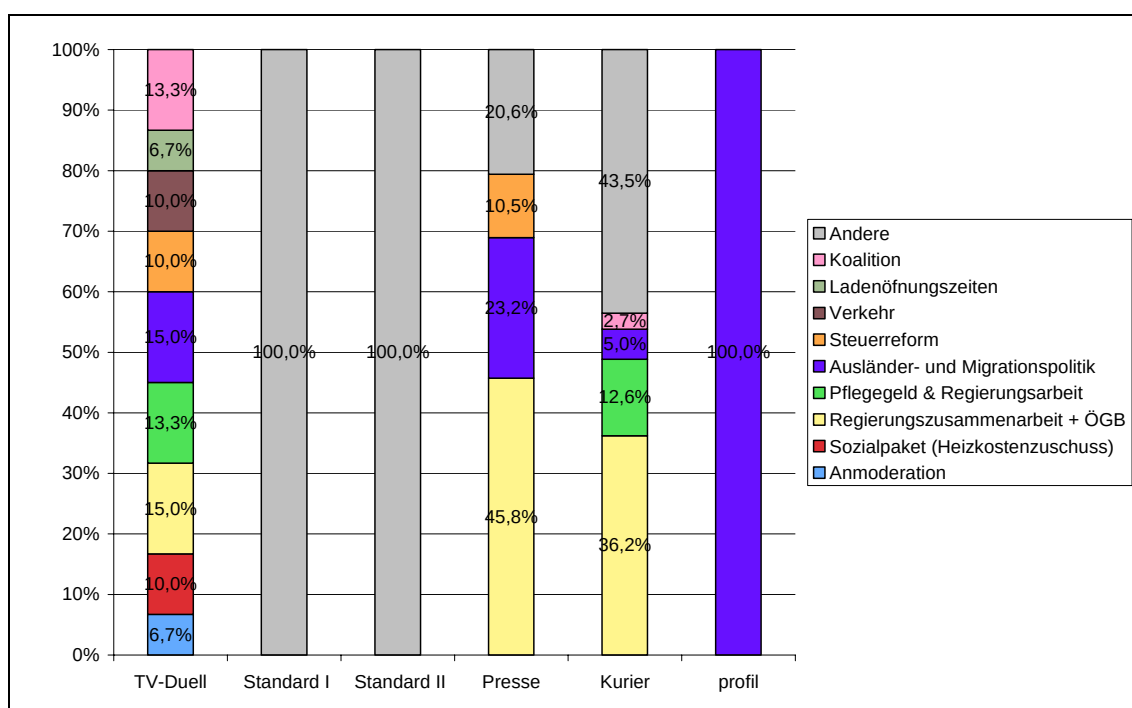


Abbildung 19: Vergleich TV-Duell – Print, BZÖ vs. ÖVP 2006

10.2.1.3 FPÖ vs. BZÖ 2006

Das Duell zwischen den Splitterparteien des dritten Lagers war von Animositäten geprägt. Bei den wenigen diskutierten Sachthemen handelte es sich um jene, die traditionell dem rechten Rand des Politspektrums zugeordnet werden (u. a. Migration). Die in ihrer Tonalität teils rüde Betonung der Meinungsunterschiede fand sogar bei diesen Themen Fortführung. Dieser „Gladiatorenkampf“ habe der

Erwartungshaltung der Zuseher entsprochen, so Meinungsforscher Wolfgang Bachmayer: Die Zuseher hätten „Blut sehen“ wollen und sie „haben es bekommen“.

„Der Standard“ berichtete über die Spaltung, den Hass und die Zukunft des dritten Lagers in Österreich: „Wer Haider bessere Kopie ist“. Die Analyse beschrieb die „Kampf-“ und „Zwillingsrhetorik“ der Kontrahenten.

Der „Kurier“ informierte eingangs über die Erwartungshaltung der Bürger und setzte mit einer Beschreibung des Verhaltens der Duellanten fort. Die Analyse zeichnete anhand des Law-and-Order-Themas die Argumentationslinien nach, den zweiten Teil dominierte eine Einordnung der *soft facts*.

Auch „profil“ hob Inhaltsleere und Apathie der Kontrahenten – am Beispiel der Probleme des dritten Lagers – hervor.

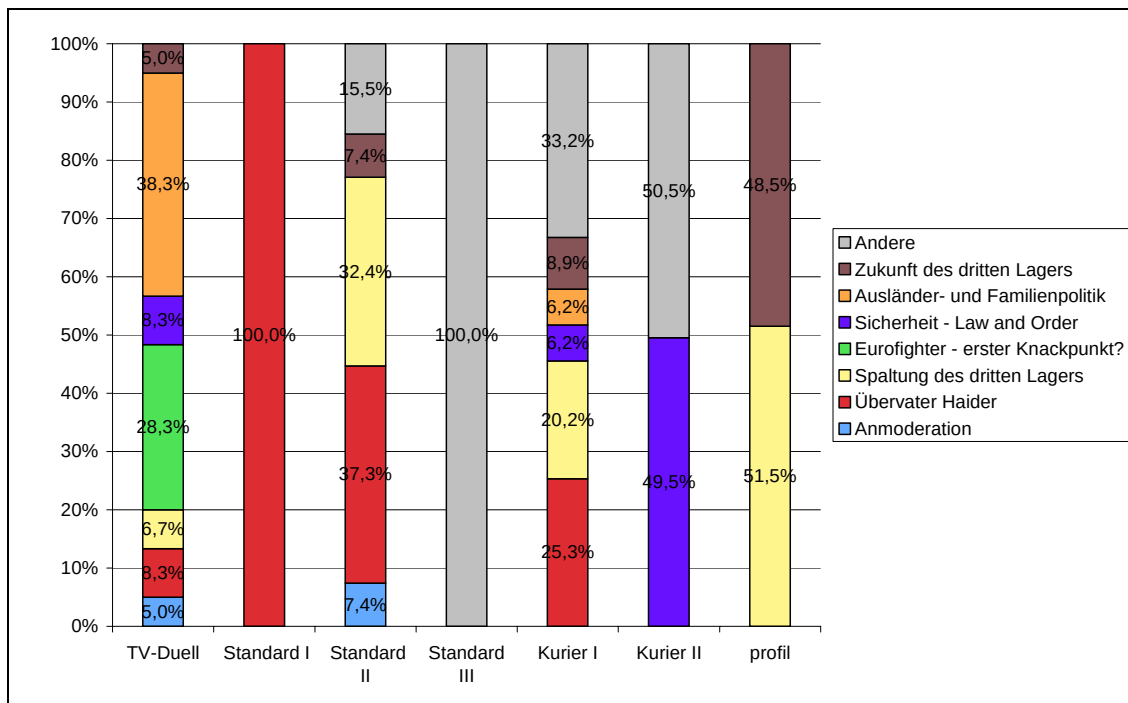


Abbildung 20: Vergleich TV-Duell – Print, FPÖ vs. BZÖ 2006

10.2.1.4 SPÖ vs. ÖVP 2006

Quantitativ wurde über das Kanzlerduell zwischen Alfred Gusenbauer und Amtsinhaber Wolfgang Schüssel weit mehr berichtet als über die anderen Konfrontationen. In die vorliegende Erhebung flossen jedoch nur Artikel ein, die sich tatsächlich mit dem Ablauf des Duells befassen („Der Standard“ etwa brachte zusätzlich einen Beitrag über die Stunden vor dem Duell und wie Spin Doktoren und Experten die Ausgangslage einschätzten²⁰². Der „Kurier“ ließ auf Seite 1 das Duell mit einem Fußballmatch vergleichen²⁰³. Für „Die Presse“ beschrieb Oliver Pink in einem Kommentar die Rolle der Moderatorin – sie sei der „klare Gewinner“ der Duelle²⁰⁴).

Trotz gewisser gemeinsamer Gewichtungsprinzipien und Erfahrungen als professionelle Politikbeobachter blieben Geschmäcker, Meinungen und Erwartungshaltungen der einzelnen Journalisten verschieden.

Die redaktionelle Printberichterstattung behandelt zwar in vielen Fällen dieselben Sachthemen, in deren Bewertung sowie der Einordnung der apolitischen Kommunikation der Kandidaten unterscheiden sie sich zum Teil drastisch: Im „Standard“ war im Untertitel zu lesen „Schüssel und Gusenbauer lieferten sich über weite Strecken ein ‚langweiliges‘ Duell“, „Die Presse“ witterte einen „Schlagabtausch um Bank im Kanzler-Duell“, „Schwarz-roter Infight“ titelte der „Kurier“.

Uneinigkeit auch unter den zur Analyse herangezogenen Experten: Maximilian Gottschlichs Resümee „Sie haben die Gesprächsbasis für künftige Koalitionsverhandlungen nicht

²⁰² Der Standard (22.09.2009): High Noon auf dem Königlberg. Seite 10

²⁰³ Kurier (23.09.2006): 0:0. Seite 1

²⁰⁴ Die Presse (23.09.2006): TV-Kritik – Das Kanzlerduell. Seite 18

zerstört“ widerspricht der Wahrnehmung des Duells durch Politikberater Thomas Hofer (einst selbst Journalist), der die Diskussion nach der ersten halben Stunde als „plötzlich heftig und gehässig“ wahrnahm: es habe einen „heftigen Infight“ gegeben.

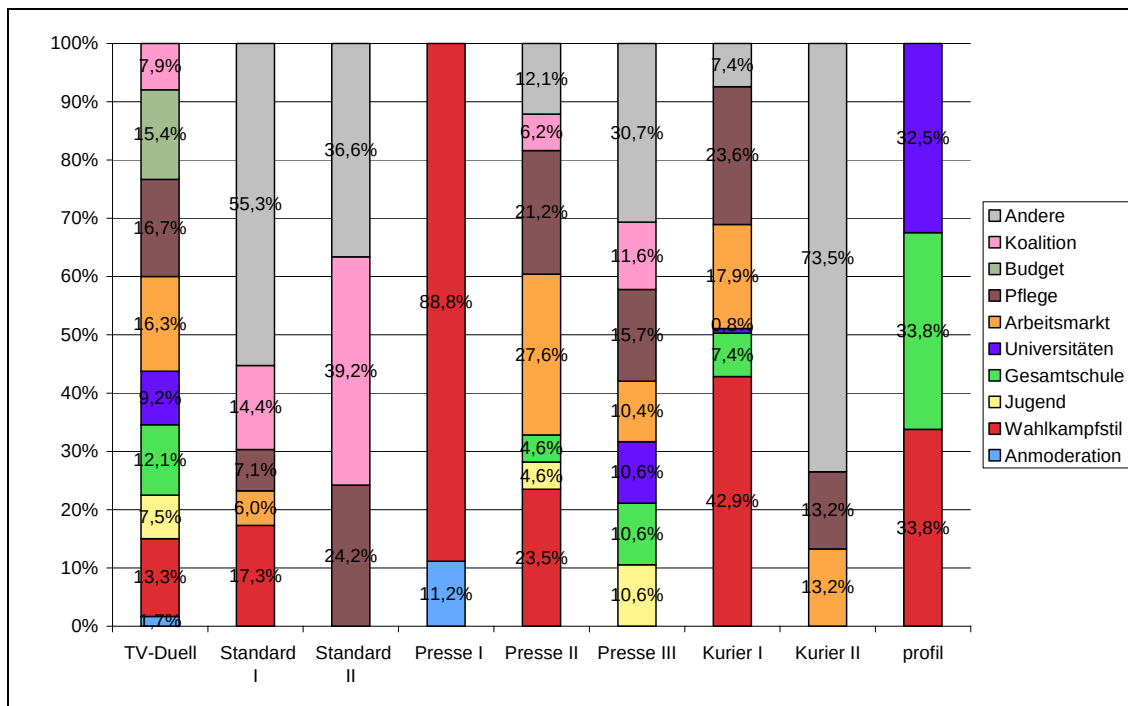


Abbildung 21: Vergleich TV-Duell – Print, SPÖ vs. ÖVP 2006

Die einzige allumfassende intermediäre Gemeinsamkeit ist die Beschreibung des Diskussionsstils der Kontrahenten. Die Auswahl der Sachthemen variierte, die Wahl der Sachthemen als kommunikatives Transportmittel zur Beschreibung von Verhaltensstilen, Angriffen und Untergriffen anhand von Beispielen zog sich durch die gesamte Berichterstattung. Lediglich der „Presse“-Artikel „Ihre Schweißperlen auf der Lippe“²⁰⁵ konzentrierte sich auch auf die Besprechung der im Duell diskutierten Sachthemen.

²⁰⁵ Die Presse (22.09.2009): „Ihre Schweißperlen auf der Lippe“. Seite 2

10.2.1.5 FPÖ vs. SPÖ 2008

2008 hatte sich am Debattenformat wenig geändert – lediglich die Dauer war verkürzt und die Duelle vorverlegt worden. Auf die Berichterstattung hatte dies nur insofern Einfluss, als die Abgabezeiten nicht mehr so oft mit dem Ende der Diskussion ident waren.

Die erste Paarung war diesmal nicht FPÖ gegen SPÖ, um die Vergleichbarkeit zu wahren, wurde 2008 die Reihenfolge 2006 beibehalten.

Die Printberichte beschäftigten sich wiederum stark mit *soft facts*, aber auch mit dem Themenblock Integration und jenem über Koalitionsvarianten – diese brachten im TV-Duell die meisten Meinungsunterschiede beziehungsweise Spannungen.

Unterschiede finden sich in der Gewichtung, wie schon die Auswahl der Überschriften zeigt: „Die Presse“ ging auf die Koalitionsvarianten ein, „Der Standard“ zitierte eine Passage aus der kurzen Diskussion um die Aufhebung des Verbotsgesetzes, der „Kurier“ hob die Ausländerfrage in die Titelzeile. Sachpolitik war in den meisten Artikeln nur Randthema, was „Standard“-Analystin Tatjana Lackner in ihrem Kommentar damit begründete, dass beide Diskussionsteilnehmer schon mindestens zwei Duelle bestritten hatten, „der Informationswert sinkt dramatisch“. Die Journalisten gingen eher auf die Beziehungsebene der beiden Kontrahenten ein – wie etwa die Gesprächsbasis aussehe oder ob eine Koalition möglich wäre.

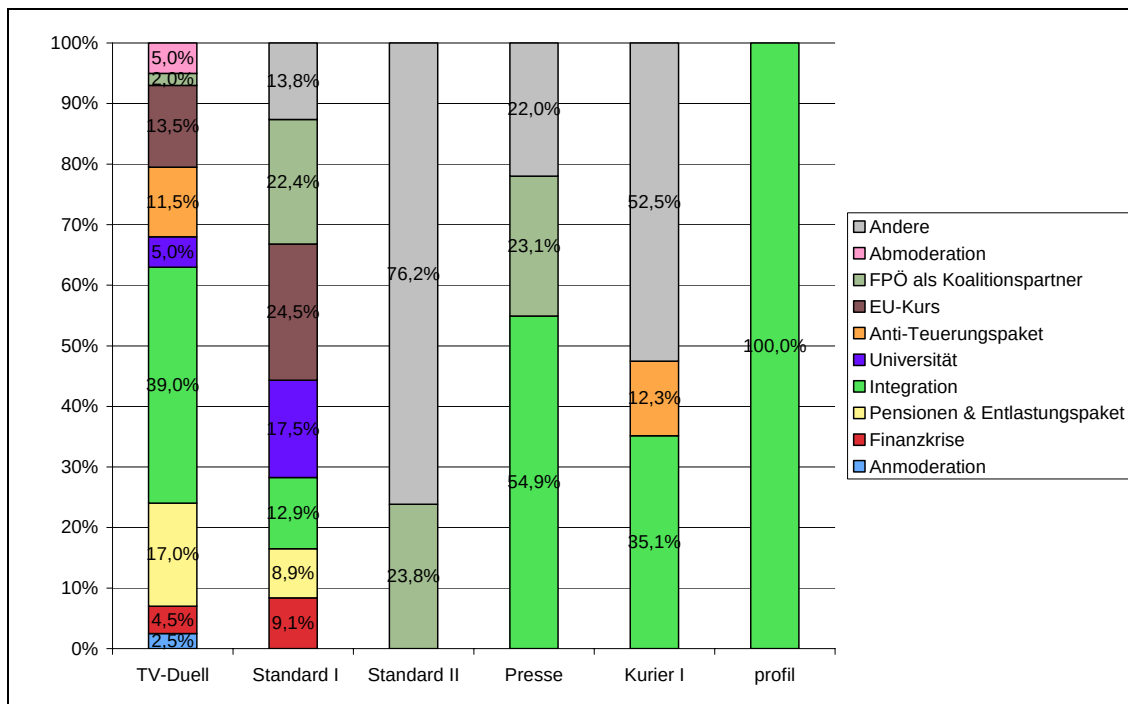


Abbildung 22: Vergleich TV-Duell – Print, FPÖ vs. SPÖ 2008

10.2.1.6 BZÖ vs. ÖVP 2008

Das den August und September beherrschende Wahlkampfthema, die Teuerung, dominierte die Debatte der ehemaligen Koalitionspartner BZÖ und ÖVP (43 Prozent der Sendezeit). In jedem sachpolitisch ausgerichteten Artikel wurde sie behandelt – wenn auch nicht immer in vergleichbarer Ausprägung zur Präsenz, die sie im TV-Duell innehatte (siehe Abbildung 23: Vergleich TV-Duell – Print, BZÖ vs. ÖVP 2008, Seite 259). Auch Sicherheit, Kernthema der Rechtsparteien, wurde in den Printberichten erwähnt. Meist lag der Fokus der redaktionellen Nachberichterstattung aber auf dem Auftreten Haiders und dem Verhalten Molterers.

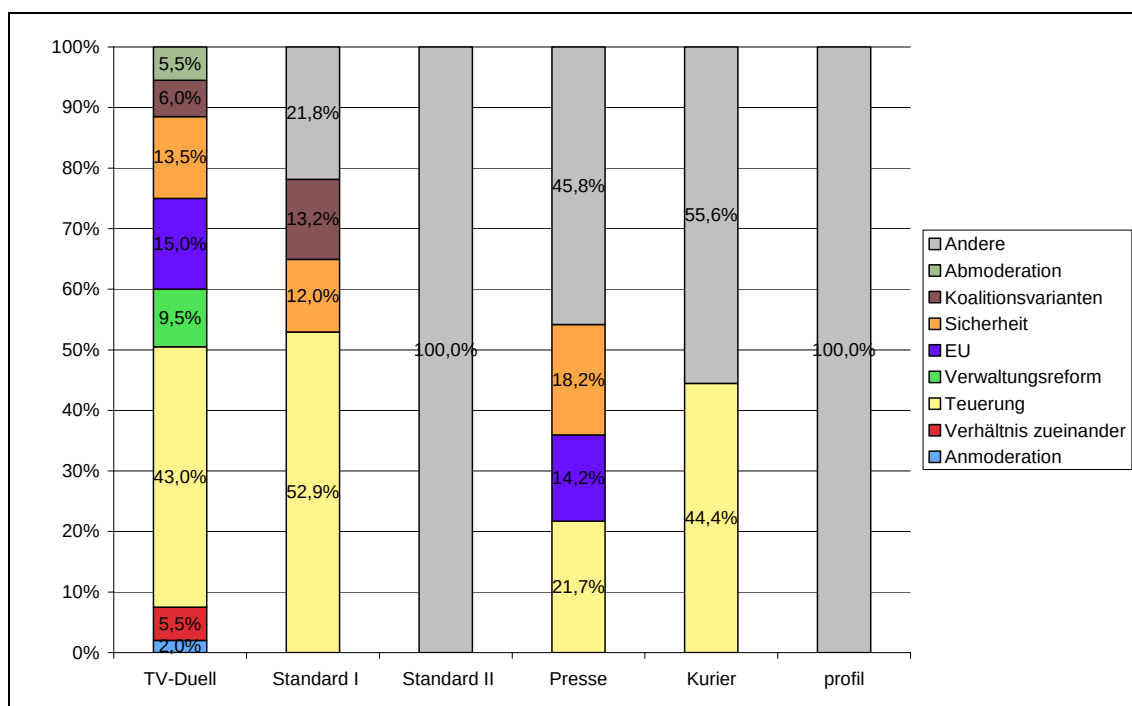


Abbildung 23: Vergleich TV-Duell – Print, BZÖ vs. ÖVP 2008

„Der Standard“ (Bericht) begann mit einer Beschreibung von Haider's Eigenlob, später folgte die Reaktion Molterer's (dieser „höhnte“). Auch beim Themenkomplex Sicherheit wurde mehr auf das Verhalten („Schlagabtausch“) als auf sachpolitische Vorschläge eingegangen. In „Der Standard“-Analyse wurden die Rollen, Argumentationsstile, Verhalten und Körpersprache der beiden Duellanten angesprochen (Molterer sei „bieder“ und „zwitter“). „Die Presse“ thematisierte Haider's Eigenlob – Fazit: Haider sei angrifffiger, Molterer sachlicher gewesen. Eine Beurteilung der Leistung der beiden auf Sachebene fand nicht statt. Der „Kurier“ betonte Emotionen: „Haider ohne Polemik, Molterer blieb farblos“, lautete der Untertitel, der Artikel führte entsprechende Beispiele an; ein Kommunikationsexperte bestätigt diesen Eindruck am Ende des Artikels. Der „profil“-Bericht sparte Sachthemen gänzlich aus und beschrieb nur Argumentationsstrategien der Duellanten:

Haider sei „verbal angrifffiger“, Molterer „schaue grimmiger“; es sei kein „heftiger Schlagabtausch“ gewesen.

10.2.1.7 BZÖ vs. FPÖ 2008

Das Duell war sowohl von professionellen Politikbeobachtern als auch Zusehern mit Spannung erwartet worden: Jörg Haider gegen Heinz-Christian Strache. In den Printberichten blieb davon nur wenig übrig: Die direkte Beschäftigung mit dem Verhältnis zueinander blieb in den Printberichten zumeist aus (siehe Abbildung 24: Vergleich TV-Duell – Print, BZÖ vs. FPÖ 2008, Seite 261). Jedoch beschrieben die Autoren der Printberichte das Verhältnis anhand der Diskussion (etwa an Themenbeispielen; auf sachpolitischer Ebene gab es nur wenig Reibungspunkte). Im Mittelpunkt der Berichterstattung stand zumeist, wenn auch nicht immer ausdrücklich angeführt wie im „Kurier“-Bericht, das staatsmännische Auftreten Jörg Haider.

Lediglich der „Standard“-Bericht ging explizit auf den TV-Duell-Themenblock „Verhältnis zueinander“ ein. Die „Standard“-Analyse befasste sich fast ausschließlich mit der Rhetorik der Kontrahenten. „Die Presse“ griff wie auch „Der Standard“ Haider's Ausspruch, Strache sei eine „Kopiermaschine“, auf. Im „Kurier“ drückte Experte Plasser seine Verwunderung über das staatsmännische Auftreten von Jörg Haider aus, die von ihm erwartete „Schlammschlacht“ sei ausgeblieben: Stattdessen lobte Haider Kärnten. Auch „profil“ befand, die Diskussion sei kein „verbales Schlammcatchen“ gewesen; ausführlich wurden Rollen und Auftreten der Kontrahenten beschrieben.

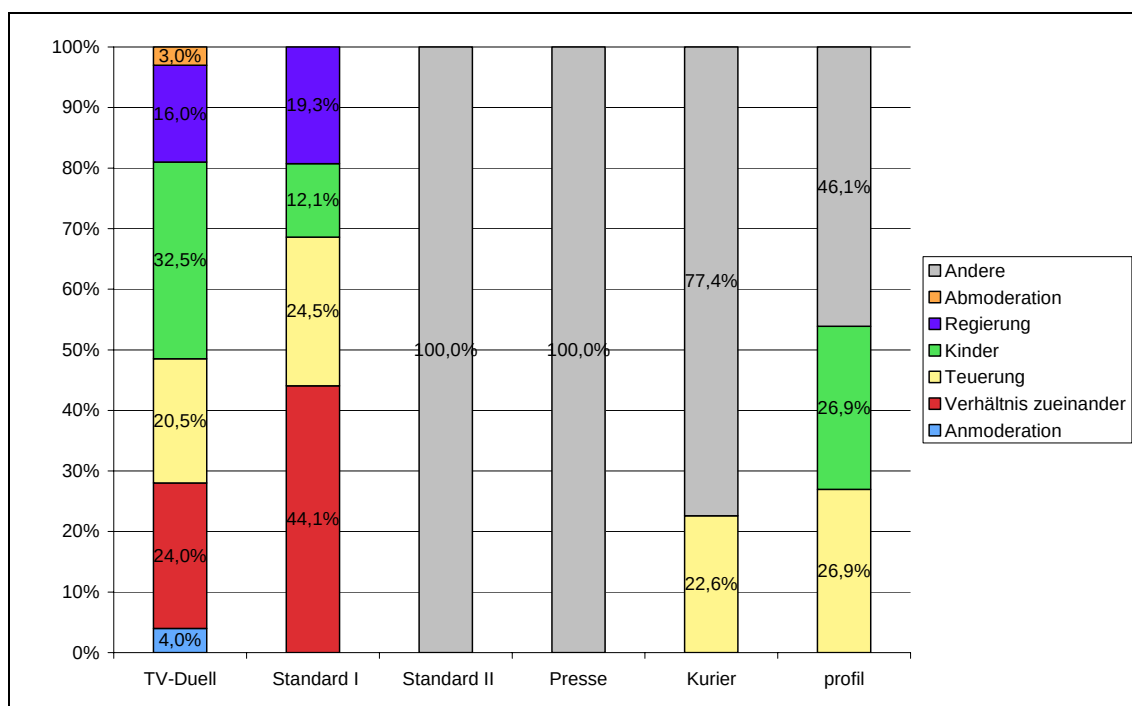


Abbildung 24: Vergleich TV-Duell – Print, BZÖ vs. FPÖ 2008

10.2.1.8 ÖVP vs. SPÖ 2008

Wie schon beim Kanzlerduell 2006 wurden auch 2008 zu den üblichen Berichten rund um das TV-Duell weitere Artikel publiziert. Die Reportagen des „Standard“, wie die jeweiligen Parteianhänger die Debatte erlebten²⁰⁶, sowie der Bericht des „Kurier“ über die Experten-Einschätzung der bisherigen TV-Performance der Kandidaten²⁰⁷, wurden in diese Analyse aber nicht aufgenommen.

Zwar wurden im Vergleich zu anderen Duellen relativ viele Sachthemen in den Printberichten angeschnitten, oft geschah dies aber, um die von Journalisten als hart geführt empfundene Diskussion zu beschreiben.

„Der Standard“ resümierte gleich zu Beginn des Berichts: Sie „blieben einander nichts schuldig“, der zweite und

²⁰⁶ Der Standard (24.09.2008): In der City-Bar siegt Faymann. Seite 2;
Der Standard (24.09.2008): Am Gerstenboden siegt Molterer. Seite 3

²⁰⁷ Kurier (24.09.2008): Eine Frage der Überzeugungskraft. Seite 4

dritte Absatz behandelten persönliche Angriffe beider Kontrahenten (zum Thema Politfrust). Auf konkrete Lösungsvorschläge ging der Autor nicht im Detail ein. In der Analyse des „Standard“ monierte Lackner, es habe zu wenig Inhalte und keine konkreten Lösungsmodelle gegeben. Anders als die Journalisten, die von einem harten Schlagabtausch schrieben, ging sie von einer Neuauflage von Rot-Schwarz aus. „Die Presse“ etwa gab sich überrascht von der „aggressiven Diskussion“, die Kandidaten „schenkten einander nichts“, politische Inhalte aber seien kurz gekommen. Folglich behandelte der Bericht vor allem die Attacken der Kontrahenten, etwa bei Politfrust, Steuerreform, Teuerung. Auch der „Kurier“ befand, sie „schenkten einander kräftig ein“, beschrieb Vorwürfe, Attacken und Argumentationsstil (Faymann „grollte“, Molterer „rief dazwischen“). Den Themenblock „Frauen“ griff der Autor auf, um zwei Verbalinjurien der Kontrahenten zu schildern; von den sachpolitischen Vorschlägen berichtete er nichts. In der „Kurier“-Analyse wurde erstmals ein klarer Sieger gekürt: Maximilian Gottschlich erklärte, wie er zu der Annahme kam, dieses Duell werde Faymann die Wahl gewinnen lassen.

Mit der Prognose des Wahlausganges sollte er Recht behalten. Die Meinung, es habe an dem TV-Duell gelegen, ist wissenschaftlich jedoch umstritten (siehe Kapitel 4.4 Wirkung, Seite 150).

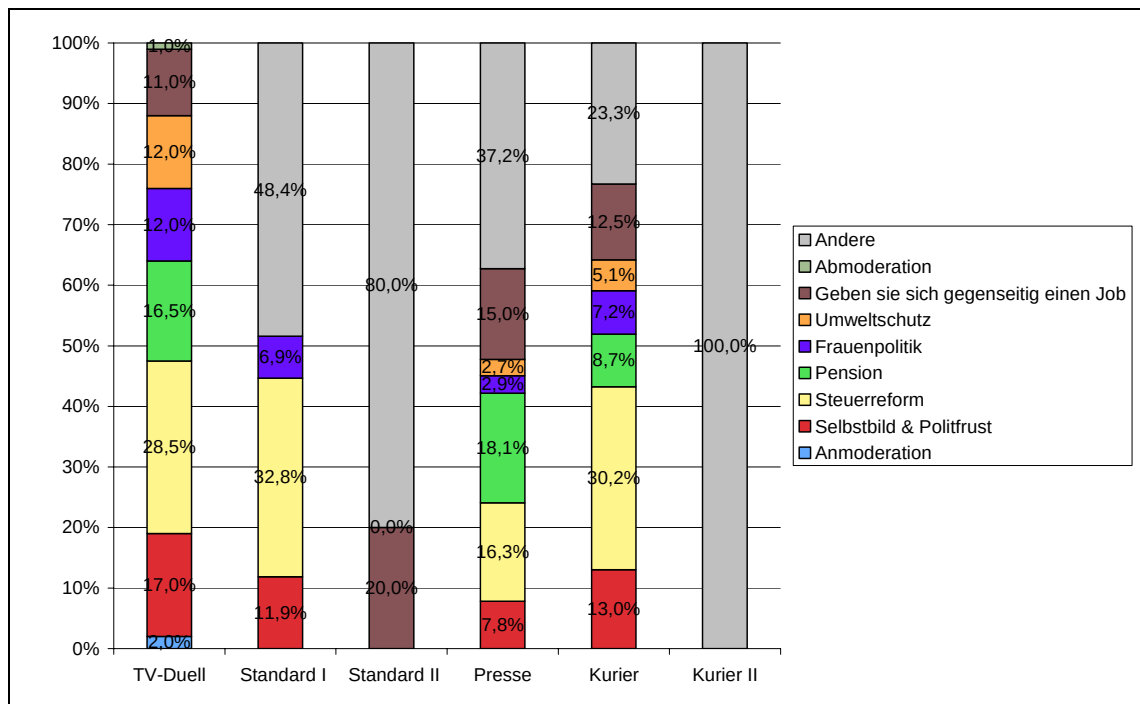


Abbildung 25: Vergleich TV-Duell – Print, ÖVP vs. SPÖ 2008

10.3 Produktion der Printberichte

10.3.1 Rezeption

Nicht nur Inhalt und Form der Berichte divergieren stark, auch deren Produktionsbedingungen – sogar innerhalb der einzelnen Medien. Abgesehen von „profil“, wo es sowohl 2006 als auch 2008 einen für die Verarbeitung der TV-Duelle Verantwortlichen (vgl. u. a. Experteninterview Fink) gab, wurden nicht alle analysierten Artikel von einer Person unter gleich bleibenden Bedingungen verfasst.

Die Rezeption der Duelle durch die Journalisten variierte. Sie erfolgte meist vor einem TV-Gerät in der Redaktion: Die Berichte der Tageszeitungen entstanden vor allem 2006, als die TV-Debatten auf einem späten Sendeplatz liefen, unter enormem Zeitdruck – innerhalb weniger Minuten („Kurier“-

Redakteuren blieben für die Artikelerstellung teilweise nur 15 Minuten; bei „Die Presse“ arbeiteten in bestimmten Fällen zwei Redakteure gleichzeitig, da mit dem Ende des Duells auch der Artikel fertig sein musste) sollte im Idealfall ein Bericht über das eben Gesehene verfasst werden, um bereits in der Ausgabe des nächsten Tages erscheinen zu können. Ein Zurücklehnen und Reflektieren, Besprechen mit Kollegen und dergleichen ist unter diesen Umständen nicht möglich.

Für die Analysen war in der Regel ein Tag mehr Zeit, da sie oft von Medienexperten – also weniger geübten Schreibern – verfasst wurden.

Auch Magazinjournalist Fink wählte 2006 keine durchgängige Herangehensweise: Zwei Duelle verfolgte er live am Königlberg, andere rezipierte er vor dem Fernseher, entweder in der Redaktion oder in der Privatwohnung, um sie im Laufe der nächsten Tage (bis Redaktionsschluss Freitagabend) in einem Kommentar zu beschreiben. 2008 übernahmen verschiedene Journalisten die Kommentierung der TV-Duelle.

Verschiedene Duelle wurden also teilweise auch innerhalb eines Mediums von verschiedenen Personen mit verschiedenen Produktionsprämissen beschrieben.

10.3.2 Intention

Die Intention der Artikel hängt vom Erscheinungsrhythmus des Mediums sowie der Gattung des Artikels ab:

- Berichte in Tageszeitungen sollen Sachinhalte und das „Ergebnis“ der Duelle wiedergeben – als Information für alle Nicht-Rezipienten des Duells sowie als Meinungsvergleich für Rezipienten. Niederschlag in den

Berichten finden vor allem „wesentliche Richtungsänderungen, klare Ansagen - etwa Steuern rauf oder runter - und Seitenhiebe“ (Bernhard Gaul, „Kurier“). Grundsatzdiskussionen hätten defacto keine Chance, in den Artikeln beschrieben zu werden, meint Gaul: Es fehle in Tageszeitungen der Platz, um den Hintergrund der Diskussion zu beleuchten.

- Die Analysen, die oftmals an Experten delegiert wurden (etwa an Tatjana Lackner für den „Standard“, Maximilian Gottschlich im „Kurier“), sollen Einblicke in Kommunikationsstrategien und Wirkungen bieten.
- Der Kommentar im Wochenmagazin ist eine kurze und pointierte Zusammenfassung des Duells: „Vorgabe war, ja keine Nacherzählung zu produzieren! Das hat jeder schon gelesen. Wir wollten auf eine unterhaltsame Weise einen Sieger küren.“ (Experteninterview Fink)

10.3.3 Selektion

Basierend auf diesen - teils selbst auferlegten - Vorgaben wählten die Journalisten die Inhalte ihrer Artikel. In den Interviews (Abschriften im Anhang) wurde deutlich, dass sie dabei oft weit unbedachter vorgehen, als Personen außerhalb des Journalismus annehmen mögen. In Hintergrundgesprächen erklärten manche Journalisten, dass vieles aus „dem Bauch heraus“ passiere. Die Auswahl der Themen wird durch die Erwartungshaltung des Journalisten dominiert - wenn auch im Ausschlussverfahren: Was sie überrascht, hat bessere Chancen, Eingang in die Berichterstattung zu finden. Klare Ansagen, aber auch heftige (Verbal)attacken: „Die Leute wollen ja auch gern Blut sehen“ (vgl. Experteninterview Gaul, „Kurier“).

Dass Journalisten sowohl bei der Auswahl als auch bei der Präsentation der Themen wirklich objektiv sein können, glauben die Interviewten nicht:

- Kaspar Fink, „profil“: „Der Eindruck ist freilich subjektiv, das darf und soll er auch sein, aber habe ich versucht, die persönliche politische Präferenz aus den Texten raus zuhalten. Ich habe auch Sieger gegen meine Präferenzen gekürt. Die Beurteilung sollte – aus politischer Sicht – doch objektiv sein.“
- Martin Fritzl, „Die Presse“: „Ich bin der Meinung, dass man Erwartungshaltungen, Vorlieben, Erfahrungen niemals ausblenden kann, dass das immer in die Arbeit einfließen muss. Entscheidend ist, ob diese subjektive Sicht der Dinge reflektiert wird oder einfach unreflektiert einfließt.“

Fritzl verweist damit indirekt auf den Ansatz der mentalen Modelle (siehe Exkurs: Mentale Modelle und Rezeption, Seite 167) - ein qualitativ hochwertig arbeitender Journalist ist sich seiner mentalen Modelle also bewusst. Auch wenn er unter Zeitdruck arbeitet.

10.4 Probleme der Diskussion der Diskussion

Die Sachinhalte der TV-Duelle werden im Vergleich selten in die redaktionelle Printberichterstattung übernommen. Die Produktionsbedingungen der meisten Artikel sind von enormem Zeitdruck geprägt – auch qualitativ hochwertige Tageszeitungen wie die untersuchten können den produktionstechnischen Notwendigkeiten nicht entgehen: Binnen einer Stunde, manchmal sogar nur binnen weniger Minuten muss das Gesehene verschriftlicht werden. Die

Qualität der Artikel zeichnet sich also nicht durch ausreichend langes Reflektieren des Duells als viel mehr durch das Bewusstsein der Autoren aus, unter Zeitruck zu arbeiten. Als Folge hinterfragen sie besonders genau ihre Eindrücke auf Einflüsse durch ihre mentalen Modelle, etwa politische Präferenzen – ohne Garantie, diese ausreichend ausblenden zu können.

Sachthemen werden zwar kommuniziert, meist allerdings als Transportmittel, um Gesprächskultur und Emotionales zu vermitteln: Es geht um Sager und Seitenhiebe, Grundsatzdiskussionen werden fast gänzlich ausgespart – es fehlt der Platz (und in einigen Fällen wohl auch die Zeit), den Hintergrund ausreichend zu beleuchten.

Die Berichte über die TV-Duelle leisten also nicht, ihre Leser über Sachthemen (bzw. die Meinung der Kandidaten dazu) detailreich zu informieren. Vielmehr scheint in den Artikeln besonderes Augenmerk auf die Vermittlung von Emotionen, das Festhalten von *sound bites* und auf die Unterhaltung der Leser gelegt zu werden.

Es findet in der redaktionellen Berichterstattung der Tageszeitungen zu den TV-Duellen eine Entsachlichung zu Gunsten der Personalisierung statt.

Im Magazin, das eine verglichen mit den Tageszeitungen durch den Produktionszyklus eine Sonderstellung innehat, finden Sachthemen noch weniger Platz: Durch das wöchentliche Erscheinen entfällt zwar (meist) der Zeitdruck, eine detailreiche Aufarbeitung der Duelle und der darin behandelten Sachthemen findet jedoch nicht statt – aus Sorge, bereits Publiziertes zu wiederholen, kasteit sich das Magazin; es bringt zu jedem Duell lediglich eine pointierte, persönlich gefärbte Kurzanalyse.

Die Analysen und Kommentare, die meist erst zwei Tage nach der Ausstrahlung der Duelle in den Tageszeitungen erscheinen, sollen auf professioneller Ebene die Kommunikation der Duellanten beschreiben. In den meisten Fällen übernimmt ein Kommunikationsexperte, Politologe oder Meinungsforscher die Autorenschaft, um den Analysen Seriosität zu verleihen.

Diese ist allerdings stark zu hinterfragen.

Peter Filzmaier kritisierte bereits 2006 die Bewertung von Fernsehdiskussionen durch nur eine Person – das gleiche einer Umfrage „mit der kleinstmöglichen Stichprobe“.

Zudem können nur wenige heimische Experten eine ähnliche Unabhängigkeit wie Journalisten aufweisen: Zwar gibt es zwischen Politikern und Journalisten Abhängigkeiten, diese sind jedoch wechselseitig (siehe Kapitel 2.1.3 Medien in der Mediengesellschaft, Seite 51). Kommunikationsexperten, die oft auch als politische Berater fungieren, stehen hingegen in direkter Abhängigkeit von Aufträgen durch die Parteien (vgl. Experteninterview Hajek). Klauseln, wonach die Experten mehrere Monate vor Wahlen ihre Beratertätigkeit einstellen müssen, gibt es zwar, Brancheninsider zweifeln aber deren Einhaltung stark an²⁰⁸.

Neben diesen Kritikpunkten führt die Delegation der Instant-Analysen an externe Experten zu einer journalistischen Deprofessionalisierung: Die Journalisten verzichten freiwillig auf ihren Status als Experten zu Gunsten von Schnellschussanalysen anderer. Auf Dauer könnte

²⁰⁸ Filzmaier etwa übernahm (gemeinsam mit Motivforscherin Sophie Karmasin) im Wahljahr 2008 die Ad-Hoc-Analysen der TV-Duelle für die ZIB 2. Er wurde wegen seiner (angeblichen) Beratertätigkeiten für Parteien vor Wahlen mehrfach branchenintern kritisiert, jüngst auch medial (vgl. *profil*, 01.02.2010). Auch im TV ist also in noch größerem Ausmaß eine Delegation der (Schnellschuss-)Analyse an externe Experten erfolgt.

dies zu Glaubwürdigkeitsproblemen führen, die Journalisten ihrer Legitimation berauben könnte, Missstände allein, ohne die Zuhilfenahme von Experten, aufzuzeigen. Diese Legitimation ist für kritischen unabhängigen Journalismus aber unabdingbar - sonst würde in finaler Konsequenz irgendwann unmöglich, Expertengremien bzw. Fehlentwicklungen darin anzugreifen.

Teil 3

Fazit

11 Theorie und Empirie

11.1 Einführung

„Weil es *ohne* in einer Mediendemokratie nicht geht“, begründet Renner die Abhaltung von TV-Duellen.

„Eine Demokratie, eine moderne Mediendemokratie kann nicht mehr darauf verzichten“, meint auch Raue.

„Welchen Nutzen hat die Mediendemokratie davon?“ sollten die kritischen Geister der Gesellschaft fragen.

Die TV-Duelle sind der Höhepunkt des Wahlkampfes, das Kanzlerduell gewissermaßen die Krönung. Sie führen in je rund einer Stunde Sendezeit vor, wie Politikvermittlung passiert und was gerade die öffentliche Aufmerksamkeit bannt. Sie sind ein Spiegel der Gesellschaft, welche diesen in Massen gerne an-, aber lieber nicht hinein- oder gar dahinter blickt. Doch was er zeigt, scheint bei kritischer Betrachtung des ganzen Hypes um die Debatten, mitsamt der Vorbereitungszeit, den vielen Tabus, der Nachbereitung durch die Medien bis hin zu den Stammtischen dieses Landes, nur einen Schluss zu zulassen:

Sie sind zum Selbstzweck verkommen.

Eine gewagte These? Vielleicht. Eine nicht gerade erbauliche These ist es jedenfalls.

Für die politische Bildung haben die Duelle wenig Nutzwert. Statt Sachinformation oder gar Sachwissen bieten sie der Gesellschaft zumeist plumpe Unterhaltung, dem Kandidaten eine billige Bühne und dem ORF relativ sichere Quote.

Damit erfüllen sie die Ansprüche aller drei Beteiligten.

11.2 Demokratische Mediengesellschaft

Die Entwicklungen in der Gesellschaft verlaufen immer schneller, getrieben von der Technologie im Großen, gehetzt von den scheinbar wichtigen Informationen im Kleinen. Die Angst, etwas zu verpassen, wurde zur Massenphobie: Von Neuigkeiten über Konsumgüter bis zu Freizeittrends.

Das schlichte Leben ist zu unspektakulär, es genügt oft nicht mehr. Der Zwang zur Individualisierung der Lebensgestaltung lässt diese oftmals erst recht zum Massenprodukt verkommen.

Und noch eine Option verwandelte sich im Laufe der Zeit zur Obligation: Alles muss Spaß machen. Das Leben, die Arbeit, sogar das Zähneputzen, Joghurt-Essen und Entsorgen von Möbelstücken und technischen Geräten, wie die Werbung weiß zu machen versucht: „Hau weg den Dreck“²⁰⁹, und zwar möglichst schnell und möglichst oft. Gehobene Freude ist für die Schnelligkeit des 21. Jahrhunderts zu träge. Die moderne Gesellschaft giert nach sofort abrufbarem, unkompliziertem Spaß, nach „Fun“: Von Fun-Sportarten bis zu Produkten, wie das Internet-Angebot eines österreichischen Providers, der „fun“ als Präfix verwendet, um garantierten Spaß am Produkt zu suggerieren. Zu bezahlen ist es trotzdem.

Doch für eine kritische Reflexion dessen fehlt Lust und Zeit – in der Zwischenzeit könnte etwas verpasst werden.

Die zunehmende Entgrenzung von Arbeit und Freizeit, wie sie Trend- und Arbeitsmarktforscher feststellen, bestärkt diesen Drang. Die Menschen sind zunehmend ständig und überall verfügbar. Sie degradieren sich damit selbst zum

²⁰⁹ Werbeslogan der Elektro-Handelskette Saturn

Produkt: Lassen sich messen und messen sich selbst an persönlicher Verfügbarkeit, Leistungsfähigkeit (Funktionstüchtigkeit im Beruf²¹⁰, Satisfaktionsfähigkeit durch Unterhaltungswert im Privatleben) und Aussehen. Sogar in der Krise würde der Großteil der Deutschen bereit sein, einen Teil des Einkommens in Schönheitsoperationen zu investieren, lautete eine Pressemeldung im Februar 2009²¹¹: „Schönheit hat auch in der Krise Konjunktur.“ Statt ob der Rezession beziehungsweise des Nullwachstums der vergangenen Jahre nicht mehr massenmedial vermittelten (Schein-)Idealen nachzulaufen, wird weiterhin gewetteifert (einige Jugendstudien in Österreich nennen in diesem Zusammenhang die Entsolidarisierung der Jugend und damit der Gesellschaft der Zukunft²¹²), ihnen zu entsprechen. Das Streben nach diversen Idealen okkupiert Aufmerksamkeit, die einst anders vergeben wurde.

Plasser und Ulram befanden schon 1998, die Gesellschaft entfremde politisch. Politik - wissenschaftsbasiert, langfristig denkend, arbeitsintensiv - passt nicht in die schnelle bunte schöne neue Welt. Nicht nur die Gesellschaft entfremdet so politisch, auch die Politik ändert sich, entfremdet sich in gewisser Weise: Inszenierung, leicht verdaulich und unterhaltsam, drängt Sachpolitik zurück. Sachverhalte werden in Acht-Sekunden-Statements gepresst, um dem Sendeformat der ZIB zu entsprechen.

Denn auch die Medien – als Teil der Gesellschaft – richten ihre Vorgehensweise an den Interessen der Gesellschaft aus: „Wir müssen (ob es uns passt oder nicht) (...) nur eines: Reichweite erzielen. Wir müssen unseren Nutzer dort

²¹⁰ Vor allem Jugendliche neigen dazu, sich über ihren Beruf zu definieren (vgl. profil, 21.09.2009)

²¹¹ Online abrufbar: <http://www.presseanzeiger.de/meldungen/gesundheit-medicin/272693.php>

²¹² Vgl. Studien im Auftrag der Bundesjugendvertretung, online abrufbar: <http://jugendvertretung.at> (18.09.2009)

abholen, wo er sich befindet, wie (sic!) müssen ihm das geben, was er will, wann er will, wo er will.“ (Jakubetz 2008: 13)

Die Nachrichtenformate werden seit Jahren kürzer, analog dazu die einzelnen Beiträge. Die Akteure der Medien scheinen glücklich: Sie sind befriedigt, sie profitieren. Zumindest kurzfristig.

Denn ihrer Aufgabe in der demokratischen Mediengesellschaft - den Informationsfluss zu sichern, der öffentlichen Diskussion ein Forum zu bieten und als öffentlicher Wachhund gegen Machtmissbrauch zu fungieren (vgl. Trappel, Maniglio 2009: 169f) - werden sie so kaum gerecht. Zum Schaden der Gesellschaft: „These functions are also of paramount importance in so-called established or mature democracies.“ (Trappel, Maniglio 2009: 170)

11.3 Spannungsdreieck

An den TV-Duellen zeigt sich die Funktionsweise und Beziehung von Politik, Medien und Gesellschaft. In ihnen sind die Wünsche der drei Partner vereint:

Die Gesellschaft strebt nach Unterhaltung.

Zeit für ernsthafte, arbeitsintensive Beschäftigung außerhalb der ohnehin schon zunehmend entgrenzten wie fordernden Arbeitswelt bleibt nicht, beziehungsweise will die Gesellschaft nicht aufbringen. Sie entsolidarisiert sich. Gut ist, was einen unmittelbaren Nutzen verspricht – und sei es in Form schneller Zerstreuung: „Mir geht es eher um den Unterhaltungswert“, gab denn auch ein Student im

Vorfeld der TV-Duelle offenmutig zu²¹³: „Brot und Spiele für die modernen Massen“, resümiert Hajek.

Die Vertreter der Politik nach einer billigen Bühne.

Mit der Beschleunigung des Lebens, dem Buhlen von immer mehr Anbietern von Information und Produkten um Aufmerksamkeit und der Individualisierungstendenz mitsamt des *partisan dealignment* kam die Politik ins Hintertreffen. Sie reagiert mehr, als zu agieren. Sie hat immer öfter entweder keine Zeit, langfristige Konzepte zu erarbeiten (das Interesse flaut ab, die Sachlage ändert sich zu schnell), oder nimmt sie sich nicht, aus Angst, Zeit daran zu vergeuden (weil das Interesse abgeflaut ist, oder sich die Sachlage geändert hat). Und sie hat immer öfter keine Zeit, komplexe Themen zu erklären: Sie muss um Aufmerksamkeit nun noch stärker kämpfen – gegen die schrillen Angebote anderer Teilnehmer auf diesem Marktplatz der Gesellschaft, der Öffentlichkeit, kommt sie nur schwer an. Sie sucht Bühnen, um sich in ihrem Amt bestätigen zu lassen. Also biedern sie sich an die Medien an, haben sich der neuen Medienlogik angepasst (vgl. Trappel, Maniglio 2009: 170).

Die Medien nach sicherer Quote und hoher Auflage.

Auch kritischer Journalismus muss sich, wenn er nicht in Staatshand ist, ökonomischen Zwängen fügen. Das Überleben kritischer Medien funktioniert nur über Rezipienten kritischer Medien – die Ansporn für Inserenten sind, ihr Geld für Werbung in diesem Medium

²¹³ Vgl. Der Standard, 24.09.2008a

zu investieren. In Zeiten der Krise umso mehr, als Unternehmen ihre Werbebudgets kürzen (zu Beginn des Jahres 2009 ereilte die österreichische Medienbranche, so heißt es, ein Inserateneinbruch von rund 25 Prozent) und damit unmittelbar die Medien treffen, denen wiederum die finanzielle Grundlage für kritischen Journalismus abhanden kommt: Kritischer Journalismus verlangt nach Zeit, Sachverhalte kennenzulernen, um sie einordnen und somit kritisch hinterfragen zu können. Fließband-Journalismus kann das nicht leisten (können). Zu diesem ist aber jeder Journalismus verdammt, werden die personellen Ressourcen gekürzt: Weniger Menschen müssen gleich bleibend viel Text, Ton und Bild produzieren. Journalisten in prekären Beschäftigungsverhältnissen, die auf Zeilenhonorar angewiesen sind, werden sowohl unangenehme Fragen an Politiker als auch aufwändige Recherche vermeiden. Die Rechnung geht zu Lasten der Qualität. Der Verlust dieser aber geht – mit Verzögerung – auf Kosten der Rezipientenzahl, zumindest von Qualitätsmedien: Die Zufriedenheit und damit die Leserbindung sinken; der Anreiz für Unternehmen, in ebendiesem Medium zu werben schwindet. Ein Teufelskreis, der nur schwer zu durchbrechen ist. So greifen viele Medien, auch so genannte kritische, zumindest teilweise auf schnelle Information zurück, um Engpässe zu kompensieren. Die unterhaltsamen TV-Debatten, bei deren Nachbereitung defacto wenig bis keine Recherche notwendig ist, bieten sich an: Sie können leicht konsumiert und verarbeitet werden – im Fall von Tageszeitungen teilweise innerhalb eines Bruchteils einer Stunde.

Die TV-Duelle bieten also alles, um alle in dieser Dreiecksbeziehung von Politik, Medien und Gesellschaft zu Profiteuren werden zu lassen - wenn auch nur scheinbar. Dem Anspruch, viel zu politischer Bildung beizutragen, werden die Duelle nicht mehr gerecht: Sie sind zum Show-Catching geworden - Emotionen haben Sachthemen abgelöst, sowohl im Duell selbst, verstärkt noch in der Berichterstattung darüber, erst recht als Themen an den Stammtischen und in den Wohnzimmern der Wähler.

Und wieder wird die Dreiecksbeziehung sichtbar:

- Die Gesellschaft wird durch die TV-Duelle zwar kurzfristig unterhalten, das Wissen um die politische Lage aber bleibt ihnen fremd.
- Den Politikern kommt dadurch jedoch in gewisser Weise die Legitimation abhanden - der Wähler entscheidet nicht aufgrund von politischen Konzepten sondern Sympathie. Um die Sympathie zu gewinnen, brauchen die Vertreter der Politik erst Aufmerksamkeit - weil diese knapp ist, vor allem bei Medienmachern, konzentrieren sie sich auf da scheinbar Wichtigste: die Emotion.
- Die Medien wiederum nehmen solche Inszenierungen wie die Debatten auf: Es sind zumeist leicht recherchierbare und somit verhältnismäßig billig zu produzierende Beiträge, die sicheren Absatz haben - schließlich verlangt die Gesellschaft eher nach Unterhaltung, als Sachinformation oder Sachwissen. Entsprechende Beiträge werden produziert - und der Kreis schließt sich.

Gesellschaft, Medien und Politik geben zu Gunsten des Profits in letzter Konsequenz – wenn sich dieser Trend weiter verstärkt – ihre Mündigkeit auf, und wandern Richtung Unmündigkeit, wie Immanuel Kant sie verstand: „Unmündigkeit ist das Unvermögen, sich seines Verstandes ohne Leitung eines anderen zu bedienen. Selbstverschuldet ist diese Unmündigkeit, wenn die Ursache derselben nicht am Mangel des Verstandes, sondern der EntschlieÙung und des Mutes liegt, sich seiner ohne Leitung eines anderen zu bedienen.“

Verkommt die Wissensgesellschaft durch ihre Ausprägung als erlebnisorientierte Mediengesellschaft also zu einer profitorientierten unwissenden Informationsgesellschaft? Geben wir freiwillig und unbedacht unsere „wichtigsten Ressourcen im rohstoffarmen Europa“ (Liessmann 2006: 7) auf?

11.4 Exkurs: Wissen vs. Information

Theodor W. Adorno entwickelte schon 1959 seine „Theorie der Halbbildung“, Liessmann führt den Gedanken 2006 bis zur „Theorie der Unbildung“ weiter. Unser scheinbares Wissen besteht demzufolge aus punktueller, schnell abrufbarer sowie schnell erwerbbarer Information: „Nicht Halbbildung ist das Problem unserer Epoche, sondern die Abwesenheit jeder normativen Idee von Bildung, an der sich so etwas wie Halbbildung noch ablesen lieÙe.“ (Liessmann 2006: 9)

Schon in den Fünfzigerjahren des vorigen Jahrhunderts schrieb Adorno, die Massenmedien würden strukturell die Halbbildung unterstützen (vgl. Liessmann 2006: 8f). Sie

scheinen es auch heute noch zu tun. Plakatives und gern zitiertes Beispiel ist eine weltweit unter verschiedenen Namen ausgestrahlte TV-Show: Das bei einem Millionenpublikum beliebte Wissensquiz „Millionenshow“ im TV zeigt, „wie es um das Wissen in der Wissensgesellschaft bestellt ist“ (Liessmann 2006: 13). Schlecht: Liessmann sagt, es sei bloß „punktuelleres Wissen“ gefragt. Und das ist noch ein Euphemismus. Vielmehr geht es um Information.

„Most people have an intuitive sense that knowledge is broader, deeper, and richer than data or information“ (Davenport, Prusak 1998: 5).

Wissen ist die Krönung eines mehrstufigen Prozesses, wie Probst, Raub und Romhardt schreiben:

Zu Beginn steht der Zeichenvorrat. Gemeinsam mit Syntax ergeben die Zeichen Daten, in Kontext gesetzt entsteht daraus Information, eingebettet, vernetzt und anwendbar ergibt die Information Wissen²¹⁴. (vgl. Probst, Raub, Romhardt 1997: 16)

Nach Polanyi erfolgt seit nunmehr fast fünfzig Jahren eine Einteilung in implizites und explizites Wissen: Explizites, also „ausdrückliches“, Wissen kann eindeutig kommuniziert werden – etwa in Form von Daten. Implizites Wissen ist hingegen nicht eindeutig verbalisierbar²¹⁵: „We know more

²¹⁴ Ein Beispiel: „-“, „4“, „0“, „°“ und „C“ sind Zeichen, gemeinsam ergeben sie den Datensatz „-40°C“. Weiß ich nun, dass es in meiner Tiefkühltruhe -40°C hat, ist das eine Information. Erst wenn ich diese Information anwenden kann – etwa, dass ich Eis in der Tiefkühltruhe wegen ihrer Innentemperatur aufbewahre –, wird sie zu Wissen.

²¹⁵ Als Beispiel für implizites Wissen wird gerne Radfahren genannt: Es ist zwar erklärbar, das Wissen jedoch verbal nicht übertragbar – jede noch so gute Erklärung wird nicht unmittelbar zum Erlernen des Fahrens führen, d.h. ohne dass der Lernende üben (und so das Wissen erwerben) muss.

than we can tell“, meinte Polanyi²¹⁶. (vgl. *Nonaka, Takeuchi 1995; Davenport, Prusak 1998*)

Nonaka und Takeuchi beschreiben in ihrer Wissensspirale, wie sich Wissen durch Gespräche und Handlungen wandelt und vergrößert (siehe Abbildung 26: Wissensspirale, Seite 282): Die Spirale beginnt üblicherweise im Quadranten der Sozialisation. Erst wenn Menschen zusammenkommen, kann es zu Dialog und damit Informationsfluss kommen. Durch das Gespräch wird Wissen externalisiert, der andere Gesprächspartner nimmt diese Informationen auf und verknüpft sie mit seinen (siehe dazu auch Exkurs: Mentale Modelle und Rezeption, Seite 167) mentalen Modellen. Während er die Informationen nachvollzieht und/oder erprobt, wandelt er sie in implizites Wissen um. Erst wenn er Kontakt aufbaut, und in Folge ein Gespräch entsteht, dreht sich die Wissensspirale weiter.

²¹⁶ Zit. etwa im Electronic Journal of Knowledge Management Volume 5 Issue 2 2007 (173 – 180); online abrufbar unter: <http://www.ejkm.com/volume-5/v5-i2/Grant.pdf> (17.09.2009)

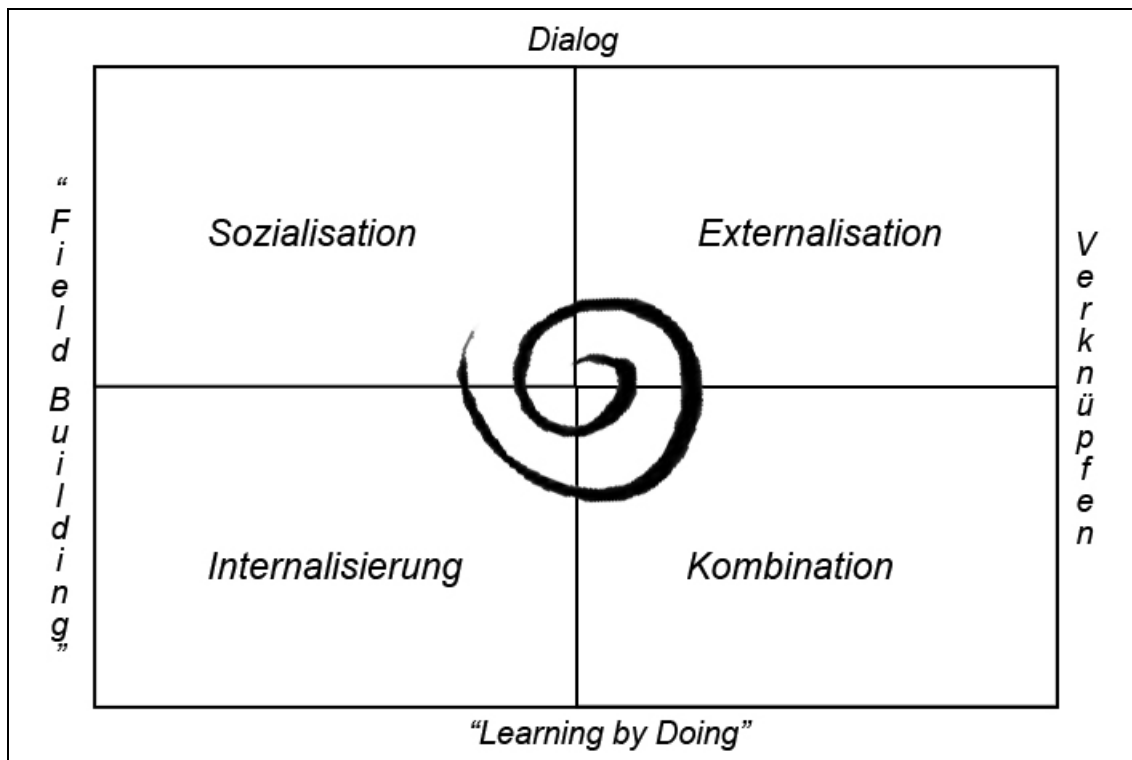


Abbildung 26: Wissensspirale

Quelle: Nonaka, Takeuchi 1998: 71

Doch was geschieht, wenn einzelne Abschnitte der Spirale nicht, nur mangelhaft oder anders zustande kommen – wie es die von Adorno und Liessmann beschriebenen Entwicklungen begingen –, als im Gebilde von Nonaka und Takeuchi vorgesehen?

Die Spirale könnte sich in ihr Gegenteil verkehren: Die Sozialisation findet weiter statt, auch der Dialog kommt zustande. Doch statt des Wissens werden nun vermehrt punktuelle Informationen weitergeben. Da es Bildung in ihrem Anspruch nach Liessmann immer seltener gibt, steigt die Wahrscheinlichkeit stetig, dass die punktuelle Information zunehmend nur mit anderer punktueller Information oder Halbwissen kombiniert werden kann. Und auch das geschieht, mangels Zeit, Aufmerksamkeit, Bildung, verknappt: Je nach durch den Rezipienten der Quelle

zugesprochener Glaubwürdigkeit wird die Information entweder recht ungefiltert²¹⁷ oder – ähnlich der *re-inforcement*-These – nur stark selektiert übernommen: Was nicht in das mentale Modell passt, wird ausgeblendet (selektive Wahrnehmung).

Statt Wissen zu vermehren, wird in der Phase der Internalisation also ungefilterte Information verinnerlicht oder die eigene Sichtweise weiter eingeschränkt: Die Zweifel an der eigenen Sicht werden durch die Bestätigung des Gehörten zunehmend abgebaut. Statt sich zu befruchten, verdrängen sich Informationen.

Kommt diese Negativ-Spirale – eine *Spirale der selbst gewählten Unmündigkeit* – in Gang, steuert die Gesellschaft entweder auf den Zustand der (medial) lenkbaren Masse oder der relativ homogenen Meinungslandschaft hin.

Beides kann nicht Ziel einer sich weiterentwickelnden Gesellschaft sein. Meinungspluralismus bringt eher eine kritische Gesellschaft mit sich, die laut Meyer für eine funktionierende Demokratie unerlässlich ist, als ein Gleichklang der Meinungen. Wenig kritische Gesellschaften bedingen aber, wie bereits beschrieben, eine Ausdünnung des kritischen Journalismus, was wiederum zu einer wenig kritischen Auseinandersetzung mit der Politik führt: Inszenierung substituiert politische Inhalte. Die Gesellschaft nimmt es dankend an – die neuen Formate bringen Unterhaltung: *infotainment*, *politainment*, bis hin zum *confrontainment*.

²¹⁷ Vgl. etwa das Wahlergebnis von Hans-Peter Martin bei der EU-Wahl 2009: 70 Prozent seiner Wählerschaft lesen ausschließlich die „Kronen Zeitung“, die wochenlang Martin unterstützt hatte (vgl. *profil*, 15.06.2009).

11.5 TV-Duelle

Die TV-Duelle in Österreich bieten Politikern eine Bühne. Der Fokus liegt auf den Persönlichkeiten, die sich zur Wahl stellen – soweit jene nach wochenlangem Training in Form von *debate preps* noch authentisch agieren können (siehe Kapitel 7 Vorbereitung auf die TV-Duelle durch die Parteien, Seite 191). Sachinhalte spielten keine tragende Rolle, monieren Journalisten und ergeben wissenschaftliche Analysen. Angriff scheint sich als beste Strategie zur Selbstverteidigung gegenüber dem Diskussionspartner und zur Eigenpositionierung in der den TV-Duellen nachgelagerten Berichterstattung etabliert zu haben: Die Analyse der Artikel ergab, dass die in den Debatten behandelte Sachinformationen nur sporadisch Eingang in die Berichterstattung über die TV-Duelle der NRW 2006 und 2008 fanden, und oft nur als Mittel zum Transportzweck dienten – etwa um Untergriffe und Emotionalitäten anhand von Beispielen zu beschreiben. Kommunikationswissenschaftler, Politologen, Meinungsforscher beschränken sich in ihrer Analyse im Rahmen der Berichterstattung ebenfalls zumeist auf die Untersuchung der Argumentationsstile, der Sprachgewandtheit, Angriffslust und Beziehungsebene zwischen den Kontrahenten. Sachinhalte werden also selbst von Experten in den Medien nur am Rande rezipiert (diese seien ohnehin bekannt, meinen sie- und haben für sich damit eine Ausrede gefunden, sie nicht zu thematisieren) – man könnte durchaus meinen, mit Vorbildwirkung für die Wählerschaft: Sie haben schließlich „immer Recht, kraft ihrer Profession sozusagen“, wie Renner meint (Renner 2007: 120).

Das lose österreichische Regelwerk ermöglicht den Kandidaten, sich in Szene zu setzen: Keine Regeln, keine Abmachungen, außer mündliche Vereinbarungen über die Wahrung der Höflichkeitsgebote – die Definition ihrer Grenzen wird den Kandidaten überlassen, die diese durchaus freizügig ziehen. Was, wie Hajek sagt, vor allem Populisten nutzt. Untergriffe, Taferl, Belehrungen – manchen Kandidaten scheint jedes Mittel zur Selbstinszenierung gut und billig. Sachinformation geht beim „verbalen Schlamm-Catchen“, wie die Duelle in Analysen beschrieben wurden, oftmals unter.

Eine strenge Regelung, wie jene der Presidential Debates in den USA, würde solches Agieren unterbinden – doch drängen weder Parteien, noch Medien auf ihre Einführung. Und auch die Zuseher wären wohl weniger gefesselt, als bei dem derzeit erwartbaren Schlagabtausch²¹⁸. Aus mehreren Gründen:

- Die Kandidaten dürften sich nicht mehr direkt angreifen.
- Die Debatte müsste vorwiegend auf der Sachebene stattfinden: Die Inhalte sind jedoch – zumindest oberflächlich – bereits bekannt. Eine Diskussion um Detailfragen wäre wohl ein Eliten-Programm.
- Die Spontaneität ginge größtenteils (etwa durch die besprochenen Fragen) verloren.

Deutschland versuchte einen Mittelweg zu gehen und endete in einer aus meiner Sicht demokratiepolitisch bedenklichen Sackgasse: Es wurde ein nicht öffentlich zugängliches Regelwerk geschnürt, ausgehandelt von Vertretern der Parteien und der Sendeanstalten. Die Parteienvertreter

²¹⁸ Es besteht tatsächlich die paradoxe Situation, dass in Österreich, wo nach der Wahl Koalitionen gebildet werden müssen, die Diskussionen wesentlich untergriffiger geführt werden (dürfen), als in den USA, wo der Präsident weit weniger auf das Wohlwollen seiner Mitbewerber angewiesen ist.

agierten wesentlich geschickter – und spielten die Sender untereinander aus: So sollen sie die Drohung ausgesprochen haben, die Diskussion bei einem anderen Sender durchzuführen, sollten bestimmte Bedingungen nicht erfüllt werden. Die Medien hängen seither – geht es um TV-Konfrontationen vor Bundestagswahlen – am Gängelband der Politik: Nur ein Duell, nur bestimmte Kameraperspektiven etc.

Dabei war die Idee Deutschlands, die Duelle nicht so straff, aber dennoch in gewissen Maßen zu regeln, durchaus interessant.

Der Charme des österreichischen Modells, den Politikern freien Lauf zu lassen und sie nur durch die Moderation zu zügeln, funktioniert hingegen nur bei entweder schwachen Diskussionspartnern – was angesichts des im Vorfeld einer Debatte betriebenen Aufwands unrealistisch ist – oder einer außerordentlich professionellen Moderation auf sach-, wie emotionaler Ebene. Bedingungen, die in Österreich nicht immer ausreichend erfüllt werden (können).

Doch daran stoßen sich derzeit nur wenige. Es besteht die Gefahr, dass ihre Zahl sinken wird. Die meisten Beteiligten schätzen die *confrontainments*. Wenn sich die Gesellschaft aber irgendwann nur noch schnellem Profit verschreibt – Politik sich völlig auf die Unterhaltungslust der Wähler einlässt, in Folge sämtliche Inhalte mit Inszenierung tauscht und die Medien, statt kritisch gegen diese Tendenz anzuschreiben, sich der schnellen Auflage hingeben –, wird das Kanzlerduell, der jetzige Höhepunkt des Wahlkampfes, also des Rituals, das dem Höhepunkt der Demokratie, nämlich dem Urnengang, vorausgeht, zum Tiefpunkt derselben.

Doch das würde wohl niemand mehr realisieren.

Verzeichnisse

11.6 Literaturverzeichnis

11.6.1 Monographien, Sammelbände, Journale

ALTHAUS, Marco (Hg.) (2002): Kampagne! Neue Strategien für Wahlkampf, PR und Lobbying. 3. Auflage. Münster: Lit Verlag

AUFENANGER, Stefan (2006): Interview. In: AYAB, Ruth/BERGMANN, Jörg (Hg.) (2006): Qualitative Methoden der Medienforschung. Reinbeck bei Hamburg: Rowohlt Taschenbuch Verlag

AYAB, Ruth/BERGMANN, Jörg (Hg.) (2006): Qualitative Methoden der Medienforschung. Reinbeck bei Hamburg: Rowohlt Taschenbuch Verlag

BALMAS, Meital./SHEAFER, Tamir (2009): Candidate Image in Election Campaigns: Attribute Agenda Setting, Affective Priming, and Voting Intentions. Conference Paper 2009. Chicago: Annual Meeting of the International Communication Association

BALZER, Alex/GEILICH, Marvin (2006): Politische Kommunikation in der Gegenwartsgesellschaft – Politikvermittlung zwischen Kommunikation und Inszenierung. In: BALZER, Alex/GEILICH, Marvin/RAFAT, Shamim (Hg.) (2006): Politik als Marke. Politikvermittlung zwischen Kommunikation und Inszenierung. Erste Auflage 2004. Berlin: Lit Verlag

BALZER, Alex/GEILICH, Marvin/RAFAT, Shamim (Hg.) (2006): Politik als Marke. Politikvermittlung zwischen Kommunikation und Inszenierung. Erste Auflage 2004. Berlin: Lit Verlag

BECK, Klaus (2001): Aufmerksamkeitsökonomie – die Funktion von Kommunikation und Medien. In: BECK, Klaus/SCHWEIGER, Wolfgang (Hg.) (2001): Attention please! Online-Kommunikation und Aufmerksamkeit. München: Verlag Reinhard Fischer

BECK, Klaus/SCHWEIGER, Wolfgang (Hg.) (2001): Attention please! Online-Kommunikation und Aufmerksamkeit. München: Verlag Reinhard Fischer

BENNINGHAUS, Hans (2002): Deskriptive Statistik. Eine Einführung für Sozialwissenschaftler. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften

BENTELE, Günter/BROSIUS Hans-Bernd/JARREN Otfried (Hg.) (2003): Öffentliche Kommunikation. Handbuch Kommunikation und Medienwissenschaft. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag

BERGMANN, Jörg; Qualitative Methode der Medienforschung – Einleitung und Rahmung. In: AYAB, Ruth/BERGMANN, Jörg (Hg.) (2006): Qualitative Methoden der Medienforschung. Reinbeck bei Hamburg: Rowohlt Taschenbuch Verlag

BIEBER, Christoph (2004): Bausteine der Mediendemokratie. Ein Werkstattbericht. In: MASSING, Peter (2004): Mediendemokratie. Eine Einführung. Schwalbach: Wochenschau Verlag

BOGNER, Alexander/LITTIG, Beate/MENZ, Wolfgang (Hg.): Das Experteninterview. Theorie, Methode, Anwendung. Leske und Buderich: Opladen.

BÖTTGER, Jan (Hg.) (2004): Forum.Medien.Politik. Trends der politischen Kommunikation. Beiträge aus Theorie und Praxis. Münster: Lit

BÜCHER, Karl (1922): Die Entstehung der Volkswirtschaft. Vorträge und Aufsätze. Band 1. Tübingen: Verlag der H. Laupp'schen Buchhandlung

BURKART, Roland (1983): Politikerdiskussionen im Fernsehen. Eine Rezeptionsanalyse zwischen Bruno Kreisky und Alois Mock aus Anlaß der Nationalratswahlen 1983. Wien: Literas Verlag

BURKART, Roland (1995): Kommunikationswissenschaft. Grundlagen und Problemfelder. Wien: Böhlau. (2.Auflage)

BUSEK, Erhard/HÜFFEL, Clemens (Hg.) (1998): Politik am Gängelband der Medien. Wien: Verlag Jugend und Volk

CHO, Jaeho (2009): Disentangling Media Effects from Debate Effects: The Presentation Mode of Televised Debates and Viewer Decision Making. In: Journalism & Mass Communication Quarterly Vol. 86, No.2 Summer 2009. Columbia: Association for Education in Journalism and Mass Communication

CHRISTIANSEN, Sabine (2006): Sympathie contra Kompetenz: Das Duell, das polarisierte. In: BALZER, Alex/GEILICH, Marvin/RAFAT, Shamim (Hg.) (2006): Politik als Marke.

Politikvermittlung zwischen Kommunikation und Inszenierung.
Erste Auflage 2004. Berlin: Lit Verlag

CHRISTMANN, Gabriela (2006): Inhaltsanalyse. In: AYAB, Ruth/BERGMANN, Jörg (Hg.) (2006): Qualitative Methoden der Medienforschung. Reinbeck bei Hamburg: Rowohlt Taschenbuch Verlag

DAHINDEN, Urs (2001): Informationsflut und Aufmerksamkeitsmangel – Überlegungen zu einer Sozialökonomie der Aufmerksamkeit. In: BECK, Klaus/SCHWEIGER, Wolfgang (Hg.) (2001): Attention please! Online-Kommunikation und Aufmerksamkeit. München: Verlag Reinhard Fischer

DAVENPORT, Thomas H./PRUSAK, Laurence (1998): Working Knowledge: How Organizations Manage What They Know. Boston: Harvard Business School Press

DAVID, Clarissa (2009): Learning Political Information From the News: A Closer Look at the Role of Motivation. In: Journal of Communication 59. International Communication Association: Wiley-Blackwell

DEBANJAN, Banerjee (2010): Mass communication: Trends, traits and theories. In: Journal Media and Communication Studies Vol. 2(5), May 2010. Kolkata: Academic Journals Online
abrufbar (21.06.2010):
<http://www.academicjournals.org/JMCS/PDF/pdf2010/May/Debanjan.pdf>

DIMMEL, Nikolaus/SCHMEE, Josef (Hg.) (2005): Politische Kultur in Österreich 2000 – 2005. Wien: Promedia Verlag

DOHNAL, Andrea (1997): Politikvermittlung im Wahlkampf. Universität Wien: Diplomarbeit

DONSBACH, Wolfgang (1982): Legitimationsprobleme des Journalismus: Gesellschaftliche Rolle der Massenmedien und berufliche Einstellungen von Journalisten. Freiburg, München: Verlag Karl Alber

DÖRNER, Andreas (2001): Politainment. Politik in der medialen Erlebnisgesellschaft. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag

DÖRNER, Andreas/VOGT, Ludgera (Hg.) (2002): Wahl-Kämpfe. Betrachtungen über ein demokratisches Ritual. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag

DÖRNER, Andreas/VOGT, Ludgera (2006): Das TV-Duell als Ritual der Demokratie. Zum formalisierten Zweikampf als neues Moment der deutschen Wahlkampfkultur. In: BALZER, Alex/Geilich, Marvin/RAFAT, Shamim (Hg.) (2006): Politik als Marke. Politikvermittlung zwischen Kommunikation und Inszenierung. Berlin: Lit Verlag

EBERT, Helmut/PIWINGER, Manfred (2007): Impression Management: Die Notwendigkeit der Selbstdarstellung. In: PIWINGER, Manfred/ZERFASS, Ansgar (Hg.) (2007): Handbuch Unternehmenskommunikation. Wiesbaden: Gabler Verlag

FILZMAIER, Peter (2006): Wag the Dog. Amerikanisierung der Fernsehlogik und mediale Inszenierungen in Österreich. In: FILZMAIER, Peter/KARMASIN, Matthias/KLEPP, Cornelia (Hg.) (2006): Politik und Medien - Medien und Politik. Wien: Facultas WUV

FILZMAIER, Peter/KARMASIN, Matthias/KLEPP, Cornelia (Hg.) (2006): Politik und Medien – Medien und Politik. Wien: Facultas WUV

FILZMAIER, Peter/PLASSER, Fritz (2001): Wahlkampf um das Weiße Haus. Presidential Elections in den USA. Opladen: Leske + Budrich

FILZMAIER, Peter/PLASSER, Fritz (2005): Politik auf amerikanisch. Wahlen und politischer Wettbewerb in den USA. Wien: Manz Verlag

FRANCK, Georg (1998): Ökonomie der Aufmerksamkeit. München, Wien: Carl Hanser Verlag

FRÖLICH-STEFFEN, Susanne/ RENSMANN, Lars (Hg.) (2005): Populisten an der Macht. Populistische Regierungsparteien in West- und Osteuropa. Wien: Braumüller Verlag

FRÖSCHL, Erich/KRAMER, Helmut/KREISKY, Eva (Hg.) (2007): Politikberatung zwischen Affirmation und Kritik. Wien: Braumüller Verlag

FRÖSCHL, Erich/KRAMER, Helmut/KREISKY, Eva/LÖFFLER, Marion (2007): Politikberatung zwischen Affirmation und Kritik. Eine Einleitung. In: FRÖSCHL, Erich/KRAMER, Helmut/KREISKY, Eva (Hg.) (2007): Politikberatung zwischen Affirmation und Kritik. Wien: Braumüller Verlag

GERHARDS, Jürgen/NEIDHARDT, Friedhelm (1991): Strukturen und Funktionen moderner Öffentlichkeit. Fragestellungen und Ansätze. In: MÜLLER-DOOHM, Stefan/NEUMANN-BRAUN, Klaus (Hg.) (1991): Öffentlichkeit, Kultur, Massenkommunikation.

Beiträge zur Medien- und Kommunikationssoziologie.
Oldenburg: Bibliotheks- und Informationssystem der
Universität (BIS)

GODKIN, Paul (2008): Rethinking Journalism as a Profession.
In: Canadian Journal of Media Studies. Volume 4, Issue 1.
Ontario: University of Western Ontario

GOTTSCHLICH, Maximilian (1999): Die Welt ist, wie wir sie
denken. Zur Kulturkritik der Mediengesellschaft. Wien:
Springer

GRASL, Oliver (2003): Meisterhaftes Projektmanagement. Wie
mentale Modelle den Projekterfolg beeinflussen. In: Projekt
Magazin, Ausgabe 17, 2003, online abrufbar:
[http://www.transentis.com/information/veroeffentlichungen/g
rasl-meisterschaft.pdf/at_download/file](http://www.transentis.com/information/veroeffentlichungen/grasl-meisterschaft.pdf/at_download/file) (04.06.2008)

GROSS, Peter (1994): Die Multioptionsgesellschaft.
Frankfurt am Main: Suhrkamp.

GÜLLNER, Manfred/DÜLMER, Hermann/KLEIN, Markus/KLINGEMANN, Hans-
Dieter/OHR, Dieter/QUANDT, Markus/ROSAR, Ulrich (2005): Eine
Untersuchung im Zeichen hoher politischer Dynamik.
Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

HAAS, Hannes (2006): Dynamik in Marketing, Stagnation im
Journalismus? Zum Strukturwandel politischer Kommunikation.
In: FILZMAIER, Peter/Karmasin, Matthias/KLEPP, Cornelia (Hg.)
(2006): Politik und Medien – Medien und Politik. Wien:
Facultas WUV

HABERMAS, Jürgen (1990): Strukturwandel der Öffentlichkeit.
Untersuchungen zu einer Kategorie der bürgerlichen

Gesellschaft. Erstmals erschienen 1962 als Habilitationsschrift. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag

HABERMAS, Jürgen (1992): Faktizität und Geltung. Beiträge zur Diskurstheorie des Rechts und des demokratischen Rechtsstaats. 2. Auflage. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag

HAFNER, Robert (2000): Statistik für Sozial- und Wirtschaftswissenschaftler. Wien: Springer Verlag

HAJEK, Peter (2007): Das gibt's nur einmal, das kommt die wieder. Die Nationalratswahl 2006 und das (vorläufige) Ende der konservativen Wende. In: HOFER, Thomas/TÓTH, Barbara (Hg.) (2007): Wahl 2006 – Kanzler, Kampagnen, Kapriolen. Analysen zur Nationalratswahl. Wien: Lit Verlag

HARTUNG, Joachim/ELPELT, Bärbel/KLÖSENER, Karl-Heinz (2002): Statistik: Lehr- und Handbuch der angewandten Statistik. Oldenbourg: Oldenbourg Verlag

HAUKE, Frank (2004): Politikjournalismus. In: Fachjournalist Nr. 10 – 2004. Berlin: Deutscher Fachjournalisten-Verband

HEINZL, Karin (2005): Rhetorische und Nonverbale Inszenierung von Politikern in TV-Diskussionen. Untersuchung anhand einer US-amerikanischen ‚Presidential Debate‘ und einer österreichischen ‚TV-Konfrontation‘. Wien: Diplomarbeit

HELLMUTH, Agnes (2004): Medien und Parteien im Wahlkampf. Ideologische Positionen und Parallelstrukturen. Wien: Diplomarbeit

HINRICHS, Jan-Peter (2002): Wir bauen einen Themenpark. Wähler werden doch mit Inhalten gewonnen – durch Issue Managent. In: ALTHAUS, Marco (Hg.) (2002): Kampagne! Neue Strategien für Wahlkampf, PR und Lobbying. 3. Auflage. Münster: Lit Verlag

HÖBEL, Peter (2007): Kommunikation in Krisen – Krisen in der Kommunikation? In: PIWINGER, Manfred/ZERFASS, Ansgar (Hg.) (2007): Handbuch Unternehmenskommunikation. Wiesbaden: Gabler Verlag

HOFFER, Thomas (2005): Spin Doktoren in Österreich. Die Praxis amerikanischer Wahlkampfberater. Was sie können, wen sie beraten, wie sie arbeiten. Wien: Lit Verlag

HOFFER, Thomas (2007): Der Triumph des Negative Campaigning. In: HOFFER, Thomas/TÓTH, Barbara (Hg.) (2007): Wahl 2006 – Kanzler, Kampagnen, Kapriolen. Analysen zur Nationalratswahl. Wien: Lit Verlag

HOFFER, Thomas/TÓTH, Barbara (Hg.) (2007): Wahl 2006 – Kanzler, Kampagnen, Kapriolen. Analysen zur Nationalratswahl. Wien: Lit Verlag

HOFFER, Thomas/TÓTH, Barbara (Hg.) (2008): Wahl 2008. Strategien – Sieger – Sensationen. Wien: Molden

HOFINGER, Christoph/OGRIS, Günther/ZEGLOVITS, Eva (2008): Wie man eine Wahl verliert. In: HOFFER, Thomas/TÓTH, Barbara

(Hg.) (2008): Wahl 2008. Strategien – Sieger – Sensationen.
Wien: Molden

HOLTZ-BACHA, Christina (2002): Massenmedien und Wahlen: Die Professionalisierung der Kampagnen. In: Aus Politik und Zeitgeschichte, Band 15-16, 2002. Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung

HUMMEL, Johannes/SCHMIDT, Johannes (2001): Ökonomie der Aufmerksamkeit – eine neue ökonomische These? In: BECK, Klaus/SCHWEIGER, Wolfgang (Hg.) (2001): Attention please! Online-Kommunikation und Aufmerksamkeit. München: Verlag Reinhard Fischer

IMHOF, Kurt/BLUM, Roger/BONFADELLI, Heinz/JARREN, Otfried (2006): Demokratie in der Mediengesellschaft. In: IMHOF, Kurt/BLUM, Roger/BONFADELLI, Heinz/JARREN, Otfried (Hg.) (2006): Demokratie in der Mediengesellschaft. Mediensymposium Luzern Band 9. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften

IMHOF, Kurt/BLUM, Roger/BONFADELLI, Heinz/JARREN, Otfried (Hg.) (2006): Demokratie in der Mediengesellschaft. Mediensymposium Luzern Band 9. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften

JAKUBETZ, Christian (2008): Crossmedia. Konstanz: UVK

JARREN, Otfried/DONGES, Patrick (2006): Politische Kommunikation in der Mediengesellschaft. Eine Einführung (2., überarbeitete Auflage). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften

JARREN, Otfried/MEIER Werner A. (2002): Mediensysteme und Medienorganisation als Rahmenbedingung für Journalismus. In: JARREN, Otfried/WEßLER, Hartmut (Hg.) (2002): Journalismus, Medien, Öffentlichkeit. Eine Einführung. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag

JARREN, Otfried/SARCINELLI, Ulrich/SAXER, Ulrich (Hg.) (1998): Politische Kommunikation in der demokratischen Gesellschaft. Ein Handbuch mit Lexikonteil. Opladen/Wiesbaden: Westdeutscher Verlag

JARREN, Otfried/WEßLER, Hartmut (Hg.) (2002): Journalismus, Medien, Öffentlichkeit. Eine Einführung. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag

KAASE, Max (1998): Demokratisches System und die Mediatisierung von Politik. In: SARCINELLI, Ulrich (Hg.)(1998): Politikvermittlung und Demokratie in der Mediengesellschaft. Beiträge zur politischen Kommunikationskultur. Opladen: Westdeutscher Verlag

KARMASIN, Matthias (1998): Medienökonomie als Theorie (massen-)medialer Kommunikation. Empirischer Teil der Habilitationsschrift. Wien: Habilitationsschrift

KEPPLINGER, Hans Mathias (1998): Die Demontage der Politik in der Informationsgesellschaft. Freiburg (Breisgau): Alber Reihe Kommunikation.

KEVENHÖRSTER, Paul (1984): Politik im elektronischen Zeitalter: Politische Wirkungen der Informationstechnik. Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft.

KLEIN, Markus (2005): Die TV-Duelle: Events ohne Effekt? In: GÜLLNER, Manfred/DÜLMER, Hermann/KLEIN, Markus/KLINGEMANN, Hans-Dieter/OHR, Dieter/QUANDT, Markus/ROSAR, Ulrich (2005): Eine Untersuchung im Zeichen hoher politischer Dynamik.

Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Auszugsweise online abrufbar:

http://books.google.at/books?id=biXRtQtJ8h0C&printsec=frontcover&dq=dehm+2002+duelle&source=gb_s_summary_r&cad=0

(14.09.2008)

KLEINSTEUBER, Hans J. (2003): Mediensysteme im internationalen Vergleich. In: BENTELE, Günter/BROSIUS Hans-Bernd/JARREN Otfried (Hg.) (2003): Öffentliche Kommunikation. Handbuch Kommunikation und Medienwissenschaft. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag

KÖPL, Regina (2007): Spin-Doktoren, Lobbyisten und andere unternehmerische Geiste in der Politikvermittlung. In: FRÖSCHL, Erich/KRAMER, Helmut/Kreisky, Eva (Hg.) (2007): Politikberatung zwischen Affirmation und Kritik. Wien: Braumüller Verlag

KOZIOL, Klaus/HUNOLD, Gerfried W. (2002): Forum Medienethik, Band 2/2002: Politainment – Politikvermittlung zwischen Information und Unterhaltung. München: Kopaed

KIRKPATRICK, Evron M. (1979): Presidential Candidate Debates: What can we learn from 1960. In: RANNEY, Austin (Hg.) (1979): The Past and Future of Presidential Debates. Washington D.C.: American Enterprise Institute for Public Policy Research

KREISKY, Eva (2007): Politikberatung als neuer Beruf. Anzeichen neoliberaler Einbindung von Politikwissenschaft. In: FRÖSCHL, Erich/KRAMER, Helmut/KREISKY, Eva (Hg.) (2007): Politikberatung zwischen Affirmation und Kritik. Wien: Braumüller Verlag

KRETSCHMER, Heiko/ELBE, Wiebke (2007): Issues Management. In: RIEKSMEIER, Jörg (Hg.) (2007): Praxisbuch: Politische Interessenvermittlung. Instrumente – Kampagnen – Lobbying. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften (teilweise online abrufbar: <http://resources.metapress.com/pdf-preview.axd?code=n42440q865v00111&size=large>; 21.09.2008)

KROGVIG, Bo (2002): Wahlkampf nach dem IKEA-Prinzip – Der Weg vom Wahlkampforganisator zum politischen Berater. In: MACHNIG, Matthias (Hg.) (2002): Politik – Medien – Wähler. Wahlkampf im Medienzeitalter. Opladen: Leske + Budrich

LEDERER, Andreas (2007): „It’s advertising, stupid!“ – Strategien und Praktiken politischer Werbung im Nationalratswahlkampf 2006. In: PLASSER, Fritz/ULRAM, Peter A. (2007): Wechselwahlen. Analysen zur Nationalratswahl 2006. Wien: Facultas WUV

LENGAUER, Günther/PALLAVER, Günther/PIG, Clemens (2007): Redaktionelle Politikvermittlung in österreichischen Wahlkämpfen 1999 – 2006. In: PLASSER, Fritz/ULRAM, Peter A. (2007): Wechselwahlen. Analysen zur Nationalratswahl 2006. Wien: Facultas Verlag

LENGAUER, Günther/VORHOFER, Hannes (2010): Redaktionelle Politikvermittlung im Nationalratswahlkampf 2008. In: PLASSER, Fritz (2010): Politik in der Medienarena. Praxis

politischer Kommunikation in Österreich. Wien: Facultas WUV Verlag

LIESSMANN, Konrad P. (Hg.) (2003): Die Kanäle der Macht. Herrschaft und Freiheit im Medienzeitalter. Wien: Paul Zsolnay Verlag

LIESSMANN, Konrad P. (2006): Theorie der Unbildung. Die Irrtümer der Wissensgesellschaft. Wien: Paul Zsolnay Verlag

LIMBOURG, Peter (2006): „Abenteuer TV-Duell“ – eine journalistische Mondlandung. In: BALZER, Alex/GEILICH, Marvin/RAFAT, Shamim (Hg.) (2006): Politik als Marke. Politikvermittlung zwischen Kommunikation und Inszenierung. Erste Auflage 2004. Berlin: Lit Verlag

LOEHWING, Melanie/MOTTER, Jeff. (2009): Publics, Counterpublics, and the Promise of Democracy. In: Philosophy and Rhetoric, Vol. 42, No. 3. University Park, PA: The Pennsylvania State University

LUHMANN, Niklas (1994): Die Realität der Massenmedien. 4. Auflage. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften

LUHMANN, Niklas (1999): Öffentliche Meinung und Demokratie. In: MARECH, Rudolf/WERBER, Niels (1999): Kommunikation, Medien, Macht. Frankfurt am Main: Suhrkamp

MACHNIG, Matthias (Hg.) (2002): Politik – Medien – Wähler. Wahlkampf im Medienzeitalter. Opladen: Leske + Budrich

MACHNIG, Matthias (2002): Politische Kommunikation in der Mediengesellschaft. In: MACHNIG, Matthias (Hg.) (2002):

Politik – Medien – Wähler. Wahlkampf im Medienzeitalter.
Opladen: Leske + Budrich

MACHNIG, Matthias (2004): Politische Kommunikation unter Modernisierungsdruck. In: BÖTTGER, Jan (Hg.) (2004): Forum.Medien.Politik. Trends der politischen Kommunikation. Beiträge aus Theorie und Praxis. Münster: Lit

MAIER, Jürgen/FAAS, Thorsten (2003): Die Fernsehduelle bei der Bundestagswahl 2002. Einfluss der Massenmedien und der interpersonalen Kommunikation auf die Bewertung der Kanzlerkandidaten. Bamberg: Bamberger Beiträge zur Politikwissenschaft

MAIER, Jürgen/FAAS, Thorsten (2004): Debattenwahrnehmung und Kandidatenorientierung. Göttingen: Hogrefe Verlag (Zeitschrift für Medienpsychologie 16)

MAISCHBERGER, Sandra (2006): Diskussionen über politische Kommunikation, Inszenierung und Authentizität: Der Kongress „Politik als Marke“. In: BALZER, Alex/GEILICH, Marvin/RAFAT, Shamim (Hg.) (2006): Politik als Marke. Politikvermittlung zwischen Kommunikation und Inszenierung. Berlin: Lit Verlag

MARESCH, Rudolf/WERBER, Niels (1999): Kommunikation, Medien, Macht. Frankfurt am Main: Suhrkamp

MARSCHALL, Stefan (1999): Alte und neue Öffentlichkeiten. Strukturmerkmale politischer Öffentlichkeit im Internet. In: KAMPS, Klaus (Hg.) (1999): Elektronische Demokratie? Perspektiven politischer Partizipation. Opladen: Westdeutscher Verlag.

MASSING, Peter (2004): Mediendemokratie. Eine Einführung. Schwalbach: Wochenschau Verlag

McKINNON, Lori M./TEDESCO, John C./KAID, Lynda L. (1993): The Third Presidential Debate 1992: Channel and Commentary Effects. Journal article in: Argumentation and Advocacy. Volume 30, 1993. Zit. auf: <http://www.questia.com/googleScholar.qst?docId=5001676446> (14.07.2008); sowie als Manuskript für die AEJMC Conference digital vorliegend: McKINNON, Lori M./TEDESCO, John C./KAID, Lynda L. (1993): The Effects of Presidential Debates: Channel and Commentary Comparison

MEHRABIAN, A./ FERRIS, S.R. (1967): Inference of attitudes from nonverbal communication in two channels. Journal of Consulting Psychology, 31, 248-252. Online abrufbar (4.3.2008): <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/sites/entrez?db=pubmed&uid=6046577&cmd=showdetailview&indexed=google>

MEINHART, Edith/SCHMID Ulla (2000): Spin Doktoren. Manipulation in der Politik. Wien: Czernin Verlag

MEUSER, Michael/NAGEL, Ulrike (2002): ExpertInneninterviews – vielfach erprobt, wenig bedacht. Ein Beitrag zur qualitativen Mediendiskussion. In: BOGNER, Alexander/LITTIG, Beate/MENZ, Wolfgang (Hg.): Das Experteninterview. Theorie, Methode, Anwendung. Leske und Buderich: Opladen.

MEYER, Thomas (2001): Mediokratie. Die Kolonisierung der Politik durch die Medien. Frankfurt am Main: Suhrkamp

MIZRAHDI, Jennifer L. (2002): 17 Tipps für erfolgreiche Themenkampagnen. In: MACHNIG, Matthias (Hg.) (2002): Politik – Medien – Wähler. Wahlkampf im Medienzeitalter. Opladen: Leske + Budrich

MOSER, Karin S. (2003): Mentale Modelle und ihre Bedeutung. Kognitionspsychologische Grundlagen des (Miss-)Verstehens. In: GANZ-BLÄTTLER, U./MICHEL P. (2003): Sinnbildlich schief: Missgriffe bei Symbolgenese und Symbolgebrauch. Bern: Lang Verlag. Online abrufbar (24.6.2007): www.symbolforschung.ch/oldsite/seiten/karin_moser.pdf

MÜLLER, Albrecht (1999): Von der Parteiendemokratie zur Mediendemokratie. Beobachtungen zum Bundestagswahlkampf 1998 im Spiegel früherer Erfahrungen. Leverkusen: Leske und Budrich (Schriftenreihe Medienforschung der Landesanstalt für Rundfunk Nordrhein-Westfalen 30)

MÜLLER, Wolfgang C./PLASSER, Fritz/ULRAM, Peter A. (Hg.) (1995): Wählerverhalten und Parteienwettbewerb. Analysen zur Nationalratswahl 1994. Wien: Signum Verlag

MÜLLER-DOOHM, Stefan/NEUMANN-BRAUN, Klaus (Hg.) (1991): Öffentlichkeit, Kultur, Massenkommunikation. Beiträge zur Medien- und Kommunikationssoziologie. Oldenburg: Bibliotheks- und Informationssystem der Universität (BIS)

MÜNCH, Richard (1992): Dialektik der Kommunikationsgesellschaft. Zweite Auflage (erste Auflage 1991). Frankfurt am Main: Suhrkamp

NEIDHARDT, Friedhelm (1994): Öffentlichkeit, öffentliche Meinung, soziale Bewegungen. In: FRIEDRICHS, Jürgen/LEPSIUS,

M. Rainer/NEIDHARDT Friedhelm (Hg.): Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie. Sonderheft 34/1994. Opladen: Westdeutscher Verlag

NESSMANN, Karl (2005): Personen-PR. Personenbezogene Öffentlichkeitsarbeit. In: BENTELE, Günter/PIWINGER, Manfred/SCHÖNBORN, Gregor (Hg.) (2005): Kommunikationsmanagement. Loseblattwerk 2001 ff., Art. Nr. 3.34, München, 2005
Online abrufbar (24.06.2008): <http://wwwu.uni-klu.ac.at/knessman/download/personen-pr2005.pdf>

NONAKA, Ikujiro/TAKEUCHI, Hirotaka (1995): The Knowledge-Creating Company. How Japanese Companies Create the Dynamics of Innovation. Oxford: University Press

OBERMAIER, Claudia (2004): Mentale Modelle und kognitive Täuschungen. Universität Koblenz: Ausgearbeitete Seminarunterlagen der Vortragenden. Online abrufbar (05.06.2008): http://www.uni-koblenz.de/~beckert/Lehre/Seminar-LogikaufAbwegen/obermaier_ausarbeitung.pdf

OGRIS, Günther (1996): Kampagne-Effekte: Eine Analyse von Panel-Daten aus dem Wahlkampf 1995. In: PLASSER, Fritz/ULRAM, Peter A./ OGRIS, Günther (Hg.) (1996): Wahlkampf und Wählerentscheidung. Analysen zur Nationalratswahl 1995. Wien: Signum Verlag

PFESCH, Barbara (2006): Politik und Medien – neue Abhängigkeiten? In: BALZER, Alex/GEILICH, Marvin/RAFAT, Shamim (Hg.) (2006): Politik als Marke. Politikvermittlung zwischen Kommunikation und Inszenierung. Berlin: Lit Verlag

PFESCH, Barbara/ PERC, Dejan (2004): Die Medien als Akteure und Instrumente im politischen Prozess – Mediatisierung und Inszenierung von Politik. In: MASSING, Peter (2004): Mediendemokratie. Eine Einführung. Schwalbach: Wochenschau Verlag

PFETSCH, Barbara/WEHMEISTER, Stefan (2002): Kommunikationsleistungen gesellschaftlicher Akteure. In: JARREN, Otfried/WEßLER, Hartmut (Hg.) (2002): Journalismus, Medien, Öffentlichkeit. Eine Einführung. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag

PIWINGER, Manfred (2001): Kommunikation wird zunehmend als Werttreiber erkannt – Auswirkungen auf das Branchenbild. Online abrufbar (24.06.2008): <http://www.piwinger.de/aktuell/werttreiber.html>

PLASSER, Fritz (2003): Die Globalisierung der Wahlkämpfe. Praktiken der Campaign Professionals im weltweiten Vergleich. Wien: Facultas WUV Verlag

PLASSER, Fritz (2010): Politik in der Medienarena. Praxis politischer Kommunikation in Österreich. Wien: Facultas WUV Verlag

PLASSER, Fritz/LENGAUER, Günther (2010): Die österreichische Medienarena. In: PLASSER, Fritz (2010): Politik in der Medienarena. Praxis politischer Kommunikation in Österreich. Wien: Facultas WUV Verlag

PLASSER, Fritz/LENGAUER, Günther (2010a): Wahlkampf im TV-Studie. In: PLASSER, Fritz (2010): Politik in der

Medienarena. Praxis politischer Kommunikation in Österreich. Wien: Facultas WUV Verlag

PLASSER, Fritz/SCHEUCHER, Christian/SOMMER, Franz (1995): Massenmedien und Wahlkampf in Österreich: Personalisierung, Dethematisierung und Videopolitik. In: MÜLLER, Wolfgang C./PLASSER, Fritz/ULRAM, Peter A. (Hg.) (1995): Wählerverhalten und Parteienwettbewerb. Analysen zur Nationalratswahl 1994. Wien: Signum Verlag

PLASSER, Fritz/SOMMER, Franz/SCHEUCHER, Christian (1996): Medienlogik: Themenmanagement und Politikvermittlung im Wahlkampf. In: PLASSER, Fritz/ULRAM, Peter A./ OGRIS, Günther (Hg.) (1996): Wahlkampf und Wählerentscheidung. Analysen zur Nationalratswahl 1995. Wien: Signum Verlag

PLASSER, Fritz/ULRAM, Peter A. (1998): Von der Parteien- zur Medienverdrossenheit? - Trends in Österreich, Deutschland und den USA. In: BUSEK, Erhard/HÜFFEL, Clemens (Hg.) (1998): Politik am Gängelband der Medien. Wien: Verlag Jugend und Volk

PLASSER, Fritz/ULRAM, Peter A. (2003): Wahlverhalten in Bewegung. Analysen zur Nationalratswahl 2002. Wien: Facultas WUV Verlag

PLASSER, Fritz/ULRAM, Peter A. (2006): Die Wahlanalyse 2006. Wer hat wen warum gewählt. Wien: Pressemappe

PLASSER, Fritz/ULRAM, Peter A. (2007a): Wählerbewegungen und Parteienkampagnen im Nationalratswahlkampf 2006. In: PLASSER, Fritz/ULRAM, Peter A. (2007): Wechselwahlen. Analysen zur Nationalratswahl 2006. Wien: Facultas Verlag

PLASSER, Fritz/ULRAM, Peter A. (2007): Wechselwahlen. Analysen zur Nationalratswahl 2006. Wien: Facultas Verlag

PLASSER, Fritz/ULRAM, Peter A./ OGRIS, Günther (Hg.) (1996): Wahlkampf und Wählerentscheidung. Analysen zur Nationalratswahl 1995. Wien: Signum Verlag

PLASSER, Fritz/ULRAM, Peter A./SEEGER Gilg (2007): Was Wähler(innen) bewegt: Parteien-, Themen- und Kandidatenorientierungen 2006. In: PLASSER, Fritz/ULRAM, Peter A. (2007): Wechselwahlen. Analysen zur Nationalratswahl 2006. Wien: Facultas Verlag

PLASSER, Fritz/ULRAM, Peter A./SOMMER, Franz (2003): Kampagnendynamik, Mediahypes und der Einfluss der TV-Konfrontationen 2002. In: PLASSER, Fritz/ULRAM, Peter A. (2003): Wahlverhalten in Bewegung. Analysen zur Nationalratswahl 2002. Wien: Facultas WUV Verlag

PLASSER, Fritz/ULRAM, Peter A./SOMMER, Christian (Hg.) (2000a): Das österreichische Wahlverhalten. Wien: Signum Verlag

PLASSER, Fritz/ULRAM, Peter A./SOMMER, Christian (Hg.) (2000): Do Campaigns Matter? Massenmedien und Wahlentscheidung im Nationalratswahlkampf 1999. In: PLASSER, Fritz/ULRAM, Peter A./SOMMER, Christian (2000a): Das österreichische Wahlverhalten. Wien: Signum Verlag

PLESS, Alfred (2003): Erregung öffentlicher Aufmerksamkeit durch Geschwindigkeit und Themenvielfalt. Beobachtungen zur medialisierten politischen Kommunikation. Wien: Diplomarbeit

PLISSNER, Martin (2000): The Control Room: How Television calls the shots in Presidential Elections. New York: Touchstone

PORTISCH, Hugo (1996): Österreich 2. Jahre des Aufbruchs, Jahre des Umbruchs. Wien: Kremayr & Scheriau

POSSELT, Michael/RIEGLHOFER, Manfred (2000): Impression-Management. Kandidatendiskussionen im TV 1994, 1995 und 1999. In: PLASSER, Fritz/ULRAM, Peter A./SOMMER, Christian (Hg.) (2000a): Das österreichische Wahlverhalten. Wien: Signum Verlag

POSSELT, Michael/RIEGLHOFER, Manfred (1995): Wahlkampfarena – Runder Tisch. Eine Analyse der Repräsentationsstile der Spitzenkandidaten zur Nationalratswahl 1994 in den TV-Konfrontationen am Runden Tisch. Universität Innsbruck: unveröffentlichte Seminararbeit. Zitiert nach: MÜLLER, Wolfgang C./PLASSER, Fritz/ULRAM, Peter A. (Hg.) (1995): Wählerverhalten und Parteienwettbewerb. Analysen zur Nationalratswahl 1994. Wien: Signum Verlag

PROBST, Gilbert/RAUB, Steffen/ROMHARDT, Kai (2006): Wissen managen: Wie Unternehmen ihre wertvollste Ressource optimal nutzen. Wiesbaden: Gabler Verlag

RADUNSKI, Peter (1996): Politisches Kommunikationsmanagement. In: RIEGLHOFER, Manfred/POSSELT, Michael (1996): Wahlkampfarena Fernsehen. Videostil und Tele-Image österreichischer Spitzenpolitiker. Wien: Braumüller Verlag

RADUNSKI, Peter (2002): Die Zukunft des Political Consultings – Politische Berater in Deutschland. In: MACHNIG, Matthias (Hg.) (2002): Politik – Medien – Wähler. Wahlkampf im Medienzeitalter. Opladen: Leske + Budrich

RANNEY, Austin (Hg.) (1979): The Past and Future of Presidential Debates. Washington D.C.: American Enterprise Institute for Public Policy Research

RAU, Johannes (2006): Medien zwischen Anspruch und Realität. In: BALZER, Alex/GEILICH, Marvin/RAFAT, Shamim (Hg.) (2006): Politik als Marke. Politikvermittlung zwischen Kommunikation und Inszenierung. Erste Auflage 2004. Berlin: Lit Verlag

RENNER, Franz (2007): Die Qual der Fernsehwahl. Wahlentscheidende Entscheidungshilfe oder Medienhype: Die TV-Debatten im Nationalratswahlkampf 2006. In: HOFER, Thomas/TÓTH, Barbara (Hg.) (2007): Wahl 2006 – Kanzler, Kampagnen, Kapriolen. Analysen zur Nationalratswahl. Wien: Lit Verlag

RHOMBERG, Markus (2009): Politische Kommunikation. Paderborn: UTB / W. Fink

RIEGLHOFER, Manfred/POSSELT, Michael (1996): Wahlkampfarena Fernsehen. Videostil und Tele-Image österreichischer Spitzenpolitiker. Wien: Braumüller Verlag

RIEKSMEIER, Jörg (Hg.) (2007): Praxisbuch: Politische Interessenvermittlung. Instrumente – Kampagnen – Lobbying. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften

RODE, Maria (2001): Politische Inszenierung und Wahlpropaganda. Universität München: Diplomarbeit

ROHOWSKI, Tina (2009): Das Private in der Politik. Politiker-Homestories in der deutschen Unterhaltungspresse. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften

ROHRER, Anneliese (2007): Die Welt des George W. Schüssel. In: HOFER, Thomas/TÓTH, Barbara (Hg.) (2007): Wahl 2006 – Kanzler, Kampagnen, Kapriolen. Analysen zur Nationalratswahl. Wien: Lit Verlag

RÖMMELE, Andrea (2002): Parteien und Wahlkämpfe – gestern, heute, morgen. In: MACHNIG, Matthias (Hg.) (2002): Politik – Medien – Wähler. Wahlkampf im Medienzeitalter. Opladen: Leske + Budrich

RÖMMELE, Andrea (2005): Direkte Kommunikation zwischen Parteien und Wählern. Professionalisierte Wahlkampftechnologien in den USA und in der BRD. 2. Auflage. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften

RÖTTGER, Ulrike (Hg.) (2001): Issue Management. Issues Management – Theoretische Konzepte und praktische Umsetzung. Eine Bestandsaufnahme. Westdeutscher Verlag: Wiesbaden (teilweise online abrufbar (21.09.2008): <http://www.issues-management.info/Bestandsaufnahme-zum-Issues-Management.463.0.html>)

RÖTZER, Florian (1999): Aufmerksamkeit als Medium der Öffentlichkeit. In: MARESCH, Rudolf/WERBER, Niels (1999): Kommunikation, Medien, Macht. Frankfurt am Main: Suhrkamp

SANDGRUBER, Roman (2003): Das 20. Jahrhundert. Geschichte Österreichs. Wien: Pichler Verlag

SARCINELLI, Ulrich (2006): Zur Entzauberung von Medialisierungseffekten: Befunde zur Interdependenz von Politik und Medien im intermediären System. In: IMHOF, Kurt/BLUM, Roger/BONFADELLI, Heinz/JARREN, Otfried (Hg.) (2006): Demokratie in der Mediengesellschaft. Mediensymposium Luzern Band 9. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften

SARCINELLI, Ulrich (Hg.)(1998): Politikvermittlung und Demokratie in der Mediengesellschaft. Beiträge zur politischen Kommunikationskultur. Opladen: Westdeutscher Verlag

SARCINELLI, Ulrich/GEISLER, Alexander (2002): Die Demokratie auf dem Opferaltar kampagnenpolitischer Aufrüstung. In: MACHNIG, Matthias (Hg.) (2002): Politik – Medien – Wähler. Wahlkampf im Medienzeitalter. Opladen: Leske + Budrich

SARCINELLI, Ulrich/WISSEL, Manfred (1998): Mediale Politikvermittlung, politische Beteiligung, und politische Bildung. Medienkompetenz als Basisqualifikation in der demokratischen Bürgergesellschaft. In: SARCINELLI, Ulrich (Hg.)(1998): Politikvermittlung und Demokratie in der Mediengesellschaft. Beiträge zur politischen Kommunikationskultur. Opladen: Westdeutscher Verlag

SAXER, Ulrich (1998): Mediengesellschaft: Verständnisse und Missverständnisse. In: SARCINELLI, Ulrich (Hg.) (1998): Politikvermittlung und Demokratie in der

Mediengesellschaft. Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung

SAXER, Ulrich (2007): Politik als Unterhaltung. Zum Wandel politischer Öffentlichkeit in der Mediengesellschaft. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft

SCHMIDT, Manfred G. (2000): Demokratietheorien. Opladen. Zit nach: MEYER, Thomas (2001): Mediokratie. Die Kolonisierung der Politik durch die Medien. Frankfurt am Main: Suhrkamp

SCHMIDTS, Simone (2009): Mediale Vermittlung von Wahlchancen und des Meinungsklimas vor der Bundestagswahl 2005. Kandidatendarstellung in der Wahlkampfberichterstattung der Presse. In: Journal of Media Research 4. Cluj-Napoca: Accent

SCHMITT-BECK, Rüdiger (2002): Das Nadelöhr am Ende: Aufmerksamkeit der Wähler für die Wahlkampfkommunikation als Voraussetzung wirksamer Kampagnen. In: MACHNIG, Matthias (Hg.) (2002): Politik – Medien – Wähler. Wahlkampf im Medienzeitalter. Opladen: Leske + Budrich

SCHNEIDER, Norbert (1999): Einführung. In: MÜLLER, Albrecht (1999): Von der Parteiendemokratie zur Mediendemokratie. Beobachtungen zum Bundestagswahlkampf 1998 im Spiegel früherer Erfahrungen. Leverkusen: Leske und Budrich (Schriftenreihe Medienforschung der Landesanstalt für Rundfunk Nordrhein-Westfalen 30)

SCHULZ, Winfried (2003): Politische Kommunikation. In: BENTELE, Günther/BROSIUS Hans-Bernd/JARREN, Otfried (Hg.)

(2003): Öffentliche Kommunikation. Opladen: Westdeutscher Verlag

SCHULZ, Winfried (2006): Medialisierung von Wahlkämpfen und die Folgen für das Wahlverhalten. In: IMHOF, Kurt/BLUM, Roger/BONFADELLI, Heinz/JARREN, Otfried (Hg.) (2006): Demokratie in der Mediengesellschaft. Mediensymposium Luzern Band 9. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften

SCHWEIGER, Wolfgang (2007): Theorien der Mediennutzung. Eine Einführung. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften

SCHULZE, Gerhard (1992): Die Erlebnisgesellschaft. Kultursoziologie der Gegenwart. Frankfurt am Main: Campus. Online abrufbar (22.07.2009): www.gerhardschulze.de

SHACHAR, Ron (2009): The Political Participation Puzzle and Marketing. In: Journal of Marketing Research, Vol. XLVI. Chicago: American Marketing Association

SIEGERT, Gabriele (2001): Der Januskopf der Aufmerksamkeit. Überlegungen zur medienökonomischen Verortung von Aufmerksamkeit zwischen knappem Gut und universeller Währung. In: BECK, Klaus/SCHWEIGER, Wolfgang (Hg.) (2001): Attention please! Online-Kommunikation und Aufmerksamkeit. München: Verlag Reinhard Fischer

STAUSS, Frank (2002): Wählt Markenpolitik! Werbung und ihre Rolle in der politischen Kampagne. In: MACHNIG, Matthias (Hg.) (2002): Politik – Medien – Wähler. Wahlkampf im Medienzeitalter. Opladen: Leske + Budrich

THEIS-BERGLMAIR, Anna M. (2001): Aufmerksamkeit und Wahrnehmen. Mediale Strategien zur Sicherstellung zentraler Voraussetzungen von Kommunikation. In: BECK, Klaus/SCHWEIGER, Wolfgang (Hg.) (2001): Attention please! Online-Kommunikation und Aufmerksamkeit. München: Verlag Reinhard Fischer

TÓTH, Barbara (2007): Karibik, Konsum, Kanonen. In: HOFER, Thomas/TÓTH, Barbara (Hg.) (2007): Wahl 2006 – Kanzler, Kampagnen, Kapriolen. Analysen zur Nationalratswahl. Wien: Lit Verlag

TRAPPEL, Josef/MANIGLIO Tanja (2009): On media monitoring – the Media for Democracy Monitor (MDM). In: Communications 34 – The European Journal of Communication Research. Berlin: De Gruyter Mouton

VAN AELST, Peter/DE SWERT, Knut (2009): Politics in the news: Do campaigns matter? A comparison of political news during election periods and routine periods in Flanders (Belgium). In: Communications 34 – The European Journal of Communication Research. Berlin: De Gruyter Mouton

WAGNER, Wolfgang (2008): Der TV-Wahlkampf. In: HOFER, Thomas/TÓTH, Barbara (Hg.) (2008): Wahl 2008. Strategien – Sieger – Sensationen. Wien: Molden

WEST, Darrell M. (2001): The Rise and Fall of the Media Establishment. Boston: Bedford/ST. Martin's Press

WIMMER, Jeffrey (2007): (Gegen-)Öffentlichkeit in der Mediengesellschaft. Analyse eines medialen

Spannungsverhältnisses. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften

WIRTH, Werner (2001): Aufmerksamkeit: ein Konzept- und Theorieüberblick aus psychologischer Perspektive mit Implikationen für die Kommunikationswissenschaft. In: BECK, Klaus/SCHWEIGER, Wolfgang (Hg.) (2001): Attention please! Online-Kommunikation und Aufmerksamkeit. München: Verlag Reinhard Fischer

WITTKÄMPER, Gerhard W. (1992): Medien und Politik – Einführung in die wissenschaftliche und praktische Diskussion. In: WITTKÄMPER, Gerhard W. (Hg) (1992): Medien und Politik. Darmstadt: Wissenschaftliche Buchgesellschaft

WITTKÄMPER, Gerhard W. (Hg.) (1992): Medien und Politik. Darmstadt: Wissenschaftliche Buchgesellschaft

WOCHENLÄNDER, Jutta (2002): Die Rolle der Medien bei den Nationalratswahlen der zweiten Republik. Ein historischer Längsschnitt vor dem Hintergrund des gesellschaftlichen Wandels. Universität Wien: Dissertation.

WOLF, Armin (1999): „Der Sieg ist das Bild“. Die Inszenierung der Politik in der Mediengesellschaft. Universität Wien: Diplomarbeit

WOLF, Fritz (2006): Formatentwicklung im politischen Fernsehjournalismus. In: Fachjournalist. Nr. 2 – 2006. Berlin: Deutscher Fachjournalisten-Verband

ZAHNT, Erika (2009): Individualisierung der Wählerschaft. Eine Folge des medienkulturellen Strukturwandels? Saarbrücken: VDM Verlag Dr. Müller

ZELLER, Elisabeth (2006): Die Parteimitglieder der Österreichischen Volkspartei. Universität Wien: Diplomarbeit

ZYPRIES, Brigitte (2006): Markenbildung in der Politik. In: BALZER, Alex/GEILICH, Marvin/RAFAT, Shamim (Hg.) (2006): Politik als Marke. Politikvermittlung zwischen Kommunikation und Inszenierung. Berlin: Lit Verlag

11.6.2 Zeitungen, Zeitschriften, Magazine

BROADCASTING (03.10.1960): ‚Great Debate‘ Rightly Named: Nixon, Kennedy set a precedent that will be hard to abandon. USA: Broadcasting Magazine

DER STANDARD (22.10.1992): Die Stunde der Strategen: Wahlkampf als Kriegsspiel. FREY, Eric: Wien

DER STANDARD (10.11.1998): The American Way of Wahlkampf. Retro- und introspektive Anmerkungen zur Medienschlacht um den US-Kongreß. PLASSER, Fritz/ SCHEUCHER, Christian. Wien: Der Standard

DER STANDARD (03.11.1995): Aus der Praxis der Spin-Doktoren. ISENEGGER, P.: Wien

DER STANDARD (20.04.2004): Die erste Reihe. vÖL: Wien

DER STANDARD (02.03.2006): Gefühle und Politik. EINEM, Caspar.

DER STANDARD (07.09.2006): Rot will keine blaue Hilfe. BACHNER, Michael: Wien

DER STANDARD (08.09.2006): Gusenbauer – Strache 2:2. LACKNER, Tatjana: Wien

DER STANDARD (14.09.2006): Bisher schlechteste Quote. Autor ungenannt: Wien

DER STANDARD (14.09.2006): Westenthaler – Bartenstein 0:0. LACKNER, Tatjana: Wien

DER STANDARD (16.09.2006): Wer Haider's bessere Kopie ist. STUIBER, Petra: Wien

DER STANDARD (18.09.2006): Westenthaler – Strache 0:0. LACKNER, Tatjana: Wien

DER STANDARD (21.09.2006): Das große Zittern hat begonnen. KOBENTER, Samo: Wien

DER STANDARD (24./25.03.2007): Ohne Berater läuft nichts mehr Kritische Gedanken von Anlegerschützer Wilhelm Rasinger. RASINGER, Wilhelm: Wien

DER STANDARD (27.05.2008): Missethon hackelt sich durch die Bundesländer. APA.
http://derstandard.at/?url=/?id=3290015%26sap=2%26_pid=9159606 (02.06.2008)

DER STANDARD (24.07.2008): McCain allein in Amerika. HERRMANN, Frank: Wien

DER STANDARD (19.08.2008a): Das Duell um die Glaubwürdigkeit. HEIGL, Andrea: Wien

DER STANDARD (19.08.2008b): Mit Schweiß und Schminke. JOHN, Gerald: Wien

DER STANDARD (24.09.2008a): Am Gerstenboden siegt Molterer. MAYR, Peter: Wien

DER STANDARD (24.09.2008b): Mehr zu verlieren als zu gewinnen. BAUMANN, Birgit/ SEIDL, Gerald John: Wien

DIE PRESSE (09.06.1999): Wer für den richtigen Dreh sorgt. SCHEUCHER, Christian: Wien

DIE PRESSE (07.08.1999): Sommer 1996. Bill Clinton macht Urlaub. Ein letztes Mal... RBR: Wien

DIE PRESSE (07.09.2006): „Lehne Minderheitsregierung ab“. Autor ungenannt: Wien

DIE PRESSE (14.09.2006): Kuschel-Duell der Koalitionspartner. FRITZL, Martin: Wien

DIE PRESSE (31.12.2008): G wie Alfred Gusenbauer: Wie die SPÖ ihren Chef (und er sich selbst) demontierte. MON: Wien

DIE ZEIT (05.09.1969): Duell der Dioskuren. Autor ungenannt. Hamburg

FORMAT (13.10.2006): Glosse. Autor ungenannt: Wien

FRANKFURTER ALLGEMEINE ZEITUNG (08.08.2005): Welche Wirkung haben TV-Duelle. KAUBE, Jürgen: Frankfurt

KLEINE ZEITUNG (01.04.2006): Hans Winkler. WINKLER, Hans: Graz

KLEINE ZEITUNG (22.08.2008): „Ich mache keine Politshow“. SPIES, Hans Jörg: Graz

KRONEN ZEITUNG (23.09.2006): Duell Gusenbauer gegen Schüssel – Sami Molcho zur Körpersprache. Autor ungenannt: Wien

KRONEN ZEITUNG (25.09.2006): Nur Sieger... KINDERMANN, Dieter: Wien

KRONEN ZEITUNG (06.03.2010): Unabhängig. Cato: Wien

KURIER (16.11.1995): Schüssel/Haider: „Jetzt ist das Taferl umg’fallen“. KOTANKO, Christoph/SCHMID Ulla: Wien

KURIER (07.08.2006): Querköpfe: Andreas Schwarz. Autor ungenannt: Wien

KURIER (07.09.2006): Kampf um den kleinen Mann. BUKOVEC, Nicholas: Wien

KURIER (13.09.2006): „Doppelinterview“ statt Konfrontation. BÖHMER, Christian: Wien

KURIER, (16.09.2006): Blau-orange Streitsucht statt Inhalt. LEITNER, Karin/ZORNIG, Gabi: Wien

KURIER (16.09.2006): „Wettstreit um law-and-order“. Autor ungenannt: Wien

PROFIL (10.11.1986): Die Nummern-Revue. WOLF, Franz Ferdinand: Wien

PROFIL (01.12.1986): Drunter und drüber. CZERNIN, Hubertus/VOTZI, Josef/WOLF, Franz Ferdinand: Wien

PROFIL (09.12.1986): Der Mann, der's schlechter macht. LINGENS, Peter Michael. Wien

PROFIL (15.12.1986): Ihr potschert's Leben. CZERNIN, Hubertus. Wien

PROFIL (09.10.1990): „Alle müssen Vernunft bewahren“. LACKNER, Herbert. Wien

PROFIL (03.10.1994): Die Marathon-Frau. WEBER, Andreas. Wien

PROFIL (11.10.1994): Posse in elf Akten. LACKNER, Herbert. Wien

PROFIL (20.11.1995): Haider vs. Schüssel. Autor ungenannt. Wien

PROFIL (27.11.1995): Video Games. CZERNIN, Hubertus. Wien

PROFIL (06.09.1999): TV-Duelle. Autor ungenannt. Wien

PROFIL (06.09.1999a): Im Schatten der Killer. HUBER, Markus/SCHMID, Ulla. Wien

PROFIL (06.09.1999b): „Nicht in die Luft schauen“. GÄCHTER, Sven. Wien

PROFIL (20.09.1999): TV-Duelle. Autor ungenannt. Wien

PROFIL (27.09.1999): Demoskopie bis zuletzt. Autor ungenannt. Wien

PROFIL (27.09.1999): TV-Duelle. Autor ungenannt. Wien

PROFIL (04.10.1999): Entzauberter Erneuerer. SCHMID, Ulla. Wien

PROFIL (18.11.2002): Die Wahlen in Zahlen. BARTH, Josef. Wien

PROFIL (18.11.2002): Politik im Quotenrausch. Autor ungenannt. Wien

PROFIL (18.11.2002): „Porzellanhäferln im Schrank“. JANNY, Stefan/ SCHMID, Ulla. Wien

PROFIL (02.06.2006): Bruderzwist. LETTNER, Martina. Wien

PROFIL (17.07.2006): Das große Hauen. BARTH, Josef/CIK, Thomas/ENIGL, Marianne/LACKNER, Herbert. Wien

PROFIL (07.08.2006): Paradiesvögel und Wacholderdrosseln. BARTH, Josef. Wien

PROFIL (11.09.2006) Strache vs. Gusenbauer: 595.000 Zuseher. FINK, Kaspar: Wien

PROFIL (18.09.2006): Westenthaler vs. Bartenstein: 412.000
Zuseher. LACKNER, Herbert: Wien

PROFIL (18.09.2006): Strache vs. Westenthaler. FINK, Kaspar:
Wien

PROFIL (25.09.2006): Teletext. GÄCHTER, Sven. Wien

PROFIL (25.09.2006a): profil-Umfrage/OGM. Wien

PROFIL (02.10.2006): Ein Fest in Rot. LACKNER,
Herbert/LINSINGER Eva.

PROFIL (02.10.2006): Black Spender. BARTH, Josef.

PROFIL (06.11.2006): Die Stunde des Präsidenten. BAUER,
Gernot/LAHODYNSKY, Otmar/LINSINGER, Eva/SCHWAIGER, Rosemarie

PROFIL (02.01.2007): Lostage. LETTNER, Martina. Wien

PROFIL (08.01.2007): Chance für Kleinparteien? HAJEK, Peter.
Wien

PROFIL (16.04.2007): Unerwünscht. BAUER, Gernot. Wien

PROFIL (30.07.2007): Schwarze Zahlen. LETTNER, Martina. Wien

PROFIL (05.11.2007): Umfrage: Wer blockiert die
Regierungsarbeit: SPÖ oder ÖVP? Autor ungenannt. Wien

PROFIL (17.03.2008): Geheimprojekt 1. Juni. LACKNER, Herbert.
Wien

PROFIL (21.04.2008): Märchenonkel und Hochzeitsfee. LETTNER, Martina. Wien

PROFIL (07.07.2008): Im Vorhof der „Krone“. ENIGL, Marianne/ZÖCHLING, Christa: Wien

PROFIL (07.07.2008a): Wie groß ist der Einfluss der „Kronen Zeitung“. OGM-Umfrage für profil. Wien

PROFIL (14.07.2008): politik-profil. OGM-Umfragen für profil. Wien

PROFIL (01.08.2008): Van der Bellen vs. Faymann. LETTNER, Martina. Wien

PROFIL (01.08.2008a): Haider vs. Molterer. SCHWAIGER, Rosemarie. Wien

PROFIL (08.08.2008): Strache vs. Molterer. LETTNER, Martina. Wien

PROFIL (08.08.2008a): Haider vs. Van der Bellen. BAUER, Gernot. Wien

PROFIL (18.08.2008): Stay tuned. LETTNER, Martina. Wien

PROFIL (08.09.2008): Wer soll das bezahlen? LAHODYNSKY, Otmar. Wien

PROFIL (15.09.2008a): Haider vs. Faymann. SCHWAIGER, Rosemarie. Wien

PROFIL (15.09.2008b): Gesichtswäsche. LETTNER, Martina. Wien

PROFIL (22.09.2008a): Verpennt, verbockt, vertan. BACHMANN, Barbara/LETTNER, Martina. Wien

PROFIL (22.09.2008b): Strache vs. Faymann. LETTNER, Martina. Wien

PROFIL (02.10.2008): Uni-Extra – Broukal Interview. LETTNER, Martina. Wien

PROFIL (15.06.2009): Wahlsieger „Krone“. LACKNER, Herbert. Wien

PROFIL (17.08.2009): Einstein und die Brombeere. LETTNER, Martina. Wien

PROFIL (21.09.2009): Krisenkinder. LETTNER, Martina. Wien

PROFIL (01.02.2010): Der Polit-Prohaska. BAUER, Gernot. Wien

PROFIL (26.04.2010): Und wer hat jetzt die Macht? LACKNER, Herbert. Wien

PROFIL (10.05.2010): Die Geschichten der Politiker. Autor ungenannt: Wien

SALZBURGER NACHRICHTEN (10.04.2006): Kein „Dirty Campaigning“. Autor ungenannt: Salzburg.

