



universität
wien

DIPLOMARBEIT

Titel der Diplomarbeit

„Der schwarze Donnerstag“ -

Zum Verhältnis von Politik und Medien dargestellt am Beispiel
von „Stuttgart 21“

Verfasserin:

Lisa Staufner

Angestrebter akademischer Grad:

Magistra der Philosophie (Mag. phil.)

Wien, 2012

Studienkennzahl lt. Studienblatt: A 300

Studienrichtung lt. Studienblatt: Politikwissenschaft

Betreuer: Univ.-Doz. Dr. Johann Wimmer

Inhaltsverzeichnis

Einleitung	6
1. Erkenntnisinteresse	7
1. Medien und Demokratie	9
1.1 Einleitung	9
1.2 Die Verfasstheit des Mediensystems	10
1.2.1 Vier idealtypische Grundformen gesellschaftlicher Kontrolle	12
2. Funktionen von Massenmedien	15
2.1 Die Informationsfunktion	15
2.2 Soziale Funktionen	16
2.3 Politische Funktionen	17
2.4 Ökonomische Funktionen	19
3. Mediengesellschaft	20
3.1 Die Entwicklung hin zu einer Mediengesellschaft	22
3.2 Merkmale der Mediengesellschaft	24
3.2.1 Wandel des Mediensystems	24
3.2.2 Ökonomischer Wandel	27
3.2.3 Gesellschaftlicher Wandel	29
4. Politische Kommunikation	31
4.1 Einleitung	31
4.2 Definitionen von „Politischer Kommunikation“	32
4.3 Differenzierung des Forschungsfeldes anhand des Politikbegriffes	33
4.4 Ansätze zum Verhältnis von Medien und Politik	34
4.4.1 Das Instrumentalisierungsparadigma	35
4.4.2 Das Gewaltenteilungsparadigma	36
4.4.3 Das Interdependenzparadigma	37
4.5 Politische Kommunikation aus Sicht der Akteure	37
4.5.1 Politische Parteien als Akteure der politischen Kommunikation	38
4.5.2 Medien als Akteure der politischen Kommunikation	39
4.5.3 Die Bürger als Akteure des intermediären Systems	40
4.5.4 Veränderungen in der Akteurskonstellation	41
4.6 Medialisierung der politischen Kommunikation	43
4.6.1 Medialisierung und das politische System	44
4.6.2 Prozesse medialer Politikvermittlung	45
4.7 Einflussfaktoren auf die Medienberichterstattung	47
4.7.1 Die Nachrichtenwertforschung	47
4.7.2 Die Gatekeeper-Forschung	49
4.7.3 Die News-Bias-Forschung	50
4.7.4 Framing	51
4.7.5 Agenda-Setting und Agenda-Building	52
5. Politische Parteien und PR	54
5.1 Was ist PR?	55
5.1.1 Die Problematik einer Definition von PR	55
5.1.2 Aufgabenfelder von PR	57
5.2 Politische PR	59
5.2.1 Unterschiede zwischen „klassischer PR“ und Parteien-PR	60
5.2.2 Strategien von politischer PR	61
5.2.3 Aufgaben der politischen PR	62
5.3 Die Krisen-PR	63
5.3.1 Der Begriff „Krise“	64

5.3.2 Die Krisen-PR und ihre Aufgaben	65
5.3.3 Anforderungen an die Krisen-PR	66
6. Stuttgart 21	70
6.1 Projektdefinition	70
6.2 Finanzierung.....	71
6.3 Argumente für die Neubaustrecke Stuttgart-Ulm.....	71
6.3.1 Anbindung an die europäische Hochgeschwindigkeitstrasse.....	71
6.4 Argumente für Stuttgart 21.....	72
6.4.1 Vorteile für die Verkehrsentwicklung.....	72
6.4.2 Ausbau des regionalen Schienennetzes	73
6.4.3 Eine Investition in den Wirtschaftsstandort Baden-Württemberg und die Arbeitsplätze	73
6.4.5 Eine Investition in die Umwelt.....	74
6.4.6 Vorteile für die Stadtentwicklung.....	75
6.5 Argumente gegen Stuttgart 21	75
6.5.1 Der Ausbau des Kopfbahnhofs als Alternative.....	76
6.5.2 Stuttgart 21 ist nicht leistungsfähig genug.....	77
6.5.3 Viel zu hohe Baukosten	78
6.6 Chronologie eines Projekts	79
6.7 Die Protestbewegung.....	83
7. Die Inhaltsanalyse	85
7.1 Die Medienresonanzanalyse	87
8. Untersuchungsdesign und Datengrundlage.....	88
8.1 Stichprobenbestimmung	88
8.2 Untersuchungszeitraum	89
8.3 Untersuchungsgegenstand	89
8.4 Forschungsleitende Fragen.....	91
9. Ergebnisse	92
9.1 Die Begründungen der baden-württembergischen Landesregierung.....	92
9.2 Die Berichterstattung über die Eskalation im Schlossgarten	94
9.2.1 Häufigkeit, Umfang und Platzierung der Zeitungsartikel.....	94
9.2.3 Die Gewaltbereitschaft der Demonstranten	96
9.2.4 Die Verletzten	97
9.2.5 Das Projekt Stuttgart 21	98
9.2.6 Die Quellen der Berichterstattung über die Ereignisse im Schlossgarten.....	101
9.2.7 Die Bewertung der Eskalation durch die Quellen.....	102
10. Fazit.....	104
Literaturverzeichnis.....	111
Internetquellenverzeichnis	116
A1 Anhang	119
A2 Ergebnistabellen	124
A3 Codebuch	143
Abstract	164
Lebenslauf.....	165

Abbildungsverzeichnis:

Abbildung 1: Anzahl der Artikel im Untersuchungszeitraum nach Printmedien in % (n=109).....	94
Abbildung 2: Verteilung auf Ressorts in % (n=109)	96
Abbildung 3: Gewaltakteure der Berichterstattung anhand ihrer Nennungen (n=109)	97
Abbildung 4: Klassifizierung der Verletzten nach Artikel (n=109)	98
Abbildung 5: Argumente, die für den Bau von Stuttgart 21 sprechen, nach ihren Nennungen (n=57)	99
Abbildung 6: Argumente, die gegen den Bau von Stuttgart 21 sprechen, nach ihren Nennungen (n=25)	100
Abbildung 7: pro und contra Argumente zu Stuttgart 21 in den verschiedenen Printmedien anhand ihrer Zeilenlänge (n=109)	101
Abbildung 8: Quellen der Berichterstattung über die Ereignisse im Schlossgarten (n=109).....	102
Abbildung 9: Wertung der Aussagen der Quellen (n=93)	103

Einleitung

Die Medien sind ein „[...] die Gesellschaft maßgeblich konstituierender Faktor geworden [...].“ (Sarcinelli 2009: 37) Wie eine Gesellschaft, wie Politik verfasst ist, hängt daher mit den Kommunikationsleistungen zusammen, die vom Mediensystem erbracht werden. Aus diesem Grund kann man die moderne Gesellschaft auch als „Mediengesellschaft“ bezeichnen. Aus kommunikationswissenschaftlicher Sicht sind Mediengesellschaften moderne Gesellschaften, „[...] in denen Medienkommunikation, also über technische Kommunikation realisierte Bedeutungsvermittlung, eine allgegenwärtige Prägnanz entfalten.“ (ebd.: 15) So gibt es heute keinen Bereich mehr,

„[...] in dem nicht Medienorganisationen, Medientechnologien und Medienangebote die individuelle wie gesellschaftliche Wirklichkeitskonstruktion tief greifend beeinflussen, und [...] keinen gesellschaftlichen Bereich mehr [...], der nicht unter (Dauer-)Beobachtung der Medien steht.“ (Donges 2008: 22, zit. nach: Schmidt 1999: 140)

Es kommt aber nicht nur zu einer immer stärkeren Durchdringung aller gesellschaftlichen Bereiche. Auch die Vermittlungsleistung und –geschwindigkeit hat zugenommen, nicht zuletzt aufgrund des Bedeutungsgewinns der elektronischen Medien. Politische und gesellschaftliche Akteure verspüren stärker denn je den Zwang zur Rechtfertigung und Begründung ihres Handelns. „Mehr denn je werden ihnen kommunikative Leistungen, wird ihnen „Legitimation durch Kommunikation“ abverlangt, wird Publizität zur gesellschaftlichen und politischen Eintritts- und Trumpfkarte.“ (Sarcinelli 2009: 154) So müssen sie „[...] mit einer ständigen Medienberichterstattung rechnen und sich auf die ständige Nachfrage einstellen [...].“ (Jarren/Meier 2002: 128) Die Parteien und andere politische Akteure haben darauf mit einem Ausbau und Professionalisierung ihrer PR-Abteilungen sowie der Entwicklung medienbezogener Kommunikationsstrategien reagiert. (Vgl. ebd.: 129)

Massenmedien vermitteln jedoch nicht nur Information über Politik, „[...] sondern sie stellen als Weltbildapparate den Informationsgehalt von Politik erst her, sie definieren, was ein politisches Ereignis, was ein Thema ist.“ (Schulz 2008: 323) Dies bedeutet, dass Medien in den politischen Prozess eingreifen, indem sie Politik filtern, modifizieren und prägen. Ihnen kommt eine aktive Rolle bei der Herstellung von Öffentlichkeit zu, denn sie bestimmen die Dynamik und Struktur von öffentlichen

Informationen anhand medialer Aufmerksamkeitsregeln. „Dies ist in der Informations- und Publizitätsfunktion der Massenmedien angelegt, ist notwendige Folge der medialen Informationsverarbeitung und der Herstellung von Öffentlichkeit.“ (Schulz 2008: 323)

Am 30. September 2010 spielten sich im Stuttgarter Schlossgarten Szenen ab, „[...] die sich nicht wiederholen dürfen.“ (Mappus 2010b) In Folge eines Polizeieinsatzes mit Wasserwerfern, Pfefferspray und Schlagstöcken wurden mehrere hundert Menschen verletzt - manche so schwer, dass sie stationär behandelt werden mussten. Die Auseinandersetzung ereignete sich im Zusammenhang mit dem Bahnprojekt „Stuttgart 21“, wogegen mehrere zehntausend Menschen im Vorfeld auf die Straße gegangen waren. Das Projekt Stuttgart 21 war bis zum Frühsommer des Jahres 2010 lediglich in Stuttgart und Umgebung ein Thema. Dies änderte sich schlagartig, als Ende Juli 2009 „[...] der Bahnhoftailabriss, die Baumfällarbeiten, die unzähligen Demonstrationen und Protestaktionen gegen Stuttgart 21 die nationalen und sogar internationalen Medien und damit das mediale Sommerloch [füllten].“ (Initiative Leben in Stuttgart - Kein Stuttgart 21 2011: 4) Was als spontane Aktionen begonnen hatte, entwickelte sich etwa ein Jahr später zu Großkundgebungen mit teilweise mehreren Zehntausend Teilnehmern¹. (Vgl. Landtag von Baden-Württemberg 2011a: 600)

Stuttgart 21 wurde „[...] nicht nur beliebtes Talkshow-Thema, sondern auch zum Symbol für Bürgerengagement, aber auch falsche Infrastrukturpolitik, Demokratieversagen, falsche Planung, öffentliche Gelderverschwendung und megateure Großprojekte.“ (Initiative Leben in Stuttgart - Kein Stuttgart 21 2011: 4 f.)