SALZBURGER NACHRICHTEN (29.08.2006): Schmutzkübel-Wahlkampf. PURGER, Alexander. Salzburg. Online abrufbar: http://www.salzburg.com/sn/archiv_artikel.php?xm=2332919&res=0 (14.07.2008)

TREND (01.11.2006): Tanz der Dominanz. Autor ungenannt:
Wien

UNIQUE (06/08): Medienkonzentration und Demokratie. VOSHMIGIR,
Shermin. Wien

WIENER ZEITUNG (27.04.2010): Nichtwähler bei
Bundespräsidentenwahl als größte Gruppe: Abhilfe durch
Änderung bei Wahlmodus? SCHMIDT, Katharina: Wien

ZEITSCHRIFT FÜR MEDIENPSYCHOLOGIE (16/2004): Debattenwahrnehmung
und Kandidatenorientierung. MAIER, Jürgen/FAAS, Thorsten.
Göttingen: Hogrefe Verlag

11.6.3 Agenturmeldungen

*Mit freundlicher Genehmigung durch Barbara Rauchwarter,
APA, vom 14. Jänner 2010.*

APA (16.11.1995): APA0102. Zitiert: Aus der TV-
Konfrontation Schüssel-Haider Utl.: VP-Chef Schüssel:
"Einfach ungeheuerlich, einfach Jörg" - F-Chef Haider: "Und
da stellen Sie sich einfach her und spielen
den Sparefroh". Wien

APA (30.08.2006): APA027. NR-Wahl: TV-Duelle zwischen
Kreiskys Broschüre und Haider-Taferl BILD Utl.: Thurnher
will „nicht nur Ringrichter spielen“ - Über vier Millionen
Österreicher sahen 2002 zu. Wien

APA (20.09.2006): APA036. NR-Wahl: Verrat, Lüge, Skandal. Utl.: Das ist Wahlkampfretorik. Wien

APA (21.09.2006): APA863. Debatten-Bilanz - Bachmayer: „Hohes Niveau ohne klaren Sieger“. Utl.: OGM-Chef: Beide gut vorbereitet, kein Fehler passiert - Filzmaier: Keine schweren Fehler, keine großen Inszenierungen. Wien

APA (22.09.2006): APA001. Kanzler-Duell - Gallup-Umfrage: Kaum Einfluss auf Wahlverhalten 1. Utl.: Schüssel für 47 Prozent „besser abgeschnitten“ - Für 28 Prozent verbesserter Eindruck von Gusenbauer. Wien

APA (22.09.2006): APA002. Kanzler-Duell: Gallup-Umfrage 2 - Schüssel kompetenter und erfahrener. Utl.: Gusenbauer wird als volksnäher gesehen - Nur 55 Prozent sahen Duell bis zum Ende. Wien

APA (22.09.2006): APA153. NR-Wahl - 1,15 Millionen Zuschauer sahen Kanzler-Duell im ORF. Utl.: Schwarz-rote TV-Konfrontation brachte bisher beste Quote. Wien

APA (22.09.2006): APA265. Kanzler-Duell: Professionelle Performance und angemessenes Styling Utl.: Schüssel bekannte nicht Farbe, Gusenbauer zu tief in Farbtopf gegriffen. Wien

APA (29.09.2006): APA0421. NR-Wahl: Kanzler-Anzeigen-Orgie in Medien sorgt für Diskussionen Utl.: Kotanko: Titelseiten-Inserat gefährdet Unabhängigkeit nicht - Dasch: "Verkaufen nicht die Seele" - Parteien geben über zehn Millionen Euro für Werbung in klassischen Medien aus. Wien

11.6.4 Online

4MANAGERS (18.09.2008) - <http://www.4managers.de>

ABSATZWIRTSCHAFT-ONLINE (23.06.2008) -
<http://www.absatzwirtschaft.de>

ACADEMIC JOURNALS (21.06.2010) -
<http://www.academicjournals.org>

AMAZON (04.06.2008) - <http://www.amazon.de>

AUSTRIAN PRESS AGENCY (07.06.2008) - <http://www.aom.apa.at>

BLOGPORTAL DER SALZBURGER NACHRICHTEN (14.01.2010) -
<http://mein.salzburg.com/blog>

BUNDESJUGENDVERTRETUNG (18.09.2009) -
<http://jugendvertretung.at>

BUNDESMINISTERIUM FÜR INNERES (03.05.2010) -
<http://www.bmi.gv.at>

COMMISSION ON PRESIDENTIAL DEBATES (24.09.2007) -
<http://www.debates.org>

DER STANDARD (03.10.2010) - <http://derstandard.at>

DEUTSCHE NATIONALBIBLIOTHEK (14.01.2010) - <http://www.d-nb.de>

DIE GRÜNEN (31.03.2008) - <http://www.gruene.at>

ELECTRONIC JOURNAL OF KNOWLEDGE (17.09.2009) -
<http://www.ejkm.com>

EUROPÄISCHE KOMMISSION (02.09.2009) - <http://ec.europa.eu>

FH BRANDENBURG (28.06.2008) - <http://www.fh-brandenburg.de>

FRANKFURTER ALLGEMEINE ZEITUNG (22.09.2007) - <http://www.faz.net>

GERHARD SCHULZE (21.05.2008). <http://www.gerhardschulze.de>

GRASSROOTS CAMPAIGNS (28.06.2008) -
<http://www.grassrootscampaigns.com>

ISSUE MANAGEMENT (28.06.2008) - <http://www.issuemanagement.de>

ISSUES MANAGEMENT (21.09.2008) - <http://www.issues-management.info>

JOURNAL OF COMMUNICATION STUDIES (21.06.2010) -
<http://www.marquettejournals.org/communicationstudies.html>

KURATORIUM FÜR JOURNALISTENAUSBILDUNG (29.08.2009) -
<http://www.kfj.at>

LEAGUE OF WOMEN VOTERS (24.09.2007) - <http://www.lwv.org>

MEDIA-ANALYSE 2008 (25.08.2009) - <http://www.media-analyse.at>

MEINUNGSFORSCHUNGSINSTITUT OGM (03.03.2008) - <http://www.ogm.at>

NACHRICHTENMAGAZIN PROFIL (10.06.2008) - <http://www.profil.at>

NATIONAL CENTER FOR BIOTECHNOLOGY INFORMATION (31.01.2008) -
<http://www.ncbi.nlm.nih.gov>

NEWS, news.at (17.10.2010): <http://www.news.at>

ORIGINALTEXTSERVICE (04.01.2008): OTS0018: ÖVP-Pressedienst:
Koalitionsclima - Gusenbauer attackiert ÖVP -
<http://www.ots.at>

ÖSTERREICHISCHE AUFLAGENKONTROLLE (22.04.2007) -
<http://www.oeak.at>

ÖSTERREICHISCHE VOLKSPARTEI (04.06.2008) - <http://www.oevp.at>

ÖSTERREICHISCHER RUNDfunk, ORF on (17.11.2010) -
<http://www.orf.at>

PERSPEKTIVE:BLAU (16.11.2010) - <http://www.perspektive-blau.de>

PIWINGER, Manfred (24.06.2008) - <http://www.piwinger.de>

PRESSEANZEIGER (18.09.2009)- <http://www.presseanzeiger.de>

PROJEKT MAGAZIN (22.06.2007)- <http://www.projektmagazin.de>

SALZBURGER NACHRICHTEN (14.07.2008) -
<http://www.salzburg.com/sn>

SCIENCE DIRECT (21.09.2008) - <http://www.sciencedirect.com>

SOZIALDEMOKRATISCHE PARTEI ÖSTERREICHS (04.06.2008) -
<http://www.spoe.at>

SUEDDEUTSCHE.DE (19.09.2009) - <http://www.sueddeutsche.de>

THE GREAT DEBATE & BEYOND: THE HISTORY OF TELEVISED PRESIDENTIAL DEBATES (10.07.2008) - <http://www.museum.tv/debateweb/html>

TRANSENTIS CONSULTING (04.06.2008) - <http://www.transentis.com>

UNIVERSITÄT DER FREIEN KÜNSTE BERLIN (23.11.2007) - <http://www.gwk-udk-berlin.de>

UNIVERSITÄT KLAGENFURT (24.06.2008) - <http://wwwu.uni-klu.ac.at>

UNIVERSITÄT KOBLENZ (05.06.2008) - <http://www.uni-koblenz.de>

USA WAHL 2004 (14.07.2008) - <http://www.usa-election.de>

YouTube (03.09.2009) - <http://www.youtube.com>

ZIB-BLOG ARMIN WOLF (13.09.2009) - <http://zib.orf.at/zib2/wolf>

ZUKUNFTSINSTITUT DEUTSCHLAND (21.09.2010) - <http://www.zukunftsinstitut.de>

11.6.5 Experteninterviews (Abschriften im Anhang)

ANONYM, Medieninsider Deutschland: Experteninterview (2007),
via Telefon

Kaspar FINK, freier Journalist: Experteninterview
(23.02.2007), Wien

Bernhard GAUL, Redakteur Kurier: Experteninterview
(09.09.2009), via Instant Messenger

Josef KALINA, Bundesgeschäftsführer der SPÖ:
Experteninterview (23.01.2008), Wien

Sophie KARMAŠIN, Motivforscherin „Karmasin Motivforschung“
(08.09.2009), Wien

George LAKOFF, Professor für Linguistik an der University of
California, Berkeley (06.05.2010), Wien

Lothar LOCKL, Bundesparteisekretär der Grünen:
Experteninterview (21.01.2008), Wien

Michaela MOJŽIS, Bundesgeschäftsführerin ÖVP:
Experteninterview (04.02.2008), Wien

Stefan RAUE, Stellvertretender Ressortleiter Innenpolitik
des ZDF: Experteninterview (28.09.2007), per Telefon

Wolfgang WAGNER, Sendungsverantwortlicher Chef vom Dienst
für die TV-Duelle vor den Nationalratswahlen 2006 im ORF:
Experteninterview (29.09.2007), Wien

11.6.6 Gespräche

Wolfgang BACHMAYER, Meinungsforscher „OGM“ (2007), Wien

Karin CVRČILA, Meinungsforscherin „OGM“ (2009), Wien

Erich FRÖSCHL, Politikberater, Autor, tätig an der Akademie für Internationale Politik des Dr. Karl-Renner-Instituts: Gespräche im Rahmen des Seminars 210292, Analyse der Österreichischen Nationalratswahlen 2006, WS 2007/2008, Universität Wien

Thomas HOFER, Politikberater, früher Innenpolitik-Journalist (2010), Wien

Christoph HOFINGER, Sozialforscher und Geschäftsführer von „Sora“ (Institute for Social Research and Analysis) (2010), Wien

Ron HREBENAR, Professor am Political Science Department der Universität von Utah (2007), Wien

Herbert LACKNER, Chefredakteur „profil“ (mehrmals), Wien

Andreas LEDERER, Verfasser von Beiträgen zu den Wahlkampagnen des Nationalratswahlkampfes 2006 (in PLASSER, Fritz/ULRAM, Peter A. (2007): Wechselwahlen. Analysen zur Nationalratswahl 2006. Wien: Facultas WUV) (2007), Wien

Andreas STEINLE, Leiter des Zukunftsinstitutes in Kelkheim, Deutschland (2006), via Telefon

Stefan WAGNER, Kommunikationstrainer und Medienberater „intoMedia“ (2006), Wien

Michael WINTER, NLP-Experte „Team Winter“ (2008), Wien

In die Arbeit fließen auch zahlreiche Gespräche mit Journalisten, Politikern und Consultants ein, die namentlich nicht erwähnt werden möchten, aber Details schenken, die für ein klares Bild der Medienlandschaft, auch rund um die TV-Duelle, in Österreich unerlässlich scheinen.

11.6.7 Sonstige

KARMASIN MOTIVFORSCHUNG (2008): Umfragen zur Nationalratswahl 2008

OGM (2006): Umfragen zur Nationalratswahl 2006

ÖSTERREICHISCHE BUNDESVERFASSUNG: Artikel 26 (27.05.2008)

11.7 Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Nichtwählermotive 2006	46
Abbildung 2: Nichtwählermotive 2008	46
Abbildung 3: Einfluss der TV-Duelle auf das Wahlverhalten, NRW 2006	154
Abbildung 4: Gesehene TV-Duelle, NRW 2008	154
Abbildung 5: Hauptquellen für Wahlentscheidung, NRW 2008	155
Abbildung 6: Maletzkes "Feldschema der Massenkommunikation"	164
Abbildung 7: Endergebnis der NRW 2002	179
Abbildung 8: Mandatsverteilung NRW 2002	179
Abbildung 9: Ergebnis der NRW 2006	184
Abbildung 10: Mandatsverteilung NRW 2006	184
Abbildung 11: Ergebnis NRW 2008	190
Abbildung 12: Mandatsverteilung NRW 2008	190
Abbildung 13: Analyseraster - Vergleich der Regelwerke	217
Abbildung 14: Codebogen TV-Duell	226
Abbildung 15: Kreisdiagramm	228

Abbildung 16: Vergleich der Themengewichtung in den TV-Duellen	234
Abbildung 17: Vergleich der Argumentationsstile in den TV-Duellen	237
Abbildung 18: Vergleich TV-Duell – Print, FPÖ vs. SPÖ 2006	252
Abbildung 19: Vergleich TV-Duell – Print, BZÖ vs. ÖVP 2006	253
Abbildung 20: Vergleich TV-Duell – Print, FPÖ vs. BZÖ 2006	254
Abbildung 21: Vergleich TV-Duell – Print, SPÖ vs. ÖVP 2006	256
Abbildung 22: Vergleich TV-Duell – Print, FPÖ vs. SPÖ 2008	258
Abbildung 23: Vergleich TV-Duell – Print, BZÖ vs. ÖVP 2008	259
Abbildung 24: Vergleich TV-Duell – Print, BZÖ vs. FPÖ 2008	261
Abbildung 25: Vergleich TV-Duell – Print, ÖVP vs. SPÖ 2008	263
Abbildung 26: Wissensspirale	282

11.8 Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Mitgliederzahlen österreichischer Parteien	47
Tabelle 2: Politische Informationsquellen	86
Tabelle 3: Politische Informationsquellen im Wahlkampf	87
Tabelle 4: Wahlkampfformen und Modernisierungsetappen nach Norris	89
Tabelle 5: Medien des Impression Managements	108
Tabelle 6: Zuseherzahlen der US-Debatten	126
Tabelle 7: Zuseherzahlen ausgewählter TV-Duelle in Österreich	133
Tabelle 8: Einschaltquoten der TV-Duelle 2006	136
Tabelle 9: Einschaltquoten der TV-Duelle 2008	136
Tabelle 10: ORF-Quotenhits 2006	137
Tabelle 11: ORF-Quotenhits 2007	137
Tabelle 12: ORF-Quotenhits 2008	137
Tabelle 13: TV-Duelle: Was wirkt	139
Tabelle 14: Mediale Einflüsse auf die Wahlentscheidung 1999	153

11.9 Abkürzungsverzeichnis

BZÖ	Bündnis Zukunft Österreich
Bspw.	beispielsweise
bzw.	beziehungsweise
CPD	Commission on Presidential Debates
d. h.	das heißt
EAPC	European Association of Political Consultants
FPÖ	Freiheitliche Partei Österreichs
Inc.	Incorporated
KISS	Keep it short and simple
OGM	Österreichische Gesellschaft für Marketing
ORF	Österreichischer Rundfunk
ÖVP	Österreichische Volkspartei
SPÖ	Sozialdemokratische Partei Österreichs
TV	Television
u. a.	unter anderem
US / USA	United States of America
vgl.	vergleiche
vs.	versus
ZDF	Zweites Deutsches Fernsehen
ZIB	Zeit im Bild
zit.	zitiert

ANHANG

zur Dissertation

TV-Duelle: Vorspiel, Nachspiel, Mittendrin.

Analyse der parteiinternen Vorbereitung, Durchführung durch den ORF und medialen Nachbereitung der Fernsehkonfrontationen 2006 und 2008.

Inhaltsverzeichnis

ZUSAMMENFASSUNG	7
ABSTRACT	8
CURRICULUM VITAE	9
1 VORBEREITUNG AUF DIE TV-DUELLE DURCH DIE PARTEIEN	11
1.1 FORSCHUNGSFRAGEN.....	11
1.2 HYPOTHESEN	11
1.3 METHODISCHES VORGEHEN.....	12
1.4 ERLÄUTERUNG DES INSTRUMENTS.....	12
1.5 OPERATIONALISIERUNG.....	12
1.6 UNTERSUCHUNGSMATERIAL.....	13
1.6.1 EXPERTENINTERVIEWS.....	13
1.7 ERGEBNISSE	13
1.8 ABSCHRIFT DER EXPERTENINTERVIEWS	16
2 REGELWERKE DER TV-DUELLE	17
2.1 FORSCHUNGSFRAGEN.....	17
2.2 HYPOTHESEN	17
2.3 METHODISCHES VORGEHEN.....	18
2.4 ERLÄUTERUNG DES INSTRUMENTS.....	19
2.4.1 LITERATUR- UND MEDIENANALYSE.....	19
2.4.2 EXPERTENINTERVIEWS.....	19
2.4.3 ANALYSEMASTER	19
2.5 OPERATIONALISIERUNG.....	19
2.6 UNTERSUCHUNGSMATERIAL.....	20
2.6.1 MEMORANDUM OF UNDERSTANDING	20
2.6.2 EXPERTENINTERVIEWS.....	53
2.6.3 LITERATUR	53
2.7 ANALYSE.....	54
2.8 ERGEBNISSE	77

3	ÖSTERREICHS TV-DUELLE	81
3.1	FORSCHUNGSFRAGEN	81
3.2	HYPOTHESEN	81
3.3	METHODISCHES VORGEHEN	82
3.4	ERLÄUTERUNG DES INSTRUMENTS	82
3.5	OPERATIONALISIERUNG	83
3.5.1	HERANGEHENSWEISE.....	83
3.5.2	PRETEST	85
3.5.3	VERBESSERUNGEN.....	85
3.5.4	ERHEBUNG	85
3.5.5	CODIERUNG	86
3.6	UNTERSUCHUNGSMATERIAL	91
3.6.1	VIDEOMITSCHNITT.....	91
3.7	ANALYSE	93
3.7.1	CODEBÖGEN.....	93
3.7.2	AUSWERTUNGEN	145
3.7.3	DESKRIPTIVE DARSTELLUNG	145
3.8	ERGEBNISSE	199
4	PRINTBERICHTERSTATTUNG ÜBER DIE TV-DUELLE	204
4.1	FORSCHUNGSFRAGEN	204
4.2	HYPOTHESEN	204
4.3	METHODISCHES VORGEHEN	205
4.4	ERLÄUTERUNG DES INSTRUMENTS	206
4.5	OPERATIONALISIERUNG	207
4.5.1	HERANGEHENSWEISE.....	207
4.5.2	ERHEBUNG	208
4.6	UNTERSUCHUNGSMATERIAL	209
4.6.1	PRINTBERICHTERSTATTUNG	209
4.6.2	EXPERTENINTERVIEWS	291
4.7	ANALYSE	292
4.7.1	CODEBÖGEN.....	292
4.7.2	EXCEL-SHEETS	457
4.7.3	DESKRIPTIVE DARSTELLUNG	457
4.7.4	ANALYSE EXPERTENINTERVIEWS.....	470

4.8	ERGEBNISSE	472
5	<u>EXPERTENINTERVIEWS</u>	477
5.1	ANONYM	477
5.2	KASPAR FINK	478
5.3	MARTIN FRITZL	485
5.4	BERNHARD GAUL	486
5.5	PETER HAJEK	487
5.6	JOSEF KALINA	491
5.7	SOPHIE KARMA SIN	505
5.8	GEORGE LAKOFF	506
5.9	LOTHAR LOCKL	508
5.10	MICHAELA MOJZIS	512
5.11	STEFAN RAUE	519
5.12	ANDREAS SCHWARZ	520
5.13	WOLFGANG WAGNER	521
	ABBILDUNGSVERZEICHNIS	530
	TABELLENVERZEICHNIS	531

Zusammenfassung

Über eine Million Zuseher verfolgte im September 2006 das im ORF ausgestrahlte Kanzlerduell zwischen dem damaligen Regierungschef Wolfgang Schüssel, ÖVP, und seinem Herausforderer Alfred Gusenbauer, SPÖ - keine andere Politsendung erreichte ähnliche Einschaltquoten: Es war der Höhepunkt des Nationalratswahlkampfes. Noch nie zuvor hatte es eine derartige Dichte an TV-Konfrontationen gegeben, nie war der Wahlkampf hierzulande derart stark über die und in den Medien geführt worden. Von Negative Campaigning war die Rede, die Amerikanisierung der Wahlkämpfe wurde diagnostiziert. Ähnliches war bei den Neuwahlen 2008 wahrzunehmen. Obwohl Wahlkämpfe auf Grund der Konzentration von Politik und Kommunikation seit jeher im Mittelpunkt wissenschaftlichen Interesses stehen, blieben auch nach diesen bundesweiten Urnengängen die Grundlagen ihres Höhepunktes, der TV-Konfrontationen, weitgehend blinder Fleck wissenschaftlicher Betrachtung.

Die vorliegende Arbeit schließt einige Lücken in der österreichischen TV-Debattenforschung: Im ersten Teil beantwortet sie durch Literaturanalyse die Frage nach dem Woher und Warum, eingebettet in den gesellschaftlichen Kontext, und untersucht im zweiten Teil die Funktionalität der Duelle primär im Sinne von Ablauf, Framing sowie Auswirkung des Framings (mehrere methodische Ansätze). Ein Vergleich mit den Debattenregeln Deutschlands und der USA mittels einer qualitativen Inhaltsanalyse mit dem Approach der Diffusion, Differenz und Konkordanz unterstreicht deren Importanz. Nur am Rande geht die Arbeit auf die mögliche Wirkung auf den potenziellen Wähler und sein Wahlverhalten ein. Stattdessen wird die Vorbereitung seitens der Parteien auf die Debatten und die publizistische Praxis bei der Nachbereitung, also der Print-Berichterstattung, untersucht – aufgrund mangelnder Literatur wurde hier vor allem auf Experteninterviews zurückgegriffen. Im dritten Teil werden kommunikationstheoretische Erkenntnisse und publizistische Praxis gegenübergestellt. Ein bündiges Fazit beleuchtet abschließend kritisch die TV-Duelle in ihrer derzeitigen Ausformung auf ihre Legitimität in Bezug auf politische Bildung und gesellschaftlichen Nutzwert.

Abstract

More than one million people watched the debate between Austria's chancellor Wolfgang Schüssel (ÖVP) and his social democratic contender Alfred Gusenbauer on ORF in September 2006 - no other political TV-program hit that viewership in Austria. It was the point of culmination in this nationwide election campaign that was then labelled as the one with the most debates aired and the strongest focus set on the media: Journalists and academics therefore stated an Americanization, they talked about negative campaigning as well. Quite the same was to be watched before the next election two years later. Even though election campaigns are of high interest for scholars (because of the concentration of politics and communication during that time) there are still some unsought questions about the campaigns heyday, the TV-debates.

This thesis pursues to answer some of them: The first part deals with the whys and wherefores of the debates – in context of the social conventions and recent social changes. The second part analyzes the functionality of the debates such as the operational sequence, the framing and the impact of the framing on the debate itself. This is supplemented by a comparison of the debates' system of rules of Austria, Germany and the USA. Furthermore the debate preparation of Austria's political parties and the downstream journalistic editing of the debates in Austria's print media are subject to this thesis. As there is a lack of scientific papers on that topic these parts of the dissertation revert to expert interviews. The third part contrasts communication science theories and journalistic praxis. A terminatory conclusion discusses the question of the debates' legitimacy in matters of political education and social usefulness.

Curriculum vitae

Name	Martina Lettner
Akademischer Grad	Diplom-Ingenieurin für MultiMediaArt (FH) Master of Advanced Studies in Journalism and Massmedia
Geboren am	26. Juni 1981
Geboren in	Salzburg

Bildung

WS 2004 bis WS 2010 Jänner bis Juni 2005	Dissertation, Kommunikationswissenschaft; Universität Wien Photojournalism, Danmarks Journalisthøjskole (DJH); Aarhus, Dänemark
WS 2003 bis WS 2004/2005	Masterlehrgang, Europäische Journalismusakademie (EJA), Wien
WS 1999 bis SS 2003 1991 bis 1999	MultiMediaArt, FH Salzburg, Salzburg Akademisches Gymnasium, Salzburg

Tätigkeiten

2005 bis 2011	„profil“, Innenpolitik, Wirtschaft, extra; Wien
WS 2010/11	„FH St. Pölten“, externer Lektor, Medieninnovation
WS 2010/11	„FH Kufstein“, externer Lektor, Informationstechnologie
Seit 2009	Vorträge zu Macht der Medien (i.A. des BMUKK)
1999 bis 2006	„Salzburger Nachrichten“, TV, Jugend, Online; Salzburg
2002 bis 2005	„Volltreffer“ (Salzburger Jugendmagazin), Layout
2003	„ORF Salzburg“, Aktueller Dienst, Chronik; Salzburg
Herbst 2002	„Related Designs“, 3D-Grafik; Mainz, Deutschland

Auszeichnungen

Journalistenpreis des EU- Parlaments 2010	„Brüssels langer Arm“ (gemeinsam mit Otmar Lahodynsky verfasst) wurde in der Kategorie Print zum Sieger der nationalen Vorausscheidung gewählt.
DJH	Finanzierung über ein Stipendium des Kuratoriums für Journalistenausbildung (Salzburg) und der EU
EJA	Abschluss des Masterprogramms mit Auszeichnung



Wien, im. Dezember 2010

1 Vorbereitung auf die TV-Duelle durch die Parteien

1.1 Forschungsfragen

Forschungsfrage 1: Setzen alle Parteien alle professionellen Vorbereitungsmethoden, wie sie in den USA zur Vorbereitung auf TV-Debatten üblich sind (Task Forces: Offense, Defense; Rhetorik-Training; Stimmtraining; Sparring-Partners; Opinion Polling) ein?

Forschungsfrage 2: Wie viel Zeit investieren Spitzenkandidaten in diese Vorbereitung?

Forschungsfrage 3: Bereiten sich alle Spitzenkandidaten auf die gleiche Weise auf die TV-Duelle vor?

1.2 Hypothesen

Hypothese 1: Je größer die Partei, desto mehr professionelle Vorbereitungsmethoden setzt diese ein.

Hypothese 2: Je größer die Partei, desto mehr Zeit verwendet der Spitzenkandidat auf professionelle Vorbereitung.

Hypothese 3: Die Vorbereitung hängt stark von der Persönlichkeit des Spitzenkandidaten ab.

1.3 Methodisches Vorgehen

Literatur zur Vorbereitung auf TV-Duelle in Österreich ist eher spärlich, so musste ich mich zusätzlich durch Experteninterviews dem Thema nähern. Zwar bestand die Befürchtung, dass nicht sehr offen geantwortet werden würde (Mitarbeiter der ÖVP hatten bereits angekündigt, dass diese Art der Information außerhalb der Partei ein Tabu wäre), eine andere wissenschaftliche Annäherung blieb für Österreich jedoch nicht.

1.4 Erläuterung des Instruments

Die Grundlage der Untersuchung hätten die publizierten Beiträge sein sollen – aus Mangel daran musste das Instrument geändert werden: Es galt, die Informationen zu finden und zu besorgen. Der einzig gangbare Weg dorthin führte über Experteninterviews.

1.5 Operationalisierung

Nach der ersten Literaturrecherche wurde klar, dass für die Beantwortung der Forschungsfragen nicht ausreichend Literatur zur Verfügung steht: Franz Renner merkte bereits an (*vgl Renner 2007*), dass die Parteien wenig auskunftsfreudig sind, wenn es um die Vorbereitung ihrer Spitzenkandidaten auf TV-Duelle geht.

So wurde Ende 2007 eine Liste von Experten aller Parteien zusammengestellt, die für ein Experteninterview in Frage kämen: Die FPÖ winkte gleich ab – dies sei interne Information, die nicht öffentlich werden solle. Das BZÖ sagte erst zu, zu einem Termin kam es aber nie. Mit SPÖ, ÖVP und Grüne konnten schließlich Interviews geführt werden. Es darf bei der Analyse jedoch nicht außer Acht gelassen werden, dass alle Parteien ein Interesse an guter Selbstdarstellung haben. Aus ÖVP-Kreisen war beispielsweise zu hören, dass die Interview-Zusage intern für Verwunderung gesorgt

hatte, bisher waren Informationen zur Debattenvorbereitung nicht weitergegeben worden – entsprechend vorsichtig waren die Antworten.

Die Partei-Interviews beziehen sich auf den Wahlkampf 2006.

In „Format“ und „profil“ fanden sich zusätzlich Beschreibungen der Vorbereitungen.

Zusätzlich sprach ich noch mit dem Politik-Berater Peter Hajek. Einige Informationen, die dieser Arbeit zuträglich sind, erhielt ich „off the records“. Derart „quellenlose“ sind ausdrücklich gekennzeichnet.

1.6 Untersuchungsmaterial

1.6.1 Experteninterviews

Die Abschrift der Experteninterviews befindet sich in Kapitel 5, Experteninterviews, Seite 477. Die Interviews für dieses Kapitel wurden mit folgenden Personen geführt:

- Peter Hajek
- Josef Kalina
- Sophie Karmasin
- Lothar Lockl
- Michaela Mojzis

1.7 Ergebnisse

Die Forschungsfragen können somit wie folgt beantwortet werden:

Forschungsfrage 1: Setzen alle Parteien die professionellen Vorbereitungsmethoden, wie sie in den USA zur Vorbereitung auf TV-Debatten üblich sind (Task Forces: Offense, Defense; Rhetorik-Training; Stimmtraining: sparrig partners; polling) ein?

Ergebnis: Aus den Interviews lässt sich schließen, dass wohl jede Partei bei der Vorbereitung ihres Spitzenkandidaten auf die TV-Duelle auf Professionalität Wert legt. Je größer – und somit finanz- und personalstärker – die Parteien sind, desto mehr Geld kann sie und wird sie in die Vorbereitung investieren. Allein die Umfragen im Vorfeld von Wahlen, so schätzt Motivforscherin Sophie Karmasin, würden jede Partei rund 100.000 Euro kosten.

Dass alle Parteien alle professionellen Vorbereitungsmethoden, die in den USA üblich sind, einsetzen, lässt sich – schon rein aus finanziellen Gründen – ausschließen (die Kandidaten des amerikanischen Präsidentschaftswahlkampfes können auf eine finanziell fast omnipotente Lobby zurückgreifen, während die Spitzenkandidaten der Parlamentsparteien des kleinen Österreich quasi nur auf die Finanzstärke ihrer jeweiligen Parteien zurückgreifen können, die wiederum auf Mitgliedsbeiträge und staatliche Förderungen angewiesen sind – Parteispenden sind zwar immer wieder Thema, bewegen sich wohl aber, verglichen mit amerikanischen Summen, unterhalb der Wahrnehmungsgrenze)

Hypothese 1: Je größer die Partei, desto mehr professionelle Vorbereitungsmethoden setzt diese ein.

Ergebnis: Im Grunde ja: Großparteien steht mehr Finanzkraft und Personalstärke zur Verfügung. Die SPÖ macht daraus auch kein Hehl – sie will ideal vorbereitet in die Diskussionen gehen. Eigene Gruppen, die mögliche Angriffspunkte bei anderen Parteien und deren Spitzenkandidaten sowie eigene Schwächen recherchieren, die so genannten Task Forces „Recherche und Analyse“, sind für die Faktenebene zuständig. Neben der inhaltlichen Komponente wird der Spitzenkandidat auf das TV-Format mit seiner Medienwirkung, die zu erwartenden Gegner und die Diskussionsbedingungen vorbereitet.

Die ÖVP verfährt bei der Faktenebene ähnlich, macht aber die gezielte Vorbereitung vor den TV-Duellen abseits des Inhaltlichen zum Tabu. Aber: Auch sie räumt umfangreiches Medientraining ein – offiziell nur nicht direkt vor den Duellen (doch

auch das könnte es unter Umständen gegeben haben), sondern im Laufe der Politkarrieren.

Die Grünen versuchten, ihren Kandidaten professionell coachen zu lassen – nicht nur erfolglos, sondern misserfolgreich: Alexander Van der Bellen ging verunsichert aus diesen Medientrainings. Bis ein Medientrainer ihm riet, er selbst zu bleiben. So bereitet sich Van der Bellen nun vor allem (sehr akribisch) inhaltlich vor; Strategieberesprechungen, wie sie die ÖVP in Hintergrundgesprächen einräumt, werden hier ganz offen genannt.

Forschungsfrage 2: Wie viel Zeit investieren Spitzenkandidaten in diese Vorbereitung?

Jedenfalls mehr, als manche Parteisprecher zuzugeben bereit sind. Die Wichtigkeit der inhaltlichen Vorbereitung betonen alle Interviewpartner: Die SPÖ sieht sie als wichtigste Grundlage, um auch neben der inhaltlichen Komponenten im Duell punkten zu können; der Spitzenkandidat der Grünen legt aufgrund seiner außerpolitischen Tätigkeit und seines Argumentationsstiles (weniger Emotion, mehr Sachlichkeit) Wert auf Faktenwissen. Auch beim dritten Lager deutet viel darauf hin, dass gezielt auf die Auftritte hingearbeitet wurde, wie das unerwartete Auftreten Straches oder die Taferl-Versuche Westenthalers.

Hypothese 2: Je größer die Partei, desto mehr Zeit verwendet der Spitzenkandidat auf professionelle Vorbereitung.

Ergebnis: So nicht zu beantworten. Der SPÖ-Kandidat verbrachte 2006 wahrscheinlich im Vergleich mit den anderen Kandidaten die meiste Zeit mit Vorbereitung auf die TV-Duelle. Nicht aber, weil er der nach der Wahl stimmenstärksten Partei vorsah, sondern weil seine Partei in seinem Medienauftritt seine größte Schwäche orteten (vgl. dazu auch Renner 2007, Seite 125). Ein Ergebnis dieser Untersuchung ist jedoch: Je größer die Partei, desto mehr Arbeitsstunden werden insgesamt in die Vorbereitung auf die TV-Duelle investiert.

Forschungsfrage 3: Bereiten sich alle Spitzenkandidaten auf die gleiche Weise auf die TV-Duelle vor?

Ergebnis: Nein. Finanzielle Mittel, Personalstärke und vor allem Charakter der Spitzenkandidaten der jeweiligen Parteien haben starken Einfluss auf die Vorbereitung auf die TV-Duelle.

Hypothese 3: Die Vorbereitung hängt stark von der Persönlichkeit des Spitzenkandidaten ab.

Ergebnis: Die Experteninterviews bestätigten diese Annahme, sie konnte somit nicht falsifiziert werden. .

1.8 Abschrift der Experteninterviews

Die Experteninterviews befinden sich in Kapitel 5, Experteninterviews, Seite 477. Die Interviews für dieses Kapitel wurden mit folgenden Personen geführt:

- Lothar Lockl
- Michaela Mojzis
- Josef Kalina

2 Regelwerke der TV-Duelle

2.1 Forschungsfragen

Forschungsfrage 1: Haben die europäischen Länder das derzeit amerikanische Regelwerk (2004) der TV-Duelle ohne Änderungen für die in etwa zeitgleich stattfindenden Wahlen (Deutschland 2005, Österreich 2006) übernommen?

Forschungsfrage 2: Wenn nicht, haben Deutschland und Österreich dieselben Änderungen vorgenommen?

Forschungsfrage 3: Gibt es Übereinstimmungen im Regelwerk der USA, Deutschlands und Österreichs? Wenn ja, welche?

Forschungsfrage 4: Gibt es Unterschiede im Regelwerk der USA, Deutschlands und Österreichs? Wenn ja, welche?

Forschungsfrage 5: Fördern die Regelwerke den innerhalb der Politik anhaltenden Trend zur Personalisierung? Welche? Wie?

2.2 Hypothesen

Hypothese 1: Zwar haben die TV-Duelle aller Vergleichsländer denselben Ursprung (das Nixon-Kennedy-Duell in den USA 1960), doch haben Österreich und Deutschland für die vergangenen Wahlen nicht das derzeit gültige Regelwerk der Staaten für die TV-Duelle angewendet.

Hypothese 2: Österreich und Deutschland haben nicht dieselben Änderungen vorgenommen, ergo haben sie derzeit verschiedene Regelwerke.

Hypothese 3: Es gibt Übereinstimmungen in den Regelwerken der TV-Duelle der Vergleichsländer.

Hypothese 4: Es gibt Unterschiede in den Regelwerken der TV-Duelle der Vergleichsländer.

Hypothese 5: Das Regelwerk der USA gibt den Kandidaten mehr Spielraum, sich zu präsentieren, als es die Regelwerke in Deutschland und Österreich tun.

2.3 Methodisches Vorgehen

Grundlage der Untersuchung sollten die schriftlichen Regelwerke zu den TV-Duellen der Länder Österreich, Deutschland und der USA sowie die Ergebnisse ihrer qualitativen Inhaltsanalyse (vgl. Christmann 2006: 275f) sein. Als Approach drängte sich die Diffusion auf, in der Analyse sollten sowohl Muster der Konkordanz als auch der Differenz beachtet werden (vgl. Kleinsteuber 2003: 387). Leider erwies sich dieses Vorgehen als nicht durchführbar.

Da die Regelwerke bisher nicht wissenschaftlich untersucht worden waren, führte die Literaturrecherche zu keinem befriedigenden Ergebnis. Sie half allerdings, Forschungsfragen und Hypothesen zu formulieren. Bei der weiteren Recherche stellte sich heraus, dass es nicht für alle Länder schriftliche Regelwerke gab: Für Deutschland war das schriftliche Regelwerk nicht zugänglich, in Österreich gab es keines. Die fehlenden schriftlichen Reglements wurden bestmöglich durch Experteninterviews substituiert¹.

¹ In Deutschland war zwar Stillschweigen über die Regeln vereinbart worden. Schließlich ließ sich ein Involvierter dennoch überreden, unter Wahrung seiner Anonymität über das Regelwerk zu sprechen.

2.4 Erläuterung des Instruments

2.4.1 Literatur- und Medienanalyse

Mittels qualitativer Inhaltsanalyse wurde das US-amerikanische Regelwerk erfasst.

2.4.2 Experteninterviews

Als Ersatz für die nicht verfügbaren schriftlichen Regelwerke von Österreich und Deutschland wurden drei Experteninterviews (mit dem Sendungsverantwortlichen des ORF, Wolfgang Wagner, jenem des ZDF, Stefan Raue, sowie einem anonym bleibenden Mitarbeiter des deutschen Fernsehens) geführt, die ebenfalls qualitativ auf ihren Inhalt hin untersucht wurden. Zusätzlich sprach ich mit Politikberater Peter Hajek über die Vor- und Nachteile der Regelwerke.

2.4.3 Analyseraster

Um die verschiedenen Formate, in denen die Regelwerke festgehalten worden waren, vergleichbar zu machen, wurde ein eigener Analyseraster entwickelt. Dazu wurde das US-Memorandum Punkt für Punkt übersetzt und analysiert: was wurde in welchem Detailgrad festgehalten. Um die Analyse mit den Regelwerken der europäischen Vergleichsländer kompatibel zu machen, wurden die Punkte auch in der Übersetzung ausformuliert – ausgespart wurden jene Details einzelner Punkte, die in europäischen Vergleichsländern keine Erwähnung fanden, in der Analyse wird darauf hingewiesen

2.5 Operationalisierung

In tabellarischer Form wurden – ausgehend vom US-amerikanischen Memorandum – die Regelwerke Punkt für Punkt nebeneinander aufgeschlüsselt. In der Analysetabelle (siehe Abbildung 1: Analyseraster - Vergleich der Regelwerke, Seite 20) werden

Gemeinsamkeiten und Unterschiede der drei Regelwerke schnell sichtbar. In einem weiteren Schritt wurden die Besonderheiten hervorgehoben und auf ihre Auswirkungen auf das Format bzw. das Verhalten der Diskutanten hin interpretiert.

6.3. Analyse der Regelwerke			
Analyse des „Memorandum of Understanding“ im Vergleich mit den Regelwerken der Debatten zur deutschen Bundestagswahl 2005 sowie den jenen vor der Nationalratswahl 2006 in Österreich			
„1. Number, Dates, Time, Location, Topics“			
	USA 2004	Deutschland 2005	Österreich 2006
Anzahl	Im Memorandum festgelegt (1.a, Seite 1)	Angela Merkel stimmte nur einem Duell zu	Der ORF lud ein; in Österreich ein Kanzlerduell üblich
Datum	Für alle drei Duell im Memorandum festgelegt (1.a, Seite 1)	Gemeinsam von Parteien und Sendern festgelegt	Der ORF lud Parteien zu Duellen ein und gab so die Termine vor
Ort	Im Memorandum festgelegt (1.a, Seite 1)	Gemeinsam von Parteien und Sendern festgelegt	Der ORF lud zu sich in ein spezielles Studio ein
Zeit	Im Memorandum festgelegt (1.c, Seite 1)	Gemeinsam von Parteien und Sendern festgelegt (Hauptabend)	Der ORF lud abends ein, Hauptsendezeit
Exklusivität	Im Memorandum festgelegt (1.d, Seite 1): Die Kandidaten verpflichten sich, nur an den im Memorandum festgelegten Debatten teilzunehmen	Merkel wollte nur eine Debatte; die einflussreichsten Sender waren daran beteiligt	Der ORF genießt eine Monopolstellung; er verbot Duell in anderen Medien nicht; es gab sie nicht
Themen	Im Memorandum klar für jedes Duell festgelegt (1.e, Seite 2)	Themen wurden vorgegeben, jedoch nicht detailliert im Regelwerk festgehalten	Themen wurden nicht aktiv kommuniziert, auf Rückfrage der Parteien aber grob umrissen

Abbildung 1: Analyseraster - Vergleich der Regelwerke

2.6 Untersuchungsmaterial

2.6.1 Memorandum of Understanding

Abkommen über die Regeln der TV-Debatten während des amerikanischen Präsidentschaftswahlkampfes 2004 betreffend, abgeschlossen zwischen Vertretern der beiden Kampagnen (Kerry-Edwards, '04 Inc. sowie Bush-Cheney, '04 Inc.), das der Kommission (Commission on Presidential Debates) bis spätestens 22. September 2004 unterfertigt zukommen zu lassen ist. Das Memorandum musste, um in das vorliegende Dokument übernommen werden zu können, auf 90 Prozent der Originalgröße skaliert werden.

MEMORANDUM OF UNDERSTANDING

This Memorandum of Understanding constitutes an agreement between Kerry-Edwards, '04, Inc. and Bush-Cheney, '04, Inc. (the "campaigns") regarding the rules that will govern debates in which the campaigns participate in 2004. This agreement shall be binding upon the Bush-Cheney and Kerry-Edwards Campaigns and, provided it agrees to sponsor the debates by executing this agreement on or before September 22, 2004, upon the Commission on Presidential Debates (the "Commission").

1. Number, Dates, Time, Locations, Topics

(a) Presidential Debates

<u>Date</u>	<u>Location</u>
Thursday, September 30	University of Miami Coral Gables, Florida
Friday, October 8	Washington University in St. Louis St. Louis, Missouri
Wednesday, October 13	Arizona State University Tempe, Arizona

(b) Vice Presidential Debate

<u>Date</u>	<u>Location</u>
Tuesday, October 5	Case Western Reserve University Cleveland, Ohio

(c) Each debate shall begin at 9 p.m., Eastern Daylight Time.

(d) The parties agree that they will not (1) issue any challenges for additional debates, (2) appear at any other debate or adversarial forum with any

other presidential or vice presidential candidate, or (3) accept any television or radio air time offers that involve a debate format or otherwise involve the simultaneous appearance of more than one candidate.

- (e) The topic of the September 30 debate shall be foreign policy and homeland security. The topic of the October 13 debate shall be economic and domestic policy. The October 5 vice presidential debate and the October 8 presidential debate shall not be limited by topic and shall include an equal number of questions related to foreign policy and homeland security on the one hand and economic and domestic policy on the other.

2. Sponsorship

The two campaigns will participate in four debates sponsored by the Commission. However, if the Commission fails to execute this agreement on or before September 22, 2004, the two campaigns shall each have the option of terminating this agreement, or by agreement between them, seeking other sponsors for some or all of the proposed debates. The parties agree that the Commission's Nonpartisan Candidate Selection Criteria for 2004 General Election Debate Participation shall apply in determining the candidates to be invited to participate in these debates.

3. Participants

If one or more candidates from campaigns other than

the two (2) signatories is invited to participate pursuant to those Selection Criteria, those candidates shall be included in the debates, if those candidates accept the terms of this agreement. Any modifications to this agreement must be agreed upon by each of the signatories to this agreement as well as all other candidates selected to join the debate.

4. Moderator

- (a) Each debate will have a single moderator.
- (b) The parties have accepted the Commission's recommendations of the below listed moderators, provided that each proposed moderator executes a copy of this agreement at least seven (7) days prior to the debate that individual is to moderate in order to evidence his or her understanding and acceptance of, and agreement to, the provisions hereof pertaining to moderators. If any proposed moderator fails to execute a copy of this agreement at least seven (7) days prior to the proposed date of the debate he or she is to moderate, the two campaigns will agree upon and select a different individual to moderate that debate:
 - i) Jim Lehrer for the first presidential debate, September 30, 2004 at the University of Miami;
 - ii) Charles Gibson for the second presidential debate, October 8, 2004 at Washington University in St. Louis;

- iii) Bob Schieffer for the third presidential debate,
October 13, 2004 at Arizona State University,
and;
- iv) Gwen Ifill for the vice presidential debate,
October 5, 2004 at the Case Western Reserve
University.

5. Rules Applicable to All Debates

The following rules shall apply to each of the four debates:

- (a) Each debate shall last for ninety (90) minutes.
- (b) For each debate there shall be no opening statements, but each candidate may make a two (2) minute closing statement.
- (c) No props, notes, charts, diagrams, or other writings or other tangible things may be brought into the debate by any candidate. Neither candidate may reference or cite any specific individual sitting in a debate audience at any time during a debate. If a candidate references or cites any specific individual(s) in a debate audience, or if a candidate uses a prop, note, or other writing or other tangible thing during a debate, the moderator must interrupt and explain that reference or citation to the specific individual(s) or the use of the prop, note, or other writing or thing violates the debate rules agreed to by that candidate.

- (d) Notwithstanding subparagraph 5(c), the candidates may take notes during the debate on the size, color, and type of paper each prefers and using the type of pen or pencil that each prefers. Each candidate must submit to the staff of the Commission prior to the debate all such paper and any pens or pencils with which a candidate may wish to take notes during the debate, and the staff of the Commission will place such paper, pens, and pencils on the podium, table, or other structure to be used by the candidate in that debate.
- (e) Neither film footage nor video footage nor any audio excerpts from the debates may be used publicly by either candidate's campaign through any means, including but not limited to, radio, television, internet, or videotapes, whether broadcast or distributed in any other manner.
- (f) The candidates may not ask each other direct questions, but may ask rhetorical questions.
- (g) The order of questioning and closing statements shall be determined as follows:
 - (i) The Commission will conduct a coin toss at least seventy-two (72) hours before the first presidential debate. At that time, the winner of the coin toss shall have the option of choosing,

for the September 30 debate, either (a) whether to take the first or second question, or (b) whether to give the first or second closing statement. At that time, the loser of the coin toss will have the choice of question order or closing statement order not exercised by the winner of the coin toss. For the October 8 debate, the loser of the coin toss shall have the option of choosing either (a) whether to take the first or second question, or (b) whether to give the first or second closing statement, with the winner of the coin toss having the choice of question order or closing statement not exercised by the loser of the coin toss. The Commission shall set a time at least seventy-two (72) hours before the October 8 debate at which the candidates shall make their choices for that debate.

(ii) For the October 13 debate, the order of questioning and closing statements shall be determined by a separate coin toss in the same manner as the September 30 debate, to take place at least seventy-two (72) hours before the debate.

(iii) The order of questioning and closing statements for the October 5 vice presidential

debate shall be determined by a separate coin toss in the same manner as for the September 30 debate, to take place at least seventy-two (72) hours before the debate.

- (h) Each candidate shall determine the manner by which he prefers to be addressed by the moderator and shall communicate this to the Commission, at least forty-eight (48) hours before the September 30 debate.
- (i) Whether or not a debate runs beyond the planned ending time, each candidate shall be entitled to make a closing statement in accordance with subparagraph (b). The Commission shall use its best efforts to ensure that the TV networks carry the entire debate even if it runs past the specified ending time.
- (j) No question shall be asked of a candidate by the moderator if less than six (6) minutes remain in the scheduled time of the debate.
- (k) The candidates shall not address each other with proposed pledges.
- (l) In each debate, the moderator shall:
 - (i) open and close the debate and enforce all time limits. In each instance where a candidate exceeds the permitted time for comment, the moderators shall interrupt and remind both the candidate and the audience of the expiration of the time limit and call upon such candidate to

observe the strict time limits which have been agreed upon herein by stating, "I am sorry... [Senator Kerry or President Bush as the case may be]... your time is up";

- (ii) use his or her best efforts to ensure that the questions are reasonably well balanced in all debates and within the designated subject matter areas of the September 30 and October 13 debates in terms of addressing a wide range of issues of major public interest facing the United States and the world;
- (iii) vary the topics on which he or she questions the candidates and ensure that the topics of the questions are fairly apportioned between the candidates;
- (iv) use best efforts to ensure that the two candidates speak for approximately equal amounts of time during the course of each debate, and;
- (v) use any reasonable method to ensure that the agreed-upon format is followed by the candidates and the audience.

6. Additional Rules Applicable to September 30 and October 13 Debates

For the September 30 and October 13 debates, the candidates will appear at podiums. The September 30 and October

13 debates shall be governed by the rules set forth in section 5 and the following additional rules:

(a) There shall be no audience participation in the September 30 and October 13 debates. After the start of each debate and in the event of and in each instance whereby an audience member(s) attempts to participate in the debate by any means thereafter, the moderator shall instruct the audience to refrain from any participation in the debates as described in section 9(a)(viii) below. The moderator shall direct the first question to the candidate determined by the procedure set forth in subparagraph 5(g). The candidate receiving the question shall be entitled to give an opening response not to exceed two (2) minutes, and thereafter the other candidate shall be permitted to comment on the question and/or the first candidate's answer for up to one and one-half (1½) minutes. Thereafter the moderator in his discretion may extend the discussion for a period of time not to exceed sixty (60) seconds, but the moderator shall begin each such discussion by calling upon the candidate who first received the question. To the extent that the moderator opens extended discussion, the moderator shall use best efforts to ensure that each candidate has a maximum of approximately thirty (30) seconds to comment in the extended discussion period.

(b) The moderator shall then ask a question of the other candidate, and the answer, comments by the other candidate, and extension of discussion by the

moderator shall be conducted as set out in paragraph 6(a) above for the first question. Thereafter the moderator shall follow the procedure in paragraph 6(a) above by asking a question of the first candidate and shall continue with questions of the candidates in rotation until the time for closing statements occurs.

- (c) During the extended discussion of a question, no candidate may speak for more than thirty (30) seconds.
- (d) The moderator shall manage the debate so that the candidates address at least sixteen (16) questions.
- (e) At no time during these debates shall either candidate move from their designated area behind their respective podiums.

7. Additional Rules Applicable to October 8 Debate

The October 8 debate will be conducted in an audience participation ("town hall") format. This debate shall be governed by the rules set forth in section 5 and the following additional rules:

- (a) There shall be no audience participation in the October 8 debate other than as described below. Other than an audience member asking a question as permitted by this section, at the start of the October 8 debate and in the event of and in each instance whereby an audience member(s) attempts to participate in the debate by any means thereafter, the moderator shall instruct the audience to refrain from

any participation in the debate as described in section 9(a)(viii) below. The moderator shall facilitate audience members in asking questions to each of the candidates, beginning with the candidate determined by the procedure set forth in subparagraph 5(h). The candidate to whom the question is initially directed shall have up to two (2) minutes to respond, after which the other candidate shall have up to one and one-half (1½) minutes to respond to the question and/or to comment on the first candidate's answer. Thereafter, the moderator, in his or her discretion, may extend the discussion of that question for sixty (60) seconds, but the moderator shall begin each such discussion by calling upon the candidate who first received the question. The moderator shall balance additional discussion of the question with the interest in addressing a wide range of topics during the debate. To the extent that the moderator opens extended discussion, the moderator shall use best efforts to ensure that each candidate has a maximum of approximately thirty (30) seconds to comment in the extended discussion period.

- (b) After completion of the discussion of the first question, the moderator shall call upon an audience member to direct a question to the candidate to whom the first question was not directed, and follow the

procedure outlined in paragraph 7(a) above.

Thereafter, the moderator shall follow the procedures in this paragraph by calling upon another audience member to ask a question of the first candidate and shall continue facilitating questions of the candidates in rotation until the time for closing statements occurs.

- (c) During the extended discussion of a question, no candidate may speak for more than thirty (30) seconds.
- (d) The audience members shall not ask follow-up questions or otherwise participate in the extended discussion, and the audience member's microphone shall be turned off after he or she completes asking the question.
- (e) Prior to the start of the debate, audience members will be asked to submit their questions in writing to the moderator. No third party, including both the Commission and the campaigns, shall be permitted to see the questions. The moderator shall approve and select all questions to be posed by the audience members to the candidates. The moderator shall ensure that the audience members pose to the candidates an equal number of questions on foreign policy and homeland security on the one hand and economic and domestic policy on the other. The moderator will further review the questions and eliminate any questions that the moderator deems inappropriate. At

least seven (7) days before the October 8 debate the moderator shall develop, and describe to the campaigns, a method for selecting questions at random while assuring that questions are reasonably well balanced in terms of addressing a wide range of issues of major public interest facing the United States and the world. Each question selected will be asked by the audience member submitting that question. If any audience member poses a question or makes a statement that is in any material way different than the question that the audience member earlier submitted to the moderator for review, the moderator will cut-off the questioner and advise the audience that such non-reviewed questions are not permitted. Moreover, the Commission shall take appropriate steps to cut-off the microphone of any such audience member that attempts to pose any question or statement different than that previously posed to the moderator for review.

- (f) The debate will take place before a live audience of between 100 and 150 persons who shall be seated and who describe themselves as likely voters who are "soft" Bush supporters or "soft" Kerry supporters as to their 2004 presidential vote. The number of "soft" Bush supporters shall equal the number of "soft" Kerry supporters in the audience. The moderator shall ensure that an equal number of "soft" Bush supporters

and "soft" Kerry supporters pose questions to the candidates. These participants will be selected by the Gallup organization ("Gallup"). Gallup shall have responsibility for selecting the nationally demographically representative group of voters. At least fourteen (14) days prior to October 8, Gallup shall provide a comprehensive briefing on the selection methodology to the campaigns, and both the Kerry-Edwards Campaign and the Bush-Cheney Campaign shall approve the methodology. Either campaign may raise objections on the methodology to Gallup and to the Commission within twenty-four (24) hours of the briefing.

- (g) Participants selected shall not be contacted directly or indirectly by the campaigns before the debate. The Commission shall not contact the participants before the debate other than for logistical purposes.

8. Additional Rules Applicable to October 5 Debate

For the October 5 vice presidential debate, the candidates will be seated at a table with the moderator. This debate shall be governed by the rules set forth in sections 5 and 6. There shall be no audience participation in the October 5 vice presidential debate. At the start of the October 5 debate and in the event of and in each instance whereby an audience member(s) attempts to participate in the debate by any means thereafter, the moderator shall instruct the audience to refrain

from any participation in the debate as described in section 9(a)(viii) below.

9. Staging

- (a) The following rules apply to each of the four debates:
 - (i) All staging arrangements for the debates not specifically addressed in this agreement shall be jointly addressed by representatives of the two campaigns.
 - (ii) The Commission will conduct a coin toss at least seventy-two hours before the September 30 debate. At that time, the winner of the coin toss shall have the option of choosing stage position for the September 30 debate; The loser of the coin toss will have first choice of stage position for the October 8 debate. The loser of the coin toss or his representative shall communicate his choice by written facsimile to the Commission and to the other campaign at least seventy-two (72) hours before the October 8 debate. The stage position for the October 13 debate will be determined by a coin toss to take place at least seventy-two (72) hours before the debate. The stage position for the October 5 vice presidential debate will be determined by a separate coin toss to take place at least seventy-two (72) hours before the debate.

- (iii) For the September 30, October 8, and October 13 debates, the candidates shall enter the stage upon a verbal cue by the moderator after the program goes on the air, proceed to center stage, shake hands, and proceed directly to their positions behind their podiums or their stools in the case of the October 8 debate. For the October 5 vice presidential debate, the candidates shall be pre-positioned before the program goes on the air, and immediately after the program goes on the air the candidates shall shake hands.
- (iv) Except as provided in subparagraph (d)(viii) of this paragraph 9, TV cameras will be locked into place during all debates. They may, however, tilt or rotate as needed.
- (v) Except as provided in subparagraph (d)(viii), TV coverage during the question and answer period shall be limited to shots of the candidates or moderator and in no case shall any television shots be taken of any member of the audience (including candidates' family members) from the time the first question is asked until the conclusion of the closing statements. When a candidate is speaking, either in answering a question or making his closing statement, TV coverage will be limited

to the candidate speaking. There will be no TV cut-aways to any candidate who is not responding to a question while another candidate is answering a question or to a candidate who is not giving a closing statement while another candidate is doing so.

- (vi) The camera located at the rear of the stage shall be used only to take shots of the moderator.
- (vii) For each debate each candidate shall have camera-mounted, timing lights corresponding to the timing system described in section 9(b)(vi) below positioned in his line of sight. For each debate additional timing lights, corresponding to the timing system described in section 9(b)(vi) below, shall be placed such that they are visible to the debate audiences and television viewers.
- (viii) All members of the debate audiences will be instructed by the moderator before the debate goes on the air and by the moderator after the debate goes on the air not to applaud, speak, or otherwise participate in the debate by any means other than by silent observation, except as provided by the agreed upon rules of the October 8 town hall debate. In the event of and in each

instance whereby an audience member(s) attempts to participate in a debate by any means, the moderator shall instruct the audience to refrain from any participation. The moderator shall use his or her best efforts to enforce this provision.

- (ix) The Commission shall use best efforts to maintain an appropriate temperature according to industry standards for the entire debate.
- (x) Each candidate shall be permitted to have a complete, private production and technical briefing and walk-through ("Briefing") at the location of the debate on the day of the debate. The order of the Briefing shall be determined by agreement or, failing candidate agreement, a coin flip. Each candidate will have a maximum of one (1) hour for this Briefing. Production lock-down will not occur for any candidate unless that candidate has had his Briefing. There will be no filming, taping, photography, or recording of any kind (except by that candidate's personal photographer) allowed during the candidates' Briefing. No media will be allowed into the auditorium where the debate will take place during a candidate's Briefing. All persons, including but not limited to the media, other

candidates and their representatives, and the employees or other agents of the Commission, other than those necessary to conduct the Briefing, shall vacate the debate site while a candidate has his Briefing. The Commission will provide to each candidate's representatives a written statement and plan which describes the measures to be taken by the Commission to ensure the complete privacy of all Briefings.

- (xi) The color and style of the backdrop will be recommended by the Commission and mutually determined by representatives of the campaigns. The Commission shall make its recommendation known to the campaigns at least seventy-two (72) hours before each debate. The backdrops behind each candidate shall be identical.
- (xii) The set will be completed and lit no later than 3 p.m. at the debate site on the day before the debate will occur.
- (xiii) Each candidate may use his own makeup person, and adequate facilities shall be provided at the debate site for makeup.
- (xiv) In addition to Secret Service personnel, the President's military aide, and the President's physician and the Vice President's military aide

and the Vice President's physician, each candidate will be permitted to have one (1) pre-designated staff member in the wings or in the immediate backstage area during the debate at a location to be mutually agreed upon by representatives of the campaigns at each site. All other staff must vacate the wings or immediate backstage areas no later than five (5) minutes before the debate commences. A PL phone line will be provided between each candidate's staff work area and the producer.

(xv) Other than security personnel not more than two (2) aides will accompany each candidate on the stage before the program begins.

(xvi) Each candidate shall be allowed to have one (1) professional still photographer present on the stage before the debate begins and in the wings during the debate as desired and on the stage immediately upon the conclusion of the debate. No photos shall be taken from the wings by these photographers during the debate. Photos taken by these photographers may be distributed to the press as determined by each candidate.

(b) In addition to the rules in subparagraph (a) the

following rules apply to the September 30 and October 13 debates:

- (i) The Commission shall construct the podiums and each shall be identical to view from the audience side. The podiums shall measure fifty (50) inches from the stage floor to the outside top of the podium facing the audience and shall measure forty-eight (48) inches from the stage floor to the top of the inside podium writing surface facing the respective candidates, and otherwise shall be constructed in the style and specifications recommended by the Commission, shown in attachment A. There shall be no writings or markings of any kind on the fronts of the podiums. No candidate shall be permitted to use risers or any other device to create an impression of elevated height, and no candidate shall be permitted to use chairs, stools, or other seating devices during the debate.
- (ii) Each podium shall have installed a fixed hardwired microphone, and an identical microphone to be used as backup per industry standards.
- (iii) The podiums will be equally canted toward the center of the stage at a degree to be determined by the Commission's producer. The

podiums shall be ten (10) feet apart; such distance shall be measured from the left-right center of a podium to the left-right center of the other podium.

- (iv) The moderator will be seated at a table so as to be positioned in front, between, and equidistant from the candidates, and between the cameras to which the candidates direct their answers.
- (v) As soon as possible, the Commission shall submit for joint consultation with the campaigns a diagram for camera placement.
- (vi) At least seven (7) days before the September 30 debate the Commission shall recommend a system, to be used as a model for each successive debate, of visible and audible time cues and placement subject to approval by both campaigns. Such a system shall be comprised of camera mounted timing lights placed in the line of sight of each candidate and additional timing lights that are clearly visible to both the debate audiences and television viewers. Time cues in the form of colored lights will be given to the candidates and the moderator when there are thirty (30) seconds remaining, fifteen (15) seconds remaining, and five (5) seconds remaining,

respectively for the two (2) minute, one and one-half (1½) minute, and sixty (60) second response times permitted under section 6(a). Pursuant to Section 5(1)(i) the moderators shall enforce the strict time limits described in this agreement. The Commission shall provide for an audible cue announcing the end of time for each of the candidate's responses, rebuttals and rejoinder time periods to be used in the event the moderator(s) fail to take action to enforce the strict time limits described in this Agreement. The audible cue shall be clearly audible to both candidates, the debate audiences and television viewers. The Commission shall commence the use of the audible cue and continue its use through the conclusion of any debate where a moderator fails to take the action described in Section 5(1)(i) after two (2) instances in which either candidate has exceeded the time for responses, rebuttals, or rejoinders described in this Agreement.

(c) In addition to the rules in subparagraph (a), the following rules apply to the October 5 vice presidential debate:

- (i) The Commission shall construct the table according to the style and specifications

proposed by the Commission in consultation with each campaign. The moderator shall be facing the candidates with his or her back to the audience.

- (ii) The chairs shall be swivel chairs that can be locked in place, and shall be of equal height.
 - (iii) Each candidate and the moderator shall have a wireless lapel microphone, and an identical microphone to be used as a backup per industry standards.
 - (iv) At least seven (7) days before the October 5 debate the Commission shall recommend a system of time cues and placement subject to approval by both campaigns and consistent with the visual and audible time cues described in section 9(b)(vi).
 - (v) As soon as possible, the Commission shall submit for joint consultation with each campaign a diagram for camera placement.
 - (vi) The candidates shall remain seated throughout the debate.
- (d) In addition to the rules in subparagraph (a), the following rules apply to the October 8 debate:
- (i) The candidates shall be seated on stools before the audience, which shall be seated in approximately a horseshoe arrangement as

symmetrically as possible around the candidates. The precise staging arrangement will be determined by the Commission's producer subject to the approval of representatives of both campaigns.

- (ii) The stools shall be identical and have backs and a footrest and shall be approved by the candidates' representatives.
- (iii) Each candidate shall have a place to put a glass of water and paper and pens or pencils for taking notes (in accordance with subparagraph 5(d)) of sufficient height to allow note taking while sitting on the stool, and which shall be designed by the Commission, subject to the approval of representatives of both campaigns.
- (iv) Each candidate may move about in a predesignated area, as proposed by the Commission in consultation with each campaign, and may not leave that area while the debate is underway. The pre-designated areas of the candidates may not overlap.
- (v) Each candidate shall have a choice of either wireless hand held microphone or wireless lapel microphone to allow him to move about as provided for in subparagraph (iv) above and to

face different directions while responding to questions from the audience.

- (vi) As soon as possible, the Commission shall submit for joint consultation by the campaigns a diagram for camera placement.
- (vii) At least seven (7) days before the October 8 debate the Commission shall recommend a system of time cues subject to approval by both campaigns, and consistent with the visual and audible cues described in sections 9(b)(vi).
- (viii) Notwithstanding sections 9(a)(iv) and 9(a)(v) a roving camera may be used for shots of an audience member only during the time that audience member is asking a question.
- (ix) Prior to the start of the debate neither the moderator nor any other person shall engage in a "warm up" session with the audience by engaging in a question or answer session or by delivering preliminary remarks.

10. Ticket Distribution and Seating Arrangements

- (a) The Commission shall be responsible for printing and ensuring security of all tickets to all debates. Each campaign shall be entitled to receive directly from the Commission one-third of the available tickets (excluding those allocated to the participating audience in the October 8 debate), with the remaining

one-third going to the Commission.

- (b) In the audience participation debate, the participating audience shall be separated from any nonparticipating audience, and steps shall be taken to ensure that the participating audience is admitted to the debate site without contact with the campaigns, the media, or the nonparticipating audience.
- (c) The Commission shall allocate tickets to the two (2) campaigns in such a manner to ensure that supporters of each candidate are interspersed with supporters of the other candidate. For the September 30, October 5, and October 13 debates, the family members of each candidate shall be seated in the front row, diagonally across from the candidate directly in his line of site while seated or standing at the podium. For the October 8 debate, the family members of each candidate shall be seated as mutually agreed by representatives of the campaigns.
- (d) Any media seated in the auditorium shall be accommodated only in the last two (2) rows of the auditorium farthest from the stage. Two (2) still photo stands may be positioned near either side of the television camera stands located in the audience. (A media center with all necessary feeds will be otherwise available.)
- (e) Tickets will be delivered by the Commission to the

chairman of each candidate's campaign or his designated representative by 12:00 noon on the day preceding each debate. The Commission will invite from its allotment (two (2) tickets each) an agreed upon list of officeholders such as the U.S. Senate and House Majority and Minority Leaders, the Governor and Lieutenant Governor of the State holding the debate, an appropriate list of other public officials and the President of the University sponsoring the debate. The Commission shall not favor one candidate over the other in the distribution of its allotment of tickets.

11. Dressing Rooms/Holding Rooms

- (a) Each candidate shall have a dressing room available of adequate size so as to provide private seclusion for that candidate and adequate space for the staff the candidate desires to have in this area. The two (2) dressing rooms shall be comparable in size and in quality and in proximity and access to the debate stage.
- (b) An equal number of other backstage rooms will be available for other staff members of each candidate. Each candidate shall have a minimum of eight (8) such rooms, five (5) of which shall be in the debate facility itself, and three (3) of which shall be located next to the press center. The rooms located

next to the media center shall be located so that each campaign has equal proximity and ease of access to the media center. Each of the eight (8) rooms shall be a minimum of 10 feet by 10 feet. All of these rooms shall be furnished as deemed necessary by the candidates' representatives. Each candidate's rooms shall be reasonably segregated from those designated for the other candidate. If sufficient space to accommodate the above needs is not available at a particular debate facility, the Commission shall provide trailers or alternative space mutually agreeable to the candidates' representatives. Space that is comparable in terms of size, location, and quality shall be provided to the two campaigns. These rooms shall be made available at least seventy-two (72) hours in advance of the beginning of each debate. Each campaign may, at its own cost, rent one or more additional trailers so long as the Commission and authorities responsible for traffic and security do not object.

- (c) The number of individuals allowed in these rooms or trailers shall be determined by each candidate. The Commission shall issue backstage passes (if needed) to the candidates' representatives as requested.
- (d) The Commission shall provide each candidate with a direct television feed from the production truck to

two (2) monitors placed in the candidate's dressing room and staff holding rooms as requested by the candidates' representatives. In addition, the Commission shall provide at least one (1) additional functioning TV set for each of the eight (8) rooms.

12. Media

- (a) Each candidate will receive not fewer than thirty (30) press passes for the Media Center during the debate and more if mutually agreed upon by the campaigns.
- (b) Each candidate will be allowed to have an unlimited number of people in the Media Center upon the conclusion of the debate.
- (c) The Commission will be responsible for all media credentialing.

13. Survey Research

The sponsor of the debates agrees that it shall not, prior to two days after the Presidential Inauguration of 2005, release publicly or to the media or otherwise make publicly available any survey research (including polls or focus group results or data) concerning the performance of the candidates in the debate or the preferences of the individuals surveyed for either candidate.

14. Complete Agreement

This memorandum of understanding constitutes the entire agreement between the parties concerning the debates in

which the campaigns will participate in 2004.

15. Amendments

This Agreement will not be changed or amended except in writing signed by those persons who signed this Agreement or their designees.

16. Ratification and Acknowledgement

The undersigned moderators selected by the Commission agree to the terms contained herein and agree to fulfill their responsibilities as described in the Agreement.

Agreed and Accepted:

Bush-Cheney '04, Inc.

By:



Printed Name:

Kenneth B. Mehlman

Title:

Campaign Manager

Executed on September 20, 2004

Kerry-Edwards '04, Inc.

By:



Printed Name:

Mary Oshes

Title:

Campaign Manager

Executed on September 22, 2004

The Commission on Presidential Debates

By: _____

Printed Name: _____

Title: _____

Executed on September _____, 2004

The provisions hereof pertaining to moderators are understood,
agreed to and accepted:

Jim Lehrer (Date Executed)

Charles Gibson (Date Executed)

Bob Schieffer (Date Executed)

Gwen Ifill (Date Executed)

2.6.2 Experteninterviews

Die Abschrift der Experteninterviews befindet sich in Kapitel 5, Experteninterviews, Seite 477. Die Interviews für dieses Kapitel wurden mit folgenden Personen geführt:

- Wolfgang Wagner
- Anonym
- Stefan Raue

2.6.3 Literatur

In diversen Medien finden sich Informationen zu den Duellen, etwa für Deutschland in „Politik als Marke“ (*Balzer, Geilich, Rafat 2006*).

2.7 Analyse

Analyse des „Memorandum of Understanding“ im Vergleich mit den Regelwerken der Debatten zur deutschen Bundestagswahl 2005 sowie den jenen vor der Nationalratswahl 2006 in Österreich (Codebögen des Analyserasters).

„1. Number, Dates, Time, Location, Topics“

	USA 2004	Deutschland 2005	Österreich 2006
<i>Anzahl</i>	Im Memorandum festgelegt (1.a, Seite 1)	Angela Merkel stimmte nur einem Duell zu	Der ORF lud ein; in Österreich ein Kanzlerduell üblich
<i>Datum</i>	Für alle drei Duelle im Memorandum festgelegt (1.a, Seite 1)	Gemeinsam von Parteien und Sendern festgelegt	Der ORF lud Parteien zu Duellen ein und gab so die Termine vor
<i>Ort</i>	Im Memorandum festgelegt (1.a, Seite 1)	Gemeinsam von Parteien und Sendern festgelegt	Der ORF lud zu sich in ein spezielles Studio ein
<i>Zeit</i>	Im Memorandum festgelegt (1.c, Seite 1)	Gemeinsam von Parteien und Sendern festgelegt (Hauptabend)	Der ORF lud abends ein, Hauptsendezeit
<i>Exklusivität</i>	Im Memorandum festgelegt (1.d, Seite 1): Die Kandidaten verpflichten sich, nur an den im	Merkel wollte nur eine Debatte; die einflussreichsten Sender waren daran beteiligt	Der ORF genießt eine Monopolstellung; er verbot Duelle in anderen Medien nicht;

	Memorandum festgelegten Debatten teilzunehmen		es gab sie nicht
<i>Themen</i>	Im Memorandum klar für jedes Duell festgelegt (1.e, Seite 2)	Themen wurden vorgegeben, jedoch nicht detailliert im Regelwerk festgehalten	Themen wurden nicht aktiv kommuniziert, auf Rückfrage der Parteien aber grob umrissen

„2. Sponsorship“

	USA 2004	Deutschland 2005	Österreich 2006
<i>Austragung</i>	Sollte die Commission nicht die Mittel zur Austragung der vier vereinbarten Debatten (3 Präsidentschafts- kandidatendebatten, 1 für die Vizepräsident-schaftskandidaten) aufbringen können, dürfen die Kandidatenkampagnen aus dem Memorandum aussteigen (2, Seite 2)	-	-

„3. Participants“

	USA 2004	Deutschland 2005	Österreich 2006
<i>Teilnehmer</i>	Jede Modifikation der Teilnehmerliste muss von allen Unterzeichnern abgesegnet werden, um in Kraft zu treten (3, Seite 2)	-	Der ORF lud jeweils die Parteivorsitzenden ein; auf Seiten der ÖVP trat allerdings erst beim Kanzlerduell Spitzen-kandidat Wolfgang Schüssel auf; im Sinne des Bildungsauftrages hat und hätte der ORF auch andere Parteien-vertreter zugelassen

„4. Moderator“

	USA 2004	Deutschland 2005	Österreich 2006
<i>Moderator</i>	Ein Moderator pro Debatte (4.a, Seite 3); die Kampagnen akzeptieren die vorgeschlagenen Moderatoren, diese müssen ebenfalls das Memorandum unter-zeichnen (4.b, Seite 3)	Es sollte, so wurde schriftlich vereinbart, vier Fragesteller geben; die Sender entschlossen sich, je zwei Männer und zwei Frauen zu entsenden; welcher Sender wen sandte, bestimmten sie	Der ORF gab den Moderator, in diesem Falle Ingrid Thurnher, vor; von den Parteien kamen keine Einwände

„5. Rules Applicable to All Debates“

	USA 2004	Deutschland 2005	Österreich 2006
<i>Dauer</i>	90 Minuten (5.a, Seite 4)	90 Minuten, schriftlich fixiert	60 Minuten mit Vorgabe, nicht zu überziehen
<i>Kandidatenstatements</i>	Keine „opening statements“, 2 Minuten am Ende der Debatte	Nicht vorgesehen	Nicht vorgesehen
<i>Mitbringsel</i>	Kandidaten dürfen nichts zur Debatte mitnehmen („no props, notes, charts, diagrams, or other writings or other tangible things“), dürfen nicht direkten Bezug auf eine Person im Auditorium nehmen, andernfalls wird dieser Regelverstoß vom Moderator gerügt (5.c, Seite)	Nicht definitiv bekannt; Experte war sich nicht sicher, denkt aber, dass es untersagt war	Nicht dezidiert verboten, aber unerwünscht: Der ORF kommunizierte, etwaige Mitbringsel nicht ins Bild zu nehmen
<i>Mitschriften</i>	Mitschriften widersprechen nicht 5.c, Kandidaten müssen jedoch Papier und Stifte, die sie zu verwenden gedenken, vor der	-	Erlaubt, jeder darf seinen Stift benutzen, Papier und Stifte werden – wenn gewünscht – auch zur Verfügung gestellt

	Debatte den Mitarbeitern der Kommission gegeben werden (5.d, Seite 5)		
<i>Weiterverwendung des Bild- und Audiomaterials</i>	Die Kandidaten dürfen weder Ton noch Bild der Debatte für ihre Kampagnen verwenden (5.e, Seite 5)	Ähnliches regelt detailliert das deutsche Papier	Weiterverwendung nur in Absprache mit dem ORF
<i>Kandidateninteraktion I</i>	Kandidaten dürfen sich nicht direkt Fragen stellen, rhetorische Fragen sind erlaubt (5.f, Seite 5)	-	Interaktion ist erwünscht
<i>Ablauf</i>	Mindestens 72 Stunden vor der ersten Debatte entscheidet ein Münzwurf: Der Gewinner darf wählen, ob er die erste oder zweite Frage erhält, ODER ob er das erste oder das zweite End-Statement liefert. Bei der letzten Diskussion wird erneut die Münze geworfen (5.g, Seite 5)	Auf eine Frage durfte nicht nur der jeweilige Adressat, sondern auch dessen Mitstreiter Stellung nehmen	Die Moderatorin eröffnet, und erteilt – so von der Dramaturgie vom ORF vorgesehen – dem Herausforderer das Wort

<i>Anrede</i>	48 Stunden vor der ersten Diskussion müssen die Kandidaten den Moderatoren ihre gewünschte Anrede bekannt geben (5.h, Seite 7)	Nicht schriftlich geregelt; nach dem Gebot der Höflichkeit	Nicht geregelt; die Personen werden mit vollem Namen und Funktion vorgestellt, dann mit ihrem Nachnamen (z.B. Herr Strache) angesprochen
<i>Überzug</i>	Auch wenn eine Debatte den vorgesehenen Zeitrahmen sprengt, muss jeder Kandidat sein End-Statement bringen dürfen; die Kommission muss sich einsetzen, dass die Sender die Debatte in voller Länge ausstrahlen (5.i, Seite 7)	Da die Sender die Debatten austrugen, war eine derartige Regelung nicht notwendig	Der ORF suchte, die 60 Minuten nicht zu überschreiten; hatte aber als Austragender jede Möglichkeit
<i>Gegen Ende der Diskussion</i>	6 Minuten vor Debatten-ende dürfen keine Fragen mehr gestellt werden (5.j, Seite 7)	-	-
<i>Interaktion II</i>	Kandidaten dürfen sich nicht mit Wahlver-sprechen konfrontieren (5.k, Seite 7)	-	Diskussion erwünscht

<i>Moderatorenrolle</i>	Eröffnung und Schluss, sowie Überprüfung der Einhaltung der Zeit-limits (sogar die Wort-wahl zur Erinnerung der Kandidaten an die Zeitlimits ist vorgegeben), Ausgewogenheit der Fragestellungen: im Interesse des Publikums in Bezug auf die USA und die Welt, innerhalb der vorgegebenen Themen; Ausgewogenheit der Redezeit der Kandidaten; Einhaltung der Regeln durch die Kandidaten und das Publikum (5.1, Seite 7)	Vier gleichberechtigte Fragesteller	Die Moderatorin sollte im Sinne des Publikums durch die Diskussion führen: Eröffnung und Ende moderieren, Redewirrwarr der Kandidaten verhindern, Nachhaken, Fakten zeigen, auch Themen vorgeben. Ihre Vorgabe war allerdings auch, möglichst im Hintergrund zu bleiben

„6. Additional Rules Applicable to September 30 and October 13 Debates“

	USA 2004	Deutschland 2005	Österreich 2006
<i>Publikum</i>	Bei den beiden genannten Diskussionen gibt es keine Publikumsbeteiligung (6.a, Seite 9)	-	Bei den Debatten gab es zumindest für Journalisten die Möglichkeit, diese live zu verfolgen, eine Beteiligung war nicht vorgesehen; es gab allerdings telefonische Anmerkungen, die via Moderatorin überbracht wurden
<i>Ablauf I</i>	Der Moderator stellt die erste Frage, der Kandidat darf 2 Minuten antworten, der Gegner darf darauf 1,5 Minuten sprechen, danach kann der Moderator entscheiden, dem Thema weitere 60 Sekunden zu widmen; der Erstgefragte darf zuerst 30 Sekunden sprechen, dann der andere (6.a, Seite 9);	Kein Korsett, aber ausgewogene Redezeit	Der ORF gab keine derartigen Regeln vor, um eine möglichst lebendige Diskussion zu ermöglichen, damit die Zuseher die Kandidaten in möglichst verschiedenen, nicht erwartbaren Situationen erleben können; eine Ausgewogenheit der Redezeit wurde jedoch angestrebt

	diese Prozedur wird für jede Frage wiederholt, die Reihenfolge der Kandidaten abgewechselt (6.b, Seite 9); es sollen mindestens 16 Fragen gestellt werden (6.d, Seite 9)		
<i>Ablauf II</i>	Die Kandidaten sollen während der Diskussion nicht von ihrem vorgegebenen Platz weichen (6.e, Seite 9)	Ein verlassen des Platzes war nicht vorgesehen, aber auch nicht thematisiert	Siehe Deutschland

„7. Additional Rules Applicable to October 8 Debate“

	USA 2004	Deutschland 2005	Österreich 2006
<i>Publikumspartizipation</i>	Es soll nur eine Beteiligung, wie sie die Regeln des Punkt 7 vorsehen geben: der Moderator erteilt das Wort, der Zuseher stellt seine Frage, danach folgt der Ablauf dem Schema von Punkt 6, Ablauf I in dieser	Nicht vorgesehen	Nicht vorgesehen

	Analyse (7.a, Seite 10); das Publikum darf keine Folgefragen stellen oder anders an der folgenden Diskussion teilnehmen (7.d, Seite 12); das Publikum muss seine Fragen vor der Debatte schriftlich dem Moderator geben, niemand sonst darf diese sehen: der Moderator wählt aus und muss Themenausgewogenheit und Ausgewogenheit bei der Parteipräferenz der Fragesteller anstreben (7.e, Seite 12); hält sich das Publikum nicht an diese Regeln, kann das Mikrophon stumm geschaltet werden;		
<i>Auswahl & Kontakt zum Publikum</i>	„Gallup“ wählt das Publikum aus, um das Wählerspektrum gut abzudecken, es sollen gleich	-	-

	viele Bush- wie Kerry-Unterstützer anwesend sein – die Regeln zur Auswahl müssen 14 Tage vor der Debatte den Parteien vorgelegt werden, diese haben folgend 24 Stunden Einspruchsfrist (7.f, Seite 13); das Publikum darf weder von den Parteien noch der Kommission (außer für Logistisches) kontaktiert werden (7.g, Seite 14)		

„8. Additional Rules Applicable to October 5 Debate“

	USA 2004	Deutschland 2005	Österreich 2006
<i>Vizepräsidentendebatte</i>	Regelt das Aufeinander-treffen der Vize-präsidentenschaftskandidaten und ist deshalb für diese Analyse der Duelle der Spitzenkandidaten nicht relevant	-	-

„9. Staging“

	USA 2004	Deutschland 2005	Österreich 2006
<i>Inszenierung I: Wahl der Positionen</i>	Ein Münzwurf 72 Stunden vor der ersten Debatte soll entscheiden, wer seine Position während der Debatte wählen darf; der Verlierer darf den Platz bei der zweiten Debatte wählen; die Wahl muss schriftlich bekannt gegeben werden; für die letzte Debatte gibt es einen eigenen Münzwurf; die Kandidaten sollen während einer Einführung des Moderators auf die Bühne schreiten, sich die Hände schütteln und zu ihren Plätzen gehen;	Die Herausfordererin links – es heißt, dies sei eine Bedingung der CDU gewesen; die Kandidaten waren bereits im Studio, als die Sendung begann	Der Herausforderer / die kleinere Partei sollte links sitzen – laut Dramaturgieregeln wirkt der links Sitzende aktiver, angriffiger. Dieser Vorteil sollte dem „Kleineren“ eingeräumt werden; die Kandidaten waren bereits auf ihren Plätzen, als die Sendung begann
<i>Kameraeinstellungen</i>	Die Kameras haben feste Positionen, dürfen aber rotieren und geschwenkt werden –	Kamerafahrten und Shots von hinten sind untersagt	Es gibt keine fremdbestimmten Einschränkungen, ungünstige Positionen (z.B. von unten)

	Ausnahmen weiter unten im Memo-randum; es darf von der ersten Frage bis zum Schlusstatement niemand außer dem gerade antwortenden Kandidaten oder sprechenden Moderator gefilmt werden; die Kameras am hinteren Ende der Bühne dürfen nur dazu verwendet werden, den Moderator zu filmen; es soll Zeitanzeigen an den Kameras geben, die auch für das Publikum sichtbar sind (9.a, Seite 16)		werden vermieden
<i>Publikumsregeln</i>	Der Moderator erklärt, dass sie – außer bei der Town-Hall-Debate – nichts außer still lauschen dürfen (9.a, Seite 17)	-	-

<i>Temperatur</i>	Die Kommission soll für angemessene Raumtemperatur sorgen (9.a, Seite 18)	-	-
<i>Briefing</i>	Jeder Kandidat hat eine Stunde am Tag der Debatte, den Austragungsort zu inspizieren. Wer zuerst, entscheiden die Kandidaten; können sie sich nicht einigen, entscheidet die Münze; Filmen und Fotografieren ist währenddessen nicht erlaubt (außer für den persönlichen Fotografen des Kandidaten), auch Presse ist ausgeschlossen; der Raum soll möglichst menschenleer sein (9.a, Seite 18)	Das Studio wurde den Kandidaten bzw. deren Vertretern gezeigt	Den Kandidaten wurde die Auskunft gegeben, wie das Studio aussieht – ein „Standardstudio“. Auf Anfrage konnten sie es auch besuchen. Sesselproben, wie sie es für Kanzler Wolfgang Schüssel bei den Sommergesprächen wenige Wochen zuvor gegeben hatte, gab es diesmal nicht
<i>Kulisse</i>	Die Farben der Kulisse werden von der Kommission 72 Stunden vor der Debatte vorgeschlagen,	Die Farb- und Kulissengestaltung wurde den Sendern überlassen, die Parteien	Die Kulissen- und Farbgestaltung übernahm der ORF, gab auf Wunsch Auskünfte

	die Kampagnen haben allerdings das letzte Wort (9.a, Seite 19)	hätten aber widersprechen können	darüber
<i>Fertigstellung</i>	Die Kulisse hat am Vortag der Debatte um 15 Uhr fertig aufgebaut und ausgeleuchtet zu sein (9.a, Seite 19)	-	-
<i>Maske</i>	Jeder Kandidat darf seinen eigenen Maskenbildner mitbringen, Räume werden zur Verfügung gestellt (9.a, Seite 19)	-	-
<i>Personal I</i>	Jeder Kandidat darf zusätzlich zum Sicherheitspersonal eine Vertrauensperson hinter der Bühne haben, alle anderen Personen müssen den Backstage-Bereich verlassen (9.a, Seite 19)	-	-
<i>Personal II</i>	Zwei Vertrauenspersonen dürfen den Kandidaten zur Bühne	-	-

	begleiten (9.a, Seite 20)		
<i>Bühne I</i>	Die genauen Abmessungen der Podien werden festgelegt, sowie, dass die Kandidaten nicht nutzen dürfen, um den Eindruck von Erhöhung zu erwecken (9.b, Seite 21)	-	-
<i>Bühne II</i>	Jedes Podium hat ein Kabelmikrofon, sowie ein identisches Ersatz-gerät (9.b, Seite 21)	-	Der ORF setzt Knopfmikrofone ein
<i>Bühne III</i>	Die Podien werden ident zum Publikum ausgerichtet (9.b, Seite 21)	-	-
<i>Bühne IV</i>	Das Moderatorenpult soll mittig ausgerichtet sein (9.b, Seite 22)	-	-
<i>Bühne V</i>	Die Kamerawinkel sollen ehest möglich von der Kommission an die Kampagnene weitergegeben (9.b, Seite 22)	Shots von hinten und Kamerafahrten waren per Vertrag ausgeschlossen. Das dies technisch nicht möglich	Der ORF übernahm die Kamerapositionierung, die Parteien hatten keine Einwände – ohne sie zu überprüfen

		war, durften Parteivertreter überprüfen (durch die entsprechenden Kameras sehen).	
<i>Bühne VI</i>	Eine Woche vor Debattenbeginn soll die Kommission Positionen für die Zeitanzeigen (in Form von „colored lights“) vorschlagen; soll es dem Moderator nicht möglich sein, die Kandidaten an ihr Zeitlimit zu binden, soll eine Zeitlimit-ansage – hörbar für alle – diese Aufgabe übernehmen (9.b, Seite 23)	Mehrere Personen stoppten mit, die Fragesteller sollten Einfluss nehmen, wer wie lang sprechen darf	Der ORF setzte diesmal eine Software ein, die ursprünglich dazu konzipiert war, den Ballbesitz bei Fußballspielen zu bestimmen. Mitarbeiter versorgten die Moderatorin mit Infos, wer Zeitüberhang hatte und konnte darauf Einfluss nehmen
<i>Vizepräsidentendebatte</i>	Für diese Analyse nicht von Belang (9.c, Seite 23)	-	-
<i>Town Hall Debate</i>	9.d, Seite 24	Derartige Diskussionsformate waren in Deutschland nicht vorgesehen	Siehe Deutschland

„10. Ticket Distribution and Seating Arrangements“

	USA 2004	Deutschland 2005	Österreich 2006
<i>Ticketproduktion</i>	Die Kommission ist für die Ticketproduktion zuständig, beide Kampagnen erhalten je ein Drittel der verfügbaren Karten (ausgenommen ist die Town-Hall-Debatte), das letzte Drittel verbleibt der Kommission (10.a, Seite 26)	-	-
<i>Tickets & Town Hall Debate</i>	Für diese Analyse nicht von Belang (10.b, Seite 27)	-	-
<i>Ticketverteilung</i>	Die Kommission soll die Tickets derart verteilen, dass die Unterstützer der beiden Parteien gemischt sitzen; die Familienangehörigen der Kandidaten sitzen in der ersten Reihe nicht direkt vor dem Podest des Kandidaten (10.c, Seite 27)	-	-

<i>Mediensitzordnung</i>	Die Medienvertreter dürfen nur in den letzten zwei Sitzreihen Platz nehmen, die zwei Fotostative sind in der Nähe der TV-Kameras auf beiden Seiten des Auditoriums zu postieren. (10.d, Seite 27)	-	-
<i>Ticketverteilung der Kommission</i>	Die Kommission überreicht die Karten für die jeweilige Debatte zu Mittag des Vortages den Leitern der Kampagnen. Die Karten der Kommission werden für Oppositionsführer etc verwendet (hier geregelt), ohne einen Kandidaten zu bevorzugen (10.e, Seite 27)	-	-

„11. Dressing Rooms/Holding Rooms“

	USA 2004	Deutschland 2005	Österreich 2006
<i>Garderobe</i>	Die Kandidaten sollen eine gleichwertige, ausreichend große und eingerichtete Garderobe mit gleich gutem Zugang zur Bühne zur Verfügung haben (11.a, Seite 28)	-	-
<i>Back-Stage-Räume</i>	Jeder Kandidat soll gleich viele Räume hinter der Bühne zur Verfügung haben: mindestens acht, von denen fünf direkt hinter der Bühne und drei nahe des Presse zentrums sein sollen – des weiteren werden Ort, Ausstattung und Abmessung der Räume beschrieben (11.b, Seite 28)	-	-
<i>Mitarbeiter</i>	Jeder Kandidat darf die Zahl seiner Mitarbeiter hinter der	-	-

	Bühne frei wählen, die Kommission sorgt für Back-Stage-Pässe (11.c, Seite 29)		
<i>Übertragung zur Garderobe etc</i>	Die Kommission muss in den Garderoben und den Back-Stage-Räumen der Kandidaten TV-Geräte mit Direktverbindung zum Produktionswagen gewährleisten (11.d, Seite 29)	-	-

„12. Media“

	USA 2004	Deutschland 2005	Österreich 2006
<i>Presse-Pässe</i>	Jeder Kandidat erhält 30 Pressepässe, bzw. auch mehr, wenn die Gegenseite dem zustimmt (12.a, Seite 30)	-	-
<i>Pressezentrum</i>	Regelt, wie viele Personen im Pressezentrum sein dürfen (12.b, Seite 30)	-	-
<i>Akkreditierung</i>	Die Kommission ist für die	-	-

	Presse-Akkreditierung zuständig (12.c, Seite 30)		

„13. Survey Research“

	USA 2004	Deutschland 2005	Österreich 2006
<i>Umfrageforschung</i>	Der Debatten-Auftraggeber darf frühestens zwei Tage nach der Angelobung des Präsidenten 2005 Umfrageergebnisse veröffentlichen (12, Seite 30)	In Deutschland durfte die Analyse durch die Sender oder Experten nicht direkt im Anschluss stattfinden, es musste ein Sendeblock dazwischen geschoben werden	In Österreich gab es keine derartigen Regelungen, im Gegenteil, manche Diskussionen wurden direkt im Anschluss beurteilt, die frühesten – halbwegs seriösen – Umfrageergebnisse gab es rund eine Stunde nach der Konfrontation

„14. Complete Agreement“

	USA 2004	Deutschland 2005	Österreich 2006
<i>Memorandum</i>	Hält fest, dass dieses Memorandum das gesamte Regelwerk zu den Debatten 2004	-	-

	darstellt (14, Seite 30)		

„15. Amendments“

	USA 2004	Deutschland 2005	Österreich 2006
<i>Änderungen</i>	Dieses Regelwerk kann nur schriftlich von der Gesamtheit jener Personen oder ihren Stellvertretern geändert werden, die auch das vorliegende unterzeichnet hatten	Auch hier sind Änderungen nur in schriftlicher Form mit gegenseitiger Zustimmung zulässig	Es gab keine schriftlichen Regelungen

„16. Ratification and Acknowledgement“

	USA 2004	Deutschland 2005	Österreich 2006
<i>Ratifizierung</i>	Die Unterzeichner verpflichten sich, das Memorandum umzusetzen (16, Seite 31)	Auch in Deutschland verpflichteten sich die Vertragsparteien zur Einhaltung	-

2.8 Ergebnisse

Forschungsfrage 1: Haben die europäischen Länder das derzeit gültige amerikanische Regelwerk (2004) der TV-Duelle ohne Änderungen für die vergangenen Wahlen (Deutschland 2005, Österreich 2006) übernommen?

Ergebnis: Nein.

Hypothese 1: Zwar haben die TV-Duelle aller Vergleichsländer denselben Ursprung (das Nixon-Kennedy-Duell in den USA 1960), doch haben Österreich und Deutschland für die vergangenen Wahlen nicht das derzeit gültige Regelwerk der Staaten für die TV-Duelle angewendet.

Ergebnis: Verifiziert. Das amerikanische Regelwerk ist das mit Abstand detailreichste, mit den meisten Restriktionen. Das deutsche Regelwerk ist zwar an das amerikanische angelehnt, übernimmt aber bei weitem nicht alle Ausführungen. Österreich geht eigene Wege und verzichtet gänzlich auf eine schriftliche Fassung des Regelwerkes. Nicht nur in der Theorie, Auch in der Realität unterscheidet sich das österreichische Debattenformat deutlich von dem amerikanischen Vorbild: Die Interaktion zwischen den Kandidaten wird gefördert, statt unterbunden.

Forschungsfrage 2: Wenn nicht, haben Deutschland und Österreich dieselben Änderungen vorgenommen?

Ergebnis: Nein

Hypothese 2: Österreich und Deutschland haben nicht dieselben Änderungen vorgenommen, ergo haben sie derzeit verschiedene Regelwerke.

Ergebnis: Verifiziert, mit der Einschränkung, dass Österreich gar kein schriftliches Regelwerk hat. Doch auch das „gelebte“ Regelwerk unterscheidet sich deutlich von jenem Deutschlands.

Forschungsfrage 3: Gibt es Übereinstimmungen im Regelwerk der USA, Deutschlands und Österreichs? Wenn ja, welche?

Ergebnis: Es gibt teilweise Übereinstimmung, welche Punkte geregelt werden sollen. Bei dem Inhalt dieser Punkte gibt es jedoch keine einzige Regel, die in allen drei Ländern absolut gleich gehandhabt wird. Am ehesten ist dies bei Ausgewogenheit der Redezeit, Mitbringenseln, Sitzordnung, Weiterverwendung des Bildmaterials und Debattenterminen der Fall.

Hypothese 3: Es gibt dennoch Übereinstimmungen in den Regelwerken der TV-Duelle der Vergleichsländer.

Ergebnis: Was den Inhalt der zu regelnden Punkte betrifft, ist diese Aussage als falsifiziert anzusehen. Übereinstimmungen gibt es lediglich in den zu klärenden Punkten selbst:

So hatten alle drei Vergleichsländer das Bestreben nach Ausgewogenheit der Redezeit (in den USA für jede Frage auf die Sekunde genau geregelt, in Deutschland etwas lockerer, in Österreich werden insgesamt Unterschiede bis zu einer Minute in Kauf genommen).

Mitbringsel waren bei keiner der Debatten erwünscht – in den USA verboten, in Deutschland (soweit sich der Experte erinnern konnte) untersagt, in Österreich galten sie als unerwünscht und wurden nicht ins Bild genommen. Ein Verbot gab es allerdings nicht.

Jedes Vergleichsland hatte zudem Regelungen die Sitzordnung betreffend: In den USA entschied eine Münze, in Deutschland bestand Angela Merkel darauf, den linken Sitzplatz zu bekommen und in Österreich wurde bei allen Debatten die Regierungspartei, bzw. bei zwei Oppositions- oder Regierungsparteien die mehr Abgeordnete zählende Partei rechts gesetzt.

In allen Vergleichsländern durften Kandidaten oder Parteienvertreter das Studio vor der Sendung besichtigen – die genauen Regeln dazu unterschieden sich: In den USA

wurde Tag und Ablauf des Briefings festgehalten, in Deutschland, wer diesem beiwohnen durfte, in Österreich konnten Parteienvertreter beim ORF anrufen und einen Termin vereinbaren.

Ebenfalls geregelt war die Weiterverwendung der Bilder – die Sender verfügten über die Rechte: In Deutschland befasst sich ein Großteil der Abmachung mit der Vergabe der Rechte – Details sind allerdings nicht öffentlich bekannt.

In den USA wurde die Weiterverarbeitung klar geregelt, in Österreich bleiben die Rechte beim ORF. Die Rahmenbedingungen (Ort, Dauer, Anzahl, Moderator) werden in den USA im Memorandum festgeschrieben, in Deutschland waren dies Punkte der gemeinsamen Verhandlung von Parteien und Sendern, in Österreich lud der ORF ein und gab somit die Rahmenbedingungen vor.

Weitere Punkte, die alle drei Länder in ähnlicher Weise in ihren Regelwerken behandelten, gibt es nicht.

Forschungsfrage 4: Gibt es Unterschiede im Regelwerk der USA, Deutschlands und Österreichs? Wenn ja, welche?

Ergebnis: Ja. Das amerikanische Regelwerk hält weit mehr fest, als das deutsche oder das österreichische. Und selbst die Punkte, die in allen drei Regelwerken behandelt werden, stimmen inhaltlich niemals voll mit jenen der anderen überein.

Hypothese 4: Es gibt vorwiegend Unterschiede in den Regelwerken der TV-Duelle der Vergleichsländer.

Ergebnis: Außer den unter Beantwortung der Hypothese 3 genannten Punkten unterscheiden sich die Regelwerke. Inhaltlich stimmen sie in keinem Punkt absolut überein. Es gibt also nicht nur „vorwiegend“ Unterschiede, inhaltlich gibt es in keinem Punkt absolute Übereinstimmung.

Forschungsfrage 5: Fördern die Regelwerke den innerhalb der Politik anhaltenden Trend zur Personalisierung? Welche? Wie?

Ergebnis: Nicht für alle Vergleichsländer gleich zu beantworten.

Hypothese 5: Das Regelwerk der USA gibt den Kandidaten mehr Spielraum, sich zu präsentieren, als es die Regelwerke in Deutschland und Österreich tun, wo Persönlichkeiten weniger entscheidend für den Ausgang der Wahl sind als in den Staaten.

Ergebnis: Wissenschaftliche Literatur, die sich mit der Analyse der TV-Debatten befasste, schreibt ihnen die Wirkung des re-inforcements (vgl. Lazarsfeld, Berelson, Gaudet 1944²), also der Bestätigung und der Bestärkung der bisherigen Sicht zu. Dies gilt auch für die Sicht der Zuseher über das Profil der Kandidaten. Das amerikanische Regelwerk mit seinen strengen Bestimmungen (keine Interaktion, strenges Regulativ) bietet weniger Möglichkeiten zur Selbstdarstellung als das deutsche (weniger restriktiv) oder österreichische (fördert Selbstdarstellung) System, ergab die Analyse. In der Literatur konnten keine gegenteiligen Aussagen gefunden werden.

² LAZARSFELD, P. F./BERELSON, B./GAUDET H. (1944): The people's choice. How the voter makes up his mind in a presidential debate. New York: Columbia University Press. In: MAIER, Jürgen/FAAS, Thorsten (2004): Debattenwahrnehmung und Kandidatenorientierung. Göttingen: Hogrefe Verlag (Zeitschrift für Medienpsychologie 16)

3 Österreichs TV-Duelle

3.1 Forschungsfragen

Forschungsfrage 1: Wurden in allen TV-Duellen eines Wahljahres dieselben Themen angesprochen?

Forschungsfrage 2: Wurden alle Themen gleich stark gewichtet?

Forschungsfrage 3: Wandten alle Diskutanten denselben Argumentationsstil an?

3.2 Hypothesen

Hypothese 1: Je eher die Partei für ein Thema steht (etwa ÖVP und Wirtschaft; SPÖ und Soziales) oder bereits dafür Verantwortung trägt (etwa in Form eines Ministeriums), desto eher wird es in der TV-Debatte angesprochen.

Hypothese 2: Je mehr das Thema das Publikum betrifft/erregt (direkte Betroffenheit, Skandale im Umfeld einer Partei/der Politik), desto länger wird darüber diskutiert.

Hypothese 3a: Je mehr Regierungsverantwortung ein Kanzlerkandidat trägt, desto eher lobt er sich selbst und seine Partei.

Hypothese 3b: Je weniger Regierungsverantwortung ein Kanzlerkandidat trägt, desto eher zeigt er Probleme und Lösungen auf.

Hypothese 3c: Je populistischer die Partei des Kandidaten ist, desto eher attackiert ihr Kandidat – sowohl auf Sach- viel eher noch auf der persönlichen Ebene.

3.3 Methodisches Vorgehen

Da weder eine quantitative noch eine qualitative Analyse der Duelle alle relevanten Bereiche abgedeckt hätte, wurde eine Mischform – ein Analyseraster (siehe Abbildung 2: Codebogen TV-Duell – erster Versuch, Seite 84) – ausgearbeitet, in mehreren Pretests leicht modifiziert, bis sie schließlich die tatsächlich verwendete Form (siehe nachfolgendes Kapitel) erhielt.

3.4 Erläuterung des Instruments

Eine Analyse der TV-Duelle nach Kriterien der Selbstdarstellung in Form von assertivem, defensivem und offensivem Verhalten der Diskutanten wäre bei weitem nicht ausreichend gewesen, um alle zu untersuchenden Kategorien abzudecken. Deshalb wurde ein eigener Codebogen entwickelt, der durch eine ausformulierte Zusammenfassung der analysierten Duelle ergänzt wird (siehe Abbildung 3: Codebogen TV-Duell, Seite 90). Zur statistischen Auswertung wurde auf Grundlagen nach Hartung, Hafner und Benninghaus zurückgegriffen (siehe **Fehler! Verweisquelle konnte nicht gefunden werden.**, Seite **Fehler! Textmarke nicht definiert.**).

Die Aufteilung der zu untersuchenden Kategorien in je zwei Subkategorien mit jeweils gegensätzlichen Werten ermöglicht die Darstellung der Ergebnisse innerhalb eines Koordinatensystems, das beispielsweise das Verhalten eines Diskutanten grafisch leicht darstellbar und somit unmittelbar innerhalb einer Visualisierung samt verschiedenster Ausprägungen fassbar und gut vergleichbar mit dem Verhalten anderer Diskutanten macht. Selbes gilt für die Kategorien Argumentation und Körpersprache.

Die Kategorie Belehrend wurde hinzugenommen, da sonst das Verhalten des Diskutanten der Moderatorin gegenüber innerhalb der Bögen nur in der wörtlichen, ausformulierten Zusammenfassung Niederschlag gefunden hätte.

Die Zahl der Zwischenrufe gibt nicht nur Aufschluss über das Diskussionsverhalten des Zwischenrufers, sondern auch über das Gesprächsklima. Zwar ist dies nur einer der Werte, die neben Verhalten, Körpersprache und Argumentation das Gesprächsklima beeinflussen, wohl aber einer der auffälligsten. So fand das stimmliche Durcheinander, Nicht-Ausreden-Lassen und eine hohe Zahl von Zwischenrufen mitunter auch Niederschlag in den Zeitungsanalysen.

3.5 Operationalisierung

Da bei der Bewertung der TV-Duelle nur sehr eingeschränkt objektiv gemessen werden kann (etwa die Sendezeit der Teilnehmer), wurden in mehreren Pretests zwecks der Nachvollziehbarkeit möglichst eindeutige Kategorien formuliert, die nach der tatsächlichen Bewertung in einem zweiten Bewertungsdurchlauf wenige Tage später nochmals auf ihre Reliabilität überprüft wurden.

3.5.1 Herangehensweise

Nach Findung der Forschungsfragen begann das Sammeln und Sichten des Materials – ohne dabei ins Detail zu gehen, d.h. ohne die TV-Duelle gänzlich anzusehen. Erste Hypothesen wurden aufgestellt, erste Codebögen ausgearbeitet (siehe Abbildung 2: Codebogen TV-Duell – erster Versuch, Seite 84).

THEMA: Regierungsbeteiligung Zeit 0:01:30 , bis 5:10

D1: HC Strache

D2: Alfred Gusenbauer

Themensetzung	Thurnher, provokant																				Offen
Argumentation	lösungsorientiert					Gegenangriff					selbst lobend					anprangernd					Offen
	+5 +4 +3 X +1 0 -1 X -3 -4 -5										+5 +4 X +2 +1 0 -1 -2 X -4 -5										Gusi belehrt T. 2 x belehrt T. Gusi, vier Zwischenrufe Ts an Gusi
	+5 +4 +3 X +1 0 -1 -2 -3 X -5										+5 +4 X +2 +1 0 -1 -2 X -4 -5										
Verhalten	Defensiv, passiv					Offensiv					Kompromissb.					Beharrlich					Offen
	+5 +4 +3 +2 X 0 X -2 -3 -4 -5										+5 +4 +3 +2 +1 0 X -2 -3 -4 -5										
	+5 +4 +3 +2 X 0 -1 -2 X -4 -5										+5 +4 +3 +2 +1 0 -1 X -3 -4 -5										
Wirkung	kompetent					uninformiert					Ansprechend					unattraktiv					Offen
	+5 +4 +3 +2 +1 0 -1 -2 -3 -4 -5										+5 +4 +3 +2 +1 0 -1 -2 -3 -4 -5										
	+5 +4 +3 +2 +1 0 -1 -2 -3 -4 -5										+5 +4 +3 +2 +1 0 -1 -2 -3 -4 -5										
Ausrichtung	Stammwähler					Wechselwähler					Staatstragend					populistisch					Offen
	+5 +4 +3 +2 +1 0 -1 -2 -3 -4 -5										+5 +4 +3 +2 +1 0 -1 -2 -3 -4 -5										
	+5 +4 +3 +2 +1 0 -1 -2 -3 -4 -5										+5 +4 +3 +2 +1 0 -1 -2 -3 -4 -5										
Körpersprache	einladend					abwehrend					Bedacht					impulsiv					Offen
	+5 +4 +3 +2 X 0 -1 -2 -3 -4 -5										+5 +4 +3 +2 +1 0 -1 X -3 -4 -5										
	+5 +4 +3 +2 X 0 -1 -2 -3 -4 -5										+5 +4 +3 X +1 0 X -2 -3 -4 -5										
Gesprächsklima	Angenehm					unangenehm					Anregend					destruktiv					Offen
	+5 +4 +3 +2 +1 0 -1 -2 -3 -4 -5										+5 +4 +3 +2 +1 0 -1 -2 -3 -4 -5										
	+5 +4 +3 +2 +1 0 -1 -2 -3 -4 -5										+5 +4 +3 +2 +1 0 -1 -2 -3 -4 -5										

Abbildung 2: Codebogen TV-Duell – erster Versuch

3.5.2 Pretest

Während des ersten Pretests (Analyse des Duells mittels eines Codebogens) am Beispiel des Duells FPÖ gegen SPÖ wurden Schwächen des Codebogens sichtbar. Die Einschätzung auf der Skala erwies sich als unpraktikabel, weil nicht intersubjektiv nachvollziehbar und nur schwer mit den Werten aus anderen Duellen vergleichbar. Die Idee, jeweils zwei Mal zwei gegensätzliche Werte eines Bereiches anzuführen, um so den Argumentationsstil in einer Grafik leicht sichtbar machen zu können, wurde übernommen.

3.5.3 Verbesserungen

Nach weiterem Brainstorming und verschiedenen Tests wurde der Codebogen finalisiert (siehe Abbildung 3: Codebogen TV-Duell, Seite 90).

3.5.4 Erhebung

An drei nacheinander liegenden Tagen wurde pro Tag je ein Duell bewertet. Um alle Kategorien genau aufnehmen zu können, wurde zu zweit gearbeitet, die Kategorien aufgeteilt und untereinander nicht gewechselt, da trotz möglichst objektiver Bewertung ein subjektiver Unterton nicht vermieden werden kann. Wenige Tage später wurde diese Prozedur zur Absicherung der Nachvollziehbarkeit der Bewertungskriterien wiederholt. Im Fall der Duelle 2006 geschah dies zwischen dem 27. Dezember 2006 und dem 5. Jänner 2007. Die Duelle 2008 sowie das Kanzlerduell 2006 wurden im Oktober 2008 untersucht.

3.5.5 Codierung

3.5.5.1 Einführung

Um nicht einen unüberblickbaren Wust an Kategorien und Ausprägungen zu erhalten, wurden nur auffällige und eindeutige Momente der Diskussion in den nach den unten definierten Kategorien eingetragen. Anmerkungen und Wahrnehmungen, die nicht zu objektivieren sind, wie etwa „Wirkung“, wurden im Anschluss an die Tabellen ausformuliert.

3.5.5.2 Argumentation

Die Sachebene soll von den Kriterien ‚Lösungsvorschläge‘ und ‚Problemaufzählung‘ abgedeckt werden

Lösungsvorschläge sind konkrete, zumindest scheinbar durchdachte sowie durchführbare Vorschläge zur politischen, das heißt von Parlament und Bundes- sowie Landesregierung machbaren, Lösung eines Problems

Problemaufzählung ist, statt eines Lösungsvorschlages für ein etwaiges Problem die Auswirkung, das Problem selbst oder auch negative Auswirkungen des Problems auf die Zukunft Österreichs zu beschreiben

Die persönliche Ebene, die auch die Partei und andere Parteimitglieder einschließt, teilt sich in ‚Eigenlob‘ und ‚Anprangerung‘

Eigenlob ist Betonung der eigenen (persönlichen, parteilichen oder regierungs/oppositionsinternen) Leistungen ohne Anspruch auf deren Richtigkeit

Anprangerung ist eine Schuldzuweisung und das Herausheben der (teils subjektiv) schlechten Leistungen (etwa Fehlentscheidungen, Misswirtschaft, Versäumnisse)

3.5.5.3 Verhalten

Zurückhaltend oder forsch – wie sich die Diskutanten während der Debatte gegeben haben

Defensiv wird als eindeutig verteidigend, zurückhaltend definiert

Offensiv wird als eindeutig extrovertiert, angriffig definiert

Ob und wie sehr die Diskutanten auf fremde (das heißt vom Diskussionspartner oder der Moderatorin aufgebrachte) Anregungen und Einsprüche eingehen oder auf ihrer eigenen Meinung beharren

Kompromissbereit ist, wer die Sichtweisen des Gegners, dessen Lösungsvorschläge oder auch Anregungen und Einwürfe der Moderatorin annimmt, das heißt diese nicht zurückweist und abtut; muss nicht verbal gezeigt werden

Beharrlich ist, wer trotz Einwänden oder Anregungen seitens des Diskussionspartners oder der Moderatorin unverändert bei seiner Meinung bleibt

3.5.5.4 Körpersprache

Wie oft die Diskutanten einladende und abwehrende Signale mit ihrem Körper und Mimik gesetzt haben

Einladend ist freundliches, zustimmendes Lächeln; offene, nach oben gerichtete Handflächen oder auch leichtes nach vorne Beugen des Oberkörpers („Entgegenkommen“)

Abwehrend	ist diametrische Haltung, unabhängig von einem aufgesetzten oder überlegenem, d.h. nicht offenem, freundlichem Lächeln: Hände vor die Brust, Handflächen zum Gegner; Grimasse schneiden, Kopfschütteln; abwehrende Geste wie ein Links-Rechts-Bewegen des Zeigefingers

Das Verhältnis von Emotion und Verstand in Körpersprache und Mimik

Bedacht	ist, wer erst nach mehr als einer Sekunde „Bedenkzeit“ (re-)agiert

Impulsiv	ist, wer unmittelbar sichtbare Regung in der Körpersprache zeigt

3.5.5.5 Belehrung und Zwischenruf

Die Diskutanten agieren nicht nur untereinander, sondern beziehen manchmal auch die Moderatorin ein. Sie greifen die Moderatorin jedoch fast nie direkt an, stattdessen belehren sie Ingrid Thurnher – die dies ebenfalls, wenn auch seltener, mit ihren Gästen tut. Wie oft belehrt wird, also die (scheinbare) Fehleinschätzung des anderen korrigiert wird, misst Belehrung

Belehrung	wird gezählt, wenn die Diskutanten die ihrer Meinung nach falsche Sichtweise der Moderatorin korrigieren, bzw. die Moderatorin ihre Gäste ausbessert.

Zwischenruf	wird gezählt, wenn ein Diskutant unaufgefordert spricht, während jemand anderer das Wort hat, oder ein den Redefluss störender, zumindest ihn für den Zuseher schwer verständlich machender Einwurf der Moderatorin. Ein gestotterter Zwischenruf, das heißt mehrmaliges Ansetzen dazu, wird als ein Zwischenruf gewertet. Mehrere gleich lautende Zwischenrufe werden einzeln gewertet.

3.5.5.6 Sonstiges

Für Wirkung und Gesprächsklima konnten keine auch nur annähernd objektiv messbaren Werte und Kategorien gefunden werden, weshalb folgende Punkte nur „möglichst objektiv“ (unter dem Versuch, persönliche Vorlieben und Parteipräferenzen etc. auszublenden) bewertet wurden

Wirkung	beschreibt in Stichworten die Wahrnehmung, wie der Diskutant vom Rezipienten wahrgenommen wurde – im Vergleich zu den eigenen Erfahrungswerten und der Erwartungshaltung ihm gegenüber sowie im Vergleich zum Gesprächspartner
Gesprächsklima	beschreibt die Atmosphäre während der Diskussion, bzw. wie und wann die Diskutanten diese merklich beeinflusst haben – durch Zwischenrufe, persönliche Untergriffe, Kompromissbereitschaft, Sachlichkeit etc.

Themenvorgabe: Thurnher
Zeit: 00:18 bis 00:28
Dauer: 10'

	HC Strache	Gusenbauer	Thurnher
Argumentation			
Lösungsvorschläge	VI	III	
Problemaufzählung	I	II	
Eigenlob	II	I	
Anprangerung	V	VI	
Verhalten			
Defensiv		I	
Offensiv	VI	IV	
Kompromissbereit		I	
Beharrlich	II	IV	
Körpersprache			
Einladend		I	
Abwehrend	I	III	
Bedacht	I	I	
Impulsiv	II	III	
Belehrend			
Zwischenruf	V	I	IX

Tabelle 3: FPÖ vs. SPÖ – Pflege

Die Debatte läuft zwar noch immer hitzig, doch werden untergriffige Kommentare weniger. Gusenbauer scheint langsam die Überraschung ob Straches Auftreten zu überwinden, findet „seine Rolle“.

Wirkung

Gusenbauer wirkt..
 .. ruhig, aber nicht passiv
 .. kompetent

Strache wirkt..
 .. aktiv, engagiert
 .. lösungsorientiert

Gesprächsklima

Die Rollen wechseln langsam: Gusenbauers Zwischenrufe nehmen ab, er wird gelassener, selbstsicherer – er belastet das Gesprächsklima nicht mehr. Sowohl Strache als auch Gusenbauer versuchen zeitweise ein anregendes Gespräch zu liefern, der FPÖ-Chef erliegt manchmal der Versuchung, destruktiv, wenig lösungsorientiert, abwehrend und auch abwertend zu agieren.

Abbildung 3: Codebogen TV-Duell

3.6 Untersuchungsmaterial

3.6.1 Videomitschnitt

Gegenstand dieser Untersuchung sind acht TV-Duelle, vier des Nationalratswahlkampfes 2006 sowie dieselben Parteigruppierungen bei den Duellen des Nationalratswahlkampfes 2008 (2006 chronologisch geordnet, für 2008 wurde die Reihenfolge von 2006 übernommen, entspricht daher nicht der zeitlich korrekten Abfolge der Ausstrahlungen):

TV-Duelle 2006

1. FPÖ, vertreten durch Heinz-Christian Strache, Bundesparteiobmann der Freiheitlichen Partei Österreichs, gegen SPÖ, vertreten durch Dr. Alfred Gusenbauer, Bundesparteivorsitzender der Sozialdemokratischen Partei Österreichs; gesendet am Mittwoch, dem 6. September 2006 auf ORF 2 ab 22:30 Uhr , moderiert von Ingrid Thurnher. Reichweite von 595.000 Sehern
2. BZÖ, vertreten durch Ing. Peter Westenthaler, Bündnisobmann des Bündnis Zukunft Österreich, gegen ÖVP, vertreten durch Dr. Martin Bartenstein, Bundesminister für Wirtschaft und Arbeit, Österreichische Volkspartei; gesendet am Dienstag, dem 12. September 2006 auf ORF 2 ab 22:30 Uhr , moderiert von Ingrid Thurnher. Reichweite von 412.000 Sehern
3. FPÖ, vertreten durch Heinz-Christian Strache, Bundesparteiobmann der Freiheitlichen Partei Österreichs, gegen BZÖ, vertreten durch Ing. Peter Westenthaler, Bündnisobmann des Bündnis Zukunft Österreich; gesendet am Freitag, dem 15. September 2006 auf ORF 2 ab 22:30 Uhr , moderiert von Ingrid Thurnher. Reichweite von 593.000 Sehern
4. SPÖ, vertreten durch Dr. Alfred Gusenbauer, Vorsitzender der Sozialdemokratischen Partei Österreichs, gegen ÖVP, vertreten durch Dr. Wolfgang Schüssel, Bundeskanzler, Österreichische Volkspartei; gesendet am

Donnerstag, 21. September 2006 auf ORF 2 ab 21:10 Uhr, moderiert von Ingrid Thurnher. Reichweite von 1,14 Millionen Sehern

TV-Duelle 2008

5. FPÖ, vertreten durch Heinz-Christian Strache, Bundesparteiobmann der Freiheitlichen Partei Österreichs, gegen SPÖ, vertreten durch Werner Faymann, Bundeskanzler, Sozialdemokratische Partei Österreichs; gesendet am Dienstag, dem 16. September 2008 auf ORF 2 ab 21:05 Uhr, moderiert von Ingrid Thurnher. Reichweite von 934.000 Sehern
6. BZÖ, vertreten durch Dr. Jörg Haider, Landeshauptmann Kärnten, Bündnis Zukunft Österreich, gegen ÖVP, vertreten durch Mag. Wilhelm Molterer, Vizekanzler, Österreichische Volkspartei; gesendet am Donnerstag, dem 28. August 2008 auf ORF 2 ab 21:05 Uhr, moderiert von Ingrid Thurnher. Reichweite von 847.000 Sehern
7. FPÖ, vertreten durch Heinz-Christian Strache, Bundesparteiobmann der Freiheitlichen Partei Österreichs, gegen BZÖ, vertreten durch Dr. Jörg Haider, Landeshauptmann Kärnten, Bündnis Zukunft Österreich; gesendet am Freitag, dem 22. August 2008 auf ORF 2 ab 21:15 Uhr, moderiert von Ingrid Thurnher. Reichweite von 862.000 Sehern
8. SPÖ, vertreten durch Werner Faymann, Bundeskanzler, Sozialdemokratische Partei Österreichs, gegen ÖVP, vertreten durch vertreten durch Mag. Wilhelm Molterer, Vizekanzler, Österreichische Volkspartei; gesendet am Dienstag, 23. September 2008 auf ORF 2 ab 21:05, moderiert von Ingrid Thurnher. Reichweite von 1,09 Millionen Sehern

3.7 Analyse

3.7.1 Codebögen

Folgend die Codebögen zu den ausgewählten TV-Duellen der Jahre 2006 und 2008.

3.7.1.1 FPÖ vs. SPÖ 2006

Themenvorgabe: Regierungsbeteiligung

Zeit: 00:01 bis 00:05

Dauer: 4'

	Strache	Gusenbauer	Thurnher
Argumentation			
Lösungsvorschläge	II	II	
Problemaufzählung*		II	
Eigenlob	III	III	
Anprangerung	III	III	
Verhalten			
Defensiv	I	I	
Offensiv	I	III	
Kompromissbereit			
Beharrlich	I	II	
Körpersprache			
Einladend	I	I	
Abwehrend			
Bedacht		II	
Impulsiv	II	I	
Belehrend	II	II	II
Zwischenruf			IV

Tabelle 1: FPÖ vs. SPÖ - Regierungsbeteiligung

Nach einer provokanten Einführung in das Thema mimt Strache den Staatsmann, was Gusenbauer zu überraschen scheint – er wirkt anfangs verunsichert, gar rüpelhaft: Er unterbricht sein Gegenüber und lässt sich von der Moderatorin nicht stoppen (vgl. die vier Zwischenrufe Thurnhers).

Wirkung

Gusenbauer wirkt..

- .. verunsichert
- .. eher unhöflich
- .. farblos, fad

Strache wirkt..

- .. selbstsicher
- .. staatsmännisch
- .. verantwortungsbewusst

Gesprächsklima

Die Verunsicherung Gusenbauers schlägt sich leicht auf das Gesprächsklima nieder, vor allem als er Thurnher nicht mehr zu Wort kommen lässt.

Themenvorgabe: Arbeitslosigkeit und Schulpolitik

Zeit: 00:05 bis 00:18

Dauer: 13'

	Strache	Gusenbauer	Thurnher
Argumentation			
Lösungsvorschläge	IV	VI	
Problemaufzählung	II	II	
Eigenlob	III	III	
Anprangerung	IV	VII	
Verhalten			
Defensiv		II	
Offensiv	VI	VI	
Kompromissbereit	I		
Beharrlich	V	IV	
Körpersprache			
Einladend	I	III	
Abwehrend	III	I	
Bedacht		II	
Impulsiv	VI	III	
Belehrend	III	I	
Zwischenruf		II	VI

Tabelle 2: FPÖ vs. SPÖ - Arbeitslosigkeit und Schulpolitik

Strache griff vor allem das „rote Wien“ und die Schulpolitik der Bundeshauptstadt an.

Gusenbauer ritt seine Verbalattacken meist gegen Schüssel und die ÖVP.

Wirkung

Gusenbauer wirkt..

- .. verunsichert
- .. eher unhöflich
- .. farblos, fad

Strache wirkt..

- .. selbstsicher
- .. staatsmännisch
- .. verantwortungsbewusst

Gesprächsklima

Gusenbauer fällt Strache oft ins Wort – jedoch ohne sachliche Kritik oder Lösungsvorschläge.

Themenvorgabe: Pflege
Zeit: 00:18 bis 00:28
Dauer: 10'

	Strache	Gusenbauer	Thurnher
Argumentation			
Lösungsvorschläge	VI	III	
Problemaufzählung	I	II	
Eigenlob	II	I	
Anprangerung	V	VI	
Verhalten			
Defensiv		I	
Offensiv	VI	IV	
Kompromissbereit		I	
Beharrlich	II	IV	
Körpersprache			
Einladend		I	
Abwehrend	I	III	
Bedacht	I	I	
Impulsiv	II	III	
Belehrend			
Zwischenruf	V	I	IX

Tabelle 3: FPÖ vs. SPÖ - Pflege

Die Debatte läuft zwar noch immer hitzig, doch werden untergriffige Kommentare weniger. Gusenbauer scheint langsam die Überraschung ob Straches Auftreten zu überwinden, findet „seine Rolle“.

Wirkung

Gusenbauer wirkt..

- .. ruhig, aber nicht passiv
- .. kompetent

Strache wirkt..

- .. aktiv, engagiert
- .. lösungsorientiert

Gesprächsklima

Die Rollen wechseln langsam: Gusenbauers Zwischenrufe nehmen ab, er wird gelassener, selbstsicherer – er belastet das Gesprächsklima nicht mehr. Sowohl Strache als auch Gusenbauer versuchen zeitweise ein anregendes Gespräch zu liefern, der FPÖ-Chef erliegt manchmal der Versuchung, destruktiv, wenig lösungsorientiert, abwehrend und auch abwertend zu agieren.

Themenvorgabe: Integration und Familienpolitik - Ausländerthematik

Zeit: 00:28 bis 00:41

Dauer: 13'

	Strache	Gusenbauer	Thurnher
Argumentation			
Lösungsvorschläge	V	X	
Problemaufzählung	VII	V	
Eigenlob	VI	V	
Anprangerung	VI	VII	
Verhalten			
Defensiv	I	I	
Offensiv	VI	VII	
Kompromissbereit	I		
Beharrlich	II	III	
Körpersprache			
Einladend	III	III	
Abwehrend	II	I	
Bedacht	II		
Impulsiv	III	II	
Belehrend	III	I	Grafikeinblendung
Zwischenruf	VIII	II	X

Tabelle 4: FPÖ vs. SPÖ - Integration und Familienpolitik - Ausländerthematik

HC Strache belehrte Thurnher auf sehr angrifflige Weise, schloss Gusenbauer in seine Attacke gleich mit ein. Thurnher hatte bei dem emotionalen Thema ihr Leid, die Kontrahenten zu zügeln.

Wirkung

Gusenbauer wirkt..

- .. kompetent
- .. lösungsorientiert

Strache wirkt..

- .. angriffslustig
- .. im Vergleich zu Gusenbauer
weniger kompetent
- .. aufgebracht (gespielt)

Gesprächsklima

Viele Vorschläge, viele Zwischenrufe – das Gesprächsklima beim Thema Integration war trotz vieler Anregungen auf beiden Seiten eher unangenehm.

Themenvorgabe: Gewerkschaft und Bawag

Zeit: 00:41 bis 00:48

Dauer: 7'

	Strache	Gusenbauer	Thurnher
Argumentation			
Lösungsvorschläge		V	
Problemaufzählung	I	II	
Eigenlob	I	II	
Anprangerung	XIV	II	
Verhalten			
Defensiv		IV	
Offensiv	VII	VI	
Kompromissbereit		III	
Beharrlich	IV	III	
Körpersprache			
Einladend	I	II	
Abwehrend	III	IV	
Bedacht	I	III	
Impulsiv	V	VI	
Belehrend	II		II
Zwischenruf	IX	VII	XI

Tabelle 5: FPÖ vs. SPÖ - Gewerkschaft und BAWAG

Gusenbauer verhielt sich zwar (scheinbar) defensiv, belächelte Strache aber.

Strache wurde zunehmend persönlich in seinen Attacken gegen seinen politischen Gegner.

Wirkung

Gusenbauer wirkt..

- .. kompetent und sachlich
- strukturiert
- .. verantwortungsbewusst

Strache wirkt..

- .. „blind“ vor Angriffslust
- .. unorganisiert im Vergleich zu
- Gusenbauer, weniger kompetent

Gesprächsklima

Während Gusenbauer sich schlichtend, kalmierend und auch kompromissbereit gab, um das Klima zu bessern, hackte Strache mit Schuldzuweisungen ohne Lösungsvorschläge auf sein Gegenüber ein, versuchte weiter zu emotionalisieren, was in diesem Fall das Gesprächsklima unangenehm werden ließ.

Themenvorgabe: EU (Mit LiF als Einstieg)

Zeit: 00:48 bis 1:00

Dauer: 12'

	Strache	Gusenbauer	Thurnher
Argumentation			
Lösungsvorschläge	I	XI	
Problemaufzählung	IX	VII	
Eigenlob	VI	IV	
Anprangerung	XIII	VIII	
Verhalten			
Defensiv	I	III	
Offensiv	VI	VIII	
Kompromissbereit		II	
Beharrlich	V	II	
Körpersprache			
Einladend		IV	
Abwehrend	V		
Bedacht	II	IV	
Impulsiv	V	VI	
Belehrend	II		IV
Zwischenruf	XIII	XI	IX

Tabelle 6: FPÖ vs. SPÖ - EU (mit LiF als Einstieg)

Gusenbauer gewinnt in der Diskussion endgültig die Oberhand. Strache gerät darob zunehmend ins Straucheln, seine Attacken werden heftiger. Gusenbauer lacht zwei Mal über Straches Argumentation laut, drei Mal begnügt er sich mit Belächeln.

Eine ähnliche Strategie versucht Strache zu verfolgen, als Gusenbauer mit der Selbstlosigkeit der SPÖ den Fixplatz für Alexander Zach (LiF) auf SPÖ-Ticket rechtfertigen will.

Wirkung

Gusenbauer wirkt..

- .. staatsmännisch, selbstsicher
- .. kompetent

Strache wirkt..

- .. inkompetent
- .. gefühlsgeleitet, wenig sachlich

Gesprächsklima

Durch die vielen Zwischenrufe und die Emotionalität Straches unangenehm.

3.7.1.2 BZÖ vs. ÖVP 2006

Themenvorgabe: Sozialpaket (Heizkostenzuschuss etc.)

Zeit: 00:04 bis 00:10

Dauer: 6'

	Westenthaler	Bartenstein	Thurnher
Argumentation			
Lösungsvorschläge	I	I	
Problemaufzählung			
Eigenlob	VI	III	
Anprangerung	I		
Verhalten			
Defensiv		II	
Offensiv	III	II	
Kompromissbereit	I	I	
Beharrlich	I	I	
Körpersprache			
Einladend	II	IV	
Abwehrend		II	
Bedacht	II	III	
Impulsiv			
Belehrend		II	I
Zwischenruf		I	I

Tabelle 7: BZÖ vs. ÖVP - Sozialpaket

Wieder greift Westenthaler in seinem einzigen direkten Angriff nicht den Diskussionspartner sondern die SPÖ an.

Westenthaler betont vor allem „ich“ und das BZÖ, während Bartenstein das „wir“ beschwört.

Wirkung

Westenthaler wirkte..

- .. kompetenter als erwartet
- .. ansprechender als erwartet

Bartenstein wirkte..

- .. sachlich versiert
- .. strukturiert
- .. ruhig, ansprechend

Gesprächsklima

Keine deutliche Meinungsverschiedenheit bei den Gesprächspartnern – das Gesprächsklima ist für eine Diskussion außerordentlich gut – nur ist es keine Diskussion.

Themenvorgabe: Regierungszusammenarbeit + ÖGB-Exkurs

Zeit: 00:10 bis 00:19

Dauer: 9'

	Westenthaler	Bartenstein	Thurnher
Argumentation			
Lösungsvorschläge	I	II	
Problemaufzählung	I	I	
Eigenlob	VII	III	
Anprangerung	V	I	
Verhalten			
Defensiv	II	I	
Offensiv	V	II	
Kompromissbereit	I		
Beharrlich	V	I	
Körpersprache			
Einladend	IV	I	
Abwehrend	II	I	
Bedacht	III	II	
Impulsiv	I		
Belehrend			V
Zwischenruf	I		VI

Tabelle 8: BZÖ vs. ÖVP - Regierungszusammenarbeit + ÖGB-Exkurs

Westenthaler spricht Bawag-Affäre an. Thurnher will ihn stoppen, da sich in dieser Diskussion die angesprochene SPÖ nicht verteidigen kann. Der BZÖ-Chef spricht unbeeindruckt weiter.

Auch später ist nicht die ÖVP oder Bartenstein Westenthalers Feind, sondern die Sozialdemokratie: mit einem Taferl versucht er auf die SPÖ Parteifinanzierung zum Thema zu machen.

Bartenstein greift ebenso die Roten an: Die Gewerkschaft – auch mit einem leichten Seitenhieb für den Regierungspartner-, und die SPÖ direkt.

Wirkung

Westenthaler wirkte..

- .. eher unsympathisch
- .. populistisch (im negativen Sinne)
- .. ausdauernd, beharrlich fast stur

Bartenstein wirkte..

- .. kompetent
- .. ansprechend
- .. kalmierend, beruhigend

Gesprächsklima:

Westenthalers Hiebe auf die SPÖ gemischt mit Thurnhers Versuchen, ihn zu stoppen, lassen das Gesprächsklima unangenehm beinahe unangenehm werden – Bartenstein rettet es durch ruhige, sachliche Argumentation und Auftreten.

Themenvorgabe: Pflegegeld & Regierungsarbeit
Zeit: 00:19 bis 00:27
Dauer: 8'

	Westenthaler	Bartenstein	Thurnher
Argumentation			
Lösungsvorschläge	IV	X	
Problemaufzählung	II	II	
Eigenlob	IV	VI	
Anprangerung	III		
Verhalten			
Defensiv		III	
Offensiv	VI	VI	
Kompromissbereit	I	III	
Beharrlich	IV	III	
Körpersprache			
Einladend	IV	VII	
Abwehrend	II	II	
Bedacht	III	V	
Impulsiv			
Belehrend			I
Zwischenruf	II		I

Tabelle 9: BZÖ vs. ÖVP - Pflegegeld & Regierungsarbeit

Bartenstein findet lobende Worte für Gewerkschaftsboss Hundstorfer, schiebt niemandem Schuld an Missständen zu, bietet viele Lösungsvorschläge, argumentiert sachlich, agiert bedacht – ist der Sympathieträger des Diskutantenduos. Das fein eingestreute Selbstlob unterstützt dies noch.

Auch Westenthaler gibt sich weniger angriffslustig – Pflege ist ein Thema, bei dem er (fast) nur den Regierungspartner attackieren könnte – was er vermeidet.

Wirkung

Westenthaler wirkte..

- .. kompetent
- .. glaubhafter als im vorigen Themenkomplex

Bartenstein wirkte..

- .. souverän (wie überhaupt in dieser Diskussion)

Gesprächsklima

Sehr ruhig, lösungsorientiert – „möglichst lautlos am Thema Pflege vorbei“

Themenvorgabe: Ausländer- und Migrationspolitik

Zeit: 00:27 bis 00:36

Dauer: 9'

	Westenthaler	Bartenstein	Thurnher
Argumentation			
Lösungsvorschläge	III	II	
Problemaufzählung		II	
Eigenlob	V	VII	
Anprangerung	III	III	
Verhalten			
Defensiv			
Offensiv	V	VI	
Kompromissbereit	I	III	
Beharrlich	IV	III	
Körpersprache			
Einladend	IV	V	
Abwehrend	I	II	
Bedacht	II	II	
Impulsiv	I		
Belehrend	I		I
Zwischenruf			IV

Tabelle 10: BZÖ vs. ÖVP - Ausländer- und Migrationspolitik

Westenthaler greift jeweils einmal die SPÖ und die FPÖ an. Als Thurnher die Nachricht von der SPÖ-Klage gegen das BZÖ wegen Westis Bawag-Kritik überbringt, wehrt sich Westenthaler mit einem weiteren Angriff auf die Bawag.

Thurnher ist sichtlich mit Westenthaler nicht einer Meinung, kann ihre Apathie dem BZÖ-Chef gegenüber – so scheint es - nur schwer verbergen und fragt eher provokant, angriffig. Bartenstein äußert Kritik am Koalitionspartner. Sonst greift er nur die SPÖ an.

Wirkung

Westenthaler wirkte..

.. beim Anruf Kalinas in die Ecke
gedrängt, sonst erwartbar

Bartenstein wirkte..

.. staatsmännisch

Gesprächsklima

Von beiden Seiten wird ein anregendes Gespräch geführt. Bartensteins ruhige Art zu sprechen wirkt angenehm.

Themenvorgabe: Steuerreform
Zeit: 00:36 bis 00:42
Dauer: 6'

	Westenthaler	Bartenstein	Thurnher
Argumentation			
Lösungsvorschläge	III	III	
Problemaufzählung		I	
Eigenlob	V	X	
Anprangerung	I		
Verhalten			
Defensiv	I	III	
Offensiv	IV	V	
Kompromissbereit	III	II	
Beharrlich	I	III	
Körpersprache			
Einladend	IV	IV	
Abwehrend	I	II	
Bedacht	I	II	
Impulsiv	I	I	
Belehrend			
Zwischenruf	I		IV

Tabelle 11: BZÖ vs. ÖVP - Steuerreform

Bartenstein verweist abermals auf Deutschland und die steuerlichen Verfehlungen dort.

Wirkung

Westenthaler wirkte..

.. beim Anruf Kalinas in die Ecke
gedrängt, sonst erwartbar

Bartenstein wirkte..

.. staatsmännisch

Gesprächsklima

Von beiden Seiten wird ein anregendes, lösungsorientiertes Gespräch geführt. Viel Eigenlob. Bartensteins ruhige Art zu sprechen wirkt angenehm.

Themenvorgabe: Verkehr
Zeit: 00:42 bis 00:48
Dauer: 6'

	Westenthaler	Bartenstein	Thurnher
Argumentation			
Lösungsvorschläge	IV	II	
Problemaufzählung	I	III	
Eigenlob		II	
Anprangerung			
Verhalten			
Defensiv		II	
Offensiv	V	IV	
Kompromissbereit	I	II	
Beharrlich	II	II	
Körpersprache			
Einladend	III	I	
Abwehrend	II	II	
Bedacht	II	I	
Impulsiv			
Belehrend			
Zwischenruf	I	I	I

Tabelle 12: BZÖ vs. ÖVP - Verkehr

Auch hier: Kuschelkurs – man will gefallen.

Wirkung

Westenthaler wirkte..

.. für seine Klientel und
 Harmoniesüchtige sympathisch
 .. ansprechend

Bartenstein wirkte..

.. staatsmännisch
 ..souverän

Gesprächsklima

Von beiden Seiten wird ein anregendes, lösungsorientiertes Gespräch geführt. Viel Eigenlob. Bartensteins ruhige Art zu sprechen wirkt angenehm.

Themenvorgabe: Ladenöffnungszeiten
Zeit: 00:48 bis 00:52
Dauer: 4'

	Westenthaler	Bartenstein	Thurnher
Argumentation			
Lösungsvorschläge	II		
Problemaufzählung		I	
Eigenlob		I	
Anprangerung		I	
Verhalten			
Defensiv			
Offensiv	IV	III	
Kompromissbereit		I	
Beharrlich	II	I	
Körpersprache			
Einladend	I	II	
Abwehrend		I	
Bedacht		I	
Impulsiv			
Belehrend	I		
Zwischenruf	II		

Tabelle 13: BZÖ vs. ÖVP - Ladenöffnungszeiten

Bartensteins Attacke richtet sich gegen die SPÖ.
 Die Duellanten kuscheln verbal.

Wirkung

Westenthaler wirkte..

.. beim Anruf Kalinas in die Ecke
 gedrängt, sonst erwartbar

Bartenstein wirkte..

.. staatsmännisch

Gesprächsklima

Von beiden Seiten wird ein anregendes, lösungsorientiertes Gespräch geführt. Viel Eigenlob. Bartensteins ruhige Art zu sprechen wirkt angenehm.

Themenvorgabe: Koalition
Zeit: 00:52 bis 01:00
Dauer: 8'

	Westenthaler	Bartenstein	Thurnher
Argumentation			
Lösungsvorschläge			
Problemaufzählung	VI	III	
Eigenlob	VI	VII	
Anprangerung	III	I	
Verhalten			
Defensiv	II	I	
Offensiv	VI	VI	
Kompromissbereit	I	III	
Beharrlich	VI	III	
Körpersprache			
Einladend	II	III	
Abwehrend	IV	I	
Bedacht	I	III	
Impulsiv	III		
Belehrend	II		II
Zwischenruf	IIII		IIII

Tabelle 14: BZÖ vs. ÖVP - Koalition

Sowohl Westenthaler als auch Bartenstein weisen immer wieder auf die aus ihrer Sicht schlechte Situation in Deutschland hin, wo bis zur vergangenen Wahl rot-grün regierte.

Es entspinnt sich ein Schlagabtausch zwischen Westenthaler und Thurnher, die der BZÖ-Politiker einmal auch direkt attackiert.

Als Westenthaler Finanzminister Grasser und seine Ursprungspartei, die FPÖ (aus Westenthalers Sicht nun das BZÖ mit politischem Ziehvater Jörg Haider) lobt, widerspricht ihm Bartenstein nicht, obwohl Westenthalers Argumentation aus ÖVP-Sicht dazu einlädt.

Wirkung

Westenthaler wirkte..

.. beharrlich – vor allem der
 Moderatorin gegenüber

Bartenstein wirkte..

.. informiert

Gesprächsklima

Abgesehen von dem Duell Westenthaler gegen Thurnher auch hier „Wonne, Sonne, Eitelkeit“ – Konsens statt Konfrontation.

3.7.1.3 FPÖ vs. BZÖ 2006

Themenvorgabe: Übereiter Haider

Zeit: 00:03 bis 00:08

Dauer: 5'

	Strache	Westenthaler	Thurnher
Argumentation			
Lösungsvorschläge			
Problemaufzählung			
Eigenlob	V	IV	
Anprangerung	III	VII	
Verhalten			
Defensiv	I		
Offensiv	VI	VI	
Kompromissbereit			
Beharrlich	II	II	
Körpersprache			
Einladend	III	III	
Abwehrend	II	I	
Bedacht	II	II	
Impulsiv			
Belehrend			
Zwischenruf	I	III	II

Tabelle 15: FPÖ vs. BZÖ - Übereiter Haider

Bereits bei der ersten Frage – jener zu Jörg Haider – eifern beide freiheitlichen Parteien ihrem Übereiter nach: Wildes Zettelgekrake beginnt.

Zwar hatte das Duell zweifellos Unterhaltungswert, **Wirkung** und **Gesprächsklima** waren während des ganzen Duells dennoch verheerend: Untergriffe und persönliche Attacken.

Wirkung während des gesamten Duells

Westenthaler wirkte..

- .. noch inkompetenter als Strache
- .. weniger selbstsicher
- .. phasenweise schlagfertiger

Strache wirkte..

- .. inkompetent
- .. trotz Versuches nur wenig staatsmännisch

Gesprächsklima:

Eine verbale Prügelei auf Stammtischniveau, mit unhaltbaren Versprechungen.

Themenvorgabe: Spaltung des dritten Lagers

Zeit: 00:08 bis 00:12

Dauer: 4'

	Strache	Westenthaler	Thurnher
Argumentation			
Lösungsvorschläge		I	
Problemaufzählung			
Eigenlob	II	V	
Anprangerung	XXV	XIX	
Verhalten			
Defensiv	V	IV	
Offensiv	XIV	XIV	
Kompromissbereit		II	
Beharrlich	VI	VI	
Körpersprache			
Einladend	V	V	
Abwehrend	III	III	
Bedacht	IV	III	
Impulsiv	II	II	
Belehrend		I	I
Zwischenruf	X	XI	IX

Tabelle 16: FPÖ vs. BZÖ - Spaltung des dritten Lagers

Ein Schlagabtausch ohne Sachlichkeit auf unterem Niveau.

Strache zu Westenthaler: „Hearn S’ doch auf!“

Ebendieser zu Strache: „Tuan S’ mi net unterbrechen dauernd, Herr Strache. Sie haben einen Mund und zwei Ohren. Wissen Sie warum? Der Gott hat Ihnen gesagt: Zuhören, nicht immer dreinreden.“

Und weiter: „Sie sind die Partei der Reichen und Stinkreichen. Bei Ihnen können nur die G’stopften kandidieren.“

Themenvorgabe: Eurofighter – erster Knackpunkt

Zeit: 00:12 bis 00:29

Dauer: 17'

	Strache	Westenthaler	Thurnher
Argumentation			
Lösungsvorschläge	I	I	
Problemaufzählung			
Eigenlob		IV	
Anprangerung	IV	II	
Verhalten			
Defensiv	I	I	
Offensiv	VII	VI	
Kompromissbereit			
Beharrlich	II	III	
Körpersprache			
Einladend	IV	II	
Abwehrend	III	IV	
Bedacht	II	III	
Impulsiv	III	I	
Belehrend		I	I
Zwischenruf	II	III	II

Tabelle 17: FPÖ vs. BZÖ - Eurofighter - erster Knackpunkt

Themenvorgabe: Sicherheit – Law and Order

Zeit: 00:29 bis 00:34

Dauer: 5'

	Strache	Westenthaler	Thurnher
Argumentation			
Lösungsvorschläge		I	
Problemaufzählung			
Eigenlob		VI	
Anprangerung	VII	I	
Verhalten			
Defensiv		I	
Offensiv	VII	VII	
Kompromissbereit		I	
Beharrlich	VI	III	
Körpersprache			
Einladend	II	III	
Abwehrend	IV	III	
Bedacht	I	II	
Impulsiv			
Belehrend			
Zwischenruf	III	VIII	V

Tabelle 18: FPÖ vs. BZÖ - Sicherheit - Law and Order

Themenvorgabe: Ausländer- und Familienpolitik

Zeit: 00:34 bis 00:57

Dauer: 23'

	Strache	Westenthaler	Thurnher
Argumentation			
Lösungsvorschläge	II		
Problemaufzählung	V		
Eigenlob	II	X	
Anprangerung	XXII	XV	
Verhalten			
Defensiv	V	III	
Offensiv	X	VIII	
Kompromissbereit			
Beharrlich	V	III	
Körpersprache			
Einladend	IV	II	
Abwehrend	VIII	VII	
Bedacht	III	II	
Impulsiv	I		
Belehrend			
Zwischenruf	VIII	X	VI

Tabelle 19: FPÖ vs. BZÖ - Ausländer und Familienpolitik

Themenvorgabe: Zukunft des dritten Lagers

Zeit: 00:57 bis 01:00

Dauer: 3'

	Strache	Westenthaler	Thurnher
Argumentation			
Lösungsvorschläge		I	
Problemaufzählung	I	III	
Eigenlob	I	IV	
Anprangerung	XIII	IX	
Verhalten			
Defensiv		II	
Offensiv	VII	VI	
Kompromissbereit			
Beharrlich	III	III	
Körpersprache			
Einladend		I	
Abwehrend	II	I	
Bedacht	I	I	
Impulsiv	I		
Belehrend		I	
Zwischenruf	IX	IV	IV

Tabelle 20: FPÖ vs. BZÖ - Zukunft des dritten Lagers

3.7.1.4 SPÖ vs. ÖVP 2006

Themenvorgabe: Wahlkampfstil

Zeit: 01:00 – 9:00

Dauer: 8'00“

	Gusenbauer	Schüssel	Thurnher
Argumentation			
Lösungsvorschläge	II	II	
Problemaufzählung	II	III	
Eigenlob		III	
Anprangerung	V	IV	
Verhalten			
Defensiv		I	
Offensiv	I	I	
Kompromissbereit		I	
Beharrlich	I		
Körpersprache			
Einladend	IX	V	
Abwehrend	I		
Bedacht		II	
Impulsiv			
Belehrend			
Zwischenruf		II	IV

Tabelle 21: SPÖ vs. ÖVP – Wahlkampfstil

Gusenbauer weicht Thurnhers Frage aus, ob er die SPÖ-Wortwahl (Napalm) in Ordnung fände. Schüssel kritisiert. Aber auch er versucht Thurnhers Frage nach der Bawag zu umschiffen, allerdings etwas geschickter. Es geht – wie es Schüssel wohl beabsichtigt – im weiteren Verlauf vor allem um die Bawag. Gusenbauer weist den Vorwurf zurück, der Skandal hätte mit der SPÖ zu tun.

Wirkung

Gusenbauer wirkt..

.. eloquent

.. staatsmännisch

Schüssel wirkt..

.. staatsmännisch

.. vernünftig

Gesprächsklima

Thurnher mahnt zu Beginn Disziplin ein, während der ersten Frage wird diese auch gewahrt.

Schüssel gibt sich angriffig und kompromissbereit, während Gusenbauer weniger interagiert.

Themenvorgabe: Jugend
Zeit: 09:00 – 13:30
Dauer: 4'30"

	Gusenbauer	Schüssel	Thurnher
Argumentation			
Lösungsvorschläge	I	II	
Problemaufzählung	II	I	
Eigenlob	I	IV	
Anprangerung	IV		
Verhalten			
Defensiv			
Offensiv			
Kompromissbereit			
Beharrlich			
Körpersprache			
Einladend	II	I	
Abwehrend	I		
Bedacht			
Impulsiv			
Belehrend			
Zwischenruf	II	I	II

Tabelle 22: SPÖ vs. ÖVP – Jugend

Thurnher leitet mit einer Grafik ein. Gusenbauer prangert Missstände an, die durch die vorhergehende Regierung nicht gelöst oder erst herbeigeführt worden seien. Schüssel lobt die Erfolge, nennt andere Zahlen als Thurnher.

Wirkung

Gusenbauer wirkt..

- .. staatsmännisch
- .. um Jugend besorgt

Schüssel wirkt..

- .. staatsmännisch
- .. versiert

Gesprächsklima

Thurnher mahnt zu Beginn Disziplin ein, während der ersten Frage wird diese auch gewahrt. Schüssel gibt sich angriffig und kompromissbereit, während Gusenbauer weniger interagiert.

Themenvorgabe: Gesamtschule
Zeit: 13:30 – 20:45
Dauer: 7'15“

	Gusenbauer	Schüssel	Thurnher
Argumentation			
Lösungsvorschläge	VIII	V	
Problemaufzählung	IV	I	
Eigenlob	III	IV	
Anprangerung	I		
Verhalten			
Defensiv			
Offensiv			
Kompromissbereit		II	
Beharrlich			
Körpersprache			
Einladend	IV	III	
Abwehrend	I	I	
Bedacht			
Impulsiv			
Belehrend			
Zwischenruf	I	II	III

Tabelle 23: SPÖ vs. ÖVP – Gesamtschule

Gusenbauer lobt das finnische Schulsystem und meint, man müsse dort Ideen holen, wo andere besser seien. Er zählt auf, welche Möglichkeiten er sieht. Schüssel hingegen verweist auf die finnische Jugendarbeitslosenquote und plädiert für Wahlfreiheit.

Wirkung

Gusenbauer wirkt..

.. locker

.. lösungsorientiert

Schüssel wirkt..

.. abgeklärt

.. auf seinen Weg fixiert

Gesprächsklima

Kaum Unterbrechungen, Schüssel sachlich kühl, Gusenbauer lösungsorientiert.

Themenvorgabe: Universitäten

Zeit: 20:45 – 26:15

Dauer: 5'30"

	Gusenbauer	Schüssel	Thurnher
Argumentation			
Lösungsvorschläge	II		
Problemaufzählung	IV	II	
Eigenlob	I	VI	
Anprangerung	I	III	
Verhalten			
Defensiv			
Offensiv	I	I	
Kompromissbereit			
Beharrlich			
Körpersprache			
Einladend	V	IV	
Abwehrend		I	
Bedacht			
Impulsiv			
Belehrend			
Zwischenruf		II	I

Tabelle 24: SPÖ vs. ÖVP – Universität

Gusenbauer spricht sich für die Abschaffung der Studiengebühren aus, da diese den Unis nicht mehr Geld gebracht hätten. Er fordert mehr Mittel für sie, auch, um mehr Professoren beschäftigen zu können.

Schüssel lobt vor allem die eigenen Leistungen.

Wirkung

Gusenbauer wirkt..

.. engagiert

.. staatsmännisch

Schüssel wirkt..

.. besserwisserisch

.. versiert

Gesprächsklima

Schüssel fällt – für diese Diskussion oft, im Vergleich zu 2008 „nur“ – zweimal ins Wort, wird angriffiger. Die Diskussion findet zwar weiterhin auf der Sachebene statt, erhält aber eine emotionale Komponente.

Themenvorgabe: Arbeitsmarkt
Zeit: 26:15 – 36:00
Dauer: 9'45“

	Gusenbauer	Schüssel	Thurnher
Argumentation			
Lösungsvorschläge	V	III	
Problemaufzählung	V		
Eigenlob	I	XI	
Anprangerung	III	V	
Verhalten			
Defensiv		I	
Offensiv	II	III	
Kompromissbereit		II	
Beharrlich	I		
Körpersprache			
Einladend	VI	V	
Abwehrend	II	I	
Bedacht			
Impulsiv			
Belehrend			
Zwischenruf	I		V „ein Taferl“

Tabelle 25: SPÖ vs. ÖVP – Arbeitsmarkt

Schüssel zückt nach einer Grafikeinblendung zu Beschäftigung und Bevölkerungswachstum „ein Taferl“ (Thurnher), auf der jene Bezirke grün eingefärbt sind, die Vollbeschäftigung vorweisen. Gusenbauer hält die Arbeitslosenzahlen dagegen und spricht die Personen in Schulungen an – rund 50.000, wie Thurnher ergänzt. Schüssel beginnt, leicht untergriffige Kommentare einzustreuen, wird persönlich. Gusenbauer ebenso – er schwenkt recht uncharmant zum Thema Pflege.

Wirkung

Gusenbauer wirkt..

- .. um die „kleinen Leute“ besorgt
- .. engagiert

Schüssel wirkt..

- .. von seiner Sache überzeugt
- .. angriffslustig

Gesprächsklima

Anfangs sachlich; Schüssel lobt seine Leistungen, Kanzlerkandidat Gusenbauer präsentiert andere Lösungen. Die Debatte wird im Verlauf immer persönlicher geführt, angriffig.

Themenvorgabe: Pflege
Zeit: 36:00 – 46:00
Dauer: 10’

	Gusenbauer	Schüssel	Thurnher
Argumentation			
Lösungsvorschläge	II	II	
Problemaufzählung	V	I	
Eigenlob		VI	
Anprangerung	XI	VIII	
Verhalten			
Defensiv		I	
Offensiv	V	IV	
Kompromissbereit			
Beharrlich			
Körpersprache			
Einladend	V	I	
Abwehrend	I	II	
Bedacht		I	
Impulsiv	I	I	
Belehrend			
Zwischenruf	V	VI	IV

Tabelle 26: SPÖ vs. ÖVP – Pflege

Gusenbauer bringt durch seinen Angriff auf Schüssel das Thema aufs Tapet. Thurnher lässt darüber ausführlich diskutieren. Die Diskutanten werfen sich gegenseitig vor, wer wann welche Pensions- und Pflegegeldhöhung nicht gemacht worden sei. Auch Zitate von Parteimitgliedern und parteinahen Organisationen halten sie sich vor.

Wirkung

Gusenbauer wirkt..

- .. angriffslustig
- .. anprangernd

Schüssel wirkt..

- .. angriffslustig
- .. erbost

Gesprächsklima

Die Diskutanten greifen sich gegenseitig an, teils auch persönlich. Gusenbauer bringt die Pflege von Schüssels Familienangehörigen ins Spiel, Schüssel reagiert mit einem Gegenangriff. Die Debatte wird immer untergriffiger geführt.

Themenvorgabe: Budget
Zeit: 46:00 – 55:15
Dauer: 9'15"

	Gusenbauer	Schüssel	Thurnher
Argumentation			
Lösungsvorschläge	VII	II	
Problemaufzählung	VI	II	
Eigenlob	I	VIII	
Anprangerung	III	V	
Verhalten			
Defensiv			
Offensiv	I		
Kompromissbereit			
Beharrlich		I	
Körpersprache			
Einladend	IV	IV	
Abwehrend	II	II	
Bedacht			
Impulsiv			
Belehrend			
Zwischenruf	III	I	V

Tabelle 27: SPÖ vs. ÖVP – Budget

Gusenbauer plädiert an eine solidarische Gesellschaft, auch eine Erhöhung der Beitragsgrundlage könne er sich vorstellen, um das System die nächsten Jahre abzusichern. Schüssel geht darauf nicht ein, sondern stellt stattdessen seine Idee vor, wie chronisch Kranken die Rezeptgebühr verringert werden könnte. Auch Gusenbauer hat dazu Vorschläge.

Wirkung

Gusenbauer wirkt..

- .. eloquent
- .. staatsmännisch

Schüssel wirkt..

- .. staatsmännisch
- .. vernünftig

Gesprächsklima

Durchwachsen, die Diskussion wird teilweise sehr sachlich, teilweise sehr persönlich geführt, wie Schüssels Satzsatz zeigt: „Sie sind der Angstmacher, ich bin der Mutmacher“.

Themenvorgabe: Koalition mit den Grünen

Zeit: 55:15 – 60:00

Dauer: 4'45"

	Gusenbauer	Schüssel	Thurnher
Argumentation			
Lösungsvorschläge	II	II	
Problemaufzählung	II		
Eigenlob		II	
Anprangerung	V	II	
Verhalten			
Defensiv			
Offensiv	I		
Kompromissbereit			
Beharrlich			
Körpersprache			
Einladend	II	II	
Abwehrend			
Bedacht			
Impulsiv			
Belehrend			
Zwischenruf		I	II

Tabelle 28: SPÖ vs. ÖVP – Koalition mit den Grünen

Statt über die Frage Thurnhers zu sprechen, wie es mit einer Koalition mit den Grünen aussehe, greifen sich die Diskutanten an: Gusenbauer – eine Ironie der Zeit aus heutiger Sicht – rechnet Schüssel seine gebrochenen Wahlversprechen vor. Schüssel seinerseits attackiert Gusenbauer nicht direkt, sondern erklärt Thurnher, wie wenig staatstragend sein Kontrahent sei.

Wirkung

Gusenbauer wirkt..

.. anprangernd

.. herausfordernd

Schüssel wirkt..

.. fast etwas herablassend

.. zielstrebig

Gesprächsklima

Im Anschein der Sachlichkeit versuchen die Diskutanten noch einmal ihre Argumente über die Rampe zu bringen und gleichzeitig kleine und größere Seitenhiebe auszuteilen.

3.7.1.5 FPÖ vs. SPÖ 2008

Themenvorgabe: Finanzkrise
Zeit: 01:15 bis 03:30
Dauer: 2'15"

	Strache	Faymann	Thurnher
Argumentation			
Lösungsvorschläge		I	
Problemaufzählung			
Eigenlob	I		
Anprangerung	II		
Verhalten			
Defensiv			
Offensiv			
Kompromissbereit			
Beharrlich			
Körpersprache			
Einladend			
Abwehrend			
Bedacht	I	II	
Impulsiv	I		
Belehrend			
Zwischenruf			II

Tabelle 29: FPÖ vs. SPÖ – Finanzkrise

Nach der Einleitung von Thurnher beginnt Faymann mit einer staatsmännischen Analyse; warnt vor Risiken, spricht von geplanten Risiko-Entlastungen. Strache lobt die vergangene Weitsicht seiner Partei, erinnert daran, dass Faymann der letzten Regierung angehört hat.

Wirkung

Strache wirkt..

- .. versucht staatsmännisch
- .. unterschwellig angriffig

Faymann wirkt..

- .. staatsmännisch
- .. ruhig, bedacht

Gesprächsklima

Die Duellanten hatten noch wenig Gelegenheit zur direkten Konfrontation. Faymann geht in seinem Statement gar nicht auf die FPÖ ein, Strache greift kurz Faymann an. Dennoch ist das Klima bisher nicht angespannt, das Gespräch findet auf der Sachebene statt.

Themenvorgabe: Pensionen & Entlastungspaket

Zeit: 03:30 bis 12:00

Dauer: 8'30"

	Strache	Faymann	Thurnher
Argumentation			
Lösungsvorschläge	II	II	
Problemaufzählung	I	I	
Eigenlob	I	III	
Anprangerung	IX	II	
	I zu Molterer		
Verhalten			
Defensiv			
Offensiv	I		
Kompromissbereit			
Beharrlich		I	
Körpersprache			
Einladend	VI	IV	
Abwehrend	II		
Bedacht	II		
Impulsiv	III	II	
Belehrend			
Zwischenruf		II	IV

Tabelle 30: FPÖ vs. SPÖ – Pensionen & Entlastungspaket

Faymann bleibt in der Rolle des freundlich lächelnden Staatsmannes, versucht das Image eines gutmütigen, wenn auch bestimmten; eines wohlmeinenden, wissenden Politikers aufzubauen. Auch Strache gibt sich bedachter als sonst, greift sein Gegenüber dennoch vermehrt an.

Wirkung

Strache wirkt..

.. versucht staatsmännisch

.. angriffiger

Faymann wirkt..

.. gelassen

.. wie ein Onkel, der die Welt erklärt

Gesprächsklima

Die Rollen verfestigen sich: Strache wird zunehmend angriffiger, reitet bei jeder Gelegenheit Attacken auf sein Gegenüber. Faymann bleibt gelassen, ignoriert Straches Angriffe, wodurch das Gesprächsklima sachlich bleibt.

Themenvorgabe: Integration (Einleitungsfrage, wie sie miteinander auskommen)
Zeit: 12:00 bis 31:30
Dauer: 19'30"

	Strache	Faymann	Thurnher
Argumentation			
Lösungsvorschläge	I	IV	
Problemaufzählung	IV	III	
Eigenlob	V	VIII	
Anprangerung	XIII	X	
Verhalten			
Defensiv			
Offensiv	IV	V	
Kompromissbereit			
Beharrlich	II	II	
Körpersprache			
Einladend	V	IX	
Abwehrend	VII	VI	
Bedacht	VIII	III	
Impulsiv	IV	XII	
Belehrend			IV
Zwischenruf	IV	XX	VI

Tabelle 31: FPÖ vs. SPÖ – Integration

Strache gefällt sich in der Rolle des Angreifers. Faymann fällt ihm zunehmend ins Wort, je länger die Diskussion dauert, wird ebenfalls angriffig, ja gar untergriffig: „Da sieht man, dass Sie sich nicht auskennen.“ Moderatorin Thurnher hat immer mehr Mühe, die Diskussion sachlich zu halten.

Wirkung

Strache wirkt..

- .. wie der selbsternannte Rächer
- .. fast etwas verbissen

Faymann wirkt..

- .. zunehmend genervt
- .. darüber erhaben, teils untergriffig

Gesprächsklima

Dadurch, dass nun auch Faymann stichelt, teils untergriffiger als der FPÖ-Chef, diesen zudem 20 mal (!) unterbricht, wirkt die Diskussion nun emotional geführt.

Themenvorgabe: Universität
Zeit: 31:30 bis 34:00
Dauer: 2'30"

	Strache	Faymann	Thurnher
Argumentation			
Lösungsvorschläge	II	II	
Problemaufzählung			
Eigenlob	III	II	
Anprangerung			
Verhalten			
Defensiv			
Offensiv	I		
Kompromissbereit			
Beharrlich			
Körpersprache			
Einladend	II	II	
Abwehrend		II	
Bedacht	I		
Impulsiv	II		
Belehrend	II		
Zwischenruf			III

Tabelle 32: FPÖ vs. SPÖ – Universität

Thurnher unterbricht Strache mehrmals, um ihn aufzufordern, auf ihre „einfache Frage“ zu antworten. Er bleibt bei seiner Linie, da in einer Konfrontation Platz sein müsse, die Differenzen aufzuzeigen.

Wirkung

Strache wirkt..

- .. bestimmt
- .. gesprächsbereit

Faymann wirkt..

- .. ruhig
- .. lösungsorientiert

Gesprächsklima

Durch die Unterbrechungen zwar noch emotional, aber nicht mehr so aufgewühlt wie beim Thema davor.

Themenvorgabe: Anti-Teuerungspaket (+ Steuersenkung + Bawag II)
Zeit: 34:00 bis 39:45
Dauer: 5'45"

	Strache	Faymann	Thurnher
Argumentation			
Lösungsvorschläge	I	I	
Problemaufzählung			
Eigenlob	II	III	
Anprangerung	IV	I	
		I zu ÖVP	
Verhalten			
Defensiv			
Offensiv			
Kompromissbereit			
Beharrlich			
Körpersprache			
Einladend	I	V	
Abwehrend		I	
Bedacht	II		
Impulsiv	III	II	
Belehrend	I		
Zwischenruf	II	I	VIII

Tabelle 33: FPÖ vs. SPÖ – Anti-Teuerungspaket

Strache geht noch weiter in der Rolle des selbsternannten Rächers des kleinen Mannes, als er unaufgefordert den Bawag-Skandal via „Bawag II“ zur Sprache bringt. Faymann pariert den Angriff lässig, in der Abwehr gibt er Strache noch eine Verbalwatsche mit: „Immer wenn es bei Ihnen nicht so läuft, packen Sie den Schmutzkübel aus.“

Wirkung

Strache wirkt..

- .. angriffslustig
- .. stur

Faymann wirkt..

- .. überlegen
- .. aber ebenso stur

Gesprächsklima

Nachdem die Fragen zum Teuerungspaket beantwortet sind, spricht Strache die Bawag an. Thurnher möchte es ihm erst verbieten, scheitert. Faymann redet dagegen, Strache weiter: Die „Vergangenheitsbewältigung“ wird unverständlich, weil beide einfach nicht aufhören zu sprechen.

Themenvorgabe: EU-Kurs (+ Verbotsgesetz)

Zeit: 39:45 bis 46:30

Dauer: 6'45"

	Strache	Faymann	Thurnher
Argumentation			
Lösungsvorschläge	II	I	
Problemaufzählung	I		
Eigenlob	I	II	
Anprangerung	VII	II	
Verhalten			
Defensiv			
Offensiv		III	
Kompromissbereit			
Beharrlich	I	II	
Körpersprache			
Einladend	I	III	
Abwehrend	III	III	
Bedacht			
Impulsiv	VI	VI	
Belehrend			
Zwischenruf	VI	V	XII

Tabelle 34: FPÖ vs. SPÖ – EU-Kurs

Strache schwankt zwischen staatsmännischem Gehabe und Rächer, blüht beim Verbotsgesetz auf.

Faymann findet sich in der Rolle des angegriffenen, aber parierenden Staatsmannes wieder.

Wirkung

Strache wirkt..

.. aufgeschlossen

.. kompetent

Faymann wirkt..

.. bestimmt, energisch

.. engagiert

Gesprächsklima

Das Klima wechselt zwischen hitzig bis zu emotional und doch sachlich beim Verbotsgesetz, wo Strache ruhig argumentiert, warum es abgeschafft werden sollte und Faymann ein Plädoyer hält, warum dies nicht passieren dürfe. Thurnher hat immer wieder Not, die Diskutanten einzubremsen.

Themenvorgabe: FPÖ als Koalitionspartner

Zeit: 46:30 bis 47:30

Dauer: 1'

	Strache	Faymann	Thurnher
Argumentation			
Lösungsvorschläge			
Problemaufzählung	I		
Eigenlob			
Anprangerung	II		
Verhalten			
Defensiv			
Offensiv			
Kompromissbereit			
Beharrlich	I		
Körpersprache			
Einladend			
Abwehrend			
Bedacht			
Impulsiv			
Belehrend			
Zwischenruf		I	II

Tabelle 35: FPÖ vs. SPÖ – FPÖ als Koalitionspartner

Zu kurz

Wirkung

Strache wirkt..

(zu kurz für Wirkung)

Faymann wirkt..

(kam nicht zu Wort)

Gesprächsklima

Thurnher möchte kurze Antwort, Strache ausführlich antworten. Kurz hitzig, Strache reitet letzte Verbalattacken.

3.7.1.6 BZÖ vs. ÖVP 2008

Themenvorgabe: Verhältnis zueinander

Zeit: 1:00 bis 3:43

Dauer: 2'43"

	Haider	Molterer	Thurnher
Argumentation			
Lösungsvorschläge			
Problemaufzählung	I		
Eigenlob	I	I	
Anprangerung	I	I	
Verhalten			
Defensiv			
Offensiv			
Kompromissbereit			
Beharrlich			
Körpersprache			
Einladend	I	I	
Abwehrend			
Bedacht	I	I	
Impulsiv			
Belehrend			
Zwischenruf	I	I	I

Tabelle 36: BZÖ vs. ÖVP – Verhältnis

Einleitung von Thurnher, danach beide sachlich, aber mit Schalk in den Augen zur Zusammenarbeit.

Wirkung

Haider wirkt..

.. eloquent

.. konstruktiv

Molterer wirkt..

.. amüsiert

.. sachlich

Gesprächsklima

Derzeit noch entspannt, mit Witz geladen.

Themenvorgabe: Teuerung
Zeit: 3:45 bis 25:15
Dauer: 21'30"

	Haider	Molterer	Thurnher
Argumentation			
Lösungsvorschläge	VIII	VII	
Problemaufzählung	VI	III	
Eigenlob	VI	IX	
Anprangerung	XIV	V	
Verhalten			
Defensiv			
Offensiv	II		
Kompromissbereit			
Beharrlich		II	
Körpersprache			
Einladend	VIII	IX	
Abwehrend	VI	VII	
Bedacht	VI	VII	
Impulsiv	II	I	
Belehrend		I	
Zwischenruf	X	VII	XII

Tabelle 37: BZÖ vs. ÖVP – Teuerung

Haider appelliert an Molterers Herz als „Säckelwart“, zählt auf, was die FPÖ unter seiner Führung angestrebt hatte, was die ÖVP nachher abkupferte. Molterer versucht sich als wirtschaftspolitischen Gewissen Österreichs zu gerieren. Aussagen und Mimik/Gestik passen allerdings nur selten zueinander, was einen unangenehmen Eindruck, fast Verwirrung, hinterlässt.

Wirkung

Haider wirkt..

- .. angriffig, aber nicht untergriffig
- .. lösungsorientiert

Molterer wirkt..

- .. versucht staatsmännisch
- .. versucht vorausschauend

Gesprächsklima

Emotional geführte Diskussion, aber nicht untergriffig. Beide versuchen sich als Staatsmänner, Thurnher muss nur eingreifen, um die Diskutanten zur Frage zurückzuholen. Vor allem Molterer weicht gerne in Allgemeines aus.

Themenvorgabe: Verwaltungsreform

Zeit: 25:15 bis 30:00

Dauer: 4'45"

	Haider	Molterer	Thurnher
Argumentation			
Lösungsvorschläge	III	I	
Problemaufzählung	I	I	
Eigenlob	I		
Anprangerung	II	II	
Verhalten			
Defensiv			
Offensiv			
Kompromissbereit			
Beharrlich			
Körpersprache			
Einladend	I	I	
Abwehrend	I	I	
Bedacht	I	I	
Impulsiv			
Belehrend			
Zwischenruf	I		I

Tabelle 38: BZÖ vs. ÖVP – Verwaltungsreform

Haider präsentiert recht sachlich recht drastische Vorschläge zu Veränderung der Verwaltung: Verkleinerung Parlament und Bundesrat, gar die Zusammenlegung von Präsident und Kanzler – er verweist auf die Schweiz und das Einsparungspotenzial. Molterer hält davon „gar nichts“, Fragen von Thurnher nach Einsparungspotenzialen (abgesehen von Landesschulräten) weicht er aber aus..

Wirkung

Haider wirkt..

.. versiert

.. „mutig“

Molterer wirkt..

.. bedacht

.. vorsichtig, verantwortungsbewusst

Gesprächsklima

Nicht aufgeheizt, wenn auch nicht einschläfernd. Angeregt. Abgesehen von Molterers Einwand zur Ämterzusammenlegung von Präsident und Kanzler: Es folgte eine untergriffige Replik, eine genervte Handbewegung auf Thurnhers Nachfrage, eine oberlehrerhafte Antwort.

Themenvorgabe: EU
Zeit: 30:00 bis 37:30
Dauer: 7'30"

	Haider	Molterer	Thurnher
Argumentation			
Lösungsvorschläge	IV	III	
Problemaufzählung	III		
Eigenlob	I	III	
Anprangerung	II	V	
Verhalten			
Defensiv			
Offensiv	I		
Kompromissbereit		II	
Beharrlich	I		
Körpersprache			
Einladend	II	IV	
Abwehrend	II	II	
Bedacht	II	III	
Impulsiv		I	
Belehrend			
Zwischenruf	V	IV	IV

Tabelle 39: BZÖ vs. ÖVP – EU

Haider verteidigt seine EU-Linie: Vom Befürworter zum Kritiker. Er fordert Molterer dazu auf, gegen Missstände aufzutreten, etwa bei Basel II. Molterer gibt ihm Recht, widerspricht gleich darauf; redet viel, ohne Konkretes zu sagen, während Haider die Abschaffung der Mindest-KöST fordert.

Wirkung

Haider wirkt..

- .. versiert, eloquent
- .. handlungsbereit

Molterer wirkt..

- .. ausweichend
- .. weniger sattelfest als Haider

Gesprächsklima

Haider appelliert immer wieder an Molterer, er solle doch Taten setzen, Molterer weicht Thurnhers Fragen gerne aus. Es ist eine angeregte, aber nicht unangenehme Gesprächsbasis.

Themenvorgabe: Sicherheit
Zeit: 37:30 bis 44:15
Dauer: 6'45"

	Haider	Molterer	Thurnher
Argumentation			
Lösungsvorschläge	III	I	
Problemaufzählung	I	IV	
Eigenlob	I	II	
Anprangerung	II	II	
Verhalten			
Defensiv			
Offensiv	I		
Kompromissbereit		I	
Beharrlich		I	
Körpersprache			
Einladend	II	III	
Abwehrend	I	II	
Bedacht	I	I	
Impulsiv			
Belehrend			
Zwischenruf	IV	V	VI

Tabelle 40: BZÖ vs. ÖVP – Sicherheit

Haider wirkt derart sicher, dass er sich sogar erlaubt, etwas belustigt auf Molterer Angriffe zu antworten. Er ist eloquenter, selbstsicher, aktiver. Molterer wirkt dagegen fad, kommt nicht derart schnell auf den Punkt wie Haider.

Wirkung

Haider wirkt..

- .. versiert, eloquent
- .. überlegen

Molterer wirkt..

- .. langweilig
- .. versucht staatsmännisch

Gesprächsklima

Die Diskutanten unterbrechen sich gegenseitig öfter – schließlich geht es um eines der Kernthemen des BZÖ, das nun auch die ÖVP für sich entdeckt hat. Haider vertritt und argumentiert es allerdings erfahrener. Thurnher muss die Duellanten immer wieder zügeln.

Themenvorgabe: Koalitionsvarianten

Zeit: 44:15 bis 47:15

Dauer: 3'

	Haider	Molterer	Thurnher
Argumentation			
Lösungsvorschläge	II	I	
Problemaufzählung	I		
Eigenlob		I	
Anprangerung	IV		
Verhalten			
Defensiv			
Offensiv	I		
Kompromissbereit			
Beharrlich			
Körpersprache			
Einladend	I	I	
Abwehrend			
Bedacht	I	I	
Impulsiv			
Belehrend			
Zwischenruf	I		III

Tabelle 41: BZÖ vs. ÖVP – Verhältnis

Haider lehnt eine große Koalition ab, an deren Scheitern er vor allem der ÖVP die Schuld gibt. Diese gönne dem Partner keinen Erfolg, sei nicht verantwortungsbewusst etc. Sollte sie sich ändern, will er aber gerne mit ihr regieren. Molterer beantwortet die Frage nicht, bringt stattdessen noch einmal Plattitüden an, was er als Kanzler machen möchte.

Wirkung

Haider wirkt..

.. bestimmt

.. lösungsorientiert

Molterer wirkt..

.. ausweichend

.. belustigt uneinsichtig

Gesprächsklima

Haider stellt sachlich fest, was er nicht möchte, streut mit einem Schmunzeln Anekdoten ein, warum.

Molterer weicht Thurnhers Frage aus, diese hakt nach, er reagiert belustigt genervt und verspricht, auf die Frage einzugehen – was er allerdings nie macht.

3.7.1.7 BZÖ vs. FPÖ 2008

Themenvorgabe: Verhältnis zueinander

Zeit: 02:00 bis 14:00

Dauer: 12'

	Haider	Strache	Thurnher
Argumentation			
Lösungsvorschläge	V		
Problemaufzählung	I	I	
Eigenlob	VII	II	
Anprangerung	VIII	VII	
Verhalten			
Defensiv			
Offensiv		I	
Kompromissbereit	I		
Beharrlich		II	
Körpersprache			
Einladend	VI	IV	
Abwehrend	II	V	
Bedacht	I	II	
Impulsiv	I		
Belehrend			
Zwischenruf		IV	IX

Tabelle 42: BZÖ vs. FPÖ – Verhältnis zueinander

Nach einer langen Einleitung wird festgehalten, dass dies keine Schlammschlacht werden soll. Bei der zweiten Frage wird Strache untergriffig, dreht, Haider, der sich anbieterte, das Du-Wort ab. Woraufhin Haider, weiterhin höflich, Straches Argumentation untergräbt, und sein Modell Kärnten lobt

Wirkung

Haider wirkt..

.. versiert, eloquent

.. lösungsorientiert

Strache wirkt..

.. verboht

.. untergriffig, anprangerungslustig

Gesprächsklima

Strache heizt mit seinen Untergriffen die Stimmung ständig auf. Haider, der anfangs

Kompromissbereitschaft gezeigt hatte, greift nun ebenfalls an, wenn auch gezielter, pointierter, besser argumentiert, weshalb seine Angriffe weniger unter der Gürtellinie erscheinen.

Themenvorgabe: Teuerung
Zeit: 14:00 bis 24:15
Dauer: 10' 15"

	Haider	Strache	Thurnher
Argumentation			
Lösungsvorschläge	VI	II	
Problemaufzählung		V	
Eigenlob	V	III	
Anprangerung	V	III	
Verhalten			
Defensiv			
Offensiv		I	
Kompromissbereit			
Beharrlich	I		
Körpersprache			
Einladend	V	IV	
Abwehrend	II	III	
Bedacht	III	I	
Impulsiv		I	
Belehrend	II		
Zwischenruf	IV	V	VIII

Tabelle 43: BZÖ vs. FPÖ – Teuerung

Ähnliche Programme, Haider betont, er handle in Kärnten bereits, sein Programm sei umfangreicher. Strache kann daraufhin nur noch attackieren, geht immer wieder auf die Vergangenheit ein, was Haider zwischendurch als „Vergangenheitsbewältigung“ abtut. Er bezeichnet Strache ein weiteres Mal als Kopiermaschine. Immer wieder kommt die Sprache auf die FPÖ-Regierungsbeteiligung.

Wirkung

Haider wirkt..

- .. wie ein elder statesman
- .. lösungsorientiert

Strache wirkt..

- .. stur
- .. angriffig

Gesprächsklima

Es ist ein Streitgespräch, wobei die Angriffe Straches einfach sind, während Haider seine gern platziert, zugleich immer wieder zur Beruhigung aufruft – wodurch er weniger streitlustig wirkt.

Themenvorgabe: Kinder
Zeit: 24:15 bis 40:30
Dauer: 16'15"

	Haider	Strache	Thurnher
Argumentation			
Lösungsvorschläge	VII	VI	
Problemaufzählung	I	IV	
Eigenlob	VI	II	
Anprangerung	IV	V	
Verhalten			
Defensiv			
Offensiv		II	
Kompromissbereit			
Beharrlich	I	II	
Körpersprache			
Einladend	VIII	IX	
Abwehrend	V	VI	
Bedacht	I	II	
Impulsiv			
Belehrend			
Zwischenruf	II	V	XII

Tabelle 44: BZÖ vs. FPÖ – Kinder

Strache weicht Thurnher auf ihre Frage nach der konkreten Ausformung der Sozialversicherung aus.
Haider betont immer wieder seine Leistungen in Kärnten, redet bedachter als Strache, auch langsamer.
Trotzdem teilen beide immer wieder Verbalwatschen aus.

Wirkung

Haider wirkt..

- .. wie ein elder statesman
- .. lösungsorientiert

Strache wirkt..

- .. stur
- .. angriffig

Gesprächsklima

Teilweise attackieren sich die Duellanten, teilweise weichen sie, vor allem Strache, den Fragen der Moderatorin aus. Es ist eine Mischung aus Sach- und emotional geführtem Streitgespräch.

Themenvorgabe: Regierung
Zeit: 40:30 bis 48:30
Dauer: 8'

	Haider	Strache	Thurnher
Argumentation			
Lösungsvorschläge	IV	II	
Problemaufzählung		IV	
Eigenlob	III	II	
Anprangerung	V	IV	
		I ad Molt, Pröll, Fay	
Verhalten			
Defensiv			
Offensiv		II	
Kompromissbereit			
Beharrlich		I	
Körpersprache			
Einladend			
Abwehrend			
Bedacht			
Impulsiv			
Belehrend			
Zwischenruf	V	III	VI

Tabelle 45: BZÖ vs. FPÖ – Regierung

Haider sucht immer wieder den Kompromiss, wenngleich er nicht vergisst, auch auszuteilen, meist in Nebensätzen. Strache holt zu einem Rundumschlag aus und prangert Missstände an, um sich als die einzig glaubwürdige Kraft darzustellen.

Wirkung

Haider wirkt..

- .. bedacht, vorausschauender
- .. erfahren

Strache wirkt..

- .. angriffslustig
- .. trotzig

Gesprächsklima

Haider bleibt auch gegen Ende der Diskussion bedacht. Strache reitet nach wie vor Angriffe. Moderatorin Thurnher muss immer wieder eingreifen.

3.7.1.8 ÖVP vs. SPÖ 2008

Themenvorgabe: Selbstbild & Politfrust

Zeit: 01:00 bis 09:30

Dauer: 8'30"

	Molterer	Faymann	Thurnher
Argumentation			
Lösungsvorschläge	III	III	
Problemaufzählung	IV	VIII	
Eigenlob	II	II	
Anprangerung	XI	VIII	
		*Selbstkritik	
Verhalten			
Defensiv			
Offensiv	I		
Kompromissbereit		I	
Beharrlich		I	
Körpersprache			
Einladend	II	II	
Abwehrend	I	I	
Bedacht	I	II	
Impulsiv	I	II	
Belehrend			
Zwischenruf	IX	VI	IV

Tabelle 46: ÖVP vs. SPÖ – Selbstbild und Politfrust

Molterer bringt sofort seine Message an den Mann: Ehrlichkeit, Verlässlichkeit. Faymann meint, man müsse so bleiben wie man sei – Slogans könnten die Menschen nachlesen. Beim Vertrauensverlust in die Politik streiten sie; Faymann hat ein ÖVP-Versprechen, die Koalition nicht aufzukündigen, dabei; Molterer einen Ausschnitt aus dem Standard – falsch geschrieben, was Faymann genüsslich breit tritt.

Wirkung

Molterer wirkt..

.. versucht staatsmännisch

.. verkrampft auf seine Botschaft fixiert

Faymann wirkt..

.. locker

.. trotz allem etwas streitlustig

Gesprächsklima

Für den Einstieg in das Duell recht ruppig, gleich in den ersten zehn Minuten fallen sich die Diskutanten so oft ins Wort, dass nichts mehr zu verstehen es. → „Es reicht“

Themenvorgabe: Steuerreform
Zeit: 09:30 bis 23:45
Dauer: 14'15"

	Molterer	Faymann	Thurnher
Argumentation			
Lösungsvorschläge	III	VIII	
Problemaufzählung	XI	I	
Eigenlob	IV	VI	
Anprangerung	XVIII	XVI	
Verhalten			
Defensiv			
Offensiv	IV	IV	
Kompromissbereit	I		
Beharrlich	III	IV	
Körpersprache			
Einladend	V	VII	
Abwehrend	III	IV	
Bedacht	IV	I	
Impulsiv	I	V	
Belehrend			
Zwischenruf	XI	XVI	XXI

Tabelle 47: ÖVP vs. SPÖ – Steuerreform

Die Diskutanten streiten, wer was wann wie beschlossen hat oder haben wollte, wie viel welche Maßnahme kostet.

Wirkung

Molterer wirkt..

- .. versucht staatsmännisch
- .. unterschwellig angriffig

Faymann wirkt..

- .. staatsmännisch
- .. ruhig, bedacht

Gesprächsklima

Molterer reagiert zunehmend genervt „Unterbrechen Sie mich nicht dauernd“, appelliert an Anstand und Höflichkeit. Faymann unterbricht weiterhin: „Wenn ja alles falsch ist, was Sie sagen.“ Da könne man nicht zuhören. Je länger die Diskussion andauert, desto häufiger unterbricht auch Molterer. Die Diskutanten fallen sich oft ins Wort, Faymann wird teils gar etwas untergriffig.

Themenvorgabe: Pension
Zeit: 23:45 bis 32:00
Dauer: 6'15"

	Molterer	Faymann	Thurnher
Argumentation			
Lösungsvorschläge	V	III	
Problemaufzählung	V	I	
Eigenlob	II	II	
Anprangerung	III	IV	
Verhalten			
Defensiv			
Offensiv			
Kompromissbereit			
Beharrlich			
Körpersprache			
Einladend	III	IV	
Abwehrend	II	III	
Bedacht	II	I	
Impulsiv			
Belehrend			
Zwischenruf	V	V	IX

Tabelle 48: ÖVP vs. SPÖ – Pension

Faymann und Molterer bedienen die Wählergruppe ausführlich. Molterer stellt in den Raum, dass bei einem Beschluss zur Senkung der Steuer auf Lebensmittel der Spielraum für andere Vorhaben, etwa für Pensionisten, kleiner wird. Faymann steigt darauf ein, fragt nach.

Wirkung

Molterer wirkt..

- .. leicht verbissen
- .. besserwisserisch

Faymann wirkt..

- .. fast etwas populistisch
- .. nicht gerade streitscheu, überheblich

Gesprächsklima

Nicht mehr ganz so ruppig wie noch beim vorhergehenden Thema, aber ähnlich: Faymann fühlt sich überlegen, versucht mit Molterer zu spielen. Molterer meint ebenso, überlegen zu sein, wirkt dabei aber teilweise zu verbissen. Beide sind immer wieder überheblich. Doch nicht genug gestritten.

Themenvorgabe: Frauenpolitik
Zeit: 32:00 bis 38:00
Dauer: 6'

	Molterer	Faymann	Thurnher
Argumentation			
Lösungsvorschläge	IV	II	
Problemaufzählung		III	
Eigenlob	VI	I	
Anprangerung	II	IV	
Verhalten			
Defensiv			
Offensiv			
Kompromissbereit			
Beharrlich			
Körpersprache			
Einladend	III	II	
Abwehrend		I	
Bedacht			
Impulsiv		II	
Belehrend			
Zwischenruf	III	II	V

Tabelle 49: ÖVP vs. SPÖ – Frauenpolitik

Beide wollen die Vereinbarkeit von Beruf und Kind fördern. Thurnher wirft ein, dies ziele nur auf Frau als Mutter ab. Zur Postenbesetzung: Faymann will eine gesetzliche Regelung, am besten so früh wie möglich, Molterer nur eine Good Governance Regelung.

Wirkung

Molterer wirkt..

.. bedacht

.. bremsend

Faymann wirkt..

.. offener, aufgeschlossener

.. aktiv

Gesprächsklima

Faymann zieht Molterer mehrmals auf, hakt nach, kommentiert dessen Antworten. Er trägt nicht zu einem ruhigeren Gesprächsklima bei, wirkt dadurch aber aktiv.

Themenvorgabe: Umweltschutz

Zeit: 38:00 bis 44:00

Dauer: 6'

	Molterer	Faymann	Thurnher
Argumentation			
Lösungsvorschläge	IV	IV	
Problemaufzählung		II	
Eigenlob	VII	VII	
Anprangerung	I	I	
Verhalten			
Defensiv			
Offensiv	I	I	
Kompromissbereit			
Beharrlich		II	
Körpersprache			
Einladend	III	III	
Abwehrend		I	
Bedacht	II	I	
Impulsiv		I	
Belehrend			
Zwischenruf	II		III

Tabelle 50: ÖVP vs. SPÖ – Umweltschutz

Jeder sagt, welchen Beitrag er persönlich leistet: Molterer durch sparsames Heizen, Faymann durch nur ein wenig genutztes Auto, Gasauto als Dienstwagen. Bei den Konzepten schlägt Molterer Österreich-Ticket vor, Faymann lehnt es als zu teuer und nicht zweckmäßig ab: Wenn kein Öffi in der Nähe sei, nütze das Ticket nichts.

Wirkung

Molterer wirkt..

.. steifer als Faymann

.. ruhig, sachlich

Faymann wirkt..

.. dem „kleinen Mann“ näher

.. engagiert, wenn auch ohne Plan

Gesprächsklima

Bei den Preisen der ÖBB gibt sich Molterer besserwisserisch, Faymann überheblich, arrogant, erklärt, dass er wohl die Preise besser wisse. Sonst ist das Klima halbwegs kühl, Molterer fällt Faymann nur zwei Mal ins Wort, Faymann hält sich ganz zurück.

Themenvorgabe: Geben sie sich gegenseitig einen Job

Zeit: 44:00 bis 49:30

Dauer: 5'30"

	Molterer	Faymann	Thurnher
Argumentation			
Lösungsvorschläge	II	III	
Problemaufzählung	IV	III	
Eigenlob	IV	II	
Anprangerung	III	V	
Verhalten			
Defensiv			
Offensiv			
Kompromissbereit			
Beharrlich			
Körpersprache			
Einladend	II	II	
Abwehrend	IV	I	
Bedacht	II	I	
Impulsiv		II	
Belehrend	I		
Zwischenruf	VII	IV	VI

Tabelle 51: ÖVP vs. SPÖ – Geben sie sich gegenseitig einen Job

Molterer kommt recht lange nicht zum Punkt der Frage, ob er Faymann einen Job anbieten würde.

Thurnher unterbricht mehrmals, Molterer meint schließlich, er würde jede Frage beantworten, allerdings so, wie er es für richtig empfinde. Er möchte einen Kanzler von Dichands Gnaden verhindern. Faymann erklärt, dass er den Politikstil der „Einheit“ Schüssel-Molterer ablehne und deshalb mit Molterer keine Koalition bilden möchte.

Wirkung

Molterer wirkt..

- .. wie beim Schlussstatement
- .. nicht so gelassen, wie er gerne wäre

Faymann wirkt..

- .. bestimmt
- .. ruhig, bedacht

Gesprächsklima

Leicht angreiffig, etwas untergriffig. Molterer steif, Faymann spielt.

3.7.2 Auswertungen

Die Auswertungen im Excel-Format finden sich auf der beigelegten DVD.

3.7.3 Deskriptive Darstellung

3.7.3.1 FPÖ vs. SPÖ 2006

Folgend eine Aufteilung der verfügbaren Sendezeit auf die einzelnen Themengebiete (im Uhrzeigersinn chronologisch geordnet, beginnend bei 12 Uhr, Anmoderation), die während des TV-Duells von Heinz-Christian Strache gegen Alfred Gusenbauer behandelt wurden.

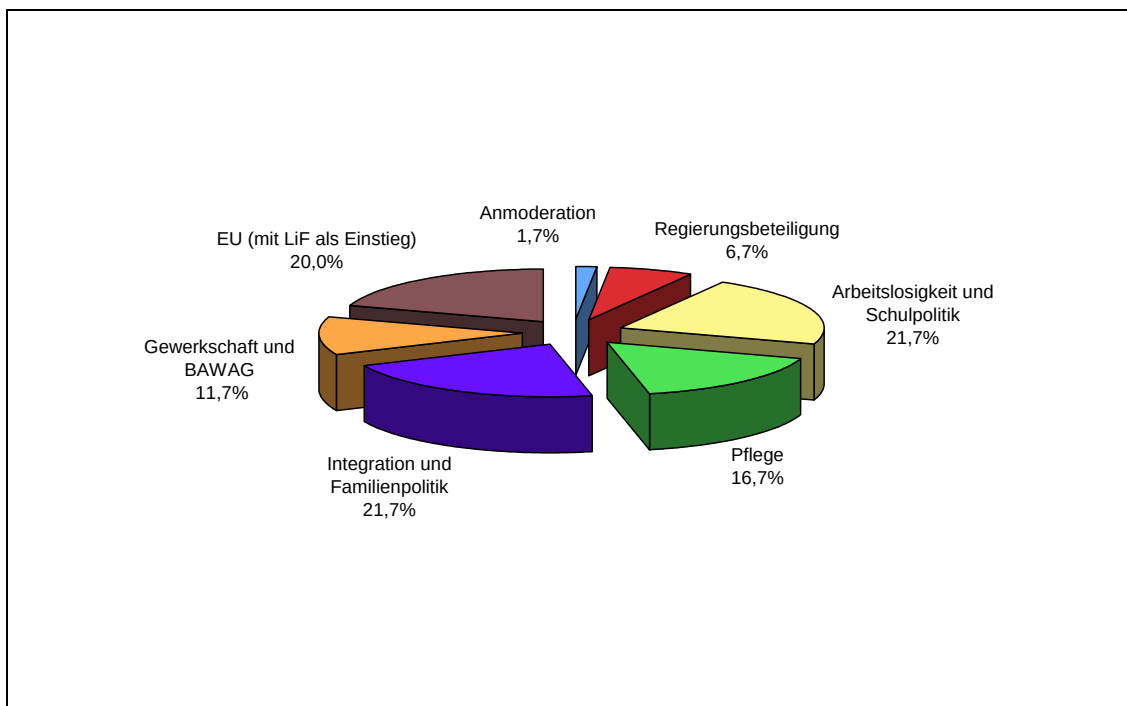


Abbildung 4: Themenverteilung TV-Duell FPÖ vs. SPÖ 2006

Die meiste Sendezeit nahmen mit jeweils 21,7 Prozent „Arbeitslosigkeit und Schulpolitik“³ sowie „Integration und Familienpolitik“ (je 13 Minuten) ein, gefolgt von „EU (mit LiF als Einstieg)“ mit 20 Prozent beziehungsweise zwölf Minuten. An vierter Stelle steht „Pflege“ (16,7 Prozent; zehn Minuten); auf Platz fünf rangiert „Gewerkschaft und BAWAG“ (11,7 Prozent; sieben Minuten), die „Regierungsbeteiligung“ nimmt 6,7 Prozent der Sendezeit in Anspruch (vier Minuten), die Anmoderation eine Minute, also 1,7 Prozent.

Erstaunlich war, dass die Bawag-Affäre in diesem Duell – wie auch in anderen – nur wenig zur Sprache kam: Nur sieben Minuten wurden diesem Themenkomplex, der die SPÖ zwischenfristig die Führerschaft in der Wählergunst gekostet hatte (vgl. Sonntagsfrage in *profil*, 25.09.2006a) und wochenlang in den Medien behandelt wurde, gewidmet. Ebenfalls ungewöhnlich: die lange Diskussionsdauer zur EU. In der Bevölkerung herrschte vor der Wirtschaftskrise – verglichen mit anderen europäischen Ländern – nur mäßiges Interesse an EU-Themen (vgl. Eurobarometerumfragen; mit dem Abfallen ökonomischen Werte stieg das Interesse an der EU, so ein Ergebnis des 70. Eurobarometer-Länderberichts vom Jänner 2009⁴).

Folgend ein Vergleich der Argumentationsstile der Kontrahenten: Der Ausschlag auf der Y-Achse der Netzgrafik (Abbildung 5: Argumentationsstil Strache (FPÖ) vs. Gusenbauer (SPÖ), Seite 147) bezieht sich auf Sachthemen – Lösungsvorschläge im positiven Teil der Achse, Problemaufzählung im negativen; der Ausschlag auf der X-Achse gibt Aufschluss darüber, wie auf der nicht-sachorientierten Ebene argumentiert

³ Arbeitslosigkeit und Schulpolitik wurden gemeinsam gewertet, da die Diskutanten in ihren Statements die Themen miteinander verwoben (so wurde u.a. Arbeitslosigkeit als Folge schlechter Schulpolitik genannt), eine Trennung war daher nicht möglich.

⁴ Kurzbeschreibung des Eurobarometer-Länderberichts vom 21. Jänner 2009: „Gemessen an den Ergebnissen der Frühjahrsumfrage gibt es einen Aufwärtstrend bei der EU-Einstellung der ÖsterreicherInnen. In der zentralen Eurobarometer-Frage, wie sie die Mitgliedschaft ihres Landes in der Europäischen Union beurteilen, sagen 39 Prozent der ÖsterreicherInnen, sie ist ‚eine gute Sache‘. Ein Plus von drei Prozent. Der positive Trend ist bei der Frage nach den Vorteilen der Mitgliedschaft Österreichs in der Europäischen Union am größten: 47 Prozent der ÖsterreicherInnen sehen einen Vorteile. Das ist ‚eine Zunahme von elf Prozent, das ist eine starke Zunahme‘, sagt der Leiter der Kommissionsvertretung Richard Kühnel. ‚Wir haben die Rote Laterne in vielen Bereichen abgegeben. Die Zustimmung zu Europa hat zugenommen und vor allem bei der Frage nach den Vorteilen, die die EU bietet, haben wir in Österreich den stärksten Zuwachs europaweit zu verzeichnen‘ so Kühnel weiter.“; online abrufbar unter http://ec.europa.eu/austria/news/2009_01_21_eb-laenderbericht_de.htm (02.09.2009)

wurde: Eigenlob im positiven, Kritik/Anprangerung im negativen Teil. Je höher der Ausschlag, desto öfter hat der Diskutant in der beschriebenen Form argumentiert. In den Grafiken lässt sich so der Argumentationsstil auf einen Blick erfassen und mit dem anderer Duellanten vergleichen.

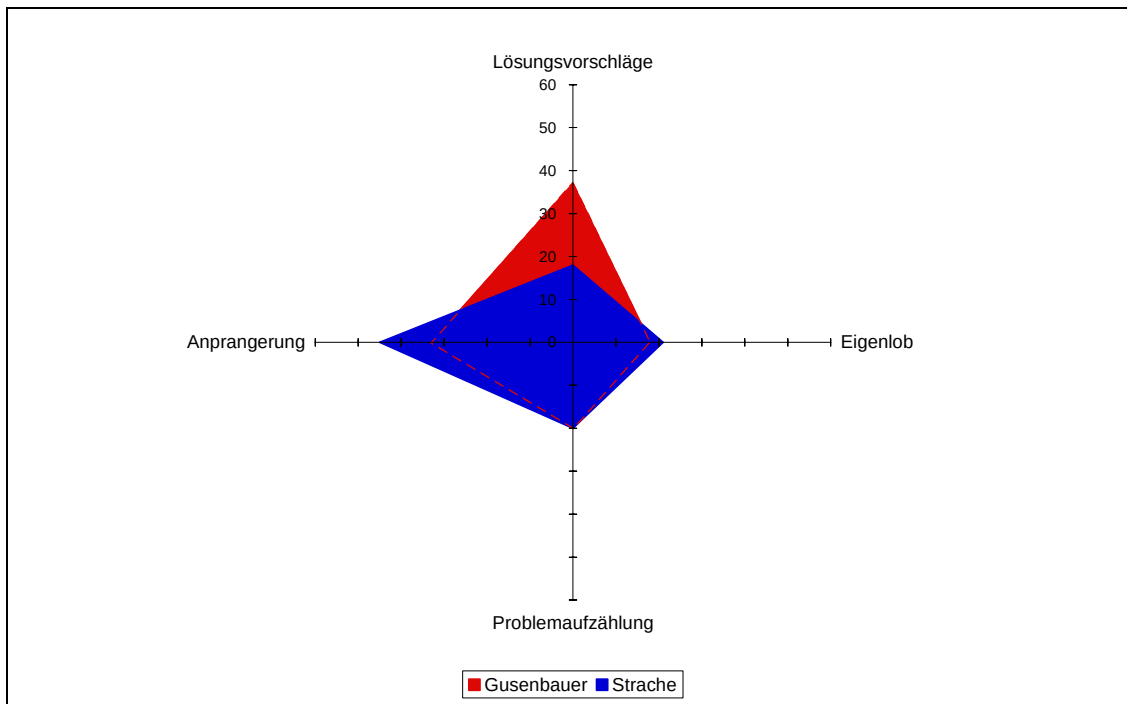


Abbildung 5: Argumentationsstil Strache (FPÖ) vs. Gusenbauer (SPÖ)

- Gusenbauer präsentierte 37 Lösungsvorschläge, Strache 18.
- Gusenbauer und Strache zeigten jeweils 20-mal Probleme auf.
- Gusenbauer prangerte 33-mal an, Strache 45-mal.
- Gusenbauer lobte sich und seine Partei 18-mal, Strache 21-mal.

Das Gesamtbild der Argumentation zeigt, dass auch Sachthemen, zumindest für den SPÖ-Kandidaten, Gewicht hatten. Der Ausschlag auf der Y-Achse ist als Indikator hierfür zu verstehen (siehe Abbildung 5: Argumentationsstil Strache (FPÖ) vs. Gusenbauer (SPÖ), Seite 147). Für einen Kanzlerkandidaten typisch ist der Ausschlag

nach oben, zu den Lösungsvorschlägen – er will zeigen, dass er fähig ist, den Staat zu führen; Lösungen parat hat. Die Anprangerungen dienen dazu, sich von den anderen Parteien, vor allem dem direkten Kontrahenten, in diesem Fall während der Diskussion von Straches FPÖ, im Wahlkampf von der ÖVP, abzugrenzen. Gusenbauer ist in der Situation, der aktuellen Regierung nicht anzugehören, weshalb er diese leicht kritisieren kann, ohne mit Vorhaltungen rechnen zu müssen, er selbst sei Teil dieser Politik gewesen. Molterer hatte zwei Jahre später diesen Vorteil nicht.

Strache gab sich ungewohnt staatsmännisch: Er präsentierte immerhin 18 Lösungen. Gleichzeitig prangerte er seine(n) Gegner 45-mal an – ein für ihn vergleichsweise niedriger Wert (siehe Abbildung 15: Argumentationsstil Strache (FPÖ) vs. Westenthaler (BZÖ), Seite 161)) – also zwölf Mal öfter als Gusenbauer, und wurde so seiner Rolle als Kandidat der (populistischen) Opposition (die keine reale Chance auf das Kanzleramt hat) gerecht: Für sie ist Kritik am politischen Kurs unerlässlich, müssen sie doch ihre Kontrollfunktion demonstrieren – wenn auch nicht in der Realität beweisen.

Interessant ist in diesem Zusammenhang das Verhalten der Diskutanten (siehe Abbildung 6: Verhalten Strache (FPÖ) vs. Gusenbauer (SPÖ), Seite 149): Beide agieren recht ähnlich, geben sich angriffig und beharren auf ihren Ideen.

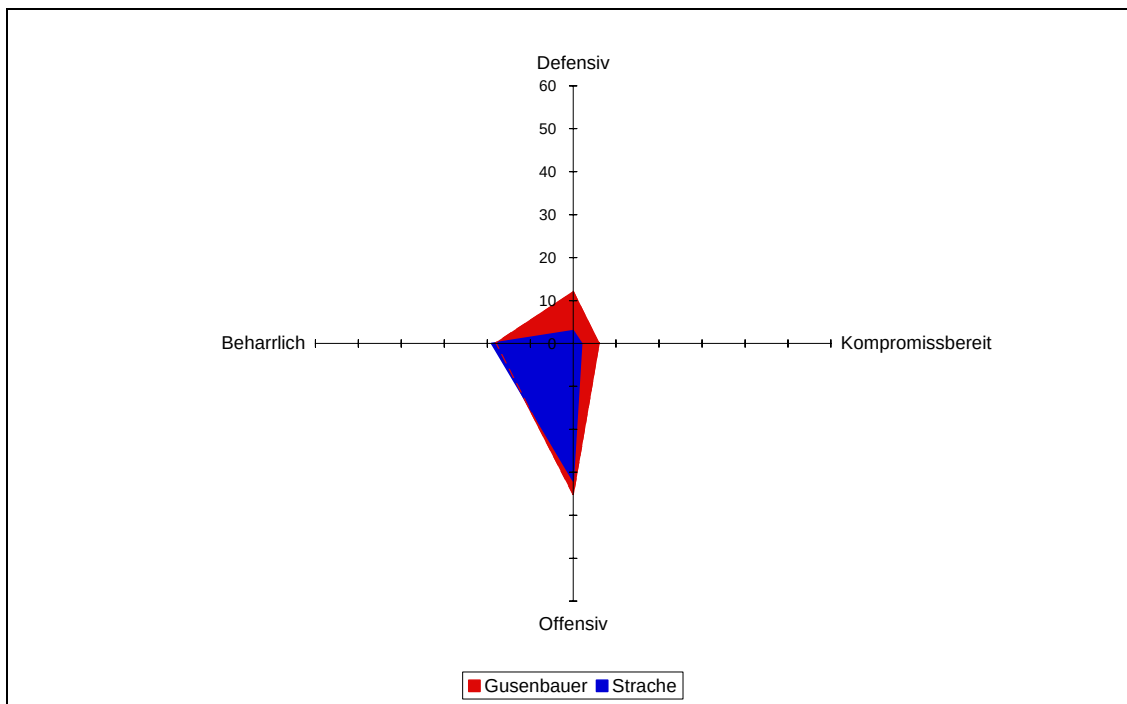


Abbildung 6: Verhalten Strache (FPÖ) vs. Gusenbauer (SPÖ)

- Gusenbauer agierte zwölf Mal defensiv, Strache drei Mal.
- Gusenbauer handelte 35-mal offensiv, Strache 33-mal.
- Gusenbauer beharrte 18-mal auf seinem Standpunkt, Strache 19-mal.
- Gusenbauer gab sich sechsmal kompromissbereit, Strache zweimal.

Kompromissbereitschaft signalisiert Gusenbauer weit öfter als Strache, vor allem bei den Themenkomplexen Gewerkschaft und EU, bei jenen Bereichen also, in denen er ein positives Klima herzustellen sucht.

Bei der Körpersprache signalisiert Gusenbauer mehr Verantwortungsbewusstsein (siehe Abbildung 7: Körpersprache Strache (FPÖ) vs. Gusenbauer (SPÖ), Seite 150): Er agiert zwar fast ebenso häufig impulsiv wie Strache, weit öfter bindet er aber einladende Gesten ein. Besonders gegen Ende der Diskussion, nachdem er sich auf Strache eingestellt hatte, ließ Gusenbauer mehr Körpersprache zu.

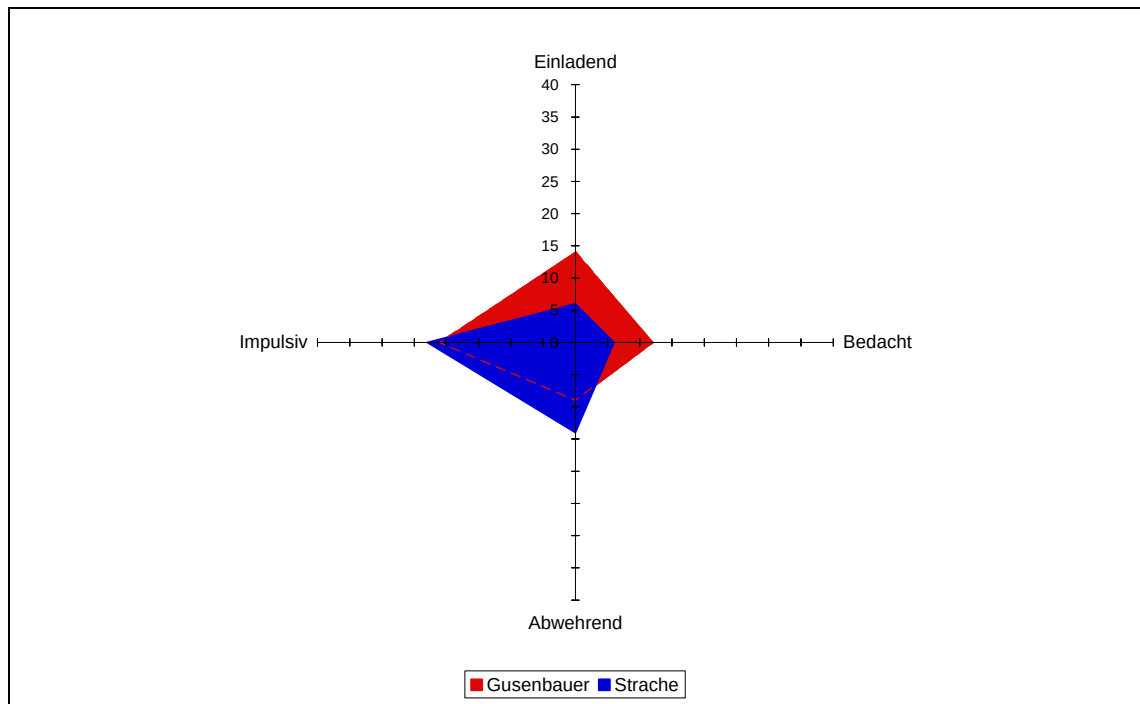


Abbildung 7: Körpersprache Strache (FPÖ) vs. Gusenbauer (SPÖ)

- Gusenbauer machte 14 einladende Gesten, Strache sechs.
- Gusenbauer machte neun abwehrende Gesten, Strache 14.
- Gusenbauer handelte 21-mal impulsiv, Strache 23-mal.
- Gusenbauer reagierte zwölfmal bedacht, Strache sechsmal.

Ein Gradmesser für die Qualität der Diskussion – von sachlich bis emotional – sind die Zwischenrufe beziehungsweise Belehrungen (siehe Abbildung 8: Belehrungen und Zwischenrufe Strache (FPÖ), Gusenbauer (SPÖ), Thurnher (ORF), Seite 151).

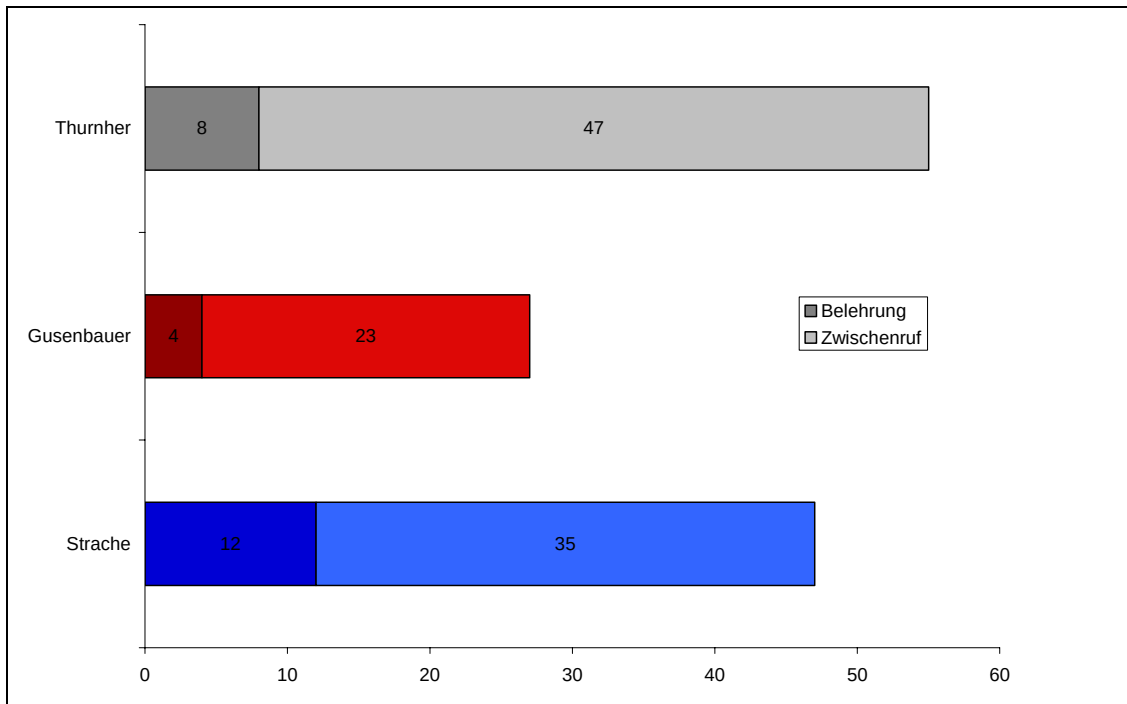


Abbildung 8: Belehrungen und Zwischenrufe Strache (FPÖ), Gusenbauer (SPÖ), Thurnher (ORF)

- Thurnher belehrte ihre Gäste acht Mal, 47-mal unterbrach sie sie.
- Gusenbauer belehrte vier Mal, 23-mal fiel er ins Wort.
- Strache belehrte zwölf Mal, 35-mal Zwischenrufe kamen von ihm.

Vor allem zu Beginn der Diskussion, als Gusenbauer vom Auftreten Straches überrascht war, wirkte er durch seine Unsicherheit unhöflich. Vier der Zwischenrufe Thurnhers gingen bereits in den ersten vier Diskussionsminuten auf sein Konto – er ließ sich nicht stoppen. Auch beim zweiten Themenkomplex, Arbeitslosigkeit und Schulpolitik, fällt Gusenbauer durch Zwischenrufe auf – diesmal während Strache spricht. Erst während des dritten Themas, Pflege, wechseln die Rollen: Gusenbauer wird merklich ruhiger, Strache aggressiver. Diese Rollenverteilung behalten die Diskutanten von nun an bei.

Zusammenfassung

Der Spitzenkandidat der SPÖ, Alfred Gusenbauer, fand nach anfänglichen Schwierigkeiten seine Rolle als Kanzlerkandidat: Lösungsorientiert, einladend, aktiv und bestimmt – wenn letzteres auch nicht um jeden Preis wie sein Gegner, Heinz-

Christian Strache, Spitzenkandidat der populistisch agierenden FPÖ, die sich als Kontrollpartei sieht. Entsprechend griff Strache seine Gegner an, zählte Probleme auf, zeigte sich aktiv und beharrte zugleich auf seiner Meinung. Er reagierte impulsiv, wohl um damit Jugendlichkeit und Emotionalität zu signalisieren.

Die längste Sendezeit nahmen die Themen „Arbeitslosigkeit und Schulpolitik“ (Strache kritisierte das „rote Wien“; Gusenbauer die ÖVP) sowie „Integration und Familienpolitik“ (viele Vorschläge und Anregungen, durch Straches Emotionalität für Thurnher dennoch schwer, das Gespräch zu lenken) ein.

3.7.3.2 BZÖ vs. ÖVP 2006

Folgend eine Aufteilung der verfügbaren Sendezeit auf die einzelnen Themengebiete (im Uhrzeigersinn chronologisch geordnet, beginnend bei zwölf Uhr, Anmoderation), die während des TV-Duells von Peter Westenthaler gegen Martin Bartenstein behandelt wurden.

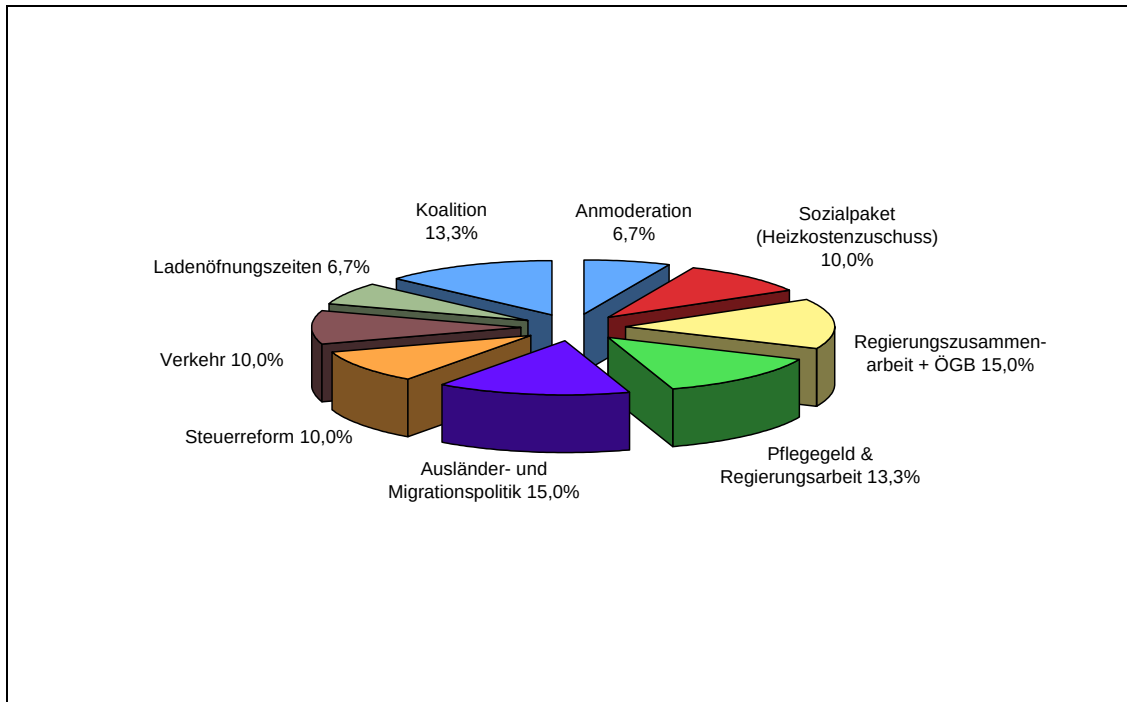


Abbildung 9: Themenverteilung TV-Duell BZÖ vs. ÖVP 2006

Die meiste Sendezeit nahmen mit je neun Minuten bzw. je 15 Prozent die Themenblöcke „Regierungszusammenarbeit + ÖGB“ sowie „Ausländer- und Migrationspolitik“ ein. „Koalition“ und „Pflegegeld & Regierungsarbeit“ kamen jeweils auf acht Minuten bzw. jeweils 13,3 Prozent. Über die Themen „Verkehr“, „Steuerreform“ und „Sozialpaket (Heizkostenzuschuss)“ wurde je sechs Minuten gesprochen (jeweils zehn Prozent); „Ladenöffnungszeiten“ und die Anmoderation dauerten je vier Minuten, also 6,7 Prozent.

Auf Grund der in weiten Teilen übereinstimmenden Meinung der Kontrahenten ergab sich eine recht gleichmäßige Zeitverteilung auf die Themengebiete. Nur die Ladenöffnungszeit, die allerdings im Vergleich zu den anderen Themen den meisten Rezipienten eher unwichtig erscheinen dürfte (Umfragen aus dem Salzburger Landtagswahlkampf 2004 weisen darauf jedenfalls hin), wurde kürzer angesprochen.

Die folgende Grafik zeigt den Argumentationsstil der Diskutanten (siehe Abbildung 10: Argumentationsstil Westenthaler (BZÖ) vs. Bartenstein (ÖVP), Seite 155): Während im vorher beschriebenen Duell seitens des Populisten Strache vor allem Negatives wie Anprangerung und Problemaufzählungen, sowie bei Gusenbauer Zukunftskonzepte, also Lösungsvorschläge dominierten, zeigt die Analyse die Richtigkeit der Bewertung dieses Duells der Regierungspartner als eine „hart an die Peinlichkeitsgrenze gehende ‚Debatte‘: Zwei Kuschelbären in Klammerstellung. Brrrrr!“ (*profil*, 18.09.2006): Das Eigenlob (die eigene Partei, die eigene Arbeit, die Regierung) sticht hervor – kein anderes Duell ergab eine ähnliche Grafik, das Verhältnis Anprangerung gegenüber Eigenlob zugunsten des Eigenlobs derart unausgeglichen war.

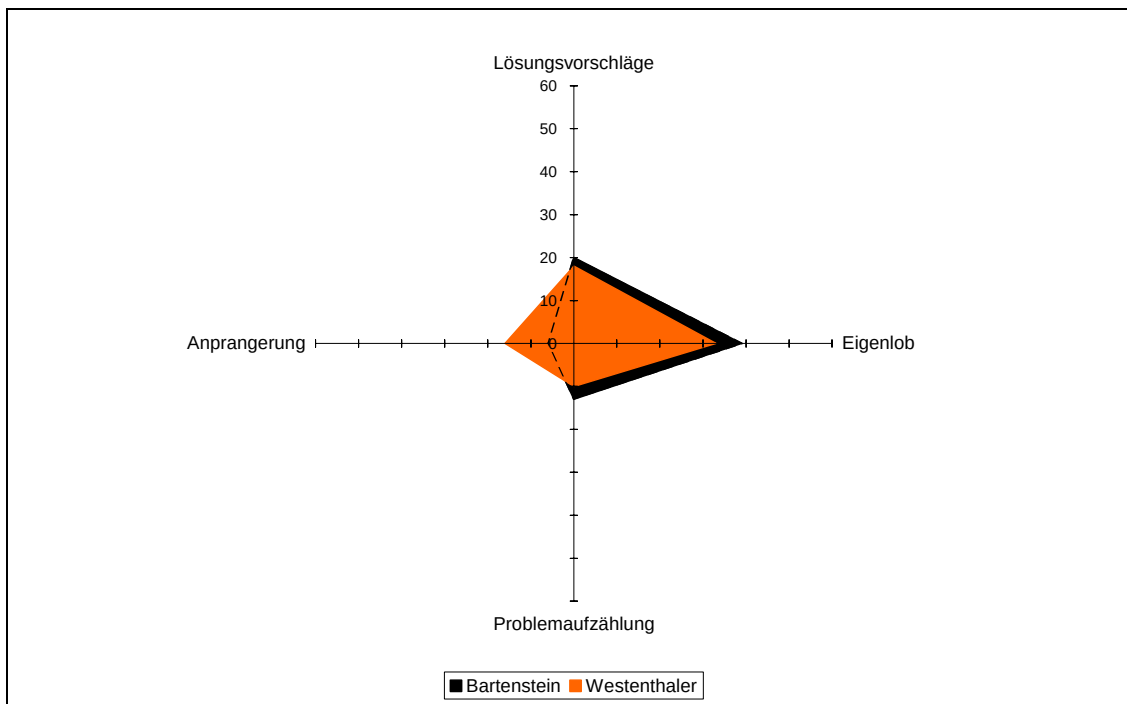


Abbildung 10: Argumentationsstil Westenthaler (BZÖ) vs. Bartenstein (ÖVP)

- Bartenstein präsentierte 20 Lösungsvorschläge, Westenthaler 18.
- Bartenstein zeigte 13 Probleme auf, Westenthaler 10.
- Bartenstein prangerte sechs Mal an, Westenthaler 16-mal.
- Bartenstein lobte sich und seine Partei 39-mal, Westenthaler 33-mal.

BZÖ-Chef Westenthaler kritisierte also etwas öfter andere – was der populistischen Ausrichtung seiner Partei entspricht.

Die Problemaufzählung, ein negatives Argumentationsmittel, das sonst gerne plakativ von populistisch Agierenden eingesetzt wird, wurde eher sporadisch verwendet. Dadurch wird die eigene Arbeit nicht angekreidet, aber darauf hingewiesen, dass die Regierungsparteien verantwortungs- und problembewusst agieren.

Lösungsvorschläge kamen zwar, aber bei weitem nicht so viele wie etwa bei dem zuvor analysierten Duell FPÖ vs. SPÖ 2006 (siehe Abbildung 5: Argumentationsstil Strache (FPÖ) vs. Gusenbauer (SPÖ), Seite 147) – schließlich würden zu viele

Lösungsvorschläge suggerieren, in der vergangenen Regierungsperiode nicht ausreichend gearbeitet zu haben.

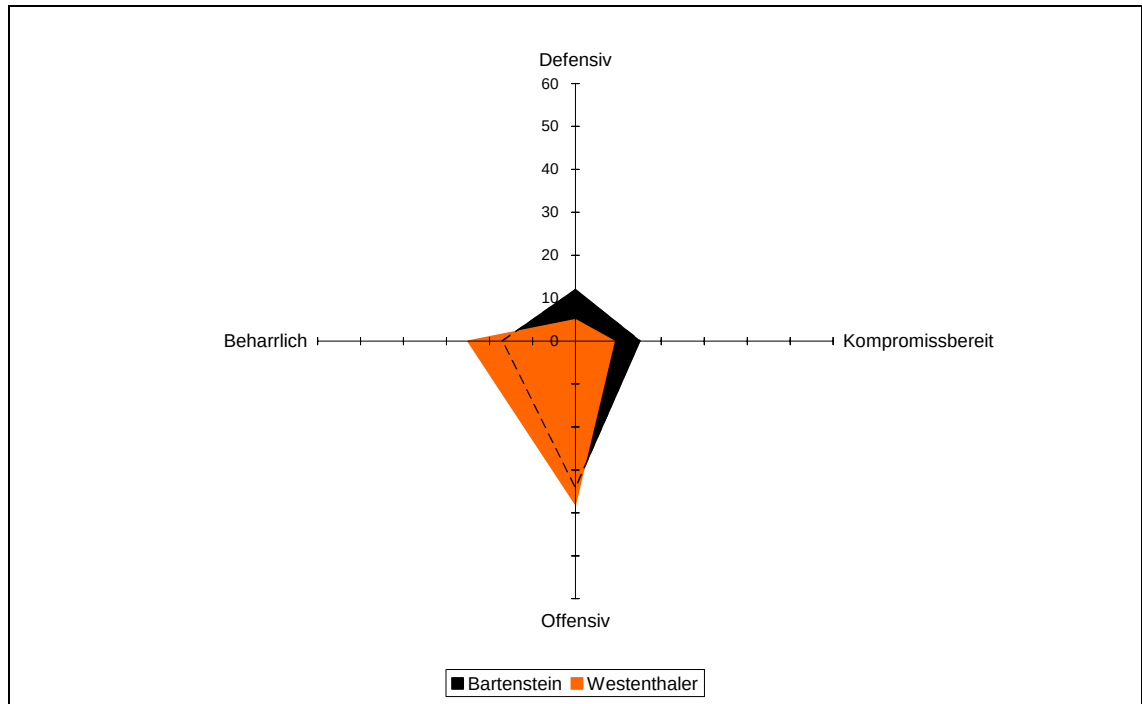


Abbildung 11: Verhalten Westenthaler (BZÖ) vs. Bartenstein (ÖVP)

- Bartenstein agierte zwölfmal defensiv, Westenthaler fünfmal.
- Bartenstein handelte 34-mal offensiv, Westenthaler 38-mal.
- Bartenstein beharrte 17-mal auf seinem Standpunkt, Westenthaler 25-mal.
- Bartenstein gab sich neunmal kompromissbereit, Westenthaler 15-mal.

Westenthaler gab sich etwas aktiver und weniger kompromissbereit. Bartenstein verhielt sich ausgewogen – neigte zu keinem Extrem, auch seine Sprechweise passte er an dieses Bild an: Er sprach ruhig und gleichmäßig.

Sogar die Körpersprache Bartensteins drückte diese innere Ruhe aus (siehe Abbildung 12: Körpersprache Westenthaler (BZÖ) vs. Bartenstein (ÖVP), Seite 157).

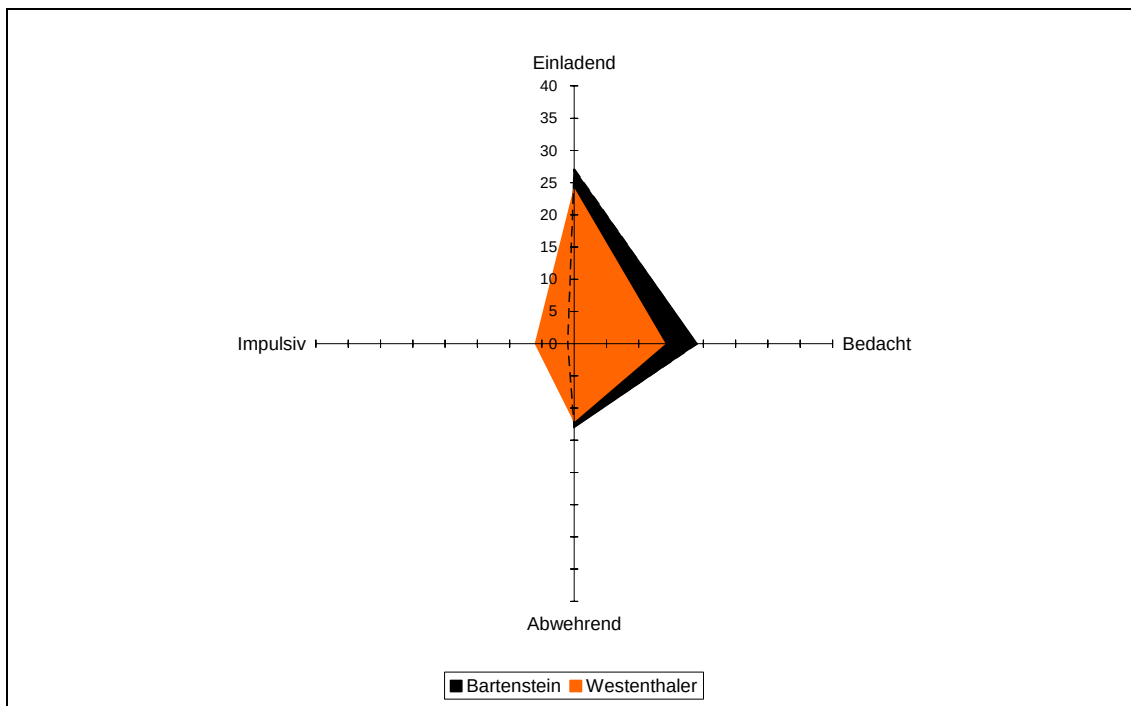


Abbildung 12: Körpersprache Westenthaler (BZÖ) vs. Bartenstein (ÖVP)

- Bartenstein machte 27 einladende Gesten, Westenthaler 24.
- Bartenstein machte 13 abwehrende Gesten, Westenthaler zwölf.
- Bartenstein handelte einmal impulsiv, Westenthaler sechsmal.
- Bartenstein reagierte 19-mal bedacht, Westenthaler 14-mal.

Er reagierte nur ein einziges Mal impulsiv, der niedrigste Wert aller Duelle. Die oben stehende Grafik zeigt deutlich, dass seine Körpersprache den Schwerpunkt links oben, im beruhigenden, sympathischen Quadranten hat.

Auch die Grafik zu den Zwischenrufen (Abbildung 13: Belehrungen und Zwischenrufe Westenthaler (BZÖ), Bartenstein (VP) Thurnher (ORF), Seite 158) zeigt das defacto konfrontationslose Klima.

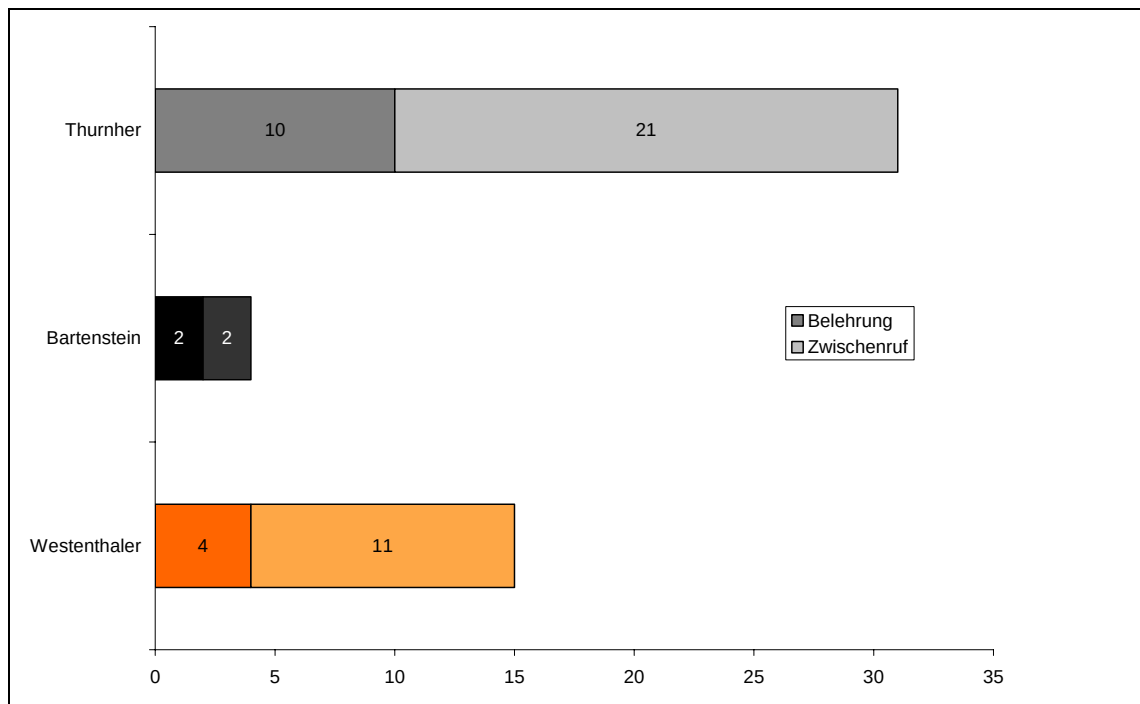


Abbildung 13: Belehrungen und Zwischenrufe Westenthaler (BZÖ), Bartenstein (VP) Thurnher (ORF)

- Thurnher belehrte ihre Gäste zehnmal, 21-mal unterbrach sie sie.
- Barteinstein belehrte zweimal, eben sooft fiel er ins Wort.
- Westenthaler belehrte viermal, elf Zwischenrufe kamen von ihm.

Bartenstein belehrte innerhalb der ersten zehn Minuten, auch einer seiner zwei Zwischenrufe kamen zum Thema „Sozialpaket (Heizkostenzuschuss)“.

Westenthaler kritisiert vor allem die SPÖ und provoziert damit Zwischenrufe der Moderatorin: Die säße nicht am Diskussionstisch. Auch Westenthalers Zwischenrufe beziehen sich meist nicht auf Bartenstein, sondern Thurnher.

Zusammenfassung

Das Duell von BZÖ gegen ÖVP, der beiden Regierungspartner, war das einzige Duell, das seinen Namen nicht verdiente. Es wurde viel gelobt, wenig angeprangert. Bartenstein beschwor von Beginn an das „Wir“ und die gemeinsamen Leistungen. Westenthaler lobte zwar mehr seine eigene Partei, ließ aber sämtliche Gelegenheiten

aus, die ÖVP zu attackieren. Stattdessen begann er mehrmals mit der Moderatorin zu diskutieren, ja fast zu streiten: Während des Themenblocks „Regierungszusammenarbeit + ÖGB“, als er die SPÖ angriff, und bei „Koalition“ – hier attackierte er Thurnher direkt.

3.7.3.3 FPÖ vs. BZÖ 2006

Folgend eine Aufteilung der verfügbaren Sendezeit auf die einzelnen Themengebiete (im Uhrzeigersinn chronologisch geordnet, beginnend bei 12 Uhr, Anmoderation), die während des TV-Duells von Heinz-Christian Strache gegen Peter Westenthaler behandelt wurden.

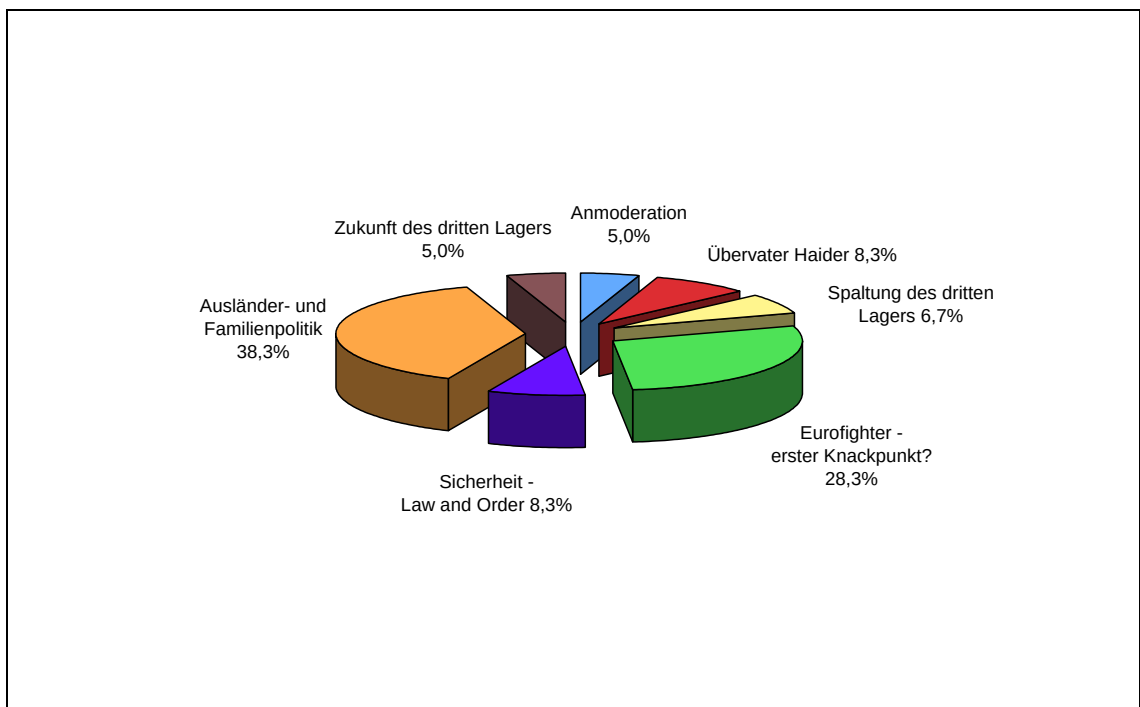


Abbildung 14: Themenverteilung TV-Duell FPÖ vs. BZÖ 2006

Den größten Teil des ersten Aufeinandertreffens des nunmehr geteilten dritten Lagers nahm – wenig überraschend – die „Ausländer- und Familienpolitik“ ein: 38,8 Prozent der Zeit, also 23 Minuten, beschäftigten sich Strache und Westenthaler damit. Auf Rang zwei liegt „Eurofighter – erster Knackpunkt?“ mit 28,3 Prozent, beziehungsweise 17 Minuten. „Sicherheit – Law and Order“ sowie „Übervater Haider“ nahmen jeweils fünf Minuten in Anspruch (je 8,3 Prozent), die „Zukunft des dritten Lagers“ und die Anmoderation je drei Minuten beziehungsweise fünf Prozent.

Die Themen waren für eine Diskussion des dritten Lagers also wenig verblüffend. Die als typisch rechts eingestuften (Ausländerthematik; Law & Order) wurden besonders

ausführlich besprochen – wohl auch um die Unterschiede des nun gespaltenen dritten Lagers herauszuarbeiten. Auch dies wurde von beiden Seiten immer wieder aufgegriffen, meist in Form von Verbalattacken gegen den Duellpartner.

Die folgende Grafik zeigt den Argumentationsstil der Diskutanten (siehe Abbildung 15: Argumentationsstil Strache (FPÖ) vs. Westenthaler (BZÖ), Seite 161):

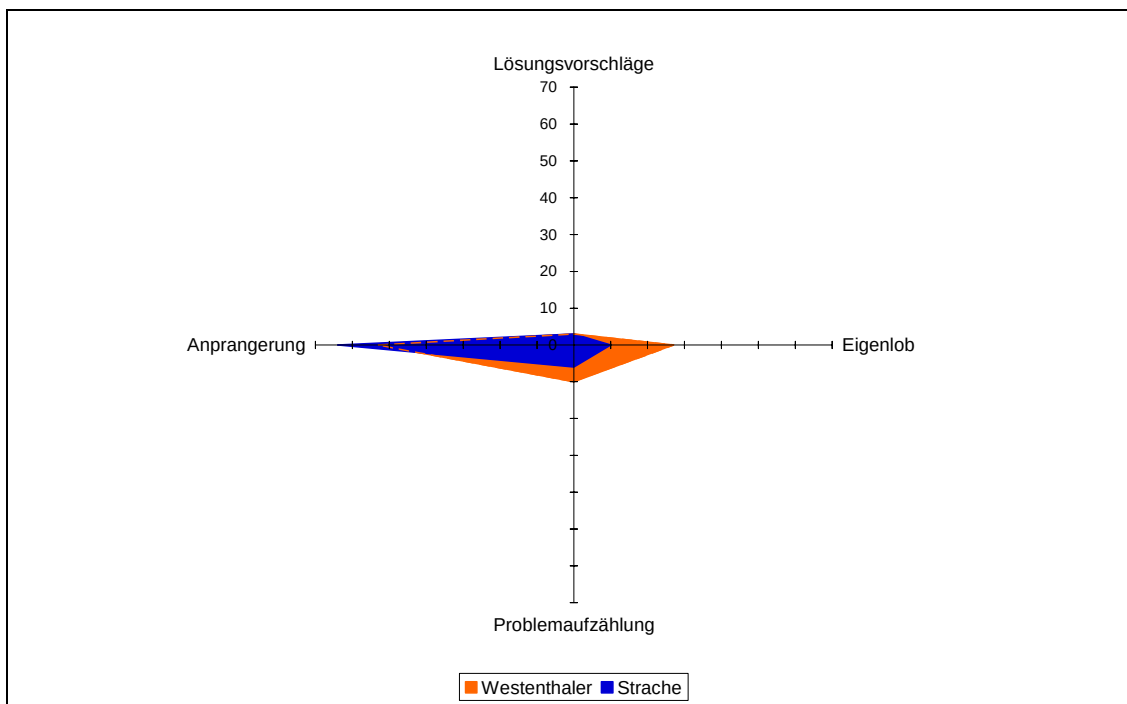


Abbildung 15: Argumentationsstil Strache (FPÖ) vs. Westenthaler (BZÖ)

- Strache und Westenthaler präsentierten je drei Lösungsvorschläge.
- Strache zeigte sechs Probleme auf, Westenthaler zehn.
- Strache prangerte 64-mal an, Westenthaler 53-mal.
- Strache lobte sich und seine Partei zehnmal, Westenthaler 27-mal.

Die flache Grafik zeigt deutlich, dass Sachthemen keine (entscheidende) Rolle spielten. Stattdessen teilten die Diskutanten 117 verbale Hiebe aus, 37-mal wurde (sich selbst) gelobt. Kein anderes Duell kam mit weniger Lösungsvorschlägen und

Problemaufzählungen aus. Ein Grund dafür ist, dass das Duell der ehemaligen Parteifreunde emotional aufgeladen war. Außerdem unterscheiden sich FPÖ und BZÖ trotz Spaltung in ihrer Einstellung zu wenig – Unterschiede gibt es nur in Detailfragen. Die sich fast absolut überschneidende Klientel der beiden Parteien ist größtenteils mit Populismus zu gewinnen (Jörg Haider ebnete mit Populismus den Weg der FPÖ von einer Klein- zu einer Mittelpartei⁵), weshalb dieses Duell auch überwiegend aus Plattitüden des rechten Spektrums bestand, aufgefettet mit untergriffigen Attacken.

Auch im Verhalten zeigt sich deutlich, dass es nicht um Lösungen, Teamfähigkeit und Sympathie-Gewinne durch einladende Gestik ging (siehe Abbildung 16: Verhalten Strache (FPÖ) vs. Westenthaler (BZÖ), Seite 162).

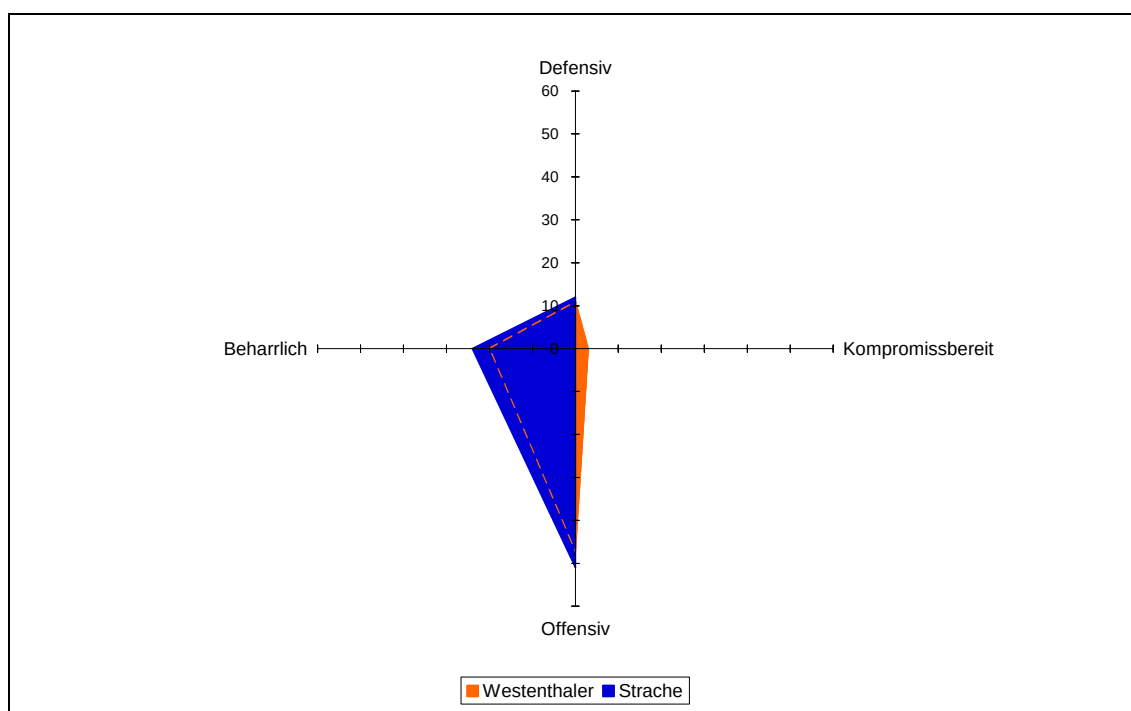


Abbildung 16: Verhalten Strache (FPÖ) vs. Westenthaler (BZÖ)

⁵ Weiterführende Literatur (nach Erscheinungsjahr):

Scharsach, Hans-Henning (1993): Haider's Kampf. Orac: Wien

Scharsach, Hans Henning (1995): Haider's Clan. Wie Gewalt entsteht. Orac: Wien

Zöchling, Christa (1999): Haider. Licht und Schatten einer Karriere. Molden: Wien

Scharsach, Hans-Henning/Kuch, Kurt (2000): Haider. Schatten über Europa. Kiepenheuer & Witsch: Köln

Pelinka, Anton: Die FPÖ: Eine rechtspopulistische Regierungspartei zwischen Adaption und Opposition. In: Frölich-Steffen, Susanne/RENSMANN, Lars (Hg.) (2005): Populisten an der Macht. Populistische Regierungsparteien in West- und Osteuropa. Braumüller: Wien

Pelinka, Anton/Sicking, Hubert/Stögner, Karin (2008): Kreisky – Haider. Bruchlinien österreichischer Identitäten. Braumüller: Wien

- Strache agierte zwölfmal defensiv, Westenthaler elfmal.
- Strache handelte 51-mal offensiv, Westenthaler 47-mal.
- Strache beharrte 24-mal auf seinem Standpunkt, Westenthaler 20-mal.
- Strache gab sich nie kompromissbereit, Westenthaler dreimal.

Beide Teilnehmer versuchten ihr Revier abzustecken – da beide aber dieselbe Klientel bedienen, ging dies nicht (nur) auf der Sachebene – so beharrten sie auf ihrer Meinung und gingen aktiv in die Diskussion; versuchten Führungskompetenz zu beweisen. Bemerkenswert ist, dass sich sowohl Strache als auch Westenthaler in den letzten drei Minuten des Duells, als Thurnher das Gespräch auf die Zukunft des dritten Lagers gelenkt hatte, sieben bzw. sechs Mal offensiv verhielten – ein im Verhältnis überproportionaler Wert – er zeigt auch die Emotionalität, die dieses Thema begleitet hat (ein weiteres Zeichen hierfür sind die vielen Zwischenrufe in den letzten drei Minuten – Strache neun, Westenthaler vier, Thurnher vier).

Interessant ist die Körpersprache der beiden (siehe Abbildung 17: Körpersprache Strache (FPÖ) vs. Westenthaler (BZÖ), Seite 164): Über weite Strecken reagieren sowohl Strache als auch Westenthaler bedacht – was ein Indiz dafür ist, dass zumindest ein Teil der Emotionalität nicht vollkommen authentisch ist, beziehungsweise, dass beide mit den diskutierten Themen gerechnet und sich entsprechend vorbereitet hatten.

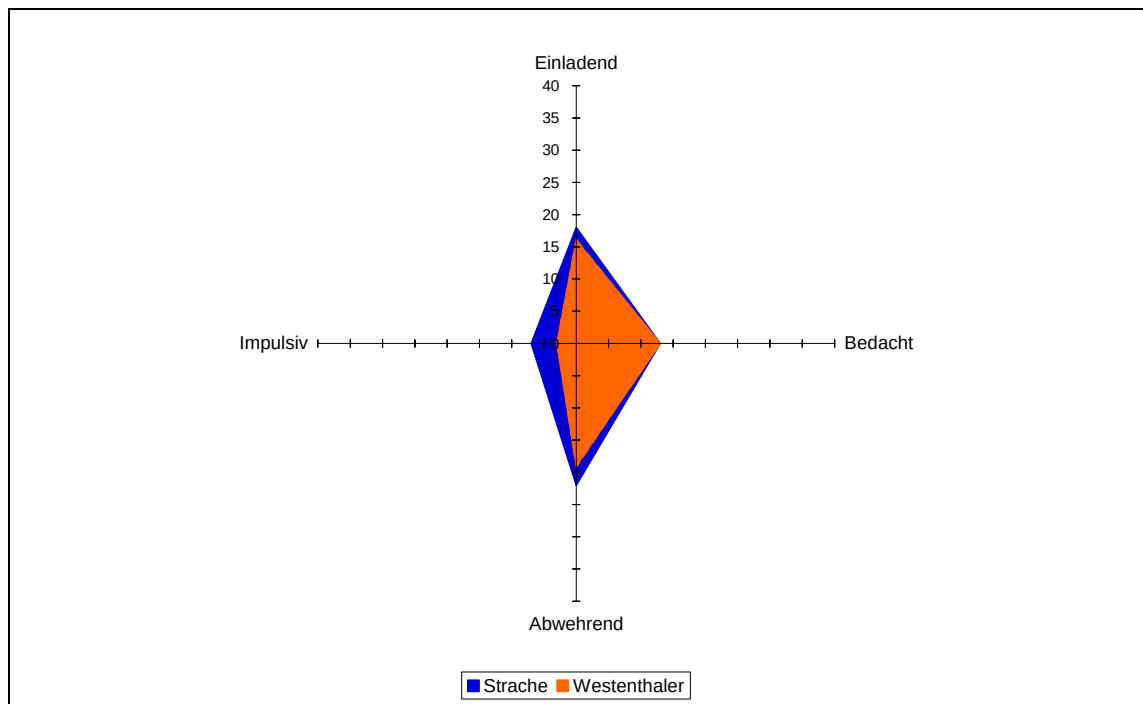


Abbildung 17: Körpersprache Strache (FPÖ) vs. Westenthaler (BZÖ)

- Strache machte 18 einladende Gesten, Westenthaler 16.
- Strache machte 22 abwehrende Gesten, Westenthaler 19.
- Strache handelte siebenmal impulsiv, Westenthaler dreimal.
- Strache und Westenthaler reagierten je 13-mal bedacht.

Ihre gesamte Körpersprache deutet darauf hin, dass sie gut auf die Diskussion vorbereitet waren.

Auf das Gesprächsklima hatte dies jedenfalls keine positiven Auswirkungen, wie auch die Zahl der Zwischenrufe zeigt (siehe Abbildung 18: Belehrungen und Zwischenrufe Strache (FPÖ), Westenthaler (BZÖ), Thurnher (ORF), Seite 165).

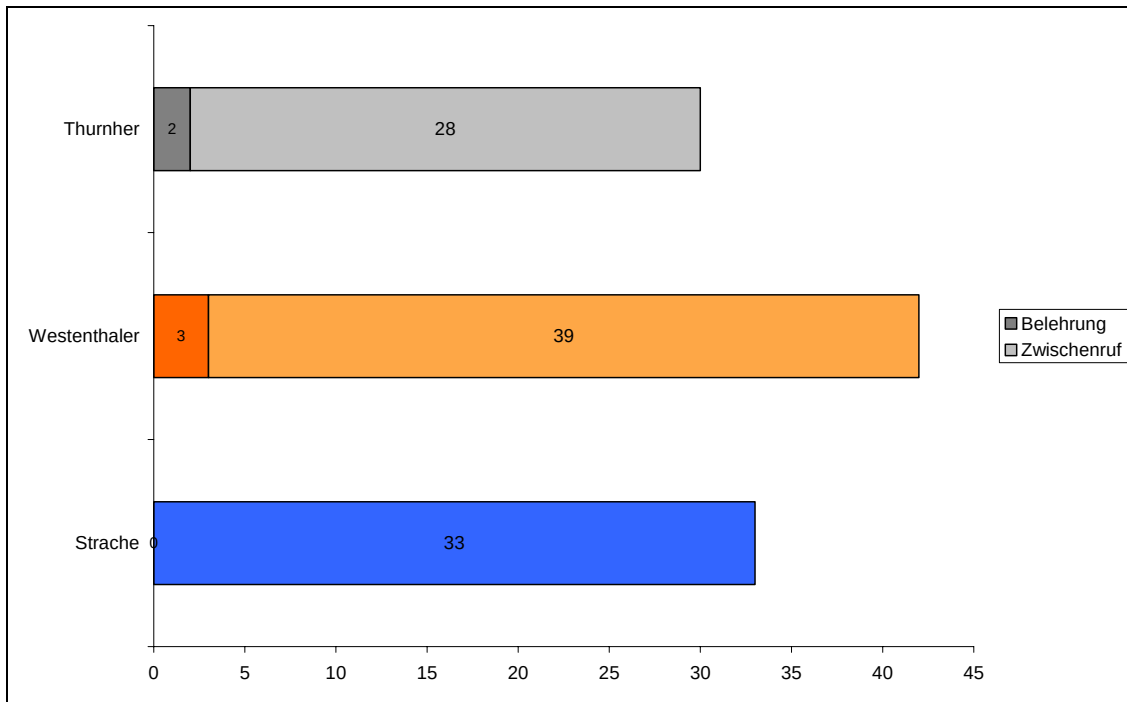


Abbildung 18: Belehrungen und Zwischenrufe Strache (FPÖ), Westenthaler (BZÖ), Thurnher (ORF)

- Thurnher belehrte ihre Gäste zweimal, 28-mal unterbrach sie sie.
- Westenthaler belehrte dreimal, 39-mal fiel er ins Wort.
- Strache belehrte nie, 33 Zwischenrufe kamen von ihm.

Zusammenfassung

Das Duell zwischen FPÖ-Chef Heinz-Christian Strache und BZÖ-Spitzenkandidat Peter Westenthaler war der Kontrastpunkt zu dem orange-schwarzen Kuschelduell. Die Diskussion war hart, wenn auch nicht auf der Sachebene. Lediglich bei der Frage, wie mit Migration umgegangen werden sollte, boten beide „Lösungen“: Westenthaler wiederholte seine Forderung, 300.000 Personen abzuschieben; Strache versuchte sie zu überbieten.

Der FPÖ-Chef bemühte sich auch hier zeitweilig, die Rolle des Staatsmannes einzunehmen – angesichts der untergriffigen Debatte konnte das nicht gelingen. Stattdessen ließen ihn seine Versuche streckenweise überheblich wirken.

Westenthaler versuchte sich in der Rolle des Aufräumers – konnte seiner Partei damit aber kein Profil verleihen.

3.7.3.4 SPÖ vs. ÖVP 2006

Folgend eine Aufteilung der verfügbaren Sendezeit auf die einzelnen Themengebiete (im Uhrzeigersinn chronologisch geordnet, beginnend bei 12 Uhr, Anmoderation), die während des TV-Duells von Alfred Gusenbauer gegen Wolfgang Schüssel behandelt wurden.