1. Erkenntnisinteresse

Das Erkenntnisinteresse dieser Arbeit liegt nun in der Beantwortung folgender Forschungsfragen: Wie rechtfertigt die Landesregierung den Einsatz von Wasserwerfern, Pfefferspray und Schlagstöcken am 30. September 2010? Inwieweit finden sich die Argumente der Landesregierung in der Berichterstattung im

¹ In dieser Arbeit wird zugunsten des Leseflusses die männliche Schreibweise benutzt wird. Dennoch ist natürlich im Verständnis die weibliche Form mit gleicher Wertschätzung einbezogen.

Untersuchungszeitraum wieder? Welche Quellen werden in Bezug auf den Polizeieinsatz herangezogen? Inwieweit werden Vor- und Nachteile von Stuttgart 21 in den untersuchten Printmedien thematisiert? Welchen Stellenwert räumen die Printmedien dem Ereignis im Schlossgarten vom 30. September 2010 ein?

Dazu werden inhaltlich die Pressemitteilungen, sowie andere PR-Materialien analysiert, die zwischen dem 1. und dem 7. Oktober 2010 auf der Homepage der baden-württembergischen Landesregierung mitgeteilt wurden. Denn die Informationen, die von Seiten der Öffentlichkeitsarbeit veröffentlicht werden, sind eine zentrale Quelle für den Journalismus. „Wie die Medienberichterstattung ausfällt, hängt zu einem großen Teil davon ab, wie Journalisten mit diesen Quellen der Öffentlichkeitsarbeit umgehen.“ (Raupp/Vogelgesang 2009: 17) In einem weiteren Schritt werden vier Qualitätszeitungen - Süddeutsche Zeitung, Frankfurter Allgemeine Zeitung, Stuttgarter Zeitung und Südwest Presse - und deren Berichterstattung zwischen dem 1. und dem 7. Oktober 2010 analysiert. Darüber hinaus sind die Süddeutsche Zeitung und die Frankfurter Zeitung diejenigen Printmedien, die bundesweit die meist verkauften Auflagen haben. Die Stuttgarter Zeitung und die Südwest Presse haben regional, das heißt im Bundesland Baden-Württemberg, die meist verkauften Auflagen. So wird nicht nur das bundesdeutsche Gebiet abgedeckt, sondern darüber hinaus auch Baden-Württemberg mit dessen Landeshauptstadt Stuttgart.

Im Vorfeld wird in dieser Arbeit auf das Verhältnis zwischen Medien und Demokratie eingegangen und die Funktionen von Massenmedien beschrieben. Ein weiteres Kapitel setzt sich mit der Mediengesellschaft, seiner Entwicklung und seinen Merkmalen auseinander. Darüber hinaus liegt ein Schwerpunkt neben dem Bereich der „Politischen Kommunikation“ auf dem Bereich der „politischen Public Relations“. Einen Überblick über das Bahnprojekt „Stuttgart 21“ gibt das darauffolgende Kapitel. Schließlich wird im methodischen Teil der Arbeit die Inhaltsanalyse sowie die Operationalisierung vorgestellt, gefolgt von den Ergebnissen der Analyse. In einem Fazit werden die Ergebnisse zusammengefasst und abschließend bewertet.

1. Medien und Demokratie

1.1 Einleitung

Jede moderne Gesellschaft lässt sich dadurch charakterisieren, dass sie in funktionale Teilsysteme ausdifferenziert ist. Diese Teilsysteme sind für die Erbringung der von der Gesellschaft geforderten Leistungen verantwortlich. Sie agieren relativ autonom und verfügen „[...] über eine Eigendynamik der Verselbständigung [...].“ (Sarcinelli 2009: 33) Sowohl die Politik als auch die Medien, so wie jeder andere gesellschaftliche Bereich, erfüllen jeweils spezifische Funktionen:

„[D]ie Politik, indem sie - und nur sie - kollektiv verbindliche Entscheidungen herbei führen kann; die Medien, indem sie - und nur sie - die Voraussetzungen für die Herstellung von Öffentlichkeit und damit angesichts zunehmender Komplexität erst die Möglichkeit für Wirklichkeitsvermittlung und -wahrnehmung schaffen.“ (ebd.: 33)

Da das Teilsystem Politik über besondere Ressourcen verfügt, kommt ihm die Aufgabe der Steuerung der anderen Teilsysteme und deren Problemproduktion zu. Dabei geht es nicht nur um die Sicherstellung von Meinungsvielfalt durch einen offenen Zugang zu den Medien. Denn Politik, vor allem demokratische Politik, ist von der Zustimmung der Bevölkerung abhängig und ist deshalb auch öffentlich begründungspflichtig. Folglich „[...] braucht [sie] selbst Publizität und muss deshalb mangels eigener Medien die allgemein zugänglichen Massenmedien als Resonanzboden und Bühne zur „Politikdarstellung“ nutzen [...].“ (ebd.: 33) Im Bereich der medienpolitischen Gestaltung und ganz allgemein im Verhältnis zu den Medien besteht daher von Seiten der Politik ein latentes Spannungsverhältnis zwischen den Gemeinwohlverpflichtungen auf der einen sowie den eigenen politischen Interessen auf der anderen Seite.

Bei Medienpolitik handelt es sich nicht um ein gewöhnliches Politikfeld: „Sie ist eine Art Meta-Politik, denn durch Handeln oder Unterlassen wird medienpolitisch mitentschieden, wie über das Politische insgesamt gedacht und geredet wird.“ (ebd.: 33) Hier geht es nicht primär darum, das kommunikative Handeln einzelner politischer Akteure zu beeinflussen, sondern um die Schaffung eines

Strukturrahmens. Dieser ermöglicht ein kluges öffentliches Verhalten, ohne dabei Kommunikation im Einzelfall zu determinieren. (Vgl. Sarcinelli 2009: 33) Die Medienpolitik unterliegt dabei den Einflüssen von Akteuren, die in unterschiedlichen Politikfeldern agieren. Daher ist es nicht möglich, Medienpolitik ressortmäßig einem Politikfeld zuzuordnen, wie es etwa bei der Sozial- oder die Außenpolitik der Fall ist.

„So können wirtschafts- und rechtspolitische Entscheidungen, tarifrechtliche Vereinbarungen oder sozialpolitische Maßnahmen ebenso wie die Förderung technologiepolitischer Innovationen oder ökonomische Entwicklungen medienpolitische Wirkungen entfalten.“ (ebd.: 41)

1.2 Die Verfasstheit des Mediensystems

Medien haben bestimmte gesellschaftliche Leistungen zu erbringen. Welche Leistungen dies sind, wird von zentralen gesellschaftlichen Institutionen festgelegt. Es sind primär „[...] spezifische Gesetze, normative Vorstellungen, die Handlungen von staatlichen und gesellschaftlichen Akteuren sowie der Wettbewerb und das Zusammenspiel von Interessen im Medienmarkt, welche auf die Medien einwirken.“ (Hribal/Jarren/Künzler 2005: 181) Die rechtlichen Vorgaben, die an die Medien gestellt werden, spielen eine bedeutsame Rolle, da von ihnen die Programmqualität und die konkreten Medienleistungen abhängen. Des Weiteren zeigen sie auf, welche ökonomischen Möglichkeiten bestehen, welche Formen von Medienorganisationen möglich sind und welche kulturellen Regeln für die Medien als Orientierungsmaßstab gelten. (Vgl. ebd.: 181)

Von den Medien werden jedoch nicht nur wirtschaftliche und politische Pflichten eingefordert, sie genießen auch eine Reihe von Privilegien und Rechte. Da der Informationsfunktion in modernen Demokratien eine zentrale Aufgabe zukommt, hat der Staat rechtliche Grundlagen definiert, die die Unabhängigkeit gegenüber dem Staat garantieren sollen. So gilt für Journalisten - wie auch für jeden Bürger - das in Artikel fünf des Grundgesetzes verankerte Grundrecht auf die freie Meinungsäußerung. (Vgl. Raupp/Vogelgesang 2009: 18) Ein weiterer wichtiger Pfeiler der Pressefreiheit ist die Informationsfreiheit, „[...] die besagt, dass sich alle

Bürger ungehindert aus allgemein zugänglichen Quellen unterrichten können.“ (Raupp/Vogelgesang 2009: 18) Darüber hinaus gelten jedoch auch eine Reihe genereller Schutzbestimmungen, die diese Rechte gesetzlich einschränken wie etwa die Jugendschutzbestimmungen, die Achtung der Menschenrechte oder auch das Recht auf persönliche Ehre.

Die Erwartungen an die Medien sowie deren tatsächliche Leistungen, unterliegen einem stetigen Wandel:

„Da gesellschaftliche Institutionen sich ständig ausdifferenzieren und verändern, ergeben sich innerhalb und zwischen den Institutionen kleinere und größere Koordinationsprobleme, Spannungen und Widersprüche bei der Aushandlung von Leistungen, Funktionen und Zielsetzungen.“ (Jarren/Meier 2002: 101 f.)

Welche Funktionen den Medien zugeschrieben werden und welche Leistungen von den Medien gefordert werden, hängt zum einen von den gesamtgesellschaftlichen Bedingungen, zum anderen von den institutionellen Strukturen und Voraussetzungen sowie dem Handeln der dominierenden Akteure ab. (Vgl. ebd.: 102) Medien schaffen sich zwar ihre eigenen Strukturen und formulieren eigenständige Zwecke und Ziele, diese können jedoch nur erreicht werden, solange sie nicht den gesellschaftlichen Kernzielen widersprechen. (Vgl. ebd.: 102)

„Geht man davon aus, dass jede Gesellschaft ein vitales Interesse an einem funktionierenden, d.h. leistungsfähigen Mediensystem hat und dass Medien langfristig nur ökonomisch und politisch überleben können, wenn sie sich den politischen Gegebenheiten anpassen, so können vier idealtypische Grundformen gesellschaftlicher Kontrolle unterschieden werden.“ (ebd.: 102)

Diese vier im Folgenden dargestellten Typen sind Idealtypen. Dies bedeutet, dass „[...]“ gewisse, für den Zusammenhang des Gegenstandes besonders wichtige Beziehungen überpointiert herausgestellt werden, in dieser Typologie z.B. die Kontrolldimension der Massenmedien.“ (Saxer 2002: 5) So entstehen „[...]“ sozusagen Richtmaße, deren Verwirklichung in der Realität überprüft werden kann.“ (ebd.: 5)

1.2.1 Vier idealtypische Grundformen gesellschaftlicher Kontrolle

Dieser Unterscheidung in die vier Idealtypen liegt die Annahme zugrunde, dass sich Medien und Journalismus in ihrer Arbeits- und Funktionsweise mehr oder weniger freiwillig den allgemeinen gesellschafts- und staatspolitischen Strukturen anpassen und diese auch widerspiegeln. Denn jede Gesellschaft, jeder Staat weist den Medien ständig bestimmte Aufgaben zu und formuliert Leitlinien, Gesetze und Erwartungen, „[...] in der Hoffnung, damit das Mediensystem kontrollieren zu können und gleichzeitig die erwünschten publizistischen und wirtschaftlichen Leistungen von den Medien zu erhalten.“ (Jarren/Meier 2002: 102) Bei dieser idealtypischen Differenzierung geht es um die vereinfacht dargestellte Beziehungen zwischen Gesellschaften und Medien; dabei rücken besonders jene zu Politik und Wirtschaft in den Fokus der Aufmerksamkeit.

In Anlehnung an einen Ansatz von Siebert, Peterson und Schramm aus dem Jahre 1956 unterscheidet Saxer vier idealtypische Grundformen der Institutionalisierung von Medien: die wirtschaftsliberale, die autoritäre, die totalitäre und die sozial-verantwortliche Institutionalisierung. (Vgl. Saxer 2002: 4 ff.) Zur Beschreibung dieser Idealtypen wird zwischen fünf zentralen Dimensionen unterschieden: Eigentumsverhältnisse, Steuerung, Ziele, Erwartungen und deren Rechtfertigung.

1.2.1.1 Das wirtschaftsliberale Institutionalisierungsmodell

Im wirtschaftsliberalen Institutionalisierungsmodell ist der Zugang zur Medienbranche für alle offen und die Sammlung und Verbreitung von Nachrichten unterliegen keiner staatlichen Kontrolle und Steuerung - „[...] die Massenkommunikationsmittel [genießen] sogar gewisse freiheitliche Privilegien: Stichwort „Pressefreiheit“.“ (ebd.: 7) Dies charakterisiert das wirtschaftsliberale Institutionalisierungsmodell „[...] als Kind der Demokratie und zugleich auch, wie im Begriff mitschwingt, Preisgabe der Massenmedien an Mechanismen des Marktes, auf dem sie sich durchsetzen müssen.“ (ebd.: 7) Zum einen bedeutet dies, dass die Massenmedien vor staatlichen Zensureingriffen und anderen politischen Kontrollen geschützt sind. Auf der anderen Seite unterliegen sie jedoch auch ökonomischen

Zwängen, denn ihr publizistisches Verhalten muss zum wirtschaftlichen Erfolg führen. „Das Hauptproblem, das sich in diesem Zusammenhang stellt, ist ob und wie weit überhaupt die Marktgesetze publizistische Qualität honorieren.“ (Saxer 2002: 7) Denn das wirtschaftsliberale Institutionalierungsmodell zwingt Medien dazu, auf zwei Märkten zu konkurrieren: dem Publikums- und dem Werbemarkt.

Demnach besteht die Hauptschwierigkeit dieses Institutionalierungsmodells darin, dass „[...] Markterfolg und notwendige publizistische Qualität nur bedingt zusammengehen.“ (ebd.: 8) Von großer Relevanz ist in diesem Zusammenhang auch die Frage, welche Instanzen in der Demokratie über die notwendige Qualität des Medienangebots zu wachen und zu befinden haben. (Vgl. ebd.: 8)

1.2.1.2 Das autoritäre Institutionalierungsmodell

Im autoritären Institutionalierungsmodell haben sich die Medien trotz ihrer formalen Unabhängigkeit den politischen und moralischen Werten sowie den herrschenden Autoritäten unterzuordnen. Zwar mindert die eingeschränkte Autonomie des Mediensystems das entsprechende Leistungsangebot und den institutionellen Ausdifferenzierungsprozess, es „[...] ermöglicht aber eine fallweise effiziente Indienstnahme der Massenmedien für bestimmte gesellschaftspolitische Zielsetzungen.“ (Jarren/Meier 2002: 104) Die herrschenden Eliten können dabei sehr unterschiedlich sein. Heutzutage handelt es sich primär um politische Machtgruppen, „früher waren insbesondere die Kirchenmänner tüchtige Zensoren oder aber, wie das ancien régime in der Schweiz, eine die politische und kulturelle Macht zugleich monopolisierende Oberschicht knebelte auch die Presse ihren Wünschen entsprechend.“ (Saxer 2002: 5) Aufgrund der Verschiedenheit der autoritär über die publizistischen Medien verfügenden Eliten findet sich dieser Typus sowohl in fortschrittlichen als auch in traditionalistischen Gesellschaften wieder.

1.2.1.3 Das totalitäre Institutionalierungsmodell

Das totalitäre Institutionalierungsmodell stellt das Gegenstück zum bereits vorgestellten liberalen Institutionalierungsmodell dar. Aufgabe der Medien ist es hier „[...] dafür zu sorgen, dass Aufklärung, Information, Erziehung und

Mobilisierung im Sinne des dominanten Machtapparats erfolgt.“ (Jarren/Meier 2002: 104) Der Machtapparat verfügt demnach über die absolute Kontrolle der Massenmedien. Dies beginnt bereits bei der Wahl und Schulung der Journalisten. (Vgl. Saxer 2002: 9) Das oberste Prinzip stellt dabei die Loyalität gegenüber der Partei und ihren Zielen dar. Darüber hinaus kontrolliert eine Zensurbehörde die publizierten Inhalte. Die Hauptleistung der Massenmedien besteht hierbei darin, „[...] die Bevölkerung restlos für die Ziele der Machthaber [einzuspannen] [...].“ (ebd.: 9)

1.2.1.4 Das sozialverantwortliche Institutionalierungsmodell

Im sozialverantwortlichen, demokratiepolitisch geprägten Institutionalisierungsmodell ist es Aufgabe der Medien gegenüber der Gesellschaft bestimmte Pflichten und Leistungsanforderungen zu erfüllen. „Der Staat legt Wert auf pluralistisch organisierte Medien und Mediensysteme, damit die unterschiedlichen gesellschaftlichen Bedürfnisse und Interessen von Politik, Kultur und Wirtschaft sich manifestieren können.“ (Jarren/Meier 2002: 104) Dies bedeutet, dass die Medien im sozialverantwortlichen im öffentlichen Interesse handeln und eine aufklärend-dienende Funktion übernehmen. „In der Berichterstattung wird eine hohe journalistische Qualität erwartet, die durch die Einhaltung professioneller und gesellschaftsverträglicher Standards erreicht werden soll.“ (ebd.: 104)

Bei den vier Institutionalisierungsformen handelt es sich - wie bereits erwähnt - um Idealtypen. In allen vier Modellen haben die Medien „[...] einen substanziellen Beitrag zur Rechtfertigung, Stabilisierung und Entwicklung der jeweiligen herrschenden Gesellschaftsstrukturen zu leisten.“ (ebd.: 104 f.)

Zwischen dem Ist- und Soll-Zustand, also Wirklichkeit und Anspruch, bestehen jedoch oftmals große Diskrepanzen. „Die Übersicht über die verschiedenen Institutionalisierungstypen ergibt somit, daß [sic!] jeder von ihnen für die Lösung bestimmter Kommunikationsprobleme besonders geeignet ist und für andere weniger.“ (Saxer 2002: 13)

In der Realität ergeben sich häufig Mischformen und Überschneidungen dieser „idealen“ Institutionalisierungstypen. Eine Ursache dafür ist auch der Umstand, „[...] dass der gesellschaftlichen Steuerung und der staatlichen Regulierung der Institution

Medien erhebliche Grenzen gesetzt sind.“ (Jarren/Meier 2002: 105) So ist etwa in westeuropäischen Ländern der Rundfunk als Organisationsform des öffentlichen Rundfunks eher dem demokratischen Typen zuzuordnen, während die Presse eher liberal institutionalisiert ist. (Vgl. Hribal/Jarren/Künzler 2005: 188)

So ist beispielsweise das wirtschaftsliberale Modell eher im amerikanischen Mediensystem zu finden, während die europäischen Medien stärker im sozialverantwortlichen Modell verankert sind. Jarren und Meier gehen jedoch davon aus, dass es aufgrund der seit einiger Zeit betriebenen Deregulierung von Fernsehen und Europa, „[...] zu einer langsamen Angleichung an „amerikanische Verhältnisse“ kommt.“ (Jarren/Meier 2002: 105)

2. Funktionen von Massenmedien

Je nach Institutionalisierungsmodell werden von den Massenmedien bestimmte publizistische Leistungen benötigt bzw. erwartet. In der westlichen Industriegesellschaft gibt es Burkart zufolge neben der Informationsfunktion drei weitere zentrale Funktionen, die von den Massenmedien zu erbringen sind: politische, soziale und ökonomischen Funktionen. (Vgl. Burkart 2002: 383 ff.)

2.1 Die Informationsfunktion

Die *Informationsfunktion* der Medien „[...] ist eine grundlegende Voraussetzung für das Zustandekommen der öffentlichen Meinungs- und Willensbildung.“ (Raupp/Vogelgesang 2009: 18) Sie ist von fundamentaler Bedeutung für alle Leistungen der Massenmedien, da wir „[e]inen Großteil unsere Einblicke in die Welt [...] nicht direkt [erlangen], da es sich meist um Ereignisse handelt, die nicht unserer direkten Umgebung entspringen.“ (Rhombert 2009: 22) Aus diesem Grund müssen diese Ereignisse über die Medien vermittelt werden. Darüber hinaus werden

zusätzlich auch Erfahrungen in Form von Informationen medial vermittelt.

Die Aufnahme von Informationen kann dabei auf zwei Arten entstehen: entweder durch die eigene Erfahrung im direkten Umgang mit Ereignissen oder Dingen, so genannte Primärerfahrungen, oder ohne direkten Kontakt, so genannte Sekundärerfahrungen. Die Informationsvermittlung über die Massenmedien basiert auf den Sekundärerfahrungen. Denn „[w]ir schätzen die Realität, in der wir leben und die wir erfahren, aus einer indirekten, sekundären Perspektive ein.“ (Rhombert 2009: 23)

2.2 Soziale Funktionen

Medien haben auch soziale Funktionen zu erfüllen, mit dem Ziel „[...] das Individuum möglichst optimal in das Gemeinwesen zu sozialisieren und zu integrieren.“ (Jarren/Meier 2002: 105) Eine der wichtigsten Funktionen ist hierbei die *Sozialisationsfunktion*. Dies bedeutet, dass die Medien die Funktion einer Sozialisierungsinstanz übernehmen. Medien helfen dem einzelnen Individuum zum einen dabei seine Persönlichkeit und seine Identität zu entwickeln; zum anderen helfen sie ihm bei der Eingliederung in die Gesellschaft.