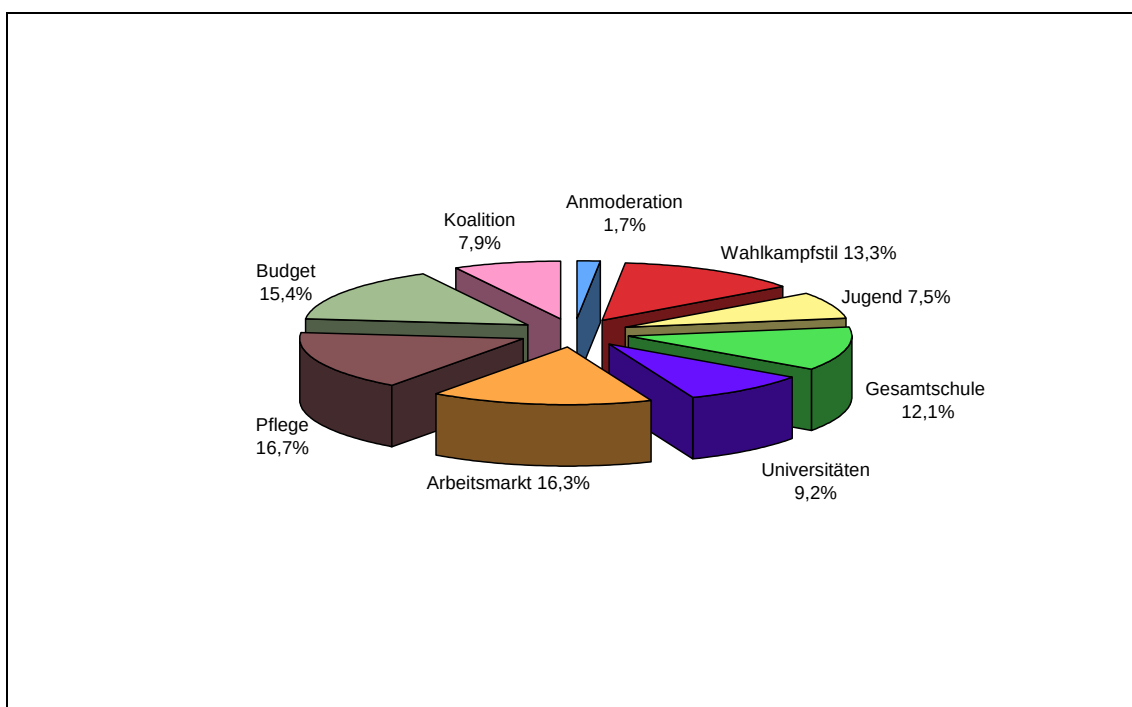


Abbildung 19: Themenverteilung SPÖ vs. ÖVP 2006

Das Thema „Pflege“ beschäftigte nicht nur die Printmedien, es nahm auch im Kanzlerduell die wichtigste Rolle ein: Gusenbauer läutete das Thema recht unsanft ein, Thurnher ließ ausführlich darüber diskutieren: Der von Schüssel negierte „Pflegetotstand“ wurde zehn Minuten, also 16,7 Prozent der zur Verfügung stehenden Zeit, behandelt. Fast ebenso lange, neun Minuten 45 Sekunden, widmeten sich die

Kanzlerkandidaten dem „Arbeitsmarkt“ (16,3 Prozent); das Budget beschäftigte sie rund neun Minuten 15 Sekunden, also 15,4 Prozent der Zeit. Über den „Wahlkampfstil“ debattierten Gusenbauer und Schüssel 13,3 Prozent der Zeit (acht Minuten). Die Diskussion um die „Gesamtschule“ kam auf 12,1 Prozent, was sieben Minuten 15 Sekunden entspricht, die „Universitäten“ auf fünf Minuten 30 Sekunden (9,2 Prozent): Die Bildungsagenden nahmen zusammen also die meiste Zeit, zwölf Minuten 45 Sekunden, ein. Dem Themenbereich „Koalition mit den Grünen“ widmete Moderatorin Ingrid Thurnher vier Minuten 45 Sekunden (7,9 Prozent), jenem zu „Jugend“ vier Minuten 30 Sekunden (7,5 Prozent). Die Anmoderation dauerte eine Minute (1,7 Prozent).

Die folgende Grafik zeigt den Argumentationsstil der Diskutanten (siehe Abbildung 20: Argumentationsstil Gusenbauer (SPÖ) vs. Schüssel (ÖVP) Seite 167):

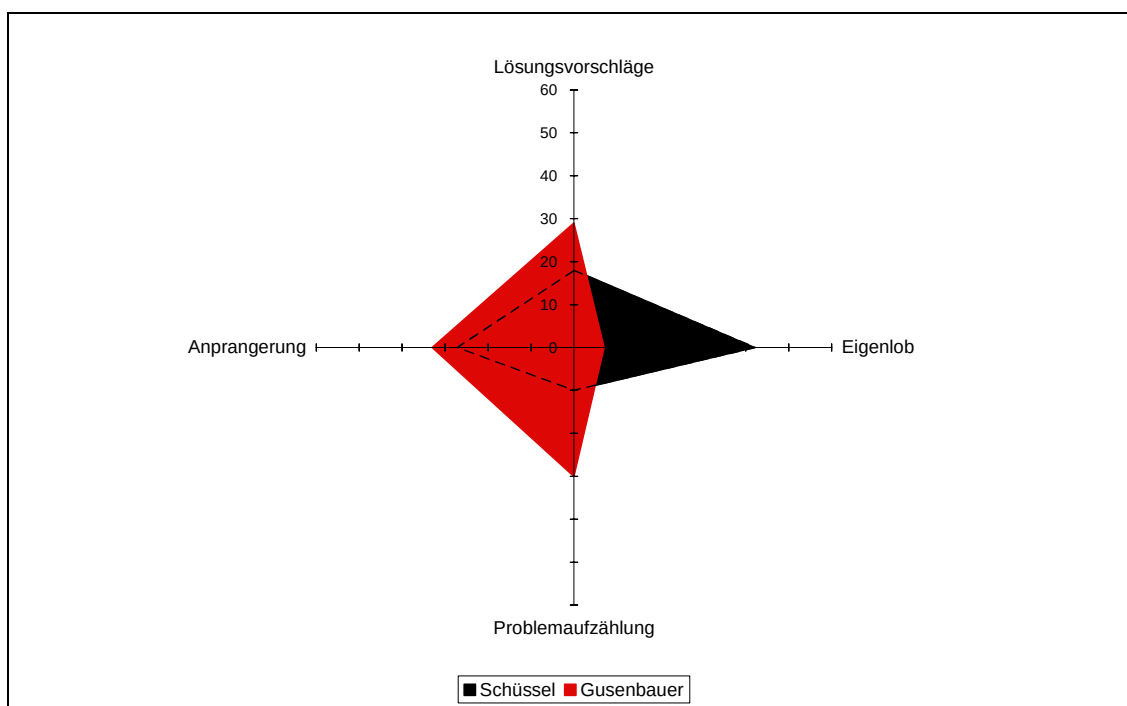


Abbildung 20: Argumentationsstil Gusenbauer (SPÖ) vs. Schüssel (ÖVP)

- Gusenbauer präsentierte 29, Schüssel 18 Lösungs-vorschläge.

- Gusenbauer zeigte 30 Probleme auf, Schüssel 27.
- Gusenbauer prangerte 33-mal an, Schüssel 53-mal.
- Gusenbauer lobte sich und seine Partei siebenmal, Schüssel 42-mal.

Im Kanzlerduell werden die Unterschiedlichen Argumentationsstile des Herausforderers und des „Titelverteidigers“ gut sichtbar: Der amtierende Kanzler Schüssel lobt sich und damit seine Arbeit, während Gusenbauer sein Gegenüber angreift, Probleme aufzählt, gleichzeitig aber auch Lösungen präsentiert. Auch Schüssel attackiert – zwar weniger oft, dafür aber untergriffiger (etwa die „Schweißperlen“), was ihn im Gesamtbild recht angriffslustig erscheinen lässt.

Es verhalten sich beide Diskutanten in bestimmten Punkten nicht unähnlich – beide kandidieren für das Amt des Regierungschefs, geben sich entsprechend führungsstark und aktiv. Die folgende Grafik in zwei Versionen: Abbildung 21: Verhalten Gusenbauer (SPÖ) vs. Schüssel (ÖVP) ist im gleichen Raster wie die Verhaltensgrafiken anderer Duelle, um sie gut vergleichen zu können, Abbildung 22: Verhalten Gusenbauer (SPÖ) vs. Schüssel (ÖVP) - Detail zeigt die Unterschiede deutlicher.

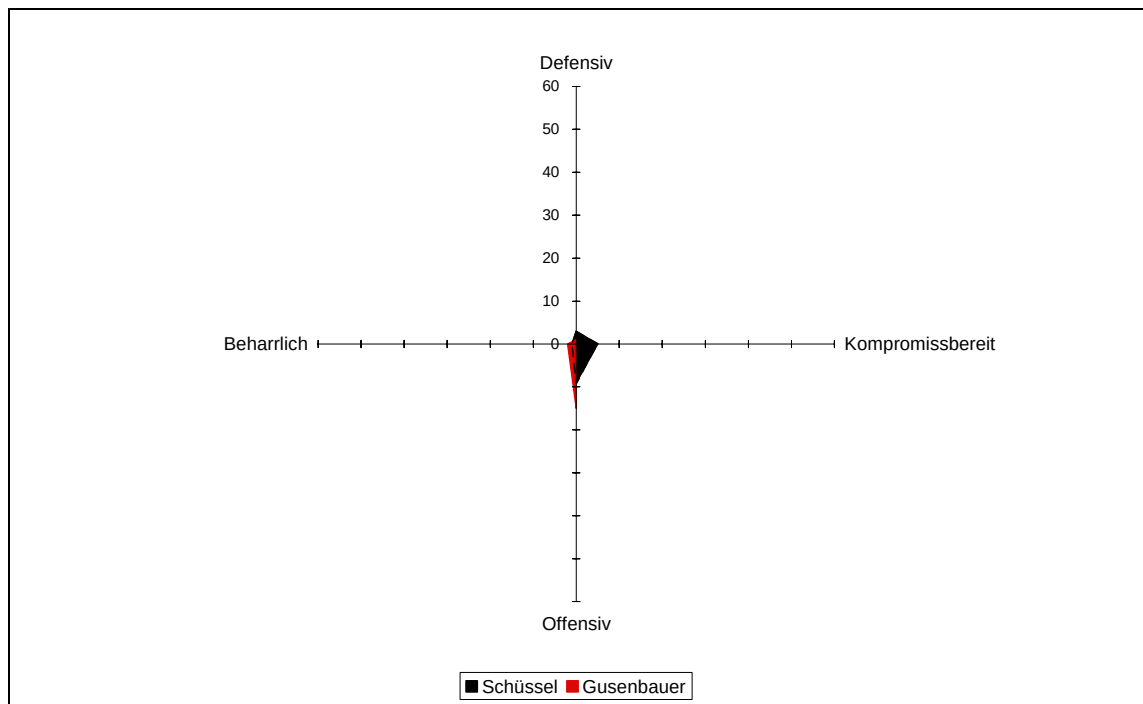


Abbildung 21: Verhalten Gusenbauer (SPÖ) vs. Schüssel (ÖVP)

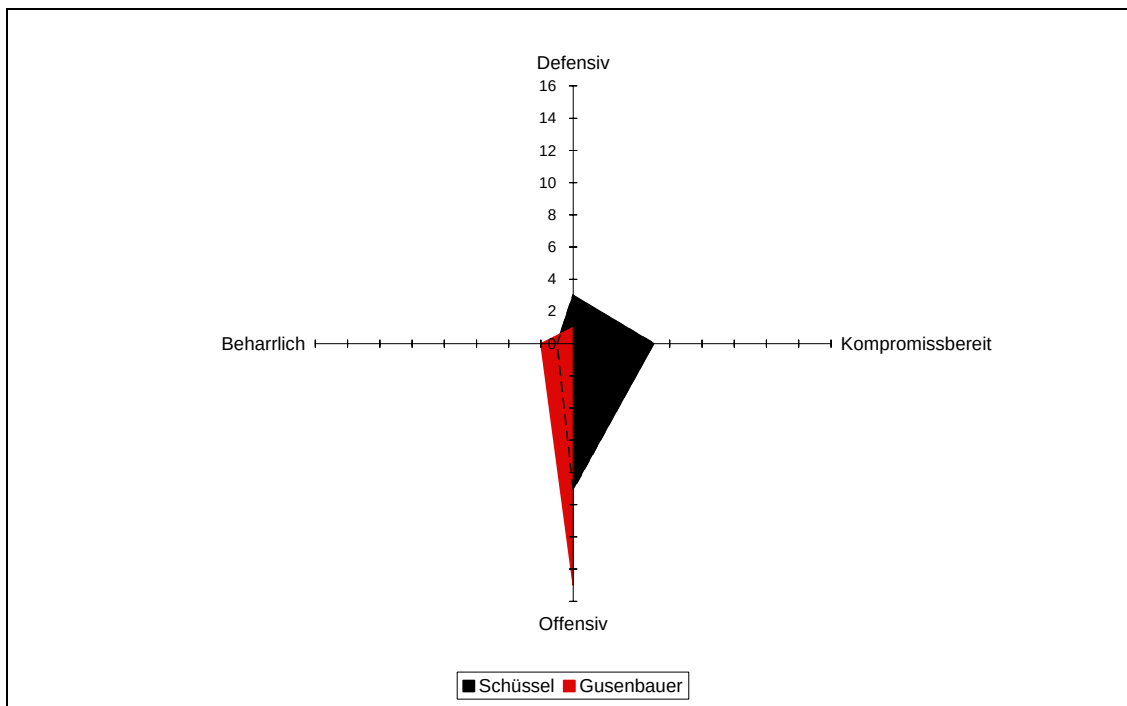


Abbildung 22: Verhalten Gusenbauer (SPÖ) vs. Schüssel (ÖVP) - Detail

- Gusenbauer agierte einmal defensiv, Schüssel dreimal.
- Gusenbauer handelte 15-mal offensiv, Schüssel neunmal.
- Gusenbauer beharrte zweimal auf seinem Standpunkt, Schüssel einmal.
- Gusenbauer gab sich nie kompromissbereit, Schüssel fünfmal.

Der Amtsinhaber gab sich erstaunlich oft kompromissbereit, Gusenbauer als Herausforderer kein einziges Mal – was weniger verwundert: Schließlich will er zeigen, dass er bessere Ideen als Schüssel habe. Gusenbauer ist entsprechend aktiv, was sich im „Offensiv“-Wert von 15 (im Vergleich zu Schüssels neun) zeigt.

Grundsätzlich ist anzumerken, dass beide recht zurückhaltend agierten – zumindest im Vergleich zu den Verhaltensbeschreibungen während anderer Duelle.

Die Körpersprache verrät das Buhlen beider Kandidaten um Sympathie und das Zeigen von staatstragendem Auftreten (siehe Abbildung 23: Körpersprache Gusenbauer (SPÖ) vs. Schüssel (ÖVP), Seite 170):

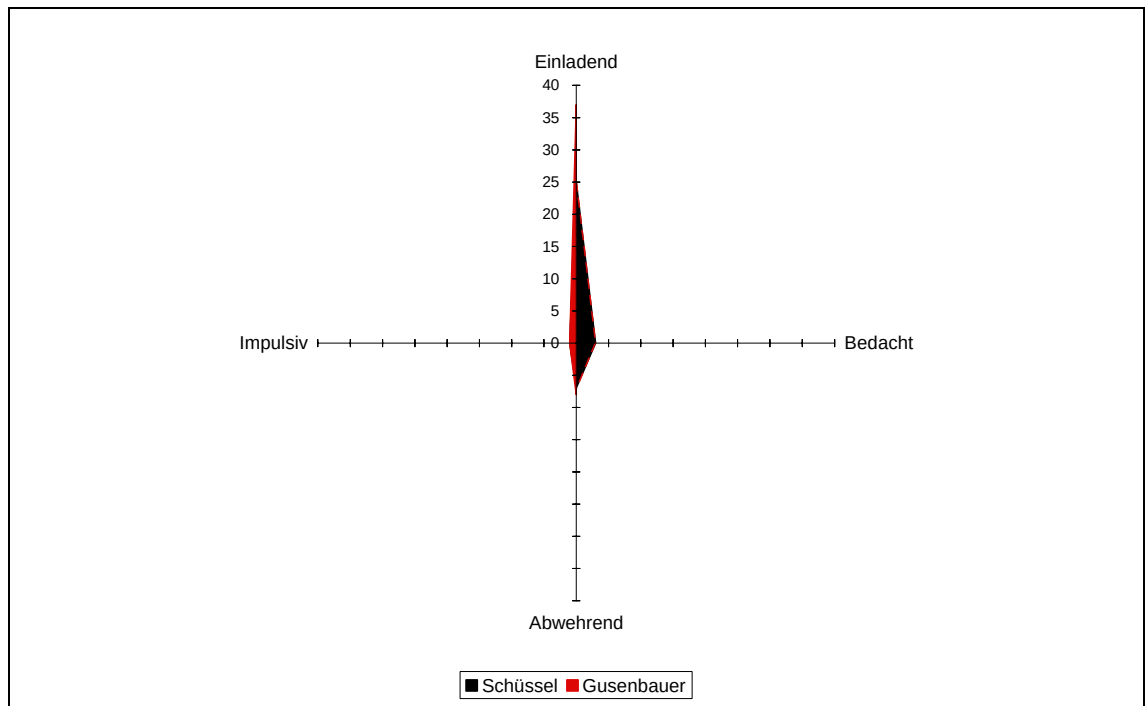


Abbildung 23: Körpersprache Gusenbauer (SPÖ) vs. Schüssel (ÖVP)

- Gusenbauer machte 37 einladende Gesten, Schüssel 25.
- Gusenbauer machte acht abwehrende Gesten, Schüssel sieben.
- Gusenbauer und Schüssel handelten je einmal impulsiv.
- Gusenbauer reagierte kein einziges Mal bedacht, Schüssel dreimal.

Gusenbauer entschärft vor allem Schüssels Angriffe zum Wahlkampfstil der SPÖ („Napalm“, vgl. *profil*, 07.08.2006) und zur Bawag-Affäre mit einladenden Gesten – auf der Verbalebene beharrt er auf seinem Standpunkt, der Bank-Skandal habe nichts mit der SPÖ zu tun. Fragen nach dem Wahlkampfstil durch Thurnher weicht er aus.

Die Bilanz der Zwischenrufe (siehe Abbildung 24: Belehrungen und Zwischenrufe Gusenbauer (SPÖ), Schüssel (ÖVP), Thurnher (ORF), Seite 171) passt in das Bild der

Diskussion, das die vorherigen Grafiken gezeigt haben: Weder Kuschelduell wie jenes von BZÖ und ÖVP 2006, weder persönliche Schlammschlacht wie die Konfrontation FPÖ und BZÖ 2006, noch groß Unterschiede wie in der Debatte FPÖ gegen SPÖ 2006. Trotz Konfrontation und Wettstreit kam die Diskussion mit verhältnismäßig wenigen Zwischenrufen aus, Belehrungen gab es in diesem Fall gar nicht.

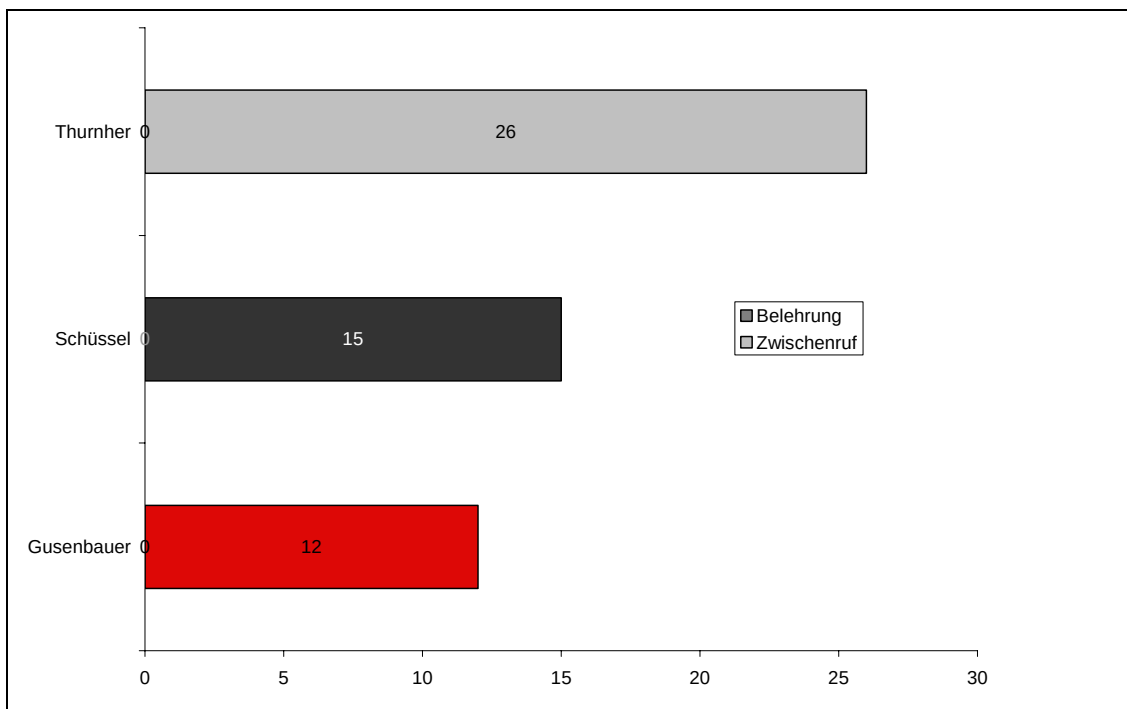


Abbildung 24: Belehrungen und Zwischenrufe Gusenbauer (SPÖ), Schüssel (ÖVP), Thurnher (ORF)

- Thurnher unterbrach ihre Gäste 26 Mal, keine Belehrung.
- Gusenbauer fiel zwölfmal ins Wort, keine Belehrung.
- Auch Schüssel belehrte nie, 15 Zwischenrufe kamen von ihm.

Zusammenfassung

Thurnher mahnt gleich zu Beginn ihre Diskutanten zu Disziplin. Die Diskussion wird sehr sachlich geführt – die Kandidaten weichen unangenehmen Fragen aus. Schüssel ist von Beginn an etwas angriffslustiger. Im weiteren Verlauf bleibt Schüssel vom Verhalten her aktiver, Gusenbauer prangert Missstände an. Schüssel lobt durchwegs die eigenen Leistungen. In etwa zur Halbzeit der Diskussion wird die Debatte emotionaler geführt, auch untergriffiger. Vor allem Schüssel beginnt zu sticheln. Gusenbauer reagiert mit einem recht plumpen Schwenk zum Pflege-Notstand und den von Schüssels Familie illegal beschäftigten Pflegekräften. Schüssel wird untergriffig, Gusenbauer folgt. Das Gesprächsklima ist fortan durchwachsen: Sachlichkeit und Angriffe auf persönlicher Ebene wechseln sich ab.

3.7.3.5 FPÖ vs. SPÖ 2008

Folgend eine Aufteilung der verfügbaren Sendezeit (2008 je 50 Minuten) auf die einzelnen Themengebiete (im Uhrzeigersinn chronologisch geordnet, beginnend bei 12 Uhr, Anmoderation), die während des TV-Duells von Heinz-Christian Strache gegen Werner Faymann behandelt wurden.

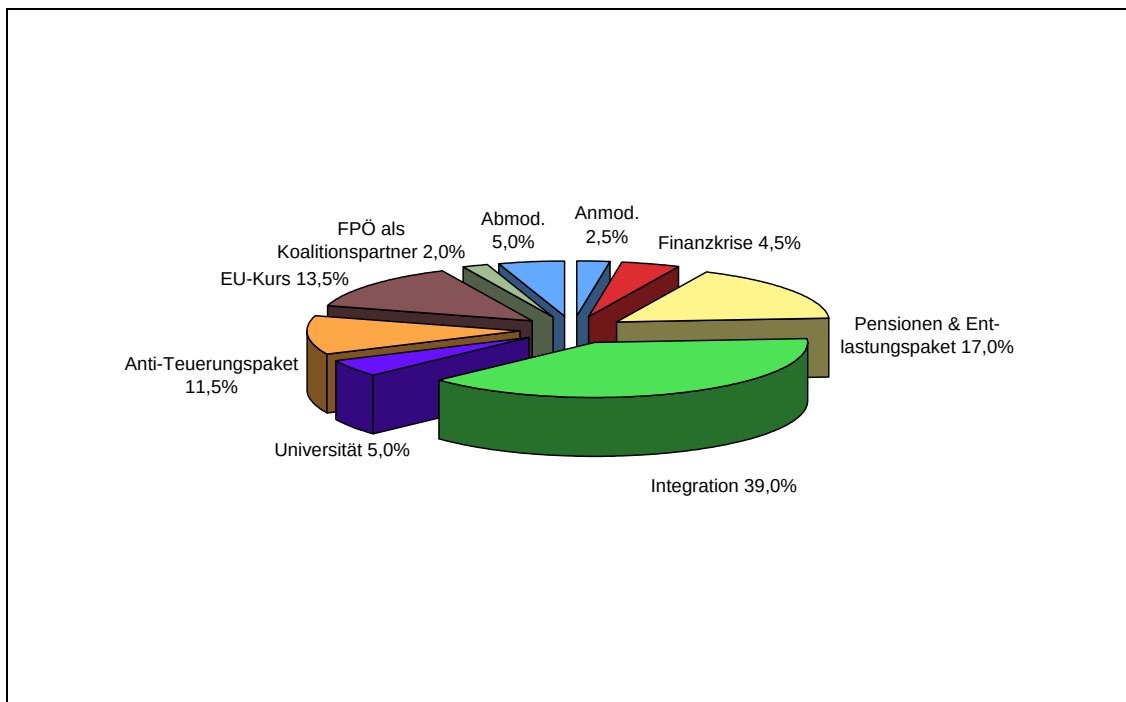


Abbildung 25: Themenverteilung TV-Duell FPÖ vs. SPÖ 2008

Das Thema, das die größte Reibungshitze zwischen den Kontrahenten verspricht, nahm einen Großteil der Diskussion ein: 39 Prozent der Zeit flossen in „Integration“, 19 Minuten, 30 Sekunden. An zweiter Stelle stehen „Pensionen & Entlastungspaket“ mit 17 Prozent, das entspricht acht Minuten und 30 Sekunden. Dem „EU-Kurs“ wurden 13,5 Prozent, also sechs Minuten 45 Sekunden, gewidmet, dem „Anti-Teuerungspaket“ 11,5 Prozent fünf Minuten 45 Sekunden. Der Themenblock „Universität“ und die Abmoderation dauerten je zwei Minuten 30 Sekunden (je fünf Prozent), mit der Finanzkrise beschäftigten sich die Duellanten zwei Minuten 15 Sekunden (4,5 Prozent), die Anmoderation dauerte eine Minute 15 Sekunden (2,5 Prozent), das Thema „FPÖ als Koalitionspartner“ wurde in nur einer Minute abgehandelt (zwei Prozent).

Der Argumentationsstil von Faymann und Strache unterscheidet sich deutlich (siehe Abbildung 26: Argumentationsstil Strache (FPÖ) vs. Faymann (SPÖ), Seite 174).

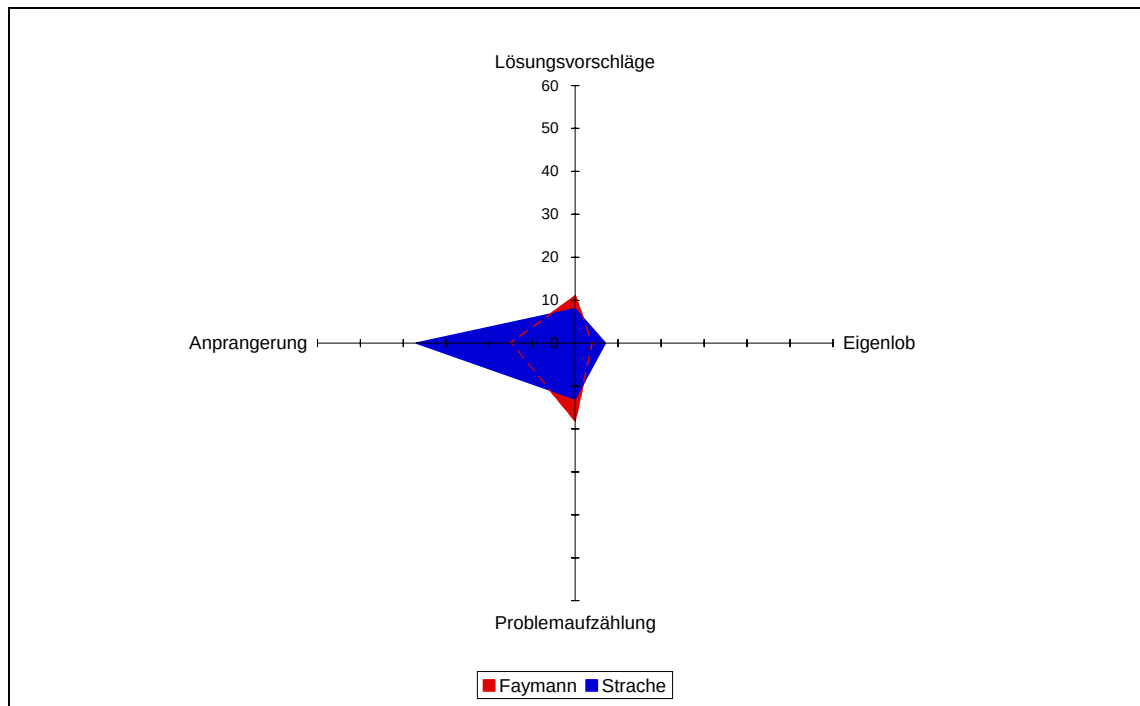


Abbildung 26: Argumentationsstil Strache (FPÖ) vs. Faymann (SPÖ)

- Strache präsentierte acht, Faymann elf Lösungs-vorschläge.
- Strache zeigte 13 Probleme auf, Faymann 18.
- Strache prangerte 37-mal an, Faymann 15-mal.
- Strache lobte sich und seine Partei siebenmal, Faymann viermal.

Strache geht wesentlich weniger auf die Sachebene ein als Faymann. Er kritisiert und attackiert sein Gegenüber. Faymann geht nicht näher darauf ein – sein Kontrahent im Wahlkampf ist nicht die FPÖ, sondern die ÖVP. So bietet Faymann Lösungsvorschläge, zeigt aber auch Probleme auf: Der Kanzlerkandidat steht in der ungewöhnlichen Ausgangssituation, der Kanzlerpartei anzugehören, selbst jedoch nicht Regierungschef zu sein.

Faymann geht gelassen mit den Attacken Straches um (siehe Abbildung 28: Verhalten Strache (FPÖ) vs. Faymann (SPÖ) Detail, Seite 175).

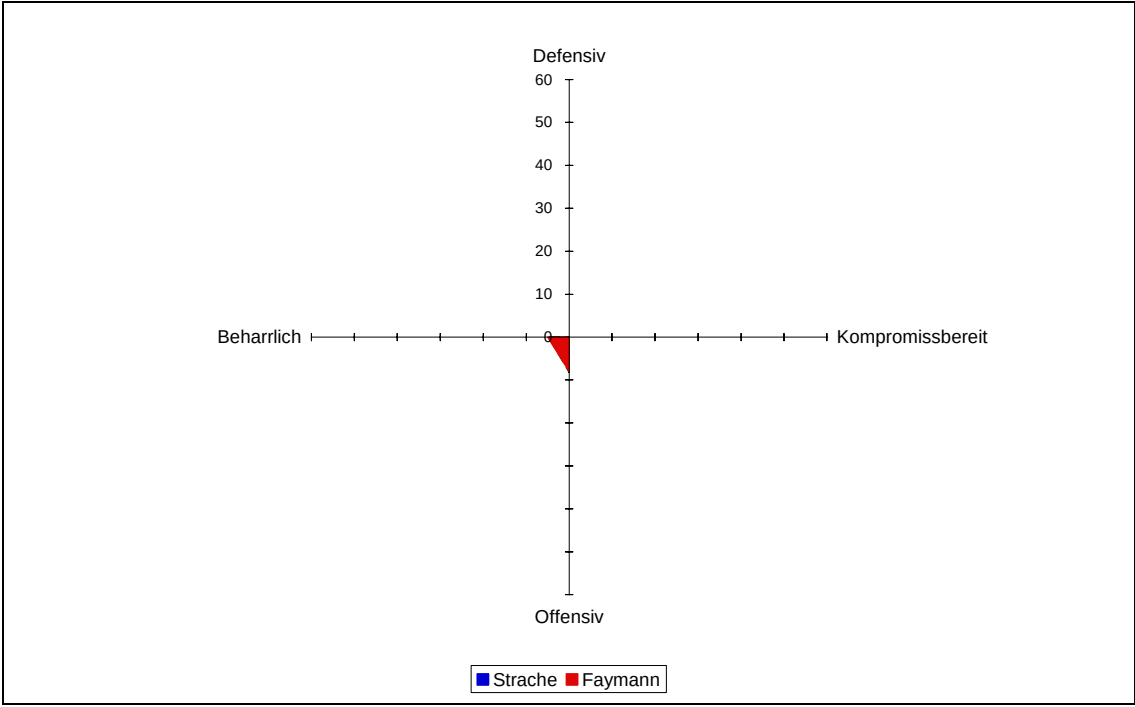


Abbildung 27: Verhalten Strache (FPÖ) vs. Faymann (SPÖ)

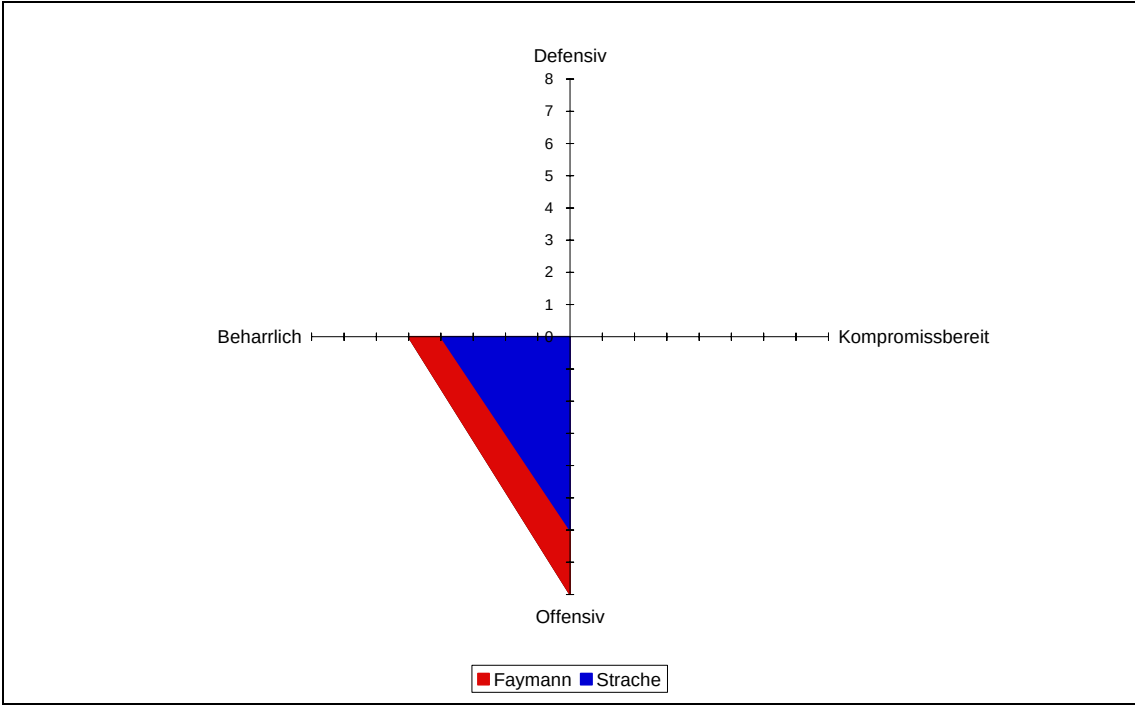


Abbildung 28: Verhalten Strache (FPÖ) vs. Faymann (SPÖ) Detail

- Weder Strache noch Faymann agierten defensiv.
- Strache handelte sechsmal offensiv, Faymann achtmal.
- Strache beharrte viermal auf seinem Standpunkt, Faymann fünfmal.
- Keiner der beiden gab sich kompromissbereit.

Die wenigen offensiven Handlungsweisen kamen bei Themen mit blau-roter Reibungshitze: Integration, also Migrationspolitik, und EU-Kurs (mit Exkurs zum Verbotsgesetz). Die Diskutanten fielen sich eher ins Wort, als sich offensiv zu geben oder sich in die Defensive drängen zu lassen.

Die Körpersprache gibt etwas mehr Aufschluss über die Intentionen der beiden (siehe Abbildung 29: Körpersprache Strache (FPÖ) vs. Faymann (SPÖ), Seite 176):

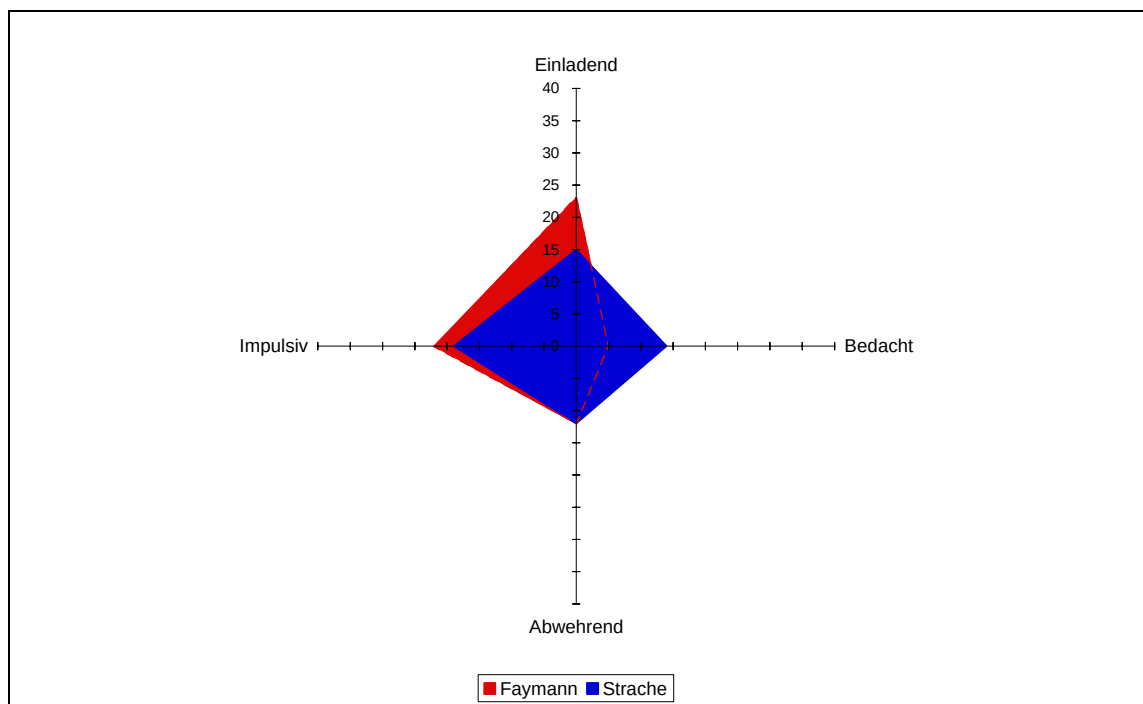


Abbildung 29: Körpersprache Strache (FPÖ) vs. Faymann (SPÖ)

- Strache machte 15 einladende Gesten, Faymann 23.
- Sowohl Strache als auch Faymann machten zwölf abwehrende Gesten.
- Strache handelte 19-mal, Faymann 22-mal impulsiv.
- Strache reagierte 14-mal bedacht, Faymann fünfmal.

Straches persönliche Angriffe waren, so scheint es, gut geplant. Er agierte ausgeglichen, während Faymann immer öfter impulsiv handelte. Die meisten einladenden Gesten von ihm stammten aus der ersten Hälfte des Duells. In der zweiten prallten Straches Sticheleien nicht mehr an ihm ab – er war weniger ruhig, weniger bedacht.

Die Bilanz der Zwischenrufe zeigt das Kippen des Gesprächs (Siehe Abbildung 30: Belehrungen und Zwischenrufe Strache (FPÖ), Faymann (SPÖ), Thurnher (ORF), Seite 177): Strache ist zwar weit untergriffiger, Faymann reagiert darauf mit Zwischenrufen, bevor auch er persönliche Attacken reitet.

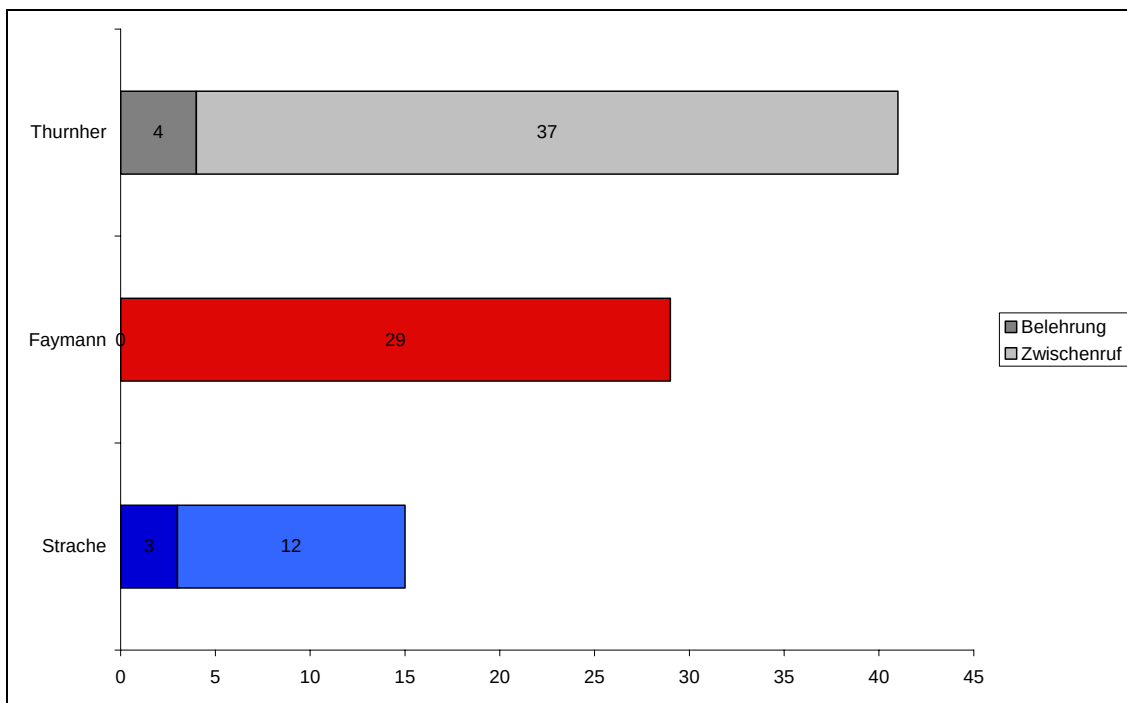


Abbildung 30: Belehrungen und Zwischenrufe Strache (FPÖ), Faymann (SPÖ), Thurnher (ORF)

- Thurnher belehrte ihre Gäste viermal, 37-mal unterbrach sie sie.
- Faymann fiel 29-mal ins Wort, keine Belehrung.
- Strache belehrte dreimal, zwölf Zwischenrufe kamen von ihm.

Faymann ignorierte Straches Attacken anfangs. Jener gefällt sich in der Rolle des Angreifers, wird immer untergriffiger. Beim Thema „Integration“ scheint Faymanns Stimmung zu kippen: Während der fast 20-minütigen Diskussion fällt Faymann Strache 20-mal ins Wort, wird von nun an auch immer persönlicher in seiner Kritik: „Da sieht man, dass Sie sich nicht auskennen.“

Zusammenfassung

Strache findet schnell in seine Rolle als Rächer: Er attackiert Faymann von Beginn an. Der SPÖ-Kandidat ignoriert dies anfänglich, wohl auch um zu signalisieren, dass FPÖ-Kandidat Strache nicht auf selber Höhe mit ihm ist – er ihn als Kanzlerkandidat also nicht ernst nimmt. Später fällt ihm dies zunehmend schwerer, er beginnt zu unterbrechen, wird schließlich ebenfalls untergriffig. Vor allem Themen, die Parteien links und rechts der politischen Mitte trennen (EU-Kurs, Verbotsgesetz, Integration), werden heftig diskutiert. Als Strache die Bawag-Affäre anspricht, wehrt sich Faymann mit Dauerreden, Strache hält dagegen, Thurnher versucht zu intervenieren – für den Zuseher ist diese Passage unverständlich.

3.7.3.6 BZÖ vs. ÖVP 2008

Folgend eine Aufteilung der verfügbaren Sendezeit auf die einzelnen Themengebiete (im Uhrzeigersinn chronologisch geordnet, beginnend bei zwölf Uhr, Anmoderation), die während des TV-Duells von Jörg Haider gegen Wilhelm Molterer behandelt wurden.

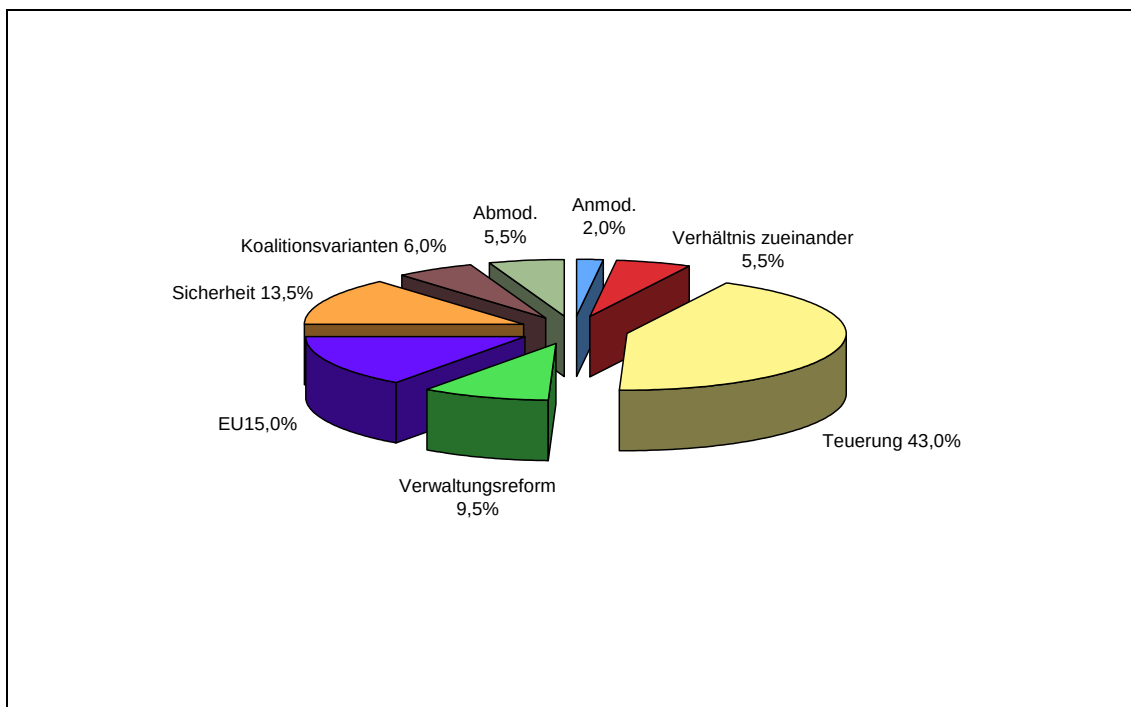


Abbildung 31: Themenverteilung TV-Duell BZÖ vs. ÖVP 2008

Die „Teuerung“ dominierte die Konfrontation zwischen Molterer und Haider: 21 Minuten 30 Sekunden dauerte die Diskussion darüber an, 43 Prozent der gesamten Sendezeit. Der Block zur „EU“ nahm 15 Prozent ein (sieben Minuten 30 Sekunden), das Thema „Sicherheit“ sechs Minuten 45 Sekunden (13,5 Prozent). Über die „Verwaltungsreform“ sprachen sie vier Minuten 45 Sekunden (9,5 Prozent), über mögliche „Koalitionsvarianten“ drei Minuten (sechs Prozent), das „Verhältnis zueinander“ beschäftigte sie zwei Minuten 45 Sekunden (5,5 Prozent), ebenso lange dauerte die Abmoderation. Für die Anmoderation brauchte Thurnher eine Minute, also zwei Prozent der Sendezeit.

Der große Block zu Teuerung, jene zu Sicherheit und EU waren die am aktivsten betriebenen, wie aus der Detail-Analyse des Duells hervorgeht.

Aus der Grafik des Argumentationsstils lassen sich wiederum die Rollen der Kandidaten ablesen (siehe Abbildung 32: Argumentationsstil Haider (BZÖ) vs. Molterer (ÖVP) 2008, Seite 180): Molterer, Kanzlerkandidat der Regierung; Haider, Kanzlerkandidat des BZÖ – mit dem Ziel, den Regierungsvorsitz zu übernehmen, sollte er die Chance dazu erhalten.

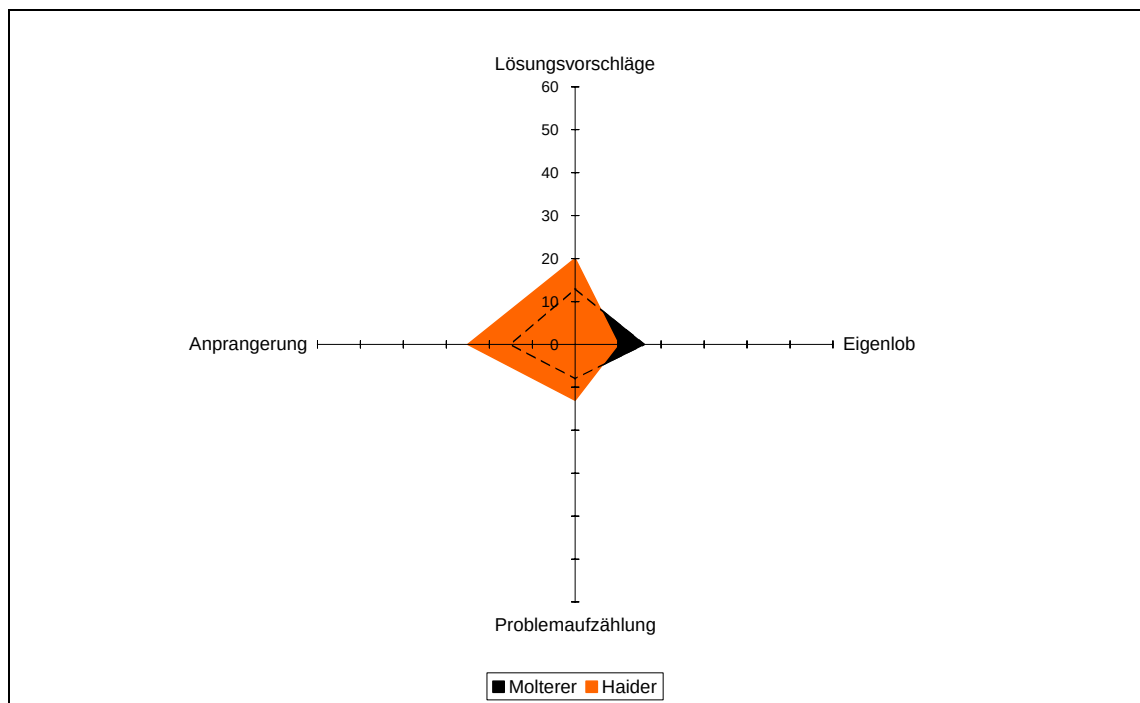


Abbildung 32: Argumentationsstil Haider (BZÖ) vs. Molterer (ÖVP) 2008

- Haider präsentierte 20, Molterer 13 Lösungs-vorschläge.
- Haider zeigte 13 Probleme auf, Molterer acht.
- Haider prangerte 25-mal an, Molterer 15-mal.
- Haider lobte sich und seine Partei zehnmal, Molterer 16-mal.

Haider gerierte sich also weniger wie ein Vertreter ein populistischen Klein- bis Mittelpartei (vgl. Westenthaler, Strache) als vielmehr wie ein Kanzlerkandidat: Vor

allem lösungsorientiert, mit Blick auf Problemfelder – kurz: Die Grafik schlägt auch in der Vertikalen deutlich aus, sogar mehr als bei Molterer. Der ÖVP-Kandidat schweifte bei Fragen gerne ins Allgemeine ab, kam nur schwer auf den Punkt. Er war im Vergleich zu Haider weit weniger eloquent, schien in Sachthemen zudem weniger sattelfest.

Das hatte auch Auswirkungen auf das Verhalten der Diskutanten, wie die nachfolgenden Grafiken zeigen (siehe Abbildung 33: Verhalten Haider (BZÖ) vs. Molterer (ÖVP), Seite 181 bzw. Abbildung 34: Verhalten Haider (BZÖ) vs. Molterer (ÖVP) - Detail, Seite 182).

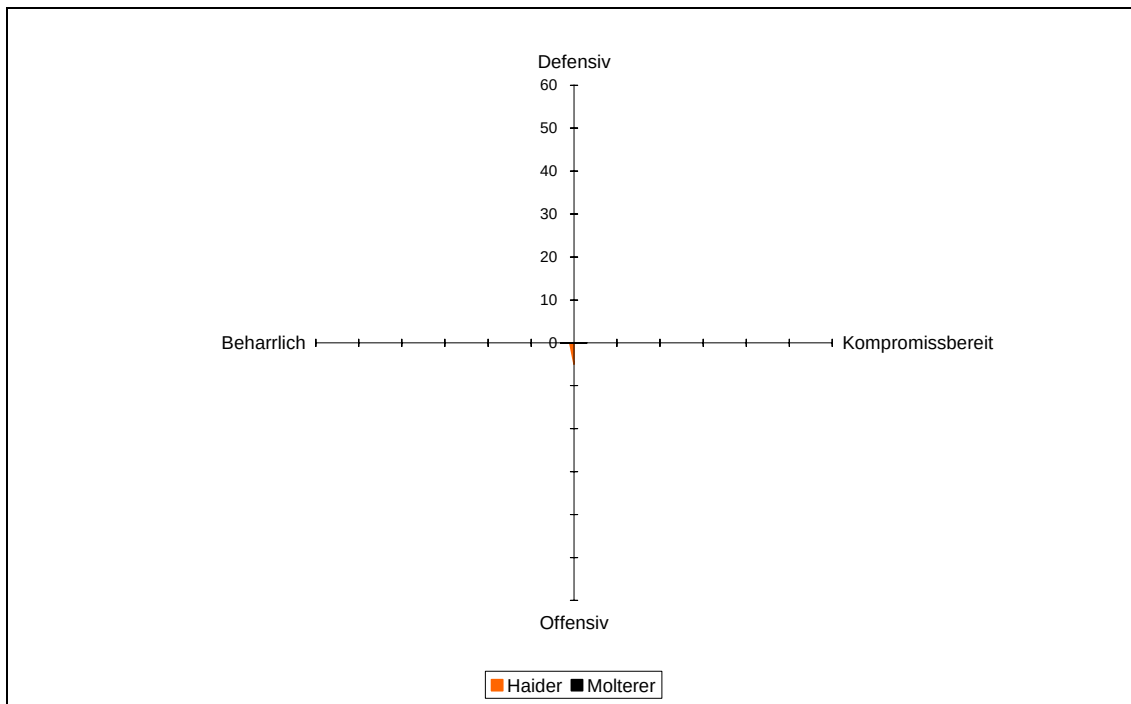


Abbildung 33: Verhalten Haider (BZÖ) vs. Molterer (ÖVP)

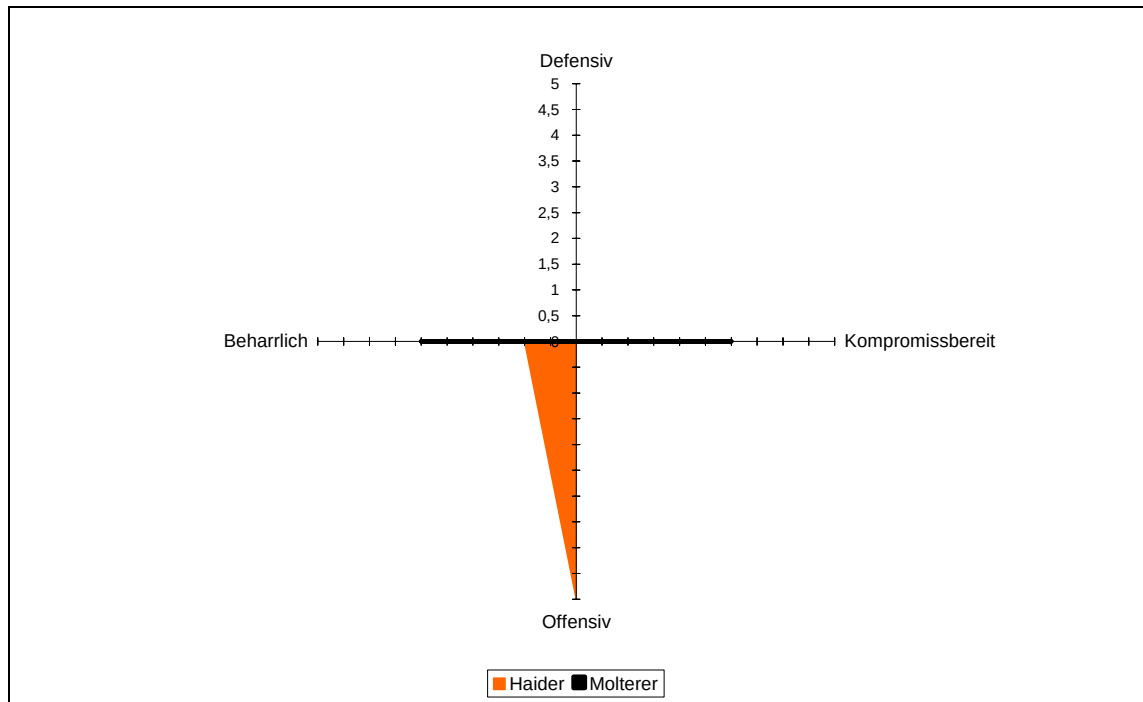


Abbildung 34: Verhalten Haider (BZÖ) vs. Molterer (ÖVP) - Detail

- Weder Haider noch Molterer agierten defensiv.
- Haider handelte fünfmal offensiv, Molterer nie.
- Haider beharrte einmal auf seinem Standpunkt, Molterer dreimal.
- Haider gab sich nie kompromissbereit, Molterer dreimal.

Haider hatte Oberwasser: Er schien fast mit Molterer zu spielen. Molterers Gelegenheiten, selbst aktiv zu werden, konnte er nicht nutzen.

Ein Problem von Molterer war die Diskrepanz zwischen Verbalebene und Körpersprache/ Mimik. Oft passten sie nicht zueinander – etwa Empörung mit gutmütigem Lächeln. Interessant ist, wie ähnlich die Körpersprache der beiden war: Die Rolle der beiden dürfte ähnlich angelegt gewesen sein – staatsmännisch, mit Genuss an der Diskussion –, Haider verkörperte sie lässig, während sie bei Molterer hölzern wirkte.

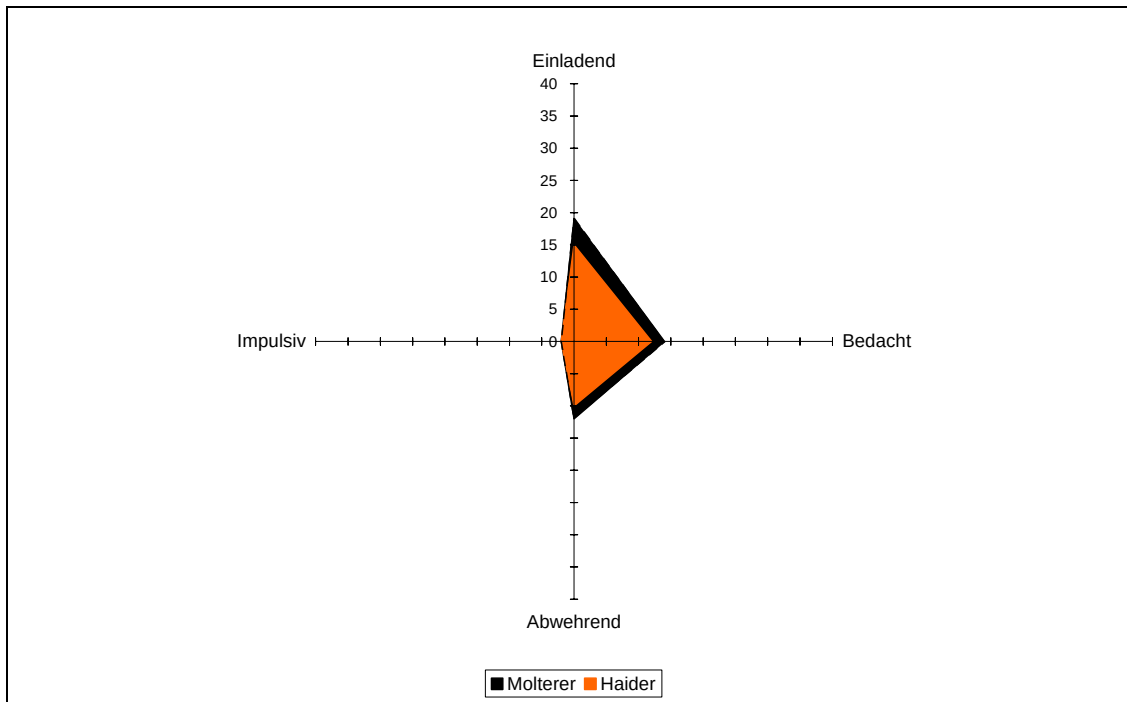


Abbildung 35: Körpersprache Haider (BZÖ) vs. Molterer (ÖVP)

- Haider machte 15 einladende Gesten, Molterer 19.
- Haider machte zehn, Molterer zwölf abwehrende Gesten.
- Haider und Molterer handelten je zweimal impulsiv.
- Haider reagierte zwölfmal bedacht, Molterer 14-mal.

Entsprechend ähnlich war ihre Körpersprache – Molterer liegt zwar das Bedachte, auch das Einladende, seine Körpersprache wirkt aber selten ganz authentisch. Haider hingegen liebte die Diskussion generell, mit Publikum besonders. Er suchte sich seine Rollen – vom Rebellen am Anfang seiner Karriere, bis zum konstruktiven Kritiker am Ende – und lebte sie entsprechend, zumindest im Polit-Alltag.

Auch die Bilanz der Zwischenrufe zeigt, dass Haider etwas aktiver war (siehe Abbildung 36: Belehrungen und Zwischenrufe Haider (BZÖ), Molterer (ÖVP), Thurnher (ORF), Seite 184).

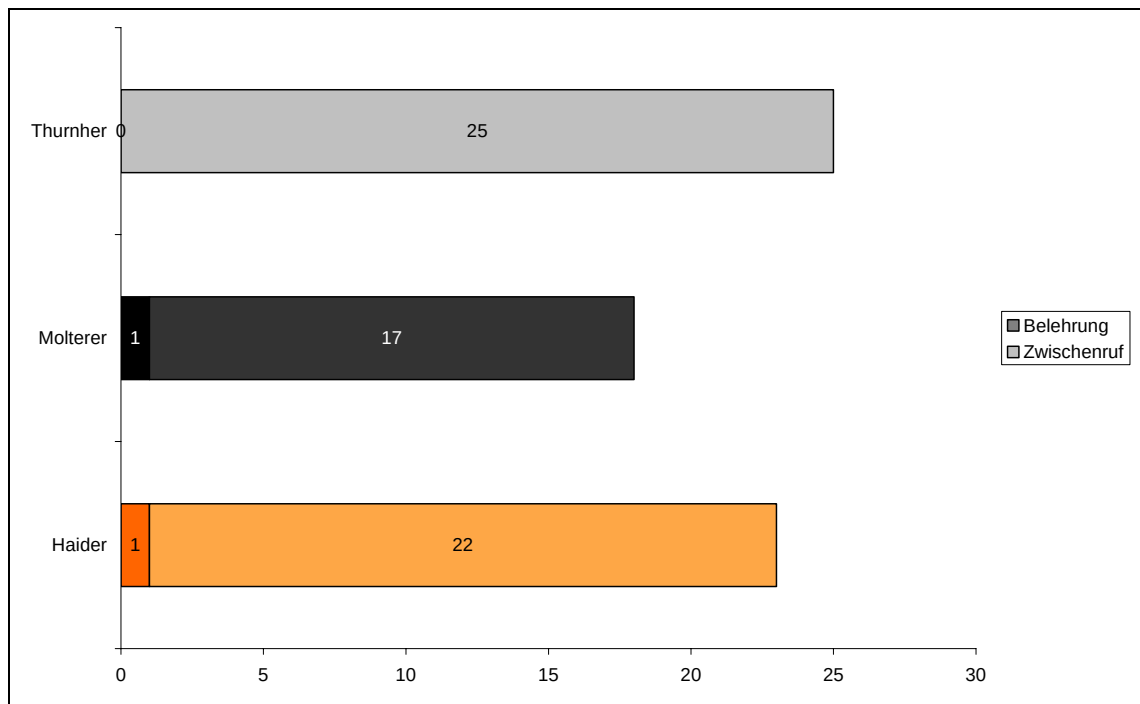


Abbildung 36: Belehrungen und Zwischenrufe Haider (BZÖ), Molterer (ÖVP), Thurnher (ORF)

- Thurnher belehrte ihre Gäste nie, 25-mal unterbrach sie sie.
- Molterer belehrte einmal, er fiel 17-mal ins Wort.
- Haider belehrte einmal, 22 Zwischenrufe kamen von ihm.

Thurnhers Zwischenrufe dienten meist nur dazu, die Diskutanten zum Thema zurückzuholen. Lediglich bei den Themen „Teuerung“ „und Sicherheit“ fielen sie sich häufig gegenseitig ins Wort.

Zusammenfassung

Das Gespräch startete mit Witz. Die Debatte verlief meist sachlich, Untergriffe gab es kaum – beide zeigen ihre Regierungsfähigkeit. Haider kommt bei allen Themen schneller auf den Punkt, argumentiert sachlich, streut Anekdoten ein. Molterer bleibt ebenfalls sachlich, weicht aber oft Fragen aus. Das Gespräch bleibt interessant, was

größtenteils Haiders Verdienst ist. Molterer wirkt zunehmend farblos gegen den BZÖ-Kandidaten.

3.7.3.7 BZÖ vs. FPÖ 2008

Folgend eine Aufteilung der verfügbaren Sendezeit auf die einzelnen Themengebiete (im Uhrzeigersinn chronologisch geordnet, beginnend bei 12 Uhr, Anmoderation), die während des TV-Duells von Heinz-Christian Strache gegen Jörg Haider behandelt wurden.

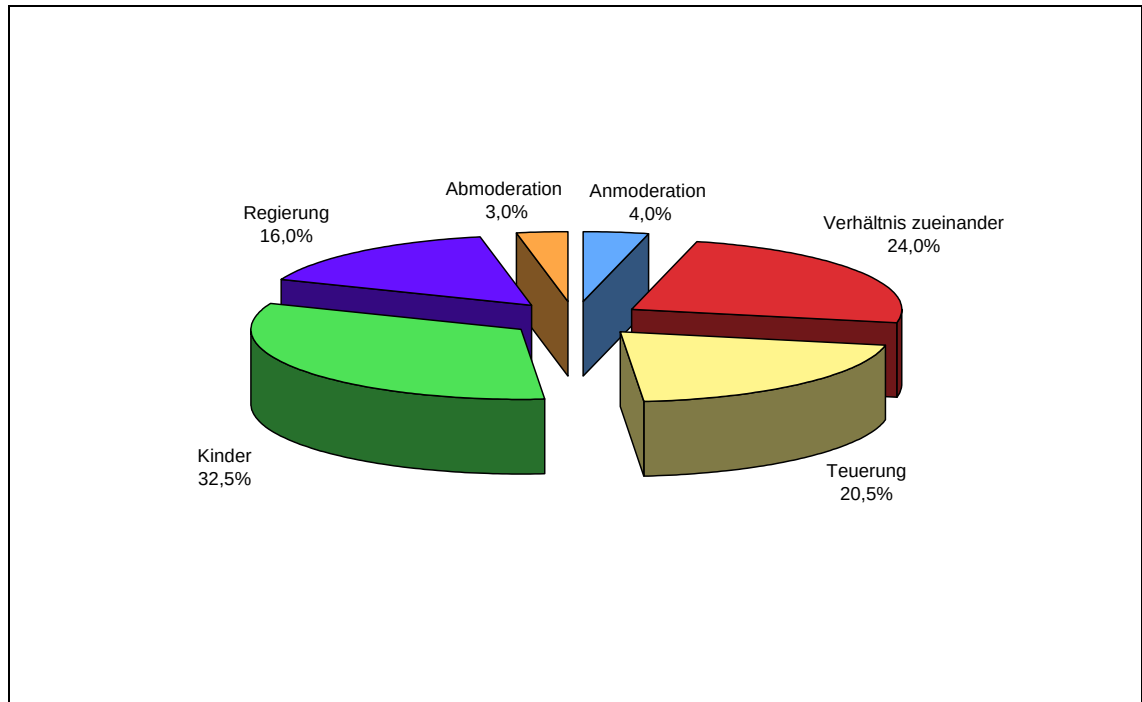


Abbildung 37: Themenverteilung BZÖ vs. FPÖ 2008

Es war unerwartet: Zum Themenblock „Kinder“, also Familienpolitik, diskutieren Strache und Haider am längsten: 16 Minuten und 15 Sekunden, immerhin 32,5 Prozent der Sendezeit. Zu ihrem „Verhältnis zueinander“ sprachen der FPÖ-Chef und der Kärntner Landeshauptmann zwölf Minuten (24 Prozent), zur „Teuerung“ zehn Minuten und 15 Sekunden (20,5 Prozent). Die „Regierung“ beschäftigte sie acht Minuten (16 Prozent). Die Anmoderation dauerte zwei Minuten (vier Prozent), die Abmoderation eine Minute 30 Sekunden (drei Prozent).

Haider lobt lange und ausführlich sein Modell Kärnten, weshalb der Themenblock „Kinder“ die meiste Zeit beansprucht. Gegenüber Strache nimmt Haider die Rolle des

„Elder Statesman“ ein – er spricht oft über seine Erfahrungen als Chef einer Landesregierung, grenzt sich so von seinem ehemaligen Ziehsohn ab. An populistische An- und Untergriffen spart er nicht (er nennt Strache eine „Kopiermaschine“), wie auch die nachfolgende Grafik zeigt (siehe Abbildung 38: Argumentationsstil Strache (FPÖ) vs. Haider (BZÖ), Seite 187).

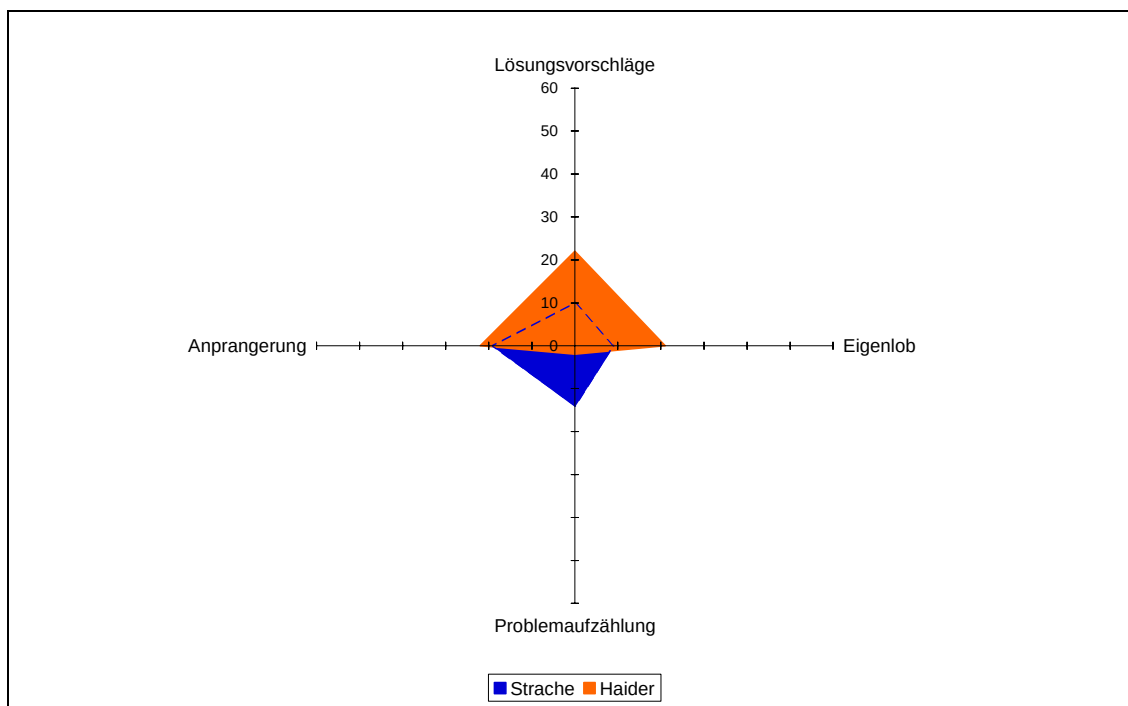


Abbildung 38: Argumentationsstil Strache (FPÖ) vs. Haider (BZÖ)

- Strache präsentierte zehn, Haider 22 Lösungsvorschläge.
- Strache zeigte 14 Probleme auf, Haider zwei.
- Strache prangerte 19-mal an, Haider 22-mal.
- Strache lobte sich und seine Partei neunmal, Haider 21-mal.

Der Argumentationsstil von Haider ist bemerkenswert, weil er mehrere Rollen verbindet und zugleich Thesen zu den dazu passenden Argumentationsstilen untermauert: Als Populist ist er persönlich angriffig, als Kanzlerkandidat lösungsorientiert, als Regierungschef (Kärnten) lobt er sich und nennt keine Probleme. Strache versucht

sowohl Populist zu sein als auch sich staatsmännisch zu geben, Haider dominiert jedoch das Gespräch.

Interessant ist, dass beide in ihrem Verhalten eher unauffällig sind, also wenig eindeutig zuordenbare Handlungen setzen (siehe Abbildung 39: Verhalten Strache (FPÖ) vs. Haider (BZÖ), Seite 188)

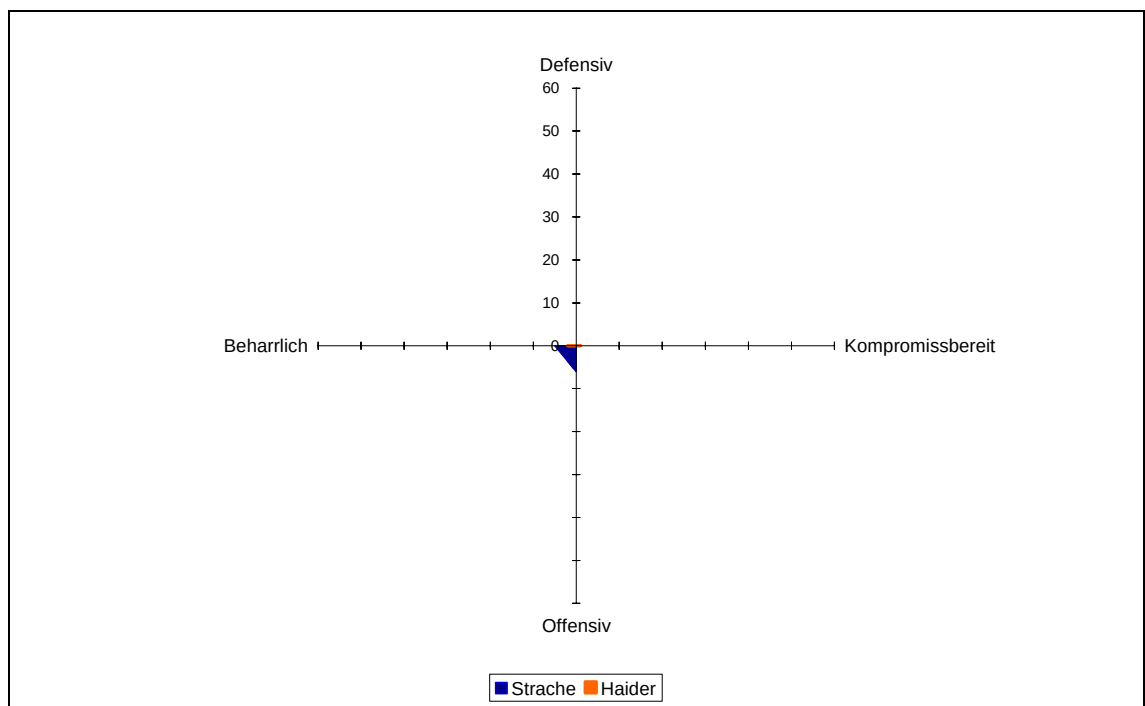


Abbildung 39: Verhalten Strache (FPÖ) vs. Haider (BZÖ)

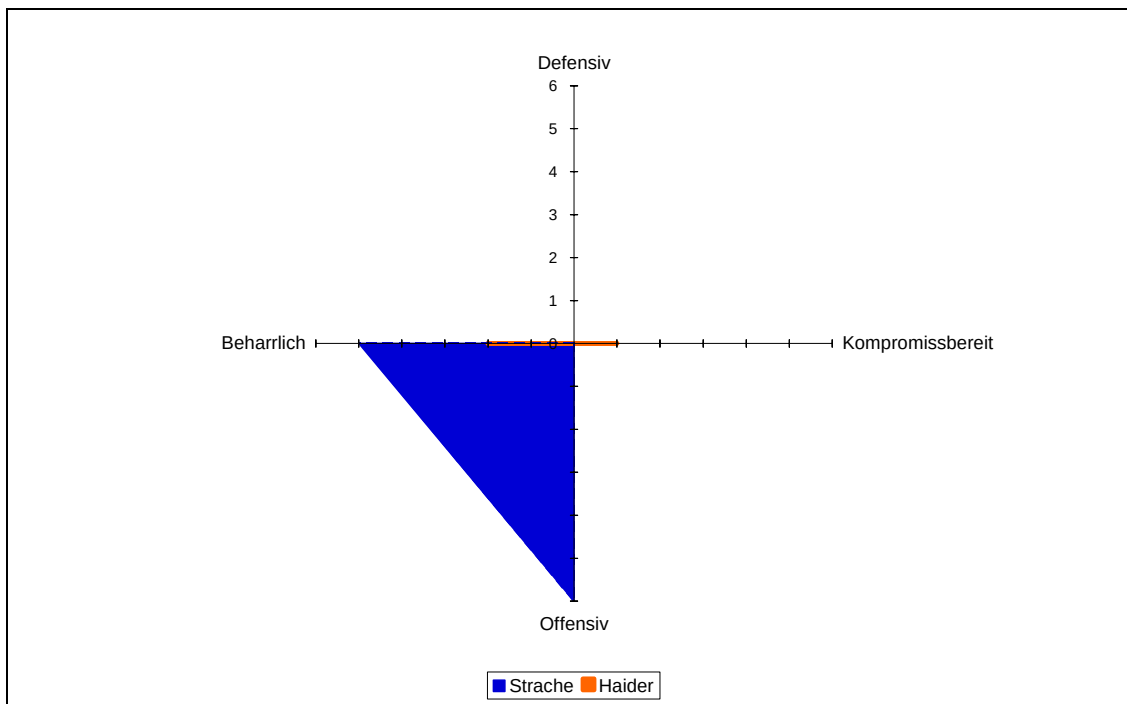


Abbildung 40: Verhalten Strache (FPÖ) vs. Haider (BZÖ) - Detail

- Weder Strache noch Haider agierten defensiv.
- Strache handelte sechsmal offensiv, Haider nie.
- Strache beharrte fünfmal auf seinem Standpunkt, Haider zweimal.
- Strache gab sich nie kompromissbereit, Haider einmal.

Während Haider nicht die Initiative ergriff, verhielt sich Strache sechsmal offensiv: Jedoch nicht geballt bei einem Thema, sondern über die Diskussion verteilt. Haider agierte ruhig – er überließ Strache scheinbar die Rolle des Rebellen, untergrub sie jedoch ständig („Kopiermaschine“) – , was auch seine wenig impulsive Körpersprache zeigt (Abbildung 41: Körpersprache Strache (FPÖ) vs. Haider (BZÖ), Seite 190).

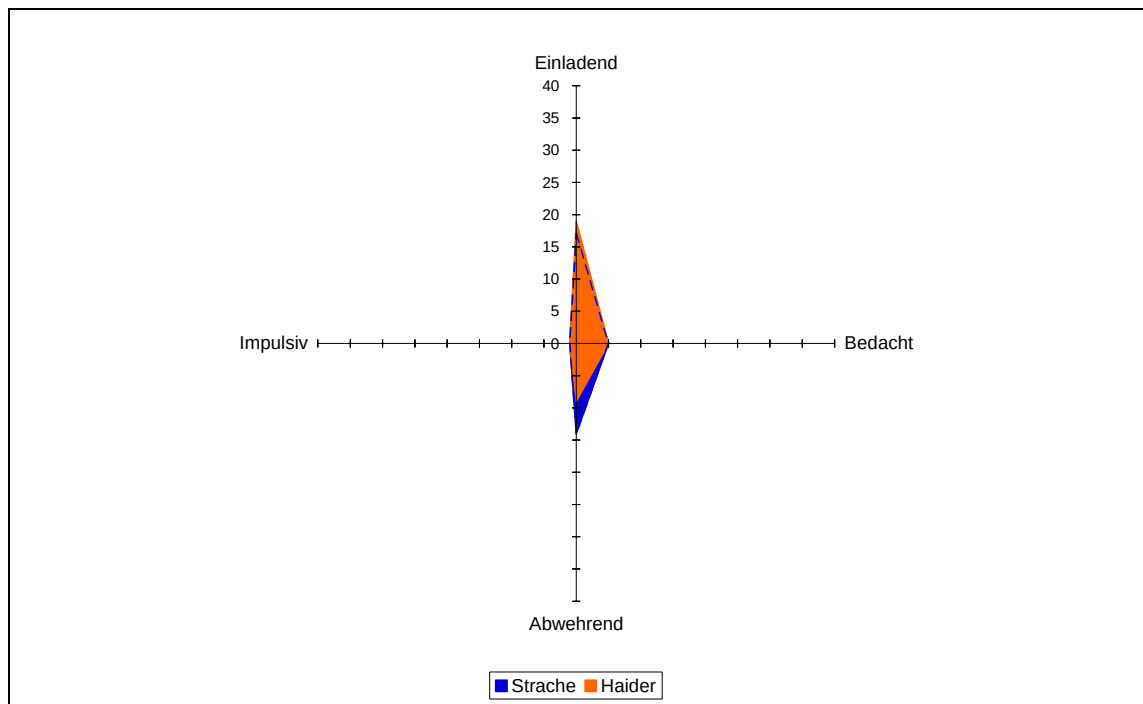


Abbildung 41: Körpersprache Strache (FPÖ) vs. Haider (BZÖ)

- Strache machte 17 einladende Gesten, Haider 19.
- Strache machte 14, Haider neun abwehrende Gesten.
- Strache und Haider handelten je einmal impulsiv.
- Strache und Haider reagierten fünfmal bedacht.

Interessant ist die wenig impulsive Körpersprache beider Diskutanten. Haider setzt öfters einladende Gesten ein, Strache hebt sich durch abwehrende Gesten ab, vor allem, als über das „Verhältnis zueinander“ diskutiert wurde.

Der Versuch einer Erklärung: Beide bemühen sich, bedacht zu sein, halten sich zurück, um keine Angriffsfläche zu geben. Ein Indiz dafür könnte auch die im Verhältnis zur Diskussionsschärfe niedrige Zahl der Zwischenrufe sein (siehe Abbildung 42: Belehrungen und Zwischenruf Haider (BZÖ), Strache (FPÖ), Thurnher (ORF), Seite 191).

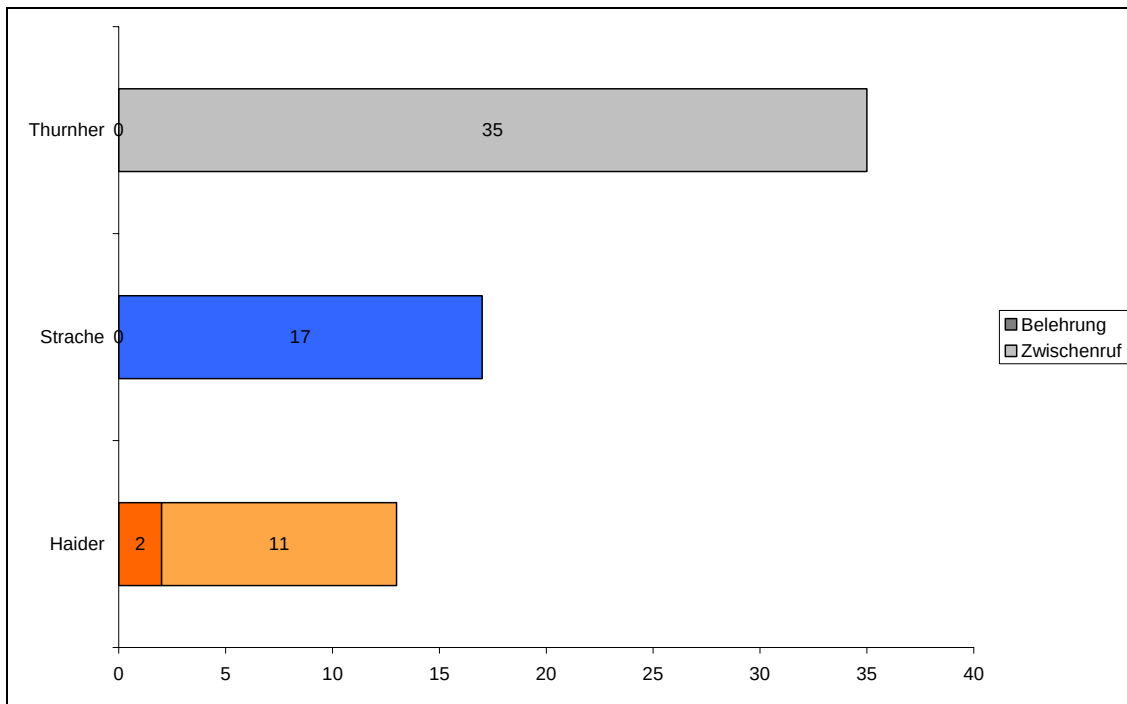


Abbildung 42: Belehrungen und Zwischenruf Haider (BZÖ), Strache (FPÖ), Thurnher (ORF)

- Thurnher belehrte ihre Gäste nie, 35-mal unterbrach sie sie.
- Auch Strache belehrte nie, er fiel 17-mal ins Wort.
- Haider belehrte zweimal, elf Zwischenrufe kamen von ihm.

Thurnher musste öfter unterbrechen, die Diskutanten untereinander fielen sich jedoch recht wenig ins Wort – trotz teils untergriffiger Attacken.

Zusammenfassung

Die Moderatorin weist die Diskutanten zu Beginn hin, dass die Konfrontation keine Schlammschlacht werden solle. Strache wird jedoch schnell untergriffig und verweigert Haider, der sich nahezu angebiedert hatte, das Du-Wort. Haider wird danach schärfer im Ton, im Gegensatz zu Strache platziert er Angriffe. Strache weiß sich oft nicht anders zu helfen, als den Kopf zu schütteln. Während Haider auf Fragen von Thurnher meist ein Loblied auf seine Leistungen in Kärnten anstimmt, weicht Strache den Fragen öfters

aus. Strache kann Haider bis zum Schluss nicht aus der Reserve locken. Er selbst bleibt bis zum Ende angriffslustig.

3.7.3.8 ÖVP vs. SPÖ 2008

Folgend eine Aufteilung der verfügbaren Sendezeit auf die einzelnen Themengebiete (im Uhrzeigersinn chronologisch geordnet, beginnend bei 12 Uhr, Anmoderation), die während des TV-Duells von Wilhelm Molterer gegen Werner Faymann behandelt wurden.

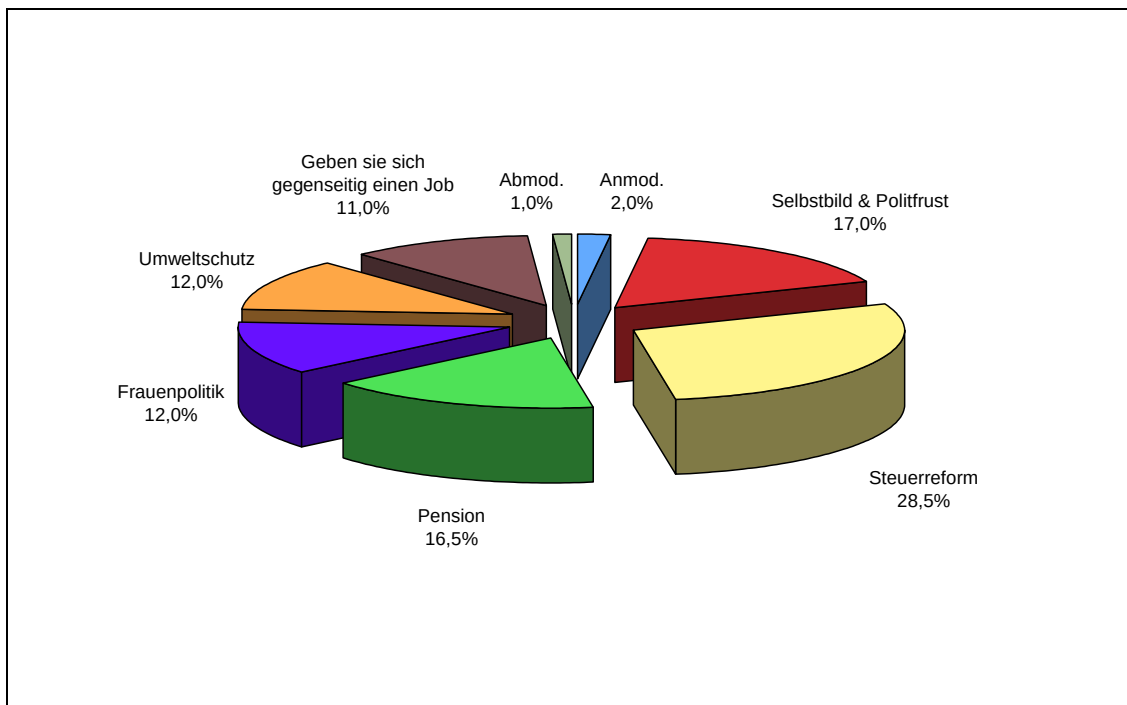


Abbildung 43: Themenverteilung ÖVP vs. SPÖ 2008

Das beherrschende Thema des Kanzlerduells 2008 war die „Steuerreform“: 28,5 Prozent der Sendezeit (14 Minuten 15 Sekunden) wurden darauf verwendet. An zweiter Stelle steht die Einstiegsfrage Thurnhers nach „Selbstbild & [Gründen für den] Politfrust“: 17 Prozent beziehungsweise acht Minuten 30 Sekunden nahm es in Anspruch. Die „Pensionen“ wurden acht Minuten 15 Sekunden thematisiert (16,5 Prozent); „Umweltschutz“ und das unerwartete Thema „Frauenpolitik“ kamen auf jeweils sechs Minuten (zwölf Prozent). Elf Prozent der Sendezeit, also fünf Minuten 30 Sekunden, widmete die Moderatorin der Frage, ob sich die Debattenteilnehmer gegenseitig einen Job geben würden. Die Anmoderation dauerte eine Minute (zwei Prozent), die Abmoderation eine halbe Minute (ein Prozent).

Die Debatte um die Steuerreform nimmt vor allem wegen der Diskussionsfreude der Debattenteilnehmer sehr viel Zeit ein: Sie streiten, wer was wann auf wessen Vorschlag beschlossen hatte.

Für Kanzlerkandidaten argumentieren beide recht angriffslustig (siehe Abbildung 44: Argumentationsstil Molterer (ÖVP) vs. Faymann (SPÖ), Seite 194).

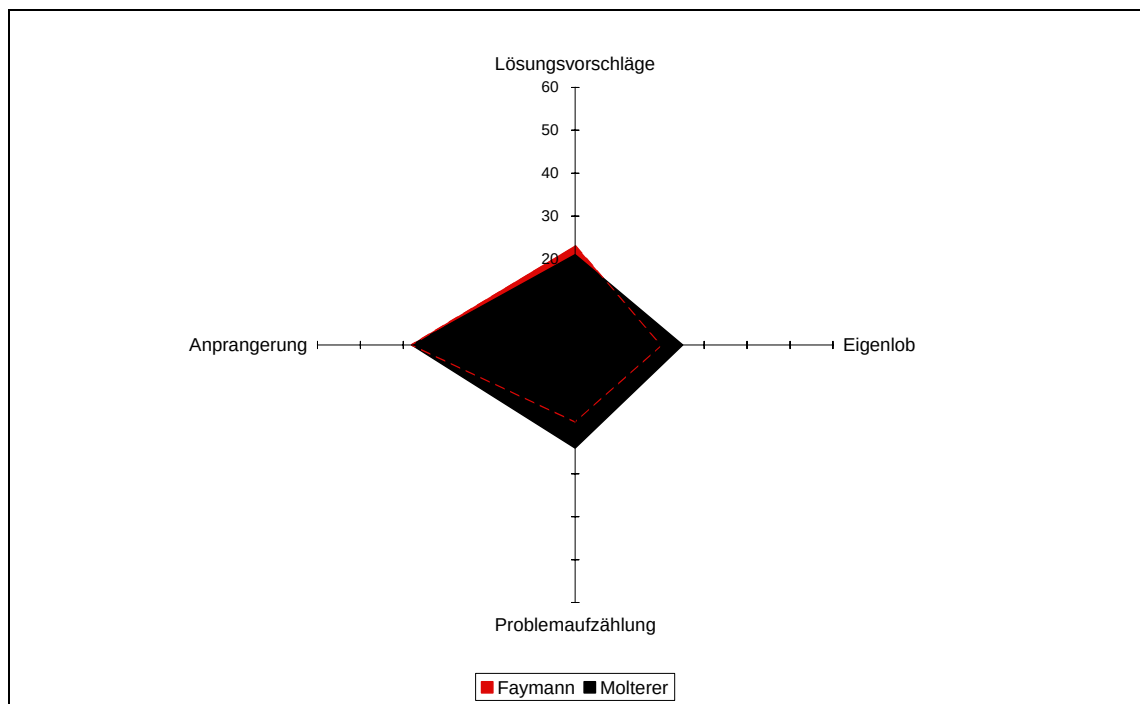


Abbildung 44: Argumentationsstil Molterer (ÖVP) vs. Faymann (SPÖ)

- Molterer liefert 21, Faymann 23 Lösungsvorschläge.
- Molterer zeigt 24-mal Probleme auf, Faymann 18-mal.
- Beide attackieren jeweils 38-mal auf persönlicher Ebene.
- Molterer lobt sich und seine Partei 25-mal, Faymann tut dies 20-mal.

Beide diskutieren für Amtsanwärter ungewöhnlich negativ, dies wird besonders auffällig, bedenkt man, dass beide bereits in der aktuellen Regierung vertreten waren und die Koalition wegen der ausufernden Reibereien zwischen den Parteien aufgelöst

worden war. Schon beim ersten Themenblock geraten sie aneinander, halten sich gegenseitig vor, keine verlässlichen Regierungspartner zu sein.

Auch ihr Verhalten verwundert – fast keine Kompromissbereitschaft, dafür Beharrlichkeit (siehe Abbildung 45: Verhalten Molterer (ÖVP) vs. Faymann (SPÖ) Seite 195).

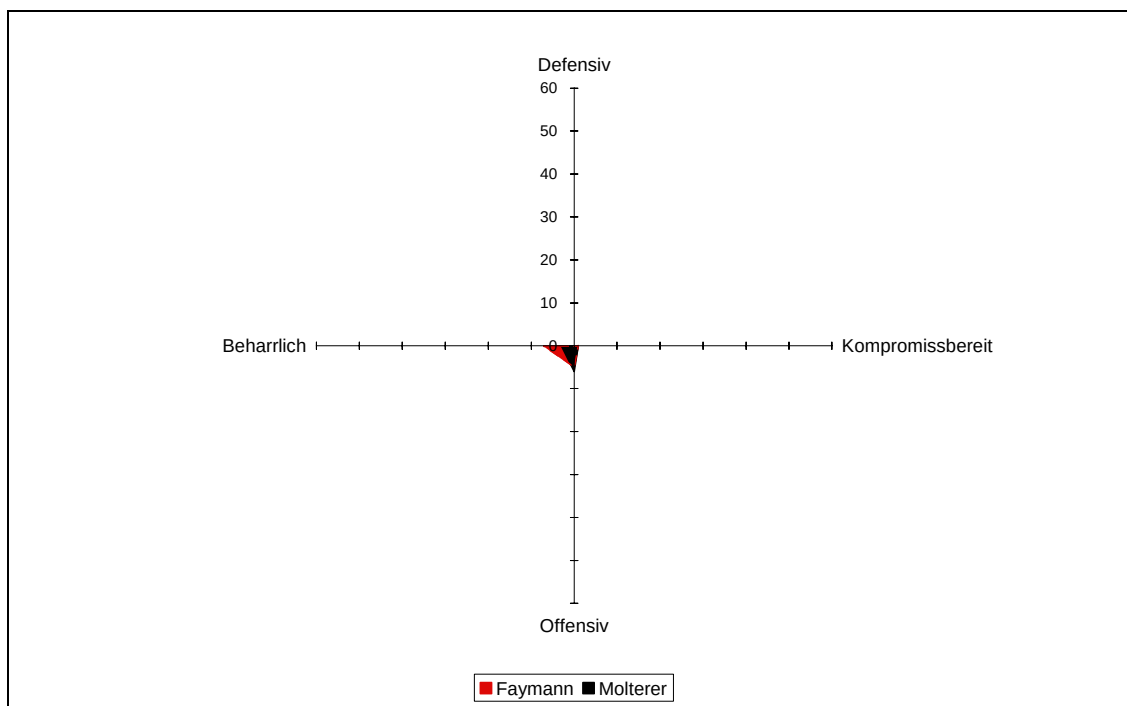


Abbildung 45: Verhalten Molterer (ÖVP) vs. Faymann (SPÖ)

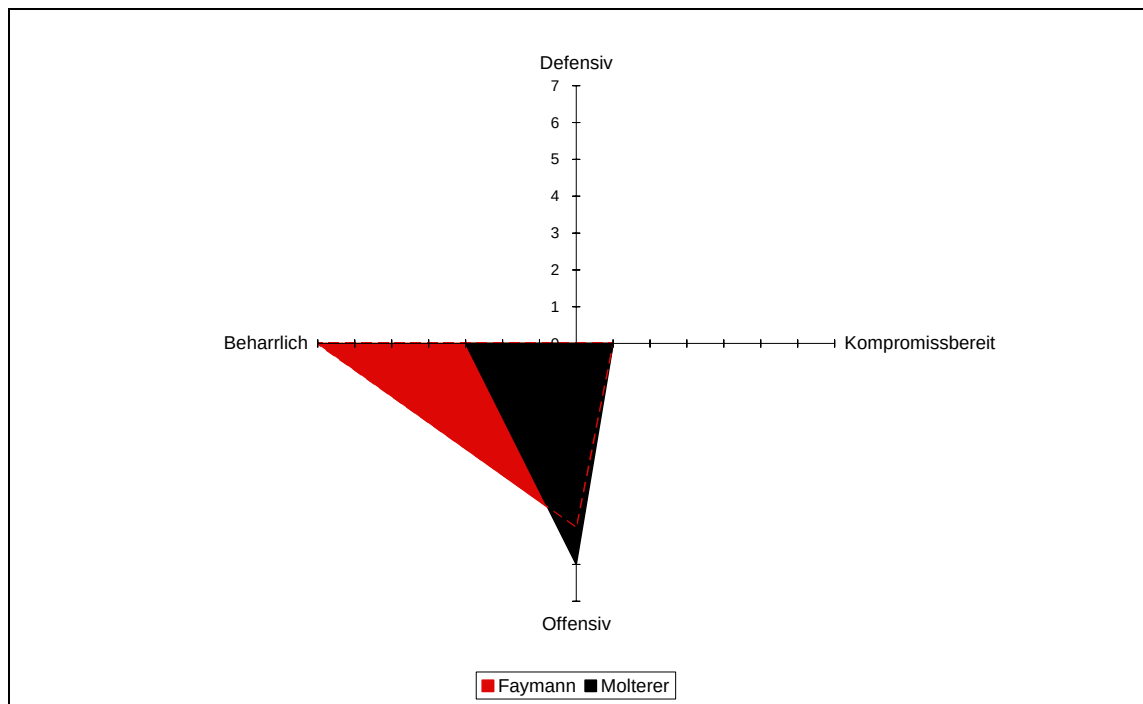


Abbildung 46: Verhalten Molterer (ÖVP) vs. Faymann (SPÖ) - Detail

- Weder Molterer noch Faymann agierten defensiv.
- Molterer handelte sechsmal offensiv, Faymann fünfmal.
- Molterer beharrte dreimal auf seinem Standpunkt, Faymann siebenmal.
- Beide waren einmal kompromissbereit.

Manche Journalisten und Politikexperten führen die Diskussionskultur auf die Beziehungsebene zwischen den Debattenteilnehmern sowie mangelndes Diskussionsvermögen zurück. Dies klingt zwar plausibel, lässt sich aber nicht belegen.

Die Körpersprache von Molterer scheint laut Thesen für einen Kanzleramtsanwärter passend (siehe Abbildung 47: Körpersprache Molterer (ÖVP) vs. Faymann (SPÖ), Seite 197). Der Schein trügt – nur selten harmonierte sie mit der Verbalebene.

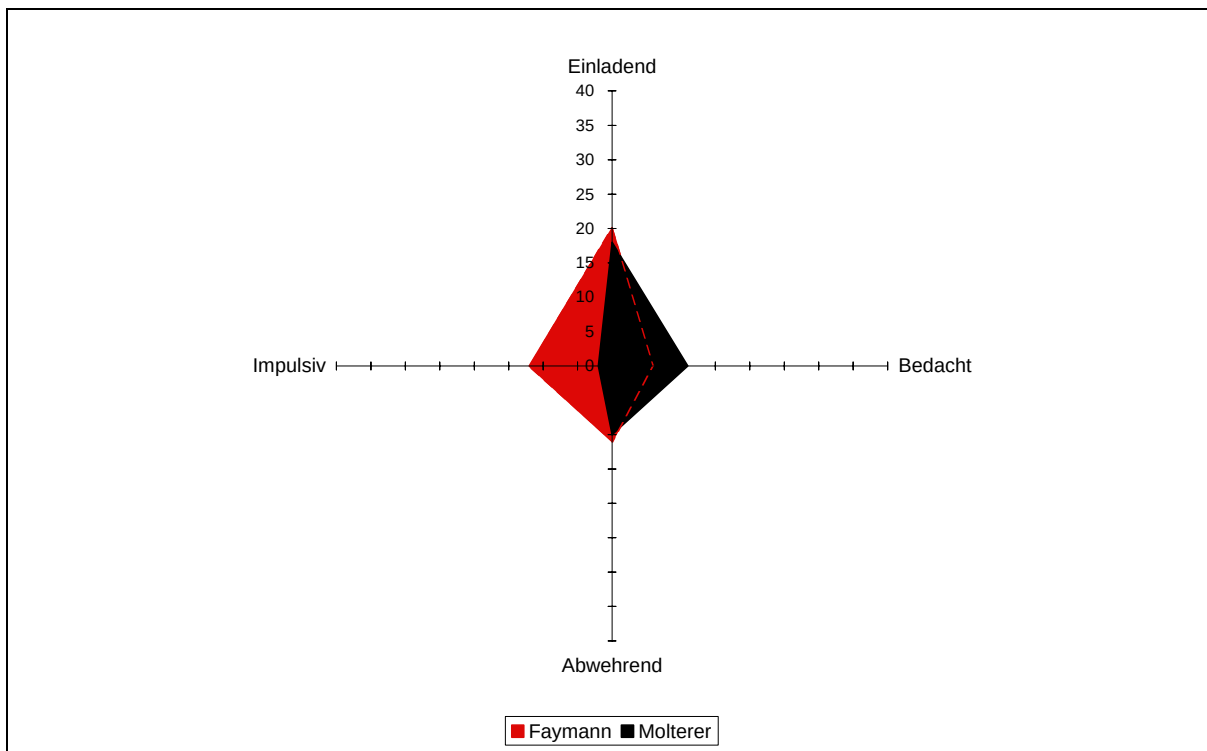


Abbildung 47: Körpersprache Molterer (ÖVP) vs. Faymann (SPÖ)

- Molterer machte 18 einladende Gesten, Faymann 20.
- Molterer machte zehn, Faymann elf abwehrende Gesten.
- Molterer handelte zweimal impulsiv, Faymann zwölfmal.
- Molterer reagierte elfmal bedacht, Faymann sechsmal.

Laut Samy Molcho, Pantomime und Fachmann für Körpersprache, könne der Körper nicht lügen (vgl. *Kronen Zeitung*, 23.09.2006). Konsequenterweise durchgeföhrt, hätte Molterer also statt vieler Attacken auf der Verbalebene besser beschwichtigt, sich als ruhigen, ausgeglichenen Staatsmann präsentieren sollen. Faymanns Körpersprache deckt sich mit seinem Argumentationsstil – der in seinem teils untergriffigen Ton manchmal dem eines Kandidaten einer populistischen Partei ähnelte.

Die Anzahl der Zwischenrufe nährt die Behauptung, den Kanzlerkandidaten mangle es an Diskussionskultur. Nur im Duell zwischen FPÖ und SPÖ 2006 musste die Moderatorin noch öfter intervenieren.

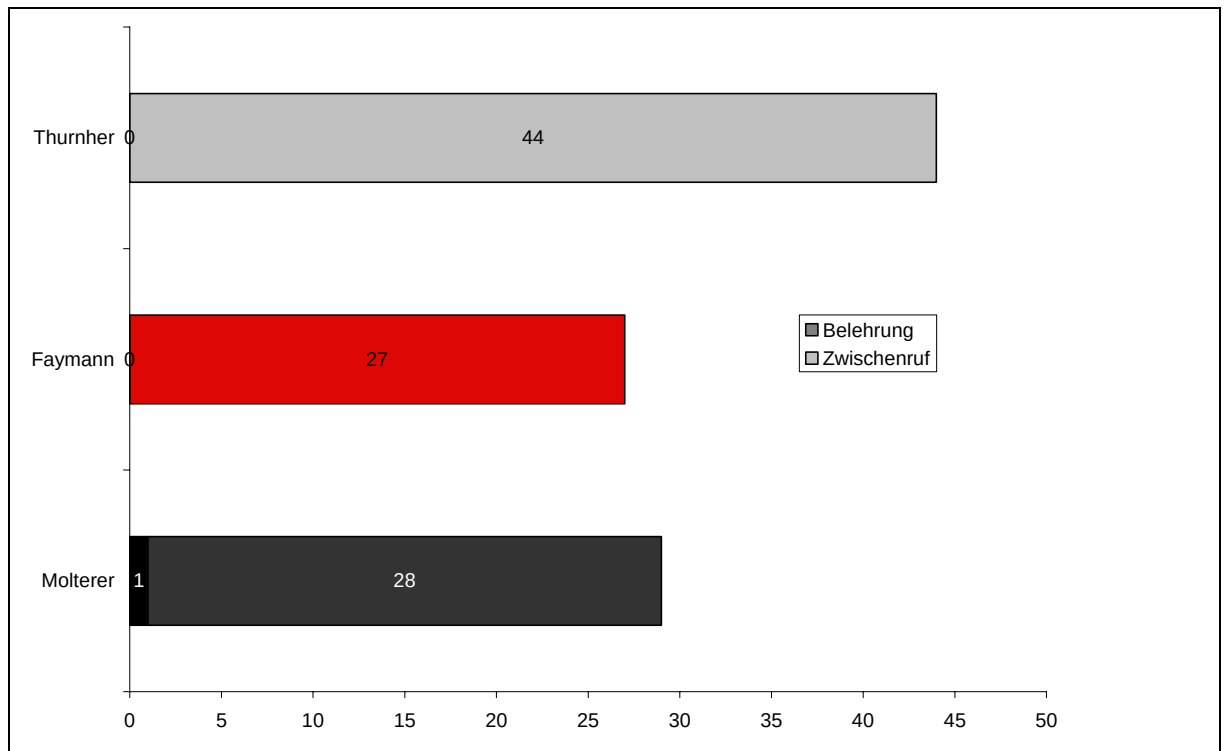


Abbildung 48: Belehrungen und Zwischenrufe Molterer (ÖVP), Faymann (SPÖ), Thurnher (ORF)

- Thurnher belehrte ihre Gäste nie, 44-mal unterbrach sie sie.
- Auch Faymann belehrte nie, er fiel 27-mal ins Wort.
- Molterer belehrte einmal, 28 Zwischenrufe kamen von ihm.

Es ging nicht um Persönliches, es war keine Diskussion in der Sache, sondern es war ein Streit, wer was beschlossen hatte, der die meisten Zwischenrufe ertete: Molterer fiel Faymann bei der knapp 14-minütigen Debatte über die Steuerreform elfmal ins Wort, Faymann seinem Gegenüber 16-mal, Thurnher musste gar 21-mal intervenieren.

Zusammenfassung

Bereits bei der ersten Frage begannen die gegenseitigen Vorwürfe – die Szene erinnerte an einen Rosenkrieg. Faymann zückte ein Versprechen der ÖVP, die Koalition nicht zu

kündigen. Molterer konterte mit einem Taferl⁶: „Faymann: SPÖ hat Umstieg in die Regierung nie wirklich geschafft“, Quelle: „Standart! [sic!] 12.6.08“. Die Botschaft ging unter, weil Faymann Molterer ob des Rechtschreibfehlers hänselte. Als bald werfen sich beide vor, sich ständig gegenseitig zu unterbrechen. In Sachfragen wird eher gestritten, wer der Urheber mancher Ideen war, statt neue Inhalte zu präsentieren. Beide scheinen sich überlegen zu fühlen, geben sich zwischendurch staatsmännisch. Inhaltlich wenig Neues, dafür ein unerwartet aggressiv geführtes Duell.

3.8 Ergebnisse

Nachfolgend die Zusammenführung der Teilergebnisse in Bezug auf die Forschungsfragen und Hypothesen. Sowohl Forschungsfragen als auch Hypothesen wurden hier beantwortet, da die Antworten nicht deckungsgleich sind.

Forschungsfrage 1: Wurden in allen TV-Duellen eines Wahljahres dieselben Themen angesprochen?

Ergebnis: Nein (siehe auch Abbildung 49: Vergleich der Themengewichtung in den TV-Duellen, Seite 201).

Hypothese 1: Je eher die Partei für ein Thema steht (etwa ÖVP und Wirtschaft; SPÖ und Soziales) oder bereits dafür Verantwortung trägt (etwa in Form eines Ministeriums), desto eher wird es in der TV-Debatte angesprochen.

Ergebnis: Die Auswertung der acht Duelle widerspricht der These nicht. Um sie als belegt zu erachten, sollten allerdings noch weitere TV-Konfrontationen untersucht werden. Anzuführen ist, dass jedenfalls Aktualitäten stark in die Themenwahl eingebunden werden – etwa Pflegenotstand, Teuerung etc.

⁶ Online abrufbar unter: YouTube <http://www.youtube.com/watch?gl=DE&hl=de&v=u9UdQSHHQdk> (03.09.2009)

Forschungsfrage 2: Wurden alle Themen gleich gewichtet?

Ergebnis: Nein (siehe auch Abbildung 49: Vergleich der Themengewichtung in den TV-Duellen, Seite 201).

Hypothese 2: Je mehr das Thema das Publikum betrifft/erregt (direkte Betroffenheit, Skandale im Umfeld einer Partei/der Politik), desto länger wird darüber diskutiert.

Ergebnis: Diese These ist nicht zu belegen, eine Generalisierung unmöglich: Der Diskussionsverlauf sowie die Tagesverfassung der Diskutanten als auch der Moderatorin haben starken Einfluss auf die Gewichtung, also den zeitlichen Rahmen, eines Themas.

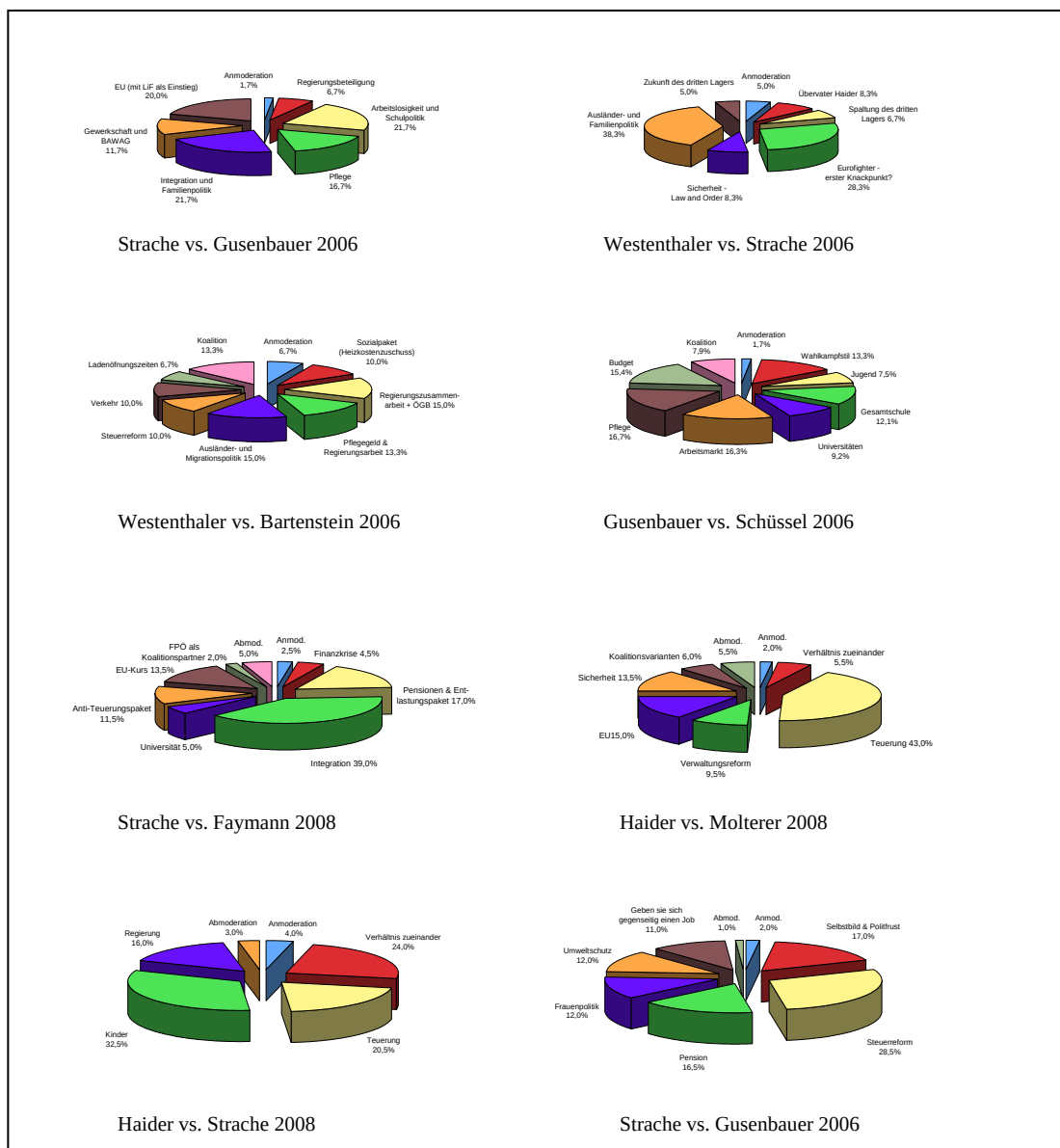


Abbildung 49: Vergleich der Themengewichtung in den TV-Duellen

Forschungsfrage 3: Wandten alle Diskutanten denselben Argumentationsstil an?

Ergebnis: Nein. Abhängig von Intention und Selbstverständnis wurden verschiedene Stile angewandt.⁷

⁷ Interessant sind Personen wie Jörg Haider: Er verkörperte zum Zeitpunkt der Duelle drei Rollen – Populist, Kanzlerkandidat, Regierungschef (Kärnten).

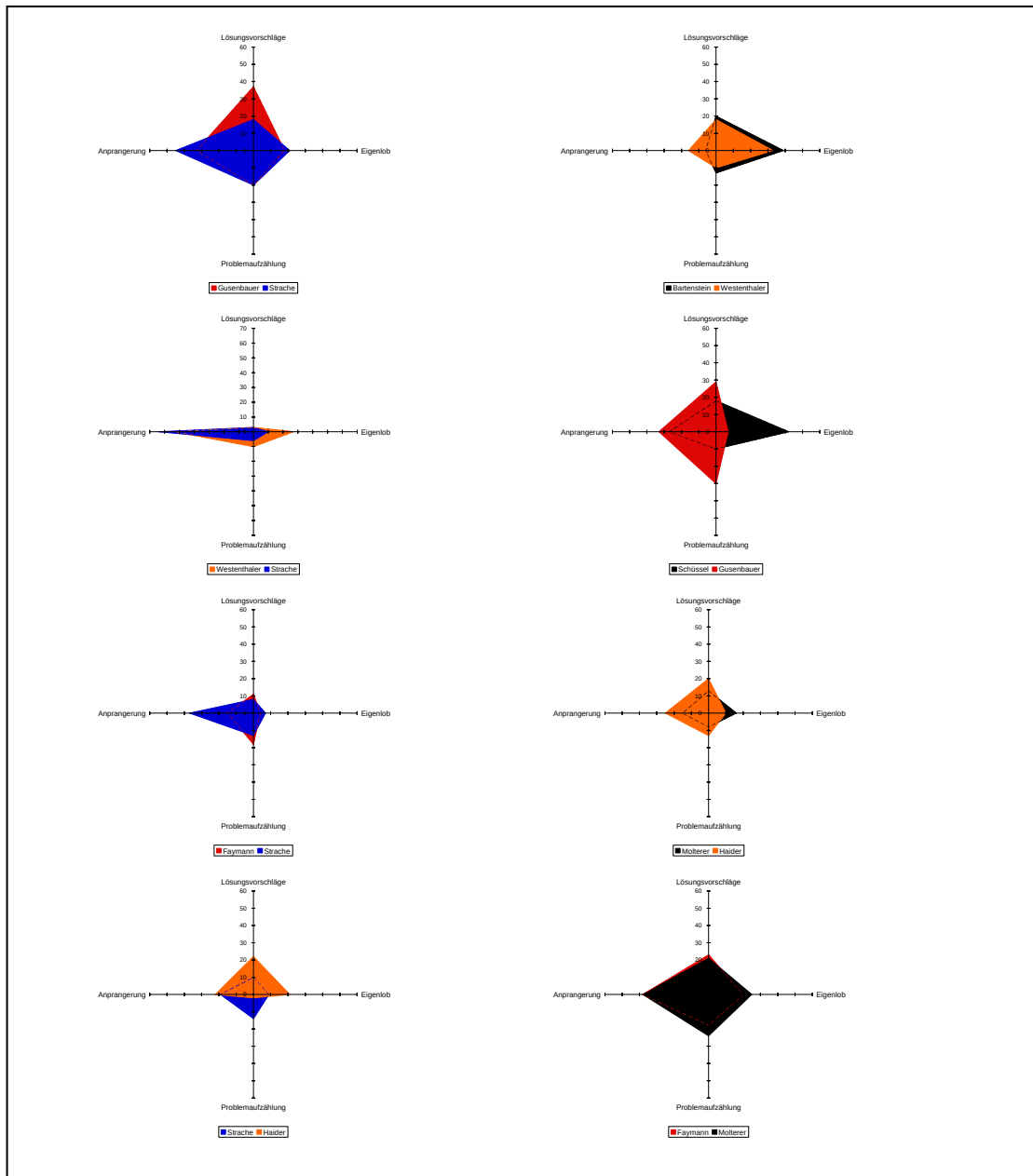


Abbildung 50: Vergleich der Argumentationsstile

Hypothese 3a: Je mehr Regierungsverantwortung ein Debattenteilnehmer trägt, desto eher lobt er sich selbst und seine Partei.

Ergebnis: Alle untersuchten Debatten stützen diese These. ÖVP und BZÖ lobten sich stets, während die FPÖ dies unterließ. Bei der SPÖ war dies weniger deutlich zu sehen.

Hypothese 3b: Je weniger Regierungsverantwortung ein Kanzlerkandidat trägt und je realistischer es für ihn ist, das Amt zu erhalten, desto eher zeigt er Probleme oder Lösungen auf.

Ergebnis: Die analysierten Duelle stützen diese These: Gusenbauer bestritt seinen Wahlkampf nicht von der Regierungsbank aus – der Ausschlag auf der Y-Achse ist groß.

Hypothese 3c: Je populistischer die Partei des Kandidaten ist, desto eher agiert ihr Kandidat auf der persönlichen Ebene.

Ergebnis: Die untersuchten Duelle stützen diese These: Sowohl die FPÖ als auch das BZÖ verzeichnen starke Ausschläge auf der X-Achse.

4 Printberichterstattung über die TV-Duelle

4.1 Forschungsfragen

Forschungsfrage 1: Berichteten die ausgewählten Printmedien über alle ausgewählten TV-Duelle?

Forschungsfrage 2: In welcher Form berichteten die ausgewählten Medien über die ausgewählten TV-Duelle?

Forschungsfrage 3: Was berichteten die ausgewählten Medien über die ausgewählten TV-Duelle?

Forschungsfrage 4: Wie passierte die Rezeption und Verarbeitung der ausgewählten TV-Duelle durch die Journalisten?

Forschungsfrage 5: Fand eine Delegation der Beurteilung des Duells durch Journalisten an Experten statt?

4.2 Hypothesen

Hypothese 1a: Die ausgewählten Medien berichten lückenlos über die ausgewählten TV-Duelle.

Hypothese 1b: Je höher die Einschaltquote des TV-Duells, desto eher wird darüber berichtet.

Hypothese 2: Je höher der Qualitätsanspruch des Mediums, desto eher bleibt es der gewählten Art der Berichterstattung treu.

Hypothese 3a: Je höher der Qualitätsanspruch des Mediums, desto mehr Sachthemen werden berichtet.

Hypothese 3b: Je näher der Zeitpunkt des Erscheinens des Mediums am Zeitpunkt der Ausstrahlung des TV-Duells, desto mehr Sachthemen werden berichtet.

Hypothese 3c: Je unerwarteter der Verlauf der TV-Diskussion beziehungsweise eines Aspektes davon, desto ausführlicher wird davon in den Printmedien berichtet.

Hypothese 4: Je höher der Qualitätsanspruch des Mediums, desto objektiver versuchte der Journalist zu sein, d.h. umso mehr glichen sich die Herangehensweisen an die jeweiligen Duelle.

Hypothese 5: Je mehr Platz den Duellen in dem jeweiligen Medium eingeräumt wird, desto wird die Analyse (auch) an Experten delegiert.

4.3 Methodisches Vorgehen

Um die Rezeption der TV-Duelle durch Experten und Journalisten untersuchen und die Forschungsfragen beantworten zu können, müssen zuerst Vorgabe und Ergebnis dieses journalistischen Prozesses analysiert werden: die Debatten selbst (siehe dazu Kapitel **Fehler! Verweisquelle konnte nicht gefunden werden. Fehler! Verweisquelle konnte nicht gefunden werden., Seite Fehler! Textmarke nicht definiert.**). Die Analyse kann wohl nicht allumfassend sein, erhebt aber den Anspruch, die wesentlichen Aspekte – im Falle der Diskussionen jene der Kommunikation (verbal wie nonverbal), bei den Artikeln vor allem Häufigkeit, Form und Inhalt – abzudecken.

Da für die folgende Untersuchung weder eine qualitative noch eine quantitative Analyse der Duelle als auch der Berichterstattung darüber in den Printmedien alle für die

Untersuchung wichtigen Bereiche abgedeckt hätten, wurde eine Mischform ausgearbeitet, in mehreren Pretests leicht modifiziert, bis sie zu der endgültigen Form gelangte (siehe auch Erläuterung des Instruments, Kapitel 3.4, Seite 82). Für die Analyse der Printberichterstattung wurde der Codebogen leicht abgewandelt (siehe Kapitel: Erläuterung des Instruments, Seite 206).

Zusätzlich zum Vergleich der Analysen der TV-Duelle und der Berichterstattung darüber in den ausgewählten Printmedien wurden drei Experteninterviews geführt – eines mit dem zuständigen Redakteur des Nachrichtenmagazins „profil“, Kaspar Fink, zwei mit Redakteuren der ausgewählten Tageszeitungen, Martin Fritzl von „Die Presse“, sowie Andreas Schwarz vom „Kurier“, die beide zumindest einen Artikel zu den TV-Duellen der Nationalratswahl 2006 verfasst haben. Ein kurzes Gespräch 2009 bestätigte mit den Verantwortlichen bestätigte, dass die Vorgehensweise 2008 jener von 2006 übereinstimmte. Ergänzend bat ich den „Kurier“-Redakteur Bernhard Gaul um eine kurze Beschreibung seines Arbeitsablaufes bei der Beschreibung eines Duells 2008.

4.4 Erläuterung des Instruments

Basierend auf den Codebögen der TV-Duell-Analyse (siehe Kapitel: 3.5 Operationalisierung, Seite 83ff) wurde für die Untersuchung der Printberichterstattung ein eigener Codebogen entwickelt – er entspricht nun einer vereinfachten Form des Duell-Bogens, um die Ergebnisse der beiden Analysen vergleichbar zu machen. Während bei bestimmten Kategorien bei der Analyse des TV-Duells die Häufigkeit eines Aspektes die Quantität definierte, wurde die Quantität bei den Zeitungsartikeln über deren Länge, bzw. über die Zahl der Worte, die ein Thema/Kategorie behandelten, definiert. So konnte festgestellt werden, ob bestimmte Merkmale des TV-Duells, die auffallend massiv waren, wie beispielsweise Eigenlob der Diskutanten während des TV-Duells Peter Westenthaler (BZÖ) und Martin Bartenstein (ÖVP), auch Niederschlag in den Printberichten hatten.

In den anschließenden Experteninterviews wurde die Vorgangsweise der Fachleute, die Umstände der Rezeption, die Aufbereitung und Verarbeitung der während der Diskussion gesammelten Daten sowie der Prozess der Umsetzung in Printform untersucht. Dabei musste mitunter – mangels anderer Untersuchungsmöglichkeiten – teils auch die Selbsteinschätzung des Interviewpartners herangezogen werden. Es gilt in der Auswertung der Antworten also, auch die mentalen Modelle der Journalisten (siehe **Fehler! Verweisquelle konnte nicht gefunden werden.**, Seite **Fehler! Textmarke nicht definiert.**ff) zu bedenken.

4.5 Operationalisierung

Bei der Analyse der Printartikel über die TV-Duelle konnten und mussten, wie beschrieben, Elemente von qualitativer und quantitativer Inhaltsanalyse gemischt werden. So wurde die Bedeutung eines TV-Duell-Themas anhand der ihm im Print zugestandenen Wortanzahl gemessen. Anschließend konnten so die Sendezeit zu einem Thema und Beitragslänge dazu innerhalb des Artikels gegenübergestellt werden; entsprechende Grafiken machen die Ergebnisse visuell schnell fassbar.

Zusätzlich zur Analyse wurden in Experteninterviews mit verantwortlichen Redakteuren von „profil“, „Die Presse“, und „Kurier“ (geführt im Jahr 2007; die Gültigkeit ihrer Aussage 2009 nochmals autorisiert) der Produktionsablauf, die Produktionsbedingungen, die Motive für das Herausnehmen einzelner TV-Duell-Themen und die Einschätzung der Journalisten erforscht.

4.5.1 Herangehensweise

Erst wurde im Herbst 2006 das Material des Wahlkampfes 2006 gesammelt – ursprünglich war nur eine Analyse der Duelle dieser Wahl geplant –, anschließend der Codebogen für die Analyse der TV-Duelle entwickelt, in mehreren Pretests verfeinert, und schließlich für die Untersuchung der Printberichterstattung adaptiert, d.h. eine

Einteilung nach Absätzen anstatt nach Themengebieten getroffen – die quantitative Bewertung fand hier nur im Zählen der Wörter statt, die als Vergleichswert zur Dauer eines Themenkomplexes des TV-Duells herangezogen wurden.

Gleichzeitig fand eine Beschäftigung mit dem theoretischen Framing statt. Nach der Formulierung der Forschungsfragen wurden Hypothesen gebildet – in Anlehnung an die Sichtweise Karl Poppers, dass es endgültig nur eine Falsifikation geben könne, oft derart formuliert, dass von einer Falsifikation durch die Analyse auszugehen war.

4.5.2 Erhebung

Zu Beginn der Analyse wurden Medium, Erscheinungstag, Seite, Titel, Bildüberschrift etc erhoben, danach der Text untersucht: Der im Absatz des Artikels behandelte Themenkomplex wurde als erstes notiert. Manche Absätze behandelten mehrere Themenkomplexe – die Zahl der Wörter wird in den ausgewerteten Vergleichsgrafiken von TV und Print auf die TV-Themengebiete aufgeteilt.

Unter „Andere“ fällt alles, was nicht eindeutig einem Themengebiet zuzuordnen ist. Wird das Verhalten der Diskutanten beschrieben, so ist das kein Themengebiet, es fällt unter „Andere“. Diese Bewertungskriterien abseits der Themensetzung werden im Printbereich qualitativ gemessen: ausformuliert in den Codebögen wiedergegeben und in eigenen Grafiken mit dem Ergebnis der TV-Duelle verglichen.