„Begreift man Sozialisation als eigentlich das ganze Leben hindurch andauernde soziokulturelle Geburt des Menschen, so stellen die Massenmedien ja zweifellos eine kaum zu unterschätzende Größe in diesem Prozeß [sic!] dar: sind sie doch für die Menschen in industriellen Gesellschaften praktisch zur alltäglichen Selbstverständlichkeit geworden und mit ihren „kulturellen Transmissionsleistungen“ (Saxer 1974a, S. 31) für jeden präsent.“ (Burkart 2002: 384)

Eine weitere Funktion, die von der Sozialisationsfunktion nur schwer zu trennen ist, ist jene der *sozialen Orientierung*. Dies meint die tagtägliche Versorgung der Massenmedien mit einer Vielzahl an Details, die überhaupt erst eine Orientierung in einer immer überschaubar werdenden Umwelt ermöglicht. (Vgl. ebd.: 386) Sie „[...] helfen uns, von der Bereitstellung der Güter und Dienstleistungen einer entwickelten Industriegesellschaft nützlichen Gebrauch zu machen, den Mangel an primären

sozialen Kontakten und Erfahrungen auszugleichen und uns im Alltag zeit- und raumgerecht zu verhalten“ (Burkart 2002: 386, zit. nach: Ronneberger 1971: 50)

Zu den sozialen Funktionen der Massenmedien gehört auch die *Gratifikations- oder Rekreationsfunktion*: Dies bedeutet, dass die Medien die Möglichkeit von Ablenkung oder Zerstreuung bieten und mit ihrem vielfältigen Angebot zur Entspannung, Erholung und Unterhaltung beitragen.

Schlussendlich spielt auch die *Integrationsfunktion* eine wichtige Rolle:

„Schon lange gilt, daß [sic!] wir in einer durch die verschiedensten Gruppen und Verbände organisierten bzw. durch vielfältige Interessen differenzierten Gesellschaft leben, in der ständig die Gefahr des Auseinanderklaffens, der Desintegration besteht [...] - denn: je komplexer eine Gesellschaft wird, desto mehr bedarf sie der Integration [...].“ (ebd.: 387)

Es sind vor allem die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten, die durch die Berücksichtigung von Randgruppen und Minoritäten versuchen Integrationsziele zu erreichen und „[...] damit auch eine Vielfalt von Lebensformen, Anschauungen und Interessen transparent zu machen.“ (ebd.: 388)

2.3 Politische Funktionen

Die politischen Funktionen der Massenmedien in einem demokratischen politischen System

„[...] bestehen darin, den einzelnen Mitgliedern der Gesellschaft die Möglichkeit zu verschaffen, informiert, aufgeklärt und aktiv an den anstehenden Entscheidungsprozessen teilzunehmen und damit zu einem gewissen Grad auch selbstverantwortlich handeln zu können.“ (Jarren/Meier 2002: 106)

Als eines der zentralsten Funktionen gilt dabei die *Herstellung von Öffentlichkeit*. „Öffentlichkeit entsteht und besteht heute im wesentlichen dadurch, daß [sic!] Informationen via Massenmedien veröffentlicht, also öffentlich zugänglich gemacht werden.“ (Burkart 2002: 391) So gelten in einer Demokratie politische

Entscheidungen dann als legitimiert, wenn sie den Willen einer Mehrheit der betroffenen Bevölkerung widerspiegeln. Dies erfordert eine Diskussion und Klärung der unterschiedlichen Meinungen und Standpunkte aller gesellschaftlichen Mitglieder. „Durch das Öffentlichmachen ihrer Programme, Absichten, Forderungen, Ziele treten alle, die am politischen Prozeß [sic!] beteiligt sind, mit- und untereinander in Kommunikation.“ (Burkart 2002: 391)

Eine weitere Funktion ist jene der *Artikulation*. Dies bedeutet, dass Massenmedien als Sprachrohr für alle demokratisch akzeptablen Verbände, Interessensgruppen und Parteien dienen. Wichtig ist hierbei anzumerken, dass den Journalisten dabei die Funktion eines Vermittlers oder auch Übersetzers zukommt.

Des Weiteren verfügen Medien über eine *politische Sozialisationsfunktion*. „Politische Sozialisation bedeutet [...] vor allem, daß [sic!] die politischen Rollen (wie Wähler, Parteigänger, Parteimitglied, Opponent, Demonstrant usw.) transparent gemacht werden [...]“ (ebd.: 394) Kaum davon zu trennen ist die *politische Bildungsfunktion* der Medien. So liegt eine Funktion der Medien darin, mit dafür zu sorgen, dass am politischen Prozess beteiligte Staatsbürger herangebildet werden. (Vgl. ebd.: 395) Bildung meint in diesem Zusammenhang die Vermittlung der Fähigkeit, Informationen aufzunehmen und Zusammenhänge zu erkennen. Höchste erreichbare Stufe ist die Fähigkeit der eigenen Meinungsbildung.

Für die demokratisch organisierte Gesellschaft ist schlussendlich die *Kritik- und Kontrollfunktion* der Medien von herausragender Bedeutung. Eng damit verbunden ist das Vorstellung, dass die Medien als vierte Gewalt im Staat fungieren und sie somit die „[...] Rolle eines öffentlichen Wächters einnehmen.“ (Raupp/Vogelgesang 2009: 19) Um den Mitgliedern einer Gesellschaft die Möglichkeit zu geben, Kritik an den politischen Machträgern auszuüben, sind „[...] Massenmedien notwendig, die vielfältige Artikulationschancen bieten und möglichst weitgehende Transparenz über politische und gesellschaftliche Zusammenhänge herstellen.“ (Jarren/Meier 2002: 106) Indem Kritik durch die Massenmedien veröffentlicht wird, üben diese gleichzeitig eine Art Kontrolle aus, denn obwohl sie darüber hinaus keine weiteren direkten Sanktionsmöglichkeiten besitzen, kann „[...] die Veröffentlichung allein (oder die Angst davor) schon zu einer Verhaltensänderung führen, sonst allenfalls Sanktionen (Verurteilung, Abwahl etc.) durch zuständige Gremien, die durch die Veröffentlichung aktiviert werden [...]“ (Burkart 2002: 396, zit. nach: Dünser 1980: 41) Voraussetzung der Kritik- und Kontrollfunktion ist jedoch die Unabhängigkeit

von jeglichen gesellschaftlichen und staatlichen Machteinflüssen.

2.4 Ökonomische Funktionen

Die ökonomischen Funktionen fassen all jene Leistungen zusammen, die für das Wirtschaftssystem erbracht werden und die das Massenkommunikationssystem für die Gewinnerzielung erbringt. (Vgl. Burkart 2002: 398) Folgende Funktionen richten sich dabei auf ein überwiegend kapitalistisches ökonomisches System.

Die *Zirkulationsfunktion* beschreibt die Aufgabe der Medien, „[...] die Ware-Geld-Beziehungen zu aktivieren und insgesamt den Wirtschaftskreislauf zu beschleunigen.“ (Jarren/Meier 2002: 107) Dies geschieht zum einen dadurch, „[...] daß [sic!] die Massenmedien als Werbeträger für konkrete Interessen des Einzelkapitals auftreten.“ (Burkart 2002: 398) „Zum anderen geschieht dies durch ideologische Festigung der kapitalistischen Produktions- und Machtverhältnisse im Rahmen der übrigen Medieninhalte.“ (ebd.: 399) Im Zuge der Zirkulationsfunktion erbringen die Massenmedien noch eine Reihe weiterer Leistungen: die Wissensvermittlung, die Sozialtherapie sowie die Legitimationshilfe.

Unter der *regenerativen Funktion* versteht man die Funktion der Medien für Entspannung zu sorgen, so dass später bei der Arbeit ein Mehrwert produziert werden kann. Die *herrschaftliche Funktion* soll als Legitimationshilfe für die herrschende Gesellschaft allgemein und für die kapitalistische Wirtschaft im Besonderen dienen. (Vgl. Jarren/Meier 2002: 107)

Die Funktionszuweisungen an die Massenmedien richten sich zum einen auf die Gesamtgesellschaft. Sie beziehen sich andererseits aber auch auf die einzelnen Teilsysteme. Außerdem wird deutlich,

„[...] dass die Funktionszuweisungen generell eine normative Perspektive auf die Medien widerspiegeln: Postuliert wird die Wünschbarkeit von Leistungen, ohne dass abgeklärt erscheint, ob die strukturellen Voraussetzungen zur Erfüllung der erwünschten Funktion überhaupt gegeben sind.“ (ebd.: 107)

Jarren weist zudem darauf hin, dass von den Medien keine Generalintegrationsleistung erwartet werden kann, denn

„Medien erbringen Integrationsleistungen im Wesentlichen in der Interaktion mit Akteuren aus anderen Teilsystemen im Prozess [...] Themen und Wissen, auch Kenntnisse über Normen, Werte und Verfahren, werden zwar gesellschaftsweit weitgehend über Medien vermittelt, aber nicht von ihnen (allein) erzeugt.“
(Jarren/Meier 2002: 107, zit. nach: Jarren 2000: 37 f.)

Vielmehr sind es die Akteure des intermediären Systems, welche Themen für die Medienvermittlung bereitstellen mit dem Ziel die öffentliche Agenda zu bestimmen. Folglich greifen die Medien weniger eigenständig Themen auf, sondern greifen auf von anderen Akteuren bereitgestellte Informationen zurück. (Vgl. ebd.: 107)

Konflikte und Widersprüche zwischen den Funktionen sowie deren Gewichtung bleiben in den Funktionszuschreibungen meist unberücksichtigt. (Vgl. Jarren/Meier 2002: 108) So stellen politische Eliten vor allem die Bildungs-, Artikulations- und Informationsfunktion in den Mittelpunkt, während Medien, deren Fokus auf Gewinn liegt, die Unterhaltungsfunktion favorisieren.

3. Mediengesellschaft

„Was wir über unsere Gesellschaft, ja über die Welt, in der wir leben, wissen, wissen wir durch die Massenmedien“ (Luhmann 2009: 9)

In der modernen Gesellschaft sind die Medien allgegenwärtig. Aufgrund der Fragmentierung der Gesellschaft hin zu immer kleiner werdenden gesellschaftlichen Teilsystemen und der daraus resultierenden Komplexitätszunahme kommt der medialen Kommunikation als gesellschaftsstiftendes Instrument eine immer größere Bedeutung zu. So fördert Kommunikation den Zusammenhalt und das Funktionieren der Gesellschaft, da jedes Teilsystem der Gesellschaft „[...] sowohl interne als auch externe Kommunikationsstrukturen ausdifferenzieren und betätigen muß [sic!].“

(Saxer 1998: 53) Darüber hinaus „[...] leben immer mehr Menschen dieser Gesellschaft in unterschiedlichen Bewußtseinswelten [sic!], und die Sensibilität für Kommunikationsdefizite und die Nachfrage nach gruppen-, ja individuumsgerechten Kommunikationsangeboten steigt in ihnen unablässig [...].“ (Saxer 1998: 53)

In den Sozialwissenschaften werden eine Reihe von Gesellschaftsbegriffen angeboten, wie Wissens-, Informations- oder Kommunikationsgesellschaft, die alle „[...] den hohen Stellenwert, den öffentliche, massenmedial verbreitete Kommunikation in der und für die moderne Gesellschaft [...]“ (Donges 2008: 19) betonen. Der Unterschied zwischen den einzelnen Begriffen besteht darin, dass sie alle den Massenmedien ein unterschiedliches Gewicht beimessen und den Fokus auf verschiedene Ausprägungen der privaten und öffentlichen gesellschaftlichen Kommunikation legen. (Vgl. ebd.: 19) Im deutschsprachigen Raum hat in den letzten Jahren der Begriff der „Mediengesellschaft“ „[...] an Bedeutung gewonnen, nicht zuletzt seit sich die Deutsche Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (DGPK) in ihrem 2001 verabschiedeten Selbstverständnispapier als eine „Wissenschaft der Mediengesellschaft“ bezeichnet [...].“ (ebd.: 19)