Als dritter Schritt wurden Interviews mit den Journalisten geführt, die die Umsetzung der TV-Duelle im Printbereich durchführten, zuständig waren. Sie erzählten über ihren Approach, ihre Vorgaben, ihre Auswahlkriterien. Ein sehr ausführliches und ehrliches Interview gab dazu Kaspar Fink (vgl. Experteninterview Kaspar Fink, Abschrift im Anhang), der 2006 für das Nachrichtenmagazin „profil“ unter der Leitung von Chefredakteur Herbert Lackner (mit einer Ausnahme) die Bewertung der TV-Duelle vornahm. Für den Wahlkampf 2008 kann (und muss) ich auf eigene Erfahrungen zurückgreifen, da damals ich für die Gestaltung und Inhalt der Wahl-Kurzinformation des „profil“ zuständig war.

Anschließend folgten die Auswertung der Codebögen und die Verarbeitung in Grafiken, die miteinander verglichen und in Zusammenhang mit den Experteninterviews zur Verifizierung bzw. Falsifizierung der Hypothesen herangezogen werden konnten.

4.6 Untersuchungsmaterial

Gegenstand der folgenden Untersuchung sind die Artikel über die acht ausgewählten TV-Duelle der Nationalratswahlkämpfe 2006 und 2008 in den Tageszeitungen „Der Standard“, „Die Presse“, „Kurier“ sowie dem Nachrichtenmagazin „profil“ sowie vier Experteninterviews.

4.6.1 Printberichterstattung

4.6.1.1 Übersicht

Print 2006

1. Der Standard, Donnerstag, 7. September 2006, Ressort: Inland, Seite 7, Autor: Michael Bachner; Titel: Rot will keine blaue Hilfe
2. Der Standard, Freitag, 8. September 2006, Ressort: Inland, Seite 9, Autor: Tatjana Lackner; Titel: Gusenbauer – Strache 2:2
3. Der Standard, Donnerstag, 14. September 2006, Ressort: Inland, Seite 7, Autor unbekannt; Titel: Bisher schlechteste Quote
4. Der Standard, Donnerstag, 14. September 2006, Ressort: Inland, Seite 7, Autor: Tatjana Lackner; Titel: Westenthaler – Bartenstein 0:0
5. Der Standard, Samstag, 16. September 2006, Ressort: Inland, Seite 11, Autor: Petra Stuibler; Titel: Wer Haiders bessere Kopie ist (+ Teaser auf Seite 1)

6. Der Standard, Montag, 18. September 2006, Ressort: Inland, Seite 6, Autor: Tatjana Lackner; Titel: Westenthaler – Strache 0:0
7. Der Standard, Freitag, 22. September 2006, Ressort: Kom, Seite 40, Autor: Gerfried Sperl; Titel: Debatte ohne Aufschlüsse
8. Der Standard, Freitag, 22. September 2006, Ressort: Thema, Seite 3, Autor: Tatjana Lackner; Titel: Gusenbauer – Schüssel
9. Die Presse, Donnerstag, 7. September 2006, Ressort: Inland, Seite: 3, Autor unbekannt; Titel: „Lehne Minderheitsregierung ab“
10. Die Presse, Donnerstag, 14. September 2006, Ressort: Inland, Seite 4, Autor: (maf); Titel: Kuschel-Duell der Koalitionspartner
11. Die Presse, Freitag, 22. September 2006, Ressort: Seite 1, Seite 1, Autor: (red.); Titel: Schlagabtausch um Bank in Kanzlerduell
12. Die Presse, Freitag, 22. September 2006, Ressort: Inland, Seite 2, Autoren: Oliver Pink und Erich Witzmann; Titel: „Ihre Schweißperlen auf der Lippe“
13. Die Presse, Freitag, 22. September 2006, Ressort: Leitartikel, Seite 43, Autor: Michael Prüller; Titel: Gusenbauer hat die letzte Chance verspielt
14. Kurier, Donnerstag, 7. September 2006, Ressort: Politik, Seite 2, Autor: Nicholas Bukovec; Titel: Kampf um den kleinen Mann
15. Kurier, Mittwoch, 13. September 2006, Ressort: Politik, Seite 3, Autor: Christian Böhmer; Titel: „Doppelinterview“ statt Konfrontation

16. Kurier, Mittwoch, 16. September 2006, Ressort: Politik, Seite 5, Autoren: Karin Leitner und Gabi Zornig; Titel: Blau-orange Streitsucht statt Inhalt
17. Kurier, Mittwoch, 16. September 2006, Ressort: Politik, Seite 5, Autor: unbekannt; Titel: „Wettstreit um law-and-order“
18. Kurier, Freitag 22. September 2006, Ressort: Innenpolitik, Seite 4, Autoren: Karin Leitner und Andreas Schwarz; Titel: Schwarz-roter Infight
19. Kurier, Freitag, 22. September 2006, Ressort: Innenpolitik, Seite 4, Autor unbekannt; Titel: „Die Gesprächsbasis wurde nicht zerstört“
20. Profil, Montag, 11. September 2006, Ressort: Österreich, Seite 16, Autor unbekannt; Titel: Strache vs. Gusenbauer: 595.000 Zuseher
21. Profil, Montag, 18. September 2006, Ressort: Österreich, Seite 16; Titel: Westenthaler vs. Bartenstein: 412.000 Zuseher
22. Profil, Montag, 18. September 2006, Ressort: Österreich, Seite 16; Titel: Strache vs. Westenthaler
23. Profil, Montag, 25. September 2006, Ressort: Österreich, Seite 16, Autor unbekannt; Titel: Gusenbauer vs. Schüssel

Print 2008

24. Der Standard, Samstag, 23. August 2008, Ressort: Inland, Seite 7, Autor: Michael Völker; Titel: „Altpolitiker“ gegen „Kopiermaschine“: Bei Haider – Strache wurde es heftig
25. Der Standard, Montag, 25. August 2008, Ressort: Inland, Seite 7, Autor: Tatjana Lackner; Titel: Jörg Haider (BZÖ) vs. Heinz-Christian Strache (FPÖ)

26. Der Standard, Freitag, 29. August 2008, Ressort: Inland, Seite 6, Autor: Nina Weißensteiner; Titel: „Geben Sie Ihrem Herzen einen Stoß“
27. Der Standard, Freitag, 29. August 2008, Ressort: Inland, Seite 6, Autor: Tatjana Lackner; Titel: Wilhelm Molterer (ÖVP) – Jörg Haider (BZÖ)
28. Der Standard, Mittwoch, 17. September 2008, Ressort: Inland, Seite 8, Autor: Conrad Seidl; Titel: „Muss schwachsinnige Meinungen aushalten“
29. Der Standard, Mittwoch, 17. September 2008, Ressort: Inland, Seite 8, Autor: Tatjana Lackner; Titel: Strache (FPÖ) – Faymann (SPÖ)
30. Der Standard, Mittwoch, 24. September 2008, Ressort: Thema, Seite 2, Autoren: Andrea Heigl und Michael Völker; Titel: „Ich bin ja gerne am Wort“
31. Der Standard, Mittwoch, 24. September 2008, Ressort: Thema, Seite 2, Autor: Tatjana Lackner; Titel: Werner Faymann (SPÖ) – Wilhelm Molterer (ÖVP)
32. Die Presse, Samstag, 23. August 2008, Ressort: 24h, Seite 44, Autor: (red); Titel: Erstes TV-Duell Haider und Strache
33. Die Presse, Freitag, 29. August 2008, Ressort: Inland, Seite 2, Autor: (oli); Titel: „Erweichen Sie Ihr hartes Herz!“
34. Die Presse, Mittwoch, 17. September 2008, Ressort: Österreich, Seite 6, Autor: (mon); Titel: Rot und Blau: Koalitionäre sehen anders aus
35. Die Presse, Mittwoch, 24. September 2008, Ressort: Inland, Seite 2, Autor: (mon); Titel: Hartes Kanzler-Duell mit vielen Vorwürfen
36. Kurier, Sonntag, 24. August 2008, Ressort: Innenpolitik, Seite 2, Autor: Nicholas Bukovec; Titel: Haider's ruhige Art überraschte die Experten

37. Kurier, Freitag, 29. August 2008, Ressort: Innenpolitik, Seite 2, Autor: Bernhard Gaul; Titel: „Erweichen Sie Ihr hartes Herz“
38. Kurier, Donnerstag, 18. September 2008, Ressort: Innenpolitik, Seite 4, Autor ungenannt; Titel: Ausländerfrage spaltet SPÖ und FPÖ
39. Kurier, Mittwoch, 24. September 2008, Ressort: Innenpolitik, Seite 4, Autoren: Karin Leitner und Andreas Schwarz; Titel: „Meine Herren“ im kräftigen Clinch
40. Kurier, Mittwoch, 24. September 2008, Ressort: Innenpolitik, Seite 4, Autor ungenannt; Titel: „Mit der Konfrontation hat Faymann gewonnen“
41. Profil, Montag, 25. August 2008, Ressort: Österreich, Seite 13, Autor ungenannt; Titel: Haider vs. Strache
42. Profil, Montag, 01. September 2008, Ressort: Österreich, Seite 16, Autor ungenannt; Titel: Haider vs. Molterer
43. Profil, Montag, 22. September 2008, Ressort: Österreich, Seite 18, Autor ungenannt; Titel: Strache vs. Faymann

4.6.1.2 Volltext

Die Texte der untersuchten Artikel wurden – soweit dies möglich war – aus dem Archiv der APA entnommen. Wegen verschiedener Versionen und Mutationen der Tageszeitungen sind kleine Unterschiede zu den tatsächlich untersuchten Texten (diese wurden direkt aus den in Wien erhältlichen Tageszeitungen entnommen) möglich.

4.6.1.2.1 FPÖ vs. SPÖ 2006

4.6.1.2.1.1 Der Standard

„Der Standard“

*Rot will keine blaue Hilfe – siehe Kapitel **Fehler! Verweisquelle konnte nicht gefunden werden. Fehler! Verweisquelle konnte nicht gefunden werden.**, Seite **Fehler! Textmarke nicht definiert.***

"Der Standard" vom 08.09.2006 Seite: 9 Ressort: Innenpolitik

Morgen

Gusenbauer - Strache 2:2

Positive Gesprächskultur oder Kommunikationskiller? Tatjana Lackner, Politiker-Profilerin und Direktorin der Schule des Sprechens, analysiert die TV-Duelle.

Die Wahlkonfrontation war kein Duell, sondern ein Quartett auf der Suche nach dem schwarzen Peter. SPÖ-Vorsitzender Alfred Gusenbauer sprach virtuell mit Bundeskanzler Wolfgang Schüssel (VP). FPÖ-Obmann Heinz-Christian Straches unsichtbarer Ansprechpartner schien dagegen BZÖ-Chef Peter Westenthaler zu sein. Erst nach mehreren Aufforderungen der Moderatorin wendeten sich die beiden einander zu.

Politprofis sollten durch den parlamentarischen Alltag an vorgegebene Redezeiten gewöhnt sein. Unprofessionell waren daher der Zeitverlust zu Beginn und das Redechaos gegen Ende der Sendung. Was lässt die beiden Herren nur vermuten, dass sie auch nur eine Wählerstimme durch zeitgleiches Argumentieren gewinnen könnten?

Die Kommunikationsblockaden wurden besonders durch die Körpersprache und den Blick sichtbar: Straches Replik auf Gusenbauers selbstgefälliges Grinsen waren zusammengekniffene Augen, begleitet von süffisantem Lächeln.

Beim Thema Bawag wurde das Gesprächsklima dann frostig: "Es ist ein schwarz-roter Skandal!" vermutete Strache und deckte Gusenbauer mit Vorwürfen ein. Der versuchte abzuschwächen: "Für die Unsterblichkeit der Maikäfer ist dann auch die Bawag verantwortlich, oder was?" Schnell war der Spitzenkandidat der Sozialdemokraten beleidigt: "Ich brauch auch nichts dazu sagen, wenn ich nicht reden darf", meinte Gusenbauer.

Strache blockte immer wieder mit Angstszenarien, auf die Gusenbauer mit spöttischem Witz reagierte: "... dauernd diese Geisterfahrmeldungen! Die Leute können ja nicht mehr gut schlafen, wenn sie dem Herrn Strache zuhören."

Moderatorin Ingrid Thurnher versuchte Strache klare Statements zu entlocken und erntete nur heisere Wahlpropaganda.

TATJANA LACKNER

www.sprechen.com

4.6.1.2.1.2 Die Presse

"Die Presse" vom 07.09.2006 Seite: 3 Ressort: Inland

Österreich, Morgen

"Lehne Minderheitsregierung ab"

Gusenbauer-Absage an FPÖ: Heftiges rot-blaues TV-Duell um Ausländerpolitik.

Wien (red.). "Mit der FPÖ nicht." Und: "Wir lehnen eine Unterstützung einer Minderheitsregierung ab." SP-Chef Alfred Gusenbauer bekräftigte Mittwoch abend gleich zum Auftakt des zweiten TV-Duells mit FP-Obmann Heinz-Christian Strache die

Absage der SPÖ an alle Spekulationen um eine Koalition mit der FPÖ. Strache hatte zuvor erklärt, dass er sich in Zukunft in Sachbereichen eine Zusammenarbeit vorstellen könne.

Beherrschendes Thema in der ORF-Konfrontationen waren dann die Themen Ausländerzuwanderung, Integration und illegale Pflege. Strache gab bei Missständen immer wieder auch dem SP-dominierten Wien die Schuld. Bis es Gusenbauer zuviel wurde: "Die permanenten Attacken gegen Wien muss ich einmal zurückweisen." Der SP-Chef warf der FPÖ vor, in der Ausländerpolitik "immer wieder die Ängste der Menschen zu schüren".

Die FPÖ sei "keine ausländerfeindliche Partei", konterte Strache. Familiebeihilfe, Kindergeld solle es nur für Österreicher geben. Gusenbauer: "Ich halte nichts davon, Arbeitnehmer von zwei Klassen in Österreich zu schaffen."

Dann kamen die 40.000 illegalen ausländischen Pflegekräfte zur Sprache. "Sie sind für's rausschmeißen", stichelte der SP-Chef. Er sei für eine befristete Legalisierung für qualifizierte Pflegekräfte, hielt dem der FP-Obmann entgegen. Beide versuchten eine persönliche Note einzubringen. Er könne das beurteilen, "weil leider mein Vater Pflege braucht", so Gusenbauer, der sich auch für eine eigene Pflegeversicherung ausspricht. "Ich habe im Pflegebereich gearbeitet", betonte Strache.

Schließlich das Bawag-ÖGB-Desaster: Strache warf Gusenbauer "Solidarität mit den Bonzen" vor. Dessen Antwort: Die Verantwortlichen gehörten ins Gefängnis: "Die Partei ist nicht ein Gericht."

Am Ende gerieten sich die beiden wegen der EU (Gusenbauer: "Die Leute können nicht mehr schlafen, wenn sie Strache hören") vollends in die Haare. Bis dann sogar ORF-Moderatorin Ingrid Thurnher rief: "Stopp, meine Herren!" TV-Kritik Seite 17

Alles zu den TV-Konfrontationen:

diepresse.com/tvduell

4.6.1.2.1.3 Kurier

"Kurier" vom 07.09.2006 Seite: 2 Ressort: Innenpolitik

Nicholas Bukovec

Wi, Morgen

Zweites Fernsehduell

Kampf um den kleinen Mann

Zunächst sachbetont, dann ziemlich emotional verlief die Konfrontation H.C. Strache gegen Alfred Gusenbauer.

Zwei Parteichefs treten zum Kampf um den kleinen Mann an." Mit diesen Begrüßungsworten versuchte Ingrid Thurnher gestern Nacht ein heißes rot-blaues Fernsehduell einzuläuten. Doch Alfred Gusenbauer und Heinz-Christian Strache gingen überraschend sachbetont in die erste Runde.

Gusenbauer kann sich nicht vorstellen, dass eine SP-geführte Minderheitsregierung von der FPÖ unterstützt wird: "Die FPÖ bietet keine Lösungen, sondern schürt nur Hass und Angst." FPÖ-Chef Strache wiederum kann sich eine Zusammenarbeit bei Sachthemen vorstellen.

Thema Ausländer: Der FP-Chef prangerte die "verfehlte Integrationspolitik" im roten Wien an. Der Blaue wünscht sich "Sozialleistungen nur für österreichische Staatsbürger. Zuwanderer nehmen mehr aus dem Sozialtopf, als sie hineinzahlen."

Gusenbauer wollte Strache beim Ausländerthema nicht das Feld überlassen : Die illegale Zuwanderung müsse gestoppt werden. "Zuwanderung darf nur passieren, wenn

wir ein Interesse daran haben." Asylwerber müssten in Europa aufgeteilt werden. Aber: "Wer in Österreich legal arbeitet, dem stehen die selben Leistungen zu wie Österreichern", so der SP-Chef, der über weite Strecken vor allem die Regierung attackierte.

Hitziger wurde es in der zweiten Hälfte des TV-Duells: Strache warf Gusenbauer "Kindesweglegung" vor, weil die SPÖ zwar dem Liberalen Alexander Zach einen Sitz im Parlament garantiere, nicht aber Spitzengewerkschaftern aus ihren eigenen Reihen. Außerdem sei die SPÖ für den Bawag-Skandal mitverantwortlich. Gusenbauer verärgert: "Die Leute können nicht mehr ruhig schlafen, wenn sie Herrn Strache zuhören."

Gusenbauer wiederum warf Strache in einem heftigen Wortgefecht am Ende der Konfrontation vor, durch seine EU-kritische Haltung das Friedensprojekt Europa sprengen zu wollen. Strache: "Wenn Bruno Kreisky das heute gehört hätte, würde er sich im Grab umdrehen."

ÖVP-Diskutanten

Wie der KURIER erfuhr, schickt die ÖVP in ihren kommenden beiden TV-Duellen Martin Bartenstein (gegen das BZÖ) und Josef Pröll (gegen die FPÖ) ins Rennen.

4.6.1.2.1.4 profil

"profil" Nr. 37/06 vom 11.09.2006 Seite: 16 Ressort: Österreich

Nationalratswahl '06

TV-Bilanz

Strache vs. Gusenbauer: 595.000 Zuseher

Kaum zu glauben, aber der FP-Chef hat seine staatsmännische Ader entdeckt. So zahm

erlebte man den Freiheitlichen selten. Inhaltlich bot Heinz-Christian Strache jedoch Altbekanntes: die Erhaltung des Sozialstaats, die Bildung, die demografische Entwicklung - alles eine Frage der Ausländerpolitik. Überraschend: Den Bawag-Skandal brachte Strache erst kurz vor Ende der Sendezeit zur Sprache. Zu spät, der SP-Spitzenkandidat war warmgelaufen, kanzlerhaft beschwor er die Verantwortung der öffentlichen Hand - auch in der aktuellen Pflegedebatte.

4.6.1.2.2 BZÖ vs. ÖVP 2006

4.6.1.2.2.1 Der Standard

"Der Standard" vom 14.09.2006 Seite: 7 Ressort: Innenpolitik

Abend, Morgen

Bisher schlechteste Quote

Das koalitionäre Geplänkel zwischen Martin Bartenstein und Peter Westenthaler erzielte die bisher magerste Quote der ORF-Konfrontationen. Es kann nur spannender werden.

Wien - Nach der ORF-Konfrontation von Dienstagabend konnte es eigentlich nur besser werden. BZÖ-Spitzenkandidat Peter Westenthaler und - in Vertretung von Bundeskanzler Wolfgang Schüssel - Wirtschaftsminister Bartenstein kuschelten das Fernsehpublikum nahezu in den Schlaf. Die wenig aufregende Paarung und der träge Gesprächslauf schlugen sich auch in der Zuschauerquote nieder. Das Geplänkel der Koalitionspartner lockte gerade einmal 412.000 Zuseher vor den Fernseher.

Das waren mehr als 110.000 Zuschauer weniger als in der Vorwoche beim drittplatzierten Duell: Westenthaler gegen Alfred Gusenbauer. Das "Soft-Duell" erreichte einen durchschnittlichen Marktanteil von 32 Prozent.

Am Mittwoch saßen sich, moderiert von Ingrid Thurnher, Umweltminister Josef Pröll

und FPÖ-Chef Heinz-Christian Strache gegenüber. Am Donnerstag sind SPÖ-Chef Alfred Gusenbauer und Grünen-Bundessprecher Alexander Van der Bellen dran. Freitag schließlich einer der erwarteten Höhepunkte: FPÖ-Chef Heinz-Christian Strache duelliert sich mit seinem Erzrivalen Peter Westenthaler. Der nächste Höhepunkt der TV-Konfrontationen sollte dann am Donnerstag, den 21. September zu sehen sein. Erstmals stellt sich Bundeskanzler Wolfgang Schüssel einer Konfrontation, sein Gegenüber wird SPÖ-Chef Gusenbauer sein. Diese Diskussion wird zum "Kanzlerduell" hochstilisiert.

Von den Quoten her war das Match Gusenbauer und Strache (595.000 Zuschauer) bisher das beste, gefolgt von Karl-Heinz Grasser gegen Alexander Van der Bellen (593.000) und Gusenbauer gegen Westenthaler (523.000).

Die Konfrontation Pröll- Strache wurde von Hans

Rauscher auf derStandard.at kommentiert.

"Der Standard" vom 14.09.2006 Seite: 7 Ressort: Innenpolitik

Abend, Morgen

Demonstrative Einigkeit und Kuschelrhetorik, die Konfrontation...

Tatjana Lackner , Politiker-Profilerin und Direktorin der Schule des Sprechens, analysiert die TV-Duelle - dieses Mal die Konfrontation der Vertreter von BZÖ und ÖVP von Dienstagabend.

Demonstrative Einigkeit und Kuschelrhetorik, die Konfrontation zwischen Bartenstein und Westenthaler erinnerte eher an ein Koalitionsgespräch als an ein Wahlkampfduell. Erstmals wurden mehr rhetorische Türöffner als Kommunikationssperren eingesetzt: offensives Lob für die Zusammenarbeit und inflationäre Bestärkungen der

Wortmeldung des Gegenübers. Der Arbeits- und Wirtschaftsminister nahm die Expertenrolle in allen Sachfragen ein, belehrte und signalisierte Konsensbereitschaft. Der Umgang mit der Kamera in einem moderierten Gespräch schien für ihn ungewohnt. Er sprach häufiger zur Moderatorin als zu Westenthaler, deshalb war er für die Zuseher vor allem im Profil zu sehen.

Der BZÖ-Chef zeigte deutliche Schwächen beim Gebrauch von Fremdworten: Westenthaler gab zu bedenken, dass BZÖ und ÖVP in einigen Sachfragen bestimmt "eine differenzierte Meinung" hätten, anstelle der 'unterschiedlichen'. Außerdem wolle er "Pflegepersonal lukrieren" statt 'rekrutieren'. Trotz Einklang unterschieden sich die beiden Politiker in der Wortwahl: Während Westenthaler von "Arbeitslosen" sprach, richtete sich Bartenstein an die "Arbeitssuchenden".

Der ÖVP-Minister ist für seine geräuschvolle Nasenatmung und das maskenhafte Grinsen bekannt. Sein beschwichtigender Rededuktus und die Angewohnheit, Hauptgedanken in Nebensätze zu verpacken, erschweren das Verständnis.

Der aus der Rhetorik stammende Begriff: "Ich- bzw. Du-Zone" beschreibt den Vorgang des fokussierten Sprechens. Wirkungsvoller ist es demnach nicht für sich, sondern zu anderen zu reden. Körpersprachlich agierte Westenthaler freier. Bartenstein drückte den Kehlkopfdeckel häufig nach unten (bekannt vom Sodbrennen) und verharrte mit hängenden Mundwinkeln in der "Bethaltung".

Westenthaler duellierte sich weniger mit seinem Koalitionspartner, als mit der Moderatorin. Auch abwesende Sozialdemokraten waren seine Adressaten.

TATJANA LACKNER

www.sprechen.com

4.6.1.2.2.2 Die Presse

"Die Presse" vom 13.09.2006 Seite: 4 Ressort: Inland

Österreich, Morgen

Konfrontationen

Kuschel-Duell der Koalitionspartner

Minister Bartenstein (ÖVP) und BZÖ-Chef Westenthaler taten sich nicht weh.

WIEN (maf). Nach den heftigen Kontroversen in den TV-Duellen der vergangenen Woche verlief die Konfrontation zwischen ÖVP und BZÖ am Dienstag weitgehend harmonisch ab. Wirtschaftsminister Martin Bartenstein - als Vertreter von Bundeskanzler Wolfgang Schüssel - und BZÖ-Chef Peter Westenthaler führten eine gesittete Debatte: Die Fragen von Moderatorin Ingrid Thurnher wurden beantwortet, die Kontrahenten fielen sich gegenseitig nicht ins Wort. Und auch inhaltlich war man sich weitgehend einig.

Schon zu Beginn herrschte eitel Wonne zwischen den Noch-Koalitionspartnern. Bartenstein bezeichnete die Koalition als "sehr gute Partnerschaft für Österreich". Es seien Reformen zustande gebracht worden, die es in einer anderen Koalition nicht gegeben hätte. Westenthaler freute sich über den gemeinsamen Antrag im Parlament (siehe Seite 3). Das Schulstartgeld und vor allem die 30-Prozent-Grenze für ausländische Schüler seien ein "Riesenerfolg". Anstatt sich gegenseitig zu attackieren, richteten die Kontrahenten ihre Angriffe gegen SPÖ und ÖGB. Westenthaler forderte ein Ultimatum an die Gewerkschaft: Diese solle bis zum 20. September ihr Vermögen offen legen. Sollte dies nicht passieren, so müsse die Staatshaftung für die Bawag sistiert werden.

Bartenstein wollte sich dem zwar nicht anschließen, bezeichnete es aber als "ein wenig befremdlich", dass die Offenlegung immer noch nicht passiert sei. Der Verdacht liege

nahe, dass das Thema über die Wahl "drübergezogen" werden solle.

In der Ausländerfrage wiederholte Westenthaler seine Forderung, die Zahl der Ausländer in Österreich in den nächsten drei Jahren um 300.000 zu reduzieren. Bartenstein nannte zwar die Zahl 300.000 "absurd", aber ansonsten war man sich auch in dieser Frage einig: Durch zu hohe Einwanderung in den 90er Jahren unter sozialdemokratischer Regierung sei ein Problem entstanden. Und dieses werde durch die Maßnahmen dieser Regierung (Integrationsvereinbarung, strengere Bedingungen für den Erwerb der Staatsbürgerschaft) entschärft.

Divergenz beim Benzinpreis

Eine kleine Divergenz gab es bei der Frage der Steuerreform. Westenthaler forderte die Senkung der Steuern auf Benzin, um dem hohen Ölpreis entgegen zu wirken. Für Bartenstein macht das dagegen "keinen Sinn".

4.6.1.2.2.3 Kurier

"Kurier" vom 13.09.2006 Seite: 3 Ressort: Innenpolitik

- *Christian Böhmer*

, *Morgen*

"Doppelinterview" statt Konfrontation

Wahlduell - Kaum Zwist zwischen Westenthaler und Bartenstein

Steuern die Orangen auf Kuschelkurs - oder geht das BZÖ mit Noch-Regierungspartner ÖVP in den offenen Koalitionskampf? So lautete eine der zentralen Fragen vor dem ORF-TV-Duell zwischen BZÖ-Boss Peter Westenthaler und ÖVP-Wirtschaftsminister Martin Bartenstein.

Gleich zu Beginn versuchte Westenthaler die SPÖ als steinernen Gast zu bemühen - und brachte den Bawag- und ÖGB-Skandal aufs Tapet. "Wir sollten uns bis 20. September auf ein Ultimatum einigen", sagte er zu Bartenstein. Wenn der ÖGB bis dahin seine Finanzen nicht offen lege, solle die Staatshaftung sistiert werden. Die Antwort des Wirtschaftsministers fiel verhalten aus: "Der Verdacht liegt nahe, dass die Dinge (vom ÖGB, Anm.) über die Wahl hinübergezogen werden." Dem Sistieren der Bundeshaftung wollte er freilich nicht zustimmen - zumal sich ÖGB-Präsident Hundstorfer und Finanzminister Grassner auf den 16. Oktober als letzten Abgabetermin für die Bilanz geeinigt haben.

Bei der "Pflege" gerieten die Regierungspartner nur ein klein wenig aneinander: Der Minister erklärte, die Legalisierung illegaler Hilfskräfte sei ein wichtiger Schritt. Westenthaler widersprach: "Es muss möglich sein, über eine andere Lösung als flächendeckende Legalisierung Pflege zu ermöglichen."

Als "absurd" bezeichnete der ÖVP-Minister anschließend die Forderung Westenthalers, 300.000 Ausländer aus dem Land auszuweisen.

Unterm Strich wollte die Konfrontation aber nicht so wirklich in Gang kommen. Bartenstein sagte Sätze wie "Das BZÖ war ein guter und verlässlicher Regierungspartner". Westenthaler kritisierte vor allem Moderatorin Ingrid Thurnher. Er warf ihr vor, sich "undifferenziert" zu verhalten; außerdem diskutierte sie, anstatt zu moderieren.

Analyse

"Beide haben einander mit Glacé-Handschuhen angegriffen", bilanziert Kommunikationsexperte Maximilian Gottschlich. Die Vertreter von BZÖ und ÖVP seien nicht als Kontrahenten sondern als Duo angetreten. Gottschlich: "Das Gespräch signalisiert eine neue Harmonie. Das war bis zum Schluss keine Diskussion, sondern ein Doppel-Interview." Bartenstein habe technokratisch und farblos argumentiert,

Westenthaler habe nachgezogen. Das Ergebnis: "Beide haben nur auf die Fragen der Moderatorin geantwortet."

4.6.1.2.2.4 profil

"profil" Nr. 38/06 vom 18.09.2006 Seite: 15 Ressort: Österreich

Nationalratswahl '06

TV-Bilanz

Westenthler vs. Bartenstein: 412.000 Zuseher

“Das hat er sicher nicht so gemeint“, flötete Martin Bartenstein. Eben wurde er auf Peter Westenthalers Vorschlag angesprochen, 300.000 Ausländer wegzuschaffen. Es war der Höhepunkt einer hart an die Peinlichkeitsgrenze gehenden „Debatte“. Zwei Kuschelbären in Klammerstellung. Brrrrr!

4.6.1.2.3 FPÖ vs. BZÖ 2006

4.6.1.2.3.1 Der Standard

Der Standard" vom 16.09.2006 Seite: 1 Ressort: SEITE 1

Morgen

Hitziger Streit um Haider's Erbe im TV-Duell

Wien - Als Streit ums Erbe Jörg Haider's präsentierte sich die TV-Konfrontation zwischen den Spitzenkandidaten von BZÖ und FPÖ, Peter Westenthaler und Heinz-Christian Strache. Westenthaler warf Strache vor, er würde Haider täglich kopieren und ihn gleichzeitig "abgründtief hassen". Der FP-Chef sei durch seine Total-opposition in Wahrheit die "fünfte Kolonne der SPÖ".

Strache's Antwort: Haider und seine Gefolgsleute hätten aus Machtgier den freiheitlichen Weg verlassen. Er habe die Partei gerettet. (red) Seite 11

"Der Standard" vom 16.09.2006 Seite: 11 Ressort: Innenpolitik

Petra Stuber

Morgen

Wer Haider's bessere Kopie ist

Die TV-Konfrontation zwischen Heinz-Christian Strache und Peter Westenthaler wurde gleich zu Beginn zum Duell um die Frage, wer Jörg Haider's Nachfolger ist. Es ging um den "rechten" Anti-Ausländer-Kurs in der Politik und um die Frage, wer wem den Steigbügel hält.

Wien - Die beiden verbalen Duellanten hielten sich brav an die Einmoderation von

Ingrid Thurnher, die meinte, hier seien zwei, die "vieles verbindet und alles trennt". Und in der Tat: Peter Westenthaler und Heinz-Christian Strache konnten gar nicht genug von der Erörterung der Frage bekommen, wer denn nun die bessere Kopie Haider sei.

Westenthaler: "Sie bemühen sich schon so lange, Haider zu kopieren. Wie lebt es sich damit, wenn einen in der Früh im Spiegel Jörg Haider entgegenlacht?" Strache konterte: "Haider's Kopie sind Sie, Sie laufen Haider seit Jahrzehnten wie ein Hund hinterher."

Er, Strache, habe sich von Haider abgewandt, als dieser "die FPÖ verraten" habe.

Westenthaler bezeichnete Strache daraufhin als "Verursacher von Knittelfeld, Sprengmeister der alten FPÖ".

Westenthaler, der viel mit Zitaten-Taferln hantierte, warf Strache vor, dieser habe den Holocaust-Leugner David Irving verteidigt und in seinen Reihen "Leute wie Stadler, Honsik, Gudenus, die gegen das Verbotsgesetz verstoßen". Mit diesen könne man keine Zukunft gestalten. Dagegen sehr wohl "mit unseren erfolgreichen BZÖ-Ministern "Gastinger, Haubner und Veit Schalle", den der BZÖ-Chef gleich dazu zählte. Vom Vorhalt der Moderatorin, auch Haider habe einst die "ordentliche Beschäftigungspolitik im Dritten Reich" gelobt, wollte Westenthaler nichts wissen.

Strache hält übrigens den von Westenthaler gepriesenen "Wirtschaftskurs" von Schalle für "unsozial", über Ladenöffnungszeiten von 75 Stunden "werden sich die Familien freuen". Jede Stimme an das BZÖ sei zudem eine "verschenkte Stimme".

Westenthaler dagegen: Die FPÖ habe sich als "Steigbügelhalter" der SPÖ und der ÖVP entpuppt - schon durch das Angebot Straches, eine rote Minderheitsregierung zu unterstützen. Damit sei Strache ein "Systemerhalter", der im übrigen in zehn Jahren im Wiener Gemeinderat "nichts umgesetzt hat".

Nichts ließen die beiden in ihrer persönlichen Schlammschlacht aus: Nicht die Ausländerfrage, nicht das Recht auf Abtreibung und schon gar nicht die Frage, wie sicher man in Österreich lebt.

Samo Kobenter kommentierte live auf derStandard.at.

"Der Standard" vom 18.09.2006 Seite: 6 Ressort: Innenpolitik

Abend

Westenthaler - Strache 0:0

Tatjana Lackner, Politiker-Profilerin und Direktorin der Schule des Sprechens, analysiert die TV-Konfrontationen.

Eine Konfrontation, bei der vor allem die gemeinsam trainierte Kampfrhetorik trennendes Element blieb. Kaum begrüßt, gab es von BZÖ-Chef Peter Westenthaler die ersten verbalen Untergriffe gegen FPÖ-Chef Heinz-Christian Strache: "Das muss ja ein Wahnsinn sein vor dem Spiegel beim Zähneputzen, Sie schauen hinein und der Haider schaut raus." Sinn des Manipulationsversuchs: das Gegenüber öffentlich lächerlich zu machen. Wie in der Faustschlagtechnik wird auch im freiheitlichen Kampfbjargon immer gleich nachgedoppelt: "Herr Strache, genießen Sie sich eigentlich gar nicht?"

Es regnete Zitate. Die Taktik ist klar: es gilt, alles was geschrieben wurde und die eigene wackelige Argumentation stützt, wahllos zu verwenden - Recherchequelle als Waffe.

Auch Zahlen, Daten und Fakten wurden Kommunikationssperren. Auffallend war, dass beim FPÖ-Chef Basiswissen über die eigene Zielgruppe fehlte, was Westenthaler fast zum Treffer verhalf: "Wie viele Pensionisten gibt es in Österreich?" Strache musste passen. Der BZÖ-Chef unterstellte politische Unkenntnis: "Herr Strache, Sie haben doch keine Ahnung!"

Der rhetorische Kinnhaken samt "Rechts-links"-Kombination des BZÖ-Chefs an seinen

blauen Widersacher bestand aus einem paradoxen Vorwurf: Westenthaler warf Strache vor, mit "rechten Recken" zusammenzuarbeiten, von denen einige NS-Nähe hätten und verurteilt wären. Auf der anderen Seite war sich der BZÖ-Obmann sicher: "Sie sind die 5. Kolonne der SPÖ, Sie wissen es nur noch nicht." Wie man zur gleichen Zeit zu weit rechts und zu weit links steht, blieb ungeklärt.

"Schmutzkübelniveau" replizierte Strache und kritisierte das BZÖ für seine "ÖVP-Anbiederung". Die Zwillingsrhetorik wurde auch beim Namedropping deutlich. Westenthaler platzierte konsequent Gastinger, Veit Schalle, Riess-Passer. Strache bemühte sogar Bundespräsident und Papst für seine Zwecke.

Die Grundmuster waren gleich: populistischer Angriff, beleidigte Rechtfertigung, vorbereitete Sager, Killerphrasen und Schuldzuweisung. Die Opfer-Täter-Spirale zog sich durch das gesamte TV-Duell. Selbst die rhetorische Devise war ähnlich: Hammer the Message! Fazit: Weder rhetorisch noch inhaltlich anspruchsvoll.

TATJANA LACKNER

www.sprechen.com

4.6.1.2.3.2 Kurier

"Kurier" vom 16.09.2006 Seite: 5 Ressort: Innenpolitik

Karin Leitner und Gabi Zornig

, Morgen

TV-Konfrontation

Blau-orange Streitsucht statt Inhalt

Die beiden früheren Parteikollegen, BZÖ-Chef Westenthaler und FP-Boss Strache, lieferten sich ein hartes Wortgefecht.

Höflichkeit erwartete sich wohl niemand von dem Fernseh-Duell der einstigen Parteikameraden Peter Westenthaler (BZÖ) und Heinz-Christian Strache (FPÖ). Vielleicht lag es auch daran, dass die beiden schon unter derselben Flagge keine Freunde waren.

Diese wohl gepflegte Feindschaft ließ sich bereits bei den Eingangs-Statements erkennen. Westenthaler: "Wie lebt es sich mit so einer inneren Zerrissenheit? Das muss ein Wahnsinn sein, wenn sie in der Früh beim Spiegel reinschauen, und der Haider schaut raus? Wenn Sie Haider kopieren und ihn gleichzeitig hassen."

Strache konterte ebenso griffig: "Sie waren derjenige, der Haider wie ein Hund nachgelaufen ist."

In dieser Tonart ging es weiter, betrieben die beiden Freiheitlichen vor allem Vergangenheitsbewältigung.

Um Verwechslungen beim Wähler vorzubeugen, erinnerte Westenthaler an die Reihung auf dem Stimmzettel: "Wir sind Liste 5, Sie sind Liste 3." Er leitete damit die Debatte um den Streit beider Parteien um die Bezeichnung "Die Freiheitlichen" (die nach Richterspruch nur die FPÖ verwenden darf) ein. "Sie versuchen Etikettenschwindel zu treiben, den Namen zu stehlen", warf Strache dem Orangen vor.

An den Kopf warfen sie sich die jeweilige Unterstützung für eine der Großparteien. Westenthaler kritisierte Strache dafür, dass er als "Handlanger" für eine SPÖ-Minderheitsregierung bereitstehe; Strache nannte das BZÖ "Steigbügelhalter" der ÖVP.

Rechts-Streit

Schließlich unterstrich Westenthaler, dass sein BZÖ weniger "rechts" sei. "Sie haben

Gudenus, Stadler, Mölzer in Ihrem Umfeld." Strache wehrte sich: "Das ist tiefstes Schmutzkübel-Niveau". Er verwies auf Westenthalers "Halbmond statt Gipfelkreuz"-Fauxpas.

Gewetteifert wurde auch, wer rigoroser gegen Ausländer vorgeht. Strache machte Westenthalers Partie als Teil der Regierung für steigende Ausländerkriminalität verantwortlich. Ein Zahlenkrieg folgte. Um Themen kümmerten sie sich umso weniger: Eurofighter, Abtreibungen, Pensionen wurden nur gestreift.

Einigkeit herrschte zum Schluss zwischen dem "echten" Freiheitlichen Strache und dem "originalen" Westenthaler nur, dass man sich nicht wiedervereinigen wolle - zumindest mit den derzeit handelnden Akteuren.

"Kurier" vom 16.09.2006 Seite: 5 Ressort: Innenpolitik

, Morgen

Analyse

"Wettstreit um law-and-order"

Als Kontrastprogramm zur Fachdiskussion zwischen SPÖ-Chef Alfred Gusenbauer und Grünen-Boss Alexander Van der Bellen vom Vorabend qualifizierte Kommunikationsexperte Maximilian Gottschlich das Duell zwischen FPÖ-Obmann Heinz-Christian Strache und BZÖ-Vormann Peter Westenthaler. "Jeder hat versucht, sich als besserer Sicherheitsgarant für Österreich darzustellen. Es war ein Wettstreit um Profilierung im Bereich von law-and-order." In der ersten Hälfte sei Westenthaler im Vorteil gewesen: "Er war sehr angriffig, hat eine Art Blitzkrieg geführt, sofort die Kritik an Strache eröffnet." Etwa, indem er ihn geziehen habe, "von rechten Recken umgeben" zu sein. Strache habe bis zur zweiten Hälfte gebraucht, "um Fuß zu fassen. Er war auf weiten Strecken in der Defensive."

4.6.1.2.3.3 profil

"profil" Nr. 38/06 vom 18.09.2006 Seite: 15 Ressort: Österreich

Nationalratswahl '06

TV-Bilanz

Strache vs. Westenthaler

Wer war eigentlich gemeiner? – Die Frage ist nicht zu beantworten. Das gesplittete dritte Lager ist auch knapp vor der Wahl nur mit sich selbst beschäftigt. Inhaltliche Debatte gab's keine, dafür Bösartigkeiten auf Kellerniveau.

4.6.1.2.4 SPÖ vs. ÖVP 2006

4.6.1.2.4.1 Der Standard

"Der Standard" vom 22.09.2006 Seite: 40 Ressort: KOM

Gerfried Sperl

Morgen

Debatte ohne Aufschlüsse Schüssel und Gusenbauer lieferten sich über weite Strecken ein langweiliges "Duell"

Einen positiven Wahlkampf hat Wolfgang Schüssel im TV-Sommergespräch für seine Partei angekündigt. Nie und nimmer werde man den Bawag-Skandal da hineinziehen. Für ihn selbst hat das im Großen und Ganzen auch gestimmt. Die ÖVP selbst, vor allem aber die beiden Steirer Reinhold Lopatka und Werner Amon haben sich zu Holzhackern entwickelt. Ohne Fairness, ohne Stil, von den Tatsachen wenig beeindruckt.

Der Befund: Die Lügenpredigt des ungarischen Ministerpräsidenten Ferenc Gyurcsány könnte genauso gut in Österreich inszeniert werden. Der Wahlkampf ist immer, nicht erst heute, von wenig Wahrheit, aber viel Erfindung geprägt.

In seiner Laudatio zu den "Erinnerungen" Franz Fischlers (aufgezeichnet von Peter Pelinka, erschienen eben im Ueberreuter Verlag) sagte Erhard Busek, dieses Buch zeichne sich vor allem durch seine Tatsachentreue aus. Es beinhalte keine Lügen. Fischler gehörte auch als österreichischer und später europäischer Politiker zu den wenigen, die sich an die Wahrheit hielten. Leider muss man Spitzenpolitiker vom Zuschnitt Fischlers mit der Laterne suchen.

In der gestrigen Fernsehdebatte zwischen Schüssel und SPÖ-Chef Alfred Gusenbauer saßen sich zwei Kandidaten gegenüber, die zur Wahrheit eine gewisse Beziehung haben. Der eine als Alt-Testamentarier, der andere als ehemaliger Ministrant. Im Vergleich zu vorhergehenden Duellen hielten sie sich zurück, Gusenbauer mehr als

Schüssel, der sich gleich am Anfang zum Retter der Bawag und der österreichischen Frauen stilisierte.

Extrem routinierte Politiker wie Schüssel lügen selten, machen sich aber umso öfter das Instrument der Halbwahrheit zu Nutze. Beispiel: Um 13 Prozent sei die Jugendarbeitslosigkeit zurückgegangen. Ausgelassen hat der Bundeskanzler, was ihm Ingrid Thurnher korrekter Weise vorhielt. 16.000 haben derzeit keinen Job.

Gusenbauer tat sich als Angreifer mit einem weiteren rhetorischen Trick seines Gegners schwer. Schüssel parierte viele Vorschläge des SPÖ-Chefs mit dem Satz "Das wollen wir ja auch". Oder er ging auf Kritik gar nicht ein. Den Vorwurf zu vieler Schüler beantwortete er mit positiven Lesetests. Und wenn es für Schüssel eng wurde, kam er mit der grotesken Behauptung, Gusenbauer wolle die Schulen schlecht reden. Oder die Universitäten. Kritik als Nestbeschmutzung.

Punkten konnte Gusenbauer gegen den über weite Strecken sehr souveränen Regierungschef in der Arbeitsmarktfraße. Während Schüssel sich in Aufzählungen flüchtete, Attackierte der Oppositionschef die wachsend unterschiedliche Steuerbelastung von Reich und Arm.

Zu einem Schlagabtausch kam es beim Pflgethema, als Gusenbauer dem Kanzler den geringen Stundenlohn für eine ausländische Pflegerin in der eigenen Familie vorhielt und Schüssel mit dem Untergriff konterte, dem Kontrahenten stünden "die Schweißperlen auf den Lippen".

In keiner Phase dieser Diskussion wurde Neues gesagt, sodass sich die Beurteilung auf eine Frage konzentriert: wer hat gewonnen? Keiner von beiden. Obwohl die Propagandisten der jeweils anderen Seite den erwarteten Sieg ausgerufen haben.

Hat die Debatte Aufschlüsse über die Möglichkeit einer Wiederauflage einer großen Koalition gegeben? Auch das nicht. Gusenbauer und Schüssel begegnen sich beim privaten small talk wie so viele Politiker mit dem Du-Wort. Die Körpersprache verriet

eher ein geringes Maß an Harmoniechancen.

Schüssel wünschte sich wie schon im Jahr 2002 einen "verlässlich Partner". Er erhielt ihn damals in Form der Haider-Reste. Und in Form jener Mandatszahl des freiheitlichen Klubs, die eine Fast-Alleinregierung der ÖVP abgestützt hatte.

Die Unschlüssigen, zu deren Orientierung diese Debatte dienen sollte, haben weder zur künftigen Konstellation noch auf Zukunftsfragen eine schlüssige Antwort erhalten.

"Der Standard" vom 22.09.2006 Seite: 10 Ressort: Innenpolitik

Petra Stuiher Barbara Tóth

Abend, Morgen

High Noon auf dem Königlberg

Große Nervosität herrschte am Tag des großen TV-Duells zwischen Titelverteidiger Wolfgang Schüssel (ÖVP) und Herausforderer Alfred Gusenbauer (SPÖ). Die Wahlkampfteams präparierten "ihre" Kandidaten gründlich. Es geht um jeden Prozentpunkt an Sympathie.

Wien - Offiziell sagen natürlich beide Seiten, das TV-Duell werde überbewertet, und es sei keineswegs so, dass es die Wahl entscheiden werde. Dennoch: Die Aufregung in den Wahlkampfteams von ÖVP und SPÖ ist riesengroß.

Für das vom ORF zum "Kanzlerduell" hochstilisierte Fernsehereignis wurden schließlich noch höhere Einschaltziffern erwartet als bei den bisherigen "kleinen" Duellen. Beim Schüssel-Gusenbauer-Duell 2002 errechnete der damalige ÖVP-Strategie Michael Strugl, dass zumindest 30 Prozent der Wahlberechtigten via Bildschirm mit Botschaften zu erreichen waren.

Die Spin-Doktoren von ÖVP und SPÖ erwarten durchaus, dass die Konfrontation noch ein paar (wenige) Prozentpunkte bringen - oder kosten - kann. Dabei geht es nicht nur um bloße Sympathiewerte, nicht um die schönere Krawatte oder den flotteren Haarschnitt, auch nicht um die flotteren Sprüche. Die Highlights 2002 waren übrigens: "Tun S' nicht englisch reden" - Schüssel an Gusenbauer. "Erzählen's keinen Lavendel" und "Blicken Sie mir in die Augen!" - Gusenbauer an Schüssel.

Es geht auch um überraschende "Ansagen". Der Politikwissenschaftler Peter Filzmaier meint: "Wer etwas ankündigt, was niemand erwartet hat, kann hier ein positives Momentum für sich erzeugen." Freilich sei das weder mit den bisher bekannten Themen zu schaffen (inklusive Bawag-ÖGB-Debakel), noch sei dann schon fix, dass besagtes "Momentum" dann auch die letzten zehn "heißen" Tage im Wahlkampf vorhält. Filzmaier zum Standard: "Ich warne vor allzu großer Zahlenfixiertheit." Fix sei im Moment lediglich: Habe vor Aufkommen des Bawag-Skandals die SPÖ "leichte Vorteile" gehabt, sei es nun gerade umgekehrt - für die ÖVP. "Nicht mehr und nicht weniger."

Letzte Präparierungen

In der SPÖ hieß es am Nachmittag vor dem TV-Duell, "selbstverständlich" wolle Gusenbauer mit Schüssel vor allem über Themen diskutieren, dem habe sich dieser ja "bisher entzogen". Auf der Agenda nur Bekanntes: Bildung, Gesundheit, Arbeitsmarkt.

In der ÖVP herrschte ab 15 Uhr konzentrierte Vorbereitungsatmosphäre. Schüssel hatte sich den Nachmittag frei geräumt, um sich in Ruhe einzustimmen und entspannt am Küniglberg anzukommen. Er will ganz als der souveräne Kanzler auftreten und soll nicht angriffig werden. Ein Berater: "Das hat er nicht nötig."

Dass es nicht ganz so linear wie geplant abgehen wird, glaubt Medienberater Dietmar Ecker, der Franz Vranitzkys letzten, erfolgreichen Wahlkampf 1995 mitorganisiert hatte. Ecker zum Standard: "Gusenbauer kann die Seher überraschen, indem er einen

guten Auftritt absolviert." Während das von Schüssel als Kanzler de facto erwartet würde, wäre es bei Gusenbauer ein Plus, mit dem er punkten könnte. Dem Kanzler dagegen, der quasi den Titelverteidiger gibt, bringe ein "nur" fehlerloser Auftritt im Fernsehen nicht mehr und nicht weniger Zustimmung.

Zum wichtigsten Momentum bei TV-Duellen zählt die PR-Offensive, die dann einsetzt, wenn das Studiolicht abgedreht wurde. Die Presseabteilungen beider Parteien rufen erfahrungsgemäß ihren Kandidaten zum Sieger aus.

Im ORF-Zentrum haben sowohl ÖVP als auch SPÖ eigene Abordnungen im so genannten "Gästeraum" positioniert, deren Aufgabe vor allem eines ist: den anwesenden Journalisten den richtigen Instant-"Spin" zu verpassen.

Bild: Titelverteidiger Wolfgang Schüssel und Herausforderer Alfred Gusenbauer: Entscheidend ist weniger, was gesagt wird, sondern, wie es gesagt wird - und wen die Medien tags darauf als Sieger ausrufen. Foto: APA

Der Standard" vom 23.09.2006 Seite: 3 Ressort: THEMA

Abend, Morgen

Schüssel stieg mit vielen vorbereiteten Gags und Sagern in den...

Tatjana Lackner, Politiker-Profilerin und Direktorin der Schule des Sprechens, analysiert die TV-Konfrontation von Wolfgang Schüssel und Alfred Gusenbauer.

Schüssel stieg mit vielen vorbereiteten Gags und Sagern in den Ring. Beim Kanzlerduell wurde spürbar, dass die große Koalition politisch denkbar ist, auch wenn sich der Polit-Talk beider Kandidaten deutlich unterschied. Beide Spitzenpolitiker bedienten ihre Zielgruppen, um der Pointe willen auch mit rhetorischen Untergriffen:

Schüssel führte Gusenbauer immer wieder vor und versammelte auf Kosten des Gesprächspartners die Lacher hinter sich. Den Kontrahenten lächerlich zu machen ist zwar wenig staatsmännisch und neu am Redestil des Bundeskanzlers - im eigenen politischen Lager allerdings brachte diese Manipulationstechnik bestimmt Sympathiepunkte: "Herr Doktor Gusenbauer - nicht schlecht!" "Das können sogar Sie nachrechnen." "Jetzt verstehe ich Ihre Schweißperlen auf der Lippe." Gusenbauers Versuch, rhetorisches Kleingeld aus Schüssels familiärem Pflegefall zu machen und diesen zu kriminalisieren, ließ den SPÖ-Chef stolpern.

Körpersprache ist sicher nicht wahlentscheidend, doch ein Stimmungsbarometer für das Publikum. Gusenbauer gestikuliert in der Appell-Ebene wenig elegant und mit wegwerfenden Handbewegungen. Bodylanguage sollte den Inhalt unterstützen.

Wenig nachvollziehbar für das Publikum waren inflationär eingesetzte Faktenargumente häufig in der Doppelrede und in Aufzählungen. Der Bundeskanzler lobte gerne - vor allem die eigene Arbeit, seine Mannschaft, Österreich. Seine Taktik war konsensorientiert. Im Gegensatz dazu schien der SPÖ-Chef um Dissenz bemüht. Das brachte Gusenbauer die Kritik "Reden S' nicht immer alles schlecht!".

Gepunktet hat Schüssel mit dem Ausspruch "Sie sind der Angstmacher - ich der Mutmacher". Dieser Sieger-Talk schafft Identifikation und arbeitet mit den Urinstinkten, wonach lieber beim Strahlemann eingekauft wird, als dem Warner und Mahner zuzuhören.

Hier vergab Gusenbauer einige aufgelegte Konterchancen, weil er dem grenzenlosen Euphemismus des Kanzlers keinen Einhalt bot: Schüssel nahm drei vorbereitete Bundesländer-Zitate aus dem Talon, in denen es angeblich "keinen Pflegenotstand" gab, und schloss daraus sofort auf Gesamtösterreich. Gusenbauer schwieg und reagierte nicht. Seine Chance wäre gewesen, die Strategie dahinter aufzudecken. Gerade weil Gusenbauers Beispiele und Erfahrungsberichte so wenig frisch und bereits allseits bekannt sind, hatte Schüssel den klaren Vorteil, in der Argumentation noch unverbraucht zu sein.

TATJANA LACKNER

www.sprechen.com

4.6.1.2.4.2 Die Presse

"Die Presse" vom 22.09.2006 Seite: 1 Ressort: Seite Eins

Österreich, Morgen

Schlagabtausch um Bank im Kanzler-Duell

Ein Sündenfall oder doch "nur" ein Kriminalfall?

Wien (red.). Eigentlich wollte die ORF-Moderatorin des Kanzlerduells, Ingrid Thurnher, nur wissen, warum die ÖVP das Thema Bawag trotz gegenteiliger Beteuerungen im Frühjahr nun doch zum Wahlkampfthema machte. Schon waren VP-Obmann Wolfgang Schüssel und SP-Vorsitzender Alfred Gusenbauer nach wenigen Minuten mitten in der Causa prima.

Schüssel attackierte die SPÖ frontal, sprach von Abfertigungskaisern und Bankensozialisten: "Das ist ein dramatischer Sündenfall." Mit dem verspekulierten Bawag-Geld hätte man 15 Jahre lang für eineinhalb Millionen Gewerkschaftsmitglieder den Beitrag einzahlen können. Und, so Schüssel: "Niemandem wird es gelingen, daraus einen paritätischen Sündenfall zu machen. Es ist ausschließlich ein roter."

Gusenbauer fragte sich hingegen, warum es im "Kriminalfall Bawag" Monate bis zur ersten Verhaftung gedauert hat. Er sei aber froh, dass die vergangene Woche zwei Dinge eindeutig gezeigt habe: Dass erstens die SPÖ in keinem Zusammenhang mit dem Bawag-Skandal stehe und zweitens die ÖVP alles tue, um an der Macht zu bleiben.

Womit man beim Thema Parteienfinanzierung war. Gusenbauer ist "sehr dafür", dass es

mehr Transparenz für Parteien, aber auch für Abgeordnete und ihre Zusatzverdienste gebe. Schüssel kündigte an, dass es in der nächsten Legislaturperiode eine Arbeitsgruppe geben soll, die ein entsprechendes Gesetz vorbereitet. Bis dahin sollen dem Rechnungshofpräsidenten alle Spenden, nicht nur von Großspendern genannt werden. Weitere Berichte Seite 2

Bilder, Zitate zum ORF-Kanzlerduell:

diepresse.com/tvduell

"Die Presse" vom 22.09.2006 Seite: 2 Ressort: Inland

red

Österreich, Morgen

"Ihre Schweißperlen auf der Lippe"

Das Duell. Anfangs sachlich, später deftig. Alfred Gusenbauer nennt den Kanzler "Vorbild der Illegalität". Wolfgang Schüssel fragt: "Wissen das Ihre Penthouse-Sozialisten?"

Von Oliver Pink UND ERICH WITZMANN

WIEN. Der Titelverteidiger mit rosa kariierter Krawatte ging schmunzelnd in die Schlacht. Der Herausforderer, Krawatte blau-rot gestreift, sah ernsthaft und konzentriert aus. Kanzler-Duell im ORF zwischen Wolfgang Schüssel und Alfred Gusenbauer. Eine Chronologie der Höhepunkte.

* Wahlkampfstil. "Napalm" und "Krebszellen" hielt Moderatorin Ingrid Thurnher Alfred Gusenbauer gleich zu Beginn vor. Doch dieser ging darauf nicht ein: "Der Herr Bundeskanzler sagt, die Frauen sollen am besten vor ihm flachliegen." Schüssel

konterte: "Gusenbauer hat sich nicht distanziert von den harten Sprüchen seiner Genossen." Er hingegen habe nur darauf hinweisen wollen, dass die Hälfte der Minister Frauen seien. "Ich habe das scherzhaft gesagt, ich ziehe das gern zurück."

* Parteifinanzen. Gusenbauer sprach sich für "völlige Transparenz" aus. Die Abgeordneten sollten offenlegen, vom wem sie noch bezahlt würden. Schüssel will eine Arbeitsgruppe einsetzen. "Nominieren wir einen Wirtschaftstreuhänder und wir legen jetzt schon beim Rechnungshofpräsidenten offen, woher unsere Spenden kommen", schlug er vor - schränkte allerdings gleichzeitig ein: "Ich will aber nicht, dass ein kleiner Mann Schwierigkeiten bekommt, wenn er etwas spendet."

* Bildung. Unabhängig von der sozialen Herkunft müssten alle Kinder gleiche Chancen haben, so Gusenbauer. Die Klassenschülerhöchstzahl sollte gesenkt, mehr Ganztagschulen geschaffen und eine "Gemeinschaftsschule" nach finnischem Modell eingerichtet werden. "Die Finnen sind beim Testen besser, bei der Jugendbeschäftigung sind wir besser", gab Schüssel zurück. Eltern sollten die Schulform frei wählen dürfen.

* Arbeitsmarkt. Ein Highlight der Diskussion. 175.000 Arbeitsplätze seien seit 1999 geschaffen worden, rechnete Wolfgang Schüssel vor. "Mein Ziel ist Vollbeschäftigung", sprach er und zog ein Taferl hervor, das zeigen sollte, dass die Hälfte aller Bezirke im Land das bereits geschafft habe. "In Österreich gibt es Rekordarbeitslosigkeit", befand hingegen Gusenbauer. Es werde aber nicht alles schlecht gemacht, konzedierte er. Das fand auch Wolfgang Schüssel: Das AMS sei das zweitbeste Arbeitsamt in der EU. Allerdings sei es bedenklich, wandte Gusenbauer ein, wenn für Gewinne immer weniger Steuern gezahlt würden, während jene, die mit ihrer Arbeit Wohlstand schaffen durch die Finger schauen. "Das wissen Ihre Penthouse-Sozialisten?", fragte Schüssel schnippisch. "Ich vertrete genauso die kleine Leute. Mir liegen alle am Herzen. Ob Mindestrentner oder gar Obdachlose", so der Kanzler. Aber man müsse eben auch darauf achten, die kleinen und mittleren Betriebe zu erhalten. Die Senkung der Körperschaftssteuer und die Einführung der Gruppenbesteuerung sei hier ein wichtiges Signal gewesen.

* Pflege-Debatte. Highlight Nummer zwei. "Was Sie unter fair verstehen, haben Sie gezeigt: Zwei Euro pro Stunde für die Pflege wären fair, meinen Sie. Dieser Meinung bin ich nicht", spielte Gusenbauer auf die Pflege-Affäre um Wolfgang Schüssels Schwiegermutter an. Der Kanzler sei ein "Vorbild der Illegalität". Schüssel, sonst eher besonnen, wurde ungehalten: "Jetzt verstehe ich Ihre Schweißperlen auf der Lippe. Ich würde nie Ihre Familie reinziehen. Ich mache kein billiges Spiel." Schüssel warf seinerseits ein, dass die Arbeiterkammer "österreichische Familien bedrohe", indem sie illegale Pfleger auffordere, ihre Auftraggeber zu verraten, um gegen diese dann gemeinsam vor Gericht zu gehen. "Ich bin nicht der Vertreter der Arbeiterkammer. Machen Sie sich das mit der AK aus", gab sich Gusenbauer davon ungerührt.

* Gesundheitspolitik. Alfred Gusenbauer plädierte für eine Anhebung der Höchstbeitragsgrundlage und eine Entbürokratisierung. "Es gibt keine Zwei-Klassen-Medizin. Reden Sie nicht das österreichische Gesundheitssystem krank", antwortete Schüssel. Gusenbauer sei der Angstmacher, er der Mutmacher.

* Nach der Wahl. Alfred Gusenbauer: "Am 1. Oktober ist zu entscheiden: Gibt es weiterhin eine Regierung, die abgehoben agiert. Oder eine, die sich um die Alterssorgen kümmert." Wolfgang Schüssel: "Ich möchte einen verlässlichen Partner."

"Die Presse" vom 22.09.2006 Seite: 2 Ressort: Inland

red

Österreich, Morgen

"Infight und starker Tobak"

Thomas Hofer, Politikberater. "Nach einer guten halben Stunde wurde es plötzlich heftig und gehässig." Thomas Hofer stellt einen vorerst ziemlich mageren Beginn der TV-Konfrontation fest. Dann aber mit den "Schweissperlen" (die Schüssel auf der Lippe

Gusenbauers konstatiert) und der Attacke auf Schüssels Schwiegermutter (Gusenbauer-Angriff im Zuge der Pflegesituation in Schüssels Familie) sei der Wechsel zu persönlichen Attacken erfolgt. Der Politikberater: "Das war schon starker Tobak."

Nur zum Beginn sei auch die individuelle Strategie deutlich geworden: "Aber ab der Mitte der Diskussion bricht das ab." Die über weite Teile getragene Diskussion wird im Mittelteil zu einem "heftigen Infight". Gusenbauer ist der Herausforderer, der Bundeskanzler wird ebenfalls angriffig.

Einen eindeutigen Sieger ortet Thomas Hofer nicht. "Jeder bediente seine Klientel." Man könne von einem klassischen Unentschieden sprechen, "die Meinungslandschaft ist durch diese Diskussion sicher nicht in Bewegung geraten".

(Foto: Georges Schneider)

"Die Presse" vom 22.09.2006 Seite: 2 Ressort: Inland

red

Österreich, Morgen

Volltreffer im Mittelteil

Wolfgang Bachmayer, Meinungsforscher (OGM). Die Strategie Wolfgang Schüssels: Hervorheben der Funktion des staatstragenden Kanzlers. Die Botschaft Alfred Gusenbauers: Die Regierung hat viel versprochen, aber nichts gehalten. - Das war nach der Beobachtung Bachmayers über weite Strecken das Konzept der beiden TV-Kontrahenten.

Für den Meinungsforscher gab es drei Phasen der TV-Sendung: Erstens der relativ staatstragende und nicht sehr offensive Beginn. Vor allem beim Bawag-Thema habe

sich der Bundeskanzler sichtlich zurückgehalten. Mit griffigen Beispielen erhöhte dann Gusenbauer beim Jugend- und Schulthema das Tempo.

Deutlich anders Phase zwei: "Gusenbauer hat sich aufgewärmt", so Bachmayer. Mit der beim Pflege Thema geführten Attacke gegen Schüssels Familie habe der SP-Chef einen Volltreffer gelandet. Aber: "Schüssel sagte, er lasse über seine Familie nichts kommen, und das könnte bei den Österreicher ziehen."

In den letzten zehn Minuten sei es wieder ruhiger geworden. Fazit: Kein eindeutiger Sieger.

(Foto: Ärztekammer Wien)

Die Presse" vom 22.09.2006 Seite: 43

Österreich, Morgen

Gusenbauer hat die letzte Chance verspielt

LEITARTIKEL von MICHAEL PRÜLLER

Beim TV-Duell haben die Parteichefs weniger die Zukunft Österreichs als ihre tiefe Animosität deutlich gemacht.

Wir haben beim gestrigen Kanzlerduell nicht erfahren, was in den nächsten Jahren auf uns zukommt, wenn Schwarz oder Rot oder Schwarz-Rot regieren. Wir haben auch nicht erfahren, welche Probleme eigentlich Alfred Gusenbauer selbst für vordringlich hält, oder ob die ÖVP noch irgendwelche programmatischen Anliegen umsetzen möchte.

Klar wurde aber: Der Herausforderer Gusenbauer hat seine letzte große Chance vertan,

Unentschlossene zu beeindrucken. Und Wolfgang Schüssel hat noch nicht einmal viel dazu beitragen müssen, um als der Souveränere dazustehen: ein Technokrat vielleicht, aber einer, der wenn schon nicht den kleinen Mann, dann doch das große Bild besser im Blick hat als dies sein Gegenüber vermag.

Wahlkampf ist die hässliche Seite der Demokratie. Zumindest Wahlkämpfe wie dieser: freudlos, ohne jede Fröhlichkeit, alle Visionen längst vom Arzt wegtherapiert, mit zwei grantigen Chefs, von denen der eine es nicht leiden kann, dass man seine Regierungsführung nicht gebührend anerkennt und der andere immer noch zutiefst empört darüber ist, nicht in diese Regierungsführung eingebunden zu sein, obwohl er sie doch so sehr verachtet. Das gestrige Kanzlerduell war, wie es der ORF in unbeabsichtigtem Sarkasmus richtig benannte, ein Höhepunkt dieses Wahlkampfes.

Von Anfang an war die Animosität der beiden Großparteienchefs plastisch greifbar - im desinteressierten Schlumberblick Schüssels, im süffisanten Lächeln Gusenbauers. Streckenweise sprachen sie gar nicht miteinander, ja nicht einmal gegeneinander, sondern, zur Moderatorin Ingrid Thurnher gewendet, gereizt übereinander, den Gegner gerade noch in dritter Person nennend. Die eingeübten Strategien waren klar erkennbar: Der Sozialdemokrat, den die Menschen für wenig kompetent, aber warmherzig halten, plädiert für eine Regierung, die "sich wieder der Alltagssorgen der Menschen annimmt" und bricht alles auf die Ebene konkreter Menschen herunter, wie das schon 2002 sehr gut beim Duell mit Schüssel funktioniert hat: Lehrer, "die sich wirklich engagieren", die Angehörigen seines ehemaligen Uni-Instituts, der Hausarzt aus dem Mostviertel, die 61jährigen Arbeitslosen, die für die Statistik mit Kursen gequält werden. Schüssel, der Konservative, den die Menschen für kompetenter, aber kalt halten, setzte den Gusenbauerschen Anekdoten Zahlen entgegen. Vom Durchschnittsalter der Knieoperierten bis hin zu den Fortschritten Salzburger Volksschüler im Lesevermögen gab es keine Angabe, die der Kanzler nicht mühelos aus dem Gedächtnis hersagen konnte, und zwar so, dass Gusenbauers relativ zahme Versuche, paroli zu bieten, kaum je eine Chance hatten. Und als der SP-Chef einmal doch hartnäckiger widersprechen wollte, bei der nicht unheiklen Debatte über den Kaufkraftverlust der Pensionen, hatte Schüssel, der sonst alles auswendig dahersagte, plötzlich ein Dokument vor sich, mit

dessen Hilfe er autoritativ feststellen konnte: "Bitte, das sagt das Wirtschaftsforschungsinstitut." Möglicherweise war das Papier, dass Schüssel da vor sich hatte, auch nur die Putzereirechnung für seine wenig kleidsame gelborange Krawatte, aber eingesetzt hat er es perfekt.

Und noch etwas hat der Kanzler von den Spin-Doktoren gelernt: Entrüstung ist eine starke Waffe. Als Schüssel den Vorwurf der sozialen Kälte mit unterschwelliger Empörung zurückwies, weil ihm "alle am Herzen" lägen, da wirkte er ehrlich getroffen. Weniger schon bei seinem fast pathetischen Zorn darüber, dass Gusenbauer die Pflege in Schüssels Familie ansprach oder sein Vorwurf, der SP-Chef spiele mit Österreichs Sicherheit. Dabei hatte dieser doch nur in einem Nebensatz die Abfangjäger-Kosten erwähnt. Aber ein Schüssel mit Emotionen - das war offenbar etwas, auf das die PR-Gurus den sozialdemokratischen Herausforderer nicht richtig vorbereitet hatten.

Fazit der Diskussion: Unüberbrückbare ideologische Klüfte scheint es - zumindest in den wenigen angesprochenen Themenfeldern - nicht zu geben. Aber menschlich ist die Distanz zwischen den beiden Parteichefs so ausgeprägt, dass spätestens nach diesem Fernsehabend jedem klar sein muss, dass eine große Koalition unerträglich wäre. Gerade das österreichische Harmoniebedürfnis, das große Koalitionen so liebt, würde am meisten gequält, sollten diese beiden Herren je als Kanzler und Vizekanzler zusammengespannt sein.

Streit um Parteienfinanzierung Seite 1 Das TV-Duell Seite 2

michael.prüller@diepresse.com

Österreich, Abend, Österreich, Morgen

TV-Kritik Das Kanzler-Duell (ORF2)

Die Dritte in der Runde

von Oliver Pink

Das Duell - eher konventionell. Routiniert, aber uninspiriert der Herausforderer, etwas souveräner der Titelverteidiger. Ja, der Kanzler war sogar der An- bis Untergriffigere ("Ihre Schweißperlen auf der Lippe"). So weit, so unspektakulär.

Wenn es einen klaren Gewinner gibt, dann die Dritte in der Runde. Und das nicht erst seit Donnerstag. Ingrid Thurnher hält sich wohltuend im Hintergrund, wird dennoch energisch, wenn die Sache zu entgleiten droht und hatte auch die "bösen Buben" - forsch, aber freundlich - stets im Griff. In den ersten Duellen machte sie noch den Fehler, zu oft zu unterbrechen, um ihre Agenda durchzubringen. Später ließ sie dann jene, die streiten wollten, das auch tun. Was uns unterhaltsame Stunden mit Westenthaler, Strache, Van der Bellen & Co. bescherte. In der Kanzler-Runde kehrte sie zwar wieder zum Themen-Katalog zurück, doch wirklich miteinander diskutieren wollten Schüssel und Gusenbauer ja ohnehin nicht.

Thurnher war ohne großen Vorschuss in die TV-Konfrontationen gegangen. Doch sie hat eine respektable Performance hingelegt. Unaufgeregt und ohne Selbstdarstellungsdrang. Ganz anders als Elmar Oberhauser 2002. Bei dem hatte man stets den Eindruck, er wolle selbst am liebsten Kanzler werden. Jetzt ist er immerhin ORF-Info-Direktor. Und Thurnhers Chef. Hoffentlich haben wir ihr da jetzt nicht geschadet.

oliver.pink@diepresse.com

4.6.1.2.4.3 Kurier

"Kurier" vom 22.09.2006 Seite: 4 Ressort: Innenpolitik

Karin Leitner und Andreas Schwarz

Wi, Morgen

Schüssel gegen Gusenbauer: Der VP-Obmann und der SP-Chef stritten im TV über Sachthemen, beim Thema Pflege wurde es heftig

Schwarz-roter Infight

Beim Thema SPÖ-Wahlkampfstil mit "Napalm" und "Lügen" wollte sich Alfred Gusenbauer nicht lange aufhalten, außer dass der Sager Wolfgang Schüssels über "flach liegende" Frauen auch nicht fein gewesen sei. Schüssel wollte nicht anstehen, den missverstandenen Sager zurückzunehmen, im übrigen sei die Zusammensetzung der Regierung Beleg für die gute Frauenpolitik.

So begann Donnerstag Abend das TV-Duell zwischen Bundeskanzler Wolfgang Schüssel und SPÖ-Chef Alfred Gusenbauer, und es sollte in der Folge eine harte, teils ausgesprochen giftige Auseinandersetzung werden.

Mit seiner Ansage aus dem März konfrontiert, die Bawag würde nicht zum Wahlkampfthema gemacht, sagte Schüssel: Die Bawag sei ein dramatischer Sündenfall, "hier ist eine Idee verraten worden"; die Regierung habe die Bank in einer Nachtaktion gerettet. Abfertigungen und Penthäuser seien mit Wissen sozialdemokratischer Funktionäre vergeben worden.

Gusenbauer stellte die Affäre als Kriminalfall dar. Der Zusammenhang mit der SPÖ sei aber "nicht gegeben", die ÖVP habe eine Kampagne gestartet, die von Sachthemen ablenken sollte.

Zum Thema Parteienfinanzierung schlug Schüssel vor, die Parteispenden beim Rechnungshof offen zu legen - die SPÖ erhalte vier Mal so viel wie die ÖVP. "Schau'n wir uns das an."

Das war's dann mit ÖGB/Bawag. Es folgten Sachthemen, vor allem Bildung, Arbeitsplätze, soziale Gerechtigkeit.

"Reden Sie die Schule nicht schlecht", antwortete Schüssel den Vorwürfen zur Bildungspolitik. "Nicht die Schule ist schlecht, die Bildungspolitik ist schlecht", befand Gusenbauer.

Gusenbauers Vorhalt, die Regierung habe nichts gegen die Arbeitslosigkeit getan, konterte der Kanzler mit: "Bei Gusenbauer ist immer alles ganz einfach, aber in der Realisierung hapert es dann".

Replik des SP-Chefs: "Wir vertreten die arbeitenden Menschen, die ihnen offenbar egal sind." Seinem Hinweis, es sei laut VP-Kreisen ein Angriff auf das 13. und 14. Monatsgehalt geplant, antwortet Schüssel: "Davon distanzieren ich mich."

"Ungeheuerlich"

Wirklich heftig wurde die Debatte erst beim Thema illegale Pflege. Kanzler Schüssel zitierte einen KURIER-Bericht, wonach die Arbeiterkammer plane, illegalen Pflegern Rechtsbeistand zu geben, die ihre Arbeitgeber rückwirkend klagen wollen: "Was ist das für eine Mentalität? Sie machen Angst. Das ist ungeheuerlich und skandalös!"

Gusenbauer nannte Schüssel ein "Vorbild an Illegalität", der die illegale Pflege seiner Schwiegermutter "wieder machen würde". - "Jetzt verstehe ich die Schweißperlen auf Ihrer Oberlippe", donnerte der Kanzler, so tiefe Untergriffe und das Hereinziehen des Privatlebens kämen für ihn nicht in Frage.

"Kurier" vom 22.09.2006 Seite: 4 Ressort: Innenpolitik

Wi, Morgen

Analyse

"Die Gesprächsbasis wurde nicht zerstört"

Es habe kaum rhetorische Untergriffe gegeben. "Wenn, dann sind sie eher von Schlüssel gekommen", urteilt Kommunikationsexperte Maximilian Gottschlich. "Es war nicht sehr fein vom Kanzler, dass er Gusenbauers Schweißperlen erneut angesprochen hat." Oder dass er konstatiert habe: "Das können sogar Sie ausrechnen."

Verwundert hat Gottschlich, "dass Gusenbauer beim zentralen Wahlkampf-Thema Pflege, das noch vor der Bawag hochgekocht war, nicht schärfer argumentiert hat. Da hätte er die soziale Kompetenz der SPÖ in den Vordergrund stellen können." Beim Thema Arbeitsplätze habe er das gemacht.

Gottschlich spricht von einer ausgewogenen, sachlichen Debatte. "Sie haben die Gesprächsbasis für künftige Koalitionsverhandlungen nicht zerstört." Mit der rigiden Themenvorgabe habe Moderatorin Thurnher den beiden keine Chance gegeben, selbst welche zu setzen. "Da leidet die Lebendigkeit."

"Kurier" vom 23.09.2006 Seite: 1 Ressort: Seite 1

- GeKo

*Wi, Abend, Wi, Bgld, Länder, N.Ö., N.Ö/Nord, N.Ö/St.Pölten, N.Ö/Süd,
N.Ö/Umgebung, N.Ö/Waldviertel/Waidhofen a.d.Thaya, Ti, Wi, Morgen*

0:0

Schüssel "gewinnt das TV-Duell: Kompetenter, sympathischer, die größte politische Erfahrung", jubelte die ÖVP auf ihrer Homepage.

Die SPÖ sah das anders: "Gusenbauer präsentierte sich als künftiger Kanzler: Kompetenter, menschlicher, ehrlicher." - Na dann.

Und wie ist das Match, das zu Beginn von Aggressivität geprägt war und dann abflachte, wirklich ausgegangen? 2:2. Oder eher 0:0. Aber für die Meisterschaft kann es wohl nicht gewertet werden, weil ohnehin jeder aus der jeweiligen Fankurve herausliert, was er mag. Außerdem verlangen die anderen Teams bestimmt eine Strafverifizierung.

Am Tag danach kamen viele Analytiker zu Wort - nur nicht Herbert Prohaska, obwohl der zu Taktik, Aufstellung, Formation und Fouls sicher was zu sagen gehabt hätte. Ein Kommunikationstrainer kritisierte das zu dick aufgetragene Make-up von Gusenbauer. Eine Stilberaterin lobte sein Dress, nein, seinen Anzug, bemängelte aber die Falten, die das Sakko geschlagen hatte. Schüssel hingegen hätte mit seiner Krawatte Kleinkariertheit signalisiert.

Schön, worum es in der Politik alles geht.

4.6.1.2.4.4 profil

"profil" Nr. 39/06 vom 25.09.2006 Seite: 16 Ressort: Österreich

Nationalratswahl '06

TV-Bilanz

Gusenbauer vs. Schüssel: 1.150.000 Zuseher

Man konnte es den Kontrahenten anmerken: Im Vordergrund stand die Fehlervermeidung. Dementsprechend salbungsvoll war die Zurückhaltung zu Beginn der Debatte auf beiden Seiten. Erstaunlich: Bundeskanzler Wolfgang Schüssel gab sich dann doch überraschend kämpferisch - Sticheleien und einige Untergriffe inklusive. Gusenbauer punktete in Sachen Bildung und Gesundheit, der Kanzler streute immer wieder Hinweise auf die angeblich mangelnde Wirtschaftskompetenz seines Gegenübers. Das dominierende Wahlkampfthema war dennoch schnell vom Tisch: Nach fünf Minuten war die Polemik über die Bawag erledigt.

4.6.1.2.5 FPÖ vs. SPÖ 2008

4.6.1.2.5.1 Der Standard

"Der Standard" vom 17.09.2008 Seite: 8 Ressort: Innenpolitik

Wien, Morgen

"Muss schwachsinnige Meinungen aushalten"

Im Parlament haben FPÖ und SPÖ bereits zusammengearbeitet - aber ein Zusammengehen in einer Koalition können sich die Parteispitzen nicht vorstellen. Auch wenn sie schon Anti-EU-Beschlüsse gemeinsam gefasst haben.

Conrad Seidl

Wien - Die Krise auf den internationalen Kapitalmärkten wirkte auch in das Kandidatenduell am Dienstag hinein: SPÖ-Spitzenkandidat Werner Faymann sprach von Finanzprodukten, "die immer absurder werden", und sah sich in seiner Ablehnung von kapitalmarktbasierter Zukunftssicherung bestätigt. FPÖ-Chef Heinz-Christian Strache sah in der aktuellen Kapitalmarktentwicklung einen Auftrag, gegen die Teuerung vorzugehen und den Pensionisten mehr an staatlichem Geld auszuzahlen. Und er sprach sich für staatliche Garantien aus, die die zweite und dritte (kapitalmarktorientierte) Säule der Altersvorsorge absichern sollten.

In der Europafrage versuchte sich Faymann von der FPÖ abzugrenzen, obwohl die beiden Parteien europakritisch auftreten. In der EU habe die SPÖ den Mut, aufzustehen und österreichische Interessen durchzusetzen, sagte Faymann. Strache stieß nach und warf Faymann vor, entgegen den FPÖ-Anträgen eine Volksabstimmung über den EU-Reformvertrag verhindert zu haben.

Beide Politiker referierten dann den Inhalt eines am Freitag gemeinsam im Nationalrat eingebrachten - und bisher unbeachteten - Antrags, dem zufolge bei jeder wichtigen Vertragsänderung auf EU-Ebene eine Volksabstimmung notwendig werde. Ob das je

schlagend werde, bezweifelte der FPÖ-Chef aber. Denn die SPÖ lasse sich von der ÖVP am Nasenring ziehen, nicht nur in Sachen EU.

Der SPÖ-Kanzlerkandidat sagte dagegen, dass die vergangenen 18 Monate durchaus auch positive Ergebnisse gebracht hätten - etwa durch eine Rekordbeschäftigung.

Strache bekannte sich zu seiner Haltung, das NS-Verbotsgesetz abschaffen zu wollen: "Eine Demokratie muss schwachsinnige Meinungen aushalten können." Faymann ist ausdrücklich dafür, dieses Verbot aufrechtzuerhalten. Beide schlossen aus, mit dem jeweils anderen Gesprächspartner eine Koalition bilden zu wollen. Strache reklamierte ein Gutteil der Forderungen aus Faymanns Fünf-Punkte-Programm als Gedankengut der eigenen Partei - ausnahmsweise sei die SPÖ "in die richtige Richtung umgefallen". Gleichzeitig brachte er einen Seitenhieb auf die ÖVP an, die Faymann als "Gusi II" zu positionieren versuche. Die von Faymann wiederbelebte Strategie der Ausgrenzung der FPÖ treibe die Sozialdemokratie wieder zum ungeliebten Koalitionspartner Volkspartei.

Faymann versuchte zunächst, sich die Gesprächsbasis zu Strache offenzuhalten, sagte aber, er wolle in einem Land leben, wo Ausländer nicht diskriminiert würden, wie es die FPÖ tue. Er habe als Wiener Stadtrat erlebt, dass der Höhepunkt der Zuwanderung unter der schwarz-blauen Regierung erreicht wurde - und die Stadt Wien habe verhindert, dass es Ghattobildungen gibt.

Immer wieder musste sich Faymann aber vorhalten lassen, dass er im Parlament mit der FPÖ gemeinsame Sache gemacht hat. Etwa bei der Abschaffung der Studiengebühren - Strache hatte dann Mühe zu erklären, wie er verhindern wolle, dass bei einer Öffnung der Universitäten diese von deutschen Numerus-clausus-Flüchtlungen gestürmt würden. Ein solches Konzept hat auch Faymann nicht - er meinte bloß, dass mehr Studienplätze geschaffen werden müssten. Über die mögliche finanzielle Bedeckung schwiegen sich beide Politiker aus.

Bild: Lächeln für die Kameras, aber ja nicht zueinander:

Heinz-Christian Strache und Werner Faymann. Foto: APA/Hochmuth

"Der Standard" vom 17.09.2008 Seite: 8 Ressort: Innenpolitik

Wien, Morgen

Strache (FPÖ) - Faymann (SPÖ)

Tatjana Lackner, Politiker-Profilerin und Direktorin der Schule des Sprechens, analysiert für den Standard die politische Rhetorik der TV-Konfrontationen.

Mittlerweile wurde jeder Spitzenkandidat schon mindestens zweimal mit einem andersfarbigen Polit-Gegenüber konfrontiert, und der Informationswert sinkt dramatisch. Im Berufsalltag muss sich jeder Präsentator frische Beispiele und anschauliche Modelle für seine Aussagen überlegen; besonders, wenn er vor denselben Zusehern wiederholt bestehen muss. Warum kommen Politiker - die wortgewandte und fesselnde Profi-Redner sein sollten - mit den ewig gleichen Ansichten und einer so schwachen Performance davon?

Pingpong

Die Rollen schienen von Beginn an verteilt: Strache holte langatmig aus. Der neun Jahre ältere Faymann beschwichtigte und stritt sämtliche Vorwürfe ab: "Auch mir sind die Sorgen und Ängste Ihrer Wähler wichtig." Beide buhlten um die "Ärmsten" im Lande, als wären sie die Rosinen im Wählerkuchen.

Rhetorisch verlief diese Konfrontation wenig anspruchsvoll - mehr Vergangenheitsbewältigung als Lösungen für die Zukunft. Anschuldigungen statt Argumenten. - Zumal die politischen Entwürfe kaum überraschten. Denn: Nach Haider - Faymann am letzten Donnerstag schien zwischen Sozialdemokraten und Freiheitlichen ohnehin alles besprochen. Strache war wieder einmal später dran als sein "Original" - fast hatte man ein Déjà-vu: "Sie waren der Koordinator dieser Regierung." Werner

Faymann möchte weder mit dem BZÖ noch der Strache-FPÖ regieren - sagte er hier.

Wut-Taktik

Indem sich Strache auf die Seite seiner Befürworter stellte und vertretungsweise für sie wütend wurde, vermittelt er diesen Menschen das Gefühl, ein Sprachrohr zu haben. "Sie inserieren in türkischer Sprache!" 6.332.931 Österreicher sind wahlberechtigt und viele noch unentschlossen. Straches imaginäre Anwaltschaft kann ein cleverer Schachzug im Rennen um Gunst und Glaubwürdigkeit sein.

Nach Haiders Kärnten war nun Wien im Brennpunkt der Nationalratswahl. Faymann bezichtigte den FPÖ-Spitzenkandidaten der Faktenfälschung. Strache warf dem ehemaligen Wiener Wohnbaustadtrat Tatenlosigkeit in der ablaufenden Legislaturperiode vor. Sein initiiertes Themenhüpfen wurde von Thurnher gerügt: "Die Spielregeln sind hier so, dass ich die Fragen stelle." Der blaue Parteiobmann in Rollendiffusion - zwischendurch trat er in Wettstreit mit der Moderatorin.

Oft siegte die lautere Stimme, nicht das bessere Argument. Wer sind die Berater, die Politikern empfehlen, einfach weiterzureden, sobald der andere unterbricht?

TATJANA LACKNER

www.sprechen.com

4.6.1.2.5.2 Die Presse

"Die Presse" vom 17.09.2008 Seite: 6

Rot und Blau: Künftige Koalitionäre sehen anders aus

WIEN (mon). Deutlich angespannt wirkten Werner Faymann und Heinz-Christian Strache zu Beginn der ORF-Konfrontation. Später flogen kräftig die Fetzen, besonders in der Ausländerpolitik. Hier fanden die beiden, die im Parlament derzeit auf

Kuschelkurs sind, keinerlei Gemeinsamkeiten. Strache war aggressiver, Faymann hingegen zeigte sich nahezu angeekelt von den „Gehässigkeiten auf der Straße“ im freiheitlichen Wahlkampf. Streckenweise hatte Moderatorin Ingrid Thurnher Mühe, die Auseinandersetzung in sachliche Bahnen zu lenken.

Faymann: „Land nicht teilen“ Faymann zitierte Straches Aussagen im Wahlkampf: „Willst du eine Wohnung haben, musst du ein Kopftuch tragen“ – gemünzt auf den Wiener Gemeindebau. Das stimme einfach nicht, so der ehemalige Wohnbaustadtrat kämpferisch. Pro Jahr bekämen 9300 Österreicher, aber nur 700 Ausländer eine Gemeindewohnung. Faymanns Credo: „Ich will das Land nicht teilen, ich will es nicht in Inländer und Ausländer teilen.“ Wenn sich die SPÖ einen Vorwurf machen könne, dann den, den Unwahrheiten und Kränkungen der Freiheitlichen nicht immer schnell genug entgegengetreten zu sein. Wien habe es geschafft, Ghattobildung zu vermeiden. Ihm gehe es um Integration. Damit sei Faymann aber offenbar gescheitert, entgegnete der blaue Frontmann, sonst müsste er nicht auf türkisch inserieren und sonst würde es auch nicht Schulklassen geben, wo österreichische Kinder in der Minderheit seien.

Straches größter Vorwurf an Faymann: Er lasse sich von der ÖVP am „Nasenring“ ziehen und habe keine Führungsstärke. Michael Häupl ziehe im Hintergrund die Fäden, und zeitweise komme es ihm vor, als wäre der SPÖ-Chef ein reines Kunstprodukt. Was diesem ein spontanes Lachen entlockte.

Strache: „Gebranntes Kind“ „Mögen Sie einander?“ Diese Frage Thurnhers, in Zusammenhang mit den gemeinsamen Verhandlungen im Parlament gestellt, beantworteten beide ausweichend. „Ich bin immer dafür, dass man eine Zusammenarbeit offen gestaltet, das hat aber nichts mit einer Koalition zu tun“, sagte Faymann. Strache zeigte sich als „gebranntes Kind“, wie Alfred Gusenbauer werde wohl auch Faymann seine Versprechen brechen.

Scharf gerieten die beiden in Sachen NS-Verbotsgesetz aufeinander. Strachemeinte, in einer Demokratie sollte es möglich sein, auch „Schwachsinniges“ zu sagen. Faymann ist für das bisherige scharfe Verbotsgesetz, um extreme Äußerungen nicht zu

„verniedlichen“.

Trotz aller Annäherungen im Parlament setze der SPÖ-Chef die „Ausgrenzungspolitik Franz Vranitzkys“ gegen die Blauen fort, beklagte Strache. Nein, künftige Koalitionäre sehen nicht so aus.

AUF EINEN BLICK SPÖ-FPÖ-Achse. Im Parlament machen SPÖ und FPÖ derzeit gemeinsame Sache, auch wenn SPÖ-Chef Werner Faymann nicht müde wird zu betonen, dass eine Koalition mit Heinz-Christian Strache für ihn nicht in Frage kommt. Die Freiheitlichen würden gern mitregieren, doch für eine gemeinsame Mehrheit bräuchten Rot und Blau voraussichtlich noch eine dritte Partei.

4.6.1.2.5.3 Kurier

"Kurier" vom 17.09.2008 Seite: 5 Ressort: Seite 5

Philipp Hacker

Wi, Abend, Wi, Morgen

TV-Duell

Zweckehe mit Thementrennung

Im Parlament arbeiteten Rot und Blau zuletzt gut zusammen, klare Trennlinien sind aber für beide wichtig.

Finalrunde bei den TV-Duellen: Am Dienstagabend diskutierten im ORF-Studio SPÖ-Kanzlerkandidat Werner Faymann und FPÖ-Chef Heinz-Christian Strache. Für Strache war es die letzte Zweier-Konfrontation in diesem Wahlkampf, Faymann sitzt kommenden Dienstag noch ÖVP-Chef Wilhelm Molterer gegenüber. Die

"Elefantenrunde" der Spitzenkandidaten von SP, VP, FP, Grünen und BZÖ folgt dann kommenden Donnerstag.

Harmonie

Im Parlament harmonierten Rot und Blau zuletzt: Vergangenen Freitag wurde eine Reihe von gemeinsamen Anträgen eingebracht, unter anderem will man bei der Plenumssitzung am 24. September die Studiengebühren abschaffen. Eine Koalition mit "dieser Strache-FPÖ" schließt Faymann aber bei jeder Gelegenheit aus. "Gemeinsam Gesetze zu beschließen, wird für beide kaum Nutzen oder Schaden haben", sagt Politik-Berater Peter Hajek.

Die rot-blaue Zusammenarbeit sei nur für (potenzielle) Wähler am rechten bzw. linken Rand ein mögliches Problem. Die Freiheitlichen hätten es "einen Tick schwerer", glaubt Hajek, weil die SPÖ mit ihrem Fünf-Punkte-Programm aktiv den Takt vorgebe.

Der Politologe Anton Pelinka rechnet damit, dass Strache in der Schlussphase des Wahlkampfs "verstärkt auf Feindbild-Konstruktionen beim Thema Zuwanderung und Integration setzen wird, wo die SPÖ nur in Grenzen mitgehen kann".

Trennlinie

Hajek sieht dies ähnlich: "Für die SPÖ ist bei der Zuwanderung eine klare Trennlinie wichtig. Hier halten sich die Sozialdemokraten auch sehr zurück, was eine kluge Strategie ist, weil das Match um Wählerstimmen mit den Freiheitlichen hier eher zu verlieren ist."

Als Populisten-Duell sieht Pelinka die rot-blaue Konfrontation aber nicht unbedingt: "Natürlich agieren beide mit populistischen Mitteln, aber wer tut das im Wahlkampf nicht?"

Grundsätzlich, sagt Hajek, finde die Auseinandersetzung mit der FPÖ nur auf einem

"Nebenschauplatz" statt; wichtiger sei für die SPÖ, eigene Kernwähler anzusprechen. Dies funktioniere gut, auch wegen des Personal-Wechsels an der Parteispitze, sagt Pelinka: "Statt der Katerstimmung aus dem Frühjahr gibt es nun eine Aufbruchsstimmung."

"Kurier" vom 18.09.2008 Seite: 4 Ressort: Innenpolitik

Wi, Abend, Wi, Morgen

Ausländerfrage spaltet SPÖ und FPÖ

TV-Debatten - Erste Elefantenrunde / Extra zur Frauenpolitik

Das TV-Duell zwischen SPÖ-Chef Werner Faymann und FPÖ-Obmann Heinz-Christian Strache lockte Dienstagabend mehr Zuseher an als die bisherigen Konfrontationen. Laut ORF verfolgten im Schnitt 934.000 Personen die manchmal heftige Debatte. Zeitweise wurde die Millionengrenze überschritten.

Faymann und Strache diskutierten relativ ruhig über die Bekämpfung der Teuerung. Beim Thema Ausländer lieferten sie sich jedoch eine emotionale Auseinandersetzung. Im Mittelpunkt standen die Wiener Gemeindebauten, wo beide Parteien um Wähler kämpfen, und wo die Ausländerfrage für besondere Emotionen sorgt. Faymann grenzte sich dabei betont deutlich von der FPÖ ab. Er warf Strache unter anderem vor, Österreich zu spalten und mit Falschinformation und "Gehässigkeiten" zu agieren.

Konkret hielt er dem FPÖ-Chef die Aussage vor, wonach 2500 Wiener Gemeindewohnungen jährlich an Ausländer vergeben würden. Tatsächlich seien es pro Jahr nur 700 von 10.000 Wohnungen, betonte Faymann: "Die Sorgen der Menschen sind berechtigt, nur wie Sie damit Politik machen, damit will ich nichts zu tun haben."

Strache beschuldigte die SPÖ, die Einbürgerungen in Wien exzessiv gesteigert und

"teilweise Gettos" geschaffen zu haben.

Paarlauf

Die anderen Parteien waren nach der Debatte trotzdem überzeugt, dass Rot und Blau einander sehr nahe sind und nach der Wahl gemeinsame Sache machen wollen. Die ÖVP sprach von einem "rot-blauen Geturtel" und einer "teuren Kuschelstunde". Die Grünen orten Strache und Faymann bereits "in einem Boot". Das BZÖ sah einen "Paarlauf der Populisten".

Auch am Mittwoch wurde im Fernsehen wieder eifrig diskutiert. Im Privat-Sender Puls 4 fand die erste "Elefantenrunde" mit den Parteichefs statt. Moderator war SPÖ-Mandatar Josef Broukal. SPÖ-Chef Faymann fehlte als Einziger.

Der ORF wollte der Konkurrenz nicht das Feld überlassen und setzte kurzfristig zur gleichen Zeit eine Extra-Runde an. Politikerinnen diskutierten über das Thema "Politik ist weiblich".

4.6.1.2.5.4 profil

profil" Nr. 39/08 vom 22.09.2008 Seite: 18 Ressort: Österreich

Nationalratswahl 2008

TV-Duell

Strache vs. Faymann

Auch bei der TV-Debatte vergangenen Dienstag entstand phasenweise der Eindruck, es ginge um eine Landtagswahl - allerdings, ausnahmsweise, nicht um Kärnten. Heinz-Christian Strache und Werner Faymann warfen sich Wiener Fakten um die Ohren: 2500 Ausländer hätten eine Gemeindewohnung, wetterte der eine. Gar nicht wahr, es seien

nur 700 pro Jahr, wusste es der andere besser. Trotz Streits mimten beide Kandidaten die Staatsmänner: Faymann glaubhaft, Strache bemüht. In puncto Höflichkeit hatte der FPÖ-Chef die Nase vorne: Faymann unterbrach Strache bei jeder Gelegenheit, Strache ließ den roten Kanzlerkandidaten meist ausreden. Wahre Einigkeit herrschte nur beim Make-up: Beider Haut strahlte im selben Puderton.

4.6.1.2.6 BZÖ vs. ÖVP 2008

4.6.1.2.6.1 Der Standard

"Der Standard" vom 29.08.2008 Seite: 6 Ressort: Innenpolitik

Wien, Morgen

"Geben Sie Ihrem Herzen einen Stoß!" Teuerung: Haider gab im TV-Duell den Robin Hood, Molterer den Hüter des Budgets

Nina Weißensteiner

Wien - Keine Minute Schonfrist gewährten einander die ehemaligen Regierungspartner Wilhelm Molterer und Jörg Haider beim ORF-Duell am Donnerstag. Gleich zu Beginn stellte der orange Landeshauptmann fest, dass es dem BZÖ einst als Regierungspartei "besser gelungen ist, die ÖVP zu überzeugen, soziale Politik zu machen".

"Jetzt ist er wieder einmal da, das wechselt ja offensichtlich", höhnte Molterer darauf, eine Anspielung, dass Haider im Wahlkampf erneut das Amt des Parteichefs übernommen hat.

Beinahe die halbe Sendung lang wurde dann über die Bekämpfung der Teuerung gestritten. Haider wandte sich mit zum Teil dramatischen Appellen an den Finanzminister, der darauf beharrt, dass es eine Steuerreform erst 2010 geben wird: "Geben Sie Ihrem Herzen einen Stoß!", forderte Haider Molterer auf, denn: "Jetzt haben wir die Katastrophe der Teuerung." Immer wieder betete der Landeschef herunter, was er in Kärnten schon alles als Inflationsausgleich veranlasst habe: Schulstartgeld eingeführt, Wohnbeihilfe angehoben, Geld für die Familien lockergemacht, und, und, und. Haider schlug Molterer 200 Euro Bonus bei der Lohnsteuer plus einen Kinderzuschlag von 50 Euro vor.

Doch der Vizekanzler hielt ihm seine "Verantwortung für das Gesamte" entgegen - und prangerte den hohen Schuldenberg in Kärnten an. Seit dem Jahr 2004 habe das Land seine Gesamtverschuldung verdoppelt, nach der Pro-Kopf-Rechnung bedeute dies, dass

mittlerweile jeder Kärntner rund 4000 Euro in der Kreide stehe. Molterer: "Sie haben sich sehr viel von der SPÖ abgeschaut, nämlich zu verteilen!" Dazu verwies er auf die noch für heuer geplante 13. Familienbeihilfe und die Ausweitung der Pflegeförderung.

Einen Schlagabtausch lieferte man sich auch rund um den Umgang mit straffällig gewordenen Asylwerbern. Dazu, dass Haider ein Kind in einen Bus nach Traiskirchen gesetzt hat, meinte Molterer: "So was macht man nicht!" Haider nannte ihn dann "Pater Willi".

Zu einer künftigen Koalition war beiden keine eindeutige Aussage zu entlocken. Haider meinte, dass sich die ÖVP ändern müsse. Sie neige dazu, ihre Partner absichtlich zu schwächen: "Einmal muss der Gusi weg, einmal muss der Haider geschwächt werden, einmal muss der Vranitzky weg."

*"Der Standard" vom 29.08.2008 Seite: 6 Ressort: Innenpolitik
Wien, Morgen*

Wilhelm Molterer (ÖVP) - Jörg Haider (BZÖ)

Tatjana Lackner, Politiker-Profilerin und Direktorin der Schule des Sprechens, analysiert für den Standard die politische Rhetorik der TV-Konfrontationen.

Zwei Ursprungs-Oberösterreicher im verbalen Schlagabtausch: Der Finanzminister schien sich in der Rolle des Mächtigeren gut zu gefallen. Die Stunde des ÖH-Patrioten hat geschlagen, denn er bestimmt, wann die Mehreinnahmen der Republik dem Wähler zurückerstattet werden.

Insgesamt war Molterer an diesem Abend viel mehr Wilhelm, als "Willi". Haider adelte ihn zum "Pater Willi". Der ÖVP Spitzenkandidat schaffte es bereits in Minute sieben des TV-Duells, eine wahre Zielgruppen-Taufe vorzunehmen. Viele durften sich gemeint

fühlen: "Familien, Pensionisten, Unternehmer, der Mittelstand, &"

Ein politischer Aspekt nach dem anderen kam aufs Tapet. Auch die Körpersprache erinnert stark an Gesten aus der Predigt. Im Subtext klang die Botschaft mit: "Lieber bissl zwider und bieder - besser der Wahlkampf-Zuckerl-Vermeider als Landeshauptmann Haider!" Molterer bewies zudem einige Kameraeinstellungen hindurch, wie lange er starr und böse dreinschauen kann. Bei etlichen kleinen Manövern schoss er den rhetorischen Ball durch zu viele Generalaussagen und mangelnde Fallbeispiele ins Out.

Haider konnte wieder einmal mit einem Einzelbeispiel aus dem Bereich der Pendlerpauschale punkten. Politische Erfolge wolle die ÖVP nicht mit dem Koalitionspartner teilen. Da sei es Vranitzky, Gusenbauer und ihm gleich ergangen. Nur fünf Jahre liegen zwischen den beiden Langzeitpolitikern. Sie entspringen der gleichen Generation, doch die Einstellungen könnten aus unterschiedlichen Jahrzehnten stammen.

Bei Haider erwarten sich manche Zuseher eher markige Sprüche, als politische Offenbarungen. Die gab es selten: "Am Abend wird der Faule fleißig", gehörte zu den Höhepunkten. Rhetorisch wirkte er entspannt. Im Brennpunkt seiner verbalen Klangwolke lag immer wieder sein Paradeland Kärnten. Schließlich beginnt auch dort gerade der Vorwahlkampf.

Doppelgleisigkeit

Seine Strategie war doppelgleisig angelegt: Kärntner Wählern erschien er vom bundespolitischen Parkett aus. Bundeswählern mischte er gerne angeblich "erprobte" Lösungsmodelle aus der Heimat unter. Gute Argumentation muss über Name-Dropping und Job-Hopping - zwischen Spitzenkandidat und Landeshauptmann - hinausgehen. Tatsache bleibt: Haider kam auch beim zweiten TV-Duell mit dieser Methode durch. Molterer bemühte sich immer wieder, den Kärntenkanon zu stören. Doch: Wirkungsvolle Konter-Arbeit sieht anders aus.

TATJANA LACKNER

www.sprechen.com

4.6.1.2.6.2 Die Presse

"Die Presse" vom 29.08.2008 Seite: 2 Ressort: Inland

Österreich, Morgen

TV-Konfrontation

"Erweichen Sie Ihr hartes Herz!"

Haider forderte Molterer heraus. Dieser hielt ihm Kärntens Schuldenstand vor.

Wien (oli). Sieben Jahre haben ihre Parteien gemeinsam regiert, gestern trafen Wilhelm Molterer (ÖVP) und Jörg Haider (BZÖ) im TV-Duell aufeinander. "Damals ist es uns gelungen, die ÖVP zu überzeugen, soziale Politik zu machen", erinnerte Haider an die alten Zeiten. "Die Volkspartei weiß selbst, wie wichtig soziale Gerechtigkeit ist", konterte Molterer. Zu Haider ad personam fiel ihm ein: "Jetzt ist er wieder da - offensichtlich." Nicht klar sei allerdings, ob er nun Landeshauptmann sein wolle oder etwas anderes.

Haider schoss sich von Beginn an auf die Große Koalition ein. Diese habe versagt. Immer wieder führte er Kärnten als positives Gegenbeispiel an. Gegen die "Katastrophe der Teuerung" müsse nun endlich etwas getan werden. Der Landeshauptmann schlug einen Direktbonus von 200 Euro pro Steuerzahler vor, plus einen Kinderzuschlag von 50 Euro. "Erweichen Sie Ihr hartes Herz!" appellierte er an Molterer. Der Finanzminister gab zu bedenken, dass bereits Maßnahmen im Wert 700 Millionen Euro gesetzt wurden, jetzt kämen mit seinem Paket noch einmal 550 Millionen dazu.

"Jedes zusätzliche Wahlzuckerl erfordert neue Schulden - nicht mit mir!", stellte Molterer klar. Und dann direkt an Haider gewandt: "Ihre Budgetpolitik in Kärnten darf nicht zum Vorbild für Österreich werden." Zu Beginn von Haiders Amtszeit im Jahre 1999 habe jeder Kärntner einen Pro-Kopf-Schuldenstand von 1200 Euro gehabt, mittlerweile seien es 4000 Euro. "Die Leute haben was davon", warf Haider ein. Und ließ nicht locker: "Der Finanzminister soll jetzt endlich einmal etwas herauslassen." Schließlich habe er so viele Einnahmen wie selten zuvor.

Haider, der EU-Fan von gestern

Dann erinnerte Molterer an den "jungen, mutigen Haider, frisch in der Europafrage". Jetzt sei der Pro-Europäer Haider ängstlich geworden. Er sei eben enttäuscht von der EU, erklärte Haider. Es sei nichts für den Mittelstand getan worden. Und wenn man weniger Geld nach Brüssel abliefern würde, hätte man mehr davon in Österreich. "Weg mit Basel II" und dem "amerikanischen Wahnsinn der Rating-Agenturen" bei der Kreditvergabe, verlangte Haider. Es sei nicht fair, stimmte Molterer zu, dass die EU die Basel-II-Kriterien anwende und die USA nicht. In der Frage "Härtere Strafen für Kinderschänder" waren sich Molterer und Haider ebenfalls einig, allerdings kritisierte Haider den wahltaktischen "Schwenk" der ÖVP.

Haider blieb auch dabei, "kriminelle Asylwerber" vor einer Verurteilung abzuschieben, Molterer warf ihm mangelnden Anstand vor.

Fazit: Haider war angriffiger, Molterer verteidigte sich sachlich.

4.6.1.2.6.3 Kurier

"Kurier" vom 29.08.2008 Seite: 2 Ressort: Innenpolitik

- Bernhard Gaul

N.Ö/Weinviertel, Morgen

"Erweichen Sie Ihr hartes Herz"

TV-Konfrontation - Haider ohne Polemik, Molterer blieb farblos

Premiere für Wilhelm Molterer: Am Donnerstagabend bestieg der ÖVP-Chef erstmals den Ring der TV-Konfrontationen. Molterer saß einem Mann gegenüber, den er seit mehr als 20 Jahren aus der Bundespolitik kennt: BZÖ-Obmann Jörg Haider. Das Interesse der Zuseher (bis zu 800.000 sahen bisher zu) ist generell groß.

Die anfangs sehr sachliche Diskussion wurde erst gegen Ende emotionaler. Molterer schien kein Mittel gegen Haiders Angriffe zu finden, er blieb in der Defensive.

Die Diskussion drehte sich vor allem um das Thema Teuerung und die geplante Steuerreform. Haider wurde nicht müde, die "soziale Kälte" der ÖVP anzuprangern. Die Teuerung gebe es seit 2006, erst jetzt würde der Finanzminister auf die Sorgen der Menschen eingehen. In Kärnten habe er durch Direktzahlungen geholfen. Haider forderte 200 Euro Lohnsteuer weniger für jeden plus 50 Euro weniger pro Kind.

Kein Vorbild

Molterer konterte scharf. Der erste Teil des Teuerungsausgleichs sei bereits beschlossen, etwa bei der Erhöhung der Pensionen und des Pflegegeldes. Weitere Maßnahmen würden folgen. Und in Kärnten hätten sich die Schulden des Landes seit Haiders Amtsantritt im Jahr 1999 verdreifacht. Molterer: "Ihre Budgetpolitik darf nicht zum Vorbild im Bund werden."

Für Kommunikationsexperten Maximilian Gottschlich gingen "alle drei Runden an Jörg Haider". Molterer sei nur "reaktiv" gewesen, konnte nie die Diskussion an sich reißen. "Er war Haider weder inhaltlich noch thematisch gewachsen." Und mit Sätzen wie "Erweichen Sie Ihr hartes Herz" habe Haider Molterer vollends in die Defensive gedrängt.

Es sei zwar ein Haider gewesen, "wie man ihn kennt", sagt Gottschlich, "er hat aber gänzlich auf die sonst übliche Polemik verzichtet".

4.6.1.2.6.4 profil

"profil" Nr. 36/08 vom 01.09.2008 Seite: 16 Ressort: Österreich

Nationalratswahl 2008

TV-Duell

Haider vs. Molterer

Jörg Haider weiß immer noch, wie er den wunden Punkt seines Gegenübers trifft. Das TV-Duell mit VP-Chef Wilhelm Molterer ist nicht einmal zwei Minuten alt, als Haider die "soziale Kälte der ÖVP" thematisiert und Molterer damit in die Defensive drängt. Ein heftiger Schlagabtausch wird die Konfrontation dennoch nicht. Das Fernsehpublikum sieht zwei Herren, die ihre Sturm-und-Drang-Perioden schon länger hinter sich haben und mit ihren Energien haushalten. Haider ist verbal etwas angriffiger, Molterer schaut dafür grimmiger. Als die Debatte bei der Körperschaftsteuer und den Basel-II-Vorschriften ankommt, steigt in den TV-Haushalten vermutlich der Wasserverbrauch.

4.6.1.2.7 BZÖ vs. FPÖ 2008

4.6.1.2.7.1 Der Standard

"Der Standard" vom 23.08.2008 Seite: 7 Ressort: Innenpolitik

Wien, Morgen

"Altpolitiker" gegen "Kopiermaschine": Bei Haider - Strache wurde es heftig Die beiden Ex-Parteifreunde fanden auch im ORF nicht zueinander

Michael Völker

Wien - Die freundliche Anrede "Heinz-Christian" verbat sich der FPÖ-Chef, er wollte von Jörg Haider nicht geduzt werden. Man sei seit 2005 wieder per Sie, hielt Heinz-Christian Strache gleich zu Beginn fest. Und da die Schlammschlacht, die beide Kontrahenten nicht führen wollten, wie sie eingangs beteuerten, sogleich einsetze, fiel es Haider auch nicht schwer, wieder zum Sie zurückzukehren. Haiders Angebot einer Kooperation nach der Wahl zerstäubte. Von dieser "Anbiederung" des BZÖ-Chefs wollte der FPÖ-Chef nichts wissen.

"Sie sind eine komplette Kopiermaschine", warf Haider Strache vor und kündigte eine Rechnung für urheberrechtliche Gebühren an. Haider: "Das Original kann man nicht so wegschieben."

Strache erwiderte: "Sie sehen die Politik immer aus der selbstverliebten Brille des Narzissmus." Dann zitierte Strache seinen ehemaligen Parteifreund Ewald Stadler, der nun für das BZÖ kandidiert: Von den "widerlichen Vertretern der Freimaurer" beim BZÖ habe dieser gesprochen und von den "warmen Brüdern in der Disco", bei denen Haider einkahre. Haider selbst konterte, indem er "Jubelmeldungen" vorlas, die Strache in besseren Zeiten über ihn verbreitet habe.

Zum Thema Teuerung gab es von den beiden Parteichefs ähnliche und unterschiedliche Äußerungen. Haider will Österreichern beim Tanken die Mehrwertsteuer ersetzen, das

könnte auch nach dem Einkommen gestaffelt sein. "Ein tolles Prinzip", hielt Haider fest. Strache meinte dagegen, ein jeder solle den Vorteil beim Tanken genießen können, solange er ein österreichisches Kennzeichen habe. Im Übrigen müssten alle Steuerstufen abgeflacht werden, weil "Heimatland braucht Mittelstand".

Haider lobte dagegen die Steuerreform der schwarz-orangen Regierung unter Schüssel und warf Strache vor: "Sie haben doch nur einen Pick auf den Schüssel und sind verliebt in den Cap."

Moderatorin Ingrid Thurnher schlug einen Themenwechsel vor: Kindergarten. Strache erklärte, es müsse einen kostenlosen Kindergarten geben, zumindest halbtags, aber nur freiwillig, es müsse ein Kindererziehungsgeld und ein Tagesmüttermodell geben. Da konnte Haider nur lachen, weil all das gebe es in Kärnten, wo er Landeshauptmann ist, längst.

Auf die abschließende Frage, ob er eine Zusammenarbeit mit dem BZÖ nach der Wahl ausschließe, antwortete Strache: "Ja, definitiv." Die Österreicher hätten die Frotzeleien satt, auch jene des "Herrn Haider", der auch nur ein "Altpolitiker" und ein "Chamäleon" sei.

Haider wirkte ehrlich verärgert, auch das von Strache überreichte Modell eines Rückgrats konnte ihn nicht erheitern, im Gegenteil. Aber Strache werde noch schauen, "viele prominente Freiheitliche" würden demnächst beim BZÖ mitarbeiten, kündigte Haider an.

Bild: BZÖ-Chef Jörg Haider, Moderatorin Ingrid Thurnher und FPÖ-Chef Heinz-Christian Strache zum Auftakt einer TV-Konfrontation, die hielt, was sie versprach. Foto: AP

"Der Standard" vom 25.08.2008 Seite: 7 Ressort: Innenpolitik

Hauptausgabe, Abend, NÖ, Hauptausgabe, Morgen

Jörg Haider (BZÖ) - Heinz-Christian Strache (FPÖ)

Bis zu den Nationalratswahlen am 28. September treffen alle Spitzenkandidaten der Parlamentsparteien live im ORF aufeinander. Tatjana Lackner, Politiker-Profilerin und Direktorin der Schule des Sprechens, analysiert für den Standard die politische Rhetorik der TV-Konfrontationen.

Auf beiden Seiten des Tisches gab es "Blockbuster-Rhetorik", sprich: Simple Formulierungen dominierten.

BZÖ-Spitzenkandidat Jörg Haider setzte auf Erfahrungsargumente. Er verkaufte Kärnten als das Fertigteilhaus der rot-schwarzen Lagune Österreich. Dadurch präsentiert er sich als Praktiker und ließ seinen Gegner als parteipolitischen Kleindenker übrig. Über den Tellerrand Kärntens hinaus gingen auch seine Berufswünsche: Haider will Kanzler werden. Strache im Gegensatz dazu Wiener Bürgermeister.

Sprachlich setzte Haider auf durchschnittliches Niveau mit oberösterreichischem Lokalkolorit. Wirkung braucht Raum - Haider sprach daher deutlich gelassener und leiser. Er weiß genau, wie wesentlich die Betonung von wichtigen Inhalten ist. Besonders vor Zahlen und Daten setzte er Pausen, um die Aufmerksamkeit zu fokussieren.

Als Bluffs setzte Haider "Behauptungsarien" ein. Er schaffte außerdem den Spagat, Involvierter und gleichzeitig auch Beobachter der Szenerie zu sein. Gern bemühte er dafür die Metaebene, à la: "Sehen Sie, Strache beginnt mit der Schlammschlacht!"

Dem Gesprächspartner gab er warm-kalt ("April-Rhetorik"), den potenziellen Wählern vermittelte er ein Wir-Gefühl.

FPÖ-Spitzenkandidat Heinz-Christian Strache startete ab der ersten Minute die Beschuldigungstaktik gegen Haider, was ihn selbst Sympathiepunkte kostete. Man bedenke: Den Gesprächspartner anzuschütten besudelt immer auch die eigene Weste. Rhetorisch agierte er deftig. Kleinteilig war Strache nur im Hickhack, nicht in seiner Argumentation. Trotzdem blieben detaillierte Vorschläge aus, die sich vom Haider-Konzept unterscheiden. Sprachliche Bilder, knapp hintereinander und inflationär verwendet, überdeckten Kernaussagen.

Bereits seit dem Kindergarten sollte bekannt sein: Bei Namensnennung oder Begrüßungsfloskeln ist kein Artikel angebracht!

Die Sprache ist die Kleidung unserer Gedanken - Milieusprache wirkt daher entlarvend und wenig kulinarisch. Der FPÖ-Kandidat, ein echter Wiener, klang auch ganz so: "Strache" reimt sich auf "Sprache" schlecht, weil es eben unterscheidbare Vokalqualitäten gibt: lange und kurze! Seine Sprechmotorik war trotz des enormen Redetempos schwerfällig. Atem- und Stimmprobleme zeichneten sich schon im Vorwahlkampf hörbar ab.

Aggressiv im Unterton, verharrte Strache bis zum Schluss in der Rechtfertigungshaltung. Verächtliche Schnaubgeräusche und verbales Schnelltexten (Staccato-Modulation) unterbrachen den Gesprächsfluss. Sein Dauergrinsen irritierte. Strache ist gegen vieles: Ausländer, BZÖ, SPÖ, ÖVP, & - Zwischendurch attackierte er sogar die Moderatorin: "Wenn Sie mich als Frau einmal ausreden lassen." Damit bot er ausreichend negative Identifikationsflächen.

TATJANA LACKNER

www.sprechen.com

4.6.1.2.7.2 Die Presse

"Die Presse" vom 23.08.2008 Seite: 44

red

Österreich, Morgen

Wahlkampf

Erstes TV-Duell Haider und Strache

Eher flau lief Freitagabend das erste der TV-Wahlduelle im ORF ab: FPÖ-Chef Strache entzog BZÖ-Obmann Jörg Haider zu Beginn das Du-Wort. Haider warf Strache vor, "eine komplette Kopiermaschine von mir zu sein". Ausländer-Fragen wurden nur gestreift; die Standpunkte beider waren ohnehin klar. Haider erklärte, er sei sicher, dass das BZÖ den Einzug ins Parlament schaffe; es wolle sich an einer Regierung beteiligen. Strache meinte, die FPÖ könne auf Bundesebene mit 20 Prozent mehr bewegen als das BZÖ mit vier Prozent. (AP) S. 5

(Anmerkung: Der angekündigte Bericht auf Seite 5 fehlt!)

4.6.1.2.7.3 Kurier

"Kurier" vom 23.08.2008 Seite: 2

Narzismus und Kopiermaschine

Nein, Schlamm Schlacht wollten sie keine führen, bekundeten beide Diskutanten. Um sofort damit zu beginnen.

Das Du-Wort, mit dem Jörg Haider sein Vis-a-vis an das letzte gemeinsame Glas Sekt erinnerte und gleich zu Beginn sogar eine mögliche Kooperation nach der Wahl ansprach, wurde ihm von Heinz-Christian Strache gleich um die Ohren gehauen. „Ich pflege mit Ihnen seit 2005 das vertraute Du-Wort nicht“, donnerte Strache los, Haider habe einst die Partei betrogen und wolle sich jetzt „mit Anbiederung über die Hintertür wieder hereinstehlen“. – „Wenn jemand so ein Verräter ist, wieso kopieren Sie dann alles?“, konterte Haider der „Kopiermaschine Strache“ – und kopierte auch gleich das „Sie“.

Die erste TV-Konfrontation des Wahlkampfes 2008 brachte am Freitag Abend FPÖ-Chef Strache und BZÖ-Chef Haider an einen Tisch. Die zwei Populisten des rechten Lagers sind seit spätestens 2005 verfeindet, als Strache eine Kampfabstimmung um den FPÖ-Vorsitz anstrebte und Haider es vorzog, das BZÖ zu gründen.

Dementsprechend hoch waren die Erwartung in die gestrige Konfrontation. Und zumindest was die heftigen Attacken betrifft, enttäuschte die Debatte nicht.

„Sie sehen Politik immer aus der selbstverliebten Brille des Narzismus“, sagte Strache; „Sie sehen alles nur parteipolitisch, ich rede von Inhalten“, versuchte Haider eine andere Ebene zu betreten; „Haider ist ein Altpolitiker und Chamäleon“, sagte Strache; „Seit meinem Weggang haben Sie in der FPÖ nicht eine einzige eigene Idee entwickelt“, stichelte Haider, dessen Versuch, sich ein bisschen seriöser zu geben, im Trommelfeuer Straches mitunter unterging.

Das Muster der Auseinandersetzung war bald klar: Strache versuchte Haider mit massiven Attacken unter Druck zu setzen, Haider versuchte zu belegen, dass er in Kärnten längst alles umgesetzt habe, worüber Strache nur rede. Wer was als erster erfunden habe, prägte über weite Strecken das Duell.

Inhaltlich Neues blieb aus, abgesehen vom Vorschlag eines Teuerungsausgleichs von 400 Euro plus einem Kinderzuschlag von 200 und einer „Tankkarte“ zur Steuerrückvergütung (Haider). Sozialmissbrauch durch Zuwanderer wollen erwartungsgemäß beide abstellen, Keine Zusammenarbeit Eine Zusammenarbeit von BZÖ und FPÖ nach der Wahl schloss Strache definitiv aus; Haider, der sie angeregt hatte, gab bekannt, dass nach Ewald Stadler nun auch „die Bundesgeschäftsführerin der FPÖ“ (Martina Schenk) für das BZÖ kandidieren werde.

Zum Abschluss überreichte Strache Haider ein Wirbelsäulenmodell zwecks „mehr Rückgrat und Charakter“.

Dann war’s zum Glück vorbei.

"Kurier" vom 24.08.2008 Seite: 2 Ressort: Innenpolitik

- Nicholas Bukovec

Wi, Abend, Wi, Länder, Morgen

Haiders ruhige Art überraschte die Experten

TV-Duell - Die blau-orange Konfrontation war hart, aber keine Schlammschlacht

Eine kleine Überraschung hat das TV-Duell am Freitag zwischen Jörg Haider und Heinz-Christian Strache für den Politologen Fritz Plasser gebracht: "Haider hat sich nicht - wie von vielen erwartet - auf einen Infight mit Strache eingelassen. Er hat sich

staatsmännisch präsentiert und Strache bei dessen Attacken immer wieder ins Leere laufen lassen."

Haider habe bis zuletzt "sehr diszipliniert" agiert und nicht gekontert - auch nicht, als Strache versuchte, ihn mit untergriffigen Ewald-Stadler-Zitaten aus der Ruhe zu bringen.

Die erste TV-Konfrontation der Spitzenkandidaten bei der Wahl brachte zwar einen harten blau-orangen Schlagabtausch, aber keine Schlammschlacht. Inhaltlich setzten beide auf das Thema Teuerung. Haider ließ keine Gelegenheit aus, auf all das hinzuweisen, das er in Kärnten schon umgesetzt hat - nach dem Motto: Ich bin der Macher, Strache kann nur fordern.

Laut Plasser ist es beiden gelungen, ihre Kernbotschaften dem Publikum näher zu bringen. Das sei auch wichtig gewesen, "weil die Leute wollen nicht nur ihren Ärger verstärkt sehen".

Plasser ist überzeugt, dass Haider im Duell gegen Faymann und Molterer "angriffiger und kritischer" wird. Strache werde bei den nächsten Konfrontationen wohl noch aggressiver werden, um sich von Haider, der im selben Wählerpool fischt, abzuheben.

Gute Quote

Bei den Wahlberechtigten stieß das erste TV-Duell auf großes Interesse. Im Schnitt gab es 862.000 Zuschauer. Die nächste Konfrontation ist Faymann (SPÖ) gegen Van der Bellen (Grüne). Sie steigt am Dienstag um 21.05 Uhr auf ORF2.

4.6.1.2.7.4 profil

"profil" Nr. 35/08 vom 25.08.2008 Seite: 13 Ressort: Österreich

TV-Duell

Haider vs. Strache

Wer sich ein verbales Schlammcatchen erhofft hatte, wurde schon zu Beginn enttäuscht. "Warum soll ich mit Herrn Haider streiten. Es gibt keinen Grund", sagte Heinz-Christian Strache. "Wir können keinen größeren Fehler machen, als uns so zu benehmen wie Rot und Schwarz", pflichtete Jörg Haider bei. Zur großen Abrechnung im rechten Lager wurde das TV-Duell also nicht. Feinspitze kamen dennoch auf ihre Kosten. So direkt konnte man den Guru und seinen einst begeisterten Jünger noch nie miteinander vergleichen.

Strache sprach wie gewöhnlich schnell und viel, Haider gab den erfahrenen, leicht arroganten Staatsmann, den nichts mehr überraschen kann. "Die Zusammenlegung der Sozialversicherungen propagiere ich seit 1979", meinte Haider leicht gelangweilt, als Strache eines seiner Lieblingsthemen anschnitt. Inhaltlich trennt die Herren wenig. Beide sind für Gratiskindergärten, Billigbenzin, höhere Familienförderung und einen Teuerungsausgleich. Und natürlich für strengere Asyl- und Ausländergesetze. Doch dieses Thema wurde kaum berührt. Als verunglückten Schlussgag hatte Strache das Plastikmodell eines Rückgrats mitgebracht. Haider nahm das Präsent nicht entgegen. Diese Art von Schmääh hat er schließlich selbst erfunden.

Bild: Haider, Strache - Der Guru und sein Jünger

4.6.1.2.8 ÖVP vs. SPÖ 2008

4.6.1.2.8.1 Der Standard

"Der Standard" vom 24.09.2008 Seite: 2 Ressort: THEMA

Wien, Morgen

"Ich bin ja gerne am Wort"

Andrea Heigl Michael Völker

Vor allem am Ende der Diskussion blieben die beiden Kanzlerkandidaten einander nichts schuldig. ÖVP-Chef Wilhelm Molterer sagte: "Ich möchte nicht einen Bundeskanzler von Gnaden einer Zeitung, der auf Zuruf reagiert. Ich möchte, dass Österreich ein Bundeskanzler von Herrn Dichands Gnaden erspart bleibt."

Im Gegenzug hatte SPÖ-Chef Werner Faymann seinem schwarzen Kontrahenten vorgeworfen, gemeinsam mit Wolfgang Schüssel für einen Stil des Verhöhns und Herabwürdigens zu stehen. Die beiden würden nur bremsen. Die Regierung hätten sie als "Streitgruppe, nicht als Arbeitsgruppe" verstanden.

So hatte die Diskussion auch begonnen: Faymann beklagte den ständigen Streit in der Regierung und den aggressiven Stil der ÖVP im Wahlkampf.

Molterer fand umgehend zu seinem Leitfadensatz: Wahlversprechen müsse man auch halten können, sagte er. "Es geht nicht um fünf Punkte, es geht um fünf Jahre." Fast flehentlich appellierte Molterer an Faymann, die Senkung der Mehrwertsteuer im Parlament nicht zu beschließen, das würde den Spielraum für eine Steuerreform stark einschränken. Drohend klang Molterer, als er meinte, auch für die Pensionisten würde das Geld fehlen, falls die SPÖ im Parlament eine Mehrheit für ihre Vorhaben findet. Die SPÖ dürfe nicht vorzeitig alles Pulver verschießen.

Auch Faymann hatte sich eine Linie zurecht gelegt: Die Politik sei nicht nur gefordert zu reden, sondern auch zu handeln. "Rasches Handeln", sagte er, "rechtzeitiges Handeln, gemeinsam an den Tisch setzen". Faymann: "Es hat derjenige den Vorsprung, der auch bereit ist, jetzt zu handeln."

Teilweise glitt die Diskussion ins Skurrile ab. Faymann hatte die Vereinbarung herausgezogen, die Molterer im März des heurigen Jahres unterschrieben hatte: Keine Neuwahlen. "Kennen Sie das? Das ist Ihre Unterschrift."

Darauf zog Molterer ein Taferl mit einer aufgeklebten Überschrift aus dem Standard heraus: "SPÖ hat Umstieg in die Regierung nie wirklich geschafft", hatte Faymann im Juni im Interview gesagt. Der Standard war auf Molterers Taferl aber falsch geschrieben: Standart. Was Faymann genüsslich und mehrfach falsch betonte.

Beide wollen entlasten

In der Sache blieben beide zurückhaltend. Beispiel Steuerpolitik. Hier nannten die Parteichefs konkrete Zahlen, blieben aber die Umstände schuldig. Molterer würde bei einer Steuerreform den Mittelstand entlasten, Einkommen von 2500 Euro um 500 Euro im Jahr, Einkommen von 5000 um 1000 Euro im Jahr. Ohne Gegenfinanzierung. Und natürlich würden die Familien entlastet: "Je mehr Kinder, desto weniger Steuern."

Faymann will insgesamt vier Milliarden für die Entlastung ausgeben, bei Einkommen von 1200 bis 4000 Euro würde das einer Entlastung von 400 bis 600 Euro gleichkommen.

An Moderatorin Ingrid Thurnher gewandt sagte Faymann einmal: "Ich setze gleich fort, ich bin ja gerne am Wort." Molterer ging es der Moderatorin gegenüber ruppiger an, er sagte: "Ich habe vor, jede Frage zu beantworten, aber so wie ich will." Und: "Warum sind Sie so aufgeregt?"

Frauen wollen aber beide fördern. Molterer hat soeben "tolle Damen" in den ÖIAG-

Aufsichtsrat geschickt, von einem Gesetz hält er aber nichts. Mehr Frauen in Führungsetagen seien aber das Ziel beider. Faymann: "Dann machen wir das."

ÖVP-Generalsekretär Hannes Missethon war von seinem Chef begeistert: "Beeindruckend" sei er gewesen, "sehr klar in seinen Aussagen". SPÖ-Bundesgeschäftsführerin Doris Bures über ihren Chef: "Faymann hat bewiesen, dass Molterer kein guter Buchhalter ist und auch kein guter Zweiter."

"Der Standard" vom 24.09.2008 Seite: 2 Ressort: THEMA

Wien, Morgen

Werner Faymann (SPÖ) - Wilhelm Molterer (ÖVP)

Tatjana Lackner, Politiker-Profilerin und Direktorin der Schule des Sprechens, analysiert für den Standard die politische Rhetorik der TV-Konfrontationen.

Das Kanzlerduell - ein Fegefeuer der Eitelkeiten. Zu früh hat dabei der Finanzminister seine vorbereiteten Sager verbraten: "Es geht nicht um Ihre fünf Punkte, sondern die nächsten fünf Jahre". Danach wurden Zahlen, Daten und Fakten nur noch in Zeitlupe gereicht. Leider ging es nach dem Wortbuffet wenig um konkrete Lösungsmodelle und politische Inhalte. Wo verläuft nun die Trennlinie zwischen Wahlwerbungs-Effekten, unterschiedlichen Positionen und tatsächlich divergierenden Betrachtungsweisen?

Einig schien man sich dafür in der subkutanen Botschaft des Abends: Die große Koalition ist nicht bloß eine unterkühlte Reserve, sondern lauwarme Wahrscheinlichkeit. Teure Verschlimmbesserung!

Faymann gab sich bei der Brautschau wählerisch: BZÖ und FPÖ kommen für ihn ebenso wenig infrage wie die ÖVP - solange Wilhelm Molterer an der Spitze weilt.

Doch im gleichen Atemzug unterstrich der Verkehrsminister seine Vorliebe für eine rot-schwarze Regierung dann sofort wieder. Damit rief er die Mächte in der ÖVP an, was strategisch clever war und Molterer - den Ex-Koalitionsflüchtling - Imagepunkte kosten könnte.

Der Finanzminister - "medialer Stolperstein der ÖVP" - konnte die Themenführerschaft bei aller Bemühung um gute Pointen nur selten übernehmen: "Nach dem Kreisky-Rucksack legen Sie das Faymann-Packerl drauf". Molterer war öfter in der Reaktion als in den vorangegangenen Duellen. Seine rhetorische Handlungsfreiheit wurde durch die vordergründige Harmonie-Strategie des selbstzufriedenen Gegenübers eingeschränkt. Kaum einer seiner rhetorischen Aufschläge wurde zum Ass: "Jetzt hab ich gelesen, Herr Faymann, dass sie beim Samy Molcho trainiert haben".

Eigenmarketing

Schnell kam der triumphierende Konter aus der roten Seite des Spielfelds: "Na, ich fuchtel wenigstens ned so viel, wie Sie". Langeweile entstand, als Faymann die Zuseher zwischendurch unfreiwillig zu Konsumenten seines Eigenmarketing und Selbstlobs machte: "Ich bin ja gern am Wort." Fazit: Viele rote Lippenbekenntnisse und schwarze Zahlreihen - die politischen Visionen kamen definitiv zu kurz.

Welke Beispiele, Minister-Jargon und grauer Wortschatz in Zeiten des Farbfernsehens - wenig bunt. Wer bisher wahlkampfsatt und lösungshungrig war, ging auch diesmal Dinner-gecancelled im Inhalt - und trotzdem angefressen - zu Bett. Wer rot sieht, kann ebenso gut weiter schwarzmalen!

TATJANA LACKNER

www.sprechen.com

4.6.1.2.8.2 Die Presse

"Die Presse" vom 24.09.2008 Seite: 2 Ressort: Inland

Österreich, Morgen

Hartes Kanzler-Duell mit vielen Vorwürfen

ORF-Konfrontation. Überraschend aggressive Diskussion der Spitzenkandidaten von SPÖ und ÖVP.

Molterer warnt vor "Schuldenpartei Österreichs", SPÖ vor den Bremsern der "Schüssel-Molterer-ÖVP".

WIEN (mon). Es war sicher die schwierigste Wahl-Konfrontation, die Ingrid Thurnher heuer zu moderieren hatte. Werner Faymann und Wilhelm Molterer schenken einander Dienstagabend nichts, auch wenn der SPÖ-Chef dabei gleichzeitig seinen neuen, friedlicheren Stil propagierte. Das hinderte ihn nicht, dem ÖVP-Chef wiederholt ins Wort zu fallen. Die Bilanz am Ende: eine Minute Redevorsprung für Faymann.

Man brauche sich über die grassierende Politikverdrossenheit nicht wundern, wenn die Politik "so tief" sei wie die Inserate der ÖVP, attackierte der SPÖ-Chef gleich zu Beginn sein Gegenüber. Von "Schüssel-Molterer" werde "gebremst" und der politische Gegner "herabgewürdigt". Molterer wiederum warnte die SPÖ vor einem kapitalen Fehler bei der heutigen Nationalratssitzung: Wenn die Senkung der Mehrwertsteuer beschlossen werde, bleibe zu wenig für eine Pensionserhöhung, aber auch für die Entlastung des Mittelstandes. "Denken Sie nicht in fünf Punkten, denken Sie in fünf Jahren!" Molterer führte häufig das Wort "Zukunft" im Mund. Alleine der Punkt mit der Mehrwertsteuer koste über eine Milliarde. "Ihre Zahlen sind alle falsch", entgegnete Faymann. Die ÖVP-Forderungen seien außerdem noch teurer.

Man warf sich gegenseitig Wortbruch vor. "Keine neuen Steuern" propagieren beide für die nächste Legislaturperiode, Molterer zweifelt allerdings bei der SPÖ daran. Die ÖVP

habe mit einer Steuerreform zu lange gewartet, meinte wieder Faymann. Die SPÖ wolle lieber rasch und entschlossen handeln.

"Sie trainieren bei Samy Molcho"

Süffisanter Einwurf Molterers auf Faymanns Wortkaskade: "Ich habe gelesen, dass Sie bei Samy Molcho trainieren. Man merkt's!" Ob er mit seiner Politik den Jungen noch in die Augen schauen könne, fragte der ÖVP-Spitzenkandidat. Denn die SPÖ stehe für "Schuldenpartei Österreichs". Faymann fühlte sich umgehend in seiner These bestätigt, dass die ÖVP nur mehr untergriffig sei. "Na, sehen Sie!" rief er, zu Thurnher gewandt.

Und er warnte vor der ÖVP-"Pensionsautomatik", wo ein "Computer" über die Menschen bestimme. Faymann: "Man kann doch nicht heute schon sagen, dass die Leute länger arbeiten müssen, wenn wir nicht einmal wissen, ob die Arbeitsplätze dafür da sind." Molterer dazu: "Wir müssen das Pensionssystem weiterentwickeln, alles andere ist nicht die Wahrheit."

Ruhiger wurde es erst nach einer Dreiviertelstunde, beim Thema Frauen. Hier unterbrach man einander erstmals nicht. Auch nicht bei Infrastrukturfragen. Den Ausbau des öffentlichen Verkehrs wollen beide.

Doch zum Schluss wurde es wieder lebhaft. Auf die Frage nach einer rot-schwarzen Zusammenarbeit meinte Molterer, dies hänge davon ab, "ob die SPÖ Schluss macht mit Schuldenpolitik und bei der EU aus dem Windschatten der FPÖ herauskommt."

"Niederlage nie verkraftet"

"Was mögen Sie nicht an ihm?" fragte Thurnher den SPÖ-Kandidaten. Den Politikstil von "Molterer-Schüssel", antwortete Faymann. Molterer lachte dazu nur. Schüssel habe die Wahniederlage nie verkraftet, meinte Faymann. "Da haben Sie ein Trauma", entgegnete Molterer trocken.

Faymann appellierte zum Schluss für einen neuen Stil. Weil, wenn man so weiterstreite, "haben wir irgendwann einmal gemeinsam nur mehr 30 Prozent, und das zu Recht". Das hinderte Molterer allerdings nicht, zum Schluss noch einmal die große Keule auszupacken: "Ich möchte nicht, dass es in Österreich einen Bundeskanzler von Dichands Gnaden gibt, der auf Zuruf reagiert." Kopfschütteln bei Faymann - Schlusspfeiff von Thurnher.

4.6.1.2.8.3 Kurier

"Kurier" vom 24.09.2008 Seite: 4 Ressort: Innenpolitik

Karin Leitner und Andreas Schwarz

Länder, Morgen

TV-Duell

"Meine Herren" im kräftigen Clinch

Werner Faymann und Wilhelm Molterer schenken einander beim direkten Aufeinandertreffen kräftig ein.

Ob's eine heftige und emotionale Diskussion wird, fragte Ingrid Thurnher, und die Antwort folgte sofort: Er stehe für Glaubwürdigkeit und Verlässlichkeit, mit der er Österreich führen wolle, sagte Vizekanzler Wilhelm Molterer - "Es ist wichtig, dass man so bleibt, wie man ist, und möglichst wenige Phrasen drischt", konterte Werner Faymann prompt.

Damit war das sogenannte Kanzlerduell der Spitzenkandidaten von ÖVP und SPÖ eröffnet - und die beiden, die am kommenden Sonntag jeweils als erster über die Wahl-Ziellinie laufen wollen, schenken einander kräftig ein.

"Wortbruch" lautete der erste Vorwurf Faymanns an Molterer, weil die ÖVP die

Vereinbarung, keine Neuwahlen vom Zaun zu brechen, gebrochen habe. "Wenn Faymann von Wortbruch redet, dann weiß er, wovon er spricht", sagte Molterer und verwies auf die gebrochene Vereinbarung, einander vor den Wahlen nicht mehr zu überstimmen.

Molterer präsentierte sich, nicht unerwartet, als Hüter der Staatsfinanzen. "Sie machen weiter, wo Gusenbauer aufgehört hat", sagte der ÖVP-Chef zu den diversen Wahlversprechen. "Nach Kreiskys Rucksack legen Sie noch das Faymann-Packerl drauf." Der SPÖ-Chef verwies auf die Teuerung und die Finanzmarktkrise, in der die "Politik jetzt gefordert ist, nicht alles auf die Zukunft verschieben darf". Das Schulden-Thema sei die alte Wahlkampfparole der ÖVP, grollte Faymann. "SPÖ ist Schuldenpartei Österreichs", rief Molterer dazwischen - "Na sehen Sie, tut Ihnen das nicht selber leid?" (Faymann).

Auf diesem Niveau wurde mit bekannten Argumenten das Thema Mehrwertsteuersenkung versus Steuerreform behandelt ebenso wie die heute im Parlament anstehende Pensionserhöhung. Faymann argumentierte gegen die Pensionsautomatik und für eine 3,4-Prozent-Erhöhung, Molterer warf dem SPÖ-Chef vor, dass ihn der Mut verlassen habe bei einem bereits vereinbarten Modell, und sprach sich für 3,2 Prozent aus. Die Höhe von Einmalzahlungen hänge davon ab, wie viel Geld bei der heutigen Parlamentssitzung ausgegeben wird.

"Herr Molterer, interessiert Sie das nicht so sehr?", fragte Faymann, als sein Vis-à-vis beim Thema Frauen in Unterlagen blätterte. "Haben Sie Frauen in der Asfinag?", schoss Molterer zurück.

Faymann fährt so wenig wie möglich Auto, Molterer hat eine Jahreskarte für die Öffis, erfuhr der Zuseher in ruhigeren Phasen.

Eine Zusammenarbeit mit der SPÖ könne es nur geben, wenn die Partei in der Europa-Frage aus dem Windschatten der FPÖ trete und nicht am Gängelband der Krone hänge, sagte Molterer. Die Bremser Schüssel und Molterer seien nicht die ÖVP, sagte

Faymann - und da waren sie wieder beim Einander-Einschenken.

Auf das mahnende "Meine Herren" musste Ingrid Thurnher oft zurück greifen.

"Kurier" vom 24.09.2008 Seite: 4 Ressort: Innenpolitik

Länder, N.Ö/St.Pölten, Morgen

Nachgefragt

"Mit der Konfrontation hat Faymann gewonnen"

ÖVP-Spitzenkandidat Wilhelm Molterer kommt in der Analyse des Kommunikationsexperten Maximilian Gottschlich schlecht weg. "Er hat erneut die undankbare Rolle der warnenden Cassandra übernommen, er hat den biedereren Sachwalter gespielt - mit dem ständigen Vorwurf der Schuldenpolitik." Damit sei er in die Defensive gekommen. SPÖ-Vormann Werner Faymann sei hingegen gelungen, Aufbruchstimmung und Dynamik zu signalisieren. Er habe die Themenführerschaft übernommen, sei "nicht nur rhetorisch überlegen" gewesen. Er habe "den Aufbruch auch körperlich dargestellt" - indem er sich oft nach Statements zur Kamera und damit direkt ans Publikum gewendet habe. Er habe auch geschafft, "über der Sachebene zu stehen", etwa mit der Bemerkung "Interessiert Sie das nicht?", als Molterer in seinen Unterlagen geblättert habe. Gottschlichs Gesamtresümee: Einstige SPÖ-Wähler, die daran gedacht haben, diesmal nicht diese Partei zu wählen, habe Faymann wohl zurückgewonnen. Molterer habe nicht nur die erste Runde gegen Faymann verloren, sondern alle sechs. "Mit dieser Konfrontation hat Faymann die Wahl gewonnen."

4.6.1.3 Scans der Artikel

Beispielhaft wurde hier für jedes Printmedium ein Artikel eingescannt. Die folgenden Abbildungen entsprechen nicht der Originalgröße.

4.6.1.3.1 Der Standard (Bericht)

INLAND

DONNERSTAG, 7. SEPTEMBER 2006

Rot will keine blaue Hilfe

Das zweite TV-Duell hieß Alfred Gusenbauer gegen Heinz-Christian Strache. Die SPÖ will keine FP-Tolerierung einer Minderheitsregierung.

Michael Bachner

Wien – Das Fernsehhighlight des Mittwochs mit Natascha Kampusch war längst vorbei, als um 22.30 Uhr SP-Chef Alfred Gusenbauer und FP-Obmann Heinz-Christian Strache in den Polit-Ring stiegen.

Das dominante Thema der Konfrontation war die Ausländerproblematik, am auffälligsten das minutenlange Synchronsprechen. Gusenbauer sagte, die FPÖ schüre „immer nur Ängste“. Unter Tags hatte er eine Sondersitzung zum „Bildungsdesaster“ beantragt – für Strache ein Problem der „Massenzuwanderung“.

Strache sagte, die FPÖ sei keine ausländerfeindliche Partei. „Es gibt viele anständige Zuwanderer, die auch fleißig sind und sich integriert haben“. Nur um sofort auf illegale und straffällig gewordene Ausländer zu verweisen, die abzuschieben seien. Gusenbauer will Zuwanderung „im österreichischen Interesse.“

Eine Festlegung auf die künftige Rolle blieb Strache schuldig, die Opposition sei aber „keine Schande“. Gusenbauer will nicht mit der FPÖ regieren und auch keine FP-Tolerierung einer SP-Minderheitsregierung dulden.

Auf die Live-Kommentierung von Grasser-Van der Belen durch STANDARD-Chefredakteur Gerfried Sperl griffen 40.000 User zu. Das SP-FP-Duell kommentierte STANDARD-Kolumnist Hans Rauscher.

Foto: APA

derStandard.at/TV-Duelle



Abbildung 51: Standard (Bericht), 2006

4.6.1.3.2 Der Standard (Analyse)

Positive Gesprächskultur oder Kommunikationskiller? Tatjana Lackner, Politiker-Profilerin und Direktorin der Schule des Sprechens, analysiert die TV-Duelle.

Gusenbauer - Strache 2:2

Die Wahlkonfrontation war kein Duell, sondern ein Quartett auf der Suche nach dem schwarzen Peter. SPÖ-Vorsitzender Alfred Gusenbauer sprach virtuell mit Bundeskanzler Wolfgang Schüssel (VP). FPÖ-Obmann Heinz-Christian Straches unsichtbarer Ansprechpartner schien dagegen BZÖ-Chef Peter Westenthaler zu sein. Erst nach mehreren Aufforderungen der Moderatorin wendeten sich die beiden einander zu.

Politikprofis sollten durch den parlamentarischen Alltag an vorgegebene Redezeiten gewöhnt sein. Unprofessionell waren daher der Zeitverlust zu Beginn und das Redechaos gegen Ende der Sendung. Was lässt die beiden Herren nur vermuten, dass sie auch nur eine Wählerstimme durch zeitgleiches Argumentieren gewinnen könnten?

Die Kommunikationsblockaden wurden besonders durch die Körpersprache und den Blick sichtbar: Straches Replik auf Gusenbauers selbstgefälliges Grinsen waren zusammengekniffene Augen, begleitet von süßsantem Lächeln.

Beim Thema Bawag wurde das Gesprächsklima dann frostig: „Es ist ein schwarz-roter Skandal!“ vermutete Strache und deckte Gusenbauer mit Vorwürfen ein. Der versuchte abzuschwächen: „Für die Unsterblichkeit der Maikäfer ist dann auch die Bawag verantwortlich, oder was?“ Schnell war der Spitzenkandidat der Sozialdemokraten beleidigt: „Ich brauch auch nichts dazu sagen, wenn ich nicht reden darf“, meinte Gusenbauer.

Strache blockte immer wieder mit Angst-szenarien, auf die Gusenbauer mit spöttischem Witz reagierte: „... dauernd diese Geisterfahrmeldungen! Die Leute können ja nicht mehr gut schlafen, wenn sie dem Herrn Strache zuhören.“

Moderatorin Ingrid Thurnher versuchte Strache klare Statements zu entlocken und erntete nur heisere Wahlpropaganda.



TATJANA LACKNER
www.sprechen.com

75

53

30

14

Abbildung 52: Standard (Analyse), 2006

4.6.1.3.3 Die Presse

KONFRONTATIONEN

Kuschel-Duell der Koalitionspartner

Minister Bartenstein (ÖVP) und BZÖ-Chef Westenthaler taten sich nicht weh.

WIEN (maf). Nach den heftigen Kontroversen in den TV-Duellen der vergangenen Woche verlief die Konfrontation zwischen ÖVP und BZÖ am Dienstag weitgehend harmonisch ab. Wirtschaftsminister Martin Bartenstein – als Vertreter von Bundeskanzler Wolfgang Schüssel – und BZÖ-Chef Peter Westenthaler führten eine gesittete Debatte: Die Fragen von Moderatorin Ingrid Thurnher wurden beantwortet, die Kontrahenten fielen sich gegenseitig nicht ins Wort. Und auch inhaltlich war man sich weitgehend einig.

Schon zu Beginn herrschte eitel Wonne zwischen den Noch-Koalitionspartnern. Bartenstein bezeichnete die Koalition als „sehr gute Partnerschaft für Österreich“. Es seien Reformen zustande gebracht worden, die es in einer anderen Koalition nicht gegeben hätte. Westenthaler freute sich über den gemeinsamen Antrag im Parlament (siehe Seite 3). Das Schulstartgeld und vor allem die 30-Prozent-Grenze für ausländische Schüler seien ein „Riesenerfolg“. Anstatt sich gegenseitig zu attackieren, richteten die Kontrahenten ihre Angriffe gegen SPÖ und ÖGB. Westenthaler forderte ein Ultimatum an die Gewerkschaft: Diese solle bis zum 20. September ihr Vermögen offen legen. Sollte dies nicht passieren, so müsse die Staatshaftung für die Bawag sistiert werden.

Bartenstein wollte sich dem zwar nicht anschließen, bezeichnete es aber als „ein wenig befremdlich“, dass die Offenlegung immer noch nicht passiert sei. Der Verdacht liege nahe, dass das Thema über die Wahl „drübergezogen“ werden solle.

In der Ausländerfrage wiederholte Westenthaler seine Forderung, die Zahl der Ausländer in Österreich in den nächsten drei Jahren um 300.000 zu reduzieren. Bartenstein nannte zwar die Zahl 300.000 „absurd“, aber ansonsten war man sich auch in dieser Frage einig: Durch zu hohe Einwanderung in den 90er Jahren unter sozialdemokratischer Regierung sei ein Problem entstanden. Und dieses werde durch die Maßnahmen dieser Regierung (Integrationsvereinbarung, strengere Bedingungen für den Erwerb der Staatsbürgerschaft) entschärft.

Divergenz beim Benzinpreis

Eine kleine Divergenz gab es bei der Frage der Steuerreform. Westenthaler forderte die Senkung der Steuern auf Benzin, um dem hohen Ölpreis entgegen zu wirken. Für Bartenstein macht das dagegen „keinen Sinn“.



Westenthaler (links) und **Bartenstein** (rechts) mit Moderatorin Thurnher. [APA]

Abbildung 53: Die Presse, 2006

4.6.1.3.4 Kurier



Abbildung 54: Kurier, 2006

4.6.1.3.5 profil



Abbildung 55: profil, 2006

4.6.2 Experteninterviews

Die Abschrift der Experteninterviews befindet sich in Kapitel 5, Experteninterviews, Seite 477. Die Interviews für dieses Kapitel wurden mit folgenden Personen geführt:

- Kaspar Fink
- Martin Fritzl
- Bernhard Gaul
- Andreas Schwarz

4.7 Analyse

4.7.1 Codebögen

4.7.1.1 FPÖ vs. SPÖ 2006

4.7.1.1.1 *Der Standard (Bericht)*

Datum Donnerstag, 7. September 2006

Ressort Inland

Seite 7

Länge 145 Worte, 44 Zeilen Lauftext

Autor Michael Bachner

Gattung Bericht

Titel Rot will keine blaue Hilfe

Untertitel -

Vorspann Das zweite TV-Duell hieß Alfred Gusenbauer gegen Heinz-Christian Strache. Die SPÖ will keine Tolerierung einer Minderheitsregierung.

Foto APA; Heinz-Christian Strache, Ingrid Thurnher, Alfred Gusenbauer im Studio der TV-Konfrontationen

Bildtext Beide wollen Bundeskanzler Wolfgang Schüssel stürzen: SP-Chef Alfred Gusenbauer und FP-Kontrahent Heinz-Christian Strache mit ORF-Moderatorin Ingrid Thurnher.

Grafik Keine

Sieger Keine direkte Bewertung der Kontrahenten; Text ist jedoch stellenweise
kommentierend gegen Strache

1. Absatz - Einstieg

26 Worte, 7 Zeilen

Einstieg über Natascha Kampusch. Vorstellung der Kontrahenten, Uhrzeit. Horce-Race Journalism: „in den Polit-Ring stiegen“ (Zeile 7)

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	-
Argumentationsstil:	-
Verhalten:	-
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	-

Tabelle 52: FPÖ vs. SPÖ - Standard I, 1. Absatz

2. Absatz – Zusammenfassung (Ausländerproblematik und Gesprächsklima)

37 Worte, 11 Zeilen

Zusammenfassung der Diskussion:

Sachebene: „dominante Thema der Konfrontation war die Ausländerproblematik“ (Zeile 1 bis 3), abseits davon: „am auffälligsten das minutenlange Synchronsprechen“ (Zeile 3 bis 5), anschließend mit kurzen Zitaten der Kontrahenten, die zeigen sollen, dass für Strache jedes Thema mit der Ausländerproblematik zusammenhängt (Bildungsproblem ist Problem der „Massenzuwanderung“ (Zeile 11)).

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	„Ausländerproblematik“, „Bildungsdesaster“
Argumentationsstil:	Gusenbauer greift FPÖ an („schüre ,immer nur Ängste“), Strache (problemorientiert): „Massenzuwanderung“
Verhalten:	-
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	„minutenlanges Synchronsprechen“

Tabelle 53: FPÖ vs. SPÖ - Standard I, 2. Absatz

3. Absatz - Ausländerproblematik

33 Worte, 11 Zeilen

Straches Sicht zu Ausländern, der meint, die FPÖ sei keine ausländerfeindliche Partei.

Nach einem Zitat kommentiert der Autor und untergräbt Straches Aussage: „Nur um sofort auf illegale und straffällig gewordene Ausländer zu verweisen“ (Zeile 6 bis 8).

Gusenbauers Sicht zur Zuwanderung wird sachlich in einem Satz (samt Zitat) am Ende des Absatzes festgehalten (Zeile 9 bis 11).

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	„Ausländer“
Argumentationsstil:	Strache lobt seine Partei „’nicht ausländerfeindlich’“; verweist (kommentierend vom Autor geschrieben) auf illegale und straffällig gewordene Ausländer (problemorientiert)
Verhalten:	-
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	-

Tabelle 54: FPÖ vs. SPÖ - Standard I, 3. Absatz

4. Absatz - Regierungsbeteiligung

29 Worte, 8 Zeilen

Strache will sich nicht festlegen, der Autor schreibt kommentierend: „Eine Festlegung auf die künftige Rolle blieb Strache schuldig.“ (Zeile 1 bis 3). Strache sieht in

Oppositionsrunde „’keine Schande’“ (Zeile 4). Gusenbauers Sicht zu einer Minderheitsregierung – siehe Vorspann – nimmt den Rest des Absatzes ein.

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	Regierungsbeteiligung
Argumentationsstil:	-
Verhalten:	-
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	-

Tabelle 55: FPÖ vs. SPÖ - Standard I, 4. Absatz

5. Absatz – Live-Kommentierung durch Standard-Redakteure

20 Worte, 7 Zeilen + eine Zeile URL

Verweis auf die Live-Kommentierung der TV-Duelle durch Standard-Redakteure im Internet.

Anmerkung

Teilweise trotz Berichtform kommentierend geschrieben – persönliche Meinung des Autors fließt ein – Strache wird so – ohne es ausdrücklich hingeschrieben zu haben oder sachlicher Begründung – zum Verlierer des Duells.

4.7.1.1.2 Der Standard (Analyse)

Datum	Freitag, 8. September 2006
Ressort	Inland
Seite	9
Länge	217 Worte
Autor	Tatjana Lackner
Gattung	Analyse, 44 Zeilen
Titel	Gusenbauer – Strache 2:2
Untertitel	-
Vorspann	Positive Gesprächskultur oder Kommunikationskiller? Tatjana Lackner, Politiker-Profilerin und Direktorin der Schule des Sprechens, analysiert die TV-Duelle.
Foto	Porträtfoto der Autorin Tatjana Lackner
Bildtext	Tatjana Lackner – www.sprechen.com
Grafik	Keine
Sieger	Bereits im Titel, nach Punkten: Gusenbauer – Strache 2:2

1. Absatz - Einstieg

48 Worte, 10 Zeilen

Einstieg über Metapher: „Die Wahlkonfrontation war kein Duell sondern ein Quartett auf der Suche nach dem schwarzen Peter“ (Zeile 1 bis 3). Die Kontrahenten wären gegen „unsichtbare Ansprechpartner“ (Zeile 6 und 7) angetreten: Gusenbauer gegen Schüssel; Strache gegen Westenthaler. Beschreibung der Gesprächskultur im letzten Satz: „Erst nach mehreren Aufforderungen der Moderatorin wendeten sich die beiden einander zu.“ (Zeile 8 bis 10).

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	-
Argumentationsstil:	-
Verhalten:	-
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	Moderatorin missachtend

Tabelle 56: FPÖ vs. SPÖ - Standard II, 1. Absatz

2. Absatz - Gesprächskultur

43 Worte, 8 Zeilen

Laut Lackner „unprofessionell“ (Zeile 3) waren der „Zeitverlust zu Beginn“ (Zeile 4) und das „Redechaos gegen Ende der Sendung“ (Zeile 4 bis 5). Im letzten Satz des Absatzes unterstellt die Autorin den „Politprofis“ (Zeile 1), „die beiden Herren“ (Zeile 8), zu „vermuten, dass sie auch nur eine Wählerstimme durch zeitgleiches Argumentieren gewinnen könnten“ (Zeile 8 bis 10).

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	-
Argumentationsstil:	-
Verhalten:	„Redechaos“
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	„Redechaos unprofessionell“

Tabelle 57: FPÖ vs. SPÖ - Standard II, 2. Absatz

3. Absatz - Körpersprache

25 Worte, 6 Zeilen

Lackner ortet „Kommunikationsblockaden“ (Zeile 1), sichtbar in der Körpersprache: „Gusenbauers selbstgefälliges Grinsen“ (Zeile 3 bis 4), „zusammengekniffene Augen, begleitet von süffisantem Lächeln“ (Zeile 4 bis 6) bei Strache.

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	-
Argumentationsstil:	-
Verhalten:	-
Körpersprache:	bei beiden abwehrend: „Kommunikationsblockaden“
Gesprächsklima:	-

Tabelle 58: FPÖ vs. SPÖ - Standard II, 3. Absatz

4. Absatz – Gesprächsklima am Beispiel Bawag - Verhalten Gusenbauer

57 Worte, 11 Zeilen

Lackner beschreibt beim Thema Bawag das Gesprächsklima als „frostig“ (Zeile 2). Strache „deckte Gusenbauer mit Vorwürfen ein“ (Zeile 3 bis 4), beschreibt Lackner die offensive, angriffige Art Straches und Gusenbauers Kalmierungsversuch: „versuchte abzuschwächen“ (Zeile 4 bis 5) und wie dieser „schnell (...) beleidigt“ (Zeile 7 bis 9) war.

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	Bawag
Argumentationsstil:	Strache „deckte Gusenbauer mit Vorwürfen ein“
Verhalten:	Strache „deckte Gusenbauer mit Vorwürfen ein“, der versuchte abzuschwächen; Gusenbauer schnell beleidigt
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	„frostig“

Tabelle 59: FPÖ vs. SPÖ - Standard II, 4. Absatz

5. Absatz – Gesprächsstrategie Strache – Reaktion Gusenbauer

30 Worte, 6 Zeilen

Strache „blockte immer wieder mit Angstszenarien“ (Zeile 1 bis 2) beschreibt Lackner die wenig lösungsorientierte Strategie des FPÖ-Chefs. Den restlichen Absatz widmet sie der Reaktion Gusenbauers darauf: „auf die Gusenbauer mit spöttischem Witz reagierte“ (Zeile 2 bis 3) und einem längeren Zitat Gusenbauers, das einen persönlichen Angriff auf Strache enthält.

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	-
Argumentationsstil:	Strache „blockte immer wieder mit Angstszenarien“ – problemorientiert
Verhalten:	Gusenbauer reagierte mit „spöttischem Witz“
Körpersprache:	bei beiden abwehrend: „Kommunikationsblockaden“
Gesprächsklima:	Anhand von Zitat: untergriffig, unangenehm

Tabelle 60: FPÖ vs. SPÖ - Standard II, 5. Absatz

6. Absatz – Moderatorin

14 Worte, 3 Zeilen

Lob für das Bemühen um „klare Statements“ (Zeile 2) für die Moderatorin, Zusammenfassung der inhaltlichen Neuigkeiten: „heisere Wahlpropaganda“ (Zeile 3).

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	-
Argumentationsstil:	-
Verhalten:	-
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	statt „klarer Statements“ nur „heisere Wahlpropaganda“

Tabelle 61: FPÖ vs. SPÖ - Standard II, 6. Absatz

Anmerkung:

Saloppe Ausdruckweise, viele kommentierende Adjektive, persönliche Sichtweise, etwas herablassend.

4.7.1.1.3 Die Presse (Bericht)

Datum	Donnerstag, 7. September 2006
Ressort	Inland
Seite	3
Länge	266 Worte
Autor	(red.)
Gattung	Bericht
Titel	„Lehne Minderheitsregierung ab“
Untertitel	Gusenbauer-Absage an FPÖ: Heftiges rot-blaues Duell um Ausländerpolitik.
Vorspann	-
Foto	nicht direkt; Foto gehört zu anderem Artikel, ist aber über dem Bericht platziert; APA; Strache, Thurnher, Gusenbauer im Studio
Bildtext	Harte Wortgefechte zwischen FP-Chef Strache (li.) und SP-Chef Gusenbauer, ORF-Moderatorin Thurnher.
Element	Infokasten zur nächsten TV-Konfrontation; Verweis auf TV-Kritik (die allerdings das TV-Duell zwischen Alexander Van der Bellen (Grüne) und Finanzminister Karl-Heinz Grasser (parteilos, auf ÖVP-Regierungssitz) behandelt) und Infobalken mit URL am Ende des Lauftextes
Sieger	keine Festlegung

1. Absatz – Zusammenarbeit SPÖ – FPÖ (Regierungsbeteiligung)

57 Worte, 13 Zeilen

Zwei Zitate Gusenbauers als Zeichen der „Absage der SPÖ an alle Spekulationen um eine Koalition mit der FPÖ“ (Zeile 8 bis 10). Strache hatte sich zuvor „in Sachbereichen eine Zusammenarbeit“ vorstellen können. Dazu die Sachinformation, dass der Artikel das zweite TV-Duell behandelt.

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	Regierungsbeteiligung
Argumentationsstil:	Strache lösungsorientiert, Gusenbauer ablehnend
Verhalten:	Strache kompromissbereit
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	-

Tabelle 62: FPÖ vs. SPÖ - Die Presse, 1. Absatz

2. Absatz – Ausländerthematik, Pflege. FPÖ-Kritik am roten Wien

57 Worte, 14 Zeilen

„Beherrschendes Thema in der ORF-Konfrontationen waren dann die Themen Ausländerzuwanderung, Integration und illegale Pflege“ (Zeile 1 bis 5) – eine Zusammenfassung der Sachebene mit schweren Grammatikfehlern. Erwähnt wurden auch Straches Angriffe auf das „SP-dominierte Wien“ (Zeile 6 und 7) und Gusenbauers Zurückweisung und Gegenangriff in punkto Ausländerthematik samt Zitat, die FPÖ schüre die Ängste der Menschen.

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	Ausländer, Pflege
Argumentationsstil:	FPÖ-Kritik am roten Wien; Gusenbauer weist Schuld zurück; wirft FPÖ vor, Ängste zu schüren
Verhalten:	Strache offensiv, Gusenbauer defensiv (Verteidigung)
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	-

Tabelle 63: FPÖ vs. SPÖ - Die Presse, 2. Absatz

3. Absatz – Ausländerthematik. Sozialleistungen für Ausländer

29 Worte, 7 Zeilen

Das Zitat, die FPÖ sei „keine ausländerfeindliche Partei“, konterte Strache“ (Zeile 1 bis 2), eröffnet den Absatz. Danach eine sachliche, kurze Zusammenfassung:

Sozialleistungen solle es laut Strache aber nur für Österreicher geben. Gusenbauers Replik, er halte nichts davon, zwei Klassen von Arbeitnehmern zu schaffen.

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	Sozialleistungen für Ausländer
Argumentationsstil:	Verteidigung/Eigenlob Straches; Lösungsvorschlag – sehr auf die eigene Klientel ausgelegt. Gusenbauer widerspricht.
Verhalten:	-
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	-

Tabelle 64: FPÖ vs. SPÖ - Die Presse, 3. Absatz

4. Absatz – Pflegedebatte

65 Worte, 15 Zeilen

Einführung in das Thema mit Sachinformation „40.000 illegale Pflegekräfte“ (Zeile 1 bis 2). Kurzes angriffiges Zitat mit leichter Kommentierung: „Sie sind für’s rausschmeißen“, stichelte der SP-Chef“. Sachliche Darstellung des Gusenbauer’schen Lösungsvorschlag: „Er sei für eine befristete Legalisierung für qualifizierte Pflegekräfte, hielt er dem FP-Obmann entgegen.“ (Zeile 5 bis 8) Was Strache selbst dazu auf der Sachebene sagt, bleibt im Artikel unerwähnt. Stattdessen wird auch mit Zitaten beschrieben, wie beide eine „persönliche Note“ (Zeile 8 bis 9) einzubringen versuchen.

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	Pflege
Argumentationsstil:	Gusenbauer angriffig und anprangernd, Strache lösungsorientiert
Verhalten:	SPÖ-Chef stichelt, Strache kontert sachlich
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	-

Tabelle 65: FPÖ vs. SPÖ - Die Presse, 4. Absatz

5. Absatz – Bawag

24 Worte, 6 Zeilen

Keine Sachinformation, lediglich, dass Strache Gusenbauer „Solidarität mit den Bonzen“ (Zeile 3) vorwarf und dessen Antwort, die Verantwortlichen gehörten in das Gefängnis.

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	Bawag
Argumentationsstil:	Strache greift Gusenbauer direkt an – problemorientiert; Gusenbauer lösungsorientiert
Verhalten:	Strache offensiv (Vorwurf an Gusenbauer)
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	-

Tabelle 66: FPÖ vs. SPÖ - Die Presse, 5. Absatz

6. Absatz – Gesprächsklima anhand EU

34 Worte

Das Gesprächsklima wurde im letzten Absatz beschrieben: „Am Ende gerieten sich die beiden (Gusenbauer: ‚Die Leute können nicht mehr schlafen, wenn sie Strache hören‘) vollends in die Haare. Bis dann sogar die ORF-Moderatorin Ingrid Thurnher rief: ‚Stopp, meine Herren!‘“

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	EU
Argumentationsstil:	Gusenbauer persönlich attackierend, anprangernd
Verhalten:	beide offensiv („gerieten sich die beiden (...) vollends in die Haare“)
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	unangenehm, wenig konstruktiv, chaotisch

Tabelle 67: FPÖ vs. SPÖ - Die Presse, 6. Absatz

Anmerkung:

Duellcharakter spiegelt sich auch in den vom Redakteur verwendet Worten wieder:

Strache kontert, Gusenbauer stichelt, Strache betont, SP-Chef warf Strache vor.

4.7.1.1.4 Kurier (Bericht)

Datum	Donnerstag, 7. September 2006
Ressort	Politik
Seite	2
Länge	330 Worte, 79 Zeilen
Autor	Nicholas Bukovec
Gattung	Bericht
Titel	Kampf um den kleinen Mann
Untertitel	Zweites Fernsehduell
Vorspann	Zunächst sachbetont, dann ziemlich emotional verlief die Konfrontation H.C. Strache gegen Alfred Gusenbauer
Foto	AP/ Hans Punz; Strache, Thurnher, Gusenbauer im Studio
Bildtext	Remis auf verschiedenen Ebenen: Strache griff sehr munter die SPÖ an, Gusenbauer selten die FPÖ – er attackierte vor allem die Regierung
Element	Zwei Grafiken (im Foto, jeweils unterhalb der Kontrahenten): „Kurier-Wahlometer“: Tachometerähnliche Anzeige von 1 (souverän) bis 5 (hilflos) mit der Bewertung des Wahlkampfauftrittes durch die Kurier-Innenpolitik.
Sieger	Beide erreichen in der Grafik einen Wert von 2,5

1. Absatz – Einleitung über Anmoderation und Argumentationsstil

85 Worte, 13 Zeilen

Mit der Anmoderation Thurnhers beginnt der Autor seinen Text über „ein heißes rot-blaues Fernsehduell“ (Zeile 6 bis 7). Um dem im nächsten Satz zu widersprechen: „Doch Alfred Gusenbauer und Heinz-Christian Strache gingen überraschend sachbetont in die erste Runde“ (Zeile 8 bis 11).

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	-
Argumentationsstil:	überraschend sachbetont (beide)
Verhalten:	-
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	-

Tabelle 68: FPÖ vs. SPÖ - Kurier I, 1. Absatz

2. Absatz – Regierungsbeteiligung

37 Worte, 10 Zeilen

SP-Nein zu Unterstützung einer Minderheitsregierung durch die FPÖ mit recht angriffigem Zitat Gusenbauers („Die FPÖ bietet keine Lösungen, sondern schürt nur Angst und Hass:“ (Zeile 5 bis 7)

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	Regierungsbeteiligung
Argumentationsstil:	Gusenbauer angriffig, anprangernd, Strache lösungsorientiert, kompromissbereit
Verhalten:	Gusenbauer offensiv, Strache kompromissbereit
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	-

Tabelle 69: FPÖ vs. SPÖ - Kurier I, 2. Absatz

3. Absatz – Ausländerthematik

30 Worte, 9 Zeilen

Die Kritik des FP-Chefs am roten Wien setzt sich fort im Artikel, Strache bietet als Lösung an, Sozialleistungen nur für österreichische Staatsbürger zulassen zu wollen, denn Ausländern nähmen mehr als sie geben würden.

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	Ausländerthematik (nur Strache)
Argumentationsstil:	Strache vor allem anprangernd, dann Lösungsvorschlag und Begründung für seine Argumentation in Form einer Problemaufzählung
Verhalten:	Strache offensiv
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	-

Tabelle 70: FPÖ vs. SPÖ - Kurier I, 3. Absatz

4. Absatz – Zuwanderung (nur Gusenbauer)

58 Worte, 15 Zeilen

Gusenbauer will „Strache nicht (...) das Feld überlassen“ (Zeile 1 bis 3) und illegale Zuwanderung stoppen, Asylwerber in Österreich aufteilen. Sind sie legal hier, sollten sie dieselben Sozialleistungen bekommen. Der Autor fügt an, dass Gusenbauer vor allem die Regierung attackiert.

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	Zuwanderung, Asyl, Sozialleistungen → Ausländerthematik
Argumentationsstil:	Gusenbauer lösungsorientiert, sowie die Regierung anprangernd
Verhalten:	offensiv (will „Feld nicht überlassen“)
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	-

Tabelle 71: FPÖ vs. SPÖ - Kurier I, 4. Absatz

5. Absatz – Gewerkschaft und Bawag

57 Worte, 15 Zeilen

Gesprächsklima wurde laut Autor in der zweiten Hälfte „hitziger“ (Zeile 1): Der SPÖ-Sitz für LiF-Zach sei für Strache „’Kindesweglegung’“ (Zeile 4) – Gewerkschafter aus roten Reihen dürften nicht ins Parlament. FP-Vorwurf beim Bawag-Skandal an die SPÖ. Gusenbauer-Zitat, dass die Leute nicht mehr schlafen könnten, hörten sie Strache.

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	Gewerkschaft, Bawag
Argumentationsstil:	Strache anprangernd, Gusenbauer persönlich angriffig
Verhalten:	beide offensiv (Strache mehr)
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	„hitziger“

Tabelle 72: FPÖ vs. SPÖ - Kurier I, 5. Absatz

6. Absatz – EU

37 Worte, 10 Zeilen

Vorwurf Gusenbauers an Strache, das Friedensprojekt EU sprengen zu wollen. Der Autor merkt an, dass dies während eines „heftigen Wortgefechts“ (Zeile 2 bis 3) stattfand. Straches Replik: „’Wenn Bruno Kreisky das heute gehört hätte, würde er sich im grab umdrehen.’“ (Zeile 8 bis 10)

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	EU
Argumentationsstil:	anprangernd seitens Gusenbauer
Verhalten:	offensiv (beide)
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	„heftiges Wortgefecht“

Tabelle 73: FPÖ vs. SPÖ - Kurier I, 6. Absatz

7. Absatz – ÖVP-Diskutanten

26 Worte, 7 Zeilen

Wen die ÖVP in die nächsten Duelle schickt.

4.7.1.1.5 profil

Datum	Montag, 11. September 2006		
Ressort	Österreich		
Seite	16		
Länge	71 Worte, 12 Zeilen		
Autor	unbekannt (Kaspar Fink)		
Gattung	Analyse, Kommentar		
Titel	Strache vs. Gusenbauer: 595.000 Zuseher		
Untertitel	-		
Vorspann	-		
Foto	ORF; Strache, Thurnher, Gusenbauer im Studio		
Bildtext	-		
Element	Infokasten mit Datum des Duells und einer Tabelle mit den Kategorien		
	Strache	Gusenbauer	
	„Gesprächsthema festgesetzt“:	3x	0x
	„Ins Wort gefallen“	19x	17x
	„Persönliche Angriffe“	3x	3x
	darunter in Breite des Infokastens, direkt im Anschluss eine Infoleiste		
	„Sieg nach Punkten“	4	6
Sieger	4 : 6 für Gusenbauer		

1. Absatz – Zusammenfassung

71 Worte, 12 Zeilen

Aufgemacht wurde der Artikel mit Straches „staatsmännischer Ader“ (Zeile 1 bis 2), seinem – wie der Autor hervorhebt – ungewöhnlich „zahmen“ (Zeile 2) Verhalten. Eine kurze Zusammenfassung Straches inhaltlicher Präsentation „Altbekanntes“ (Zeile 4) : „alles eine Frage der Ausländerpolitik“ (Zeile 5 bis 6). „Überraschend“ (Zeile 6) war für den Autor, dass Strache erst „kurz vor Ende der Sendezeit“ (Zeile 7) den „Bawag-Skandal“ (Zeile 6 bis 7) ansprach. Erst jetzt kommt der Autor auf den SPÖ-Kandidaten zu sprechen, der inzwischen „warmgelaufen“ (Zeile 9) war und „kanzlerhaft“ (Zeile 9) die Verantwortung der öffentlichen Hand beschwor – „auch in der aktuellen Pflegedebatte“ (Zeile 11 bis 12) – ein Seitenhieb Gusenbauers auf die ÖVP, der im profil nicht als solcher beschrieben wurde.

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	Ausländerthematik (Sozialstaat, Bildung), Bawag, Pflege
Argumentationsstil:	Strache „zahn“
Verhalten:	Strache kompromissbereit, staatsmännisch; Gusenbauer gegen Ende kanzlerhaft
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	Nicht ausdrücklich beschrieben, die Kandidaten jedoch „staatsmännisch“ und „kanzlerhaft“ – lässt auf eine ruhige, sachliche Debatte schließen

Tabelle 74: FPÖ vs. SPÖ - profil, 1. Absatz

4.7.1.2 BZÖ vs. ÖVP 2006

4.7.1.2.1 *Der Standard (Bericht)*

Datum	Donnerstag, 14. September 2006
Ressort	Inland
Seite	7
Länge	196 Worte, 58 Zeilen Lauftext
Autor	unbekannt
Gattung	Bericht
Titel	Bisher schlechteste Quote
Untertitel	-
Vorspann	Das koalitionäre Geplänkel zwischen Martin Bartenstein und Peter Westenthaler erzielte die bisher magerste Quote der ORF-Konfrontationen. Es kann nur spannender werden.
Foto	APA; Peter Westenthaler, Ingrid Thurnher, Martin Bartenstein im Studio der TV-Konfrontationen
Bildtext	Peter Westenthaler und Martin Bartenstein, betreut von Ingrid Thurnher, gingen äußert freundlich miteinander um.
Element	3 Info-Zeilen am Ende des Lauftextes zu einem anderen Duell
Sieger	Keine direkte Bewertung der Kontrahenten; Text ist jedoch stellenweise kommentierend gegen Strache

1. Absatz – Einstieg, Gesamteindruck, Zuschauerzahlen

58 Worte, 18 Zeilen

Einstieg über Beurteilung des Duells: „Nach der ORF-Konfrontation von Dienstagabend konnte es eigentlich nur besser werden.“ (Zeile 1 bis 4) Danach kurze Zusammenfassung über Diskutanten, Gesprächsklima und Zuseherzahlen.

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	-
Argumentationsstil:	„kuschelten das Fernsehpublikum nahezu in den Schlaf“
Verhalten:	s. o.
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	„träger Gesprächsverlauf“

Tabelle 75: BZÖ vs. ÖVP - Standard I, 1. Absatz

2. Absatz – Zuseherzahlen und Marktanteil

27 Worte, 8 Zeilen

Vergleich des „Soft-Duells“ (Zeile 5 bis 6) mit den Zuseherzahlen der Konfrontation Westenthaler gegen Gusenbauer, Nennung des Marktanteils.

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	-
Argumentationsstil:	„Soft Duell“
Verhalten:	„Soft Duell“
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	„Soft Duell“

Tabelle 76: BZÖ vs. ÖVP - Standard I, 2. Absatz

3. Absatz – Paarungen und Daten anderer TV-Konfrontationen zur Wahl 2006

80 Worte, 24 Zeilen

Paarungen und Daten anderer TV-Konfrontationen zur Wahl 2006.

4. Absatz – Paarungen und Daten anderer TV-Konfrontationen zur Wahl 2006

31 Worte, 8 Zeilen (+ 3 Zeilen, zur Standard-Kommentierung des Duells Pröll-Strache)

Die Top 3 Konfrontationen in Bezug auf die Zuseherquoten.

4.7.1.2.2 *Der Standard (Analyse)*

Datum	Donnerstag, 14. September 2006
Ressort	Inland
Seite	7
Länge	245 Worte, 51 Zeilen Lauftext
Autor	Tatjana Lackner
Gattung	Analyse
Titel	Westenthaler – Bartenstein 0:0
Untertitel	-
Vorspann	Tatjana Lackner, Politiker-Profilerin und Direktorin der Schule des Sprechens, analysiert die TV-Duelle – dieses Mal die Konfrontation der Vertreter von BZÖ und ÖVP von Dienstagabend.
Foto	Porträtfoto der Autorin Tatjana Lackner
Bildtext	Tatjana Lackner – www.sprechen.com
Element	-
Sieger	unentschieden (0:0)

1. Absatz – Gesamteindruck: Verhalten, Argumentationsstil

97 Worte, 18 Zeilen

Einschätzung der Autorin zum gesamten Duell: „Demonstrative Einigkeit“, „Kuschelrhetorik“ erinnerten eher an ein „Koalitionsgespräch“ als an ein „Wahlkampfduell“ (Zeile 1 bis 5). Lackner spricht den einladenden Kommunikationsstil zwischen den Kontrahenten an: „offensives Lob für die Zusammenarbeit“ und „inflationäre Bestärkungen der Wortmeldungen des Gegenübers“ (Zeile 7 bis 10). Sie spricht Bartensteins Verhalten an wie „Expertenrolle in allen Sachfragen“ (11 bis 12), sieht Schwächen bei Bartenstein im moderierten Gespräch.

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	-
Argumentationsstil:	„Kuschelrhetorik“, „offensives Lob“, Bartenstein übernahm „Expertenrolle in allen Sachfragen“
Verhalten:	„demonstrative Einigkeit“, „inflationäre Bestärkungen der Wortmeldungen des Gegenübers“, Bartenstein signalisierte „Konsensbereitschaft“
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	„Koalitionsgespräch“

Tabelle 77: BZÖ vs. ÖVP - Standard II, 1. Absatz

2. Absatz – Verhalten Westenthalers, Wortwahl

56 Worte, 12 Zeilen

Schwächen Westenthalers in der Wortwahl – vor allem von Fremdworten – belegt anhand von Zitaten. Trotz „Einklang“ (Zeile 8) in der Sache hebt Lackner Unterschiede in der Wortwahl der Kontrahenten hervor.

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	-
Argumentationsstil:	„Einklang“; Westenthalers Wortwahl eher problemorientiert: „Arbeitslose“, Bartensteins eher lösungsorientiert: „Arbeitssuchende“
Verhalten:	-
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	-

Tabelle 78: BZÖ vs. ÖVP - Standard II, 2. Absatz

3. Absatz – Verhalten und Angewohnheiten Bartensteins

26 Worte, 7 Zeilen

Lackner beschreibt Kommunikationsschwächen und – hürden Bartensteins:

„geräuschvolle Nasenatmung“ (Zeile 1 bis 2) und „maskenhaftes Grinsen“ (Zeile 2 bis 3); „beschwichtigender Rededuktus“ (Zeile 3 bis 4) und die „Angewohnheit, Hauptgedanken in Nebensätze zu verpacken“ (Zeile 4 bis 6) erschwerten das Verständnis.

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	-
Argumentationsstil:	-
Verhalten:	eher defensiv: „beschwichtigender Rededuktus“
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	-

Tabelle 79: BZÖ vs. ÖVP - Standard II, 3. Absatz

4. Absatz – Körpersprache

49 Worte, 10 Zeilen

Erklärung der „Ich- bzw. Du-Zone“, Brücke zur Körpersprache: Westenthaler hätte freier agiert, Bartenstein hätte mit „hängenden Mundwinkeln“ (Zeile 9 und 10) in der „Bethaltung“ (Zeile 10) verharret.

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	-
Argumentationsstil:	-
Verhalten:	-
Körpersprache:	Westenthaler „freier“; Bartenstein: verharrte mit „hängenden Mundwinkeln“ in der „Bethaltung“
Gesprächsklima:	-

Tabelle 80: BZÖ vs. ÖVP - Standard II, 4. Absatz

5. Absatz – Westenthalers Gegner

17 Worte, 4 Zeilen

Lackner greift Westenthalers Angriffe auf die Moderatorin und die SPÖ auf.

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	-
Argumentationsstil:	Westenthaler griff SPÖ an
Verhalten:	„duellierte sich weniger mit seinem Koalitionspartner als mit der Moderatorin“ - offensiv
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	-

Tabelle 81: BZÖ vs. ÖVP - Standard II, 5. Absatz

4.7.1.2.3 Die Presse (Bericht)

Datum	Mittwoch, 13. September 2006
Ressort	Inland
Seite	4
Länge	306 Worte, 72 Zeilen Lauftext
Autor	(maf)
Gattung	Bericht
Titel	Kuschel-Duell der Koalitionspartner
Untertitel	Minister Bartenstein (ÖVP) und BZÖ-Chef Westenthaler taten sich nicht weh.
Vorspann	-
Foto	APA; Peter Westenthaler, Ingrid Thurnher, Martin Bartenstein im Studio der TV-Konfrontationen
Bildtext	Westenthaler (links) und Bartenstein (rechts) mit Moderatorin Thurnher.
Element	-
Sieger	Keine direkte Bewertung der Kontrahenten; Text ist jedoch stellenweise kommentierend gegen Strache

1. Absatz – Gesamteindruck

63 Worte, 16 Zeilen

Positiver Gesamteindruck: Die Debatte war „weitgehend harmonisch“ (Zeile 5 bis 6), die Fragen wurden „beantwortet“ (Zeile 12), die Kontrahenten „fielen sich gegenseitig nicht ins Wort“ (Zeile 12 bis 13), auch inhaltlich „weitgehend einig“ (Zeile 16).

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	
Argumentationsstil:	
Verhalten:	
Körpersprache:	
Gesprächsklima:	„gesittete Debatte“, die Diskutanten „fielen sich nicht ins Wort“

Tabelle 82: BZÖ vs. ÖVP - Die Presse, 1. Absatz

2. Absatz – Regierungsarbeit

104 Worte, 24 Zeilen

Der Autor beschreibt das Lob der Kontrahenten für die Regierungsarbeit, etwa mit dem Zitat Bartensteins, die Koalition sei eine „’sehr gute Partnerschaft für Österreich‘“ (Zeile 4 bis 5), wenig konkret mit „Reformen (...), die es in einer anderen Koalition nicht gegeben hätte“ (indirekte Rede von Bartenstein, Zeile 6 bis 9). Westenthaler ließ er deutlicher werden: „Schulstartgeld“ (Zeile 11 bis 12), „30-Prozent-Grenze für ausländische Schüler“ (Zeile 13 bis 14). Im zweiten Teil des Absatzes beschreibt der Autor, die einzigen Attacken der Kontrahenten – „gegen SPÖ und ÖBG“ (Zeile 17 bis 18) mit dem Beispiel von Westenthalers Forderung nach einer Vermögensoffenlegung an die Gewerkschaft.

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	v.a. Regierungsarbeit, sonst Ausländer, Schulpolitik, ÖGB, Bawag
Argumentationsstil:	Selbst lobend (beide), SPÖ und ÖGB anprangernd (beide)
Verhalten:	Gegenüber SPÖ und ÖGB offensiv, Westenthaler droht ÖGB
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	„eitel Wonne“ (Zeile 1 bis 2), angriffig gegenüber SPÖ und ÖGB

Tabelle 83: BZÖ vs. ÖVP - Die Presse, 2. Absatz

3. Absatz – ÖGB, Bawag

36 Worte, 8 Zeilen

Bartenstein, so erklärt der Autor, schließt sich der Drohung seines Koalitionspartners nicht an, grenzt sich aber nicht völlig von dessen Meinung ab – Zitat Bartenstein: es sei „’ein wenig befremdlich’, dass die Offenlegung noch nicht passiert sei“ (Zeile 3 bis 5). Er verdächtigt die SPÖ, das Thema über die Wahl ziehen zu wollen.

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	ÖGB, Bawag
Argumentationsstil:	ÖGB anprangernd (Bartenstein)
Verhalten:	Konsensorientiert zu Westenthaler, offensiv gegenüber ÖGB
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	Der Autor geht nicht näher darauf ein, vermittelt aber den Eindruck eines sachlichen, ruhig agierenden Bartensteins

Tabelle 84: BZÖ vs. ÖVP - Die Presse, 3. Absatz

4. Absatz – Ausländer

71 Worte, 17 Zeilen

Der Autor greift im vierten Absatz Westenthalers aus dem Wahlkampf bekannte Forderung nach der Abschiebung von 300.000 Ausländern. Bartensteins Einwand (die Zahl sei „’absurd’“ (Zeile 7) ließ der Autor fast unter den Tisch fallen und beschreibt in den restlichen Zeilen des Absatzes die zur Schau getragenen Einigkeiten zwischen ÖVP

und BZÖ beim Ausländerthema: Kritik an Sozialdemokratischer Regierung der 90er („zu hohe Einwanderung“ (Zeile 9 bis 10) und Lob für die eigene Arbeit („Integrationsvereinbarung, strengere Bedingungen für den Erwerb der Staatsbürgerschaft“ (Zeile 14 bis 17)).

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	Ausländerthematik
Argumentationsstil:	Selbst lobend, SPÖ anprangernd, Westenthaler hat für seine Wähler eine Lösung (Abschiebung) der Ausländerproblematik
Verhalten:	Westenthaler offensiv, aber nicht Bartenstein gegenüber
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	Leichte Uneinigkeit, sonst Harmonie zwischen den Kontrahenten, Kritik an der nicht anwesenden SPÖ

Tabelle 85: BZÖ vs. ÖVP - Die Presse, 4. Absatz

5. Absatz – Steuerreform

32 Worte, 7 Zeilen – Zwischentitel: „Divergenz beim Benzinpreis“

Einzig klar genannte Meinungsverschiedenheit ohne Einlenken Bartensteins:

Westenthaler will eine Senkung der Steuern auf Benzin, für Bartenstein nicht Sinn bringend.

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	Steuerreform
Argumentationsstil:	-
Verhalten:	Westenthaler offensiv, Bartenstein lenkt nicht ein
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	„kleine Divergenz“ (Zeile 1), nicht weiter beschrieben

Tabelle 86: BZÖ vs. ÖVP - Die Presse, 5. Absatz

4.7.1.2.4 Kurier (Bericht)

Datum	Mittwoch, 13. September 2006
Ressort	Politik
Seite	3
Länge	301 Worte, 82 Zeilen Lauftext
Autor	Christian Böhmer
Gattung	Bericht (im sechsten Absatz eingearbeitet eine Analyse durch Maximilian Gottschlich)
Titel	„Doppelinterview“ statt Konfrontation
Untertitel	Wahlduell – Kaum Zwist zwischen Westenthaler und Bartenstein
Vorspann	-
Foto	APA; Peter Westenthaler, Ingrid Thurnher, Martin Bartenstein im Studio der TV-Konfrontationen
Bildtext	Ein Handshake als Stimmungsbild: Westenthaler (BZÖ) und Bartenstein (ÖVP) blieben den Konflikt schuldig
Element	Zwei Grafiken (im Foto, jeweils unterhalb der Kontrahenten): „Kurier-Wahlometer“: Tachometerähnliche Anzeige von 1 (souverän) bis 5 (hilflos) mit der Bewertung des Wahlkampfauftrittes durch die Kurier-Innenpolitik
Sieger	Beide erreichen in der Grafik einen Wert von 3,5

1. Absatz – Erwartungshaltung – Verhalten des BZÖ-Kandidaten

33 Worte, 10 Zeilen

Der Autor nennt das Verhalten der Orangen („Kuschelkurs“ (Zeile 2) oder „offener Koalitionskampf“ (Zeile 4 bis 5)) in seinem Einstieg eine „zentrale Frage“ (Zeile 6).

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	-
Argumentationsstil:	-
Verhalten:	-
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	-

Tabelle 87: BZÖ vs. ÖVP - Kurier, 1. Absatz

2. Absatz – ÖGB, Bawag

109 Worte, 25 Zeilen

Westenthaler prangert die nicht anwesende SPÖ an und fordert eine Offenlegung der ÖGB-Finzen (Zitat zu Ultimatum), droht überdies mit dem Sistieren der Staatshaftung für die Bawag. Bartensteins Antwort war laut Autor „verhalten“ (Zeile 14), Zitat, dass der Bawag-Skandal über die Wahl „hinübergezogen“ (Zeile 17) werden solle; dem Sistier-Vorschlag stimmt Bartenstein „freilich“ (Zeile 19 bis 20) nicht zu.

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	Bawag, ÖGB
Argumentationsstil:	Westenthaler SPÖ anprangernd
Verhalten:	Bartenstein „verhalten“ (Zeile 14)
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	-

Tabelle 88: BZÖ vs. ÖVP - Kurier, 2. Absatz

3. Absatz – Pflege

38 Worte, 11 Zeilen

Für Bartenstein war in diesem Artikel der „die Legalisierung illegaler Hilfskräfte“ (Zeile 4 bis 5) ein wichtiger Schritt. Westenthaler „widersprach“ (Zeile 7), pocht auf andere Lösungen als „flächendeckende Legalisierung“ (Zeile 9 bis 10).

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	Pflege
Argumentationsstil:	Bartenstein selbst lobend
Verhalten:	-
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	„die Gesprächspartner gerieten nur ein klein wenig aneinander“

Tabelle 89: BZÖ vs. ÖVP - Kurier, 3. Absatz

4. Absatz – Ausländer

15 Worte, 5 Zeilen

Der Autor hebt Bartensteins Reaktion („absurd“, Zeile 1) auf Westenthalers Forderung nach der Ausweisung von 300.000 Ausländern.

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	Ausländer
Argumentationsstil:	Bartenstein kritisiert Westenthalers Lösungsvorschlag
Verhalten:	-
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	-

Tabelle 90: BZÖ vs. ÖVP - Kurier, 4. Absatz

5. Absatz – Zusammenfassung

45 Worte, 12 Zeilen

Eine eher verhaltene Zusammenfassung des Duells: die „Konfrontation wollte aber nicht so wirklich in Gang kommen“ (Zeile 2 bis 3), mit Beispielzitat von Bartenstein: „Das BZÖ war ein guter und verlässlicher Regierungspartner“ (Zeile 5 bis 7). Bei

Westenthaler strich der Autor dessen verbales Geplänkel mit der Moderatorin Thurnher heraus: Westenthaler meinte, sie verhalte sich „’undifferenziert’“ (Zeile 10), und diskutiere statt zu moderieren.

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	- (im Zitat die Regierungszusammenarbeit)
Argumentationsstil:	Lob für das BZÖ von Bartenstein, BZÖ-Kritik an der Moderatorin
Verhalten:	Westenthaler Thurnher gegenüber offensiv, angriffslustig
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	„nicht so wirklich“ eine Konfrontation

Tabelle 91: BZÖ vs. ÖVP - Kurier, 5. Absatz

6. Absatz – Analyse durch Maximilian Gottschlich

61 Worte, 19 Zeilen, Zwischentitel „Analyse“

Analyse des Duells durch „Kommunikationsexperten Maximilian Gottschlich“ (Zeile 3 bis 5): Beide hätten sich mit Glacé-Handschuhen angegriffen, keine Kontrahenten sondern Duo, keine Konfrontation sondern ein Doppel-Interview, neue Harmonie, so seine Bilanz. Kurz geht er noch auf den Argumentationsstil ein und das Resultat davon: „’Beide haben nur auf die Fragen der Moderatorin geantwortet’“. (Zeile 17 bis 19).

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	-
Argumentationsstil:	Bartenstein „technokratisch und farblos“, Westenthaler nachgezogen
Verhalten:	als Duo aufgetreten
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	„keine Konfrontation“, „neue Harmonie“, nur Antworten auf Fragen

Tabelle 92: BZÖ vs. ÖVP - Kurier, 6. Absatz

4.7.1.2.5 profil

Datum	Montag, 18. September 2006											
Ressort	Österreich											
Seite	16											
Länge	35 Worte											
Autor	unbekannt (Herbert Lackner)											
Gattung	Analyse, Kommentar											
Titel	Westenthaler vs. Bartenstein: 412.000 Zuseher											
Untertitel	-											
Vorspann	-											
Foto	APA; Westenthaler, Thurnher, im Studio											
Bildtext	-											
Element	Infokasten mit Datum des Duells und einer Tabelle mit den Kategorien Westenthaler Bartenstein <table><tr><td>„Gesprächsthema festgesetzt“:</td><td>2x</td><td>0x</td></tr><tr><td>„Ins Wort gefallen“</td><td>2x</td><td>1x</td></tr><tr><td>„Persönliche Angriffe“</td><td>0x</td><td>0x</td></tr></table> darunter in Breite des Infokastens, direkt im Anschluss eine Infoleiste „Sieg nach Punkten“ keine Wertung zumutbar			„Gesprächsthema festgesetzt“:	2x	0x	„Ins Wort gefallen“	2x	1x	„Persönliche Angriffe“	0x	0x
„Gesprächsthema festgesetzt“:	2x	0x										
„Ins Wort gefallen“	2x	1x										
„Persönliche Angriffe“	0x	0x										
Sieger	keine Wertung											

1. Absatz – Zusammenfassung

35 Worte, 7 Zeilen

Satirisch-sarkastisch steigt der Autor mit einem Zitat ein: „’Das hat er sicher nicht so gemeint’, flötete Martin Bartenstein“ (Zeile 1 bis 2), angesprochen auf Westenthalers Vorschlag, 300.000 Ausländer des Landes zu verweisen. Gleich darauf das kommentierende Resümee: „Es war der Höhepunkt einer hart an die Peinlichkeitsgrenze gehenden ‚Debatte’.“ (Zeile 4 bis 6). Zusammenfassung und Schlusssatz: „Zwei Kuschelbären in Klammerstellung. Brrrrr!“ (Zeile 6 bis 7).

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	Ausländerthematik
Argumentationsstil:	Bartenstein flötete verteidigend
Verhalten:	‚Debatte’ war hart an „Peinlichkeitsgrenze“
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	„Zwei Kuschelbären in Klammerstellung“

Tabelle 93: BZÖ vs. ÖVP - profil, 1. Absatz

4.7.1.3 FPÖ vs. BZÖ 2006

4.7.1.3.1 *Der Standard (Teaser)*

Datum Samstag, 16. September 2006

Ressort Seite 1

Seite 1

Länge 67 Worte

Autor (red)

Gattung Teaser

Titel Hitziger Streit um Haiders Erbe im TV-Duell

Untertitel -

Vorspann -

Foto -

Bildtext -

Grafik Keine

Sieger -

1. Absatz

67 Worte

Klärung des Sachverhaltes mit anschließender Präsentation des laut Autors wichtigsten Themas („Erbe Jörg Haider“, Zeile 1 bis 2) samt Zitat und indirekter Rede der Kontrahenten sowie dem Verweis auf den Artikel auf Seite 11.

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	Übervater Haider
Argumentationsstil:	Vorwürfe
Verhalten:	Offensiv
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	„Streit“ (Zeile 1)

Tabelle 94: BZÖ vs. FPÖ - Standard I, 1. Absatz

4.7.1.3.2 Der Standard (Bericht)

Datum	Samstag, 16. September 2006
Ressort	Inland
Seite	11
Länge	284 Worte
Autor	Petra Stuiber
Gattung	Bericht
Titel	Wer Haiders bessere Kopie ist
Untertitel	-
Vorspann	Die TV-Konfrontation zwischen Heinz-Christian Strache und Peter Westenthaler wurde als Kampf um Originale gegen Plagiate inszeniert. Es ging um den „rechten“ Anti-Ausländerkurs in der Politik und die Frage, wer wem den Steigbügel hält.
Foto	APA; Heinz-Christian Strache, Ingrid Thurnher, Peter Westenthaler im Studio der TV-Konfrontationen
Bildtext	Blau gegen Orange – das ist Brutalität, nicht nur gegeneinander: Heinz-Christian Strache (FPÖ) und Peter Westenthaler (BZÖ) duellierten sich Freitag Abend im TV.
Grafik	Keine
Sieger	Keine direkte Bewertung der Kontrahenten;

1. Absatz – Einstieg und Haider

102 Worte

Einstieg über Anmoderation Thurnhers, dass die zwei „’vieles verbindet und alles trennt’“. Etwas sarkastisch die betont nüchterne Beschreibung des Gesprächsthemas wie -klimas als „Erörterung der Frage, wer denn nun die bessere Kopie Haiders sei“, unterfüttert mit angriffig wie untergriffigen Zitaten der Kontrahenten: Westenthalers Einstiegsfrage wird etwas verkürzt wiedergegeben: „’Sie bemühen sich schon so lange, Haider zu kopieren, gleichzeitig hassen Sie ihn zutiefst. Wie lebt es sich mit dieser Zerrissenheit, wenn einen in der Früh im Spiegel Jörg Haider entgegenlacht?’“ Und Straches Konter: „’Haiders Kopie sind Sie, Sie laufen Haider seit Jahrzehnten wie ein Hund hinterher.’“

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	Übervater Haider
Argumentationsstil:	Angriffig, untergriffig
Verhalten:	Offensiv
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	-

Tabelle 95: BZÖ vs. FPÖ - Standard II, 1. Absatz

2. Absatz – Strache zu Haider, Westenthaler über Strache

25 Worte

Strache über den Verräter Haider, Westenthaler kontert dem „Sprengmeister der alten FPÖ“.

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	Übervater Haider
Argumentationsstil:	Angriffig
Verhalten:	Offensiv
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	-

Tabelle 96: BZÖ vs. FPÖ - Standard II, 2. Absatz

3. Absatz – Straches Leute, Westenthalers Haider

66 Worte

Westenthaler greift Strache wegen seiner Parteimitglieder (z.B. Stadler, Gudenus) und dessen Verteidigung für den Holocaust-Leugner Irving an – zum Vergleich nannte Westenthaler BZÖ-Leute: Gastinger, Haubner, Veit Schalle. Der Autor erwähnt Thurnherrs Einwurf, dass auch Haider einst die „ordentliche Beschäftigungspolitik im Dritten Reich“ gelobt habe. Westenthaler will davon „nichts wissen“.

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	Parteimitglieder
Argumentationsstil:	Angriffig, „heftig vorgebrachter“ Vorwurf seitens Westenthaler
Verhalten:	offensiv
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	Der Autor lässt durchscheinen, dass es mehr ein Hickhack denn ein Duell war

Tabelle 97: BZÖ vs. FPÖ - Standard II, 3. Absatz

4. Absatz – Straches Angriff auf BZÖ und Veit Schalle (Billa)

47 Worte

Der BZÖ-Wirtschaftskurs sei „’unsozial’“, BZÖ-Kandidat Schalle habe österreichische Produkte aus den Regalen verschwinden lassen. Der Autor erwähnt Straches Polemik zur Ladenöffnungszeit von 75 Stunden – da „’werden sich die Familien freuen’“. Österreich sei kein Supermarkt – ebenfalls ein wenig versteckter Angriff auf Veit Schalle.

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	Ladenöffnungszeit, Veit Schalles Billa-Vorgangsweise, Spaltung
Argumentationsstil:	Problemorientiert, anprangernd (Autor zitiert nur Vorwürfe)
Verhalten:	Offensiv (Autor zitiert nur Vorwürfe)
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	-

Tabelle 98: BZÖ vs. FPÖ - Standard II, 4. Absatz

5. Absatz – Westenthalers Konter zu Straches Angriff auf BZÖ

44 Worte

Straches FPÖ sei „’Steigbügelhalter’“ der SPÖ und ÖVP, Strache ein „’Systemerhalter’“, der im übrigen in zehn Jahren Wiener Gemeinderat ‚nichts umgesetzt hat’“, berichtet der Autor über Westenthalers Gegenangriff.

Anschließend die Info über den Live-Kommentar von Samo Kobenter online.

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	Gegenangriff Westenthaler auf Strache, Spaltung des 3. Lagers
Argumentationsstil:	Anprangernd, Vorwürfe
Verhalten:	Offensiv (keine Verteidigung, der Autor bringt nur Gegenangriffe)
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	-

Tabelle 99: BZÖ vs. FPÖ - Standard II, 4. Absatz

Der Standard machte am 18. September auf Seite 6 erneut das orange-blaue TV-Duell zum Thema, brachte im ersten Teil jedoch nur Zitate – möglichst „griffige“, also solche, die mit böartigen, untergriffigen Metaphern und Angriffen gespickt sind – ohne den inhaltlichen Kontext zu erklären noch sie zu bewerten. Deshalb habe ich diese Zitatsammlung aus meiner Analyse ausgenommen. Im zweiten Teil werden Kommentare über das Duell von BZÖ, FPÖ, SPÖ, Politologe Peter Filzmaier und Meinungsforscher Wolfgang Bachmayer abgedruckt.

4.7.1.3.3 *Der Standard (Analyse)*

Datum	Montag, 18. September 2006
Ressort	Inland
Seite	6
Länge	288 Worte
Autor	Tatjana Lackner
Gattung	Analyse
Titel	Westenthaler – Strache 0:0
Untertitel	-
Vorspann	Tatjana Lackner, Politiker-Profilerin und Direktorin der Schule des Sprechens, analysiert die TV-Konfrontationen.
Foto	Porträtfoto der Autorin Tatjana Lackner
Bildtext	Tatjana Lackner – www.sprechen.com
Grafik	Keine
Sieger	Bereits im Titel, nach Punkten: Westenthaler – Strache 0:0

1. Absatz – Argumentationsstil

77 Worte

Lackner beschreibt den Argumentationsstil der beiden rechten Kontrahenten:

„Kampfrhetorik“, „verbale Untergriffe“, bringt ebenfalls Westenthalers Einstiegszitat (allerdings etwas ausführlicher, korrekter: „’Das muss ja ein Wahnsinn sein vor dem Spiegel beim Zähneputzen, Sie schauen hinein und der Haider schaut raus.’“), erklärt den Sinn des Untergriffs: „das Gegenüber öffentlich lächerlich zu machen“. Ein Vergleich mit dem Sport – vgl. Horse-Race-Journalism: „Wie in der Faustschlagtechnik wird auch im freiheitlichen Kampffargon immer gleich nachgedoppelt: ‚Herr Strache, genießen Sie sich eigentlich gar nicht?’“

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	-
Argumentationsstil:	„Kampfrhetorik“, „verbale Untergriffe“
Verhalten:	-
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	-

Tabelle 100: BZÖ vs. FPÖ - Standard III, 1. Absatz

2. Absatz – Zitate

25 Worte

Erklärung der vielen Zitate, die die Kontrahenten bringen: Sie sollen als Stütze der „eigenen wackeligen Argumentation“ dienen. „Recherchequelle als Waffe“.

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	-
Argumentationsstil:	„Recherchequelle als Waffe“
Verhalten:	-
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	-

Tabelle 101: BZÖ vs. FPÖ - Standard III, 2. Absatz

3. Absatz – Zahlenkampf

47 Worte

Zahlen, Daten und Fakten seien Kommunikationssperren geworden, erklärt Lackner am Beginn des dritten Absatzes. Sie erwähnt auch das fehlende Basiswissen Straches die eigene Kernklientel (hier die Zahl der Pensionisten) betreffend, das Westenthaler abfragte und laut Lackner jenem „fast zu einem Treffer verhalf“: Westenthaler habe Strache Unwissenheit unterstellt.

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	-
Argumentationsstil:	-
Verhalten:	Offensiv Westenthaler, fehlende Verteidigung Straches
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	-

Tabelle 102: BZÖ vs. FPÖ - Standard III, 3. Absatz

4. Absatz – Westenthalers Angriffsstil & Straches politische Positionierung

69 Worte

Die Autorin spricht von einem „rhetorischen Kinnhaken samt ‚Rechts-links‘-Kombination des BZÖ-Chefs“ und beschreibt dessen Angriff auf das zu weit rechts stehende Personal („rechte Recken“) der FPÖ sowie Westenthalers Vorwurf an Strache, die fünfte Kolonne der SPÖ zu sein, also zu weit links der politischen Mitte. „Wie man zur gleichen Zeit zu weit rechts und zu weit links steht, blieb ungeklärt“.

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	Straches politische Positionierung
Argumentationsstil:	Anprangernd, „paradoxe Vorwurf“ von Westenthaler
Verhalten:	-
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	-

Tabelle 103: BZÖ vs. FPÖ - Standard III, 4. Absatz

5. Absatz – Zwillingsrhetorik

34 Worte

Zuerst erwähnt Lackner in einem Satz Straches Antwort auf die Angriffe:

„'Schmutzkübelniveau'“. Danach wendet sie sich wieder der „Zwillingsrhetorik“ der beiden zu und verglich das Namedropping: Westenthaler nannte Gastinger, Schalle und Ries-Passer mehrmals, Strache „bemühte sogar Bundespräsident und Papst für seine Zwecke“.

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	-
Argumentationsstil:	-
Verhalten:	Strache verteidigt sich im ersten Satz mit einem nichts sagenden Gegenangriff
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	-

Tabelle 104: BZÖ vs. FPÖ - Standard III, 5. Absatz

6. Absatz – Zusammenfassung

36 Worte

Grundmuster der beiden Kontrahenten seien gleich gewesen, mein die Autorin:

„populistischer Angriff, beleidigte Rechtfertigung, vorbereitete Sager, Killerphrasen und Schuldzuweisung“. Ihr Fazit: „Weder rhetorisch noch inhaltlich anspruchsvoll.“

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	-
Argumentationsstil:	populistischer Angriff, beleidigte Rechtfertigung, vorbereitete Sager, Killerphrasen und Schuldzuweisung
Verhalten:	s.o.
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	-

Tabelle 105: BZÖ vs. FPÖ - Standard III, 6. Absatz

4.7.1.3.4 Kurier (Bericht)

Datum	Mittwoch, 16. September 2006
Ressort	Politik
Seite	5
Länge	292 Worte
Autor	Karin Leitner und Gabi Zornig
Gattung	Bericht
Titel	Blau-orange Streitsucht statt Inhalt
Untertitel	Die beiden früheren Parteikollegen, BZÖ-Chef Westernthaler und FP-Boss Strache, lieferten sich ein hartes Wortgefecht.
Vorspann	-
Foto	-
Bildtext	-
Element	-
Sieger	-

1. Absatz – Erwartungshaltung

33 Worte

Die Autorinnen steigen über die Erwartungshaltung ein: „Höflichkeit erwarte sich wohl niemand von dem Fernseh-Duell der einstigen Parteikameraden Peter Westenthaler (BZÖ) und Heinz-Christian Strache (FPÖ).“ Und erwähnen, dass die beiden schon vor der Parteispaltung „keine Freunde“ gewesen seien.

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	-
Argumentationsstil:	-
Verhalten:	-
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	-

Tabelle 106: BZÖ vs. FPÖ - Kurier I, 1. Absatz

2. Absatz – Erwartungshaltung

47 Worte

Die „Feindschaft“ der Kontrahenten wird – wie schon in anderen Artikeln – mit Westenthalers Einstiegszitat belegt (noch eine neue Version): „’Wie lebt es sich so mit einer inneren Zerrissenheit? Das muss ein Wahnsinn sein, wenn sie in der Früh beim Spiegel reinschauen, und der Haider schaut raus? Wenn Sie Haider kopieren und ihn gleichzeitig hassen.’“.

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	Übervater Haider
Argumentationsstil:	Persönlicher Angriff Westentalers
Verhalten:	-
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	-

Tabelle 107: BZÖ vs. FPÖ - Kurier I, 2. Absatz

3. Absatz – Straches Konter & Tonart

27 Worte

Auch hier wird wieder ein Konter Straches zitiert: „’Sie waren derjenige, der Haider wie ein Hund nachgelaufen ist.’“ Weiter eine Zusammenfassung des Gesprächsklimas und Argumentationsverhaltens: „In dieser Tonart ging es weiter“, die zwei hätten vor allem „Vergangenheitsbewältigung“ betrieben.

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	Übervater Haider, „Vergangenheitsbewältigung“
Argumentationsstil:	Persönlicher Angriff Straches
Verhalten:	Angriff - Gegenangriff
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	Feindschaftliches Klima mit persönlichen Angriffen; in dieser „Tonart ging es weiter“

Tabelle 108: BZÖ vs. FPÖ - Kurier I, 3. Absatz

4. Absatz – Wer sind die echten Freiheitlichen

59 Worte

Mit Westenthalers Erinnerung an den BZÖ-Listenplatz, so die Autoren, leitete er die Debatte um die echten Freiheitlichen ein. Strache warf dem BZÖ „’Etikettenschwindel’“ vor.

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	Wer sind die echten Freiheitlichen? Vgl. Spaltung des dritten Lagers
Argumentationsstil:	Angriffe Straches, Selbstvermarktung Westenthalers
Verhalten:	-
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	-

Tabelle 109: BZÖ vs. FPÖ - Kurier I, 4. Absatz

5. Absatz – Unterstützung für Großparteien

32 Worte

Die Autorinnen fassen kurz die gegenseitigen Vorwürfe von Strache und Westenthaler zusammen, wonach der jeweils andere eine Großpartei unterstützen würde.

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	Unterstützung der Großparteien
Argumentationsstil:	Gegenseitige Vorwürfe: „an den Kopf warfen“
Verhalten:	-
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	-

Tabelle 110: BZÖ vs. FPÖ - Kurier I, 5. Absatz

5. Absatz – Rechte Recken der FPÖ und Halbmond-Sager Westenthalers

32 Worte

Ein weiterer Schlagabtausch füllt den nächsten Absatz: Westenthalers Vorwurf an Strache, „’rechte Recken’“ in seiner Partei zu versammeln sowie dessen Konter „’Schmutzkübel-Niveau’“ und seinem Verweis auf Westenthalers Halbmond-Fauxpas.

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	Rechte Recken der FPÖ und Halbmond-Fauxpas;
Argumentationsstil:	Gegenseitige Vorwürfe
Verhalten:	-
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	„’Schmutzkübel-Niveau’“ laut Strache

Tabelle 111: BZÖ vs. FPÖ - Kurier I, 5. Absatz

6. Absatz – Ausländer & Law and Order

36 Worte

Die Autorinnen gehen auch auf das zentrale Thema der beiden rechten Parteien ein: „wer rigoroser gegen Ausländer vorgeht“. Strache warf dem BZÖ als Regierungspartei die steigende Ausländerkriminalität vor. Der folgende „Zahlenkrieg“ wurde genannt, die vernachlässigten Themen „Eurofighter, Abreibungen, Pensionen“ ebenso.

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	Ausländer, Law & Order
Argumentationsstil:	Quasi lösungsorientiert (für die eigene Klientel), Strache prangert BZÖ-Politik in der Regierung an
Verhalten:	Offensiv
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	Wettkampf: „gewetteifert wurde“

Tabelle 112: BZÖ vs. FPÖ - Kurier I, 6. Absatz

7. Absatz – Wiedervereinigung, Zukunft des dritten Lagers

26 Worte

Etwas sarkastisch beschreiben die Autoren die einzige Einigkeit dem „echten“ Freiheitlichen und dem „originalen“ Westenthaler: eine Wiedervereinigung schließen sie aus.

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	Zukunft des dritten Lagers
Argumentationsstil:	-
Verhalten:	-
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	-

Tabelle 113: BZÖ vs. FPÖ – Kurier I, 7. Absatz

4.7.1.3.5 *Kurier (Analyse)*

Datum Mittwoch, 16. September 2006

Ressort Politik

Seite 5

Länge 105 Worte

Autor ungenannt

Gattung Analyse

Titel „Wettstreit um law-and-order“

Untertitel -

Vorspann -

Foto -

Element -

Sieger -

1. Absatz – Erwartungshaltung

105 Worte

Das Duell der beiden Rechten sei laut Kommunikationsexperten Maximilian Gottschlich, dessen Analyse hier abgedruckt wurde, ein „Kontrastprogramm“ zur „Fachdiskussion“ zwischen Gusenbauer und Van der Bellen gewesen. Gottschlich sah vor allem einen „Wettstreit um Profilierung im Bereich von law-and-order“. Anschließend analysiert er den Argumentationsstil und sieht hier im ersten Teil Vorteile für Westenthaler, der einen „Blitzkrieg“ geführt habe, und „angriffig“ gewesen sei. Erwähnt wird auch Westenthalers Sager von den „Rechten Recken“. Strache sei laut Gottschlich über weite Strecken „in der Defensive“ gewesen.

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	Law & Order, Rechte Recken in FPÖ
Argumentationsstil:	Westenthaler angriffig, Blitzkrieg, Kritik an Strache
Verhalten:	Westenthaler offensiv, Strache „in der Defensive“
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	„Kontrast zur Fachdiskussion“ von Gusenbauer und Van der Bellen

Tabelle 114: BZÖ vs. FPÖ – Kurier II, 1. Absatz

4.7.1.3.6 profil

Datum	Montag, 18. September 2006		
Ressort	Österreich		
Seite	16		
Länge	33 Worte		
Autor	unbekannt (Kaspar Fink)		
Gattung	Analyse, Kommentar		
Titel	Strache vs. Westenthaler		
Untertitel	-		
Vorspann	-		
Foto	Walter Wobrazek; Strache, Thurnher, Westenthaler im Studio		
Bildtext	-		
Element	Infokasten mit Datum des Duells und einer Tabelle mit den Kategorien		
		Strache	Westenthaler
	„Gesprächsthema festgesetzt“:	1x	2x
	„Ins Wort gefallen“	28x	29x
	„Persönliche Angriffe“	14x	13x
	darunter in Breite des Infokastens, direkt im Anschluss eine Infoleiste		
	„Sieg nach Punkten“	5	: 5
Sieger	Gleichstand		

1. Absatz – Zusammenfassung

33 Worte, 6 Zeilen

Der Autor geht zwar auf die Erwartungshaltung der Zuseher („Wer war eigentlich gemeiner?“ (Zeile 1)) ein, beantwortet sie aber nicht direkt, sondern geht auf die Befindlichkeit des dritten Lagers ein („nur mit sich selbst beschäftigt“ (Zeile 3 bis 4)). Inhaltliche Zusammenfassung sowie Gesprächsklima: „Inhaltliche Debatte gab’s keine, dafür Bösarbeiten auf Kellerniveau.“ (Zeile 4 bis 6).

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	Drittes Lager
Argumentationsstil:	„Bösarbeiten auf Kellerniveau“
Verhalten:	„Bösarbeiten auf Kellerniveau“
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	„Bösarbeiten auf Kellerniveau“

Tabelle 115: BZÖ vs. FPÖ - profil, 1. Absatz

4.7.1.4 SPÖ vs. ÖVP 2006

4.7.1.4.1 *Der Standard (Kommentar)*

Datum	Freitag, 22. September 2006
Ressort	Kom
Seite	40
Länge	521 Worte
Autor	Gerfried Sperl
Gattung	Kommentar
Titel	Debatte ohne Aufschlüsse
Untertitel	Schüssel und Gusenbauer lieferten sich über weite Strecken ein „langweiliges“ Duell

1. Absatz – Einstieg über Schüssels Versprechen zu Bawag

60 Worte

Der Autor weist darauf hin, dass Schüssel sein Versprechen, die Bawag-Affäre nicht in den Wahlkampf zu ziehen, eingehalten hat, Parteifreunde jedoch nicht.

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	Wahlkampfstil
Argumentationsstil:	-
Verhalten:	-
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	-

Tabelle 116: SPÖ vs. ÖVP – Der Standard (Kommentar), 1. Absatz

2. Absatz – Wahlkampf

30 Worte

Der Autor meint, der Wahlkampf sei von wenig Wahrheit und viel Erfindung geprägt.

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	Wahlkampfstil
Argumentationsstil:	-
Verhalten:	-
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	-

Tabelle 117: SPÖ vs. ÖVP – Der Standard (Kommentar), 2. Absatz

3. Absatz – Politiker und Wahrheit

63 Worte

Der Autor sagt weiters, wahrheitsreue Politiker müsse man „mit der Laterne“ suchen.

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	-
Argumentationsstil:	-
Verhalten:	-
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	-

Tabelle 118: SPÖ vs. ÖVP – Der Standard (Kommentar), 3. Absatz

4. Absatz – Wahrheit in der Debatte

58 Worte

Die Beziehung der Duellanten zur Wahrheit (via Religion: der eine als „Alt-Testamentarier“, der andere als „Ministrant“); sie beide hätten sich zurückgehalten (wobei, wird nicht ganz klar, Anm.); Schüssel stilisierte sich laut Autor zum Retter der Bawag und der Frauen.

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	-
Argumentationsstil:	Schüssel stilisiert sich „zum Retter der Bawag“ und der „Frauen“
Verhalten:	-
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	-

Tabelle 119: SPÖ vs. ÖVP – Der Standard (Kommentar), 4. Absatz

5. Absatz – Politiker und Lügen

42 Worte

Politiker würden zwar nicht lügen, aber Halbwahrheiten verwenden – so etwa Schüssel.

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	-
Argumentationsstil:	-
Verhalten:	-
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	-

Tabelle 120: SPÖ vs. ÖVP – Der Standard (Kommentar), 5. Absatz

6. Absatz – Gusenbauers Abwehr

70 Worte

Gusenbauer habe kein Rezept gegen die rhetorischen Tricks Schüssels gehabt.

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	-
Argumentationsstil:	Schüssel gegenüber Gusenbauer: Kritik als Nestbeschmutzung
Verhalten:	-
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	Schüssel weicht aus, Gusenbauer kein Rezept

Tabelle 121: SPÖ vs. ÖVP – Der Standard (Kommentar), 6. Absatz

7. Absatz – Gusenbauer & Arbeitsmarkt

31 Worte

Gusenbauer habe bei Arbeitsmarkt punkten können.

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	Arbeitsmarkt
Argumentationsstil:	Gusenbauer attackiert Sachpolitik
Verhalten:	Gusenbauer offensiv, Schüssel defensiv („flüchtete“ sich in Zahlen)
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	-

Tabelle 122: SPÖ vs. ÖVP – Der Standard (Kommentar), 7. Absatz

8. Absatz – Pflege

37 Worte

Schlagabtausch bei Pflege – Gusenbauer spricht die illegale Pflegerin im Hause

Schüssel an; Schüssel kontert mit Untergriff auf Schweißperlen auf Gusenbauers Lippe.

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	Pflege
Argumentationsstil:	Persönliche Attacken beiderseits
Verhalten:	-
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	Schüssel untergriffig

Tabelle 123: SPÖ vs. ÖVP – Der Standard (Kommentar), 8. Absatz

9. Absatz – Nichts Neues

34 Worte

Es habe nichts Neues gegeben, die Frage nach dem Gewinner beantwortet der Autor mit: „Keiner von beiden.“ Die Parteien hätten dies anders gesehen.

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	-
Argumentationsstil:	Nichts Neues
Verhalten:	-
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	-

Tabelle 124: SPÖ vs. ÖVP – Der Standard (Kommentar), 9. Absatz

10. Absatz – Große Koalition

41 Worte

Beschreibt die Chancen der Entstehung einer großen Koalition: Der Autor schätzt sie als gering ein.

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	Koalition
Argumentationsstil:	-
Verhalten:	-
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	-

Tabelle 125: SPÖ vs. ÖVP – Der Standard (Kommentar), 10. Absatz

11. Absatz – Koalitionspartner

34 Worte

Schüssel habe sich abermals einen „’verlässlichen Partner’“ gewünscht – 2002 waren es die „Haider-Reste“.

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	Koalition
Argumentationsstil:	Schüssel wünscht sich „’verlässlichen Partner’“
Verhalten:	-
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	-

Tabelle 126: SPÖ vs. ÖVP – Der Standard (Kommentar), 11. Absatz

12. Absatz – Keine Antworten

21 Worte

Das Duell habe keine Antworten für Unschlüssige geliefert.

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	-
Argumentationsstil:	-
Verhalten:	-
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	-

Tabelle 127: SPÖ vs. ÖVP – Der Standard (Kommentar), 12. Absatz

4.7.1.4.2 *Der Standard (Analyse)*

Datum	Freitag, 22. September 2006
Ressort	Thema
Seite	3
Länge	314 Worte
Autor	Tatjana Lackner
Gattung	Analyse
Titel	Gusenbauer – Schüssel
Vorspann	Tatjana Lackner, Politiker-Profilerin und Direktorin der Schule des Sprechens, analysiert für den Standard die politische Rhetorik der TV-Konfrontationen.

1. Absatz – Schüssels Gags

123 Worte

Lackner meint, es sei spürbar gewesen, dass eine große Koalition möglich wäre. Danach geht sie auf Schüssels Debatten-Stil ein: Es sei nicht staatsmännisch, bringe ihm aber im eigenen Lager Sympathien, Gusenbauer lächerlich zu machen. Dieser sei darüber gestolpert.

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	Koalition
Argumentationsstil:	-
Verhalten:	-
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	Schüssel machte Gusenbauer „lächerlich“

Tabelle 128: SPÖ vs. ÖVP – Der Standard (Analyse), 1. Absatz

2. Absatz – Körpersprache

27 Worte

Körpersprache sei nicht wahlentscheidend. Gusenbauer habe „wenig elegant“ gestikuliert

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	-
Argumentationsstil:	-
Verhalten:	-
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	Gusenbauer gestikuliert „wenig elegant“

Tabelle 129: SPÖ vs. ÖVP – Der Standard (Analyse), 2. Absatz

3. Absatz – Konsens, Dissens

53 Worte

Lackner ortet „inflationär eingesetzte Faktenargumente“. Schüssel sei konsensorientiert gewesen, Gusenbauer dissensorientiert. Dies habe Gusenbauer Kritik eingebracht.

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	-
Argumentationsstil:	-
Verhalten:	Schüssel sucht laut Lackner Konsens, Gusenbauer Dissens
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	-

Tabelle 130: SPÖ vs. ÖVP – Der Standard (Analyse), 3. Absatz

4. Absatz – Sieger-Talk Schüssels

35 Worte

Schüssel habe mit seinem Sager „’Sie sind der Angstmacher – ich bin der Mutmacher’“ gewonnen, da Menschen eher zum „Strahlemann“ tendierten.

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	-
Argumentationsstil:	Schüssel lobt sich selbst, kritisiert Gusenbauer persönlich
Verhalten:	-
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	-

Tabelle 131: SPÖ vs. ÖVP – Der Standard (Analyse), 4. Absatz

5. Absatz – Vergebene Chancen durch Gusenbauer

76 Worte

Gusenbauer habe den „grenzenlosen Euphemismus“ des Kanzlers nicht gestoppt, „aufgelegte Konterchancen“ vergeben. Schüssel habe den Vorteil gehabt, dass seine Beispiele noch unverbraucht waren (Anm.: es war sein erstes und einziges TV-Duell 2006)

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	Pflege
Argumentationsstil:	Selbstlob Schüssels
Verhalten:	Gusenbauer defensiv
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	-

Tabelle 132: SPÖ vs. ÖVP – Der Standard (Analyse), 5. Absatz

4.7.1.4.3 Die Presse

Datum	Freitag, 22. September 2006
Ressort	Seite 1
Seite	1
Länge	206 Worte
Autor	(red.)
Gattung	Bericht
Titel	Schlagabtausch um Bank in Kanzler-Duell
Untertitel	Ein Sündenfall oder doch „nur“ ein Kriminalfall?

1. Absatz – Einstieg Thurnher

45 Worte

Einstieg über Thurnher zur Bawag: Schon seien die Diskutanten „mitten in der Causa prima“ gewesen.

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	Wahlkampfstil, Anmoderation
Argumentationsstil:	-
Verhalten:	-
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	-

Tabelle 133: SPÖ vs. ÖVP – Die Presse, 1. Absatz

2. Absatz – Bawag, Schüssel

50 Worte

Schüssel attackiert Gusenbauer wegen der Bawag-Affäre: Sie sei ausschließlich „ein roter“ Sündenfall.

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	Wahlkampfstil
Argumentationsstil:	Schüssel attackiert Gusenbauer
Verhalten:	-
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	-

Tabelle 134: SPÖ vs. ÖVP – Die Presse, 2. Absatz

3. Absatz – Bawag, Gusenbauer

52 Worte

Es gebe keinen Zusammenhang zwischen SPÖ und Bawag; die ÖVP tue alles, um an der Macht zu bleiben, wird der SPÖ-Kandidat zitiert.

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	Wahlkampfstil
Argumentationsstil:	Gusenbauer greift Schüssel an
Verhalten:	beharrlich
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	-

Tabelle 135: SPÖ vs. ÖVP – Die Presse, 3. Absatz

4. Absatz – Parteienfinanzierung

59 Worte

Beide auf unterschiedliche Weise für mehr Transparenz bei Parteifinanzierung. Als Abschluss des Artikels folgt der Verweis auf mehr Berichte im Blattinneren.

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	Wahlkampfstil
Argumentationsstil:	Lösungen von beiden
Verhalten:	-
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	-

Tabelle 136: SPÖ vs. ÖVP – Die Presse, 4. Absatz

4.7.1.4.4 Die Presse (Bericht)

Datum	Freitag, 22. September 2006
Ressort	Inland
Seite	2
Länge	561 Worte
Autor	Oliver Pink und Erich Witzmann
Gattung	Bericht
Titel	„Ihre Schweißperlen auf der Lippe“
Untertitel	Das Duell. Anfangs sachlich, später deftig. Alfred Gusenbauer nennt den Kanzler „Vorbild der Illegalität“. Wolfgang Schüssel fragt: „Wissen das Ihre Penthouse-Sozialisten?“

1. Absatz – Einstieg über die Krawatten der Duellanten

35 Worte

Einstieg über das Muster der Krawatten und Mimik der Kontrahenten: Schüssel „schmunzelnd“, Gusenbauer „ernsthaft und konzentriert“. Ankündigung, dass nun die Höhepunkte folgen würden.

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	-
Argumentationsstil:	-
Verhalten:	-
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	-

Tabelle 137: SPÖ vs. ÖVP – Die Presse (Bericht), 1. Absatz

2. Absatz – Wahlkampfstil

70 Worte

Moderatorin Thurnher habe Gusenbauer die Beschreibung des Wahlkampfes mit „'Napalm' und ‚Krebszellen‘“ vorgehalten. Dieser habe Schüssel wegen seines Frauen-Sagers (sie würden vor ihm, Schüssel, flachliegen) angegriffen. Dieser verteidigt sich, er ziehe das gerne zurück.

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	Wahlkampfstil
Argumentationsstil:	Gusenbauer angriffig
Verhalten:	Schüssel defensiv
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	-

Tabelle 138: SPÖ vs. ÖVP – Die Presse (Bericht), 2. Absatz

3. Absatz – Parteifinancen

62 Worte

Die Ideen beider, die Parteifinanzierung transparenter zu machen.

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	Wahlkampfstil
Argumentationsstil:	Lösungen durch beide
Verhalten:	-
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	-

Tabelle 139: SPÖ vs. ÖVP – Die Presse (Bericht), 3. Absatz

4. Absatz – Bildung

52 Worte

Gusenbauer will das finnische Modell, Schüssel konterte, bei der Jugendbeschäftigung sei Österreich besser als Finnland..

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	Jugend, Gesamtschule
Argumentationsstil:	Lösungen durch Gusenbauer
Verhalten:	Schüssel verteidigt seine Politik
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	-

Tabelle 140: SPÖ vs. ÖVP – Die Presse (Bericht), 4. Absatz

5. Absatz – Arbeitsmarkt

155 Worte

Schüssel zückt ein Taferl, Gusenbauer hält „Rekordarbeitslosigkeit“ dagegen.

Gusenbauer will Arbeit entlasten, Schüssel meint, er vertrete auf Obdachlose, man müsse aber KMU schützen, die Senkung der Körperschaftssteuer sei ein erster Schritt dorthin.

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	Arbeitsmarkt
Argumentationsstil:	Kritik durch Gusenbauer
Verhalten:	Schüssel in der Defensive, kompromissbereit
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	-

Tabelle 141: SPÖ vs. ÖVP – Die Presse (Bericht), 5. Absatz

6. Absatz – Pflege

119 Worte

Gusenbauer attackiert Schüssel wegen der Pflegerin seiner Schwiegermutter. Der Kanzler wurde „ungehalten“ und konterte mit dem „Schweißperlen“ auf Gusenbauers Lippe, sowie einem Angriff auf die Arbeiterkammer. Er sei nicht die AK, meinte Gusenbauer „ungerührt“.

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	Pflege
Argumentationsstil:	Kritik beiderseits
Verhalten:	-
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	Schüssel „ungehalten“, Gusenbauer „ungerührt“

Tabelle 142: SPÖ vs. ÖVP – Die Presse (Bericht), 6. Absatz

7. Absatz – Gesundheitspolitik

33 Worte

Gusenbauer plädierte für eine Anhebung der Höchstbeitragsgrundlage. Schüssel meinte, es gebe keine Zwei-Klassen-Medizin, Gusenbauer sei der „Angstmacher“, er der „Mutmacher“.

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	-
Argumentationsstil:	Gusenbauer Lösungen, Schüssel greift Gusenbauer an
Verhalten:	-
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	-

Tabelle 143: SPÖ vs. ÖVP – Die Presse (Bericht), 7. Absatz

8. Absatz – Nach der Wahl

35 Worte

Gusenbauer warnt vor einer Regierung, die „abgehoben agiert“, Schüssel wünscht sich einen „verlässlichen Partner“.

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	Koalition
Argumentationsstil:	Gusenbauer weist auf Problem hin, Schüssel wünsche eine Lösung
Verhalten:	-
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	-

Tabelle 144: SPÖ vs. ÖVP – Die Presse (Bericht), 8. Absatz

4.7.1.4.5 Die Presse (Leitartikel)

Datum	Freitag, 22. September 2006
Ressort	Leitartikel
Seite	43
Länge	597 Worte
Autor	Michael Prüller
Gattung	Leitartikel
Titel	Gusenbauer hat die letzte Chance verspielt
Untertitel	Beim TV-Duell haben die Parteichefs weniger die Zukunft Österreichs als ihre tiefe Animosität deutlich gemacht

1. Absatz – Was nicht kommuniziert wurde

46 Worte

Der Autor fängt mit einer Aufzählung der Dinge an, die das Duell nicht gebracht hat, etwa, welche Probleme von den Kandidaten für vordringlich gehalten werden.

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	-
Argumentationsstil:	-
Verhalten:	-
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	-

Tabelle 145: SPÖ vs. ÖVP – Die Presse (Leitartikel), 1. Absatz

2. Absatz – Diskussionsstil

57 Worte

Gusenbauer habe seine „letzte Chance vertan“. Schüssel scheine „vielleicht ein Technokrat“ zu sein, aber er habe das „große Bild besser im Blick“ als Gusenbauer.

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	-
Argumentationsstil:	-
Verhalten:	-
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	-

Tabelle 146: SPÖ vs. ÖVP – Die Presse (Leitartikel), 2. Absatz

3. Absatz – Wahlkampf

80 Worte

Wahlkampf sei die „hässliche Seite der Demokratie“, zumindest dieser, so der Autor: „mit zwei grantigen Chefs“, visionslos. Das Duell sei der Höhepunkt des Wahlkampf gewesen.

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	-
Argumentationsstil:	Visionslos, „grantige Chefs“
Verhalten:	-
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	-

Tabelle 147: SPÖ vs. ÖVP – Die Presse (Leitartikel), 3. Absatz

4. Absatz – Duellzusammenfassung

251 Worte

Die Animosität der Duellanten sei fast greifbar gewesen, „desinteressierter Schlummerblick“ Schüssels, „süffisantes Lächeln“ Gusenbauers; sprachen nicht mit-, maximal übereinander, befindet der Autor. Gusenbauer zähle Beispiele auf (der Autor nennt ein paar), Schüssel halte Zahlen dagegen, Gusenbauer Versuche, dem „paroli zu bieten“ hatten „kaum je eine Chance“.

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	Universität, Jugend, Gesamtschule, Arbeitsmarkt
Argumentationsstil:	
Verhalten:	Schüssel verteidigt seine Politik
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	Schüssel: „desinteressierter“ Blick, Gusenbauer: „süffisantes“ Lächeln

Tabelle 148: SPÖ vs. ÖVP – Die Presse (Leitartikel), 4. Absatz

5. Absatz – Schüssels Emotionen

94 Worte

Schüssel setzte Entrüstung und Emotionen ein – Gusenbauer hätten ihn darauf „nicht richtig vorbereitet“.

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	Pflege
Argumentationsstil:	-
Verhalten:	-
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	-

Tabelle 149: SPÖ vs. ÖVP – Die Presse (Leitartikel), 5. Absatz

6. Absatz – Fazit der Diskussion

69 Worte

Der Autor sieht keine „unüberbrückbaren ideologischen Klüfte“, doch menschlich schon. Die große Koalition, meint der Autor, wäre für das „Harmoniebedürfnis“ unerträglich.

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	Koalition
Argumentationsstil:	-
Verhalten:	-
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	-

Tabelle 150: SPÖ vs. ÖVP – Die Presse (Bericht), 6. Absatz

4.7.1.4.6 Kurier (Bericht)

Datum	Freitag, 22. September 2006
Ressort	Innenpolitik
Seite	4
Länge	364 Worte
Autor	Karin Leitner, Andreas Schwarz
Gattung	Bericht
Titel	Schwarz-roter Infight
Untertitel	Schüssel gegen Gusenbauer: Der VP-Obmann und der SP-Chef stritten im TV über Sachthemen, beim Thema Pflege wurde es heftig

1. Absatz – Einstieg über Wahlkampfstil

49 Worte

Gusenbauer hätte schnell das Thema gewechselt, nur für Schüssels „Frauen“-Sager habe er Zeit gefunden. Schüssel meinte, er würde ihn zurücknehmen.

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	Wahlkampfstil
Argumentationsstil:	Gusenbauer angriffig
Verhalten:	Schüssel defensiv, kompromissbereit
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	-

Tabelle 151: SPÖ vs. ÖVP – Kurier (Bericht), 1. Absatz

2. Absatz – Harte Auseinandersetzung

27 Worte

Quasi ein Programmabsatz: Dies sei der Einstieg in eine harte Auseinandersetzung gewesen.

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	-
Argumentationsstil:	-
Verhalten:	-
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	„harte, teils ausgesprochen giftige Auseinandersetzung“

Tabelle 152: SPÖ vs. ÖVP – Kurier (Bericht), 2. Absatz

3. Absatz – Bawag, Schüssel

47 Worte

Schüssel greift die Bawag auf: Das sei ein „Sündenfall“.

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	Wahlkampfstil
Argumentationsstil:	Schüssel bringt Bawag auf
Verhalten:	-
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	-

Tabelle 153: SPÖ vs. ÖVP – Kurier (Bericht), 3. Absatz

4. Absatz – Bawag, Gusenbauer

27 Worte

Die Affäre sei ein Kriminalfall, wird Gusenbauer zitiert. Es gebe keine Verbindung zur SPÖ. Die ÖVP wolle von „Sachthemen“ ablenken.

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	Wahlkampfstil
Argumentationsstil:	Gusenbauer greift ÖVP an
Verhalten:	-
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	-

Tabelle 154: SPÖ vs. ÖVP – Kurier (Bericht), 4. Absatz

5. Absatz – Parteienfinanzierung

29 Worte

Schüssel schlug vor, die Parteispenden beim Rechnungshof offen zu legen.

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	Wahlkampfstil
Argumentationsstil:	Schüssels Lösung zu Transparenz der Parteienfinanzierung
Verhalten:	-
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	-

Tabelle 155: SPÖ vs. ÖVP – Kurier (Bericht), 5. Absatz

6. Absatz – Themenwechsel

14 Worte

Damit wäre der Komplex ÖGB/Bawag (in der Analyse unter „Wahlkampfstil“ zusammengefasst, Anm.) abgeschlossen, es würden Sachthemen folgen.

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	Wahlkampfstil, Gesamtschule, Universitäten, Arbeitsmarkt
Argumentationsstil:	-
Verhalten:	-
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	-

Tabelle 156: SPÖ vs. ÖVP – Kurier (Bericht), 6. Absatz

7. Absatz – Umweltschutz

23 Worte

Schüssel wehrt Gusenbauers Angriff auf die Bildungspolitik mit einem persönlichen Angriff ab. Gusenbauer wiederholt seinen Vorwurf.

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	Gesamtschule
Argumentationsstil:	Gusenbauer und Schüssel kritisieren einander
Verhalten:	Gusenbauer beharrlich, Schüssel defensiv
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	-

Tabelle 157: SPÖ vs. ÖVP – Kurier (Bericht), 7. Absatz

8. Absatz – Arbeitsmarkt

28 Worte

Gusenbauer kritisiert auch Arbeitsmarktpolitik, Schüssel kontert mit einem persönlichen Angriff.

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	Arbeitsmarkt
Argumentationsstil:	Problemaufzählung durch Gusenbauer; Angriff durch Schüssel
Verhalten:	-
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	-

Tabelle 158: SPÖ vs. ÖVP – Kurier (Bericht), 8. Absatz

9. Absatz – Arbeitsmarkt, Fortsetzung

34 Worte

Gusenbauer hakt nach, er vertrete „die arbeitenden Menschen, die Ihnen offenbar egal sind“, von einem „Angriff“ auf das 13. und 14. Gehalt, wie Gusenbauer meint, will Schüssel nichts wissen.

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	Arbeitsmarkt
Argumentationsstil:	Gusenbauer angriffig
Verhalten:	Gusenbauer beharrlich, Schüssel defensiv
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	-

Tabelle 159: SPÖ vs. ÖVP – Kurier (Bericht), 9. Absatz

10. Absatz – Pflege, Schüssel

44 Worte

Schüssel kritisiert das Vorhaben der Arbeiterkammer, illegalen Pflegern Rechtsbeistand zu geben: Das sei „skandalös“.

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	Pflege
Argumentationsstil:	Schüssel angriffig
Verhalten:	-
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	-

Tabelle 160: SPÖ vs. ÖVP – Kurier (Bericht), 10. Absatz

11. Absatz – Pflege, Gusenbauer

42 Worte

Gusenbauer nannte Schüssel „Vorbild der Illegalität“, Schüssel konterte untergriffig mit den „Schweißperlen“ auf Gusenbauers Lippe, für ihn kämen derartige Untergriffe nicht in Frage.

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	Pflege
Argumentationsstil:	Gusenbauer angriffig, Schüssel untergriffig
Verhalten:	Beide offensiv
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	-

Tabelle 161: SPÖ vs. ÖVP – Kurier (Bericht), 11. Absatz

4.7.1.4.7 Kurier (Analyse)

Datum	Freitag, 22. September 2006
Ressort	Innenpolitik
Seite	4
Länge	151 Worte
Autor	unbekannt
Gattung	Analyse („verfeaturetes Experteninterview“)
Titel	„Die Gesprächsbasis wurde nicht zerstört“
Untertitel	Analyse

1. Absatz – Untergriffe

42 Worte

Es habe kaum Untergriffe gegeben, befindet der im Artikel zitierte Kommunikationsexperte Gottschlich. Wenn, seien sie eher von Schüssel gekommen.

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	-
Argumentationsstil:	Wenig untergriffig (wenn, dann eher Schüssel)
Verhalten:	-
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	Kaum Untergriffe

Tabelle 162: SPÖ vs. ÖVP – Kurier (Analyse), 1. Absatz

2. Absatz – Gusenbauer bei Pflege

40 Worte

Gottschlich wundert, dass Gusenbauer bei Pflege „nicht schärfer“ argumentiert hatte, um die soziale Kompetenz zu betonen. Beim Arbeitsmarkt hätte er das gemacht.

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	Pflege, Arbeitsmarkt
Argumentationsstil:	Gusenbauer nicht sehr scharf
Verhalten:	Gusenbauer defensiv
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	-

Tabelle 163: SPÖ vs. ÖVP – Kurier (Analyse), 2. Absatz

3. Absatz – Sachliche Debatte

36 Worte

Gottschlich fand die Debatte sachlich, die Gesprächsbasis intakt. Die Moderatorin hätte manchmal zu streng die Themen vorgegeben, darunter hätte die Lebendigkeit der Debatte gelitten.

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	-
Argumentationsstil:	sachlich
Verhalten:	-
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	Gesprächsbasis intakt

Tabelle 164: SPÖ vs. ÖVP – Kurier (Analyse), 3. Absatz

4.7.1.4.8 profil

Datum Montag, 25. September 2006

Ressort Österreich

Seite 16

Länge 77 Worte

Autor unbekannt (Kaspar Fink)

Gattung Kommentar

Titel Gusenbauer vs. Schüssel

Untertitel Nationalratswahl '06

1. Absatz – Zusammenfassung

77 Worte

Der Wunsch nach Fehlervermeidung sei spürbar gewesen; später hätte sich Schüssel aber „überraschend kämpferisch“ gegeben, „Sticheleien und einige Untergriffe inklusive“. Gusenbauer habe in ein paar Bereichen punkten können, befindet der Autor; der Kanzler habe die „angebliche mangelnde Wirtschaftskompetenz“ von Gusenbauer angesprochen. Die Bawag sei nur kurz behandelt worden.

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	Wahlkampfstil, Gesamtschule, Universität
Argumentationsstil:	Schüssel untergriffig, kämpferisch
Verhalten:	-
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	-

Tabelle 165: SPÖ vs. ÖVP – profil, 1. Absatz

4.7.1.5 FPÖ vs. SPÖ 2008

4.7.1.5.1 *Der Standard (Bericht)*

Datum Mittwoch, 17. September 2008

Ressort Inland

Seite 8

Länge 428 Worte

Autor Conrad Seidl

Gattung Bericht

Titel „Muss schwachsinnige Meinungen aushalten“

Untertitel Im Parlament haben FPÖ und SPÖ bereits zusammengearbeitet – aber ein Zusammengehen in einer Koalition können sich die Parteispitzen nicht vorstellen. Auch wenn sie schon Anti-EU-Beschlüsse gemeinsam gefasst haben.

1. Absatz – Krise

77 Worte

Einstieg über Krise auf den Kapitalmärkten; Faymann über Finanzprodukte und seine Ablehnung von kapitalmarktbasierter Zukunftssicherung; Straches Forderung nach höheren Pensionen und staatliche Garantien für Pensionsvorsorge

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	Finanzkrise, Pensionen und Entlastungspaket
Argumentationsstil:	Beide präsentieren ihre „Lösungen“
Verhalten:	-
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	-

Tabelle 166: FPÖ vs. SPÖ – Der Standard (Bericht), 1. Absatz

2. Absatz – EU

49 Worte

Faymann betont, SPÖ würde in der EU für Österreichs Interessen stehen; Strache widerspricht, die SPÖ habe eine Volksabstimmung über den EU-Reformvertrag verhindert.

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	EU-Kurs
Argumentationsstil:	Faymann etwas Selbstlob, Strache Kritik
Verhalten:	-
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	-

Tabelle 167: FPÖ vs. SPÖ – Der Standard (Bericht), 2. Absatz

3. Absatz – EU-Antrag im Parlament

56 Worte

Beide berichten über einen gemeinsamen Antrag, der Volksabstimmungen in Österreich vorschreibe. Strache wirft SPÖ vor, am Nasenring der ÖVP zu sein.

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	EU-Kurs
Argumentationsstil:	Selbstlob beider, Kritik Straches
Verhalten:	-
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	-

Tabelle 168: FPÖ vs. SPÖ – Der Standard (Bericht), 3. Absatz

4. Absatz – Rekordbeschäftigung

20 Worte

Faymann lobt sich für Rekordbeschäftigung

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	-
Argumentationsstil:	Faymann lobt sich und seine Partei
Verhalten:	-
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	-

Tabelle 169: FPÖ vs. SPÖ – Der Standard (Bericht), 4. Absatz

5. Absatz – Koalition mit FPÖ

96 Worte

Strache verteidigt seine Ansicht, das Verbotsgesetz abschaffen zu wollen. Faymann dagegen. Eine rot-blaue Koalition schließen beide aus. Strache reklamierte SPÖ-Ideen für sich. Erstmals wird in dem Artikel auf das Gesprächsklima eingegangen: Strache brachte einen „Seitenhieb“ an.

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	FPÖ als Koalitionspartner
Argumentationsstil:	Strache für Gesetzesänderung, Faymanns „5-Punkte-Programm“
Verhalten:	-
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	Straches „Seitenhieb“, die SPÖ sei „umgefallen“

Tabelle 170: FPÖ vs. SPÖ – Der Standard (Bericht), 5. Absatz

6. Absatz – Gesprächsbasis zur FPÖ

55 Worte

Faymann versuche Gesprächsbasis offenzuhalten, aber Kritik an FPÖ:

Ausländerdiskriminierung; Wien habe Ghetto-Bildung verhindert.

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	Integration
Argumentationsstil:	Attacke Faymanns auf FPÖ, Selbstlob
Verhalten:	-
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	Faymann „versuchte zunächst Gesprächsbasis (...) offenzuhalten“

Tabelle 171: FPÖ vs. SPÖ – Der Standard (Bericht), 6. Absatz

7. Absatz – Universitäten

75 Worte

Abschaffung der Studiengebühren gemeinsam mit FPÖ, musste sich Faymann vorhalten lassen. Lösungen für den Ansturm deutscher Studenten konnten beide nicht liefern, Faymann „meinte bloß, dass mehr Studienplätze geschaffen werden müssten“.

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	Universitäten
Argumentationsstil:	Wenige Lösungen
Verhalten:	-
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	-

Tabelle 172: v – Der Standard (Bericht), 7. Absatz

4.7.1.5.2 *Der Standard (Analyse)*

Datum	Mittwoch, 17. September 2008
Ressort	Inland
Seite	8
Länge	319 Worte
Autor	Tatjana Lackner
Gattung	Analyse
Titel	Strache (FPÖ) – Faymann (SPÖ)
Untertitel	-
Vorspann	Tatjana Lackner, Politiker-Profilerin und Direktorin der Schule des Sprechens, analysiert für den Standard die politische Rhetorik der TV-Konfrontationen.

1. Absatz – Informationswert

64 Worte

Nachdem jeder Duellant schon zwei Debatten absolviert hatte, sinkt laut Lackner der Informationswert. Zudem würden die Politiker mit „ewig gleichen Ansichten und einer so schwachen Performance“ langweilen.

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	-
Argumentationsstil:	-
Verhalten:	-
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	-

Tabelle 173: FPÖ vs. SPÖ – Der Standard (Analyse), 1. Absatz

2. Absatz – Rollenverteilung

46 Worte

Beide hätten um die Ärmsten gebuhlt, Strache langatmig, Faymann beschwichtigend

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	-
Argumentationsstil:	Strache bringt Vorwürfe, Faymann streitet ab
Verhalten:	-
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	-

Tabelle 174: FPÖ vs. SPÖ – Der Standard (Analyse), 2. Absatz

3. Absatz – Rhetorik

76 Worte

Rhetorisch für Lackner „wenig anspruchsvoll“, mehr Vergangenheitsbewältigung als Lösungen, mehr Anschuldigungen als Argumente; keine Koalition denkbar

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	FPÖ als Koalitionspartner
Argumentationsstil:	Wenig Lösungen, mehr Anschuldigungen
Verhalten:	-
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	-

Tabelle 175: FPÖ vs. SPÖ – Der Standard (Analyse), 3. Absatz

4. Absatz – Straches Taktik

52 Worte

Strache übernimmt Anwaltschaft, für Lackner eventuell ein „cleverer Schachzug“, Vorwürfe an Faymann.

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	-
Argumentationsstil:	Vorwürfe von Faymann
Verhalten:	-
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	-

Tabelle 176: FPÖ vs. SPÖ – Der Standard (Analyse), 4. Absatz

5. Absatz – Wien

59 Worte

Wien als Brennpunkt: Strache warf Faymann Tatenlosigkeit vor, Thurnher musste Straches „Themenhüpfen“ bremsen.

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	-
Argumentationsstil:	Vorwürfe durch Strache
Verhalten:	-
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	Strache in „Wettstreit mit der Moderatorin“

Tabelle 177: FPÖ vs. SPÖ – Der Standard (Analyse), 5. Absatz

6. Absatz – Resümee

22 Worte

Lautere Stimmen wichtiger als gutes Argument. Lackner stellt Frage, welche Politikberater dies empfehlen würden.

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	-
Argumentationsstil:	-
Verhalten:	-
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	Lautere Stimme zähle; weiterreden, wenn der andere unterbricht

Tabelle 178: ÖVP vs. SPÖ – Der Standard (Analyse), 6. Absatz

4.7.1.5.3 Die Presse

Datum	Mittwoch, 17. September 2008
Ressort	Österreich
Seite	6
Länge	346 Worte
Autor	(mon)
Gattung	Bericht
Titel	Rot und Blau: Koalitionäre sehen anders aus
Untertitel	-

1. Absatz – Einstieg über Gesprächsklima

66 Worte

Einstieg über Diskussionsstil: Die Diskutanten „wirkten angespannt“, es „flogen die Fetzen“, Beispiel Ausländerpolitik; Mühe der Moderatorin, die Diskussion in „sachliche Bahnen“ zu lenken.

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	Integration
Argumentationsstil:	-
Verhalten:	Strache aggressiver, Faymann „angeekelt“
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	Es „flogen die Fetzen“

Tabelle 179: FPÖ vs. SPÖ – Die Presse, 1. Absatz

2. Absatz – Integration

124 Worte

Faymanns Attacke auf FPÖ-Ausländerpolitik; Eigenlob für Leistungen Wiens; Selbstkritik, nicht schnell genug auf FPÖ-Unwahrheiten reagiert zu haben; Strache sagt, Faymann gescheitert, sonst müsse er nicht auf Türkisch inserieren.

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	Integration
Argumentationsstil:	Faymann Selbstlob, Problem und Lösungen, Strache Angriffe
Verhalten:	-
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	-

Tabelle 180: FPÖ vs. SPÖ – Die Presse, 2. Absatz

3. Absatz – Nasenring der ÖVP

43 Worte

Strache wirft Faymann vor, sich von der ÖVP am Nasenring ziehen zu lassen. Er sei ein „reines Kunstprodukt“. Faymann habe spontan gelacht.

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	-
Argumentationsstil:	Vorwürfe von Strache gegen Faymann
Verhalten:	-
Körpersprache:	Faymann lachte „spontan“
Gesprächsklima:	-

Tabelle 181: FPÖ vs. SPÖ – Der Standard (Analyse), 3. Absatz

4. Absatz – Mögen sie einander

55 Worte

Beide weichen der Frage aus, ob sie einander mögen würden. Faymann für eine „Zusammenarbeit offen“, aber nicht Koalition. Strache meinte, Faymann werde wohl wie Gusenbauer seine Versprechen brechen.

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	FPÖ als Koalitionspartner
Argumentationsstil:	Faymann Lösung: Zusammenarbeit; Strache Vorwurf
Verhalten:	-
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	-

Tabelle 182: FPÖ vs. SPÖ – Die Presse, 4. Absatz

5. Absatz – Verbotsgesetz

33 Worte

Verbotsgesetz: Strache meinte, in einer Demokratie müsse auch „Schwachsinniges“ gesagt werden dürfen; Faymann will „extreme Äußerungen nicht ,verniedlichen“.

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	-
Argumentationsstil:	-
Verhalten:	-
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	-

Tabelle 183: FPÖ vs. SPÖ – Die Presse, 5. Absatz

6. Absatz – Ausgrenzungspolitik

25 Worte

Zum Abschluss wird Strache damit zitiert, Faymann setze die „’Ausgrenzungspolitik Franz Vranitzkys’“ fort. Der Autor kommentiert: „Nein, künftige Koalitionäre sehen nicht so aus.“

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	FPÖ als Koalitionspartner
Argumentationsstil:	Strache Vorwurf gegen Faymann
Verhalten:	-
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	-

Tabelle 184: FPÖ vs. SPÖ – Die Presse, 6. Absatz

4.7.1.5.4 Kurier (Bericht)

Datum	Donnerstag, 18. September 2008
Ressort	Innenpolitik
Seite	4
Länge	100 Worte
Autor	unbekannt
Gattung	Bericht
Titel	Ausländerfrage spaltet SPÖ und FPÖ
Untertitel	TV-Debatten – Erste Elefantenrunde / Extra zur Frauenpolitik

1. Absatz – Einstieg über weitere Diskussionen

35 Worte

Einstieg über Zuseherzahlen bei der Debatte.

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	-
Argumentationsstil:	-
Verhalten:	-
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	-

Tabelle 185: FPÖ vs. SPÖ – Kurier (Bericht), 1. Absatz

2. Absatz – Diskussionsstil

67 Worte

Zusammenarbeit im Parlament. Koalition mit der FPÖ schließt „Faymann aber bei jeder Gelegenheit aus“. Die Zusammenarbeit werde beiden weder nützen noch schaden, zitiert der Autor den Politik-Berater Peter Hajek.

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	Teuerung, Integration
Argumentationsstil:	Faymann wirft Strache „'Gehässigkeiten'“ vor
Verhalten:	-
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	„relativ ruhig“ bei Teuerung, „emotional“ bei Integration

Tabelle 186: FPÖ vs. SPÖ – Kurier (Bericht), 2. Absatz

3. Absatz – Faymanns Vorwurf

48 Worte

Faymann korrigiert Zahlen Straches zu Wiener Gemeindewohnungen; kritisiert die FPÖ-Politik

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	Integration
Argumentationsstil:	Vorwurf der Falschaussage Faymanns an Strache
Verhalten:	-
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	-

Tabelle 187: FPÖ vs. SPÖ – Kurier (Bericht), 3. Absatz

4. Absatz – Straches Vorwurf

16 Worte

Strache wirft SPÖ vor, Einbürgern und so Ghettobildung forciert zu haben.

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	Integration
Argumentationsstil:	Vorwürfe durch Strache an SPÖ
Verhalten:	-
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	-

Tabelle 188: FPÖ vs. SPÖ – Kurier (Bericht), 4. Absatz

5. Absatz – Wie andere Parteien das Duell beurteilen

53 Worte

Der Autor lässt die Mitbewerber das Duell kommentieren: Alle empfinden es als Kuschelduell. (In der Tabelle folgt keine Wertung, da es sich um Außenmeinungen handelt)

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	-
Argumentationsstil:	-
Verhalten:	-
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	-

Tabelle 189: FPÖ vs. SPÖ – Kurier (Bericht), 5. Absatz

6. Absatz – Puls4-Debatte

31 Worte

Der Autor beschreibt von der Elefantenrunde auf Puls4 lediglich, dass SPÖ-Mandatar Broukal moderierte und SPÖ-Chef Faymann fehlte.

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	-
Argumentationsstil:	-
Verhalten:	-
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	-

Tabelle 190: FPÖ vs. SPÖ – Kurier (Bericht), 6. Absatz

7. Absatz – Frauenrunde

26 Worte

Der Autor erwähnt die zeitgleich stattfindende Extra-Runde mit weiblichen Politikern auf ORF.

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	-
Argumentationsstil:	-
Verhalten:	-
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	-

Tabelle 191: FPÖ vs. SPÖ – Kurier (Bericht), 7. Absatz

4.7.1.5.5 profil

Datum Montag, 22. September 2008

Ressort Österreich

Seite 18

Länge 100 Worte

Autor ungenannt (Martina Lettner)

Gattung Kommentar

Titel Strache vs. Faymann

Untertitel -

1. Absatz – Zusammenfassung

100 Worte

Zusammenfassung des Duells: Statt Kärnten diesmal Wien Hauptschauplatz – dazu viele Fakten. Beide Besserwisser, beide Staatsmänner: „Faymann glaubhaft, Strache bemüht“ – aber: Strache höflicher. Ausstieg über die Maske: Einigkeit „nur beim Make-Up“.

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	Integration
Argumentationsstil:	-
Verhalten:	-
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	„Streit“, Strache höflicher: ließ Faymann ausreden

Tabelle 192: FPÖ vs. SPÖ – profil, 1. Absatz

4.7.1.6 BZÖ vs. ÖVP 2008

4.7.1.6.1 *Der Standard (Bericht)*

Datum Freitag, 29. August 2008

Ressort Inland

Seite 6

Länge 325 Worte

Autor Nina Weißensteiner

Gattung Bericht

Titel „Geben Sie Ihrem Herzen einen Stoß“

Untertitel Teuerung: Haider gab im TV-Duell den Robin Hood, Molterer den Hüter des Budgets.