In einem ersten terminologischen Zugriff definiert Saxer Mediengesellschaft als eine

„[...] moderne Gesellschaften [...], in denen Medienkommunikation, also über technische Hilfsmittel realisierte Bedeutungsvermittlung, eine allgegenwärtige und alle Sphären des gesellschaftlichen Seins durchwirkende Prägkraft entfaltet, ein so genanntes soziales Totalphänomen (Marcel Mauss) geworden ist.“ (Saxer 1998: 53)

Dabei kommt vor allem der Bedeutungsvermittlung ein großer Stellenwert zu, denn „[e]s geht beim Begriff der Mediengesellschaft gerade nicht nur um die Verbreitung von Information oder Wissen, wie andere Gesellschaftsbegriffe implizieren, sondern um die gesamtgesellschaftliche Vermittlung von Bedeutung und Sinn.“ (Donges 2008: 20) In der Mediengesellschaft ist die Medienkommunikation nicht an den Nationalstaat gebunden und tritt sowohl auf der gesamtgesellschaftlichen Ebene (Makrolevel), der Ebene der Organisationen (Mesolevel) als auch auf der Ebene der kollektiven und individuellen Vermittlungsprozesse (Mikrolevel) auf. (Vgl. Saxer 1998: 53)

Die Verfasstheit der Mediengesellschaft zeigt sich dabei anhand der folgenden Entwicklungen (vgl. Marschall/von Alemann 2002: 19): an der zunehmenden Durchdringen aller gesellschaftlichen Subsysteme, der Herausbildung neuer Medienformen, der fortgesetzten Ausweitung der publizistischen Medien sowie einer hohen gesellschaftlichen Beachtung der medialen Tätigkeit. Auf die Entwicklung hin zu einer Mediengesellschaft sowie ihre Merkmale werden im Folgenden genauer eingegangen.

3.1 Die Entwicklung hin zu einer Mediengesellschaft

Bereits in seinem ersten Fernsehurteil hat das deutsche Bundesverfassungsgericht konstatiert, dass die Medien nicht als Plattform und Forum verschiedener Standpunkte und Interessen dienen, sondern auch ein „eminenter Faktor der öffentlichen Meinungsbildung“ (Sarcinelli 2009: 39, zit. nach: BVerfGE 12: 205 ff.) sind. Mehr als drei Jahrzehnte später bestehen auf dem deutschen Medienmarkt unübersichtliche Verhältnisse aufgrund der „[...] quantitative[n] Ausweitung der Anbieter im elektronischen Bereich mit der Konkurrenz zwischen öffentlich-rechtlichen und privaten Medien und [der] [...] Differenzierung der Printangebote bei gleichzeitiger Konzentration der Medienunternehmen [...]“. (ebd.: 39) Der Medienmarkt hat sich zunehmend kommerzialisiert und liberalisiert.

Diese Entwicklung hat dazu geführt, dass sich das Mediensystem mehr und mehr vom politischen System sowie den gesellschaftlichen Akteuren entkoppelt hat und seiner eigenen Logik folgt. „Denn unter dem Kommerzialisierungsdruck verspricht die Orientierung an den Erwartungen des Marktes mehr Reichweite und damit höheren Gewinn als die Orientierung an richtungspolitischen Präferenzen bestimmter Akteure oder Institutionen.“ (ebd.: 39)

Betrachtet man dies aus einer historischen Perspektive so wird der Wandel des Mediensystems noch deutlicher: War die Presse in ihrer Anfangsphase noch dem elitären Bürgertum vorbehalten, so änderte sich dies mit dem Aufkommen von politischen Parteien und Bewegungen. In Form einer Gesinnungs- und Parteienpresse erreichten sie einen weitaus größeren Verbreitungsgrad. Doch erst in der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts waren alle gesellschaftlichen Schichten und Klassen in

das System der Printmedien integriert. (Vgl. Jarren/Meier 2002: 26) Jarren und Meier zufolge war „[d]amit [...] die Basis für die Entwicklung einer sich stärker an ökonomischen Prinzipien - und weniger an ideologischen Gruppeninteressen - orientierenden Geschäftspresse gegeben.“ (ebd.: 26) Mittlerweile ist auch die an einem bestimmten Klientel ausgerichtete Gesinnungspresse in Deutschland fast vollständig verschwunden und „[...] von einer weithin gruppen-unabhängigen Forums- und Geschäftspresse, die einen möglichst breiten Markt bedienen will und sich insofern mehr und mehr durch eine Publikumsorientierung auszeichnet, [abgelöst worden].“ (Sarcinelli 2009: 39 f.) Für die gesellschaftlichen Akteure ist dieser Wandel bedeutsam, da sie somit kaum noch über eigene Publikationsorgane, wie etwa die Kirchen-, Gewerkschafts- oder Parteienpresse, verfügen.

Mit dem nach dem Ende des 2. Weltkrieges von den Alliierten etablierten öffentlichen Rundfunk in Deutschland bekamen die dominanten gesellschaftlichen Gruppen die Chance, dort auf ihre Interessen aufmerksam zu machen und diese mit Hilfe des öffentlichen Rundfunks durchzusetzen. „Beim öffentlich-rechtlichen Rundfunk wurde nach dem Organisationsmodell des Binnenpluralismus die Rückbindung an gesellschaftliche Gruppen vor allem an die Parteien - durch gesetzliche Bestimmungen zum konstitutiven Prinzip.“ (Jarren/Meier 2002: 127) So ist es Aufgabe des öffentlich-rechtlichen Rundfunks zwischen den unterschiedlichen Interessen der einzelnen gesellschaftlichen Gruppen zu vermitteln und mit Hilfe der auf Vielfalt und Pluralität angelegten Fernseh- und Radioprogramme eine gesamtgesellschaftlich integrierende Wirkung zu erzielen. Um dies zu gewährleisten wurden Gremien aus Vertretern der gesellschaftlich relevanten Gruppen eingerichtet, die nicht nur Einflussmöglichkeiten auf Programm- sondern auch auf Personalentscheidungen haben.

Mitte der 1980er Jahre wurde dann der Versuch unternommen, dieses Modell der Rückbindung von Medien an die Gesellschaft auch auf die neu etablierten privat-kommerziellen Fernseh- und Hörfunksender zu übertragen. Im Vergleich zum öffentlich-rechtlichen Rundfunk gelten hier jedoch geringere Anforderungen an Programm und Organisation. Zudem verfügen die Landesmedienanstalten faktisch über keinerlei Einflussmöglichkeiten, weder auf die privaten Unternehmen, noch die Organisation der Redaktionen und deren Programmgestaltung. (Vgl. ebd.: 127) Jarren und Meier zufolge

„[...] vollzieht sich [somit] eine strukturelle Änderung in der Beziehung zwischen Medien und gesellschaftlichen Akteuren: Eine organisatorische Anbindung an die ökonomisch wie sozial an Bedeutung gewinnenden privaten Rundfunk- und Multimedia-Unternehmen besteht nicht mehr.“ (Jarren/Meier 2002: 127)

Dies lässt sich auch empirisch beobachten. So orientieren sich Unternehmen weniger an gesellschaftlichen oder politischen Verpflichtungen, sondern agieren vorwiegend mit dem Fokus auf die eigenen Marktziele. Vielfach wird daher von „Ökonomisierung“ oder „Kommerzialisierung“ gesprochen.

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass bei der Presse eine historische Entwicklung mit den gesellschaftlichen Gruppen stattgefunden hat. Im Gegensatz zum öffentlich-rechtlichen Rundfunk, der über Gremien verfügt, in denen Vertreter gesellschaftlich relevanter Gruppen sitzen, findet sich diese Rückkopplung beim privaten Rundfunk nicht mehr. Folglich hat sich der Ordnungsrahmen der Medien verändert. (Vgl. Jarren 1998: 77)

3.2 Merkmale der Mediengesellschaft

3.2.1 Wandel des Mediensystems

Ein Merkmal des Wandels des Mediensystems ist die zunehmende Medienvielfalt. So expandierten in den letzten Jahrzehnten die Massenmedien in unterschiedlichem Ausmaß: Insbesondere das Angebot an Fernseh- und Radioprogrammen, an Diensten und Inhalten im Internet und für mobile Endgeräte nahmen sprunghaft zu. (Vgl. Schulz 2008: 21) Allein im Bereich des Fernsehens hat sich die Zahl der Sender mehr als verdoppelt: Im Zeitraum von 1994 bis 2005 ist die durchschnittliche Anzahl der empfangbaren Sender von 23 auf 48 gestiegen. (Vgl. Rhomberg 2008: 231) Die Zahl der bundesweit angebotenen Radioprogramme beispielsweise hat sich seit dem Jahr 1990 nahezu verdoppelt; zudem ist eine Vielzahl an digitalen Programmen verfügbar. „Darüber hinaus gibt es ein beträchtliches deutschsprachiges Angebot aus Österreich und der Schweiz sowie eine unüberschaubare Zahl von Programmen, die per Satellit und Live-Streaming im Internet zugänglich sind.“ (Schulz 2008: 21 f.)

Mit der zunehmenden Medienvielfalt ging eine erhebliche Erweiterung des

Angebots an Medienformaten und Medieninhalten einher. Dies lässt sich teilweise „[...] auf die durch Kabel- und Satellitentechnologien bewirkte Zunahme in der Zahl von Fernseh- und Radiostationen zurückführen [...]“ (Blumler 2002: 174) Auch innerhalb der Haushalte kam es zu einer Diversifizierung der Kommunikationsinfrastruktur. So besitzen viele Haushalte neben Fernseh- und Radiogeräten auch Computer, DVD-Player etc. Damit verbunden ist ein verstärkter Wettbewerb um die Aufmerksamkeit des Publikums, „[...] dessen für Kommunikation verfügbares Zeitbudget relativ unelastisch zu sein scheint.“ (ebd.: 174)

„Dies begünstigt: populistische kulturelle Angebote und Formen; Inhalte, denen man am ehesten die Fähigkeit zum Wecken und zur Stabilisierung von Publikumsinteresse unterstellt; hohe Investitionen in Promotionaktivitäten. Auf diese Weise wird im Medienbereich auch der Freiraum zum Verfolgen anderer Politikziele als der Herstellung von Nutzerbindungen, der Erzielung von Gewinnen und der Erlangung langfristiger Wettbewerbsvorteile eingeschränkt.“ (ebd.: 174)

Die zunehmende technische Verfeinerung beeinflusst nicht nur die Rezeption von Massenkommunikation, sondern auch deren Produktionsweisen. Die Art und Weise der Sammlung, Bearbeitung und Übermittlung der Nachrichten hat sich durch die Etablierung von Satellitentechnologie, PCs und Videoübertragungen enorm verändert. (Vgl. ebd.: 174) Beispiele für diese Entwicklung sind Innovative Kameraarbeiten, Zeitlupenstudien, geteilte Bildschirme, etwa bei Sportsendungen, sowie TED-Umfragen. Es kommt zu einer „Technisierung der Freizeit“ (ebd.: 175), bei der immer raffinierte und leistungsfähigere Geräte zum Einsatz kommen. Dennoch warnt Blumler:

„Obgleich alle Beteiligten offensichtlich an Kommunikationsfähigkeit, Effizienz und Erfahrungsmöglichkeiten gewinnen, sind mit dieser Entwicklung auch Gefahren verbunden. Unter den Medienschaffenden können beispielsweise bewährte Leistungskriterien wie Kreativität und professionelle Exzellenz zugunsten technischer Fertigkeiten zurückgedrängt werden. Im Publikum könnten kulturelle und informationelle Ungleichheiten entstehen zwischen denen, welche die nötige technische Kompetenz zum Umgang mit den neuen Techniken erworben haben, und jenen, die das nicht geschafft haben.“ (ebd.: 175)

3.2.1.1 Verstärkte internationale Vernetzung

Des weiteren ist eine verstärkte Internationalisierung im Medienbereich zu beobachten. Dies betrifft vor allem die Bildung und Verflechtung von international agierenden Konzernen und den Massenkommunikationsfluss. So hat etwa die Satellitentechnologie dazu geführt, dass die Berichterstattung über Ereignisse in der ganzen Welt ausgeweitet und beschleunigt wird. (Vgl. Blumler 2002: 174)

Das Phänomen Globalisierung ist jedoch keineswegs ein neues Phänomen, auch wenn die „[...] Entwicklung und Intensivierung weltweiter Kommunikation und globaler Vernetzung von Informations- und Verkehrsmitteln heute eine besondere Dimension erreicht [...].“ (Jarren/Meier 2002: 113) Bereits im 16. Jahrhundert gelang der Aufbau von globalen Handelsbeziehungen nur aufgrund bereits ausgebauter Kommunikationsnetzwerke. Mit dem Aufkommen des Druckes begann ein reger Schriftenaustausch zwischen den Nationalstaaten. Im 19. Jahrhundert wurde dann schließlich die Kommunikationsinfrastruktur auf globaler Ebene aufgrund politischer, militärischer und wirtschaftlicher Überlegungen ausgebaut. (Vgl. ebd.: 113)

„Aus politischen wie wirtschaftlichen Bedürfnissen heraus entstanden international operierende Nachrichtenbüros, die die Welt in Einflussphären bzw. Märkte aufteilten und ihre Kundschaft mit Nachrichten versorgten. Mit dem Aufkommen der Telegrafie entwickelte sich dieses Netzwerk zu einem globalen Nachrichtenagentursystem, das sich noch im letzten Jahrhundert als Kartell formierte und bis heute den weltweiten Handel mit Nachrichten kontrolliert.“ (ebd.: 113)

Das Aufkommen des Radios führte dann dazu, dass auch die Bevölkerung im Ausland die Möglichkeit hatte, Radiosendungen in der eigenen Sprache zu hören. „Vor und während des zweiten Weltkrieges beteiligten sich rund 50 Staaten an diesen Aufklärungs- und Propagandaaktivitäten.“ (ebd.: 114)

Medienökonomischer Erwägungen, wie etwa steigende Produktionskosten zusammen mit strukturellen Begrenzungen der nationalen Erlöse, haben die Bedeutung ausländischer Märkte steigen lassen. Kritiker führen an, dass „[e]inige wenige Medienkonglomerate [...] um die internationale Marktvorherrschaft [kämpfen].“ (Blumler 2002: 174) Die zunehmende Internationalisierung zeigt sich auch daran, dass Programmgenres entstanden sind, die weltweit verkauft werden

können, wie etwa CNN oder MTV. So schauen immer mehr Menschen Unterhaltungs-, Informations-, Geselligkeits- und Spielsendungen, die keinen nationalen Ursprung mehr haben. McQuail zufolge besteht ein wichtiges Element dieser Entwicklung in der Entstehung einer internationalen „media culture“,

„[...] which can be recognised by way of similar professional standards worldwide, as well as in universal content forms, genres and the actual substance of communication ... not only [in] radio (especially music and news) and television, but also [in] newspapers, books, magazines, where stories, authors, marketing strategies, fashions and trends are no longer restricted by particular language or national culture.“ (Blumler 2002: 174)

3.2.2 Ökonomischer Wandel

Der Prozess der Ökonomisierung nimmt im Rahmen des Strukturwandels der Medien einen zentralen Stellenwert ein. Unter Ökonomisierung versteht man „[...] ganz allgemein den Trend der Medien zum Primat der ökonomischen Ausrichtung gegenüber anderen Grundsätzen [...].“ (Meier/Siegert/Trappel 2005: 471) Dies bedeutet, dass marktorientiertes Handeln und Denken mehr und mehr an Einfluss gewinnen. Dies gilt für Rundfunk und Presse, die in Europa lange Zeit den Status eines Kulturguts und einer politischen Organisation inne hatten. „Der langsame Wechsel der Systemzugehörigkeit von der Kultur zur Wirtschaft hat zur Folge, dass wirtschaftliche Prinzipien einen immer stärkeren Einfluss bei der Institutionalisierung, Produktion, Diversifizierung, Vermarktung und Konsumtion von Medien spielen.“ (Jarren/Meier 2002: 112) Dabei bleibt jedoch unbestritten, dass Programminhalte, vor allem journalistische Informationsangebote, meritokratische, öffentliche Güter und daher nur bedingt marktfähig sind.

Kommerzialisierung im Medienbereich steht für „[...] die verstärkten Einflüsse der Werbewirtschaft auf die Medienproduktion, auf den Journalismus und die Medienrezeption.“ (Meier/Siegert/Trappel 2005: 472) Die ökonomische Ursache liegt vor allem in der Querfinanzierung publizistischer Medienleistungen durch die Werbeträgerleistungen. (Vgl. ebd.: 474) „Denn auf dem Werbemarkt funktionieren die Medien ausschließlich als private Güter ohne meritokratische Bedeutung. Und weil

auf dem Werbemarkt kein Inhalt, vielmehr der Zugang zum (potenziellen) Konsumenten verkauft wird, ist der Werbeträger voll marktfähig [...].“ (Haller 2004: 40) Aus diesem Grund ist Werbung die wichtigste Einnahmequelle für die Medien. Folglich orientieren sie sich an den Bedürfnissen der Wirtschaft. Für die Wirtschaft wiederum sind die Medien vor allem Werbeträger, „[...] also Mittel zum Zweck des Transports der Werbebotschaft bzw. allgemeiner der Kommunikationsbotschaft an das Publikum.“ (Meier/Siegert/Trappel 2005: 474)

Mit dem Zutritt von kommerziellen Akteuren in den Rundfunkbereich entstand so ein Markt, der sich an den spezifischen Regeln der Ökonomie orientiert. Die Etablierung des privat-kommerziellen Rundfunks brachte es mit sich, dass sich zahlreiche Akteure aus der Wirtschaftsbranchen an den neu gegründeten Unternehmen beteiligten, die davor nicht im publizistischen Bereich tätig waren, wie etwa Versicherungen, Banken oder Energiekonzerne. Folglich treten „[n]eue Unternehmen [...] neben die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten, und neue Unternehmen prägen zunehmend das Mediengeschäft.“ (Jarren 1998: 78) Die Zunahme des wirtschaftlichen Drucks, der mit den neuen Unternehmen und Eignern einhergeht, führt dazu, dass „[d]ie Medien [...] als attraktiver Anlagebereich bewertet werden, der Kapitalbedarf ist groß, und entsprechende Investitionen müssen sich rechnen.“ (ebd.: 78) In der Folge fördert dies weniger das gesellschaftliche und publizistische Denken und Handeln der Medienschaffenden, sondern führt zu einer zunehmenden Orientierung der Handlungsnormen an ökonomischen Leitbildern. Dies bedeutet, dass vor allem solche Produkte produziert werden, die den Interessen der Werbeauftraggeber zulaufen, wie etwa Special-Interest-Zeitschriften, Stadtmagazine oder Lifestyle-Zeitschriften. Jarren und Meier halten fest, dass sich „Medien [...] immer stärker als Investitionsobjekt zur Erzielung von Kapitalrenditen, als „Content-Provider“ für alle Wirtschaftszweige und als Marketinginstrument einer Neuen Ökonomie [verstehen].“ (Jarren/Meier 2002: 111)

Herausforderung wie auch Rahmenbedingung stellen die publizistischen, redaktionellen und ökonomischen Konzentrationsprozesse im nationalen und internationalen Bereich dar. Ein Grund hierfür sind rückläufige Werbeeinnahmen und massive Umsatzverluste vor allem bei den Printmedien. Doch auch die medientechnischen Entwicklungen im elektronischen Bereich „[...] und damit zusammenhängende Investitionserfordernisse beschleunigen den strukturellen Umbruch auf dem Medienmarkt, führen zu neuen strategischen Allianzen mit

horizontalen und vertikalen Unternehmensverflechtungen im europäischen und internationalen Maßstab.“ (Sarcinelli 2009: 40) Zusätzlich beschleunigen neue Produktions- und Distributions- sowie Finanzierungsstrukturen den Konzentrationsprozess auf dem Rundfunk- und Onlinemarkt.

3.2.3 Gesellschaftlicher Wandel

Der Soziale Wandel führt nicht nur zu einer Umstrukturierung von Märkten, Medienorganisationen, Technologien und Ressourcen, er tangiert auch den gesellschaftlichen Kontext der Mediennutzer. Die wichtigsten Veränderungen sind dabei zum einen das Verschwinden der traditionellen autoritativen Institutionen, wie Parteien, Kirchen und Gewerkschaften, die in der Vergangenheit den Loyalitäten und vor allem den Identitäten vieler Bürger eine sichere Grundlage gegeben haben. Blumler zufolge „[...] hat dies zu vermindertem Respekt und größerem Zweifel an der Kompetenz von Eliten in vielen Bereichen der Gesellschaft geführt.“ (Blumler 2002: 175) Damit verbunden steht auch die „[...] Schwächung von Sozialisationsagenturen und Institutionen der öffentlichen Ordnung in der Familie (zerrüttete Familien; Haushalte mit Alleinerziehenden; Haushalte, in denen beide Eltern berufstätig sind), in der Schule und auf der Straße.“ (ebd.: 175) Eine weitere Entwicklung ist jene, dass die Mitglieder einer Gesellschaft in vielen Bereichen, sei es nun sozial, geographisch oder beruflich, mobiler werden, und somit mehr Identitäten annehmen können und auch mehr kulturelle Optionen zur Verfügung haben. (Vgl. ebd.: 176)

„[D]ie Verbreitung individualistischer, konsumistischer, mit Erwartungen ständig wachsenden Einkommens und höherer Bildung verknüpfte Lebensstile, zusammen mit der Ausweitung von Wahlmöglichkeiten, höheren Dienstleistungsstandards und der Rechenschaftspflicht von Herrschaftsträgern gegenüber denjenigen, denen sie angeblich dienen sollen [...].“ (ebd.: 176)

Des weiteren ist eine zunehmende Privatisierung, Individualisierung und Hedonisierung der Lebensstile und Mentalitäten zu beobachten (vgl. Saxer 1998: 68): „Die wachsende gesellschaftliche Arbeitsteilung führt dazu, daß [sic!] die Bevölkerung in immer unterschiedlicheren Bewußtseinswelten [sic!] lebt und

zugleich der Bedarf nach entsprechend differenzierten Kommunikationsangeboten ansteigt.“ (Saxer 1998: 68) Aufgrund der zunehmenden Individualisierung konzentriert sich das Medienangebot also verstärkt auf bestimmte Zielgruppen.