Vorspann -

1. Absatz – Einstieg über Haider

45 Worte

Haider greift gleich zu Beginn Molterer mit einem Eigenlob an

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	-
Argumentationsstil:	Haider Eigenlob und Angriff
Verhalten:	-
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	-

Tabelle 193: BZÖ vs. ÖVP– Der Standard (Bericht), 1. Absatz

2. Absatz – Molterer über Haider

26 Worte

Molterer „höhnte“ über Haiders wechselnden Status in der Partei

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	-
Argumentationsstil:	Molterer wird persönlich
Verhalten:	-
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	Molterer „höhnte“

Tabelle 194: BZÖ vs. ÖVP– Der Standard (Bericht), 2. Absatz

3. Absatz – Teuerung, Haider

97 Worte

Hauptstreitpunkt Teuerung, Haider mit „dramatischen“ Appellen an Molterer, viel Eigenlob Haiders, mehr Lösungsvorschläge (die Autorin verwendet viele Zitate im Text).

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	Teuerung
Argumentationsstil:	Eigenlob Haider, Lösungen, Aufforderungen an Molterer
Verhalten:	Beharrlich: „immer wieder betete“ er eigenen Leistungen herunter
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	-

Tabelle 195: BZÖ vs. ÖVP– Der Standard (Bericht), 3. Absatz

4. Absatz – Teuerung, Molterer

75 Worte

Molterer „prangerte“ den Schuldenberg in Kärnten an; Kritik, dass Haider das Verteilen bei SPÖ abgeschaut habe, Verweis auf geplante Lösungen

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	Teuerung
Argumentationsstil:	Kritik Molterers an Haider und dessen Politik, eigene Lösung
Verhalten:	-
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	Molterer „prangerte“ an

Tabelle 196: BZÖ vs. ÖVP– Der Standard (Bericht), 4. Absatz

5. Absatz – Sicherheit, Asyl

39 Worte

Schlagabtausch bei Asyl: Molterer kritisiert Haider's Aktion, ein Kind in einen Bus nach Traiskirchen zu setzen; Haider nannte Molterer daraufhin „Pater Willi“.

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	Sicherheit
Argumentationsstil:	Kritik Molterers, Untergriff Haider
Verhalten:	-
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	„Schlagabtausch“

Tabelle 197: BZÖ vs. ÖVP– Der Standard (Bericht), 5. Absatz

6. Absatz – Koalitionsvarianten

43 Worte

Laut Autorin wollten sie sich nicht eindeutig positionieren. Haider wird zum Abschluss mit seiner Kritik an der ÖVP und ihrem Umgang mit Koalitionspartnern zitiert.

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	Koalitionsvarianten
Argumentationsstil:	Kritik Haider an der ÖVP
Verhalten:	-
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	-

Tabelle 198: BZÖ vs. ÖVP – Der Standard (Bericht), 6. Absatz

4.7.1.6.2 *Der Standard (Analyse)*

Datum	Freitag, 29. August 2008
Ressort	Inland
Seite	6
Länge	313 Worte
Autor	Tatjana Lackner
Gattung	Analyse
Titel	Wilhelm Molterer (ÖVP) – Jörg Haider (BZÖ)
Untertitel	-
Vorspann	Tatjana Lackner, Politiker-Profilerin und Direktorin der Schule des Sprechens, analysiert für den Standard die politische Rhetorik der TV-Konfrontationen.

1. Absatz – Rollenverteilung

35 Worte

Laut Lackner habe sich Molterer in der „Rolle des Mächtigeren“ gut gefallen. Es folgt etwas Polemik zu seiner Rolle als Finanzminister.

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	-
Argumentationsstil:	-
Verhalten:	-
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	„Schlagabtausch“

Tabelle 199: BZÖ vs. ÖVP – Der Standard (Analyse), 1. Absatz

2. Absatz – Molterers Rolle

43 Worte

Molterer sei als „Wilhelm“ aufgetreten, Haider hätte ihn „geadelt“ (dieser hatte Molterer „Pater Willi“ genannt); Molterer habe allein in Minute sieben viele Zielgruppen angesprochen.

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	-
Argumentationsstil:	-
Verhalten:	-
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	-

Tabelle 200: BZÖ vs. ÖVP – Der Standard (Analyse), 2. Absatz

3. Absatz – Molterers Auftreten

69 Worte

Molterers Köpersprache erinnere an Gesten „aus der Predigt“, er vermittele, reimt die Autorin, das Biedere. Er habe zudem bewiesen, „wie lange er starr und böse dreinschauen kann“; er habe den „rhetorischen Ball“ durch zu lange Ausführungen ins „Out“ geschossen.

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	-
Argumentationsstil:	-
Verhalten:	-
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	Molterers Köpersprache sei „bieder“ und „zwider“, böse Blicke

Tabelle 201: BZÖ vs. ÖVP – Der Standard (Analyse), 3. Absatz

4. Absatz – Haiders Stil

53 Worte

Die Autorin meint, Haider hätte durch Einzelbeispiele punkten können, und zitiert ihn indirekt mit dem Vorwurf, die ÖVP wolle Erfolge nicht teilen. Sie geht auf das ähnliche Alter der beiden Diskutanten ein, meint aber, ihre Einstellungen „könnten aus unterschiedlichen Jahrzehnten stammen“.

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	-
Argumentationsstil:	Haiders Vorwurf an ÖVP
Verhalten:	-
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	-

Tabelle 202: BZÖ vs. ÖVP – Der Standard (Analyse), 4. Absatz

5. Absatz – Erwartungshaltung ggü. Haider

48 Worte

Zuseher würden sich bei Haider „markige“ Sprüche erwarten, die es eher „selten“ gegeben habe. Seine Rhetorik sei „entspannt“, thematisch sei Haider immer wieder auf Kärnten eingegangen. Lackners Begründung: Dort beginne gerade der „Vorwahlkampf“ (sic!).

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	-
Argumentationsstil:	Haider: Wenig „markige“ Sprüche, etwas Eigenlob via Kärnten
Verhalten:	-
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	-

Tabelle 203: BZÖ vs. ÖVP – Der Standard (Analyse), 5. Absatz

6. Absatz – Haiders Strategie

65 Worte

Haider sei zweigleisig gefahren: Für Kärntner mit bundespolitischem Touch, dem Rest „michte er angeblich ‚erprobte‘ Lösungsmodelle“ unter. Molterer habe in der „Konter-Arbeit“ versagt.

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	-
Argumentationsstil:	Haiders Lösungen, schlechte Konter-Arbeit Molterers
Verhalten:	-
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	-

Tabelle 204: BZÖ vs. ÖVP – Der Standard (Analyse), 6. Absatz

4.7.1.6.3 Die Presse

Datum	Freitag, 29. August 2008
Ressort	Inland
Seite	2
Länge	373 Worte
Autor	(oli)
Gattung	Bericht
Titel	„Erweichen Sie Ihr hartes Herz!“
Untertitel	TV-Konfrontation: Haider forderte Molterer heraus. Dieser hielt ihm Kärntens Schuldenstand vor.
Vorspann	-

1. Absatz – Soziale Politik

78 Worte

Der Autor erwähnt zu Beginn die siebenjährige Zusammenarbeit der Parteien und Haiders Seitenhieb darauf – seiner Partei sei es damals gelungen, die ÖVP von sozialer Politik zu überzeugen. Molterer konterte, die ÖVP wisse, was soziale Gerechtigkeit sei und bringt seinerseits einen Seitenhieb auf Haiders Rolle an: „’Jetzt ist er wieder da’“.

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	-
Argumentationsstil:	Haider Selbstlob und Kritik, Molterer Kritik
Verhalten:	-
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	-

Tabelle 205: BZÖ vs. ÖVP – Die Presse, 1. Absatz

2. Absatz – Teuerung, Haider

85 Worte

Haider kritisiert die große Koalition, lobt sein Wirken in Kärnten. Er brachte Vorschläge gegen die Teuerung und wird mit „’Erweichen Sie Ihr hartes Herz’“ zitiert. Molterer wiederum wurde mit seinen Bedenken erwähnt, dass bereits teure Maßnahmen gesetzt worden seien.

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	Teuerung
Argumentationsstil:	Haider Eigenlob und Appelle an Molterer; Bedenken Molterers
Verhalten:	-
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	Haider „schoss“ sich auf große Koalition ein

Tabelle 206: BZÖ vs. ÖVP – Die Presse, 2. Absatz

3. Absatz – Teuerung, Molterer

81 Worte

Mit ihm gebe es keine neuen Schulden, zitiert der Autor den Finanzminister, Kritik an Haider's Budgetpolitik in Kärnten. Haider hielt dagegen, die „'Leute haben was davon'“, der Finanzminister solle „'endlich einmal etwas herauslassen'“, habe er doch große Einnahmen.

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	Teuerung
Argumentationsstil:	Kritik Molterers an Haider's Arbeit, Kritik Haider's an Molterer
Verhalten:	-
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	-

Tabelle 207: BZÖ vs. ÖVP – Die Presse, 3. Absatz

4. Absatz – EU

105 Worte

Molterer beschreibt den EU-Schwenk Haider's. Dieser sagt, er sei enttäuscht worden. Würde weniger Geld nach Brüssel fließen, hätte Österreich mehr davon, so Haider; Vorschläge folgen; auch Molterer war gegen Basel-II nur in Europa; auch bei härteren Strichen für Kinderschänder waren sie sich einige

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	EU, Sicherheit
Argumentationsstil:	Haider bringt Vorschläge
Verhalten:	-
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	Bei manchen Punkten Einigkeit

Tabelle 208: BZÖ vs. ÖVP – Die Presse, 4. Absatz

5. Absatz – Sicherheit

16 Worte

Haider für Abschiebung von „kriminellen Asylwerbern“, Molterer warf ihm mangelnden Anstand vor.

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	Sicherheit
Argumentationsstil:	Haider präsentiert eine „Lösung“, Molterer kritisiert ihn
Verhalten:	-
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	-

Tabelle 209: BZÖ vs. ÖVP – Die Presse, 5. Absatz

6. Absatz – Fazit

16 Worte

Geht auf Diskussionsstil ein: Haider angriffiger; Molterer sachlich

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	-
Argumentationsstil:	Haider angriffiger; Molterer sachlich
Verhalten:	-
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	-

Tabelle 210: BZÖ vs. ÖVP – Die Presse, 6. Absatz

4.7.1.6.4 Kurier (Bericht)

Datum	Freitag 29. August 2008
Ressort	Innenpolitik
Seite	2
Länge	252 Worte
Autor	Bernhard Gaul
Gattung	Bericht
Titel	„Erweichen Sie Ihr hartes Herz“
Untertitel	TV-Konfrontation – Haider ohne Polemik, Molterer blieb farblos
Vorspann	-

1. Absatz – Zuseherinteresse, die Kandidaten

46 Worte

Der Autor beschreibt die Beziehung der Kandidaten und das Zuseherinteresse

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	-
Argumentationsstil:	-
Verhalten:	-
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	-

Tabelle 211: BZÖ vs. ÖVP – Kurier (Bericht), 1. Absatz

2. Absatz – Diskussionsstil

24 Worte

Anfangs sachlich, meint der Autor, gegen Ende „emotionaler“. Molterer blieb in der Defensive.

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	-
Argumentationsstil:	Anfangs sachlich, gegen Ende emotionaler
Verhalten:	Molterer in der „Defensive“
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	-

Tabelle 212: BZÖ vs. ÖVP – Kurier (Bericht), 2. Absatz

3. Absatz – Teuerung, Haider

62 Worte

Haider sei „nicht müde“ geworden, die „soziale Kälte“ der ÖVP anzuprangern. Die Teuerung gebe es seit 2006; in Haider habe er Lösungen.

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	Teuerung
Argumentationsstil:	Haiders Kritik an ÖVP, Selbstlob
Verhalten:	Haider beharrlich: wird „nicht müde“
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	-

Tabelle 213: BZÖ vs. ÖVP – Kurier (Bericht), 3. Absatz

4. Absatz – Teuerung, Molterer

50 Worte

Molterer habe „scharf“ gekontert, Aufzählung der Lösungen, Anprangerung von „Schulden des Landes“ Kärnten.

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	Teuerung
Argumentationsstil:	Molterer Selbstlob, Lösungen, Kritik an Haiders Politik
Verhalten:	-
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	Molterer „konterte scharf“

Tabelle 214: BZÖ vs. ÖVP – Kurier (Bericht), 4. Absatz

5. Absatz – Expertenmeinung zu Molterer und Haider

48 Worte

Befragung des Kommunikationsexperten Gottschlich, der Haider als Gewinner sieht, Molterer sei Haider nicht gewachsen gewesen.

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	-
Argumentationsstil:	-
Verhalten:	Molterer nur „reaktiv“, Haider drängt Molterer in die „Defensive“
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	-

Tabelle 215: BZÖ vs. ÖVP – Kurier (Bericht), 5. Absatz

6. Absatz – Expertenmeinung zu Haider

22 Worte

Gottschlich: Haider habe auf die übliche Polemik verzichtet.

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	-
Argumentationsstil:	Haider habe auf Polemik verzichtet
Verhalten:	-
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	-

Tabelle 216: BZÖ vs. ÖVP – Kurier (Bericht), 6. Absatz

4.7.1.6.5 profil

Datum Montag, 01. September 2008

Ressort Österreich

Seite 16

Länge 92 Worte

Autor Rosemarie Schwaiger

Gattung Kommentar

Titel TV-Duell

Untertitel Haider vs. Molterer

Vorspann -

1. Absatz – Zusammenfassung

92 Worte

Der profil-Text geht auf keinen Themenkomplex ein, er streift als Ausstieg lediglich Körperschaftssteuer und Basel-II-Vorschriften. Dazwischen kommentiert die Autorin den Diskussionsstil der Kontrahenten, bewertet, wer überlegen war (Haider), und deren Körpersprache (Molterer „schaut grimmiger“).

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	-
Argumentationsstil:	Haider „verbal angriffiger“
Verhalten:	Haider drängt Molterer in die „Defensive“
Körpersprache:	Molterer „schaut grimmiger“
Gesprächsklima:	Kein „heftiger Schlagabtausch“

Tabelle 217: BZÖ vs. ÖVP – Profil, 1. Absatz

4.7.1.7 BZÖ vs. FPÖ 2008

4.7.1.7.1 *Der Standard (Bericht)*

Datum	Samstag, 23. August 2008
Ressort	Inland
Seite	7
Länge	379 Worte
Autor	Michael Völker
Gattung	Bericht
Titel	„Altpolitiker“ gegen „Kopiermaschine“: Bei Haider – Strache wurde es heftig
Untertitel	Die beiden Ex-Parteifreunde fanden auch im ORF nicht zueinander
Vorspann	-

1. Absatz – Du-Wort & Anbiederung

76 Worte

Der Autor stieg über Straches Entzug des DU-Wortes ein: Die „Schlammschlacht“ sei damit eröffnet gewesen. Der Vorschlag Haider einer Kooperation nach der Wahl sei eine „Anbiederung“ wird Strache zitiert.

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	Verhältnis zueinander
Argumentationsstil:	Strache lehnt Haider's Kooperationsvorschlag ab
Verhalten:	-
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	„Schlammschlacht“

Tabelle 218: BZÖ vs. FPÖ – Der Standard (Bericht), 1. Absatz

2. Absatz – Vorwürfe, Haider

25 Worte

Haider nannte Strache eine „Kopiermaschine“, er sei das „Original“

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	Verhältnis zueinander
Argumentationsstil:	Persönliche Angriffe Haider's
Verhalten:	-
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	-

Tabelle 219: BZÖ vs. FPÖ – Der Standard (Bericht), 2. Absatz

3. Absatz – Vorwürfe, Strache

66 Worte

Strache warf Haider vor, Politik durch die „selbstverliebte Brille des Narzissmus“ zu sehen, zitierte Haider's Parteifreund Stadler mit den „widerlichen Vertretern der Freimaurer“ und den „warmen Brüdern in der Disco“. Haider las laut Artikel alte Sager Straches über ihn vor.

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	Verhältnis zueinander
Argumentationsstil:	Persönliche Angriffe
Verhalten:	-
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	-

Tabelle 220: BZÖ vs. FPÖ – Der Standard (Bericht), 3. Absatz

4. Absatz – Teuerung, Tanken

64 Worte

Haider lobte sich für seinen Vorschlag, beim Tanken die Mehrwertsteuer einkommensabhängig zu staffeln. Strache wolle Vorteile für alle mit „österreichischem Kennzeichen“, Steuerstufen sollten abgeflacht werden, weil „’ Heimatland braucht Mittelstand’“.

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	Teuerung
Argumentationsstil:	Selbstlob Haiders, Lösungen von beiden
Verhalten:	Strache widerspricht, bleibt bei seinem Vorschlag
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	-

Tabelle 221: BZÖ vs. FPÖ – Der Standard (Bericht), 4. Absatz

5. Absatz – Steuerreform unter Schwarz-Orange

29 Worte

Haider lobt BZÖ-Leistungen bei Steuerreform unter Schüssel, greift Strache an.

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	Teuerung
Argumentationsstil:	Eigenlob Haiders, persönlicher Angriff auf Strache
Verhalten:	-
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	-

Tabelle 222: BZÖ vs. FPÖ – Der Standard (Bericht), 5. Absatz

6. Absatz – Kindergarten

46 Worte

Themenwechsel durch Moderatorin Thurnher: Kindergarten. Strache schlägt diverse Maßnahmen vor, da „konnte Haider nur lachen, weil all das gebe es in Kärnten“.

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	Kinder
Argumentationsstil:	Strache Lösungen (die Haider bereits laut Eigenaussagen habe)
Verhalten:	-
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	-

Tabelle 223: BZÖ vs. FPÖ – Der Standard (Bericht), 6. Absatz

7. Absatz – Zusammenarbeit/ Regierung

39 Worte

Strache schließt eine Zusammenarbeit mit dem BZÖ aus, greift Haider dabei noch einmal an, sie hätten von diesen „Frotzeleien“ genug.

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	Regierung
Argumentationsstil:	Persönlicher Angriff Straches
Verhalten:	-
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	-

Tabelle 224: BZÖ vs. FPÖ – Der Standard (Bericht), 7. Absatz

8. Absatz – Haider zu Straches Abschiedsgeschenk

34 Worte

Haider habe „ehrlich verärgert“ gewirkt, Straches Geschenk (ein Plastik-Rückgrat) habe ihn weiter verärgert, Haider kündigt Überläufer von FPÖ zu BZÖ an.

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	Regierung
Argumentationsstil:	-
Verhalten:	-
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	Haider „ehrlich verärgert“

Tabelle 225: BZÖ vs. FPÖ – Der Standard (Bericht), 8. Absatz

4.7.1.7.2 *Der Standard (Analyse)*

Datum	Montag, 25. August 2008
Ressort	Inland
Seite	7
Länge	339 Worte
Autor	Tatjana Lackner
Gattung	Analyse
Titel	Jörg Haider (BZÖ) – Heinz-Christian Strache (FPÖ)
Untertitel	-
Vorspann	Bei den Nationalratswahlen am 28. September treffen alle Spitzenkandidaten der Parlamentsparteien live im ORF aufeinander. Tatjana Lackner, Politiker-Profilerin und Direktorin der Schule des Sprechens, analysiert für den Standard die politische Rhetorik der TV-Konfrontationen.

1. Absatz – Einstieg: „Blockbuster-Rhetorik“

12 Worte

Lackner macht „Blockbuster-Rhetorik“ aus: Simple Formulierungen hätten dominiert.

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	-
Argumentationsstil:	-
Verhalten:	-
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	-

Tabelle 226: BZÖ vs. FPÖ – Der Standard (Analyse), 1. Absatz

2. Absatz – Haiders & Straches Ambitionen

49 Worte

Haider habe auf „Erfahrungsargumente“ gesetzt (auf Kärnten verwiesen), Strache wirke dagegen als „Kleindenker“. Gleiches gelte für ihre Ziele.

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	-
Argumentationsstil:	Haider propagiert Kärnten als Lösungsmodell
Verhalten:	-
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	-

Tabelle 227: BZÖ vs. FPÖ – Der Standard (Analyse), 2. Absatz

3. Absatz – Haiders Rhetorik

44 Worte

Haiders wisse, wie Wirkung erzeugt würde, setze Pausen gezielt sein. Es scheint in Lackners Artikel etwas Bewunderung mitzuschwingen.

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	-
Argumentationsstil:	-
Verhalten:	-
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	-

Tabelle 228: BZÖ vs. FPÖ – Der Standard (Analyse), 3. Absatz

4. Absatz – Haiders Rhetorik 2

35 Worte

Er schaffe es, zugleich Involvierter und Beobachter zu sein, zudem Strache anzugreifen.

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	-
Argumentationsstil:	Indirekter Angriff auf Strache
Verhalten:	-
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	-

Tabelle 229: BZÖ vs. FPÖ – Der Standard (Analyse), 4. Absatz

5. Absatz – Haiders Rhetorik 3

13 Worte

Er gebe Strache warm-kalt, dem Zuseher ein „Wir-Gefühl“.

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	-
Argumentationsstil:	-
Verhalten:	-
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	-

Tabelle 230: BZÖ vs. FPÖ – Der Standard (Analyse), 5. Absatz

6. Absatz – Straches Rhetorik

61 Worte

Der FPÖ-Chef habe „Beschuldigungstaktik“ verwendet, so Sympathie verloren. Er hätte keine Vorschläge geliefert, Kernaussagen hätten gefehlt.

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	.
Argumentationsstil:	Strache beschuldige, liefere keine Lösungen
Verhalten:	-
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	

Tabelle 231: BZÖ vs. FPÖ – Der Standard (Analyse), 6. Absatz

7. Absatz – Straches Rhetorik 2

15 Worte

Lackner belehrt Strache, wie Anreden auszugestalten seien.

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	-
Argumentationsstil:	-
Verhalten:	-
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	-

Tabelle 232: BZÖ vs. FPÖ – Der Standard (Analyse), 7. Absatz

8. Absatz – Straches Rhetorik 2

57 Worte

Lackner kritisiert Strache weiter – er habe „wenig kulinarische“ „Milieusprache“ verwendet.

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	-
Argumentationsstil:	Strache beschuldige, liefere keine Lösungen
Verhalten:	-
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	

Tabelle 233: BZÖ vs. FPÖ – Der Standard (Analyse), 8. Absatz

9. Absatz – Straches Rhetorik 3

53 Worte

Strache sei „aggressiv im Unterton“, habe „verächtliche Schnaubgeräusche“ gemacht, sein „Dauergrinsen“ irritierte, er sei „gegen vieles“

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	-
Argumentationsstil:	Strache sei „gegen vieles“
Verhalten:	-
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	Er habe „sogar die Moderatorin“ attackiert

Tabelle 234: BZÖ vs. FPÖ – Der Standard (Analyse), 9. Absatz

4.7.1.7.3 Die Presse

Datum	Samstag, 23. August 2008
Ressort	24h
Seite	44
Länge	83 Worte
Autor	(red)
Gattung	Bericht
Titel	Erstes TV-Duell Haider und Strache
Untertitel	Wahlkampf

1. Absatz – Zusammenfassung

83 Worte

Der Bericht liefert eine knappe Zusammenfassung des Duells: Der Entzug des DU-Wortes, Haiders Vorwurf der „Kopiermaschine“, Ausländerthema nur gestreift, Einschätzen der Wichtigkeit der eigenen Partei.

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	-
Argumentationsstil:	-
Verhalten:	-
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	Entzug des Du-Wortes, Haiders Vorwurf

Tabelle 235: BZÖ vs. FPÖ –Die Presse, 1. Absatz

4.7.1.7.4 Kurier (Bericht)

Datum	Sonntag, 24. August 2008
Ressort	Innenpolitik
Seite	2
Länge	230 Worte
Autor	Nicholas Bukovec
Gattung	Bericht
Titel	Haiders ruhige Art überraschte die Experten
Untertitel	TV-Duell – die blau-orange Konfrontation war hart, aber keine Schlammschlacht

1. Absatz – Haider als Staatsmann

52 Worte

Einsteig über Plassers Verwunderung über Haiders staatsmännische Auftreten.

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	-
Argumentationsstil:	-
Verhalten:	-
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	-

Tabelle 236: BZÖ vs. FPÖ – Kurier (Bericht), 1. Absatz

2. Absatz – Haiders Disziplin

25 Worte

Haider sei laut Plasser diszipliniert gewesen, während Strache untergriffig geworden sei.

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	-
Argumentationsstil:	Strache untergriffig
Verhalten:	-
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	Strache untergriffig

Tabelle 237: BZÖ vs. FPÖ – Kurier (Bericht), 2. Absatz

3. Absatz – Schlagabtausch

52 Worte

Der Autor sieht einen Schlagabtausch, aber keine „Schlammschlacht“, inhaltlich hätten beide auf Teuerung gesetzt, Haider lobte Kärnten.

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	Teuerung
Argumentationsstil:	Haiders Eigenlob
Verhalten:	-
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	-

Tabelle 238: BZÖ vs. FPÖ – Kurier (Bericht), 3. Absatz

4. Absatz – Kernbotschaften

28 Worte

Kernbotschaften seien wichtig, „weil die Leute wollen nicht nur ihren Ärger verstärkt sehen“.

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	-
Argumentationsstil:	-
Verhalten:	-
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	-

Tabelle 239: BZÖ vs. FPÖ – Kurier (Bericht), 4. Absatz

5. Absatz – Mehrwertsteuersenkung, Pensionsautomatik

35 Worte

Plassers Einschätzung, Haider würde im Duell mit Molterer „angriffiger“, Strache „noch aggressiver“, um sich abzuheben.

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	-
Argumentationsstil:	-
Verhalten:	-
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	-

Tabelle 240: BZÖ vs. FPÖ – Kurier (Bericht), 5. Absatz

6. Absatz – Quote

36 Worte

Der Artikel endet mit einem Absatz über die Quote und einen Ausblick auf das nächste Duell.

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	-
Argumentationsstil:	-
Verhalten:	-
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	- untergriffig (Faymann), eher aggressiv (Molterer)

Tabelle 241: BZÖ vs. FPÖ – Kurier (Bericht), 6. Absatz

4.7.1.7.5 profil

Datum	Montag, 25. August 2008
Ressort	Österreich
Seite	13
Länge	167 Worte
Autor	unbekannt (Rosemarie Schwaiger)
Gattung	Kommentar
Titel	Haider vs. Strache
Untertitel	-

1. Absatz – Keine Schlammschlacht

77 Worte

Keine Schlammschlacht, „Feinspitze kamen dennoch auf ihre Kosten“, meint die Autorin: Es gab den direkten Vergleich des „Gurus und seines einst begeisterten Jüngers“.

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	-
Argumentationsstil:	-
Verhalten:	-
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	Kein „verbales Schlammcatchen“

Tabelle 242: BZÖ vs. FPÖ – profil, 1. Absatz

2. Absatz – Keine Schlammschlacht

90 Worte

Es folgt eine kurze Rollenbeschreibung: Haider, der „erfahrene, leicht arrogante Staatsmann“, Strache sprach „schnell und viel“. Inhaltliche Zusammenfassung, mit der Anmerkung, die beiden trenne inhaltlich wenig. Straches Geschenk nannte die Autorin einen „verunglückten Schlussgag“, schließlich habe Haider „diese Art von Schmä“ selbst erfunden.

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	Kinder, Teuerung
Argumentationsstil:	-
Verhalten:	-
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	Kein „verbales Schlammcatchen“

Tabelle 243: BZÖ vs. FPÖ – profil, 2. Absatz

4.7.1.8 ÖVP vs. SPÖ 2008

4.7.1.8.1 *Der Standard (Bericht)*

Datum Mittwoch, 24. September 2008

Ressort Thema

Seite 2

Länge 506 Worte

Autor Andrea Heigl, Michael Völker

Gattung Bericht

Titel „Ich bin ja gerne am Wort“

Untertitel -

1. Absatz – Molterers Attacke ggü Faymann / „Krone“

42 Worte

Direkter Einstieg, langes Zitat – Molterers Attacke auf Faymanns Beziehung zur „Kronen Zeitung“.

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	
Argumentationsstil:	Sie „blieben einander nichts schuldig“
Verhalten:	-
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	Sie „blieben einander nichts schuldig“

Tabelle 244: ÖVP vs. SPÖ – Der Standard (Bericht), 1. Absatz

2. Absatz – Faymanns Attacke ggü Molterer & Schüssel

38 Worte

Faymanns Vorwurf über den Politstil der ÖVP unter Molterer und Schüssel: Kein Bezug auf die Sachebene, persönlicher Angriff „Streitgruppe“; Vorwurf des „Stils des Verhöhns und Herabwürdigens“

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	Politfrust
Argumentationsstil:	Persönliche Angriffe wurden berichtet
Verhalten:	-
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	

Tabelle 245: ÖVP vs. SPÖ – Der Standard (Bericht), 2. Absatz

3. Absatz – Faymann über Wahlkampfstil der ÖVP

22 Worte

Schwenk zum Beginn der Diskussion, wo Faymann „den aggressiven Stil der ÖVP im Wahlkampf“ beklagte.

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	Politfrust
Argumentationsstil:	„Faymann beklagte (...) aggressiven Stil (...)“
Verhalten:	-
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	-

Tabelle 246: ÖVP vs. SPÖ – Der Standard (Bericht), 3. Absatz

4. Absatz – Molterer zu Steuerreform

82 Worte

Molterers Aussagen zu Teuerung, in Adjektiven wird sein Verhalten beschrieben: „fast flehentlich appellierte Molterer“, „drohend klang Molterer“.

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	Steuerreform
Argumentationsstil:	Sachebene, Lösungen, Problemaufzählung
Verhalten:	„flehentliche“ Appelle & Vorwurf an den Gegner
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	-

Tabelle 247: ÖVP vs. SPÖ – Der Standard (Bericht), 4. Absatz

5. Absatz – Faymann über Aufgaben der Politik

44 Worte

Politik dürfe nicht nur reden, sie müsse handeln – in dem Absatz kommt das Wort „handeln“ viermal vor.

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	
Argumentationsstil:	Lösungsvorschlag („rasches Handeln“)
Verhalten:	-
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	-

Tabelle 248: ÖVP vs. SPÖ – Der Standard (Bericht), 5. Absatz

6. Absatz – Faymanns Aktionismus

30 Worte

Der Absatz beschreibt die Szene, als Faymann eine Vereinbarung zückt, in der Molterer keine Neuwahlen versprochen hatte.

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	
Argumentationsstil:	Attacke Faymanns – Mischung aus Sach- und Persönlicher Ebene
Verhalten:	-
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	Angriffig, süffisant „Kennen Sie das? Das ist Ihre Unterschrift.“

Tabelle 249: ÖVP vs. SPÖ – Der Standard (Bericht), 6. Absatz

7. Absatz – Molterers Aktionismus

46 Worte

Molterers Taferl-Aktion wird beschrieben. Im zweiten Teil des Absatzes geht es um die falsche Schreibweise von Molterers „Standart“(sic!)-Taferl und Faymanns Reaktion darauf.

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	
Argumentationsstil:	Attacke Molterers – Mischung aus Sach- und Persönlicher Ebene
Verhalten:	Offensiv durch Faymann: „genüßlich und mehrfach falsch betonte“
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	-

Tabelle 250: ÖVP vs. SPÖ – Der Standard (Bericht), 7. Absatz

8. Absatz – Sachthemen: Steuerreform Molterer

58 Worte

Der Absatz zu den Sachthemen beginnt mit der Analyse, dass „beide zurückhalten“ geblieben seien. Beispiel Steuerreform: Sie nennen Zahlen, aber keine Umstände (Details Molterer-Vorschlag).

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	Steuerreform
Argumentationsstil:	Lösungsorientiert (ohne Lösungswege zu zeigen)
Verhalten:	-
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	-

Tabelle 251: ÖVP vs. SPÖ – Der Standard (Bericht), 8. Absatz

9. Absatz – Steuerreform Faymann

26 Worte

Der neunte Absatz liefert die Details zu Faymanns Vorschlag..

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	Steuerreform
Argumentationsstil:	Lösungsorientiert (ohne Lösungswege zu zeigen)
Verhalten:	-
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	-

Tabelle 252: ÖVP vs. SPÖ – Der Standard (Bericht), 9. Absatz

10. Absatz – Verhalten Moderatorin gegenüber

46 Worte

Beschreibt, wie Molterer und Faymann mit Moderatorin Ingrid Thurnher umgingen (Molterer „ruppiger“).

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	-
Argumentationsstil:	-
Verhalten:	-
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	Faymann überheblich, Molterer „ruppiger“

Tabelle 253: ÖVP vs. SPÖ – Der Standard (Bericht), 10. Absatz

11. Absatz – Frauenförderung

35 Worte

Beschreibt die Pläne der Kandidaten zur Frauenförderung: Molterer spricht über „tolle Damen“, hält nichts von einem Gesetz, will aber mehr Frauen in Führungsetagen.

Faymann: „Dann machen wir das.“

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	Frauenpolitik
Argumentationsstil:	Faymann lösungsorientiert
Verhalten:	Faymann kompromissbereit
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	-“

Tabelle 254: ÖVP vs. SPÖ – Der Standard (Bericht), 11. Absatz

12. Absatz – Missethon und Bures über die Debatte

37 Worte

ÖVP-Generalsekretär und SPÖ-Bundesgeschäftsführerin werden zu ihrem Eindruck befragt.

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	-
Argumentationsstil:	-
Verhalten:	-
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	-

Tabelle 255: ÖVP vs. SPÖ – Der Standard (Bericht), 12. Absatz

4.7.1.8.2 *Der Standard (Analyse)*

Datum	Mittwoch, 24. September 2008
Ressort	Thema
Seite	2
Länge	324 Worte
Autor	Tatjana Lackner
Gattung	Analyse
Titel	Werner Faymann (SPÖ) – Wilhelm Molterer (ÖVP)
Untertitel	Tatjana Lackner, Politiker-Profilerin und Direktorin der Schule des Sprechens, analysiert für den Standard die politische Rhetorik der TV-Konfrontationen.

1. Absatz – Einstieg: wenig politische Inhalte

66 Worte

Direkter Einstieg: „Das Kanzlerduell – ein Fegefeuer der Eitelkeiten“ Lackner moniert zu wenig Inhalte, keine konkreten Lösungsmodelle.

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	
Argumentationsstil:	„wenig um konkrete Lösungsmodelle“
Verhalten:	-
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	„Fegefeuer der Eitelkeiten“

Tabelle 256: ÖVP vs. SPÖ – Der Standard (Analyse), 1. Absatz

2. Absatz – Koalitionswahrscheinlichkeit

25 Worte

Lackner wittert eine Neuauflage von Rot-Schwarz: „Teure Verschlimmbesserung“

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	-
Argumentationsstil:	-
Verhalten:	-
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	-

Tabelle 257: ÖVP vs. SPÖ – Der Standard (Analyse), 2. Absatz

3. Absatz – Koalitionsvorlieben Faymanns

65 Worte

Faymanns Vorliebe für Rot-Schwarz – ohne Molterer

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	Koalitionsvarianten→ Geben sie sich einen Job
Argumentationsstil:	-
Verhalten:	-
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	-

Tabelle 258: ÖVP vs. SPÖ – Der Standard (Analyse), 3. Absatz

4. Absatz – Molterers Diskussionserfolg

72 Worte

Molterer sei der „mediale Stolperstein der ÖVP“ bemühte sich, konnte aber nur selten in Lackners Augen punkten.

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	-
Argumentationsstil:	-
Verhalten:	Molterer in der „Reaktion“, also Defensive; versuchte Offensive
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	-

Tabelle 259: ÖVP vs. SPÖ – Der Standard (Analyse), 4. Absatz

5. Absatz – Faymanns Diskussionserfolg

56 Worte

Schneller Konter. Später Langeweile durch Selbstlob. Lackner spricht von „Lippenbekenntnissen“ – politische Visionen kamen ihr „definitiv zu kurz“.

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	
Argumentationsstil:	Selbstlob Faymanns
Verhalten:	Faymann offensiv
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	-

Tabelle 260: ÖVP vs. SPÖ – Der Standard (Analyse), 5. Absatz

6. Absatz – Resümee

40 Worte

Kritik an Wortschatz und Lösungsmangel.

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	
Argumentationsstil:	Wenig Lösungen
Verhalten:	-
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	

Tabelle 261: ÖVP vs. SPÖ – Der Standard (Analyse), 6. Absatz

4.7.1.8.3 Die Presse

Datum	Mittwoch, 24. September 2008
Ressort	Inland
Seite	2
Länge	468 Worte
Autor	(mon)
Gattung	Bericht
Titel	Hartes Kanzler-Duell mit vielen Vorwürfen
Untertitel	ORF-Konfrontation. Überraschend aggressive Diskussion der Spitzenkandidaten von SPÖ und ÖVP – Molterer warnt vor „Schuldenpartei Österreichs“, SPÖ vor den Bremsern der „Schüssel-Molterer-ÖVP“

1. Absatz – Einstieg: wenig politische Inhalte

55 Worte

Einstieg über Diskussionsstil: Die Diskutanten „schenkten einander nichts“, mit Details zu Faymanns. Er sei Molterer ins Wort gefallen.

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	-
Argumentationsstil:	-
Verhalten:	-
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	„schenkten einander nichts“

Tabelle 262: ÖVP vs. SPÖ – Die Presse, 1. Absatz

2. Absatz – Attacken

112 Worte

Diverse Attacken: Bei Politfrust; Faymann gegen Schüssel-Molterer; Molterer „warnt“ die SPÖ vor Fehler; Faymann unterstellt Molterer, seine Zahlen seien „falsch“.

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	Politfrust, Steuerreform, Pension
Argumentationsstil:	Faymann persönlich angriffig, Molterer warnt in der Sache
Verhalten:	Faymann offensiv
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	-

Tabelle 263: ÖVP vs. SPÖ – Die Presse, 2. Absatz

3. Absatz – Handeln und Steuerreform

42 Worte

Gegenseitige Vorwürfe; Einigkeit gebe es bei „Keine neuen Steuern“; wieder Vorwürfe

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	Steuerreform
Argumentationsstil:	Problemaufzählung: „zu lange gewartet“ (durch Faymann)
Verhalten:	Molterer beharrlich: „zweifelt“ an SPÖ-Versprechen
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	„warfen sich gegenseitig Wortbruch vor“

Tabelle 264: ÖVP vs. SPÖ – Der Standard (Analyse), 3. Absatz

4. Absatz – Molterers Attacke

63 Worte

Es wird beschrieben, wie Molterer auf Faymanns Training bei Molcho aufmerksam macht; weitere Angriffe Molterers: „Schuldenpartei Österreichs“. Faymann zu Thurnher, wie untergriffig die ÖVP sei.

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	-
Argumentationsstil:	Molterer zählt Problem auf
Verhalten:	Molterer ist offensiv
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	Faymann wendet sich an Thurnher

Tabelle 265: ÖVP vs. SPÖ – Die Presse, 4. Absatz

5. Absatz – Pensionsautomatik

51 Worte

Faymann gegen Pensionsautomatik und längere Arbeitszeit, „wenn wir nicht einmal wissen, ob die Arbeitsplätze dafür da sind.“ Molterer dazu: „Wir müssen das Pensionssystem weiterentwickeln.“ Näher wird darauf nicht eingegangen.

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	Pensionen
Argumentationsstil:	Faymann zeigt Problem auf; Molterer will weiterentwickeln
Verhalten:	Faymann offensiv
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	-

Tabelle 266: ÖVP vs. SPÖ – Die Presse, 5. Absatz

6. Absatz – Frauen

27 Worte

Geht auf das Gesprächsklima ein: Beim Thema Frauen und Infrastruktur (den Ausbau wollten beide) sei es „ruhiger“ gewesen: „Hier unterbrach man erstmals nicht.“

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	Frauen, Umweltschutz
Argumentationsstil:	Beide wollen Ausbau „des öffentlichen Verkehrs“
Verhalten:	-
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	„ruhiger“, keine Unterbrechungen

Tabelle 267: ÖVP vs. SPÖ – Die Presse, 6. Absatz

7. Absatz – Zusammenarbeit, Molterer

37 Worte

Das Gespräch wurde aus Sicht des Autors „wieder lebhaft“: Molterer stellt Bedingungen für Zusammenarbeit mit SPÖ - keine Schulden und anderer EU-Kurs.

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	Geben sie sich gegenseitig einen Job
Argumentationsstil:	Lösungen in Form von Bedingungen
Verhalten:	-
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	„lebhaft“

Tabelle 268: ÖVP vs. SPÖ – Die Presse, 7. Absatz

8. Absatz – Zusammenarbeit, Faymann

36 Worte

Faymann wird auch in dem Artikel Platz eingeräumt, um zu sagen, was er an Molterer nicht möge. Faymann: Den Stil von „'Molterer-Schüssel'“. Molterer lache darauf.

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	Geben sie sich gegenseitig einen Job
Argumentationsstil:	Problemaufzählung (auf entsprechende Frage)
Verhalten:	-
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	

Tabelle 269: ÖVP vs. SPÖ – Die Presse, 8. Absatz

9. Absatz – Resümee

63 Worte

Faymann propagierte einen neuen Stil. Molterer packt „noch einmal die große Keule“ aus: Keinen Bundeskanzler von Dichands Gnaden. Faymann habe den Kopf geschüttelt, Ende der Diskussion.

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	
Argumentationsstil:	Faymann vage Zukunftsvision, Lösung
Verhalten:	Molterer offensiv
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	Molterer packt „große Keule aus“

Tabelle 270: ÖVP vs. SPÖ – Die Presse, 9. Absatz

4.7.1.8.4 Kurier (Bericht)

Datum Mittwoch, 24. September 2008

Ressort Innenpolitik

Seite 4

Länge 391 Worte

Autor Karin Leitner, Andreas Schwarz

Gattung Bericht

Titel „Meine Herren“ im kräftigen Clinch

Untertitel Werner Faymann und Wilhelm Molterer schenken einander beim
direkten Aufeinandertreffen kräftig ein.

1. Absatz – Einstieg über Diskussionsstil

51 Worte

Einstieg über Thurnhers Frage nach dem Diskussionsstil; Molterer meinte, er stehe für „Glaubwürdigkeit“; Faymanns Konter: Wichtig sei, „möglichst wenige Phrasen“ zu dreschen.

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	Selbstbild
Argumentationsstil:	-
Verhalten:	-
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	-

Tabelle 271: ÖVP vs. SPÖ – Kurier (Bericht), 1. Absatz

2. Absatz – Diskussionsstil

32 Worte

Das Duell sei so „eröffnet“, sie „schenkten einander kräftig ein“.

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	-
Argumentationsstil:	-
Verhalten:	-
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	Sie „schenkten einander kräftig ein“

Tabelle 272: ÖVP vs. SPÖ – Kurier (Bericht), 2. Absatz

3. Absatz – Wortbruch

48 Worte

Gegenseitiger Vorwurf, wortbrüchig zu sein, Beispiele.

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	-
Argumentationsstil:	Problemaufzählung; Wortbruch
Verhalten:	-
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	-

Tabelle 273: ÖVP vs. SPÖ – Kurier (Bericht), 3. Absatz

4. Absatz – Teuerung & Molterers Rolle

83 Worte

Molterers Rolle als „Hüter der Staatsfinanzen“ sei nicht unerwartet. Kritik an „Schuldenpartei Österreichs“; Faymann konterte, Molterer rief dazwischen, Faymann sieht sich bestätigt.

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	Steuerreform
Argumentationsstil:	Problemaufzählung durch Molterer, Lösung durch Faymann
Verhalten:	-
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	Faymann „grollte“, Molterer „rief dazwischen“

Tabelle 274: ÖVP vs. SPÖ – Kurier (Bericht), 4. Absatz

5. Absatz – Mehrwertsteuersenkung, Pensionsautomatik

69 Worte

Mit „bekannten Argumenten“ sei über Mehrwertsteuersenkung und Pensionsautomatik gesprochen worden; Molterer wirft Faymann vor, bei Pensionserhöhung (Richtung Pensionisten) umgefallen zu sein.

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	Steuerreform, Pension
Argumentationsstil:	Problemaufzählung durch Molterer
Verhalten:	-
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	-

Tabelle 275: ÖVP vs. SPÖ – Kurier (Bericht), 5. Absatz

6. Absatz – Frauen

28 Worte

Der Artikel behandelt das Diskussionsthema „Frauen“ nur, um zwei Angriffe zu schildern: Faymann zu Molterer, ob ihn das Thema nicht so interessiere, als dieser „in Unterlagen blätterte. Molterers Konter: „’Haben Sie Frauen in der Asfinag?’“

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	Frauenpolitik
Argumentationsstil:	Vorwürfe
Verhalten:	-
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	Leicht untergriffig (Faymann), eher aggressiv (Molterer)

Tabelle 276: ÖVP vs. SPÖ – Kurier (Bericht), 6. Absatz

7. Absatz – Umweltschutz

20 Worte

Über den Beitrag zum Umweltschutz der beiden. Die Phase der Debatte sei „ruhiger“ verlaufen.

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	Umweltschutz
Argumentationsstil:	Selbstlob der beiden
Verhalten:	-
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	„ruhiger“

Tabelle 277: ÖVP vs. SPÖ – Kurier (Bericht), 7. Absatz

8. Absatz – Zusammenarbeit

49 Worte

Bedingungen für die Zusammenarbeit, „da waren sie wieder beim Einander-Einschenken“.

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	Geben sie sich gegenseitig einen Job
Argumentationsstil:	Problemaufzählung in Form von Bedingung
Verhalten:	-
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	„Einander-Einschenken“

Tabelle 278: ÖVP vs. SPÖ – Kurier (Bericht), 8. Absatz

9. Absatz – Abschluss

11 Worte

Über den häufigen Einsatz von Thurnhers „Meine Herren“.

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	-
Argumentationsstil:	-
Verhalten:	-
Körpersprache:	-
Gesprächsklima:	Über die Notwendigkeit von Thurnhers häufigen Eingriffen

Tabelle 279: ÖVP vs. SPÖ – Kurier (Bericht), 9. Absatz

4.7.1.8.5 *Kurier (Analyse)*

Datum	Mittwoch, 24. September 2008
Ressort	Innenpolitik
Seite	4
Länge	151 Worte
Autor	unbekannt
Gattung	Analyse („verfeaturetes Experteninterview“)
Titel	„Mit der Konfrontation hat Faymann gewonnen“
Untertitel	Nachgefragt.

1. Absatz – Faymanns Wahlsieg durch die Konfrontation

151 Worte

In der Analyse erklärt Gottschlich, wie er zu der Annahme kam, dieses Duell werde Faymann die Wahl gewinnen lassen: Er sei dynamischer gewesen, rhetorisch überlegen, während Molterer in der „Defensive“ gewesen sei. Fazit: „Mit dieser Konfrontation hat Faymann die Wahl gewonnen.“

Kategorien der TV-Duell-Analyse und deren Vorkommen im Absatz des Artikels

Diskussionsthema:	-
Argumentationsstil:	-
Verhalten:	Molterer defensiv, Faymann offensiv
Körpersprache:	Faymann signalisiere Aufbruch
Gesprächsklima:	-

Tabelle 280: ÖVP vs. SPÖ – Kurier (Analyse), 1. Absatz

4.7.2 Excel-Sheets

Die Auswertungen im Excel-Format finden sich auf der beigelegten DVD.

4.7.3 Deskriptive Darstellung

Keines der analysierten Medien brachte auch nur annähernd ein genaues Abbild der TV-Duelle die Sachthemen und ihre Zeitaufteilung betreffend. Von „gemeinsamen professionellen Gewichtungsprinzipien“ (vgl. Jarren, Sarcinelli, Saxer 1998: 122f) kann bezüglich der Sachthemenauswahl nicht gesprochen werden – zu unterschiedlich ist die Gewichtung, das zeigen die folgenden Grafiken sehr deutlich. Es scheint zwar ähnliche Gewichtungsprinzipien bei der Auswahl der beschriebenen Handlungen, Verhaltensweisen und „Sager“, also markanter Aussprüche, während eines Duells geben, die Einordnung und Einschätzung der verschiedenen Autoren stimmen aber nicht überein, wie die qualitative Analyse der Printberichterstattung ergab.

Am ausführlichsten gingen die Journalisten 2006 noch auf die Sachthemen des Duells von FPÖ-Chef Strache gegen SPÖ-Kandidat Gusenbauer ein. Aber auch hier wurde vor allem das Unerwartete aufgegriffen: das staatsmännische Auftreten Heinz-Christian Straches.

Die Artikel zu den anderen Diskussionen waren geprägt von Argumentationsstil und Verhalten der Diskutanten: Im Falle des BZÖ-ÖVP-Zusammentreffens zeichneten die Artikel meist die unerwartet starke Ausprägung des Duells als gegenseitige Lobhudelei nach, im Duell Rechts gegen Rechts, also FPÖ gegen BZÖ, berichteten sie von den Schwierigkeiten und Animositäten der Kontrahenten und ihrer Parteien. 2008 fand vor allem das unerwartet staatsmännische Auftreten Jörg Haiders in den Printberichten Niederschlag. Diese Soft Facts (Verhalten, Argumentationsstil, etc) sind in den nachfolgenden Auswertungen in der Kategorie „Andere“ zusammengefasst, gemeinsam mit allen anderen, nicht den Themen der TV-Duelle zuordenbaren, Absätzen.

Auch die Gattung der Artikel bestimmte, wie viel Platz Sachthemen beziehungsweise Soft Facts eingeräumt wurde. Die Berichte blieben im Vergleich zu den Analysen näher am direkt Wahrnehmbaren, den Hard Facts: an der Themensetzung, den Aussagen der Diskutanten. Zweitens, die Analysen und Kommentare, oft von Medienexperten (Tatjana Lackner für „Der Standard“, Maximilian Gottschlich für „Die Presse“) beschrieben das Gesehene auf einer Metaebene des Kommunizierens und die (Aus-)Wirkungen.

Das Nachrichtenmagazin „profil“, das durch sein wöchentliches Erscheinen gegenüber dem täglichen Erscheinen der Tageszeitungen in Bezug auf die Aktualität – zumindest im Produktionszyklus – im Nachteil ist (die so genannten Hard Facts sind in den Berichten der Zeitungen [zumeist] ausführlich beschrieben), verständigte sich auf einen flapsig-salopp geschriebenen Kommentar, der in wenigen Worten überspitzt den Grundtenor des Duells beschrieb, ohne sich in (ohnehin schon publizierten) Details zu verlieren.

4.7.3.1 FPÖ vs. SPÖ 2006

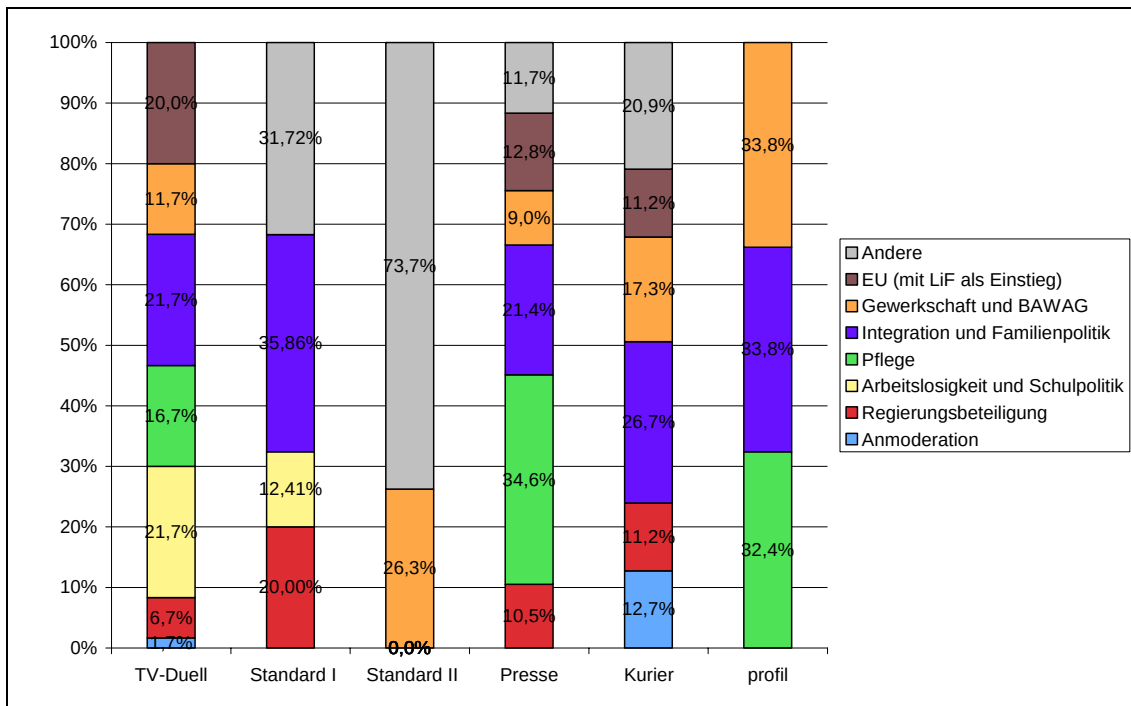


Abbildung 56: Vergleich TV-Duell – Print, FPÖ vs. SPÖ 2006

Das Duell von FPÖ und SPÖ stellte sich als jenes heraus, von dem die meisten Sachthemen berichtet wurden. Zwar beschrieb jedes Printmedium das unerwartete Auftreten Straches, der sich ganz als Staatsmann gegeben hatte (meist recht ausführlich in einem eigenen Absatz), auch profil ließ dies durchklingen, und doch bestand der überwiegende Teil der Berichte aus einer Beschreibung der Sachthemen, allen voran das rechte Dauerthema Integrationspolitik (Ausländerthematik), sowie des Bawag-Skandals, der in der öffentlichen Wahrnehmung durch die rote „Erbpacht“ Gewerkschaft als Eigentümer mit den Sozialdemokraten verbunden wurde.

Die Analyse durch Tatjana Lackner im Standard, in der Abbildung 56 „Standard II“ genannt, hingegen griff, abgesehen vom Bawag-Debakel, nur Soft Facts auf: die Kommunikationskultur der Kontrahenten – anfangs durch das staatstragende Auftreten Straches und Gusenbauers Verwunderung darüber fast zu höflich, später ein Chaos.

Außerdem hielt Lackner in ihrer Analyse fest, dass die eigentlichen Gegner der anwesenden Duellanten nicht am Tisch saßen: Schlüssel für Gusenbauer und Westenthaler für Strache.

4.7.3.2 BZÖ vs. ÖVP 2006

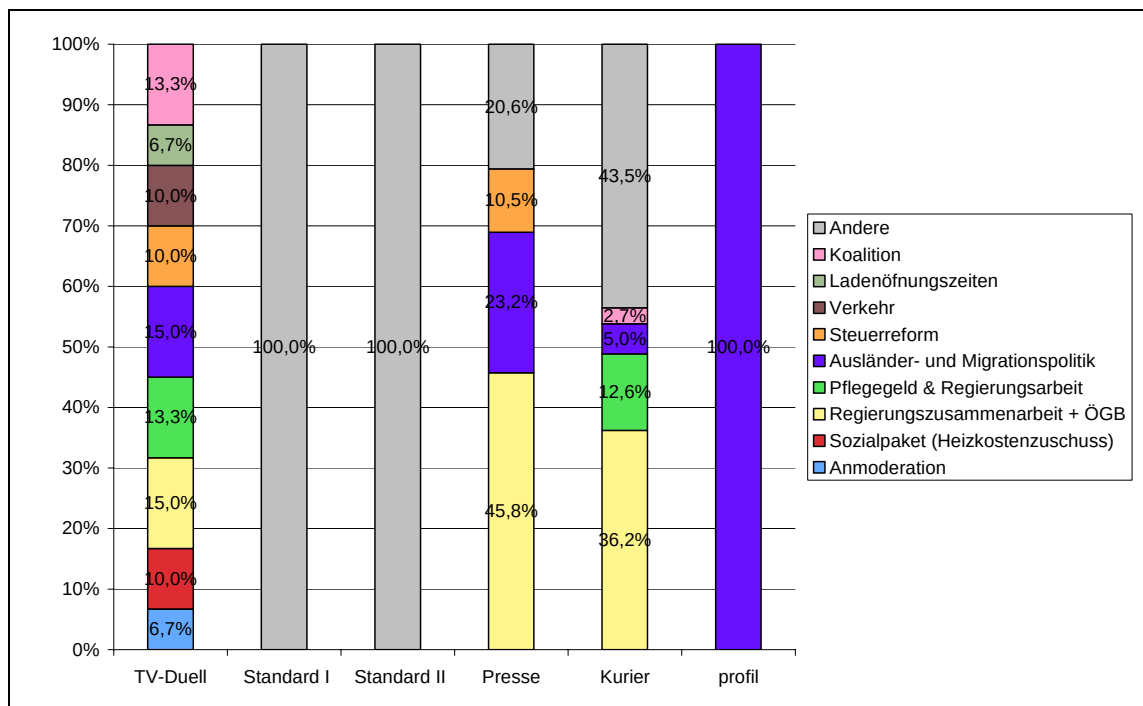


Abbildung 57: Vergleich TV-Duell – Print, BZÖ vs. ÖVP 2006

Unerwartet friedlich war dieses Duell verlaufen, geprägt von Eigenlob (siehe Abbildung 11: Verhalten Westenthaler (BZÖ) vs. Bartenstein (ÖVP), Seite 156). Journalisten, die ein Duell im Sinne von hartem verbalem Wettstreit erwartet hatten, wurden enttäuscht. Das Unerwartete der TV-Duelle führte zum Erwarteten dieser Untersuchung: Schon die Überschriften der Artikel ließen vermuten, dass weniger (erwartbare) Sachthemen als viel mehr das (unerwartete) Verhalten der Kandidaten zum Thema gemacht würde.

„Der Standard“ titelte: „Bisher schlechteste Quote / Das koalitionäre Geplänkel zwischen Martin Bartenstein und Peter Westenthaler erzielte die bisher magerste Quote der ORF-Konfrontationen. Es kann nur spannender werden.“ Zugespitzter „Die Presse“: „Kuschel-Duell der Koalitionspartner / Minister Bartenstein (ÖVP) und BZÖ-Chef Westenthaler taten sich nicht weh.“ Auch dem Kurierredakteur war der fehlende Duell-

Charakter aufgestoßen: „’Doppelinterview’ statt Konfrontation / Wahlduell – Kaum Zwist zwischen Westenthaler und Bartenstein.“ Während „Der Standard“ sowohl im Bericht als auch in der Analyse auf Sachthemen verzichtete und stattdessen den Verlauf des Gesprächs schilderte, nahmen sich „Die Presse“ und „Kurier“ der Sachthemen an: Vorwiegend, d. h. im Vergleich zur Länge der Diskussion im Fernsehen überrepräsentiert, der Regierungszusammenarbeit, die von beiden Kontrahenten gelobt, und des ÖGB-Exkurses, bei dem Kritik an der SPÖ geübt worden war.

Auch „profil“ widmete sich vor allem dem Verhalten. Schlusssatz: „Zwei Kuschehbären in Klammerstellung. Brrrrr!“

4.7.3.3 FPÖ vs. BZÖ 2006

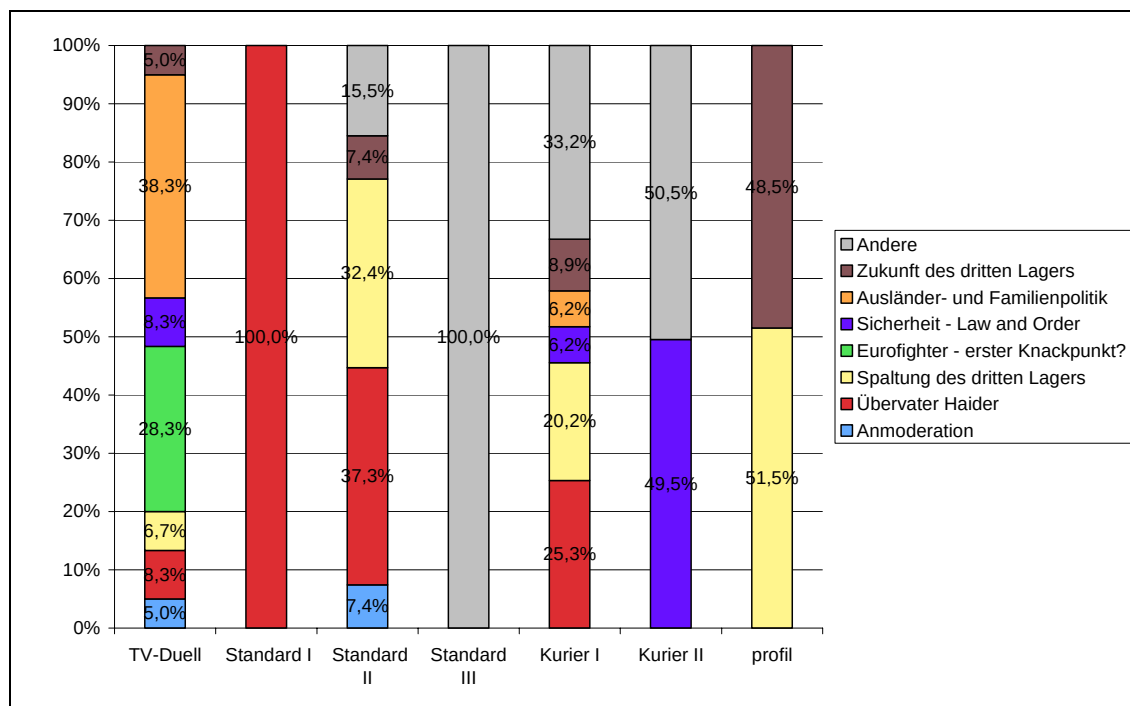


Abbildung 58: Vergleich TV-Duell – Print, FPÖ vs. BZÖ 2006

Das Duell zwischen den Splitterparteien des dritten Lagers war von Animositäten, Vergangenheitsbewältigung und Zukunftsvisionen gezeichnet. Bei den wenigen Sachthemen, die besprochen worden waren, handelte es sich außerdem um Themen, die dem rechten Rand des Politspektrums zugeordnet werden: Die Duellanten waren sich im Gesamten, nicht aber in Detailfragen einig. Sogar diese Diskussionsabschnitte prägten gegenseitige Attacks (siehe

Abbildung 16: Verhalten Strache (FPÖ) vs. Westenthaler (BZÖ), Seite 162). Die Zuseher, so Meinungsforscher Walter Bachmayer, wollten „Blut sehen“ und sie „haben es bekommen“. Dieses Duell hätte den Charakter der Gladiatorenkämpfe in Rom gehabt.

Dementsprechend war die Berichterstattung. „Der Standard“ teaserte mit der Zukunft des dritten Lagers. Im Bericht im Inneren des Blattes fand der Leser schließlich einen Bericht über die Spaltung, den Hass und die Zukunft der Rechten in Österreich: „Wer Haiders bessere Kopie ist“, unterfüttert mit (an)griffigen Zitaten aus dem Duell. Auch die Analyse beschrieb die „Kampf-“ und „Zwillingsrhetorik“ der Kontrahenten.

Der „Kurier“ stieg mit der Erwartungshaltung der Bürger der TV-Konfrontation gegenüber ein und brachte vor allem die Animositäten und das Verhalten der Duellanten. Die Analyse versuchte anhand des Law-and-Order-Themas die Argumentationslinien zu erklären, wandte sich danach ganz den Soft Facts zu.

Auch „profil“ hob die Inhaltsleere und die Apathie der Kontrahenten hervor – und zeichnete sie an den Problemen des dritten Lagers nach.

4.7.3.4 SPÖ vs. ÖVP 2006

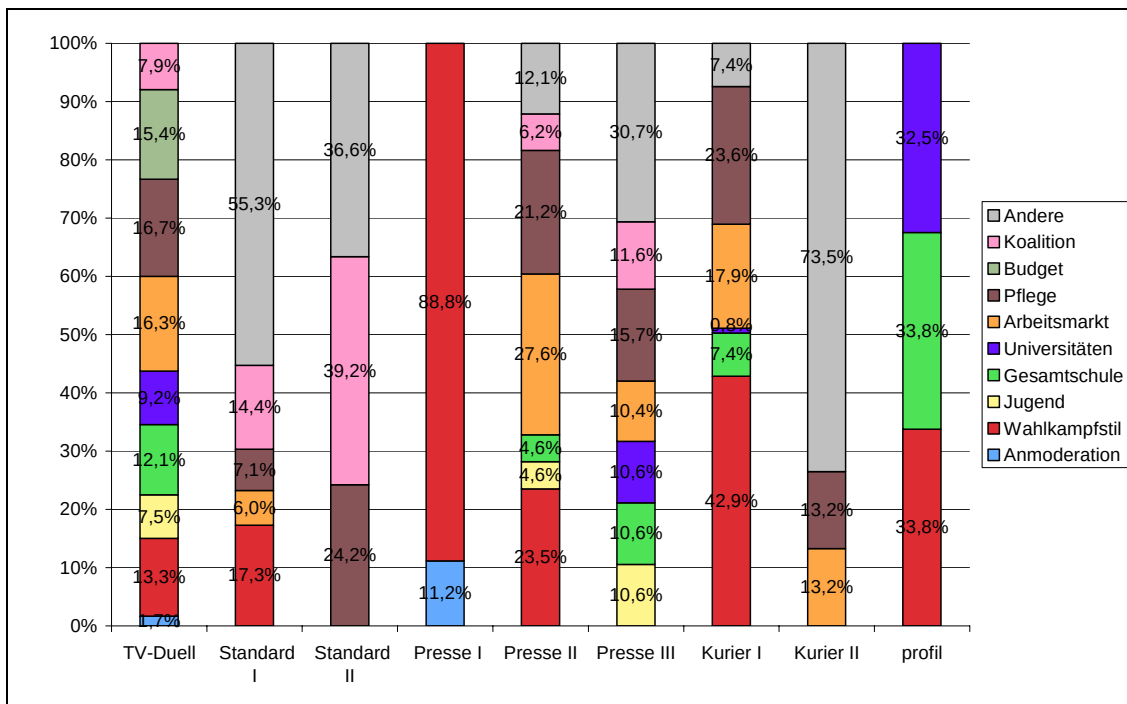


Abbildung 59: Vergleich TV-Duell – Print, SPÖ vs. ÖVP

Über das Kanzlerduell zwischen Alfred Gusenbauer und Amtsinhaber Wolfgang Schüssel wurde weit mehr berichtet als über die anderen Konfrontationen. In diese Bewertung flossen jedoch lediglich jene Artikel ein, die sich tatsächlich mit dem Ablauf des Duells befassen. „Der Standard“ etwa brachte einen Beitrag über die Stunden vor dem Duell und wie Spin Doktoren und Experten die Ausgangslage einschätzen⁸. Der „Kurier“ ließ auf Seite 1 das Duell mit einem Fußballmatch vergleichen, samt den Analysen nach dem Schlusspfiff⁹. Für „Die Presse“ beschrieb Oliver Pink in einem Kommentar die Rolle der Moderatorin – sie sei der „klare Gewinner“ der Duelle¹⁰.

Die Fülle der Artikel und damit das gute Vergleichsmaterial zeigen eines deutlich: Geschmäcker sind verschieden, oder in diesem Fall eher Meinungen und Erwartungshaltungen.

Die Journalisten und befragten Experten berichten zwar in vielen Fällen über dieselben Sachthemen, wie sie das Gesehene bewerten, unterscheidet sich zum Teil drastisch, wie

⁸ Der Standard (22.09.2009): High Noon auf dem Königlberg. Seite 10

⁹ Kurier (23.09.2006): 0:0. Seite 1

¹⁰ Die Presse (23.09.2006): TV-Kritik – Das Kanzlerduell. Seite 18

schon die Überschriften zeigen: Im „Standard“ war im Untertitel zu lesen: „Schüssel und Gusenbauer lieferten sich über weite Strecken ein ‚langweiliges‘ Duell“, „Die Presse“ witterte einen „Schlagabtausch um Bank im Kanzler-Duell“. Es sei ein „Schwarz-roter Infight“ gewesen, titelte der „Kurier“.

Die Experten waren sich ebenso uneinig: Maximilian Gottschlichs Resümee: „Sie haben die Gesprächsbasis für künftige Koalitionsverhandlungen nicht zerstört“, es habe kaum rhetorische Untergriffe gegeben. Thomas Hofer hingegen nahm die Diskussion nach der ersten halben Stunde als „plötzlich heftig und gehässig“ wahr, es habe einen „heftigen Infight“ gegeben. Die Beispiele ließen sich fortsetzen.

Die einzige Gemeinsamkeit, die sich durch alle Artikel und Analysen zieht: Es wurde der Diskussionsstil der Kontrahenten beschrieben. Die Auswahl der Sachthemen variierte zum Teil, die Sachthemen wurden zumeist nur genutzt, um an ihrem Beispiel Verhaltensstile, Angriffe und Untergriffe zu behandeln.

Lediglich der „Presse“-Artikel „Ihre Schweißperlen auf der Lippe“¹¹ konzentrierte sich auf die besprochenen Sachthemen und den Problemen und Lösungen, die die Duellanten sahen.

¹¹ Die Presse (22.09.2009): „Ihre Schweißperlen auf der Lippe“. Seite 2

4.7.3.5 FPÖ vs. SPÖ 2008

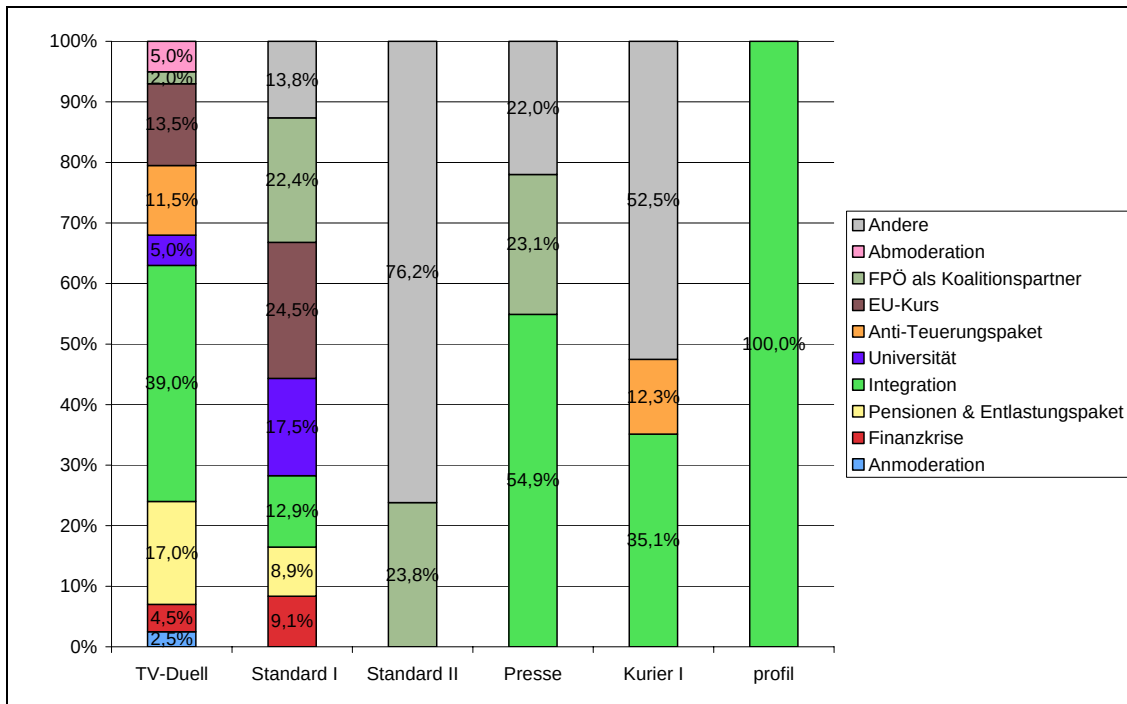


Abbildung 60: Vergleich TV-Duell – Print, FPÖ vs. SPÖ 2008

2008 hatte sich am Debattenformat wenig geändert – lediglich die Dauer wurde etwas verkürzt und die Duelle vorverlegt. Auf die Berichterstattung hatte dies nur insofern Einfluss, als die Abgabezeiten nicht mehr so oft mit dem Ende der Diskussion ident waren.

Die erste Paarung war diesmal nicht FPÖ gegen SPÖ, um die Vergleichbarkeit zu wahren, wurde 2008 die Reihenfolge 2006 beibehalten.

Die Printberichte beschäftigten sich überproportional viel mit dem Themenblock Integration und jenem über Koalitionsvarianten – diese brachten im TV-Duell die meisten Meinungsunterschiede beziehungsweise Spannungen.

In der Gewichtung waren die Artikel wiederum unterschiedlich, wie schon die Auswahl der Überschriften zeigt: „Die Presse“ ging auf die Koalitionsvarianten ein, „Der Standard“ zitierte eine Passage aus der kurzen Diskussion um die Aufhebung des Verbotsgesetzes, der „Kurier“ hebt die Ausländerfrage in die Titelzeile. Sachpolitik wird in den meisten Artikeln nur gestreift, was „Standard“-Analystin Tatjana Lackner in ihrem Kommentar damit begründet, dass beide Diskussionsteilnehmer mittlerweile

mindestens zwei Duelle hinter sich haben, „der Informationswert sinkt dramatisch“. So gehen die Journalisten eher auf die Beziehungsebene der beiden Kontrahenten ein – wie die Gesprächsbasis aussehe (in der Abbildung: Der Standard-Bericht, Kurier, profil), ob eine Koalition möglich wäre (in der Abbildung: Die Presse, Der Standard – Analyse, Kurier)

4.7.3.6 BZÖ vs. ÖVP 2008

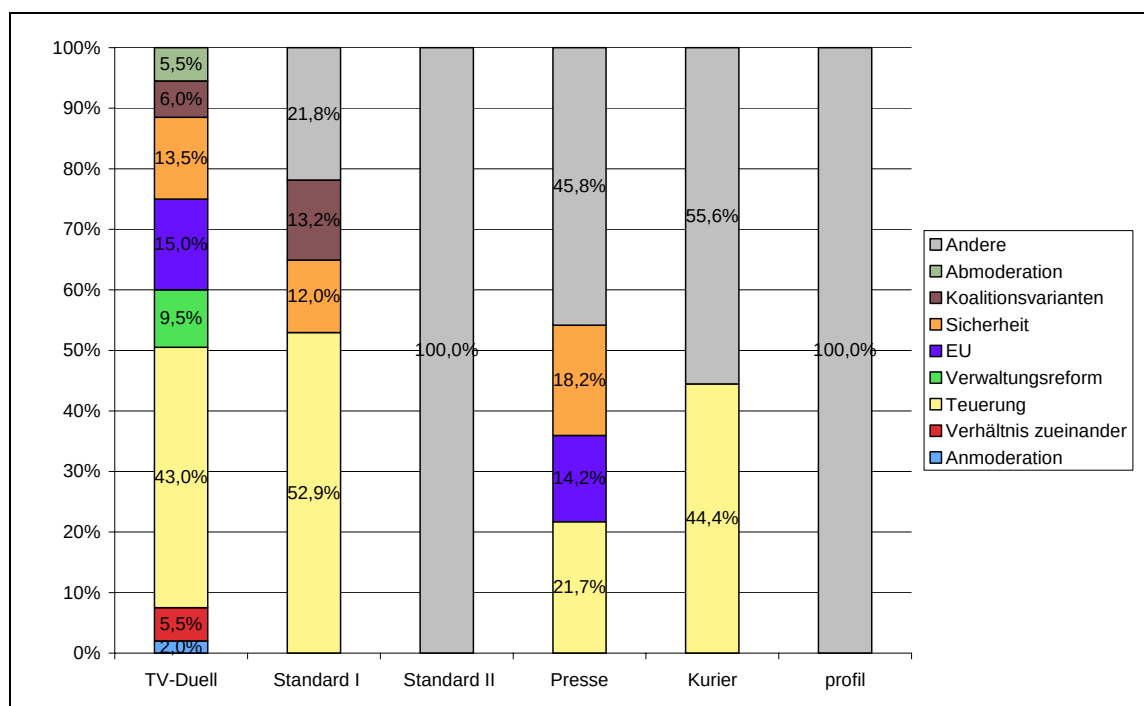


Abbildung 61: Vergleich TV-Duell – Print, BZÖ vs. ÖVP 2008

Das den August und September beherrschende Wahlkampfthema, die Teuerung, schlug sich auch in der Debatte der ehemaligen Koalitionspartner BZÖ und ÖVP nieder. In den Artikeln, die Sachthemen behandelten, wurde sie in jeden aufgenommen – wenn auch nicht in der Stärke, wie sie das TV-Duell dominiert hatte. Auch die Sicherheit, ein Leibthema der Rechtsparteien, wurde in den Printberichten erwähnt. Meist wurde aber über das Auftreten Haiders und das Verhalten von Molterer berichtet – Haiders Selbstlob, Molterers Kritik –, sowie das Verhältnis der beiden.

„Der Standard“ (Bericht) etwa begann gleich mit einer Beschreibung von Haider's Eigenlob, später folgte die Reaktion Molterer's (dieser „höhnte“), dieses Verhalten zeigte der Autor etwa beim Thema Teuerung. Auch beim Themenkomplex Sicherheit wird eher auf das Verhalten („Schlagabtausch“) als auf sachpolitische Vorschläge eingegangen. In „Der Standard“-Analyse wird auf die Rollen, Argumentationsstile, Verhalten und Körpersprache der beiden Duellanten eingegangen (Molterer etwa sei „bieder“ und „zwitter“). Auch „Die Presse“ kommt immer wieder auf Haider's Eigenlob zu sprechen – das Fazit: Haider sei angriffiger, Molterer sachlicher gewesen. Eine Beurteilung der Leistung der beiden auf Sachebene findet nicht statt. Auch der „Kurier“ stellt Emotionen in den Vordergrund: „Haider ohne Polemik, Molterer blieb farblos“, lautete der Untertitel, in dem Artikel selbst werden Beispiele angeführt, die das untermauern (etwa beim Thema Teuerung), ein Kommunikationsexperte bestätigt diesen Eindruck am Ende des Artikels. Der „profil“-Bericht spart Themen gänzlich aus und geht nur auf die Duellanten ein: Haider sei „verbal angriffiger“, Molterer „schaue grimmiger“; es sei kein „heftiger Schlagabtausch“ gewesen, geht die Autorin auf die Erwartungshaltung mancher ein

.

4.7.3.7 BZÖ vs. FPÖ 2008

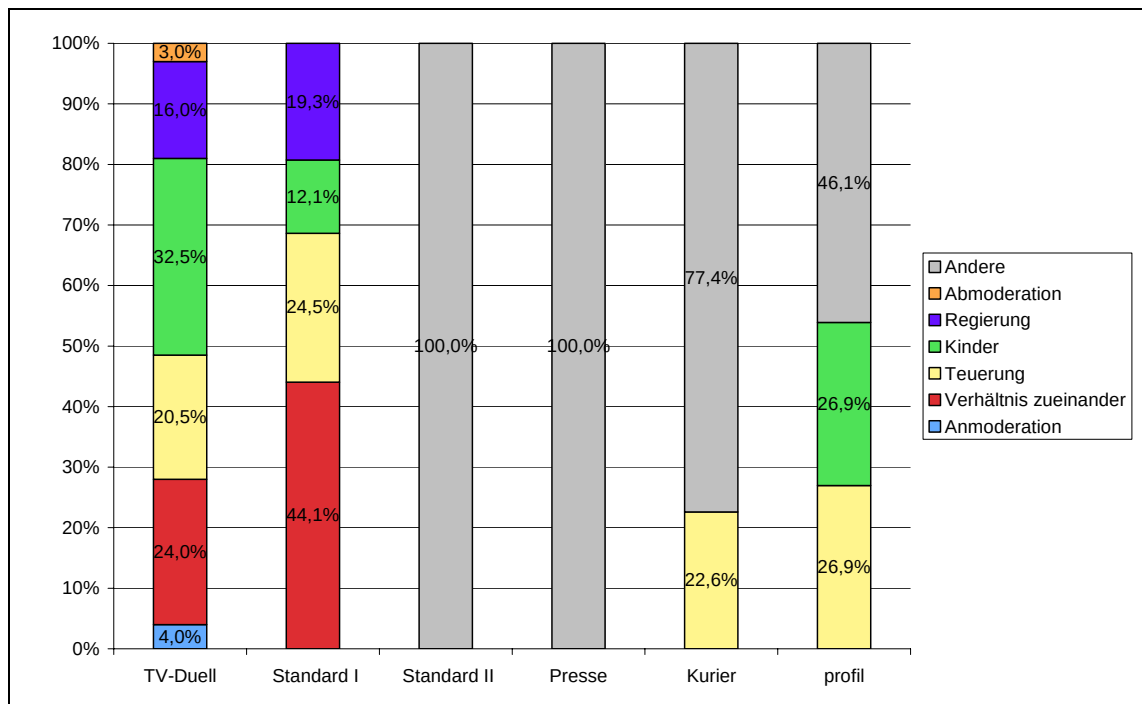


Abbildung 62: Vergleich TV-Duell – Print, BZÖ vs. FPÖ 2008

Das Duell war mit Spannung erwartet worden: Der Guru und sein Jünger, Jörg Haider gegen Heinz-Christian Strache. In den Printberichten blieb davon nur wenig übrig: Die Beschäftigung mit dem Verhältnis zueinander blieb in den Printberichten aus – jedenfalls auf den ersten Blick (siehe Abbildung 62: Vergleich TV-Duell – Print, BZÖ vs. FPÖ 2008, Seite 468). Statt sich mit dem im TV-Duell Besprochenen zu beschäftigen, beschrieben die Autoren der Printberichte lieber das Verhältnis anhand der Diskussion (etwa an Themenbeispielen: auf sachpolitischer Ebene gab es erwartungsgemäß nur wenig Reibungspunkte). Im Mittelpunkt der Berichterstattung stand aber zumeist, wenn auch nicht ausdrücklich angeführt wie im „Kurier“-Bericht, das staatsmännische Auftreten von Jörg Haider.

Lediglich der „Standard“-Bericht geht explizit auf den TV-Duell-Themenblock „Verhältnis zueinander“ ein. Die „Standard“-Analyse befasst sich diesmal fast ausschließlich mit der Rhetorik der Kontrahenten. „Die Presse“, hier wurde nur eine Zusammenfassung gefunden, greift wie schon der „Standard“ Haiders Ausspruch, Strache sei eine „Kopiermaschine“, auf. Im „Kurier“ wundert sich Experte Plasser

gleich zu Beginn über das staatsmännische Auftreten von Jörg Haider, die wohl von ihm erwartete „Schlammschlacht“ sei ausgeblieben. Stattdessen lobte Haider Kärnten. Auch „profil“ befand, die Diskussion sei kein „verbales Schlammcatchen“ gewesen; ausführlich wurden Rollen und Auftreten der Kontrahenten beschrieben.

4.7.3.8 ÖVP vs. SPÖ 2008

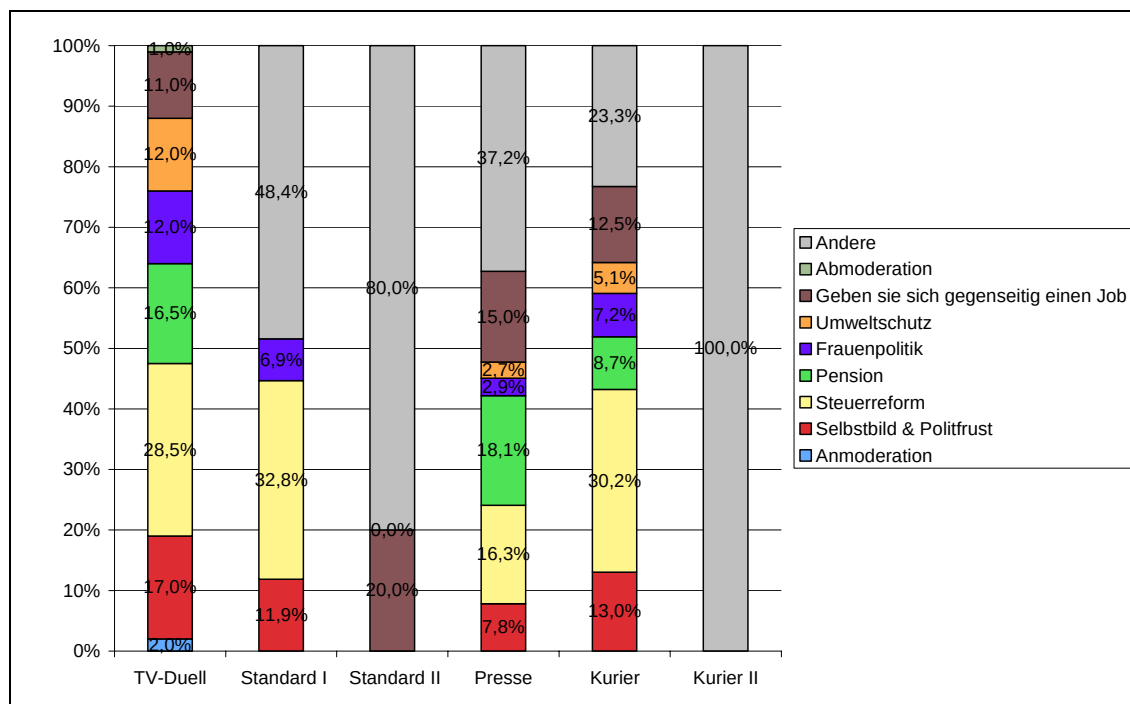


Abbildung 63: Vergleich TV-Duell – Print, ÖVP vs. SPÖ 2008

Wie schon beim Kanzlerduell 2006 wurden auch 2008 weitere Berichte rund um das TV-Duell zu den Berichten darüber gestellt. Die Reportagen des „Standard“, wie die jeweiligen Parteianhänger die Debatte erlebt haben¹², sowie der Bericht des „Kurier“ über die Experten-Einschätzung der bisherigen TV-Performance der Kandidaten¹³, wurden in diese Analyse aber nicht aufgenommen.

¹² Der Standard (24.09.2008): In der City-Bar siegt Faymann. Seite 2; Der Standard (24.09.2008): Am Gerstenboden siegt Molterer. Seite 3

¹³ Kurier (24.09.2008): Eine Frage der Überzeugungskraft. Seite 4

Zwar wurden im Vergleich zu anderen Duellen relativ viele Sachthemen in den Printberichten angeschnitten, oft geschah dies aber, um die von Journalisten als hart empfundene Diskussion zu beschreiben.

„Der Standard“ resümiert gleich zu Beginn des Berichts: Sie „blieben einander nichts schuldig“, im zweiten und dritten Absatz behandelt persönliche Angriffe beider Kontrahenten (zum Thema Politfrust). Auch später ging es um vor allem um deren Argumentationsstil. Auf konkrete Lösungsvorschläge geht der Autor nicht im Detail ein. In der Analyse des „Standard“ moniert Lackner auch gleich zu Beginn, es habe zu wenig Inhalte und keine konkreten Lösungsmodelle gegeben. Anders als die Journalisten, die von einem harten Schlagabtausch schrieben, wittert sie eine Neuauflage von Rot-Schwarz. „Die Presse“ etwa gab sich überrascht von der „aggressiven Diskussion“, sie „schenkten einander nichts“, politische Inhalte aber seien kurz gekommen. Folglich beschreibt der Bericht vor allem die Attacken der Kontrahenten, etwa bei Politfrust, Steuerreform, Teuerung. Auch der „Kurier“ befand, sie „schenkten einander kräftig ein“, beschrieb Vorwürfe, Attacken und Argumentationsstil (Faymann „grollte“, Molterer „rief dazwischen“). Auf den Themenblock „Frauen“ ging der Autor lediglich ein, um zwei Angriffe zu schildern, von den sachpolitischen Vorschlägen berichtet er nichts. In der „Kurier“-Analyse wird erstmals ein klarer Sieger gekürt: Maximilian Gottschlich erklärt darin, wie er zu der Annahme kam, dieses Duell werde Faymann die Wahl gewinnen lassen.

Mit der Prognose des Wahlausganges sollte er Recht behalten. Die Meinung, es habe an dem TV-Duell gelegen, werden jedoch nicht alle teilen (siehe Kapitel **Fehler! Verweisquelle konnte nicht gefunden werden. Fehler! Verweisquelle konnte nicht gefunden werden., Seite Fehler! Textmarke nicht definiert.**).

4.7.4 Analyse Experteninterviews

In den Interviews wurde sichtbar, dass die Journalisten oft weit unbedachter die Duelle beschreiben, als man vielleicht annehmen mag: Vieles passiere aus „dem Bauch heraus“, wie sie off records gestehen.

Dass sie wirklich objektiv sein können, glauben sie nicht:

- Kaspar Fink, „profil“: „Der Eindruck ist freilich subjektiv, das darf und soll er auch sein, aber habe ich versucht, die persönliche politische Präferenz aus den Texten raus zuhalten. Ich habe auch Sieger gegen meine Präferenzen gekürt. Die Beurteilung sollte – aus politischer Sicht – doch objektiv sein.“
- Martin Fritzl, „Die Presse“: „Ich bin der Meinung, dass man Erwartungshaltungen, Vorlieben, Erfahrungen niemals ausblenden kann, dass das immer in die Arbeit einfließen muss. Entscheidend ist, ob diese subjektive Sicht der Dinge reflektiert wird oder einfach unreflektiert einfließt.“

Fritzl verweist damit indirekt auf den Ansatz der mentalen Modelle (siehe Kapitel **Fehler! Verweisquelle konnte nicht gefunden werden., Fehler! Verweisquelle konnte nicht gefunden werden., Seite Fehler! Textmarke nicht definiert.**) - ein mündiger, qualitativ hochwertig arbeitender Journalist ist sich seiner mentalen Modelle bewusst. Auch, wenn er unter Zeitdruck arbeitet.

Die Intention der Artikel hängt vom Format des Mediums und der Gattung des Artikels ab:

- Berichte in Tageszeitungen wollen den Sachverhalt und das „Ergebnis“ der Duelle schildern – für all jene, die das Duell verpasst haben, sowie als Meinungsvergleich für diejenigen, die sie gesehen haben. Niederschlag in den Berichten finden vor allem „wesentliche Richtungsänderungen, klare Ansagen - etwa Steuern rauf oder runter – und Seitenhiebe: Die Leute wollen ja auch gern Blut sehen“ (Bernhard Gaul, „Kurier“). Grundsatzdiskussionen hätten defacto keine Chance, in den Artikeln beschrieben zu werden, meint Gaul: Es fehle in Tageszeitungen der Platz, um den Hintergrund der Diskussion zu beleuchten.
- Die Analysen, die oftmals an Experten delegiert wurden (etwa an Tatjana Lackner für den „Standard“, Maximilian Gottschlich im „Kurier“), sollen einen tieferen Einblick in Kommunikationsstrategien und Wirkungen bieten.
- Der Kommentar im Wochenmagazin ist eine kurze und pointierte Zusammenfassung des Duells, wie Kaspar Fink beschreibt: „Vorgabe war, ja keine Nacherzählung zu produzieren! Das hat jeder schon gelesen. Wir wollten auf eine unterhaltsame Weise einen Sieger küren.“

4.8 Ergebnisse

Nachfolgend die Zusammenführung der Teilergebnisse in Bezug auf die Forschungsfragen und Hypothesen. Sowohl Forschungsfragen als auch Hypothesen wurden hier beantwortet, da die Antworten nicht deckungsgleich sind.

Forschungsfrage 1: Berichteten die ausgewählten Printmedien über alle ausgewählten TV-Duelle?

Ergebnis: Nein, die Einschaltquoten haben bei den Zweier-Konfrontationen der Parlamentsparteien keinen Einfluss. (Wohl aber das – angenommene, vermutete – geringe Zuseherinteresse an der Diskussion der nicht im Parlament vertretenen KPÖ und MATIN)

Forschungsfrage 2: In welcher Form berichteten die ausgewählten Medien über die ausgewählten TV-Duelle?

Ergebnis: Je nach Format unterschiedlich: Das wöchentlich erscheinende Nachrichtenmagazin wählte eine einheitliche Form, die es für alle Duelle beibehielt: Kontrahenten, Zuseherzahlen, kurze satirische Beschreibung, Infokästen mit Elementen zu Themensetzung, ins Wort gefallen, persönlicher Angriff und die Kür eines Siegers nach Punkten. Keine der Tageszeitungen behielt eine einheitliche Form der Berichterstattung bei: „Der Standard“ brachte zu jedem Duell-Bericht (von verschiedenen Autoren verfasst) auch eine Analyse durch Tatjana Lackner, jedoch nicht immer am selben Tag. Einmal wurde die Berichterstattung auch auf der Titelseite angerissen. „Die Presse“ brachte nur Berichte, jedoch nicht zu allen analysierten Debatten. Der „Kurier“ berichtete über jedes analysierte Duell, jedoch nicht in einheitlicher Form – so gab es zu dem Bericht mit Grafik manchmal (außerhalb der untersuchten Duelle) eine verfeaturte, d.h. eine durch einen Redakteur zum Text verarbeitete, Analyse von Maximilian Gottschlich. Zwei Mal wurde diese Analyse bei den untersuchten Duellen in den zweiten Teil des Berichtes genommen. Manchmal gab

es eine Infografik, die den Sieger zeigen sollte. Grund dafür lag teilweise in der sehr kurz bemessenen Produktionszeit der Artikel.

Hypothese 2: Je höher der Qualitätsanspruch des Mediums, desto eher bleibt es der gewählten Art der Berichterstattung treu.

Ergebnis: Nicht nachvollziehbar. Das Wochenmagazin hat durch seine längere Planungs- und Produktionszyklen eher die Chance, ein einheitliches Design beizubehalten. Ob dies mit der Qualität der journalistischen Leistung zusammenhängt, konnte nicht erhoben werden, zumal alle ausgewählten Medien relativ hohe Qualitätsansprüche stellen. Den Kurier hier als so weit weniger qualitativvoll zu behandeln, sodass ein Vergleich zulässig wäre, halte ich nicht für vertretbar.

Forschungsfrage 3: Was berichteten die ausgewählten Medien über die ausgewählten TV-Duelle?

Ergebnis: Je nach Erwartungshaltung (diese ist wiederum abhängig von den mentalen Modellen) der Journalisten wurden vor allem Auffälligkeiten berichtet – die Erwartungshaltung spielt aber nicht für jeden Journalisten die gleiche Rolle. Dennoch: 1.) Etwas, das nicht der Erwartungshaltung entsprach. Je weiter das Duell von dem Erwarteten abwich, desto stärker wurde darüber – und nicht über die Sachthemen (die Positionen der Parteien und Kandidaten zu den einzelnen Themen war hinlänglich bekannt) – berichtet. Zumeist war dies unerwartetes Verhalten, unerwarteter Gesprächsverlauf. 2.) Etwas, das in dieser Form noch nie da gewesen ist und sowohl Zuseher (Sensationsgier), als auch Journalisten überrascht – auch wenn es der Erwartungshaltung entsprochen hat.

Hypothese 3a: Je höher der Qualitätsanspruch des Mediums, desto mehr Sachthemen werden berichtet.

Ergebnis: vgl. Antwort zu Hypothese 2: Die ausgewählten Medien weisen in ihrer Qualität keinen ausreichenden Niveauunterschied auf, um diese Frage seriös beantworten zu können.

Was aber bestätigt werden kann, ist ein Trend zur Personalisierung: Zwar behandelten die Medien in ihren Berichten (nicht zu verwechseln mit Analysen und Kommentaren) Sachthemen, bezogen diese aber immer auf die Duellanten und ihr Verhalten während der Diskussion. Das Format der TV-Duelle fordert dies geradezu: Die Standpunkte der Parteien sind meist hinlänglich bekannt, im Duell geht es um das Auftreten des Kandidaten – das Duell als solches personalisiert die Politik. Dementsprechend personenfokussiert ist die Berichterstattung darüber.

Hypothese 3b: Je näher der Zeitpunkt des Erscheinens des Mediums am Zeitpunkt der Ausstrahlung des TV-Duells, desto mehr Sachthemen werden berichtet.

Ergebnis: Ja. Direkt am Tag nach dem Duell erscheinen Berichte über den Sachverhalt und den offensichtlichen Gesprächsverlauf. Meist mit einem Tag Verzögerung erscheinen Analysen die Kommunikation betreffend. Das untersuchte Wochenmagazin brachte nur jeweils eine kurze, pointierte Zusammenfassung des Duells in Form eines Kommentars, ohne auf Sachthemen im Detail einzugehen.

Hypothese 3c: Je unerwarteter der Verlauf der TV-Diskussion beziehungsweise eines Aspektes davon, desto ausführlicher wird davon in den Printmedien berichtet.

Ergebnis: Ja. Abhängig von den mentalen Modellen, der Erwartungshaltung des Journalisten (und auch des Publikums) wurden zumeist unerwartete Dinge (vor allem Verhaltensweisen) ausführlich berichtet. Oder aber noch nie da Gewesenes: Das direkte Duell von zwei Vertretern des dritten Lagers, ehemals in einer Partei zusammengefasst, nun von Feindseeligkeit geprägt.

Forschungsfrage 4: Wie passierte die Rezeption und Verarbeitung der ausgewählten TV-Duelle durch die Journalisten?

Ergebnis: Unterschiedlich. Abgesehen von profil (hier gab es einen Zuständigen) wurden die Artikel eines Mediums auch nicht alle von einer Person, sondern von mehreren Redakteuren, manchmal zu zweit, geschrieben. Die Rezeption erfolgte meist vor einem TV-Gerät in der Redaktion. Auch Fink von profil wählte keine durchgängige Herangehensweise: Zwei Duelle verfolgte er live am Königslberg, andere rezipierte er vor dem Fernseher – in der Redaktion oder auch in der Privatwohnung, um sie im Laufe der nächsten Tage (bis Freitagabend) in einem Artikel zu beschreiben. Die Berichte der Tageszeitungen entstanden hingegen unter enormen Zeitdruck – innerhalb weniger Minuten (beim „Kurier“ betrug die Mindestzeit nur eine viertel Stunde, bei „Die Presse“ arbeiteten in bestimmten Fällen zwei Redakteure gleichzeitig, da mit dem Ende des Duells auch der Artikel fertig sein sollte) sollte im Idealfall ein Bericht über das eben Gesehene verfasst werden, um bereits in der Ausgabe des nächsten Tages erscheinen zu können. Ein Zurücklehnen und Reflektieren, Besprechen mit Kollegen und dergleichen ist unter diesen Umständen nicht möglich. Für die Analysen war in der Regel ein Tag mehr Zeit, da sie oft von Medienexperten – also weniger geübten Schreibern – verfasst wurden.

Hypothese 4: Je höher der Qualitätsanspruch des Mediums, desto objektiver versuchte der Journalist zu sein, d.h. umso mehr glichen sich die Herangehensweisen an die jeweiligen Duelle.

Ergebnis: vgl. Antwort zu Hypothese 2: Die ausgewählten Medien weisen in ihrer Qualität keinen ausreichenden Niveauunterschied auf, um diese Frage seriös beantworten zu können.

Forschungsfrage 5: Fand eine Delegation der Beurteilung des Duells durch Journalisten an Experten statt?

Ergebnis: Teilweise.

Hypothese 5: Je mehr Platz den Duellen in dem jeweiligen Medium eingeräumt wird, desto wird die Analyse (auch) an Experten delegiert.

Ergebnis: Die These konnte nicht widerlegt werden. Um sie als bestätigt ansehen zu können, sollte jedoch die Berichterstattung weiterer Zeitungen, bzw. zu weiteren Duellen analysiert werden.

5 Experteninterviews

5.1 Anonym

Anonymes Experteninterview bezüglich des deutschen Regelwerkes bei den TV-Duellen vor der Bundestagswahl 2005.

Welche Regeln gab es für das Duell 2005?

Viele. Es war sehr, sehr streng geregelt. Aber das entstand aus der erpressbaren Lage, in der die Sender waren. Anstatt sich gemeinsam gegen die Wünsche der Politik zu stellen, sind sie auf die Wünsche der Politiker eingegangen. Wohl aus Angst, die Kandidaten würden sonst hinter dem Rücken mit einem anderen Sender einen Deal eingehen.

Welche Formalregeln gab es?

Es gab nur ein Duell, weil Angela Merkel nur eines wollte. Anfangs hatte sie sich sogar dagegen ausgesprochen. Dann dürfte ihr jemand erklärt haben, dass totale Verweigerung auch nicht die Popularität steigert. So kam es zu diesem einen Duell. Gerhard Schröder wollte mehr, wohl wissend, dass er, der „Medienkanzler“, in diesen Diskussionen gegen die grau wirkende Merkel nur gewinnen kann.

Es gab vier Fragesteller, von jedem Sender einen. Zwei Männer und zwei Frauen – welcher Sender eine Frau und welcher Sender einen Mann schickt, hatten wir untereinander ausgemacht. Je ein Mann und eine Frau saßen einem der stehenden Kandidaten gegenüber.

Wie sah es mit Dauer und Ausgewogenheit aus?

Als Dauer war 90 Minuten festgesetzt worden. Geregelt war natürlich auch, dass es ausgewogene Redezeiten gab, aber so strikt, wie noch bei den ersten TV-Debatten zwischen Schröder und Stoiber war es nicht mehr geregelt. Damals hatten wir das 90-60-Sekunden-Antwortschema der US-Debatten verwendet.

Zusätzlich sollte es keine Einspielungen, keine Kamerafahrten und keine Shots von hinten geben. Das war ein bisschen heikel: Die Politiker fürchteten, von hinten keine gute Figur zu machen. Wird von hinten gefilmt, sieht der Gefilmte nicht, dass er gerade

aufgenommen wird. Und in solch scheinbar unbeobachteten Momenten entstehen oft unvorteilhafte Einstellungen. Das hat Merkel strikt abgelehnt. Aber auch Schröder. Ähnliches gilt für Kamerafahrten. Außerdem waren sie dramaturgisch nicht vorgesehen.

Gab es andere, nicht offensichtliche Regelungen?

Etwas skurril war auch die Abmachung, dass direkt im Anschluss an das Duell ebendieses nicht analysiert werden durfte. Es musste einen anderen Sendungsblock dazwischen geben. Vielleicht haben beide Kandidaten gefürchtet, die Meinung der Zuseher würde sich bei einer Analyse direkt im Anschluss zu stark an dieser orientieren – zu ihren eigenen Ungunsten.

Jedenfalls haben wir uns deshalb dazu entschieden, immer einen Nachrichtenblock dazwischen zu schieben – allerdings ohne Innenpolitikteil. Denn auch das hätte gegen die Vereinbarung verstoßen.

5.2 Kaspar Fink

Kaspar Fink übernahm 2006 für profil die Kommentierung der TV-Duelle.

Was waren die Vorgaben, die Grundüberlegung?

Die Grundüberlegung war, innerhalb von fünf, sechs Sätzen klar zu machen, wer innerhalb der jeweiligen Duelle von uns subjektiv als Sieger gewertet wird und das in einer halbwegs lustigen, etwas überzeichneten, fast schon satirischen Form. Es war kein klassischer Kommentar, sondern sollte das Geschehen halbwegs satirisch rüberbringen. Vorgabe war, ja keine Nacherzählung zu produzieren! Das hat jeder schon gelesen. Wir wollten auf eine unterhaltsame Weise einen Sieger küren.

Ich habe, bevor ich meine Texte geschrieben habe, noch mit unserem Ressortleiter Dr. Herbert Lackner gesprochen, wie wir das Duell beurteilt und ob wir dessen Ausgang gleich gesehen haben – bis auf eine Ausnahme, wo wir ganz verschiedener Meinung gewesen sind, waren wir uns einig.

Man hat sich vorher überlegt, was man von dem Duell erwartet und dann das, was am ehesten oder am meisten von der Erwartung abgewichen ist, raus gehoben, versucht, möglichst amüsant hervor zu streichen.

Als weiteres Unterhaltungselement haben wir unten diese Kästen angefügt, wo wir noch während der Duelle mitgezählt haben: Gesprächsthema festgesetzt, ins Wort gefallen und persönlicher Angriff und darunter Sieg nach Punkten. Die Kriterien haben wir größtenteils von der letzten Nationalratswahlen übernommen.

Wie leicht fiel die Durchführung?

Im Laufe der Duelle kommt man dann drauf, dass manche Kriterien unglücklich gewählt sind:

Wer öfter ins Wort gefallen ist – ist das jetzt eine positive oder negative Eigenschaft? Wie ist das behaftet? Auch bei den persönlichen Angriffen: Ab wann ist ein Angriff persönlich? Das ist eine unsichtbare Linie. Bei FPÖ-Chef Heinz-Christian Strache gegen sein BZÖ-Pendant Peter Westenthaler war es meistens klar: unter der Gürtellinie. Aber sonst? Was ist heftige sachliche Kritik mit Seitenhieb und was ist Untergriff? Das war wohl subjektiv.

Auch der Sieg nach Punkten hat sich im Nachhinein als etwas schwierig herausgestellt: Wir haben es so definiert, dass immer zehn Punkte zu vergeben sind, je nach dem geht es dann 6:4, 7:3 und so weiter aus – es hat auch ein 5:5 gegeben: Strache gegen Westenthaler, weil beide – Entschuldigung für den Ausdruck - unter jeder Sau waren.

Das ist aber vom Leser nicht wirklich kapiert worden. Es sind zwei, drei Mails gekommen, dass sie diese Grafik unterhalb des Textes nicht verstanden hätten. Sie haben wohl gemeint, dass die Kriterien mit dem Sieg nach Punkten in Zusammenhang stehen würden, was aber überhaupt nicht der Fall ist. Insofern war das von uns nicht gut gelöst.

Änderungsvorschläge für die nächsten Wahlen?

Den Sieg nach Punkten muss man auf alle Fälle von den anderen Sachen trennen: Wer wem wie oft ins Wort gefallen ist. Ist das überhaupt wichtig? Relevant? Für den Sieg wohl nicht direkt. Andererseits ist es sicher etwas, was sich jeder gerne anschaut. Es hat mehr Unterhaltungswert als messbaren Wert, suggeriert aber einen messbaren Wert.

Man müsste es also grafisch anders aufbereiten: den Sieg nach Punkten beispielsweise über den Text stellen, weg von der Tabelle mit den Kriterien. Diese zwei Elemente gehören getrennt. Beim Sieg nach Punkten haben wir, während die Serie gelaufen ist,

nachgebessert: Im ersten Wahlkampfheft hatten wir nicht einmal die Doppelpunkte zwischen den Punkten, die ein Scoreboard suggerieren sollen. Das haben wir zwar später geändert, aber wirklich geholfen hat es meiner Meinung nach nicht.

Wie sah die Herangehensweise aus?

Im Vorfeld der Diskussion habe ich versucht, mir halbwegs vorzustellen, was ich erwarte, welche Themen kommen werden, wer sie bringen wird, wer wird sich in der erwartbaren Form darstellen und wie diese aussieht – zum Beispiel Strache in der Rolle des Rechtspopulisten.

Während der Duelle selbst bin ich mit einem Block dagesessen und habe eine Stricherliste gemacht. Und darauf geachtet, was von meiner Vorstellung hart abgewichen ist, zu notieren, ins Zentrum zu stellen und als Aufhänger zu nehmen – bei Strache gegen Westenthaler war es einfach: die haben sich beide an Bösartigkeiten überschlagen. Das steht, glaube ich, sogar genauso drinnen. Und dass dieses Verhalten für beide wohl nicht sonderlich gescheit war. Da war ganz klar, dass man keinen Sieger feststellt, sondern ein Unentschieden gibt und dazu sagt, dass beides derart unter dem erwartbaren Niveau war, dass es keinen Sieger geben konnte.

Bei Gusenbauer war immer ein Faktor, wie schafft er es, die damals doch noch ziemlich aktuelle Bawag-Geschichte, irgendwie abzustößen, sich nicht angriffig zu machen. Ja, das war so ein Punkt bei ihm.

Das hat mich übrigens erstaunt: Die Bawag war selten so richtig ein Thema in den Diskussionen. Beispielsweise bei Van der Bellen gegen Gusenbauer: Der Grüne hat nur selten einen Vorstoß Richtung Bawag gewagt. Das war des Öfteren so. Auch Schüssel, dessen Partei sonst immer mittels Bawag die fehlende Wirtschaftskompetenz der SPÖ angeprangert hat, ließ die Bawag mehr oder minder außen vor.

Anschließend, meist am nächsten Tag, habe ich mich dann hingesetzt und die paar Sätze geschrieben. Da hat das Magazin einige Vorteile: Wenn mir am Vormittag nichts einfällt, dann schreibe ich erst am Nachmittag. Eine Tageszeitung hat diese Möglichkeit nicht – da muss man in Stundenfrist etwas hinrotzen.

Wie objektiv kann man sein?

Der Eindruck ist freilich subjektiv, das darf und soll er auch sein, aber die persönliche politische Präferenz habe ich versucht, aus den Texten raus zuhalten. Ich habe auch Sieger gegen meine Präferenzen gekürt. Die Beurteilung sollte – aus politischer Sicht – doch objektiv sein.

Wie stark ist Ihrer Meinung nach der Einfluss der TV-Duelle auf das Wahlverhalten?

Rund zwei Drittel hatten sich damals, beim Kanzlerduell, schon entschieden gehabt. Ich glaube, die Duelle werden überbewertet. Jemand der Strache sympathisch findet, wird nach einem TV-Duell nicht Van der Bellen wählen.

Wir die eigene Klientel bedient oder neue erschlossen?

Ich glaube, die Politiker wollten vor allem ihre Wählerschaft mobilisieren, bestärken. Größere Sprünge passieren beim Kanzlerduell wohl nicht. Bei Parteien, wo sich einiges überlappt, die dieselben Wählerschichten ansprechen, siehe FPÖ und BZÖ, war das Duell dann schon sehr konfrontativ. Sonst hat jeder probiert, seinen Claim abzustechen.

Schüssel ist nur einmal im direkten Duell aufgetreten, eine kluge Entscheidung?

Im Nachhinein gesehen war es sicher nicht geschickt, aber zu dem Zeitpunkt war ich mir nicht sicher. Da war es nur ein Gefühl, dass es wohl nicht goutiert wird, wenn jemand sich in der Öffentlichkeit in einem Wahlkampf so rar macht. Das hat die Achillesferse von Schüssel, diese Unnahbarkeit und dieses vom Volk Abgekehrte, das deswegen wenig soziale Image noch verstärkt.

Wäre es für Strache überhaupt möglich gewesen, im profil eine Diskussion zu gewinnen?

Ich bin mir jetzt gar nicht sicher, ob er nicht eh eine gewonnen hat. Nein, doch nicht. Na ja, irgendwie wundert's mich nicht. Aber möglich wäre es freilich gewesen.

Zu den Duellen: Van der Bellen – Grasser

Grasser hat gegen Van der Bellen gewonnen. Das war das allererste Duell. Ich bin damals auf den Küniglberg gefahren, um das Duell wirklich live zu erleben. Da war

Van der Bellen einfach schlecht, er war überhaupt nicht angriffig, hat keinen Wahlkampf gemacht, sondern hat – wie es seine Art ist – sehr, sehr zurückhaltend und sachlich argumentiert. Und Grasser hat ihn in Wirklichkeit an die Wand geredet. Das hat sich in den folgenden Duellen geändert – da wurde VDB wesentlich angriffiger, wahlkämpferischer, hat nicht nur die Verteidigungsrolle besetzt, sondern auch angegriffen. Das hat sich geändert. Aber in dieser Diskussion war Grasser einfach besser.

Strache – Gusenbauer

Der erste Auftritt von Strache. Das Erstaunliche war, dass er nicht, wie man es erwartet hatte, sehr populistisch agiert hat und auf Ausländer losgegangen ist – er hat das Ausländerthema nur recht kurz angesprochen. Er hat eigentlich sehr stark gegenüber Gusenbauer, was sehr interessant war, auf soziale Themen in den Vordergrund gestellt. Und sich sehr, sehr zahm gegeben für seine Verhältnisse, keine FPÖ-Verhältnisse. „Er hat seine staatsmännische Ader entdeckt“ habe ich damals geschrieben. Er hat sehr auf verantwortungsvoll agiert – was Gusenbauer am Anfang einigermaßen irritierte. Er ist im Laufe der Diskussion aber besser damit zu Recht gekommen und war dann vor allem auch sachlich versierter. Es hat eine kurze Phase gegeben, da haben sie sich Zahlen an Kopf geschmissen, da war offensichtlich, dass Gusenbauer sattelfester ist. Darum hat er dann auch gewonnen.

Gusenbauer – Westenthaler

Da war ich ebenfalls am Königlberg. Westenthaler hat bei diesem Duell die klassischen Wahlkampfinstrumente von Haider kopiert, also bewaffnet mit Taferl und diesen üblichen Dingen, die man von Haider schon aus älteren Wahlkämpfen kennt, zum Duell gekommen wir. Das hat für mich aufgesetzt und wie eine Kopie gewirkt. Westenthaler hat sich damals ziemlich in die Nesseln gesetzt, als er den Gusenbauer angegangen ist, von wegen Postenschacher zu Zeiten der großen Koalition und dass die SPÖ da ja der Weltmeister gewesen wäre. Das war ein großer Fehler, weil Gusenbauer denn halt stark kontern konnte mit BZÖ, Gorbach und so weiter, was da halt noch in den letzten Wochen vor der Wahl passiert ist. Da hat er dementsprechend den kürzeren gezogen:

ein klassisches Eigentor. Dieser Schlussgag vom Westi, dass er dem Gusenbauer in Anspielung auf den Bawag-Skandal die DVD „Der Fluch der Karibik“ geschenkt hat, ja, ich weiß nicht. War vielleicht ein ganz lustiger Gag, aber ich glaube nicht, dass so etwas wirklich wirkt. Populismus ohne Wirkung. Sachlich war er unterlegen.

Westenthaler-Bartenstein

Beide waren – so schien es – noch ziemlich in ihrem Koalitionsunfang verhaftet und dementsprechend zahm. Das war deshalb das einzige Duell, wo wir keine Wertung vergeben haben – „Keine Wertung zumutbar“.

Den Text selbst hat Herbert Lackner geschrieben: Am Tag nach dem Duell ist er mit den Worten „Das war so schlecht und so peinlich!“ in die Redaktion reingerauscht, das schreibe er selber. Das Duell dürfte ihn persönlich ziemlich aufgeregt haben. Sie haben keine Diskussion geführt. Die sind sich gegenübergesessen und haben sich gegenseitig erklärt, wie toll sie nicht gemeinsam Österreich regiert hätten. Wie Herbert Lackner schrieb: „Zwei Kuschelbären in Klammerstellung.. Brrrrr!“

Strache – Pröll

Bei Strache dasselbe wie in seinem ersten Duell, er hat wieder probiert, sehr staatsmännisch und zurückhaltend zu agieren und ganz und gar nicht, wie man es von ihm erwartet. Das Problem war, er wirkt in der Rolle halt unglaublicher, als Pröll. Pröll ist zwar auch nicht die Inkarnation des Staatsmannes, aber er hat doch ein seriöseres Auftreten als Strache. Vor allem in Hinblick auf das, was man sonst von Strache gewöhnt ist. Dementsprechend war die Glaubwürdigkeit beim Pröll, so hat er auch das Duell gewonnen.

Van der Bellen – Gusenbauer

Da war relativ offensichtlich, dass sie sich gegenseitig nicht wirklich angegriffen haben, sondern dass sie ihren gemeinsamen Feind in der Koalition gesehen haben und dementsprechend mehr die Regierung einhellig angeprangert haben und sich weniger mit ihrem Gegenüber beschäftigt haben. Das war allerdings erstaunlich, in der Nachbetrachtung. Immerhin war das ein Wahlkampf und die ÖVP hat ja nicht damit rechnen können, nach der Wahl mit dem BZÖ noch einmal etwas tun zu können. Darum

hat es mich gewundert, dass so wenig Aktion von den beiden gekommen ist. VDB hat manchmal Kritik geübt, beispielsweise bei der Asylgeschichte, bei der die SPÖ mitgestimmt hat, mit Zwangsernährung etc.

Strache – Westenthaler

Das war der negative Höhepunkt, sie haben sich gegenseitig nur fertig gemacht, inhaltlich war da gar nichts. Westenthaler mit seinem klassischen Wahlkampfversprechen: 300.000 Ausländer abschieben. Strache wollte ihn noch überbieten. Das war ein populistisches Duell, inhaltlich belanglos. Es war klar, dass sie ihre Forderungen nie durchsetzen können, und dass diese so populistisch ausgelegt waren, dass eine ernsthafte Diskussion von vornherein unmöglich war. Es war ein Sich-Überbieten und Zur-Schau-Stellen im negativen Sinne. Dementsprechend unentschieden.

Strache – Van der Bellen

Das war das erste Mal, dass Van der Bellen aufgetaut ist. Da war er angriffig. Das war in der Diskussion wahrscheinlich auch notwendig, weil sozusagen, sein größter natürlicher Feind, die FPÖ, ihm gegenübergesessen ist. Er hat den Strache erstaunlich gut im Griff gehabt, der Strache war einigermaßen verwundert, so hat es gewirkt, er hat nach dem ersten Auftritt von VDB wohl nicht damit gerechnet, dass der jetzt sein Auftreten so ändert, der grüne Chef. Das war der Knackpunkt: Strache konnte so nicht wirklich punkten, hat überrascht gewirkt, VDB

Mir fällt gerade auf: 7:3 ist das höchste Ergebnis – Feigheit oder Tatsache?

8:2 hat es nie gegeben, so eindeutig war es aber auch nie. Zumindest haben wir uns nicht drüber getraut. Und apropos Feigheit: Das Duell Gusenbauer gegen Schüssel haben wir 5:5 gewertet. Wobei, es hat schon der Realität entsprochen, insofern als man gemerkt hat, dass beide wahnsinnig vorsichtig waren. Zumindest in der ersten halben Stunde hat keiner einen echten Angriff gestartet, aus Angst, sein staatsmännisches Auftreten zu verlieren – was bei Schüssel als Kanzler einigermaßen verständlich war, bei Gusenbauer war es schon etwas verwunderlich. Erstaunlicherweise war es in der zweiten Halbzeit so, dass Schüssel angriffiger war als der Oppositionschef. Ich habe da

Schüssel etwas vorne gesehen. Aber sein Manko: Er hat – ziemlich sicher aus Kalkül, das sich mir allerdings nicht erschließt – das Thema Bawag nicht angesprochen. Die Bawag war drei Minuten ein Thema, und das von Thurnher vorgegeben. Und dann war es vom Tisch. Das, was die ÖVP im Wahlkampf die ganze Zeit kommuniziert hat, die fehlende Wirtschaftskompetenz der SPÖ, in diese Kerbe hat er überhaupt nicht geschlagen, obwohl das ein aufgelegter Elfmeter gewesen wäre.

5.3 Martin Fritzl

Martin Fritzl, Innenpolitikredakteur der Tageszeitung „Die Presse“, zu den TV-Duellen der Nationalratswahlen 2006 und deren Verarbeitung im Printmedium

Gab es für die Berichterstattung über die TV-Duelle Vorgaben?

Prinzipiell: Die TV-Duelle haben spät am Abend stattgefunden, der Redaktionsschluss für die Spätausgabe wurde dafür eigens nach hinten verlegt. Das hatte aber zur Folge, dass das Ganze zeitlich ziemlich eng war. Sprich: Mit Ende der Fernsehsendung musste auch die Geschichte schon fertig sein.

Länge und Format waren dadurch natürlich schon vorgegeben. Es gab für die erste Ausgabe eine Platzhalter-Geschichte, die dann ausgetauscht wurde. Inhaltliche Vorgaben (Themengewichtung etc.) gibt es keine.

Wie waren Ihre Herangehensweise und Arbeitsbedingungen?

Ich bin in der Redaktion vor dem Fernseher gesessen (natürlich alleine), mit gezücktem Block, und habe so nach 20, 25 Minuten zum Schreiben angefangen. Verfügbare Zeit zwischen Duell und Abgabetermin: Keine!

Nach welchen Kriterien haben Sie entschieden, was Sie in Ihren Artikel nehmen?

Nach den üblichen journalistischen Kriterien - das was mir am interessantesten schien. Leider sind mir die nervenzerfetzenden Sendungen nicht mehr im Detail in Erinnerung, ich kann also meine Entscheidungsfindung nicht mehr wirklich begründen (ich weiß nicht einmal mehr, was in meinen nervenzerfetzenden Geschichten gestanden ist). Vorgekommen ist jedenfalls hauptsächlich das, was in den ersten 20 Minuten gesagt

wurde, danach nur noch, wenn wirklich Aufregendes gesagt wurde. Was mir als aufregend erschien. Unerwartetes.

Wie weit spielt die eigene Erwartungshaltung eine Rolle?

Wie weit können und sollen persönliche Vorlieben und Erfahrungen ausgeblendet werden?

Ich würde diese Fragen gerne gemeinsam beantworten. Das ist jetzt eine Erkenntnistheoretische Frage. Ich bin der Meinung, dass man Erwartungshaltungen, Vorlieben, Erfahrungen niemals ausblenden kann, dass das immer in die Arbeit einfließen muss. Entscheidend ist, ob diese subjektive Sicht der Dinge reflektiert wird oder einfach unreflektiert einfließt. Ich weiß natürlich, dass es die Anhänger des journalistischen Reinheitsgebots gibt, die glauben, dass man in Nicht-Meinungselementen zur Objektivität verpflichtet ist – meiner Meinung nach ein etwas naiver Ansatz. Denn Objektivität setzt voraus, dass es einen allgemeingültigen Bezugsrahmen gibt – und den gibt es bestenfalls in örtlich und zeitlich beschränktem Ausmaß.

5.4 Bernhard Gaul

Bernhard Gaul ist Redakteur des „Kurier“ und derzeit als Korrespondent in Brüssel tätig. 2008 analysierte er das Duell von BZÖ-Chef Jörg Haider gegen ÖVP-Obmann Wilhelm Molterer.

Im „Kurier“ haben verschiedene Autoren Artikel zu den Duellen verfasst. Wie wurde entschieden, wer dafür verantwortlich ist?

Das war Aufgabe desjenigen, der an diesem Tag Abenddienst hatte.

Nach welchen Kriterien wurde gewählt, welche Inhalte Eingang in den Artikel finden?

Prinzipiell schreibt man die Themen und griffige Aussagen mit - Neues ist bei den Duellen ja kaum dabei. Final ausgewählt wird nach Relevanz für den Leser und dem Platzangebot – selbst wenn es eine spannende Grundsatzdiskussion geben sollte, ist meist kein Platz da, auch den Hintergrund zu beleuchten. Als Folge lässt man das besser

aus. Wichtig ist also ein Ohr für wesentliche Richtungsänderungen, klare Ansagen - etwa Steuern rauf oder runter – und Seitenhiebe: Die Leute wollen ja auch gern Blut sehen.

5.5 Peter Hajek

Peter Hajek ist Meinungsforscher und Strategieberater in Wien.

Was ist besser – ein streng reglementiertes und entsprechend vorhersehbares TV-Duell mit Inhalten, oder ein gänzlich offenes Format, das Emotion und Interaktion der Kandidaten zulässt, bei dem die Sachthemen aber kurz kommen können?

Man sollte das aus der Sicht der Wähler beurteilen. Es gibt Personen, die beschäftigen sich jahrelang nicht mit Politik. In den USA sehen sie dann drei große Diskussionen, in denen beinhart die aktuellen Sachthemen abgehandelt werden. Zwar mit Untergriffen, ja, aber es ist nicht so ein Geschwafel wie bei uns. In den österreichischen TV-Duellen erfährt man nichts.

Das Argument gegen das amerikanische Format ist, dass die Fragen bekannt sind, dass die Politiker wie ein Referat ihre Statements abspulen. In Österreich, so der ORF, geht es darum, etwas über die Personen und ihren Argumentationsstil zu erfahren. Wie sie mit Kritik umgehen..

Unsere Politiker sind doch auch gecoach. Die zeigen nur, was sie wollen, das vom Wähler gesehen wird. So professionell ist auch das österreichische Politpersonal. In den USA müssen die Kandidaten die eigene Überzeugungskraft einbringen. Das macht dort – neben den Inhalten – den Unterschied. Die Frage ist: Will man eine Sachdiskussion oder – wie in Österreich – Brot und Spiele. Hier gibt es nur in den ersten zehn Minuten Inhalte, weil die Politiker wissen, dass sie da ihre Botschaften rüberbringen müssen. Danach passiert vierzig Minuten lang nichts.

Wenn das so ist, hängt das aber auch mit der Moderation zusammen.

Unsere Debatten sind irrsinnig davon abhängig, ja. Wenn ein Moderator den Kandidaten nicht gewachsen ist, läuft das Duell aus dem Ruder. Vor allem, wenn sich die Kandidaten wie etwa Jörg Haider nicht an die Spielregeln dieses offenen Formats – nach Möglichkeit nicht untergriffig, nach Möglichkeit sachorientiert - halten. Populisten nutzen das aus, weil das Publikum nicht irritiert reagiert: „Igitt, da sitzt ein Populist.“ Im Gegenteil, sie freuen sich: „Der sagt’s eana eini!“ Will man das? Österreichs TV-Duelle sind moderne Gladiatorenkämpfe. Doch was tragen sie zur politischen Meinungsbildung bei?

ORF-Argument: Man weiß, wen man sympathisch findet, welchen Diskussionsstil man bevorzugt, wen man lieber an der Spitze der Regierung haben möchte.

Das weiß man vorher aber auch. Die einzigen beiden Male, wo das TV-Duell wirklich etwas bewirkt hat, gehen auf Jörg Haider. Einmal die Taferl-Geschichte, das zweite Mal jetzt 2008, als er sich als Elder Statesman geriert hat. Das BZÖ wusste, dass Haider über das Duell mehr Personen ansprechen kann, als es das orange Wahlkampfbudget ermöglicht hätte.

Das war von Stefan Petzner gut gemacht.

Aber bei allen anderen Parteien geht es darum, Stammwähler zu befriedigen, ihnen die Positionen noch einmal kurz zu umreißen. Das war’s.

In den Duellen scheint es, als ob Politiker, unabhängig von den Positionen ihrer Parteien, bestimmte Rollen einnehmen: Der Staatsmann, der Rächer des kleinen Mannes, der Konstruktive, der Revoluzzer.

Politiker spielen doch immer nur Rollen. Aber es stimmt schon: In diesem Fall kommen noch die Berater dazu. Sie machen Umfragen: Wo kommt der Politiker wie gut an. Sie ermitteln den USP (Unique Selling Point, Anm.) und richten den Auftritt des Politikers danach aus.

So wurde Willi Molterer in den Duellen zum Säckelwart der Nation. Das haben ihm die Leute abgenommen. Wenn Werner Faymann hundertmal „Nicht streiten“ verkündet, glauben ihm die Menschen, weil er eher der konsensuale Typ ist.

Sprich: Politiker spielen Rollen, aber keine, die nicht authentisch sind. Das war auch das Problem der ÖVP im Wahlkampf 2008. Da hat Molterer nicht, wie später in den

Duellen, den braven Säckelwart gegeben – er kam in dieser Rolle in der Kampagne gar nicht vor. Normalerweise stimmt man das aber freilich ab.

In Österreich kommt das Problem dazu, dass Politikberatung aus Sicht der Parteien ziemlich unprofessionell gemacht wird. Natürlich gibt es gute und schlechte Berater, das Hauptproblem aber ist, dass in Österreich die Beratung nicht stringent durchgeführt wird. Natürlich ist das in den USA einfacher, da steht nicht ein riesiger Parteiapparat dahinter, der mitmischen will. Dort gibt es nur einen Kandidaten und sein Team – die arbeiten minutiös, punktgenau und passen alles in das große Ganze ein. In Österreich reden alle mit: „Ich kenne da den Berater..“, „...die könnten doch auch gemeinsam..“, „das könnte doch auch..“ – dabei kommt oft nichts Gescheites heraus. Klassisches Beispiel: Gio Hahns Wahlkampf in Wien. Jahrelang wurde er als urbaner, moderner, fast schon philosophisch angehauchter Bürgerlicher präsentiert. Dann kam er mit den Forderungen nach „Mehr Schutz für Ihr Eigenheim“, „Stadtwache“ und so weiter. In einem Interview sagt Hahn, wir bräuchten die Stadtwache, er sei auch schon bestohlen worden, und, und und. Am Ende der Suada meint er, man solle das alles aber nicht überbewerten, so schlimm sei die Situation gar nicht. Also was jetzt? Das versteht doch kein Wähler.