Im Zuge der Ausdifferenzierung des Mediensystems und mit dem Voranschreiten der technischen Möglichkeiten der Kommunikations- und Informationstechnologien sowie den gesellschaftlichen Modernisierungsprozessen wie der Pluralisierung oder Individualisierung von Wertvorstellungen und Lebensstilen wird in den vergangenen Jahren immer häufiger von Ausdifferenzierung der Gesellschaft in immer kleiner werdende Teilsysteme gesprochen. „Diese Vorstellung vom Verfall leitet sich ab aus der rasanten Vermehrung des Medienangebots und der damit einhergehenden Möglichkeit für jeden Einzelnen, sich sein Medienmenü selbst zusammenzustellen.“ (Rhombert 2009: 231) So haben die Kommunikationsmöglichkeiten unter „Viel-Kanal-Bedingungen“ dazu geführt, dass die Rezipienten die Medien auf unterschiedliche, individuelle Art nutzen. „Der gemeinsame Erfahrungsschatz und die Verständigung über eine Agenda der wichtigen Probleme, der sich eine Gesellschaft zu stellen hat, werden geringer.“ (ebd.: 232)

Rhombert zufolge kommen Studien zu zwiespältigen Ergebnissen was die Integration bzw. Desintegration durch Medien angeht: „Die Medien dienen trotz starker Ausdifferenzierung anscheinend immer noch als eine Quelle für gemeinsamen Gesprächsstoff. Es gibt aber auch eine Reihe von Studien, die in den Medien einen der Gründe für Phänomene der Fragmentierung und Desintegration sehen.“ (ebd.: 233) Dennoch, so Rhombert, kommt den Medien „[...] angesichts der Probleme des Gesellschaftswandels, der Auflösung traditioneller Bindungen [...], einer Pluralisierung der Lebensstile, immer noch eine integrationsstiftende Funktion zu[...].“ (ebd.: 233) Hinsichtlich der Mediennutzung ist festzuhalten, dass häufig eine „Informationsüberlastung“ von Seiten der Bevölkerung beklagt wird, da die Nutzung des Angebots oftmals hinter der Angebotsnachfrage zurückbleibt.

4. Politische Kommunikation

4.1 Einleitung

In der modernen Gesellschaft wird „Kommunikation [...] zum strategischen Spiel, das über Erfolg und Misserfolg von Individuen, Organisationen, gesellschaftlichen Gruppen und ganzen Gesellschaften entscheidet.“ (Sarcinelli 2009: 38, zit. nach: Münch 1995: 85) So ist Kommunikation, verstanden als die Fähigkeit sich in der Medienöffentlichkeit mit Meinungen und Themen zu behaupten, nicht nur zu einer zentralen Aufgabe für politische, sondern auch für wirtschaftliche und gesellschaftliche Akteure geworden. (Vgl. ebd.: 38)

„Erst durch die Publizitätsleistungen der Massenmedien entsteht in der modernen Gesellschaft Öffentlichkeit, d.h. ein Raum, der Themen und Meinungen zur Verfügung stellt, die kritisches Raisonement ermöglichen und so dem Souverän eine Entscheidungsgrundlage verschaffen.“ (ebd.: 37)

Dies bedeutet, dass es nur mit Hilfe von Öffentlichkeit möglich ist, gesellschaftlichen, politischen oder auch ökonomischen Einfluss auszuüben und somit Legitimität zu beanspruchen.

Wie das Verhältnis von Medien und Politik gestaltet ist, war und ist vor allem in demokratischen Gesellschaften ein bedeutender Gegenstand des kritischen Raisonements. Über die zwei Grundfragen der Politischen Kommunikation - wie die gesellschaftliche Kommunikation Prozesse und Strukturen der Politik bedingt und wie umgekehrt Politik die gesellschaftliche Kommunikation bedingt und bestimmt - wird nicht nur in der Wissenschaft, sondern auch innerhalb einer breiten Öffentlichkeit diskutiert. Dabei geht es vor allem darum, wie politische Kommunikation organisiert werden kann, so dass sie zum einen demokratietheoretisch bestimmten Idealen, zum anderen den jeweiligen gesellschaftlichen Erfordernissen entspricht. (Vgl. Jarren/Sarcinelli 2002: 13)

Betrachtet man Politik aus der Perspektive politischer Akteure, und dabei vor allem aus jener der Staatsbürger, dann kommt Kommunikation in Prozessen der politischen Willens- und Meinungsbildung eine herausragende Rolle zu. In Bezug auf McNair kann man politische Kommunikation als Kommunikation definieren, „[...] die

von politischen Akteuren ausgeübt wird, die an sie gerichtet ist, oder die politische Akteure und ihr Handeln beinhaltet.“ (Schulz 2003: 2 f.)

4.2 Definitionen von „Politischer Kommunikation“

Wie „Politische Kommunikation“ definiert werden kann, dazu gibt es verschiedene Positionen. Eine erste Annäherung ist die analytische Trennung von Politik und politischer Kommunikation (vgl. Donges/Jarren 2005: 362): Sarcinelli unterscheidet beispielsweise zwischen dem Entscheidungsprozess und dem Kommunikationsprozess, also zwischen der Herstellung und der Darstellung von Politik. Er trennt demnach die politische Kommunikation von dem Bereich der „eigentlichen“ Politik.

Im Gegensatz dazu wird aus der Gegenposition heraus politische Kommunikation nicht nur als Mittel von Politik gesehen, sondern als „[...] zentraler Mechanismus bei der Formulierung, Aggregation, Herstellung und Durchsetzung kollektiv bindender Entscheidungen.“ (ebd.: 362) Politische Kommunikation selbst wird hier als Politik verstanden. Es wird darauf hingewiesen, „[...] dass die Darstellung von Politik immer weniger ein „Anhängsel“ politischer Entscheidungen ist, sondern zunehmend zu einem integralen Bestandteil jedes politischen Prozesses selbst wird.“ (ebd.: 362)

Vowe betont in seiner Definition das Verständnis von Politik als die Herstellung kollektiv verbindlicher Entscheidungen hervor. Politische Kommunikation stellt für ihn eine „[...] symbolische Interaktion im Zusammenhang bindender Entscheidungen und in Form unterschiedlicher Grade von Öffentlichkeit mit ihren jeweiligen Medien“ (ebd.: 362, zit. nach: Vowe 2003: 527) dar. Dies bedeutet, dass politische Kommunikation sowohl den Bereich der massenmedialen und interpersonalen als auch der öffentlichen und geheimen Kommunikation umfassen kann.

Marcinkowski hingegen schlägt vor, nicht von politischer Kommunikation sondern von öffentlicher Kommunikation über Politik zu sprechen. Der Fokus liegt bei dieser Perspektive auf der Öffentlichkeit. „Politische Öffentlichkeit ist für ihn jene „frei zugängliche Kommunikation, wenn und insoweit sie auf die Herstellung, Durchsetzung und Begründung kollektiv bindender Entscheidungen bezogen ist“,

ohne dabei selbst Politik zu sein (Marcinkowski 2001: 248)“ (Donges/Jarren 2005: 362). Politische Kommunikation bedeutet für Marcinkowski demnach die interne Kommunikation des politischen Systems.

4.3 Differenzierung des Forschungsfeldes anhand des Politikbegriffes

Donges und Jarren zufolge ändert sich „[d]as Verständnis dessen, was wir als „Politik“ bezeichnen, [...] fortlaufend seit der Zeit, als Menschen damit begonnen haben, systematisch über Politik nachzudenken.“ (ebd.: 365) Neben einer gouvernementalen Perspektive, die sich mit der Politik als „Staatskunst“ auseinandersetzt, kann Politik auch aus einer normativen Perspektive betrachtet werden. Hierbei stehen die Machtbeschränkung durch Gleichheit, Partizipation und Demokratisierung im Mittelpunkt. Die verwendeten Politikbegriffe können auf der einen Seite normativ, wie etwa Frieden als Ziel von Politik, oder auf der anderen Seite deskriptiv sein. Dies bedeutet, dass Politik als Prozess gesehen wird, in welchem gesellschaftliche Konflikte geregelt werden. Einige Definitionen wiederum nennen Konsens, anderen Konflikt als Ausgangsbasis für politisches Handeln. (Vgl. ebd.: 364)

Innerhalb der Politikwissenschaft wird außerdem mit drei Begriffen gearbeitet, die ihrerseits den Bereich der Politik gliedern: polity, politics und policy.

Unter *Polity* wird der Rahmen von Politik verstanden. So regelt

„[j]ede Gesellschaft [...] denn auch ihre politische Kommunikation durch bestimmte Strukturen, die zumindest eine gewisse Stabilisierung dieses funktionalen Erfordernisses bei der Generierung allgemein verbindlicher Entscheidungen versprechen oder gar sichern. Allgemein handelt es sich dabei um die Ausbildung von Kommunikationssituationen, die im Sinne der Leitideen des jeweiligen politischen Systems durch die Beförderung korrespondierender Erwartungen und Verhaltensweisen die dauernde Befriedigung der Bedürfnisse nach politischer Kommunikation ermöglichen.“ (Saxer 2002: 32)

Von großer Bedeutung für den Bereich der politischen Kommunikation sind hier Normen wie die Rede-, Meinungs- und Medienfreiheit.

Die Prozessdimension von Politik wird unter dem Begriff *Politics* zusammengefasst. „Diese Dimension stellt den Charakter von Politik als Konfliktaustragung in den Vordergrund, zielt also v.a. auf die Frage, wie einzelne Akteure wie Parteien, Interessengruppen etc. politische Interessen und Ziele durchsetzen.“ (Donges/Jarren 2005: 365) Im Mittelpunkt der Analyse stehen dabei vor allem Akteurskonstellationen, Konflikte und Machtverhältnisse. „Für die politische Kommunikation ist relevant zu fragen, wie es bspw. um die kommunikative Kompetenz unterschiedlicher Akteure bestellt ist und ob es Unterschiede bspw. hinsichtlich der Möglichkeit eines Medienzugangs gibt.“ (ebd.: 365)

Die inhaltliche Dimension von Politik wird unter dem Begriff *Policy* zusammengefasst. Hier geht es primär um die Frage nach der Problemlösung in konkreten Politikfeldern. „So gibt es viele Probleme, die innerhalb einer Gesellschaft existieren - aber nicht alle bedürfen der politischen Bearbeitung; einige werden als „privat“ angesehen und dementsprechend auch nicht politisch (also bspw. durch Rechtsetzung) bearbeitet.“ (ebd.: 365) In einer Gesellschaft findet ein ständiger Diskurs darüber statt, was als Problem anzusehen ist. Hinsichtlich politischer Kommunikation ist dabei relevant, wie Themen und Probleme in einzelnen Politikfeldern medial dargestellt und verarbeitet werden können.