Es geht also darum, alles auf die Kampagne abzustimmen, auch die Auftritte in den TV-Duellen. Außer ich will gezielt einen Strategiewechsel vornehmen. Das ist bei den TV-Duellen aber schon sehr knapp vor der Wahl. Und auch wenn sich immer mehr Menschen quasi in der Wahlkabine entscheiden, ein Großteil bildet sich schon Wochen vor der Wahl die Meinung. Die würden von einem Strategiewechsel vor den Kopf gestoßen.

Ist bei den TV-Duellen nicht ohnehin mehr zu verlieren als zu gewinnen?

Theoretisch ja. Die Wahrscheinlichkeit, dass ich einen positiven Treffer lande, ist weit geringer, als dass mir ein Schnitzer passiert. Das geht einfach sehr, sehr schnell.

Bei Journalisten gibt es gemeinsame Gewichtungskriterien – etwa, was eine Geschichte ist und was nicht. Gibt es auch in der Politikberatung gemeinsame Prinzipien, wie Politiker gecoacht werden?

Dass es diese gemeinsamen Kriterien gibt, lässt sich sogar an den Kommentaren der Meinungsforscher ablesen: Sie widersprechen sich kaum noch. So wie Journalisten im Gespür haben, was eine Geschichte ist, wissen auch die Berater, was für Journalisten interessant ist. Bei den Duellen kommen aber mehrere Berater zusammen: Jene, die die politischen Botschaften vorbereiten. Und die, die das Verhalten vor der Kamera üben – Medientrainer. Thematisch versucht man das natürlich so vorzubereiten: „Wo kann ich Treffer landen“. Aber das kann sich die Gegenseite ja leicht ausrechnen. Es ist eine Patt-Situation, weil alle inhaltlich gut vorbereitet sind. Es gibt für die Kontrahenten kaum Überraschungen: „Ah, mit dem kommt er jetzt.“ Schublade auf, Text abgespult, fertig. Das kennt ja fast jeder von den Gehaltsverhandlungen – da weiß man auch, womit die Gegenseiten kommen wird.

Gibt es ein Spannungsfeld zwischen consulterischer und medialer Inszenierung?

Es wäre schön, wenn es das gäbe, in Österreich ist das aber nicht der Fall, schon gar nicht bei den TV-Duellen. Medien bekommen hierzulande, was sie wollen, Politiker auch. In Österreich können Politiker unwidersprochen ihre Statements abspulen. In den meisten Fällen sind Interviews – nicht nur die TV-Duelle – nicht rasend kritisch. Da werden Fragen abgehandelt, die zwar interessant sind, aber der Journalist sich nicht ausreichend auskennt: Personalabbau in den Medien, Produktionsdruck. Da bleibt nicht mehr viel Zeit für Recherche. Als Journalist bist du dem Politiker immer unterlegen, er ist in jedem Fall besser informiert. Dann wirft er eine Zahl ein und der Journalist muss entweder die Chuzpe haben, sie in Frage zu stellen – so sind die Journalisten aber selten gebrieft -, oder sie hinnehmen. Ein Politiker kommt aus diesem täglichen Kommunizieren – in der Partei, mit Journalisten, mit den Wählern. Er ist das gewohnt. Bei den Sommergesprächen war es deshalb eine Schnapsidee des ORF, berühmte Persönlichkeiten einzuladen. Heinz-Christian Strache und Herbert Kickl haben sich auf das Sommergespräch mit Monika Weinzierl nicht einmal vorbereitet. Die haben gewusst, dass sie nicht so firm sein kann, wenn sie sich nicht wirklich intensiv vorbereitet hat. Und dafür fehlt eben oft die Zeit, auch den Journalisten.

Man kann zu den einzelnen Politikern stehen wie man will, aber sie sind deshalb so gut, weil sie über so ein großes Sachwissen verfügen.

Bei den Konfrontationen übernehmen teils die Kontrahenten die Rolle den Nachfragers, Kritikers.

Auch das ist kritisch zu sehen. Van der Bellen stellt eine Frage, Strache antwortet nicht, Thurnher hakt nach. Ist das journalistisch oder ist das politisch? Journalisten müssen aufpassen, sich nicht vor den Karren anderer spannen zu lassen.

Was ist aus Sicht der Berater bei den TV-Duellen wichtiger: die Zuseher oder die mediale Nachbereitung?

Das ist fast Henne und Ei. Haider war egal, was die Medien schrieben. Und es ist tatsächlich so: Wenn ich mir sicher bin, dass ich die Bevölkerung hinter mir habe, dann können mir die Medien relativ egal sein. Wenn ich aber die Medien als Plattform brauche, werde ich versuchen, diese Klientel zu bedienen: Wie Haider 2008: Er spielt den Elder statesman, die Medien schreiben, wie klasse er nicht sei. Journalisten müssen sich auch hier die Frage stellen: Wie weit sind sie Gehilfen mancher Parteien oder Politiker?

In eine Formel gepresst: Je geringer die Möglichkeiten direkter Kommunikation mit der Bevölkerung, desto eher spreche ich im TV-Duell die Medienvertreter an.

5.6 Josef Kalina

Josef Kalina war zum Zeitpunkt des Interviews Bundesgeschäftsführer der SPÖ.

Die ÖVP gibt an, sich nicht speziell auf die Duelle vorzubereiten. Was tut die SPÖ?

Wir bereiten uns freilich vor. Die ÖVP tut so, als ob das eine Arbeit wär', auf die man sich nicht konzentrieren muss. Aber das ist Österreich. In Österreich redet man nicht darüber, was man verdient, und und und. Es ist von so komischen Tabus geprägt. Ein Politiker darf nichts lernen, er muss schon als Medienprofi zur Welt gekommen sein.

Und dann, so kommt mir vor, gibt es unter Journalisten immer das Gefühl, es wird die amerikanische Politik kopiert. Was ja ein totaler Unsinn ist.

Inwiefern ist das Ihrer Meinung nach ein Unsinn?

Der Unterschied könnte gar nicht größer sein. Ich beschäftige mich schon seit langem damit, habe mir früher auch in Amerika Dinge vor Ort angesehen und Topleute getroffen – unter der Clinton-Administration noch. Wenn man das seriös macht, kommt man innerhalb von ein paar Tagen drauf, dass man die Methoden gar nicht übernehmen kann, weil die Systeme unterschiedlicher nicht sein könnten. Der amerikanische Wahlkampf richtete sich in der Tat nur aufs Fernsehen. Jetzt gibt es dort auch schon einige Zeit eine Änderung Richtung Grass-Roots-Campaigning, sie nutzen nun stärker die Vorzüge einer Organisation, der Internetvernetzung et cetera. Aber: nach wie vor ist der Pfeiler in der amerikanischen Kommunikation in der Politik das Fernsehen. Das kann man in Österreich gar nicht machen. Wir haben erstens nur „ein“ Fernsehen und in diesem einen Fernsehen ist es zweitens verboten, politische Werbung zu machen. Das heißt, das, worauf sich ganze Horden von amerikanischen Spezialisten werfen, nämlich Fernsehwahlkampf in seinen verschiedenen Formaten, kann man sich in Österreich an den Bauch picken, weil es schlichtweg verboten ist. Wenn man das jemandem in Amerika erzählt, greifen sie sich an den Kopf, die haben geglaubt, das hätte es nur damals in Moskau unterm Kommunismus gegeben: ein Staatsfernsehen ohne politische Werbung. Das amerikanische Modell kann schon deshalb nicht in Österreich verwenden. Die ganze Mobilisierung, die Finanzierung, all das ist komplett unterschiedlich. Was aber nicht heißt, dass man nichts lernen könnte. Was uns sehr wohl genutzt hat, sind die dort ständig aktualisierten Erkenntnisse: Wie wirkt Kommunikation im Fernsehen, wie kommt es rüber bei den Menschen, die Du erreichen willst. Das ist ja keine 1:1-Wirkung. Zum Beispiel, wenn ich jemanden im Fernsehen attackiere, stehen dann die Zuseher auf meiner Seite oder der des Attackierten? Solche Dinge kann man sicherlich übernehmen. Wovon wir sicher auch profitiert haben, schon vor Jahren, ist zu übernehmen, wie Meinungsbefragungen gemacht werden. Da hat es in Österreich einen Nachholbedarf gegeben. Mittlerweile ist es ziemlich ausgeglichen.

Aber das Fernsehen ist ja auch in Österreich die wichtigste Informationsquelle.

Man kann unschwer feststellen, dass die Bekanntheit und oft auch die Beliebtheit von Politikern überdurchschnittlich davon abhängt, wie viel er im Fernsehen präsent ist. Das ist wohl eine der menschlichen Grundeigenschaften: Wenn man einen Menschen vor sich sieht, und auch sprechen hört, also die komplette Erscheinung eines Menschen

kennt, kriegt der Zuschauer ein völlig anderes Bild, als wenn er über den Politiker immer nur in der Zeitung liest oder im Radio hört. Die Menschen haben das Gefühl, die Person besser zu kennen und besser beurteilen zu können, als wenn sie ihn nicht so gut kennen. Und da muss man wohl ansetzen. Beispiel Fernsehmoderatoren – die gehören quasi zur Familie. Es wäre ja auch interessant festzustellen, welchen Schock Österreichs Haushalte erlitten haben, als jetzt im Zuge der Reform die Sendung „Willkommen Österreich“ kurzfristig abgeschafft worden ist und somit mehrere Familienmitglieder in mehreren tausend Familien quasi verstorben sind, von einem Tag auf den anderen.. (lacht) Da sieht man nur, dass man auch im Fernsehen nicht herzlos sein darf. Es ist ein gewohnter Partner für viele einsame Menschen. Und für Politiker ist Fernsehen das wichtigste Medium, weil es vielen Wählern die Möglichkeit gibt, einen Blick auf die Person zu bekommen.

Trainiert man darauf?

Da muss man genau sein. Fernsehen hat ja verschiedene Facetten. Das ganze Jahr über gibt es die Nachrichten, die derzeit meiner Meinung nach wieder eine problematische Entwicklung nehmen im Sinne einer noch drastischeren Verkürzung – die ich demokratiepolitisch für problematisch halte: Das Verknappen von O-Tönen auf acht Sekunden halte ich für einen Fehler, den man gerade im öffentlich-rechtlichen Fernsehen vermeiden sollte. Man sollte Politikern erlauben, dass sie wenigstens einen Gedanken dem Wahlvolk nahe bringen können. Das ist also die Tagesarbeit, wo an die Politiker die Anforderung gestellt wird, in ganz knappen Worten einen komplexen Sachverhalt darzustellen.

Sollte man als Politiker dem nicht entgegenwirken und aus Protest keine Acht-Sekunden-Sager loslassen sondern mindestens zwölf brauchen?

Ich glaube, man kann da nur in einen Diskurs mit den Fernsehmachern treten. Beispiel „ZIB 1“: Ich glaube, dass die große Masse der Zuschauer Interesse an der Politik hat und wissen möchte, was passiert im Land und auf der Welt. Und deshalb sollten die Fernsehleute danach trachten, die Erwartungen meiner Zuseher in die Hauptnachrichten des Landes zu erfüllen. Ich meine, sie erwarten für sie relevante Informationen, die sie sonst nicht so bekommen. Und ich glaube weiters, dass die Fernsehjournalisten ihr

eigenes Publikum unterschätzen und unterfordern, wenn sie in den Hauptnachrichten über das Panda-Baby berichten. Wenn jemand etwas über das Panda-Baby erfahren möchte, dann kann er das in Sendungen wie „Willkommen Österreich“. Ich bin ja dafür, dass man das Panda-Baby so breit wie möglich covert, wirklich: vom Kinderfernsehen am Vormittag, bis hin zum Hauptabendprogramm. Aber in den Hauptnachrichten hat Fu Long nichts verloren. Auch das Wiener Schnitzel hat da nichts verloren. Ich schaue mir das an und denke: hier werden die Zuseher – a – für blöd gehalten und – b – blöd gemacht. Und das ist falsch, das setzt eine Spirale der absichtlichen Verblödung in Gang, die die Fernsehmacher selbst wieder macht. Und das ist nicht nötig. Das führt dazu, dass Leute sagen: „Das muss ich mir nicht ansehen. Wozu muss ich sehen, dass in Berlin jetzt alle Wiener Schnitzel essen?“ Oder dass der Fu Long jetzt aus seiner Wurfbox rausklettert. Wozu? Das ist ja ein Witz. Das kann ich um 18 Uhr sehen. Oder danach. Die „ZIB 1“ hat eh nicht mal mehr 15 Minuten. Die gehören in erster Linie gestaltet nach Relevanz. Was ist wichtig. Und dann sollten sie natürlich schon auch Hintergründe anreißen, soweit das halt geht. Ich diskutiere das gerne. Aber auf der anderen Seite muss ich die Medien so nehmen wie sie sind. Und ich muss mich fügen. Darum muss ich die Verknappung beherrschen, damit ich halbwegs Einfluss nehmen kann darauf, was bei den Leuten morgen von mir hängen geblieben ist.

Völlig anders ist natürlich die Frage, wie gestalte ich ein Interview in einer „ZIB 2“ oder in einem „Report“. Völlig anders gestaltet man ein Gespräch, wo ich mit anderen Politiker in einer Konfrontationssituation bin wie „Im Zentrum“. Und ganz anders sind wieder im Wahlkampf die großen TV-Duelle, wo man sich wieder auf die Formate einstellen muss: Sitze ich einem oder mehreren Kontrahenten gegenüber. All das sind sehr eigenständige Formate, wo wir aus der Forschung schon genau wissen, wie das Publikum auf welches Ereignis reagiert.

Meinen Sie österreichische Forschung oder internationale?

Wir machen das seit langem für uns selber, aber wir schauen uns natürlich auch an, wie andere Dinge ankommen, beispielsweise die Fernsehduelle in Amerika. Die sind natürlich mehrfach analysiert: Wie ist das gemeint, wie ist es angekommen. Die Studien lesen wir natürlich auch. Aber wir haben eine eigene Wirkungsforschung, sprich, wir lassen bei österreichischen Duellen Kontrollgruppen parallel analysieren, wie was

ankommt. Weil das wesentlich ist. Obwohl man dazu neigt, dass man dauernd alles auslagert und erforscht, gehört es aber auch dazu, dass sich das engste Team mit seiner Erfahrung selbstkritisch anschaut und Schlüsse für das nächste Mal zieht.

Wie kann man sich also auf die TV-Duelle vorbereiten?

Ich glaube, das allerwichtigste sind Fakten. Fakten, Fakten, Fakten. Nur die Politiker, die sattelfest in den Basics sind, sind in der Lage, dann auch eine Wirkung zu entfalten, die weit über das bloße Faktenwissen hinausgeht. Die Forschung sagt zwar klar, dass sich die Leute wenig Inhalt merken – stimmt –, aber trotzdem sind für mich die Inhalte und Fakten das wichtigste.

Als Mittel zum Zweck?

Als Mittel zum Zweck. Als solide Basis. Wenn man die nicht hat, kommt man unweigerlich ins Schwimmen, weil man dauernd mit etwas konfrontiert ist, was man nicht kennt, was man nicht weiß. Und diese Unsicherheit spüren die Leute sofort.

Fakten sind also der erste Punkt. Der zweite ist, sich genau zu überlegen, worüber möchte ich sprechen und worüber möchte mein Kontrahent sprechen. Das ist ja nicht furchtbar schwer. Das erfordert nur Konzentration und Vorbereitungszeit. Man muss sich hinsetzen und überlegen: Was sind meine Botschaften an die Leute. Und womit wird mich mein Kontrahent konfrontieren. Ich kann also ziemlich genau abschätzen, was wird kommen und mich dann darauf vorbereiten. Das ist die Grundvoraussetzung.

Wer macht die Vorbereitung?

Wir haben – auch im letzten Wahlkampf – ein Team, die Führung hatte ich als Kommunikationschef. Wir haben ein kleines Team, das Recherche und Analyse heißt. Da fließen die Produkte zweier Teams ein: von der „Heimmannschaft“, wie wir sie nennen. Die beschäftigt sich damit: „Was wollen wir selber sagen“. Sozusagen die Offense, um im Amerikanischen zu bleiben. Und dann gibt's noch die Defense: „Mit welchen Tackles müssen wir rechnen?“ Beide Teams beginnen mehrere Monate vor dem Wahltermin ihre Arbeit, recht locker anfangs, gegen Ende hin wird die Arbeit natürlich intensiver, mehr als ein Fulltime-Job.

Haben Sie dieses System von den Amerikanern übernommen?

Wir haben das System schon lange. Das hat Greenberg, denke ich, im Hofer-Buch ganz schön beschrieben. Wir machen Vorbereitungsbücher, wo die eigenen Botschaften drinnen stehen und mögliche Attacken. Das Defense-Team darf dann schon auch Vorschläge machen, wie wir am besten worauf reagieren. Die Arbeit der Teams ergibt unglaublich viel Text, die der arme Spitzenkandidat tatsächlich lesen muss – und auch tut. Das haben bei uns auch alle gemacht, bisher.

Wie viel Zeit verwendet der Spitzenkandidat auf diese Vorbereitung?

Ich finde es ja komisch, dass in Österreich niemand darüber redet und so verschämt tut. Wenn man sich ansieht, was die Parteien alles tun, um Kontakt zu den Wählerinnen und Wählern zu bekommen: welchen Zeitaufwand, welche Kilometer man reist. Die einfachste Fernsehsendung, die nicht die Topquote hat, erreicht mehr Zuschauer, als wir in der Lage sind, in einem Jahr zu besuchen. Man kann die Kontakte nicht vergleichen, weil die Möglichkeit auch zum kürzesten persönlichen Gespräch ist natürlich höherwertig, keine Frage. Wenn ich am Marktstandl steh' und auch nur fünf Minuten Zeit habe, mit ein paar Leuten zu reden, ist die Wirkung natürlich größer, als jedes Fernsehgespräch. Also soll man nicht so verschämt sein: Wenn schon 400.000 Zuseher habe bei einer Sendung wie „Im Zentrum“, wo Leute auftreten, die nicht einmal sonderlich berühmt sind, da muss ich schon ganz, ganz viel reisen, damit ich in der Lage bin, diese 400.000 einmal zu treffen. Das ist auch der Grund, warum ich gar keinen Hochmut an den Tag lege, wenn ein Rundfunkmedium an mich herantritt, sei es ATV, Puls oder auch Radio Grün-Weiß, das ist mir Wurst, ich nehme mir die Zeit, ich konzentriere mich darauf. Denn selbst wenn mir „nur“ 20.000 Leute zuhören in der Mur-Mürz-Furche bei Radio Grün-Weiß habe ich 20.000 Leute, die mir zuhören. Und das muss man mal schaffen.

Da wird man wohl nicht unvorbereitet hingehen..

Das meine ich. Wenn ich ein Referat vor 300 Leuten halte, muss man sich vorbereiten. Das sagt man auch in der Politik. Und dann heißt es bei den Duellen, wo eine Million Leute zusehen, man bereitet sich nicht darauf vor. Das ist doch kindisch. Umso wichtiger ist es, sich genug Zeit für die Vorbereitung zu nehmen. Der Spitzenkandidat

muss sich das auch alles zu Gemüte führen, damit er ein Gefühl dafür bekommen, wie wird die Diskussion sein. Zeitlich kann man das nicht wirklich fixieren, teilweise gehört diese Art der Vorbereitung zum Tagesgeschäft, teilweise ist sie intensiver, weil die TV-Duelle anstehen. Der Zeitaufwand steigt jedenfalls, je näher man zum Duell-Termin kommt.

Die Vorbereitung ist wie bei einem Sportsmann vor einem Match: Was ist mein Ziel? Wie gehe ich es an? Und womit werde ich konfrontiert. Erst wenn man diese beiden Pole – ich und das Gegenüber – verinnerlicht hat, ist man frei genug, sich dort zu entfalten.

**Ich habe im Format über die Trainingseinheit im Hotel Altmannsdorf gelesen:
Stichwort Gerd Millmann und der Problembär. Wie lief das damals ab?**

(lacht) Das geht jetzt ein bisserl zu weit. Ich werde jetzt nicht verraten, wer was macht. Aber wenn das so geschrieben steht... Klar ist, dass wir uns schon den einzelnen Kontrahenten widmen. Ich halte das auch für wichtig. Du studierst ja auch beim Fußball, wie die gegnerische Mannschaft spielt. Und das tun wir natürlich auch. Der Zweck der Übung ist – und das machen von Bill Clinton über Nicholas Sarkozy alle Leute – zu vermeiden, dass du dann im Echtttest, also Live, zum ersten Mal mit etwas konfrontiert bist. Um Überraschung zu überwinden, braucht man nun mal ein paar Zehntelsekunden, die aber bei den Zuschauern schon wirken. Und wenn Du auf diese Situation aber eingestellt bist, bist du gelassener, weil du weißt: „Ah, jetzt kommt er mit dem“. Die ganze Reaktion wird viel sicherer sein, man kann sich stärker darauf konzentrieren, was will man selbst sagen, weil man nicht erst überlegen muss, wie man überhaupt darauf reagieren soll. Man muss dazu sagen, dass Politiker eh irrsinnig schnell sind, eine unglaubliche Auffassungsgabe haben. Aber Überraschung kostet immer Zeit – Stichwort Taferlpartie. Es gelingt immer wieder Leuten, Überraschungen zu setzen. Und je weniger Überraschungsangriffe man handlen muss, umso besser.

Also Sparring-Partnern, die auch die Persönlichkeit eines Kontrahenten mimen.

Ja, natürlich. Nur das. Alles andere ist schön, aber nur das hilft. Und der Kontrahent muss sich dem unterziehen. Auch wenn es manchmal unangenehm ist. Es ist wohl das unangenehmste, was man sich vorstellen kann. Solche Trainingssessions erfordern eine

überdurchschnittliche Bereitschaft zur Selbstkritik. Man braucht ein Team, dem man sich ausliefert. Das Team braucht auch irrsinnig viel Fingerspitzengefühl. Manchmal ist es freilich auch eine Riesengaudi, man muss es aber auch sehr, sehr ernst nehmen. Der Spitzenkandidat ist sehr exponiert, er ist die verwundbarste Person der ganzen Kampagne, auf ihn konzentriert sich der ganze Zorn, die ganze Attackenstärke des Gegners. Man muss ihn kritisieren und aufbauen zugleich.

Wie plant man das zeitlich?

Es gibt verschiedene Modelle: Man kann ein intensives Wochenende machen, man kann es abends machen. Je nach Gusto und wie es der Terminkalender zulässt.

Nach welchem Gesichtspunkten wählt man die Kontrahenten aus?

Hm. Man sollte es auch nicht überschätzen. Man braucht die Situation eines Rollenspiels. Dazu benötigt man nicht unbedingt einen Schauspieler, sondern eine vertrauenswürdige Person, die sich der Argumente bedient. Wir versuchen das mit Mann und Frau zu spielen.

Ist die Wirkung von Mann und Frau in einer Diskussion Ihrer Meinung nach so unterschiedlich?

Auf alle Fälle. Auch wenn es manchen Leuten ideologisch nicht in den Kram passt. Ich denke, es gibt so Archetypen. Und es ist einfach ein Unterschied, ob Frau gegen Frau, Mann gegen Mann oder Mann gegen Frau antreten. Es gibt Grundverhaltensmuster in uns Menschen. Man erwartet, dass ein Mann mit einer Frau anders umgesehen muss und umgekehrt, als mit einem Kontrahenten des eigenen Geschlechts. Ich glaube, es ist besser, man beachtet diese tief sitzenden Grundmuster, als man ignoriert sie aus ideologischen Gründen.

Apropos Wirkung, wie hoch schätzen Sie die Wirkung der TV-Duelle auf das Wahlverhalten ein?

Gute Frage. Ich glaube, die Wirkung ist wichtig. Wie alles, was man im Wahlkampf macht. Es gibt auch die Debatte, wie wichtig ist Werbung. Wenn ich glaube, es ist nicht wichtig, dann lasse ich es bleiben. Ich persönlich glaube, dass das ein totaler Unsinn ist

und Werbung ganz viel bringt. Und in der Politik bringt Präsenz etwas. Das, was beim Wahlergebnis rauskommt, ist die Summe von vielen Faktoren: von gelungener Politik. Dankbarkeit ist aber keine politische Kategorie, das heißt, mit Bilanzen gewinnt man nichts, wie jeder Politikwissenschaftler bestätigen wird. Aber ohne Bilanz auch nicht, weil sie die Basis für die Glaubwürdigkeit und das Vertrauen in die Zukunft sind. Auf einer anderen Basis kann der Wähler keine Erfahrung mit einer Partei machen. Das ist irgendwie eine Henne-und-Ei-Debatte: Ich brauche eine Bilanz und eine Vision. Und ich brauche Kommunikation, Werbung, Veranstaltungen, Mobilisierung, Reise, TV-Duelle, Fernsehsendungen, Zeitungen, Magazine, Radio. Ich lasse gar nichts weg, alles ist aus meiner Sicht wichtig. Und dann gibt es Dinge, die besonders wichtig sind, zum Beispiel wegen der einmaligen Breite des Publikums. Deshalb sind die Duelle so wichtig: Weil es halt gar nichts anderes gibt, wo zur gleichen Zeit so viele Leute sich etwas anschauen und daher die Wahrscheinlichkeit da ist, dass ein weiterer Prozess stattfindet. Der nächste Prozess findet ja dann nach der TV-Debatte statt, in der Analyse. Auf jeden Fall auf der Fachleuteebene, aber wenn du es gut machst und die Menschen in ihren Bedürfnissen erwischst, dann passiert das, was meiner Meinung nach das Beste und Wesentlichste für die Politik ist, nämlich dass sie – ganz ohne Zutun der Filzmaiers und Bachermayers und anderer Meiers – tatsächlich am nächsten Tag im Büro diskutiert werden. Ich würde ja gerne ein Netzwerk aufbauen, das dieses Diskutieren in der Öffentlichkeit stimuliert, aber das wäre dann wohl schon wieder etwas künstlich. Aber wenn man es schafft, dass die Leute in der Straßenbahn, im Büro über Politik sprechen, sagen „Hast du gestern den Gusenbauer gesehen?“, dann hat man die größte Wirkung erreicht. Und das gelingt meiner Meinung nach nur mit Fernsehen.

Am meisten Gesprächsstoff liefern aber Ausrutscher. Die Leute lästern gerne. Ist diese größte Wirkung nicht ambivalent?

Das macht auch nichts, wenn es menschlich ist. Die Frage ist ja, was merken sich die Menschen. Die Gusenbauer-Schwitzdebatte hat ihm überhaupt nicht geschadet. Unabhängig davon, was die Experten sagen. Man müsste sowieso eine Trennlinie zwischen der Expertenmeinung und der realen Wirkung auf die Leute einziehen.

Auf wen zielt man eher ab: Auf die Leute oder die Experten?

Man versucht natürlich die Leute zu bedienen. Aber man braucht ebenso natürlich beides. Weil sie lösen meist etwas aus. Und wenn man Pech hat, kommt man durch die Analytiker auf eine schiefe Ebene und kommt da nicht mehr raus. Ich bin allerdings davon überzeugt, dass all diese Menschen, mit denen ich so viel zu tun habe über all diese Jahre, dass die alle selber einen professionellen Zugang haben und diese Verschwörungstheorien mancher Politiker „Die machen sich da irgendwas aus“, „Die wollen wen in die Pfanne hauen“, das glaube ich gar nicht. Ich glaube, die wollen in erster Linie auch das Publikum erreichen. Sie sind also in erster Linie Verstärker von schlechten oder guten Bildern. So muss man es wohl sehen.

Gehen wir einen Schritt zurück. Wie war das mit der Schwitzgeschichte?

Schwitzen an sich ist etwas Menschliches und ist wertfrei. Schwitze ich, weil ich mich anstrengende und engagiere, ist es ok. Schwitze ich, weil ich „ins Schwitzen komme“, weil man mich beim Schwindeln erwischt hat oder mich in eine peinliche Situation gebracht hat, dann schadet es. Warum ich das glaube? Welchen Maßstab legen denn die Leute an? Ihren eigenen. Und die meisten Leute, die die Duell sehen, denken sich: „Das will ich nie im Leben machen.“ Und haben in Wahrheit tiefe Bewunderung für das, was sich die Kontrahenten da antun.

Schadet Menschen also nicht?

Meiner Meinung nach gar nicht. Aber wenn man auf eine schiefe Ebene kommt und alles gegen einen ausgelegt wird, dann schon. Und ich finde, gerade am Beispiel des Alfred Gusenbauer sieht man ja, dass das Fernsehen unglaublich wichtig war. Gusenbauer war wohl der Politiker, der das meiste negative Vorkommando überhaupt einstecken musste. Ich bin jahrelang in diesem Bereich tätig und ich kann mich an keinen Politiker erinnern, der mehr an Vorverurteilung und negativer Vorausberichterstattung einstecken musste als er. Man hat kein gutes Haar an ihm gelassen. Das war zum Gutteil Spindoctoring der ÖVP, durchaus bereitwillig von manchen Medien aufgenommen. Man hat sich nicht angeschaut, wie wird der, der ist noch jung, sondern es hat einfach eine Vorverurteilung über Jahre gegeben. Und dann kommen noch eigene Fehler dazu. Denn welcher Gott ist schon vom Baum gefallen, welches Naturtalent? Das verstärkt das natürlich. Sein Auftritt im Fernsehen hat viele

Menschen davon überzeugt, dass er ja „gar net so“ ist. Viel mehr erreicht man eh nicht. Man wird nicht erreichen, dass die Leute ihm nachher zujubeln und ihn anhimmeln wie einen Schlagerstar. Das sicher nicht. Aber es ist via Fernsehen schon gelungen, einen andern Eindruck des Gusenbauers und seines Engagements zu vermitteln, als von dem abgehobenen Intellektuellen.

Bergen solche Auftritte aber nicht viel mehr die Gefahr, ordentlich abzustürzen?

Das glaube ich schon auch. Kreisky-Taus, ja, es gibt's wohl schon, dass man es versemzelt. Aber das ist schon lange her, eine andere Zeit. Ich glaube, es hilft viel mehr. Zum Beispiel Strache: Er hat dadurch erst die Chance zur Konsolidierung der FPÖ bekommen. Er war bundesweit ja ein völlig unbeschriebenes Blatt, den die Leute erst im Fernsehen kennen gelernt haben.

Meinen Sie den Staatsmann Strache?

Ja, er hat sich geschickt präsentiert. Er war in den Duellen nie ein rechter Rabauke..

Na ja, ich erinnere mich an das Duell Westenthaler-Strache. Da saß schon einer, mindestens..

Ja, da saßen zwei rechte Rabauken. Aber sogar da hat er gegen Westenthaler wie ein Haserl gewirkt. Aber sonst saß dort ein jüngerer, je nach Geschmack fescher Bursch, der vor allem eines hatte: Gutes Benehmen. Er ließ ausreden, hat gebeten, ob er auch etwas sagen darf.

Das hat Gusenbauer ins Straucheln gebracht..

Ja. Stimmt. Darauf war er so nicht vorbereitet. Strache war besonders darauf erpicht und hat das gut genutzt. Er ist bei weitem kein Haider von der ganzen intellektuellen Kapazität. Aber das hat er geschickt genutzt und sich als netter Bursch präsentiert. Da sieht man, wie wichtig das Auftreten, die Vorbereitung ist.

Wer es wohl gar nicht genutzt hat, ist Professor Van der Bellen. Er ist während der Konfrontationen regelrecht weggeschlummert.

Ist das nicht das, was seine Wähler wollen? Erwarten?

Ja, das hat sich über die Jahre entwickelt. Sein nicht konfrontativer Stil hat ihm da sehr geholfen. Die Leute haben das Gefühl, er überlege immer. Und da hat nichts anderes zur Folge, als dass die Leute glauben, er sei ehrlich. So wirkt er. Aber die Vorteile des Mediums Fernsehen hat er meiner Meinung nach nicht genutzt. Er hat teilweise weggetreten gewirkt. Und die Wirkung ist natürlich auch irrsinnig wichtig für die eigenen Leute, um die eigene Fangemeinde zu mobilisieren. Man muss die Unentschlossenen ansprechen und den eigenen Kraft geben. Und das hat Van der Bellen meiner Meinung nach nicht geschafft. Und Schüssel war sowieso jenseitig.

Weil er erst ganz am Schluss angetreten ist?

Ja. Aber das hat nur indirekt mit dem Fernsehen zu tun. Die Strategie der ÖVP war wohl: „Wir haben schon den bekanntesten Politiker. Den setzen wir jetzt nicht der Gefahr aus, dass sich andere auf seine Kosten profilieren.“ Ein ganz schwerer Fehler: Wie viele wären noch Fans von Hermann Maier, wenn er nur bei jedem dritten Rennen antreten tät?

International aber keine unübliche Strategie.

Ffff. Dem Schüssel einreden, dass er beliebt ist, ein schon ein Kunststück an sich. Und er hat's geglaubt. Dabei war er es nie. Er war gefürchtet, ja, respektiert, auch ja. Was haben die Leute an Schüssel festgestellt? Freund wie Feind? Dass er Kurs hält. Dass er hart ist, stark ist. Er war ein Führer. Aber Sympathiewerte von Schüssel? Kanzlerwerte? Das war zum totlachen.

Die Werte von Gusenbauer liegen darunter.

Hm. Wir reden ja darüber, was war. Und das hat es davor noch nicht gegeben. Klima, Vranitzky lagen über 50, 60 Prozent. Aber zurück zu Schüssel: Was macht also derjenige, von dem man glaubt, dass er Kurs hält? Er führt einen Wahlkampf, in dem es überhaupt nicht um die Zukunft und den Kurs der Zukunft geht, sondern zieht eine Art Zufriedenheitsbilanz. Und aus. Wir haben gewartet, was kommt nach? Aber es kam nichts nach. Nur Schüssel. „Er kann's“. Solche Systeme neigen dazu, in ihrer Abgeschlossenheit und Unterwürfigkeit gegenüber dem Spitzenkandidaten Dinge zu empfehlen, die ganz falsch sind. Wenn man die Werte hat, die Schüssel hatte, muss man

in Wirklichkeit nur über die Zukunft reden. Und man muss sich selber hinstellen, in jedem Dorf mit jedem Wauzl reden. Um Beliebtheit geht es da gar nicht, sondern darum zu zeigen, dass man eine Idee von der Zukunft hat, dass man weiß, wo es langgeht. Und die Leute werden nicken, er hat ja immer gemacht, was er gesagt hat: „Er ist eine harte Sau, nicht unbedingt sympathisch, aber er hält Kurs und vielleicht macht er ja nun doch was Gutes.“ Es war ja gut, das Bild mit der Wüste Gobi, „Ihr seid mit mir da durch gegangen“ – aber er hätte ihnen sagen müssen: „Und jetzt, wählt mich, dann gehen wir nächstes Jahr gemeinsam in die Oase, da gibt’s Datteln, Feigen, Nüsse.“ Und er hat aber versucht, den Leuten zu sagen: Es ist schon Oase, alles toll. Dabei war rundherum nur Wüstensand für das Gros der Wähler. Das war der Wahnsinn. Und deshalb war es ein ganz schwerer Fehler, dass er nicht zu den Duellen gegangen ist.

Apropos Duelle: Wie stehen Sie zu Regelwerken?

Bei uns gibt es ja noch kein Regelwerk. Und das ist in Ordnung. Mit Ausnahme einer kurzen Phase unter Werner Mück, der eine äußerst eigenartige Auffassung davon gehabt hat..

Was meinen Sie genau?

Die Involvierung des Kollegen Mück in das Kernteam den damaligen Kontrahenten und Bundeskanzlers Schüssel war evident. Das war nicht nur ein fern stehender Sympathisant, sondern Werner Mück war meines Erachtens nach ein zentraler Teil und aktiver Mitwirkender der Strategiegruppe Wolfgang. Man braucht ja nur die Kollegen vom Fernsehen zum Molto-Phon fragen. Damals waren die Zugänge einfach sehr unterschiedlich verteilt. Man braucht sich nur die zwei Mal ansehen, als Schüssel aufgetreten ist, da lacht man sich ja tot. Die Terminfrage: Jedes Mal waren die Geschichten so gesetzt, dass Schüssel lustigerweise den ersten Termin gehabt hat, als alle Leute wieder aus den Ferien wieder da waren. Alle anderen durften sich abstrampeln, während die Leute auf Urlaub waren. Wolfgang Schüssel ist angetreten, als das Wohnzimmer wieder gefüllt war. Das war die zufällige Terminplanung des Werner Mück. Wann irgendwas in die Regie der ÖVP nicht reingepasst hat, dann hat es sich wie ein Wunder gefügt, dass es in die eigenständige Regie des Fernsehens auch nicht reingepasst hat.

Zum Beispiel?

Die Terminfrage. Bis hin, dass Kollege Jellinek bekanntlich höchstpersönlich mit dem heiligen Stuhl ins Bundeskanzleramt angereist ist, das war ja ein besonderer Service des Mück-TV. Ich finde ja, dass das unbedingt gemacht gehört, für alle gleich und fair: Es ist nämlich ganz und gar nicht wurst, ob man eine Stunde auf einem Sessel zubringen muss, auf dem man noch nie vorher gesessen ist oder ob man auf einem Sessel sitzt, auf dem man sich wohl fühlt. Man mag es für kindisch halten, aber es ist ein erheblicher Vorteil, wenn ich weiß, wie sitze ich dort. Wenn man eine unangenehme Sitzgelegenheit untergejubelt bekommt, auf der man eine Stunde zubringen muss, ich glaube, man kann gar keinen guten Eindruck bei den Leuten hinterlassen. Weil man ständig damit beschäftigt ist: „Wie hocke ich mich denn da hin?“ Wie will man einen klaren Gedanken fassen, wenn dauernd etwas drückt? Das kennt ja jeder Mensch von sich selbst: Jeder hat ein Stammplatzerl, wo er gerne sitzt. Im Fernsehen sehen das die Leute auch ganz genau: Sitzt der gerne auf seinem Sessel? Sitzt er vorne oder hinten? Rückt er herum? Lehnt er sich an? Das alles löst extrem viel bei den Menschen unterbewusst aus. Und das ist natürlich ein erheblicher Startvorteil, wenn ich mir den Sessel aussuchen kann, wenn er mir entgegenkommt, wenn ich ihn kenne. Und deshalb sollen alle die Möbel ausprobieren können. Nur das sind faire Voraussetzungen. Rechtzeitig gehört ausgemacht, wie das Format aussehen soll. Stichwort BZÖ: Die waren nicht ins Parlament gewählt worden, hatten keinen eigenen Klub. Es gab ja nur einen freiheitlichen Klub. Es war nicht vorgesehen, dass sie zu den Konfrontationen eingeladen werden. Sonst kann sich der SPÖ-Klub auch in fünf Teile aufspalten – das ist die SPÖ-Blumenfraktion, das ist die SPÖ-Baumfraktion, oder was weiß ich – und dann fünf Personen zu den Konfrontationen entsenden. Das geht nicht.

Und Alexander Zach? Darf er das nächste Mal antreten?

Kommt nicht in Frage. Man muss im Parlament sein, eigenständig, dann kann man mitmachen. Wer die Qualifikation net schafft, kann auch nicht in die zweite Runde. Dazu hat es ja diese eine Runde gegeben, die Kommunisten, Hans-Peter Martin, all diese schrägen Vögel – da könnten sie antreten. Das Fernsehen muss sich seiner Rolle

bewusst sein. In Amerika gibt es für alle die gleichen Bedingungen. Ich finde, das gehört bei uns auch gemacht.

Die Erfolge der Formate zeigen ja, wie viel sie bewirken. Die Leute drehen auch spät am Abend an, sie haben Interesse an der Auseinandersetzung, an Politik, man überfordert das Publikum mit Politik also keineswegs.

5.7 Sophie Karmasin

Sophie Karmasin kommentierte gemeinsam mit Peter Filzmaier für den ORF in der Zib2 die jeweils kurz zuvor gesendeten TV-Duelle im Nationalratswahlkampf 2008.

Meinen Sie, ist es wichtiger, in den Duellen auf die Bevölkerung gut zu wirken oder auf die professionellen Beobachter (Meinungsforscher, Politologen, Journalisten)? Wieso?

Umfragen sagen uns, dass die Duelle in die Wahlentscheidung einbezogen werden. Politologen hingegen meinen, die Duelle würden nur zur internen Mobilisierung und den Beobachtern dienen. Ich kann das nicht teilen. Die Beobachter – etwa Journalisten – spielen sicherlich eine Rolle, sie tragen via Printberichterstattung zur Meinungsbildung bei. Aber deshalb die Duelle auf die Beobachter auszurichten, halte ich für falsch. Das würde gekünstelt wirken, das merkt man. Das haben wir schon mehrfach gemerkt: Wenn Politiker Begriffe – ohne entsprechende Vorgeschichte – verwenden, die die Menschen nicht kennen, wirkt das arrogant, abgehoben. Das ist ein klares Signal: Wir bleiben in unserem Dunstkreis, unter unseres gleichen, und machen das hier nicht für die Wähler. Darum: Weite Passagen sind klar an den Wähler zu richten. Ob das Wahl entscheidend sein kann, weiß ich nicht, ich glaube es nicht. Es darf jedenfalls nicht der Eindruck entstehen: „Die reden über Dinge, die mich nicht interessieren“, oder – noch schlimmer – „Die reden nicht mit mir“. Das ist viel verlangt. Und es passiert manchmal, etwa Van der Bellen und Molterer, die sich in Details verstrickt haben. Strache und Haider machen das weniger.

Glauben Sie, gibt es ein Spannungsfeld zwischen Medienlogik (wie die Debatte aus Sicht der Medien laufen soll) und der consulterischen Inszenierung (Politikberatung)?

Das ist jetzt nur eine Vermutung, aber ich würde meinen, die Medien sind auf starke Sager, die polarisieren, konzentriert – sie lassen sich gut transportieren. In den Medien findet sich nicht wahnsinnig viel über den Inhalt. Politikberater werden ihren Kandidaten eher raten, sich nicht zu sehr zu positionieren, um keine Wähler auszuschließen. Es geht wohl eher um das Programmatische. Doch dazu braucht der Rezipient Vorwissen. Er nimmt aber eher das Emotionale wahr: wie greift der an, wie wehrt er ab. Programm und Emotion schließen sich grundsätzlich aber nicht aus.

Eine kleine Zusatzfrage habe ich noch: Wissen Sie, wie viel Marktforschung (von Parteien) vor einem Urnengang betrieben wird (was wird abgefragt, wie oft)?

Ich bin mir nicht sicher, ich habe das nur in der Branche gehört. Da heißt es, mindestens alle zwei Wochen würde es Umfragen geben, eher wöchentlich. Das würde für einen durchschnittlich langen Wahlkampf rund 100.000 Euro kosten. Wie sinnvoll das ist, wage ich nicht zu beurteilen. Kleinparteien wie die Grünen haben weniger Geld, sie geben nur ein Drittel für Umfragen aus.

5.8 George Lakoff

George Lakoff ist Professor für Linguistik an der University of California in Berkeley, als sein Spezialgebiet gilt die kognitive Linguistik. Er fungiert auch als Berater von sozialdemokratischen Politiker, in den USA beriet er etwa Bill Clinton, später Barack Obama. In Europa coachte er zum Zeitpunkt des Interviews (6. Juni 2010) Spaniens Ministerpräsidenten José Luis Rodríguez Zapatero.

Politiker wollen authentisch sein. Spielen Sie dennoch Rollen?

Jeder Politiker bedient sich Meistererzählungen: der amerikanische Traum, der Heroe, der Führer. Das sollte man auch nicht leichtfertig wechseln. Es geht um Werte und Emotionen. Diese müssen Politiker erklären. Und dazu müssen sie erklären, wer sie sind. Das geht über bekannte Metaphern leichter. Barack Obama nutzte für seine Kampagne etwa das Aschenputtel-Motiv.

Sie sprechen von „framing“, dem Ein-Rahmen von Themen, als wichtige Strategie.

Inwieweit spielen mentale Modelle hier eine Rolle?

Manche Menschen haben Ihre Moral-, Zukunftsvorstellungen und Werte, mache andere. Das wichtigste ist, immer über die eigenen zu sprechen. Das stärkt sie – wie bei den mentalen Modellen und der Wissensspirale. Die Konservativen verstehen das sehr gut: Sie bedienen sich seit Jahren bestimmter Ausdrücke, haben bereits eine eigene Sprache, um ihr moralisches System zu beschreiben.

Ist die Wortwahl wichtiger als der Inhalt?

Am wichtigsten ist, dass die Menschen verstehen, was Ihre Werte sind. Dazu braucht man Sprache, sollte sie nach Möglichkeit nicht wechseln.

Wie schätzen Sie den Einfluss von TV-Debatten ein?

Es geht um Vertrauen. Und Identifikationspotenzial. Bei der Diskussion Ronald Reagan gegen Jimmy Carter dachte ich, Reagan hätte verloren, weil er keine Themen präsentiert hatte. Aber er vermittelte Moralvorstellungen. Das war den Zusehern letztendlich wichtiger als Sachthemen.

Was halten Sie von Politikertraining, etwa vor TV-Debatten?

Politiker müssen trainiert werden. Die Konservativen haben das früh erkannt und schon lange eigene Führungskräfte-Akademien. Dort wird die Macht der Sprache besprochen, welche Argumente wie eingesetzt werden können und so weiter. Es gibt ehrliche und weniger ehrliche Methoden, unangenehmen Fragen zu begegnen: Ich kann der Frage einfach ausweichen, sie schlicht nicht beantworten. Das ist aber unehrlich. Oder ich kann versuchen, ihr einen neuen Rahmen zu geben – klassisches „re-framing“ –, also meine Sichtweise auf das Problemfeld geben, ohne der Frage dabei auszuweichen. Das verlangt jedoch mehr, als bloßes Auswendiglernen von Stehsätzen. Reines Kommunikationstraining reicht hier nicht aus, dazu muss man politisch sattelfest sein – das ist auch der Unterschied zwischen kurzlebigen Positionen und andauernden Werten. Das macht wahrscheinlich auch den Unterschied zwischen einem weniger und einem sehr guten Politiker aus.

„Re-framing“ ist ein Handwerkszeug, das zu beherrschen für jeden guten Politiker essenziell ist.

5.9 Lothar Lockl

Lothar Lockl war zum Zeitpunkt des Interviews (21. Jänner 2008) Bundesparteisekretär der Grünen.

Wie wichtig sind TV-Duelle?

Grundsätzlich ist der Wahlkampf eine sehr wichtige Zeit, weil sich die Aufmerksamkeit einfach fokussiert. Parteiintern ist es eine sehr angenehme Zeit: Es gibt eine sehr große Geschlossenheit – wenn die Wahlkampagne halbwegs passt. In einem politischen Leben sind das recht feine Phasen: Man kommt viel herum, trifft viele Leute. Es ist nicht das übliche hinter dem Schreibtisch Sitzen. Extern ist der Wahlkampf natürlich sehr wichtig: Es geht um die Wurst.

Die TV-Duelle sind deshalb wichtig, weil sich medial sehr viel darauf hinprojiziert, damit erreicht man viele Leute, die sich dort eine Meinung bilden: Wie wirkt der Diskutant? Ist er glaubwürdig? Kann ich ihm vertrauen?

Geht es Ihrer Meinung nach mehr um Themen oder um Emotionen bei den Duellen?

Das ist eine schwierige Frage. Da ist die Vorfrage bei der Vorbereitung: Für wen macht man das eigentlich? Das klingt jetzt Trivial, ist es aber nicht, wenn man es genauer betrachtet. Es gibt drei Zielgruppen: die Medienöffentlichkeit, die parteiinterne Öffentlichkeit und natürlich die Wähler. Ich habe das Gefühl, dass man das immer mehr für die Kaste der so genannten professionellen Beobachter – Meinungsforscher, Journalisten, Kommentatoren – macht, und nicht für die Wähler. Also in der Reihenfolge, wie ich sie genannt habe. Und das ist schade. Ich habe mich bemüht, mich zu fragen: Was wollen die Leute, die um halb zehn am Abend den Fernseher aufdrehen und daneben vielleicht noch etwas Zappen, die sich das Duell noch geben – irgendwo zwischen Müdigkeit, dem Wunsch nach Unterhaltung und doch noch etwas Information? Wie geht es denen? Und wenn das durchdenkt, kommt man zu völlig

anderen Schlussfolgerungen für das TV-Duell als wenn ich mir überlege, was wird der Herr Bachmayer, was wird der Herr Filzmaier, der Herr Lackner oder wer auch immer in der ZIB 24 analysieren.

Für wen entscheidet man sich?

Wir haben versucht, die Duelle immer für die Zuseher das zu machen. Vielleicht sagen das die anderen Parteien auch, ich weiß es nicht. Ich habe aber das Gefühl, die anderen schielen eher nach den Kommentatoren und wir haben das eher hintangestellt. Wir haben uns freilich auch gefragt, wie werden die Journalisten das wahrnehmen.

Über die konkreten Zahlen kann man streiten, aber es heißt, dass zirka 70 Prozent der Wirkung der Gesamteindruck ausmacht, 20 Prozent Gestik und zehn Prozent gehen über den Inhalt. Die so genannten professionellen Beobachter nehmen die Duelle aber anders wahr. Ich nenne sie Wiener Blase: Das sind zirka 1000 Personen, die in einem unfassbaren Tempo, fast wie der Hamster im Radl, jede Windung verfolgen, während jene Leute da draußen nicht die Zeit und Energie haben, sich in diesem Umfang mit Politik zu beschäftigen.

Die Kommentatoren neigen dazu, die Duelle wie einen Boxkampf aufzuziehen. Da gibt es dann Listen: Wer hat wie viele Themen eingebracht? Wer hat wem wie oft eine Verbalwatsche verabreicht? Darunter ein Strich: Auswertung. Klarer Sieger. Man muss erst einmal aushalten, dass man sich dem entzieht. Ich finde Authentizität, Glaubwürdigkeit, Vertrauen am Wichtigsten und nicht unbedingt die Botschaft im Sinne von: wie viele Themen habe ich untergebracht, sind meine drei Botschaften angekommen. Bei Van der Bellen gibt es das Phänomen – ich habe es empirisch nicht gemessen, ist nur ein subjektiver Eindruck – dass wir im Verhältnis zu den anderen die absolut schlechteste Kritik bekommen – er wird regelmäßig zerrissen, insbesondere unmittelbar nach den Sendungen, „schlecht vorbereitet“, „zerstreut“, „keine Botschaften“ oder wie Gottschlich im Kurier: „Katastrophaler Auftritt, klar unterlegen. Gleichzeitig, und ich mache das seit sieben Jahren mit ihm, dominiert er in jedem Vertrauens- und Glaubwürdigkeitsindex. Wenn er bei den Fernsehduellen immer einer der schlechtesten, wenn nicht der schlechteste Kandidat ist und gleichzeitig in den Rankings ganz oben ist, dann muss meiner Meinung nach irgendetwas

auseinanderklaffen. Das ist genau dieser Spagat: professioneller Beobachter – Wähler; für wen mache ich das?

Ich glaube eben, die meisten richten sich nach den Beobachtern und freuen sich, wenn sie einen Punktesieg in der Berichterstattung erreichen. Und dann sind immer alle baff, wenn die Wahlen doch ganz anders ausgehen. Die Meinungsforscher machen dabei ja keine Umfrage nach den Duellen, sondern geben ihre eigene, ganz persönliche Meinung ab. Stichprobe mit mir selbst und drei Hanseln, die ich anrufe.

Zur Vorbereitung: Gab es Medientraining?

Medientrainings gab es früher, aber nur ganz wenige. Es hat irgendwie nicht gepasst. Wir haben das Gefühl, dass es nach Meinung von 90 Prozent der Branche einen Idealtypen eines erfolgreichen Fernsehpolitikers gibt, und der orientiert sich an dem Jörg Haider von früher. Das heißt, man hat im Wesentlichen drei Botschaften, die man gnadenlos über die Rampe, egal, wie lange die Sendung dauert, egal, was die Frage war. Das heißt, man trainiert, wie kann man die Frage überhaupt ignorieren oder maximal mit einem Halbsatz beantworten und dann die Message an den Mann bringen. Das ist, was man dort lernt. Das kann man platt machen: „Bevor ich auf Ihre Frage eingehe, möchte ich einmal festhalten, dass...“ Oder indem ich halb auf das Gefragte eingehe und dann davon rede, was ich eigentlich sagen will.

Das passte nicht zu Van der Bellen. Ich erinnere mich, er ist nach den ersten Fernsehauftritten komplett zerrissen worden: Fernsehuntauglich. Das hat bei ihm eine gewisse Verunsicherung hervorgerufen. Es gab dann einmal ein Schlüsselerlebnis mit einem Kommunikationsexperten, der anders war. Er hat ihm geraten: „Bleiben Sie so, wie Sie sind. Ändern Sie sich ja nicht. Argumentieren Sie so, wie Sie wollen, verwenden Sie Ihre Sprache und nicht die politischen Floskeln.“ Normalerweise lernt man von Rhetoriktrainern, Sätze zu verwenden, die nichts aussagen. Van der Bellen hat bis heute seine Sprache behalten. So Phrasen wie „Ich sage Ihnen klar und deutlich“ – das ist schon ein Alarmsignal, da weiß man, was jetzt kommt, ist erstens nicht klar und zweitens schon gar nicht deutlich. Oder „Ich sage Ihnen noch einmal, offen und ehrlich, dass..“ und jeder weiß, was jetzt kommt, ist weder offen noch ehrlich, sondern verlogen. Das wird man von Van der Bellen nicht hören. Aber laut Meinung der professionellen Beobachter ist man gut, wenn man das macht. Meine Faustregel ist deshalb: Wenn dich

die professionellen Beobachter zerreißen und der Auftritt parteiintern durchaus umstritten ist, dann warst du meistens gut. Wenn die Professionellen loben, dann ging es an den Leuten vorbei.

Wie legt Van der Bellen einen Auftritt bei einem TV-Duell also an?

Van der Bellens These ist, dass bei einem Fernsehgespräch nichts anderes stattfindet, wie in einem normalen bilateralen Gespräch. Es ist halt eine Situation, in der drei Leute miteinander sprechen: der Interviewer, der politische Gast und die Leute zuhause. Folgendes Gedankenexperiment: Angenommen, wir würden da jetzt zu dritt sitzen. Jetzt kommt ein Mensch, den Sie nicht kennen, ich aber offensichtlich schon. Der setzt sich zu uns. Ich sage: „Hallo, wie geht es dir?“ und er erzählt von Guatemala. Und ich frage: „Na, wie geht es der Familie?“ und er weicht wieder aus. Ich frage nach dem Wetter, er weicht wieder aus. Immer wieder. Jeder einfachen Frage. Wie wird der auf Sie wirken? Sie werden fragen: Was ist denn mit dem los? Hat er etwas zu verbergen? Sein Verhalten wird eher Misstrauen erwecken, er wird Ihnen nicht wahnsinnig sympathisch sein.

Wir glauben, dass es im Fernsehen genau die gleiche Situation ist: Du hast jemanden zuhause, den du gut kennst. Das ist der Moderator, der immer zum selben Sendezeitpunkt quasi daheim im Zimmer sitzt. Zu dem hat man eine Beziehung – das merkt man, wenn ein Moderator stirbt, wie die Leute reagieren, als ob ein Freund gegangen sei. Dann hat man einen Dritten, den man weniger gut kennt, der nicht regelmäßig kommt, aber nun zu Gast ist. Mein Bekannter fragt den ganz normale, einfache Fragen. Und was passiert? Der Gast weicht regelmäßig aus, lenkt ab, wechselt das Thema, beantwortet die Frage nicht. Der Eindruck, der hat etwas zu verbergen, entsteht. Dieser Faktor wird meiner Meinung nach total unterschätzt. Wir glauben, dass das eines der Geheimnisse der Wirkung von Van der Bellen ist. Ich behaupte, bei den Leuten hat derjenige verloren, der die Frage nicht beantwortet, der ausweicht. Wenn ich erkläre, warum ich die Frage nicht beantworte, nicht beantworten kann, kein Problem. Und das beschäftigt Van der Bellen: „Wie war jetzt wirklich die Frage?“ Wenn er sie nicht versteht, fragt er auch oft nach. Er geht auf die Fragen ein, erklärt, warum er was beantworten kann. Das ist für die Leute zuhause ein normales Gespräch.

Ich bin hier deshalb so ausführlich, weil das bei den Bewertungen der Wiener Blase keine Rolle spielt. Das ist egal. Im Gegenteil, es ist nach Meinung der professionellen Beobachter besser, auszuweichen, als wenn man sie beantwortet. Und das ist absurd. Ich denke, die Leute sehnen sich wieder nach einem normalen Gespräch, nach jemandem, der zuhört, auch das eingeht, was gefragt wurde. Darauf versuchen wir auch in der Vorbereitung zu beachten. Was kann kommen und was können wir darauf sagen. Es ist ja eine sehr beschränkte Sendezeit. Für uns wichtig: Sind unsere Antworten nachvollziehbar? Verständlich?

5.10 Michaela Mojzis

Michaela Mojzis war zum Zeitpunkt des Interviews m(4. Februar 2008) Bundesgeschäftsführerin der ÖVP.

Wie viel Zeit steckt man in die Vorbereitung und wann fängt man an?

Es fängt recht früh an: Man muss recherchieren, vorbereiten. Da ist auch jeder Politiker anders. Da muss man auf jeden Politiker anders eingehen. Der eine will seine Ruhe, der andere findet Ruhe furchtbar. In Wirklichkeit ist die Vorbereitung auf einen derart großen Auftritt doch was sehr intimes, wo jeder Kandidat das Recht hat zu entscheiden, wie viel Information er von wem will, wie er sich wann von wem wie vorbereiten lassen will. Ein klassisches „So machen wir das“ gibt es also nicht. Wir als Parteiorganisation versuchen einfach das zu liefern, was die jeweiligen Menschen haben wollen.

Gibt es eine Task-Force „TV-Duell“?

Derjenige, der in so eine Fernsehdiskussion hineingeht, entscheidet, wer ihn vorbereitet. Im Normalfall ist das der Pressesprecher, das ist logisch. Dann gibt es zumeist noch den Kabinettschef als inhaltliche Komponente und dann noch ein, zwei andere Leute, denen der Kandidat vertraut. Und dieser kleine Kreis kriegt die Informationen zugeliefert – in Ordern, Kisten, sonstigem. Und das wird wieder reduziert. Man kann dem Kandidaten ja schlecht drei Bene-Ordner mit nach Hause geben und sagen „Das wär’s dann, lies dir das mal durch“. Aber man muss die Infos halt haben. Manchmal kommt im Zuge der

Vorbereitung so etwas Interessantes auf, von dem man sagt, das könnte noch was werden.

Für einen Kommunikator ist das ein sehr spannender Prozess. Als Coach habe ich öfters Experten oder Politiker aus der zweiten Reihe vorbereitet, kurzfristig zum Beispiel für dieses „Zur Sache“. Die haben noch wenig bis keine Erfahrung mit dem Medium. Für sie ist sowohl die Technik als auch die Art der Aufbereitung neu. Es ist irrsinnig interessant, wenn man vorher mit dem Kunden möglichst alles antizipiert – sehen, was braucht er noch, was wird kommen, hat er alles. Man kann das, mit etwas Gespür für die Menschen und Diskutanten, ganz gut antizipieren.

Grundvoraussetzung für einen guten Politiker der ersten Reihe?

Sicherlich. Man muss immer mehr bei den anderen als bei sich selber sein. Politiker, die mit sich selbst beschäftigt sind, verlieren das Gespür für die anderen.

Wie sieht die Vorbereitung der ÖVP aus?

Es ist immer ein Durchdenken: Was werde ich gefragt werden? Was will ich sagen? Was werden die anderen sagen? Und: Was soll überbleiben? Was ist meine zentrale Aussage, die im Idealfall hängen bleibt? Es ist ein volles Antizipieren von dem, was kommen wird. Auch wie ich als Coach Menschen vorbereitet habe – auch da geht man es genau so an.

„Stay on the message“ also. Kann man das übertreiben?

Hm, ich weiß nicht, wie gut es bei uns funktioniert hat. Bei HC Strache war seine Message schon sehr reduziert.

Das Gegenteil ist wohl Van der Bellen.

Stimmt. Er antwortet, was er für richtig hält. Egal, was seine Message eigentlich sein sollte. Aber das macht es wohl aus, dass man ihm nachsagt, er sei so authentisch. Er macht, was er denkt.

Abgesehen vom inhaltlichen, wie sieht es mit „Technik-Training“ aus?

Bei uns sind Techniktrainings extrem selten – die meisten Personen, die bei uns in der Politik sind, sind schon lange in der Politik. Aus meiner Erfahrung macht man das, wenn man neu in die Politik kommt. Damit man es lernt. Das Fernsehen ist ja eine neue Bühne, die man schlicht und ergreifend lernen kann. Klassische Kamera-, Medien- und Stimmtraining machen wir so zwischen drinnen; vor Duellen eigentlich nicht. Obwohl wohl jeder still und für sich noch trainiert. Aber das „weiß“ ich nicht.

Was lernt man am Anfang, wenn man in ÖVP kommt?

Da steht das Vertrautmachen mit der Kamera, mit den Spielregeln: was Bekleidung betrifft, die Formate, Kameraeinstellungen und solche Sachen. Das trainiert man professionell.

Auch Wolfgang Schüssel?

Dazu kenne ich ihn wahrscheinlich zu wenig lang. Denn so lange ich ihn kenne, ist er so, wie er ist und macht sein Auftritte so, wie er es nun einmal macht.

Wie bereitet man sich dann also vor, wenn die Basis – Kenntnis der Kameralogik etc – schon vorhanden ist?

Am Anfang steht immer die Überlegung, was wollen die Zuseher, die Journalisten wissen.

Bei der inhaltlichen Vorbereitung: Konzentrieren Sie sich auf die Zuseher oder die Journalisten?

Wir vertrauen da primär auf den Journalisten. Er moderiert, wirft die Fragen ein, bestimmt, wie lange worüber geredet werden soll. Unsere Grundsatzfrage ist schon: Was wird den Journalisten interessieren? Was wird er fragen? Was will er wissen? Wie wird er es anlegen? Was ist der Grundkonflikt? Gerade die Duelle leben ja vom Konflikt. Und da sind wir schon beim Mitdiskutanten: Was wird ihm am Herzen liegen? Was wird er sagen? Was wird er von mir wollen? Und schlussendlich die Überlegung, was will ich rüberbringen? Was ist mir wichtig? Was müssen die Zuseher von mir nachher denken? Das ist der grobe Raster.

Da wollte ich vorher mit meiner Frage hin: Es gibt ja nicht nur den Journalisten, der moderiert, sondern auch die Journalisten, die die Duelle beobachten und nachher verarbeiten, also darüber schreiben. Und da gibt es schon auch einen Unterschied in der Wahrnehmung von Journalisten und normalen Zusehern..

Aus meiner Sicht ist da unser Fokus: Was ist für die Leute wichtig? So ein TV-Duell ist eine Riesenkommunikationschance, das hat man ja nicht so oft. In einem Wahlkampf ist es klassisch der Höhepunkt. Es ist das, wo alle hinschauen, wo vorher schon Hysterie erzeugt wird.

Wenn es doch so ein großer Event ist, dann ist es doch unlogisch, sich nicht bestmöglich darauf vorzubereiten. Wie beispielsweise mit Sparring Partners.

Das habe ich bei uns nicht erlebt. Ich halte auch nichts davon. Auch ganz persönlich als Coach. Aus einem einfachen Grund: Weil man mit all diesen Generalproben die Authentizität verliert. Man hat dann alles schon so drinnen, man hört dem Moderator gar nicht mehr zu und spult dann nur noch ab, was ich vorher gerade geübt habe. Davon halte ich nichts. Die Leute merken das. Die merken, dass das nicht echt ist, sondern künstlich. Natürlich kann so ein Durchspielen die Angst nehmen – aber da muss man dazu sagen, dass unsere Politiker schon so arriviert sind, die fürchten sich nicht mehr zu Tode, wenn eine Frage kommt, die sie nicht kennen.

Wenn nicht Sparring Partner, was dann?

Ich finde es eben wichtiger, alles, alle Eventualitäten, klar durchstrukturiert zu durchdenken.

Geht man in den Überlegungen auch auf das jeweilige Gegenüber ein?

Sicher. Wobei da sicher ein Vorteil ist: Die kennen sich ja in Wahrheit alle.

Viele Diskutanten waren aber baff, als sie auf einmal mit einem staatsmännischen HC Strache diskutieren mussten. Da half auch inhaltliche Vorbereitung nicht.

Das kann durchaus sein.

Nervosität wird es vorher aber schon geben...

Ich vermute schon. Ich kann das nur vermuten. Es geht um große Auftritte, die Politiker wissen, dass es viele Zuseher geben wird, dass es Wahl entscheidend sein kann.

Wie schätzen Sie die Wirkung der Duelle ein?

Ich habe am Anfang meiner Ausbildung einmal gelernt: eine gewonnene Diskussion ist ein verlorener Wähler. Wenn man es wirklich anlegt auf das Gewinnen und das Verlieren. Dann gewinnt zwar einer und der andere verliert. Viel wichtiger ist aber: Wer hat die Sympathie?

Wenn du einen vernichtest, geht das nach hinten los. Also was ist gewinnen? Für mich: wenn man sauber das rüberbringt, was einem wichtig war, die zentrale Botschaft. Und wenn einen die Menschen so sehen, wie man von ihnen gesehen werden mag. Egal, ob das jetzt der kompetente, gescheite, kluge Politiker. Oder so wie Strache, der wohl eher als Rumpelstilzchen gesehen werden will – ich glaube, er ist zufrieden damit, wie er sich gibt und angenommen wird. Aus seiner Sicht. Oder Van der Bellen, von dem die Leute sagen, er ist gescheit und ruhig.

Und Schüssel? Wie wollte er gesehen werden?

Ich denke, so wie er ist. Wie er die Dinge angeht. Für mich ist er auf seine Art authentisch. Jetzt kenne ich ihn doch besser, ich habe nicht das Gefühl, dass er in irgendeiner Form vorgibt etwas zu sein, was er nicht ist.

Vorher wollte ich eigentlich auf etwas andere hinaus. Nämlich, wie viel so ein TV-Duell Ihrer Meinung nach bewirken kann.

Ich bilde mir ein, es gibt eine Befragung, was das Wahl entscheidende Kriterium ist. Als erster wird das persönliche Gespräch genannt. Als zweites kommt dann schon das TV-Duell. Oder das dritte, jedenfalls ist es ganz vorne im Ranking. Insofern hat es große Bedeutung, und das glaube ich auch. Es hat das Duell an sich die Bedeutung. Es hat aber sicher auch Bedeutung, was machen die Journalisten daraus – dieser Spin, den man unmittelbar danach dem Ergebnis gibt. Da kann man ja wirklich viel draus machen: das ist alles Ermessenssache, was man jetzt rauspickt und in Artikeln beschreibt. Es ist also das Duell selber und danach die Berichterstattung nach dem Duell. Ich halte das Duell für ganz wichtig.

Und man muss da noch was zu sagen haben – das ist eine Kunst. Da hat man dann doch schon sechs, sieben Wochen Wahlkampf hinter sich, da ist man schon durch die ganze Wurstmaschine durch und dann sollst du beim Duell noch frisch aus dem Ärmel eine tolle Neuigkeit berichten.

Studien meinen ja, dass das Gesagte bei weitem nicht so wichtig ist wie die Mimik, Gestik und dergleichen. Umso bemerkenswerter erscheint mir, dass die ÖVP – wie Sie sagen – keinen Wert auf Techniktraining legt. Ganz im Gegensatz zur SPÖ.

Ich bin da wahrscheinlich viel unbefangener als die meisten anderen von uns, weil ich aus der Branche komme. Ich glaube, es geht immer mehr wieder dorthin, dass das echte Qualitätskriterium ist: „Ist der echt?“. Es geht meiner Meinung nach also wieder – so blöd das auch klingt – zurück zum Menschen. Ich führe immer wieder die Diskussion, darf man, wie Hannes Missethon, Dialekt reden. Ich bin der Meinung, das stört überhaupt nicht, wenn Missethon einen steirischen Dialekt hat. Er ist nun mal Steirer, er redet nun mal so. Das ist er, wie er ist. Er behält das ja auch, ist – Gott sei Dank – stur genug. Andere sagen, das muss weg, Politiker haben Hochdeutsch zu sprechen, ernst zu sein. Ich glaube das nicht. Ich glaube, die Menschen merken, wenn du dich verstellst, auch bei so Kleinzeug wie Sprache, dass man sich anders anzieht, als sonst. Das merken die Menschen, ich fühle mich ja auch nicht so wohl, wenn ich mein ganzes Leben mit flachen Schuhen durch die Gegend gehe und auf einmal muss ich fürs Fernsehen Stöckelschuhe anziehen. Wenn ich das tue, bin ich eigentlich ein Trottel. Das verunsichert mich, das macht mich nicht stärker, nur schwächer.

Ich denke, es geht zurück zu „sei, wie du bist“. Natürlich muss man die Spielregeln beachten, aber das kann man lernen, ohne sich zu verstellen.

Wie stehen Sie dazu, das Studio kennen zu lernen?

Ich denke, wenn man das noch nicht gemacht hat, ist das eine große Hilfe. Wenn ich das zum ersten Mal machen müsste, würde ich es gerne vorher sehen.

Und Probesitzen?

Ich finde, jeder sollte Probesitzen. Wenn mir jemand die Chance gibt, dann wäre das für mich schon angenehm. Man kann ausprobieren, ist mir das zu hoch, zu tief. Man kennt

es wenigstens, kann sich darauf einstellen. Das wäre fair. Bei aller Kritik am ORF, ich habe nicht das Gefühl, dass die ORF-Journalisten die Politiker reinlegen wollen. Natürlich ist es ein sportlicher Wettkampf, aber keiner, bei dem es heißt: „Den tunk’ ich jetzt ein“.

Regelwerke gibt es in Österreich nicht. Finden Sie das gut?

Ich glaube, es macht es für unsere Leute, die Diskutanten leichter. So lange es irgendwie geht, also so lange sich alle im Rahmen der Höflichkeit agieren, sind offene Regeln angenehmer, für die Zuseher außerdem wohl unterhaltsamer. Die Angst wäre schon da, dass die sonst alle sehr hölzern werden. Wenn man zu viele Regeln hat, kann man nicht frei agieren. Das ist nicht sehr sexy.

Außerdem, wer sich beim Ausmachen der Regeln mehr durchsetzt, hat das Duell schon gewonnen. So lange es irgendwie geht, würde ich kein Regelwerk einführen.

In Amerika ist ja sogar der Kamerawinkel festgehalten. Da erinnere ich mich an meine Medientrainerausbildung. Da wurde gelehrt: Dein wichtigster Freund oder Feind ist der Kameramann. Der Journalist kann nie so böse sein, wie der Kameramann. Der kann gnadenlos sein, er entscheidet, wann man wen wie sieht.

Was halten Sie von der vorgegebenen Sitzordnung?

Ich glaube, ich fände Losen fairer. Sonst hat jeder von Haus aus ein Stigma. Es ist wahrscheinlich nicht entscheidend, aber es wird wohl was ausmachen: Rechts ist die Vergangenheit, die Statik. Links ist dynamisch, die Zukunft. Es ist die ORF-Regelung schon ok. Aber Losen wäre wohl lustiger.

Was würden Sie sich von den Duellen wünschen?

Ich hätte mir mehr sportlichen, witzigen Charakter gewünscht. So wie bei der jüngsten Pressestunde mit Wolfgang Schüssel¹⁴, das war spannend. Es hatte etwas von einer

14 „Pressestunde“ vom 27. Jänner 2008, 11:05 Uhr in ORF 2, mit Wolfgang Schüssel (ÖVP), Herbert Lackner (profil), Gerald Groß (ORF)

Auszug aus einem Bericht der Tageszeitung „Der Standard“ dazu:

„Mit schwarzem Pulli und ockerfarbenem Schnürsamtakko zeigte sich der ehemalige Bundeskanzler angriffig. „Das ist nicht ihr Niveau, Herr Lackner“, entgegnete Schüssel, als er auf die „Klientelpolitik“ der ÖVP beim Nichtraucherschutz angesprochen wurde. Die ÖVP wolle nur die Wahlfreiheit ins Zentrum

witzigen Competition zwischen Journalisten und Politikern. Wir müssten es schaffen, die politischen Formate unterhaltsamer zu machen. Ich selbst finde HC Strache inhaltlich zwar nicht unterhaltsam, aber das ist sein Schmah – er sieht alles ein bisschen so wie einen Boxkampf, hat es den Eindruck. Und das ist schon unterhaltsam. Und das würde ich mir grundsätzlich mehr wünschen: eine kultivierte Form, nicht nur „in die Goschn“, so, dass man auch einmal lachen kann, damit die Leute es spannend finden. Sonst kann es manchmal wirklich fad werden.

5.11 Stefan Raue

Stefan Raue war als stellvertretender Innenpolitikchef des ZDF von Seiten des ZDF für die drei bundesweit ausgestrahlten TV-Duelle vor der Bundestagswahl 2005 in Deutschland verantwortlich.

Ich habe gehört, es soll ein 30 Seiten umfassendes Regelwerk zu den TV-Duellen geben?

Ja und nein. Es gibt eine Vereinbarung, so wie auch bei den ersten Duellen bei der vorangegangenen Bundestagswahl in Deutschland, doch wurden die damals sehr, sehr strikten Regeln, angelehnt an jene des US-Regelwerkes, gelockert. Die aktuelle Vereinbarung umfasst nicht 30 Seiten, eher weniger. Sie wurde zwischen den Verantwortlichen der vier Sender und den zwei Duellparteien verhandelt. Darin geht es vor allem um die Weiterverwendung der Bilder und die grobe Dramaturgie. Es wurde Vertraulichkeit vereinbart, das Schreiben ist daher nicht zu veröffentlichen.

stellen, „jeder mündige Bürger kann selbst entscheiden, ob er in ein Raucher- oder ein Nichtraucherlokal geht“.

Auch in der Steuerpolitik hatte Schüssel den Feind rasch ausgemacht, er fand ihn im Journalisten Herbert Lackner (profil), der mit Gerald Groß die Fragen stellte. „Sie und die Linken wollen doch nur die Steuern erhöhen“, stellte Schüssel fest. Er sei gegen zusätzliche Belastungen, also auch gegen eine Erhöhung der Lkw-Maut. „Alle Linken träumen von mehr Steuern“, sagte Schüssel, eine Vermögenssteuer lehnte er generell ab. Ablehnend äußerte er sich auch zu einem Mehrheitswahlrecht, „ich warne vor Schnellschüssen und scheinbar einfachen Lösungen“.

Der Standard Online, 12. Februar 2008
<http://derstandard.at/?url=/?id=3199293>

Ist das demokratiepolitisch nicht bedenklich?

Wir haben uns dieses Vorgehen nicht ausgesucht. Die Privatsender hatten bereits Agreements mit den Parteien getroffen gehabt. Als wir dann einstiegen, mussten wir teilweise übernehmen, was es schon gab. Wir konnten nicht wieder alles wegverhandeln.

Auch die Vertraulichkeitsklausel?

Wegen uns muss diese Vereinbarung – sie umfasst ja viel mehr als das Regelwerk, das nimmt nur einen kleinen Teil ein – nicht vertraulich sein. Sie sind nicht die Erste, die uns deshalb anspricht. Es hatten schon viele Wissenschaftler, Studenten und auch Journalisten angefragt, ob sie Einblick nehmen dürften. Aber wir sind gebunden, dürfen nicht gegen die Vereinbarung verstoßen.

Wenn Ihnen die Vertraulichkeitsklausel so ein Dorn im Auge ist, wieso sind Sie dann darauf eingestiegen?

Weil wir es als öffentlich-rechtliche Sender quasi als unsere Pflicht sahen, die Politikerdebatten zu übertragen. Eine Demokratie, eine moderne Mediendemokratie kann nicht mehr darauf verzichten. Selbst wenn wir wollten, wir könnten uns gar nicht mehr erlauben, in Zukunft darauf zu verzichten.

5.12 Andreas Schwarz

Andreas Schwarz, Leiter des Innenpolitikressorts des „Kurier“, zu den TV-Duellen der Nationalratswahlen 2006 und deren Verarbeitung im Kurier

Gab es für die Berichterstattung über die TV-Duelle Vorgaben? (Länge, Format, Themengewichtung..)

Nein, außer die von uns (Innenpolitik-Ressort) selbst gesetzten: Es wird über alle Duelle berichtet, je nach Spannung der Paarung in größerer (Hauptgeschichte) oder kleinerer (Keller-Geschichte) Form. Außerdem haben wir uns jedes Duell unmittelbar nach Schluss aktuell noch von einem Medienwissenschaftler (Anmerkung: Prof. Maximilian

Gottschlich) beurteilen lassen und eine eigene Kurzbeurteilung in Form eines "Wahlometers" (Bewertung 1 bis 5) gemacht.

Wie waren Ihre Herangehensweise und Arbeitsbedingungen?

Verfolgt wurden die Duelle zumeist von einem Redakteur in der Redaktion am TV-Gerät. Meiner Erinnerung nach waren wir zumindest einmal (Gusenbauer-Schüssel) zu zweit, wegen des großen Zeitdrucks: Einer schrieb schon während des Duells, der andere verfolgte den Schluss.

Zeit zwischen Duell-Ende und Redaktions-Schluss blieb unterschiedlich viel (je nach dem, welche unserer Ausgaben wir mit dem Bericht noch "erreichen" konnten und wollten. Mindestzeit: Eine viertel Stunde, meistens rund eine halbe bis dreiviertel Stunde, manchmal mehr (bis 0 Uhr).

Nach welchen Kriterien haben Sie entschieden, was Sie in Ihren Artikel nehmen?

Es war jedesmal eine nachrichtliche Zusammenfassung des Duells mit dem Versuch einer nüchternen Bewertung auch abseits der Gottschlich-Kommentare und unseres Wahlometers.

Wie weit spielt die eigene Erwartungshaltung eine Rolle?

Keine.

Wie weit können und sollen persönliche Vorlieben und Erfahrungen ausgeblendet werden?

Wie bei jedem journalistischen Artikel: Vorlieben müssen ausgeblendet werden, Erfahrungen sind bei der Berichterstattung hilfreich.

5.13 Wolfgang Wagner

Wolfgang Wagner war Chef vom Dienst bei den TV-Duellen vor der Nationalratswahl 2006 im ORF und somit maßgeblich an ihrer Konzeption und Durchführung beteiligt.

Welches Regelwerk für die TV-Duelle 2006 gab es?

Das Regelwerk zu TV-Duellen steht nicht wortwörtlich im ORF-Gesetz, ist aber vom Prinzip des ORF-Gesetzes ableitbar. Das ermöglicht dem ORF, die TV-Duelle von Fall zu Fall zu variieren. Es gab in den letzten Jahren beispielsweise die mitlaufende Uhr, die auch dem Zuschauer auf dem Schirm gezeigt hat, wie der Stand ist. Da wurde von einem Beauftragten, oft einer Sekretärin, mitgestoppt und dann zeitweise eingespielt.

Diesmal haben wir uns sogar dagegen entschieden. Wir haben zwar eine mitlaufende Uhr gehabt, aber wir haben sie nicht eingeblendet. Weil es immer wieder Leute dazu verleitet, permanent beim Kundendienst anzurufen und sich über eventuelle Zeitvorsprünge der Kandidaten zu beschweren. Dabei soll es sich aber erst am Sendungsende ausgleichen.

Unser Ansatz war außerdem, dass man Fairness nicht allein durch totale, mit der Goldwaage abgewogene Zeitausgewogenheit herstellen kann. Der eine spricht langsam. Wenn ich ganz genau wäre, könnte ich eine Ausgewogenheit auch durch Silbenzählen herstellen. Wenn ich Herrn Van der Bellen und seinen Sprachduktus hernehme und Herrn Strache, dann wird Strache in der selben Zeit mehr sprechen als der sonore Professor. Damit werde ich mit der reinen Zeitmessung also auch keine Fairness erreichen.

Wir haben lediglich am Ende der Sendung einen Saldo bekannt gegeben, der natürlich möglichst klein sein sollte. Dazu wurde am Regieplatz gestoppt. Anders als früher, wo wirklich jemand mit Stoppuhren dasaß, verwendeten wir diesmal eine international erprobte Softwareversion, wo die Zeit durch einfaches Antippen eines Knopfes gemessen wird. Üblicherweise wird diese Software bei Sportübertragungen angewendet, um den Ballbesitz bei Fußballspielen zu messen. Das ist wesentlich einfacher, als da mit irgendwelchen Stoppuhren herumzuhantieren. Und somit zuverlässiger. Die Zeitmessung hat niemand angezweifelt. Das System hat so grosso modo zu einer Ausgewogenheit geführt. Mit Überhängen von einer Minute für den einen oder anderen. Aber das wurde akzeptiert, dafür wurden wir auch nicht kritisiert.

Wofür hat es Kritik gegeben?

Kritik hat es einmal massiv gegeben, auf Sendung. Und da wurde fast ein Teil des Sendungsdesigns bekrittelt. Herr Westenthaler hat kritisiert, dass es für die Regie die Möglichkeit gab, mit der Moderatorin zu kommunizieren. Ihr wurden zum Beispiel

immer wieder die Zeit-Zwischenstände durchgegeben, um ihr auch die Gelegenheit zu geben, darauf zu reagieren, wenn der eine einen Überhang hatte. Aber auch einen gewissen inhaltlichen Input, falls das eine oder andere Thema vielleicht zu kurz gekommen ist. Das hat Herr Westenthaler einmal als „empörend“ bezeichnet und auf Sendung kritisiert, dass da von außen eine Steuerung eine Steuerung – zu seinen Ungunsten, so hat er gemeint – stattfindet. Das ist von der Ingrid Thurnher aber gekontert worden.

Sie haben gemeint, es habe immer wieder Änderungen im Sendungsdesign gegeben. Wie war es diesmal angelegt?

Es ist diesmal aus unserer Sicht so journalistisch wie möglich angelegt gewesen. Und wir haben versucht, unsere journalistischen Freiräume so groß wie möglich zu machen. Das, was jetzt durchaus im internationalen Kontext üblicher ist, ist ein sehr, sehr enges Korsett. Ich war als Sendungsverantwortlicher, als Chef vom Dienst, der Vorschlagende unseres legeren Sendungsdesigns, aber es wurde vom Sendungsverantwortlichen der Sendereihe, Gerhard Jellinek, und Chefredakteur Werner Mück so akzeptiert, auch von Ingrid Thurnher mitgetragen. Mein Vorschlag war, diesmal alles so locker wie möglich zu gestalten, um uns nicht selbst zu fesseln. Sprich: Wir waren gegen diese strikte Form „Es fragt der eine, es fragt der andere“ wie es in Deutschland zum Beispiel ist, wo ein Panel von Fragestellern den zwei Interviewten gegenüber sitzen, die dann nur in einer bestimmten Form aufeinander reagieren können. Jeder bekommt dieselbe Frage gestellt, antwortet darauf, dann kann wieder eine Nachstoßfrage an den anderen gestellt werden. Das war bei den Deutschen das System zu den Konfrontationen vor den letzten zwei Wahlen.

Das scheint Fairness zu garantieren, ist aber äußerst unjournalistisch, weil sich dadurch die Politiker sehr, sehr genau vorbereiten können. Während ich geglaubt habe, und ich glaube letztlich Recht bekommen zu haben vom Ergebnis, dass unsere Form einfach eine stärkere Interaktion zwischen den zwei Politikern, zwischen den politischen Kontrahenten ermöglicht hat. Und die Moderatorin hat versucht, die Debatte über Themenvorgaben zu steuern, war aber trotzdem flexibel genug, auch in der Reihenfolge der Themen, dort anzusetzen, wo es gerade im Duktus des Gesprächs sinnvoll war. Das

hat unser Sendungskonzept von anderen unterschieden, wo man fast nicht von der vorgenommenen oder selbstgegeben Reihenfolge abweichen kann.

Der ORF wollte im Wesentlichen journalistischen Input haben. Dann bleibt die Frage, akzeptiert dies die politische Seite. Diesmal wurde das – Gott sei Dank – angenommen. Daher haben wir gesagt, wir probieren das neue Konzept einmal, wenn es sich aus der Diskussion ergibt, dass etwas nicht funktioniert, dann muss man etwas ändern. Im Vorfeld gab es so was zum Glück nicht. Aber es könnten sich ja alle Parteien absprechen und sagen, wir wollen das anders, dann ist man eigentlich machtlos. Man ist Einladender und man wird sich nicht gegen die Phalanx der Parteienvertreter durchsetzen können. Auch, weil wir als öffentlich-rechtlicher Sender ein Dienstleister sind. Wir könnten dann nicht sagen: „Ihr wollt unser Konzept nicht, dann machen wir halt keine Diskussionen.“ Das wäre demokratiepolitisch undenkbar.

Unser Ansatz war eben auch ein demokratiepolitisch untermauerter. Weil wir fanden, dass der Zuschauer, der Wähler mehr von einem legeren System hat, weil er aus der so möglichen Interaktion auch eine Persönlichkeitskomponente der Politiker mitgeliefert bekommt, die man nicht wegtrainieren kann. Wenn es ein Korsett gibt, dann kann ich den Kandidaten über das Training im Vorfeld ganz genau hineinpassen. In einem weniger regulierten System ist viel weniger vorhersehbar, wie der Ablauf sein wird. Und daher sieht der Zuseher, wie der Politiker in so einer Stresssituation ist, wie er sich verhält, ob er die Nerven verliert oder ausfällig wird. Was ja durchaus auch passiert ist, im Laufe der verschiedenen Debatten. Ich denke, der Zuschauer hat in dieser Form viel mehr mitbekommen, was für ihn an der Wahlurne entscheidungsrelevant sein könnte.

Die Zuschauerresonanz gibt Ihnen ja Recht – nur die Debatten vor den Neuwahlen 2002 haben noch mehr gesehen. Wie war das Feedback der Politik?

Durchaus okay. Nur in einem Fall gab es Kritik – wie gesagt: Westenthaler fühlte sich da irgendwie schlecht behandelt, er hat das auch auf Sendung thematisiert. Aber das war es auch schon.

Welche Regeln hat es denn gegeben? War etwas verboten? Wie wurden die Sitzplätze verteilt?

Wir haben versucht, unser Regelwerk auf Sendung nicht zu thematisieren und möglichst auch nicht den Politikern im Vorfeld zu kommunizieren. Auf Nachfrage schon.

Wir haben links – weil das der gelernten Dramaturgie entspricht – den Herausforderer, die kleinere Partei gesetzt. Oder, wenn es gleich große waren, die Regierungspartei rechts und die Oppositionspartei links. Wie bei SPÖ gegen ÖVP: der Herausforderer Gusenbauer links, die ÖVP rechts. Einfach weil das gelernte dramaturgische Formen sind.

Das war von der Sitzordnung die Vorgabe. Bei der großen Runde haben wir auch versucht, dass sich da ein Teammatch entwickeln kann: Die Regierungsparteien auf der einen Seite, die Oppositionsparteien auf der anderen.

Wie war das mit den Themenvorgaben? Wurde den Parteien kurz kommuniziert: Diese drei Themenblöcke möchten wir ansprechen?

Es war nur vor der großen Runde eine größere dramaturgische Abstimmung notwendig. Bei den anderen Konfrontationen war eine Sondierung der Parteien manchmal da, ein Anruf: „Habt Ihr Themenvorgaben?“ Aber nachdem das diesmal so offen war, hat es sich von Mal zu Mal unterschieden, wie man in die Diskussion hineinging. Wir sind auch davon abgegangen, den Diskutanten das Wort zu erteilen. Das hat Elmar Oberhauser in den letzten Jahren gemacht: „Sie haben jetzt das Wort, geben ein Thema vor.“ Danach antwortet der andere und setzt selbst ein Thema. Wir haben das ganz auf den Moderator transferiert. Der einzige dramaturgische Kunstgriff, der sich bei den Zweierkonfrontationen durchzieht, war, dass man jeweils den einen mit Zitaten des anderen über den Gegner konfrontiert hat. Wir haben damit versucht, ein bisschen eine persönliche Ebene und Reaktion gleich zu Beginn zu erreichen. Es war als Merkmal etwas, von dem wir uns gedacht haben, dass wäre ein spannender Einstieg. Nicht diese trockene Form: „Grüß Gott, jetzt sind Sie am Wort, sagen Sie etwas“ und „Jetzt sind Sie am Wort, sagen Sie irgendetwas“.

Gab es sonst Regeln: Was man an Zetteln und Taferln mitnehmen darf, zum Beispiel?

Es hat die Formalregel gegeben, dass wir uns bei Taferlwirtschaft vorbehalten, restriktiv in der Kameraführung zu sein.

Einfach nicht draufhalten?

Ja. Einfach nicht draufgehen. Peter Westenthaler hat angedroht, er wird einmal etwas mitbringen und die ganze Zeit stehen lassen. Da haben wir dann gesagt: „Okay, das können Sie ruhig machen, aber wir werden es nicht ins Bild rücken.“ Dann hat er das doch sein lassen. Wir wollten auch keine Dekoration des Studios. Auch da gab es einmal eine Diskussion mit Westenthaler. Das hat vielleicht auch ein bisschen zu seiner Irritation beigetragen.

Sonstige Regeln für die Diskutanten?

Nein. Unterbrechen soll man nicht, logisch. Also nur die normalen Höflichkeitsgebote.

Waren – wie in Deutschland – bestimmte Kamerafahrten verboten?

Nein, das ist bei uns innerhalb unserer normalen dramaturgischen Formen abgehandelt worden. Eine ruhigere Schnittfolge als vielleicht bei einer „Im Zentrum“-Diskussion oder bei einer ZiB2-Konfrontation. Das war aber etwas, was wir uns selbst auferlegt haben. Es war wirklich ein völlig selbstgewähltes Sendungskonzept, das wir den Parteien nicht zur Diskussion vorgelegt haben. Wir haben uns etwas vorgenommen, was wir in jeder Hinsicht argumentieren können. Sollte sich jemand darüber beschweren, werden wir das durchdiskutieren. Ansonsten soll es sich am Schirm bewähren. Und so war es auch: Es hat keine Interventionen gegeben.

Hat es solche – nennen wir es – „Vorkommnisse“ wie Schüssels Sesselprobe gegeben?

Nein, bei uns hat es keine Sesselproben gegeben. Aber was es schon aus der Entourage gibt, ist eine Frage, wie das Studio gestaltet ist. Das haben wir offen beantwortet. Aber da waren keine Besonderheiten.

Beschreibt man das Studio den Parteien?

Ja, eine kurze Beschreibung hat gereicht. Das Studio ist ja in dieser Form ein Standardstudio. Da war kein besonderer Fragebedarf. Wir haben gesagt, dass es normale Bürosessel sind, dass das Studio normal ausgeleuchtet ist. Kein Schnick-Schnack.

Welche Fragen haben denn Parteien im Vorfeld zu solchen Diskussionen?

Es kann solche geben, die sich auf Studio, Design, auf Längen und Abfolgen beziehen. Das wurde schon abgefragt. Wir haben geantwortet: „Es ist eine Studiokonfrontationssituation, die von einem Moderator, in unserem Fall einer Moderatorin, geleitet wird. Eine Diskussion zwischen zwei Kontrahenten, bei der wir auf Zeitausgewogenheit und Fairness achten.“ Aus.

Ach ja, Überzüge – haben wir uns selber auferlegt – wollen wir vermeiden. Das ist eine gewisse Selbstfesselung, innerhalb der vorgegebenen Zeit die Ausgewogenheit zusammenzubringen. Wenn man überzieht, kann man leicht sagen, der ist eine Minute hinten, der kriegt jetzt noch eine. Wir wollten aber innerhalb dieser Stunde alles durchkriegen.

Gab es andere Auflagen? In Deutschland durfte die Sendung nicht gleich im Anschluss analysiert werden.

Nein. Und zur Analyse: Wir haben in der ZiB3 danach eine Analyse gebracht.

Wie sah die Einladung aus?

Eingeladen hat der Chefredakteur offiziell. In der Chefredaktion wird dieser Brief, nehme ich an, noch aufliegen. Das war eine offene Einladung zu den bestimmten Terminen und zu den Konstellationen. Das wurde ausgesandt. Die ÖVP war ein Sonderfall: Angefragt wurde Schüssel, aber der hat sich ja bekanntlich in den meisten Fällen vertreten lassen und nur mit Gusenbauer diskutiert.

Eigentlich hätte Schüssel alle Konfrontationen machen sollen. Aber es war in den Konfrontationen seit 1999 immer wieder so, dass sich jemand – meist der Kanzler – vertreten ließ. Klima zum Beispiel. Damit war zu rechnen. Das ist das übliche politische Scharmützel, auf das wir keinen Einfluss haben. Weil aus demokratiepolitischer Sicht immer noch die Lösung, es gibt überhaupt eine Diskussion, wenn auch nur mit einem Vertreter, die bessere ist, als gar keine Diskussion zu haben.

Wie haben Sie das mediale Feedback empfunden?

Ein Kollege hat kurz nach einer unserer ersten Sendungen einen Kommentar geschrieben und darin unser Konzept kritisiert: Es wirke so gänzlich unstrukturiert. Nicht so geregelt wie in Deutschland. Darauf habe ich mit ihm geplaudert und ihn gefragt: „Würdest Du Dir das wünschen, als Journalist? Du kannst mir jetzt empirisch sagen, es ist überall anders, strenger geregelt. Aber dass es besser ist, das kannst Du mir nicht sagen. Nämlich für Dich als Seher und als Wähler. Weil: durch Regeln kriegst du auch nicht mehr raus. Im Gegenteil. Ich könnte zuhause schreiben, was Frau Merkel sagen wird. Wenn ich die Wahlprogramme habe, brauche ich mir die deutschen Diskussionen nicht anzuschauen. Ich weiß ganz genau, was sie sagen wird, was sie antworten wird – sie ist gestaged von vorne bis hinten.“

Wer wünscht sich das dann überhaupt?

Niemand. Es ist das Ergebnis eines Interessensabgleichs. Interesse von den Politikern ist, auf Sendung zu gehen. Aber am besten so, dass ich meine Wahlbotschaft wie in einer Wahlrede rüberbringe. Und das Interesse der Medien wäre eigentlich ein anderes. Aber jedes Medium will die Diskussionen bei sich stattfinden sehen. Und dadurch sind sie erpressbar. Nur so kommt dieses Ergebnis zustande. In Amerika ist das genauso. Bei uns ist das noch anders, es könnte sich allerdings auch ändern. Aber ich glaube nicht, dass das im Interesse des Sehers wäre.

Wird sich das in Deutschland bessern, jetzt wo Private und Öffentliche wieder an einem Strang ziehen?

Ich weiß es nicht. Ich glaube, wenn einmal Zugeständnisse gemacht sind, ist es irrsinnig schwer, sie wieder rückgängig zu machen. Außerdem decken sich da die Interessen fast aller wahlwerbenden Gruppen: Wenn ich weiß, ich habe genau 60 Sekunden zu dem Thema, spitze, das lerne ich auswendig. Was soll mir da passieren? Dann antwortet mein Gegner und dann darf ich noch einmal antworten. Aus. Das ist absehbar. Nicht so unvorhersehbar wie bei uns.

Stieg Merkel aus Angst vor Schröder nur einmal in den Politring?

Ja, sicher, er ist die Fernsehpersönlichkeit. Und immer der, der das Gefühl hat, er habe nichts zu gewinnen, ist sehr restriktiv. Das hängt gar nicht von einer Parteizugehörigkeit

ab. Da geht es um Persönlichkeitsmerkmale. Medienberater testen im Vornhinein ab, wie sie die Kandidaten am besten rüberbringen. Und wenn die sagen: „Na ja, in einer Konfrontation ist nichts zu gewinnen“ – dann macht man halt so wenig wie möglich. Schröder hätte sicher gerne mehr Konfrontationen gehabt. Weil er weiß, oder zumindest geglaubt hat zu wissen, er wird Merkel an die Wand diskutieren.

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Analyseraster - Vergleich der Regelwerke	20
Abbildung 2: Codebogen TV-Duell – erster Versuch	84
Abbildung 3: Codebogen TV-Duell	90
Abbildung 4: Themenverteilung TV-Duell FPÖ vs. SPÖ 2006	145
Abbildung 5: Argumentationsstil Strache (FPÖ) vs. Gusenbauer (SPÖ)	147
Abbildung 6: Verhalten Strache (FPÖ) vs. Gusenbauer (SPÖ)	149
Abbildung 7: Körpersprache Strache (FPÖ) vs. Gusenbauer (SPÖ)	150
Abbildung 8: Belehrungen und Zwischenrufe Strache (FPÖ), Gusenbauer (SPÖ), Thurnher (ORF)	151
Abbildung 9: Themenverteilung TV-Duell BZÖ vs. ÖVP 2006	153
Abbildung 10: Argumentationsstil Westenthaler (BZÖ) vs. Bartenstein (ÖVP)	155
Abbildung 11: Verhalten Westenthaler (BZÖ) vs. Bartenstein (ÖVP)	156
Abbildung 12: Körpersprache Westenthaler (BZÖ) vs. Bartenstein (ÖVP)	157
Abbildung 13: Belehrungen und Zwischenrufe Westenthaler (BZÖ), Bartenstein (VP) Thurnher (ORF)	158
Abbildung 14: Themenverteilung TV-Duell FPÖ vs. BZÖ 2006	160
Abbildung 15: Argumentationsstil Strache (FPÖ) vs. Westenthaler (BZÖ)	161
Abbildung 16: Verhalten Strache (FPÖ) vs. Westenthaler (BZÖ)	162
Abbildung 17: Körpersprache Strache (FPÖ) vs. Westenthaler (BZÖ)	164
Abbildung 18: Belehrungen und Zwischenrufe Strache (FPÖ), Westenthaler (BZÖ), Thurnher (ORF)	165
Abbildung 19: Themenverteilung SPÖ vs. ÖVP 2006	166
Abbildung 20: Argumentationsstil Gusenbauer (SPÖ) vs. Schüssel (ÖVP)	167
Abbildung 21: Verhalten Gusenbauer (SPÖ) vs. Schüssel (ÖVP)	168
Abbildung 22: Verhalten Gusenbauer (SPÖ) vs. Schüssel (ÖVP) - Detail	169
Abbildung 23: Körpersprache Gusenbauer (SPÖ) vs. Schüssel (ÖVP)	170
Abbildung 24: Belehrungen und Zwischenrufe Gusenbauer (SPÖ), Schüssel (ÖVP), Thurnher (ORF)	171
Abbildung 25: Themenverteilung TV-Duell FPÖ vs. SPÖ 2008	173
Abbildung 26: Argumentationsstil Strache (FPÖ) vs. Faymann (SPÖ)	174
Abbildung 27: Verhalten Strache (FPÖ) vs. Faymann (SPÖ)	175
Abbildung 28: Verhalten Strache (FPÖ) vs. Faymann (SPÖ) Detail	175
Abbildung 29: Körpersprache Strache (FPÖ) vs. Faymann (SPÖ)	176
Abbildung 30: Belehrungen und Zwischenrufe Strache (FPÖ), Faymann (SPÖ), Thurnher (ORF)	177
Abbildung 31: Themenverteilung TV-Duell BZÖ vs. ÖVP 2008	179
Abbildung 32: Argumentationsstil Haider (BZÖ) vs. Molterer (ÖVP) 2008	180
Abbildung 33: Verhalten Haider (BZÖ) vs. Molterer (ÖVP)	181
Abbildung 34: Verhalten Haider (BZÖ) vs. Molterer (ÖVP) - Detail	182
Abbildung 35: Körpersprache Haider (BZÖ) vs. Molterer (ÖVP)	183
Abbildung 36: Belehrungen und Zwischenrufe Haider (BZÖ), Molterer (ÖVP), Thurnher (ORF)	184
Abbildung 37: Themenverteilung BZÖ vs. FPÖ 2008	186
Abbildung 38: Argumentationsstil Strache (FPÖ) vs. Haider (BZÖ)	187
Abbildung 39: Verhalten Strache (FPÖ) vs. Haider (BZÖ)	188
Abbildung 40: Verhalten Strache (FPÖ) vs. Haider (BZÖ) - Detail	189
Abbildung 41: Körpersprache Strache (FPÖ) vs. Haider (BZÖ)	190
Abbildung 42: Belehrungen und Zwischenruf Haider (BZÖ), Strache (FPÖ), Thurnher (ORF)	191
Abbildung 43: Themenverteilung ÖVP vs. SPÖ 2008	193
Abbildung 44: Argumentationsstil Molterer (ÖVP) vs. Faymann (SPÖ)	194
Abbildung 45: Verhalten Molterer (ÖVP) vs. Faymann (SPÖ)	195
Abbildung 46: Verhalten Molterer (ÖVP) vs. Faymann (SPÖ) - Detail	196
Abbildung 47: Körpersprache Molterer (ÖVP) vs. Faymann (SPÖ)	197
Abbildung 48: Belehrungen und Zwischenrufe Molterer (ÖVP), Faymann (SPÖ), Thurnher (ORF)	198
Abbildung 49: Vergleich der Themengewichtung in den TV-Duellen	201
Abbildung 50: Vergleich der Argumentationsstile	202
Abbildung 51: Standard (Bericht), 2006	288
Abbildung 52: Standard (Analyse), 2006	289
Abbildung 53: Die Presse, 2006	289

Abbildung 54: Kurier, 2006	290
Abbildung 55: profil, 2006	290
Abbildung 56: Vergleich TV-Duell – Print, FPÖ vs. SPÖ 2006	459
Abbildung 57: Vergleich TV-Duell – Print, BZÖ vs. ÖVP 2006	460
Abbildung 58: Vergleich TV-Duell – Print, FPÖ vs. BZÖ 2006	461
Abbildung 59: Vergleich TV-Duell – Print, SPÖ vs. ÖVP	463
Abbildung 60: Vergleich TV-Duell – Print, FPÖ vs. SPÖ 2008	465
Abbildung 61: Vergleich TV-Duell – Print, BZÖ vs. ÖVP 2008	466
Abbildung 62: Vergleich TV-Duell – Print, BZÖ vs. FPÖ 2008	468
Abbildung 63: Vergleich TV-Duell – Print, ÖVP vs. SPÖ 2008	469

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: FPÖ vs. SPÖ - Regierungsbeteiligung	94
Tabelle 2: FPÖ vs. SPÖ - Arbeitslosigkeit und Schulpolitik	95
Tabelle 3: FPÖ vs. SPÖ - Pflege	96
Tabelle 4: FPÖ vs. SPÖ - Integration und Familienpolitik - Ausländerthematik	97
Tabelle 5: FPÖ vs. SPÖ - Gewerkschaft und BAWAG	98
Tabelle 6: FPÖ vs. SPÖ - EU (mit LiF als Einstieg)	99
Tabelle 7: BZÖ vs. ÖVP - Sozialpaket	100
Tabelle 8: BZÖ vs. ÖVP - Regierungszusammenarbeit + ÖGB-Exkurs	101
Tabelle 9: BZÖ vs. ÖVP - Pflegegeld & Regierungsarbeit	102
Tabelle 10: BZÖ vs. ÖVP - Ausländer- und Migrationspolitik	103
Tabelle 11: BZÖ vs. ÖVP - Steuerreform	104
Tabelle 12: BZÖ vs. ÖVP - Verkehr	105
Tabelle 13: BZÖ vs. ÖVP - Ladenöffnungszeiten	106
Tabelle 14: BZÖ vs. ÖVP - Koalition	107
Tabelle 15: FPÖ vs. BZÖ - Übervater Haider	108
Tabelle 16: FPÖ vs. BZÖ - Spaltung des dritten Lagers	109
Tabelle 17: FPÖ vs. BZÖ - Eurofighter - erster Knackpunkt	110
Tabelle 18: FPÖ vs. BZÖ - Sicherheit - Law and Order	111
Tabelle 19: FPÖ vs. BZÖ - Ausländer und Familienpolitik	112
Tabelle 20: FPÖ vs. BZÖ - Zukunft des dritten Lagers	113
Tabelle 21: SPÖ vs. ÖVP – Wahlkampfstil	114
Tabelle 22: SPÖ vs. ÖVP – Jugend	115
Tabelle 23: SPÖ vs. ÖVP – Gesamtschule	116
Tabelle 24: SPÖ vs. ÖVP – Universität	117
Tabelle 25: SPÖ vs. ÖVP – Arbeitsmarkt	118
Tabelle 26: SPÖ vs. ÖVP – Pflege	119
Tabelle 27: SPÖ vs. ÖVP – Budget	120
Tabelle 28: SPÖ vs. ÖVP – Koalition mit den Grünen	121
Tabelle 29: FPÖ vs. SPÖ – Finanzkrise	122
Tabelle 30: FPÖ vs. SPÖ – Pensionen & Entlastungspaket	123
Tabelle 31: FPÖ vs. SPÖ – Integration	124
Tabelle 32: FPÖ vs. SPÖ – Universität	125
Tabelle 33: FPÖ vs. SPÖ – Anti-Teuerungspaket	126
Tabelle 34: FPÖ vs. SPÖ – EU-Kurs	127
Tabelle 35: FPÖ vs. SPÖ – FPÖ als Koalitionspartner	128
Tabelle 36: BZÖ vs. ÖVP – Verhältnis	129
Tabelle 37: BZÖ vs. ÖVP – Teuerung	130
Tabelle 38: BZÖ vs. ÖVP – Verwaltungsreform	131
Tabelle 39: BZÖ vs. ÖVP – EU	132
Tabelle 40: BZÖ vs. ÖVP – Sicherheit	133
Tabelle 41: BZÖ vs. ÖVP – Verhältnis	134
Tabelle 42: BZÖ vs. FPÖ – Verhältnis zueinander	135

Tabelle 43: BZÖ vs. FPÖ – Teuerung	136
Tabelle 44: BZÖ vs. FPÖ – Kinder	137
Tabelle 45: BZÖ vs. FPÖ – Regierung	138
Tabelle 46: ÖVP vs. SPÖ – Selbstbild und Politfrust	139
Tabelle 47: ÖVP vs. SPÖ – Steuerreform	140
Tabelle 48: ÖVP vs. SPÖ – Pension	141
Tabelle 49: ÖVP vs. SPÖ – Frauenpolitik	142
Tabelle 50: ÖVP vs. SPÖ – Umweltschutz	143
Tabelle 51: ÖVP vs. SPÖ – Geben sie sich gegenseitig einen Job	144
Tabelle 52: FPÖ vs. SPÖ - Standard I, 1. Absatz	294
Tabelle 53: FPÖ vs. SPÖ - Standard I, 2. Absatz	294
Tabelle 54: FPÖ vs. SPÖ - Standard I, 3. Absatz	295
Tabelle 55: FPÖ vs. SPÖ - Standard I, 4. Absatz	295
Tabelle 56: FPÖ vs. SPÖ - Standard II, 1. Absatz	298
Tabelle 57: FPÖ vs. SPÖ - Standard II, 2. Absatz	298
Tabelle 58: FPÖ vs. SPÖ - Standard II, 3. Absatz	299
Tabelle 59: FPÖ vs. SPÖ - Standard II, 4. Absatz	299
Tabelle 60: FPÖ vs. SPÖ - Standard II, 5. Absatz	300
Tabelle 61: FPÖ vs. SPÖ - Standard II, 6. Absatz	300
Tabelle 62: FPÖ vs. SPÖ - Die Presse, 1. Absatz	302
Tabelle 63: FPÖ vs. SPÖ - Die Presse, 2. Absatz	302
Tabelle 64: FPÖ vs. SPÖ - Die Presse, 3. Absatz	303
Tabelle 65: FPÖ vs. SPÖ - Die Presse, 4. Absatz	304
Tabelle 66: FPÖ vs. SPÖ - Die Presse, 5. Absatz	304
Tabelle 67: FPÖ vs. SPÖ - Die Presse, 6. Absatz	305
Tabelle 68: FPÖ vs. SPÖ - Kurier I, 1. Absatz	307
Tabelle 69: FPÖ vs. SPÖ - Kurier I, 2. Absatz	307
Tabelle 70: FPÖ vs. SPÖ - Kurier I, 3. Absatz	308
Tabelle 71: FPÖ vs. SPÖ - Kurier I, 4. Absatz	308
Tabelle 72: FPÖ vs. SPÖ - Kurier I, 5. Absatz	309
Tabelle 73: FPÖ vs. SPÖ - Kurier I, 6. Absatz	309
Tabelle 74: FPÖ vs. SPÖ - profil, 1. Absatz	311
Tabelle 75: BZÖ vs. ÖVP - Standard I, 1. Absatz	313
Tabelle 76: BZÖ vs. ÖVP - Standard I, 2. Absatz	313
Tabelle 77: BZÖ vs. ÖVP - Standard II, 1. Absatz	316
Tabelle 78: BZÖ vs. ÖVP - Standard II, 2. Absatz	317
Tabelle 79: BZÖ vs. ÖVP - Standard II, 3. Absatz	317
Tabelle 80: BZÖ vs. ÖVP - Standard II, 4. Absatz	318
Tabelle 81: BZÖ vs. ÖVP - Standard II, 5. Absatz	318
Tabelle 82: BZÖ vs. ÖVP - Die Presse, 1. Absatz	320
Tabelle 83: BZÖ vs. ÖVP - Die Presse, 2. Absatz	321
Tabelle 84: BZÖ vs. ÖVP - Die Presse, 3. Absatz	321
Tabelle 85: BZÖ vs. ÖVP - Die Presse, 4. Absatz	322
Tabelle 86: BZÖ vs. ÖVP - Die Presse, 5. Absatz	322
Tabelle 87: BZÖ vs. ÖVP - Kurier, 1. Absatz	324
Tabelle 88: BZÖ vs. ÖVP - Kurier, 2. Absatz	324
Tabelle 89: BZÖ vs. ÖVP - Kurier, 3. Absatz	325
Tabelle 90: BZÖ vs. ÖVP - Kurier, 4. Absatz	325
Tabelle 91: BZÖ vs. ÖVP - Kurier, 5. Absatz	326
Tabelle 92: BZÖ vs. ÖVP - Kurier, 6. Absatz	326
Tabelle 93: BZÖ vs. ÖVP - profil, 1. Absatz	328
Tabelle 94: BZÖ vs. FPÖ - Standard I, 1. Absatz	330
Tabelle 95: BZÖ vs. FPÖ - Standard II, 1. Absatz	332
Tabelle 96: BZÖ vs. FPÖ - Standard II, 2. Absatz	332
Tabelle 97: BZÖ vs. FPÖ - Standard II, 3. Absatz	333
Tabelle 98: BZÖ vs. FPÖ - Standard II, 4. Absatz	333
Tabelle 99: BZÖ vs. FPÖ - Standard II, 4. Absatz	334
Tabelle 100: BZÖ vs. FPÖ - Standard III, 1. Absatz	336

Tabelle 101: BZÖ vs. FPÖ - Standard III, 2. Absatz	336
Tabelle 102: BZÖ vs. FPÖ - Standard III, 3. Absatz	337
Tabelle 103: BZÖ vs. FPÖ - Standard III, 4. Absatz	337
Tabelle 104: BZÖ vs. FPÖ - Standard III, 5. Absatz	338
Tabelle 105: BZÖ vs. FPÖ - Standard III, 6. Absatz	338
Tabelle 106: BZÖ vs. FPÖ - Kurier I, 1. Absatz	340
Tabelle 107: BZÖ vs. FPÖ - Kurier I, 2. Absatz	340
Tabelle 108: BZÖ vs. FPÖ - Kurier I, 3. Absatz	341
Tabelle 109: BZÖ vs. FPÖ - Kurier I, 4. Absatz	341
Tabelle 110: BZÖ vs. FPÖ - Kurier I, 5. Absatz	342
Tabelle 111: BZÖ vs. FPÖ - Kurier I, 5. Absatz	342
Tabelle 112: BZÖ vs. FPÖ - Kurier I, 6. Absatz	343
Tabelle 113: BZÖ vs. FPÖ - Kurier I, 7. Absatz	343
Tabelle 114: BZÖ vs. FPÖ - Kurier II, 1. Absatz	345
Tabelle 115: BZÖ vs. FPÖ - profil, 1. Absatz	347
Tabelle 116: SPÖ vs. ÖVP - Der Standard (Kommentar), 1. Absatz	349
Tabelle 117: SPÖ vs. ÖVP - Der Standard (Kommentar), 2. Absatz	349
Tabelle 118: SPÖ vs. ÖVP - Der Standard (Kommentar), 3. Absatz	350
Tabelle 119: SPÖ vs. ÖVP - Der Standard (Kommentar), 4. Absatz	350
Tabelle 120: SPÖ vs. ÖVP - Der Standard (Kommentar), 5. Absatz	351
Tabelle 121: SPÖ vs. ÖVP - Der Standard (Kommentar), 6. Absatz	351
Tabelle 122: SPÖ vs. ÖVP - Der Standard (Kommentar), 7. Absatz	351
Tabelle 123: SPÖ vs. ÖVP - Der Standard (Kommentar), 8. Absatz	352
Tabelle 124: SPÖ vs. ÖVP - Der Standard (Kommentar), 9. Absatz	352
Tabelle 125: SPÖ vs. ÖVP - Der Standard (Kommentar), 10. Absatz	353
Tabelle 126: SPÖ vs. ÖVP - Der Standard (Kommentar), 11. Absatz	353
Tabelle 127: SPÖ vs. ÖVP - Der Standard (Kommentar), 12. Absatz	353
Tabelle 128: SPÖ vs. ÖVP - Der Standard (Analyse), 1. Absatz	355
Tabelle 129: SPÖ vs. ÖVP - Der Standard (Analyse), 2. Absatz	355
Tabelle 130: SPÖ vs. ÖVP - Der Standard (Analyse), 3. Absatz	356
Tabelle 131: SPÖ vs. ÖVP - Der Standard (Analyse), 4. Absatz	356
Tabelle 132: SPÖ vs. ÖVP - Der Standard (Analyse), 5. Absatz	357
Tabelle 133: SPÖ vs. ÖVP - Die Presse, 1. Absatz	359
Tabelle 134: SPÖ vs. ÖVP - Die Presse, 2. Absatz	359
Tabelle 135: SPÖ vs. ÖVP - Die Presse, 3. Absatz	360
Tabelle 136: SPÖ vs. ÖVP - Die Presse, 4. Absatz	360
Tabelle 137: SPÖ vs. ÖVP - Die Presse (Bericht), 1. Absatz	362
Tabelle 138: SPÖ vs. ÖVP - Die Presse (Bericht), 2. Absatz	362
Tabelle 139: SPÖ vs. ÖVP - Die Presse (Bericht), 3. Absatz	363
Tabelle 140: SPÖ vs. ÖVP - Die Presse (Bericht), 4. Absatz	363
Tabelle 141: SPÖ vs. ÖVP - Die Presse (Bericht), 5. Absatz	364
Tabelle 142: SPÖ vs. ÖVP - Die Presse (Bericht), 6. Absatz	364
Tabelle 143: SPÖ vs. ÖVP - Die Presse (Bericht), 7. Absatz	365
Tabelle 144: SPÖ vs. ÖVP - Die Presse (Bericht), 8. Absatz	365
Tabelle 145: SPÖ vs. ÖVP - Die Presse (Leitartikel), 1. Absatz	367
Tabelle 146: SPÖ vs. ÖVP - Die Presse (Leitartikel), 2. Absatz	367
Tabelle 147: SPÖ vs. ÖVP - Die Presse (Leitartikel), 3. Absatz	368
Tabelle 148: SPÖ vs. ÖVP - Die Presse (Leitartikel), 4. Absatz	368
Tabelle 149: SPÖ vs. ÖVP - Die Presse (Leitartikel), 5. Absatz	369
Tabelle 150: SPÖ vs. ÖVP - Die Presse (Bericht), 6. Absatz	369
Tabelle 151: SPÖ vs. ÖVP - Kurier (Bericht), 1. Absatz	371
Tabelle 152: SPÖ vs. ÖVP - Kurier (Bericht), 2. Absatz	371
Tabelle 153: SPÖ vs. ÖVP - Kurier (Bericht), 3. Absatz	372
Tabelle 154: SPÖ vs. ÖVP - Kurier (Bericht), 4. Absatz	372
Tabelle 155: SPÖ vs. ÖVP - Kurier (Bericht), 5. Absatz	373
Tabelle 156: SPÖ vs. ÖVP - Kurier (Bericht), 6. Absatz	373
Tabelle 157: SPÖ vs. ÖVP - Kurier (Bericht), 7. Absatz	374
Tabelle 158: SPÖ vs. ÖVP - Kurier (Bericht), 8. Absatz	374

Tabelle 159: SPÖ vs. ÖVP – Kurier (Bericht), 9. Absatz	375
Tabelle 160: SPÖ vs. ÖVP – Kurier (Bericht), 10. Absatz	375
Tabelle 161: SPÖ vs. ÖVP – Kurier (Bericht), 11. Absatz	376
Tabelle 162: SPÖ vs. ÖVP – Kurier (Analyse), 1. Absatz	378
Tabelle 163: SPÖ vs. ÖVP – Kurier (Analyse), 2. Absatz	378
Tabelle 164: SPÖ vs. ÖVP – Kurier (Analyse), 3. Absatz	379
Tabelle 165: SPÖ vs. ÖVP – profil, 1. Absatz	381
Tabelle 166: FPÖ vs. SPÖ – Der Standard (Bericht), 1. Absatz	383
Tabelle 167: FPÖ vs. SPÖ – Der Standard (Bericht), 2. Absatz	383
Tabelle 168: FPÖ vs. SPÖ – Der Standard (Bericht), 3. Absatz	384
Tabelle 169: FPÖ vs. SPÖ – Der Standard (Bericht), 4. Absatz	384
Tabelle 170: FPÖ vs. SPÖ – Der Standard (Bericht), 5. Absatz	384
Tabelle 171: FPÖ vs. SPÖ – Der Standard (Bericht), 6. Absatz	385
Tabelle 172: v – Der Standard (Bericht), 7. Absatz	385
Tabelle 173: FPÖ vs. SPÖ – Der Standard (Analyse), 1. Absatz	387
Tabelle 174: FPÖ vs. SPÖ – Der Standard (Analyse), 2. Absatz	387
Tabelle 175: FPÖ vs. SPÖ – Der Standard (Analyse), 3. Absatz	388
Tabelle 176: FPÖ vs. SPÖ – Der Standard (Analyse), 4. Absatz	388
Tabelle 177: FPÖ vs. SPÖ – Der Standard (Analyse), 5. Absatz	388
Tabelle 178: ÖVP vs. SPÖ – Der Standard (Analyse), 6. Absatz	389
Tabelle 179: FPÖ vs. SPÖ – Die Presse, 1. Absatz	391
Tabelle 180: FPÖ vs. SPÖ – Die Presse, 2. Absatz	391
Tabelle 181: FPÖ vs. SPÖ – Der Standard (Analyse), 3. Absatz	392
Tabelle 182: FPÖ vs. SPÖ – Die Presse, 4. Absatz	392
Tabelle 183: FPÖ vs. SPÖ – Die Presse, 5. Absatz	392
Tabelle 184: FPÖ vs. SPÖ – Die Presse, 6. Absatz	393
Tabelle 185: FPÖ vs. SPÖ – Kurier (Bericht), 1. Absatz	395
Tabelle 186: FPÖ vs. SPÖ – Kurier (Bericht), 2. Absatz	395
Tabelle 187: FPÖ vs. SPÖ – Kurier (Bericht), 3. Absatz	396
Tabelle 188: FPÖ vs. SPÖ – Kurier (Bericht), 4. Absatz	396
Tabelle 189: FPÖ vs. SPÖ – Kurier (Bericht), 5. Absatz	396
Tabelle 190: FPÖ vs. SPÖ – Kurier (Bericht), 6. Absatz	397
Tabelle 191: FPÖ vs. SPÖ – Kurier (Bericht), 7. Absatz	397
Tabelle 192: FPÖ vs. SPÖ – profil, 1. Absatz	399
Tabelle 193: BZÖ vs. ÖVP – Der Standard (Bericht), 1. Absatz	401
Tabelle 194: BZÖ vs. ÖVP – Der Standard (Bericht), 2. Absatz	401
Tabelle 195: BZÖ vs. ÖVP – Der Standard (Bericht), 3. Absatz	402
Tabelle 196: BZÖ vs. ÖVP – Der Standard (Bericht), 4. Absatz	402
Tabelle 197: BZÖ vs. ÖVP – Der Standard (Bericht), 5. Absatz	403
Tabelle 198: BZÖ vs. ÖVP – Der Standard (Bericht), 6. Absatz	403
Tabelle 199: BZÖ vs. ÖVP – Der Standard (Analyse), 1. Absatz	405
Tabelle 200: BZÖ vs. ÖVP – Der Standard (Analyse), 2. Absatz	405
Tabelle 201: BZÖ vs. ÖVP – Der Standard (Analyse), 3. Absatz	406
Tabelle 202: BZÖ vs. ÖVP – Der Standard (Analyse), 4. Absatz	406
Tabelle 203: BZÖ vs. ÖVP – Der Standard (Analyse), 5. Absatz	407
Tabelle 204: BZÖ vs. ÖVP – Der Standard (Analyse), 6. Absatz	407
Tabelle 205: BZÖ vs. ÖVP – Die Presse, 1. Absatz	409
Tabelle 206: BZÖ vs. ÖVP – Die Presse, 2. Absatz	409
Tabelle 207: BZÖ vs. ÖVP – Die Presse, 3. Absatz	410
Tabelle 208: BZÖ vs. ÖVP – Die Presse, 4. Absatz	410
Tabelle 209: BZÖ vs. ÖVP – Die Presse, 5. Absatz	411
Tabelle 210: BZÖ vs. ÖVP – Die Presse, 6. Absatz	411
Tabelle 211: BZÖ vs. ÖVP – Kurier (Bericht), 1. Absatz	413
Tabelle 212: BZÖ vs. ÖVP – Kurier (Bericht), 2. Absatz	413
Tabelle 213: BZÖ vs. ÖVP – Kurier (Bericht), 3. Absatz	414
Tabelle 214: BZÖ vs. ÖVP – Kurier (Bericht), 4. Absatz	414
Tabelle 215: BZÖ vs. ÖVP – Kurier (Bericht), 5. Absatz	415
Tabelle 216: BZÖ vs. ÖVP – Kurier (Bericht), 6. Absatz	415

Tabelle 217: BZÖ vs. ÖVP – Profil, 1. Absatz	417
Tabelle 218: BZÖ vs. FPÖ – Der Standard (Bericht), 1. Absatz	419
Tabelle 219: BZÖ vs. FPÖ – Der Standard (Bericht), 2. Absatz	419
Tabelle 220: BZÖ vs. FPÖ – Der Standard (Bericht), 3. Absatz	420
Tabelle 221: BZÖ vs. FPÖ – Der Standard (Bericht), 4. Absatz	420
Tabelle 222: BZÖ vs. FPÖ – Der Standard (Bericht), 5. Absatz	421
Tabelle 223: BZÖ vs. FPÖ – Der Standard (Bericht), 6. Absatz	421
Tabelle 224: BZÖ vs. FPÖ – Der Standard (Bericht), 7. Absatz	421
Tabelle 225: BZÖ vs. FPÖ – Der Standard (Bericht), 8. Absatz	422
Tabelle 226: BZÖ vs. FPÖ – Der Standard (Analyse), 1. Absatz	424
Tabelle 227: BZÖ vs. FPÖ – Der Standard (Analyse), 2. Absatz	424
Tabelle 228: BZÖ vs. FPÖ – Der Standard (Analyse), 3. Absatz	425
Tabelle 229: BZÖ vs. FPÖ – Der Standard (Analyse), 4. Absatz	425
Tabelle 230: BZÖ vs. FPÖ – Der Standard (Analyse), 5. Absatz	425
Tabelle 231: BZÖ vs. FPÖ – Der Standard (Analyse), 6. Absatz	426
Tabelle 232: BZÖ vs. FPÖ – Der Standard (Analyse), 7. Absatz	426
Tabelle 233: BZÖ vs. FPÖ – Der Standard (Analyse), 8. Absatz	427
Tabelle 234: BZÖ vs. FPÖ – Der Standard (Analyse), 9. Absatz	427
Tabelle 235: BZÖ vs. FPÖ – Die Presse, 1. Absatz	429
Tabelle 236: BZÖ vs. FPÖ – Kurier (Bericht), 1. Absatz	431
Tabelle 237: BZÖ vs. FPÖ – Kurier (Bericht), 2. Absatz	431
Tabelle 238: BZÖ vs. FPÖ – Kurier (Bericht), 3. Absatz	432
Tabelle 239: BZÖ vs. FPÖ – Kurier (Bericht), 4. Absatz	432
Tabelle 240: BZÖ vs. FPÖ – Kurier (Bericht), 5. Absatz	432
Tabelle 241: BZÖ vs. FPÖ – Kurier (Bericht), 6. Absatz	433
Tabelle 242: BZÖ vs. FPÖ – profil, 1. Absatz	435
Tabelle 243: BZÖ vs. FPÖ – profil, 2. Absatz	435
Tabelle 244: ÖVP vs. SPÖ – Der Standard (Bericht), 1. Absatz	437
Tabelle 245: ÖVP vs. SPÖ – Der Standard (Bericht), 2. Absatz	437
Tabelle 246: ÖVP vs. SPÖ – Der Standard (Bericht), 3. Absatz	438
Tabelle 247: ÖVP vs. SPÖ – Der Standard (Bericht), 4. Absatz	438
Tabelle 248: ÖVP vs. SPÖ – Der Standard (Bericht), 5. Absatz	438
Tabelle 249: ÖVP vs. SPÖ – Der Standard (Bericht), 6. Absatz	439
Tabelle 250: ÖVP vs. SPÖ – Der Standard (Bericht), 7. Absatz	439
Tabelle 251: ÖVP vs. SPÖ – Der Standard (Bericht), 8. Absatz	440
Tabelle 252: ÖVP vs. SPÖ – Der Standard (Bericht), 9. Absatz	440
Tabelle 253: ÖVP vs. SPÖ – Der Standard (Bericht), 10. Absatz	441
Tabelle 254: ÖVP vs. SPÖ – Der Standard (Bericht), 11. Absatz	441
Tabelle 255: ÖVP vs. SPÖ – Der Standard (Bericht), 12. Absatz	441
Tabelle 256: ÖVP vs. SPÖ – Der Standard (Analyse), 1. Absatz	443
Tabelle 257: ÖVP vs. SPÖ – Der Standard (Analyse), 2. Absatz	443
Tabelle 258: ÖVP vs. SPÖ – Der Standard (Analyse), 3. Absatz	444
Tabelle 259: ÖVP vs. SPÖ – Der Standard (Analyse), 4. Absatz	444
Tabelle 260: ÖVP vs. SPÖ – Der Standard (Analyse), 5. Absatz	444
Tabelle 261: ÖVP vs. SPÖ – Der Standard (Analyse), 6. Absatz	445
Tabelle 262: ÖVP vs. SPÖ – Die Presse, 1. Absatz	447
Tabelle 263: ÖVP vs. SPÖ – Die Presse, 2. Absatz	447
Tabelle 264: ÖVP vs. SPÖ – Der Standard (Analyse), 3. Absatz	448
Tabelle 265: ÖVP vs. SPÖ – Die Presse, 4. Absatz	448
Tabelle 266: ÖVP vs. SPÖ – Die Presse, 5. Absatz	449
Tabelle 267: ÖVP vs. SPÖ – Die Presse, 6. Absatz	449
Tabelle 268: ÖVP vs. SPÖ – Die Presse, 7. Absatz	449
Tabelle 269: ÖVP vs. SPÖ – Die Presse, 8. Absatz	450
Tabelle 270: ÖVP vs. SPÖ – Die Presse, 9. Absatz	450
Tabelle 271: ÖVP vs. SPÖ – Kurier (Bericht), 1. Absatz	452
Tabelle 272: ÖVP vs. SPÖ – Kurier (Bericht), 2. Absatz	452
Tabelle 273: ÖVP vs. SPÖ – Kurier (Bericht), 3. Absatz	453
Tabelle 274: ÖVP vs. SPÖ – Kurier (Bericht), 4. Absatz	453

<i>Tabelle 275: ÖVP vs. SPÖ – Kurier (Bericht), 5. Absatz</i>	454
<i>Tabelle 276: ÖVP vs. SPÖ – Kurier (Bericht), 6. Absatz</i>	454
<i>Tabelle 277: ÖVP vs. SPÖ – Kurier (Bericht), 7. Absatz</i>	455
<i>Tabelle 278: ÖVP vs. SPÖ – Kurier (Bericht), 8. Absatz</i>	455
<i>Tabelle 279: ÖVP vs. SPÖ – Kurier (Bericht), 9. Absatz</i>	455
<i>Tabelle 280: ÖVP vs. SPÖ – Kurier (Analyse), 1. Absatz</i>	457