In der Praxis sind diese drei analytischen Dimensionen nicht immer klar voneinander zu trennen. „Der institutionelle Rahmen von Politik, die polity, ist immer auch das Ergebnis eines politischen Prozesses und kann durch Prozesse jederzeit auch wieder verändert werden.“ (ebd.: 365 f.)

4.4 Ansätze zum Verhältnis von Medien und Politik

In der Wissenschaft gibt es verschiedene Annahmen darüber, in welcher Beziehung Medien und Politik zueinander stehen. Sarcinelli unterscheidet drei wesentliche Paradigmen (vgl. ebd.: 366):

4.4.1 Das Instrumentalisierungsparadigma

Typisch für das *Instrumentalisierungsparadigma* ist die Dominanz des einen Systems über das andere. Dabei kann zwischen zwei Einflussrichtungen unterschieden werden: einer „Übermacht“ der Politik, bei der die Politik die Medien steuert, sowie eine „Übermacht“ der Medien, bei der die Medien die Politik steuern. Jene Vertreter, die von einem Primat der Politik ausgehen, „[...] weisen der Autonomie und Funktionssicherung politischer Institutionen einen hohen Rang zu und erwarten dementsprechend von den Massenmedien eine dienende Rolle gegenüber Parlament, Regierung und staatlicher Verwaltung.“ (Schulz 2008: 46) Das Ziel von politischer Kommunikation liegt dieser Auffassung zufolge in „[...] der Konversion von Ansprüchen und Unterstützung einerseits sowie der Politikdarstellung und politischen Steuerung andererseits.“ (Schulz 2008: 46) Massenmedien dienen hier vor allem als Institution der Politikvermittlung.

Kepplinger hingegen argumentiert, dass sich das Verhältnis von Politik zu den Medien umgekehrt hat. (Vgl. ebd.: 46) Inzwischen besteht eine Art Abhängigkeitsverhältnis zwischen Politik und Medien, wobei die Journalisten bzw. die Medien die dominanten Akteure sind. Dieser These liegt der Annahme zugrunde, dass die Medien als Politikvermittlungsagenten fungieren. „Damit wird den Medien eine Aufgabe zugewiesen, die sie in der Tat zu erfüllen haben, aber eben nicht als „Anhängsel“ oder lediglich „im Auftrag“ des politischen Systems.“ (Donges/Jarren 2005: 368) Folglich haben sich die politischen Akteure an die Eigengesetzlichkeiten von Medien und Journalismus anzupassen, wenn sie bestimmte Themen durchsetzen wollen. Wie stark dieses Abhängigkeitsverhältnis und der Grad der Anpassung ist, darüber herrscht Uneinigkeit. „Aufgrund von einzelnen beobachtbaren Phänomenen in der medialen Politikvermittlung, vor allem die des Fernsehens, kommt beispielsweise Meyer zu der Einschätzung, die Medien hätten über die Politik bereits obsiegt - Meyer spricht von „Mediokratie“ und einer „Kolonisierung der Politik durch die Medien“ (Meyer 2001)“. (ebd.: 366f.) Es darf jedoch nicht übersehen werden, dass „[...] es die Politik ist, die durch ihre (medien-)politischen Entscheidungen und die Wahl der Mittel in der politischen Kommunikation (Politische PR und Werbung) zu diesem - von den Autoren beklagten - Zustand beigetragen hat.“ (ebd.: 368)

4.4.2 Das Gewaltenteilungsparadigma

Beim *Gewaltenteilungsparadigma* wird davon ausgegangen, dass die Massenmedien eine Kontrollfunktion gegenüber der Politik innehaben, die der Exekutive, Legislative und Judikative gegenübergestellt wird. Von besonderer Bedeutung ist dabei die Autonomie der Massenmedien. Diese garantiert, dass die Medien ihrer vermeintlichen Abbildungsfunktion gerecht werden.

„Sie erwarten von den Medien, dass sie aktiv die Interessen der Bevölkerung artikulieren, dass sie Machtpositionen kritisieren und kontrollieren, dass sie die Bürger umfassend informieren und damit die Voraussetzungen für eine rationale politische Meinungs- und Willensbildung schaffen.“ (Schulz 2008: 47)

Schatz zufolge haben wir es jedoch mit einem zunehmenden Autonomieverlust der Medien zu tun. Das politisch-administrative System versucht vermehrt, sei es durch politische Public Relations oder Kommunikationsmanagement, die „[...] Leistungsdefizite staatlicher Politik durch eine bessere Kontrolle der Massenmedien zu kompensieren.“ (ebd.: 47) Barbara Baerns stellte in einer Untersuchung aus dem Jahr 1987 „[...] eine hohe Abdruckquote politischer Pressemitteilungen in der Berichterstattung fest [...].“ (Hoffmann 2003: 29) Aus dieser Untersuchung wurde die Determinationsthese abgeleitet. Diese These besagt, dass die politische Öffentlichkeit weitgehend das Timing und die Themen der Medienberichterstattung kontrolliert. „Auf Grund der Präsenz von Parteien und Regierungen in den Aufsichtsgremien der Sender war der Medieneinfluss der Politik unter den Bedingungen des öffentlich-rechtlichen Monopols teils noch größer als heute.“ (Schulz 2008: 48) In der Zwischenzeit wurde in einer Reihe von Studien intervenierende Variablen ausgemacht, die Baerns Annahme relativieren, wie etwa In der Zwischenzeit wurden anhand von Studien eine Reihe von intervenierenden Variablen ausfindig gemacht, wie etwa die Konfliktfähigkeit des Themas oder auch die Mediengattung. Ob politische PR erfolgreich ist, hängt auch damit zusammen, inwieweit die Aufmerksamkeitsregeln des Mediensystems antizipiert und für den jeweiligen Zweck eingesetzt werden.

4.4.3 Das Interdependenzparadigma

Die Sichtweisen darüber, wie „stark“ oder „schwach“ Medien sind, unterliegen einer idealtypischen Vereinfachung. Für beide Auffassungen lassen sich empirische Belege finden; diese sind jedoch sehr einseitig, da von zugespitzten Prämissen ausgegangen wird. (Vgl. Schulz 2008: 48)

Demgegenüber geht das *Interdependenz-* oder *Symbioseparadigma* davon aus, dass zwischen dem politischen System und dem Mediensystem „[...] eine komplexe Interaktion mit wechselseitigen Abhängigkeiten und Anpassungsprozessen besteht.“ (Donges/Jarren 2005: 3679) Grundlage dieses Paradigmas ist die Vorstellung einer Tauschbeziehung, eines Abhängigkeitsverhältnisses zwischen beiden Systemen. Demnach wird Information gegen Publizität wechselseitig eingetauscht. Folglich sind sowohl die Medien auf die Politik angewiesen, damit diese ihnen Informationen aus dem politischen System zukommen lässt, als auch die Politik auf die Medien, die auf die Verbreitung von Informationen durch die Massenmedien angewiesen sind.

4.5 Politische Kommunikation aus Sicht der Akteure

Für gewöhnlich wird die Akteurskonstellation der politischen Kommunikation als eine Dreiecksbeziehung zwischen den politischen Organisationen, den Medienorganisationen und der Bürgerschaft gesehen. (Vgl. Dohle/Vowe 2007: 339) In demokratischen Systemen organisiert sich das System der politischen Interessensvermittlung mehrheitlich durch vier Gruppen: politische Parteien, Massenmedien, Interessenverbände und soziale Bewegungen. (Vgl. Rhomberg 2009: 104) Als Ausgangspunkt für deren Charakterisierung gilt dabei deren jeweilige Interessenlage: „Politische Organisationen wie Parteien, Verbände, staatliche Instanzen, internationale Organisationen und NGOs konkurrieren um politischen Einfluss und nutzen die Möglichkeiten der politischen Kommunikation, um in dieser Konkurrenz Vorteile zu erlangen.“ (Dohle/Vowe 2007: 340)

Die jeweiligen Handlungsmöglichkeiten und deren Erfolgschancen werden auch durch strukturelle, historische und situative Faktoren bedingt. (Vgl. Donges/Jarren 2005: 370) Bei den strukturellen Faktoren sind vor allem die Stellung des Akteurs im intermediären System, die Nähe zum politischen Entscheidungszentrum und

Entscheidungsprozess, die normativen Verpflichtungen und demokratisch motivierten Selbstbindungen, die Mitglieder- und Ressourcenoptionen sowie die Medienzugangsoptionen von zentraler Bedeutung. Zu den historischen Faktoren zählen die Verfügbarkeit von Ressourcen, die Beziehungen zum Mediensystem, die faktische Stellung im intermediären System, die Mitgliederstärke sowie „historische Faktoren“, die das intermediäre System betreffen, wie etwa eine anhaltende Minoritätenposition.

4.5.1 Politische Parteien als Akteure der politischen Kommunikation

Jarren und Meier zufolge sind neben Verbänden, Gewerkschaften und Akteuren der Neuen Sozialen Bewegung Parteien „[...] Vermittlungsorganisationen zwischen Gesellschaft und Staat [und gehören] gleichsam zur sozialen Infrastruktur einer Gesellschaft.“ (Jarren/Meier 2002: 132) Folglich buhlen nicht mehr nur politische Parteien um die Aufmerksamkeit der Bürger, sondern seit den 1980er Jahren sind vermehrt auch andere Mitbewerber auf dem Feld der Interessendurchsetzung aktiv.

Dennoch, so Weßler und von Beyme, kommt Parteien die wichtigste Rolle hinsichtlich politischer Kommunikation zu. So hat

„[d]as Grundgesetz [...] im Artikel 21 vor allem den Parteien ein Privileg für die „Mitwirkung bei der Willensbildung“ erteilt. § 1.2 des Parteiengesetzes führte die Konzeption aus und postulierte, dass die Parteien auch „auf die Gestaltung der öffentlichen Meinung“ Einfluss nehmen sollten.“ (Weßler/von Beyme 2002: 319)

Diese Funktion wird von Seiten der Parteien vor allem durch Wahlkampfplattformen und Programme wahrgenommen.

Parteien kommt vorrangig die Aufgabe der Interessenaggregation zu. Dies bedeutet die Zusammenfassung und Bündelung von Interessen und die Bestrebung entsprechende Ziele in den politischen Entscheidungsprozess einzubinden. (Vgl. Donges/Jarren 2005: 372) Dies gelingt ihnen, indem sie die politische Öffentlichkeit beobachten und nach Themen suchen, die in ihr Repertoire passen.

„Diese Issues werden dann mit der jeweiligen Parteiprogrammatik bearbeitet und den

Bürgern als Möglichkeit zur Entscheidung (für diese Partei) präsentiert. In den meisten Fällen greifen verschiedene Parteien die gleichen Issues auf, bearbeiten diese aber nach ihren spezifischen programmatischen Gesichtspunkten und erleichtern es dem Bürger so, eine Entscheidung zu treffen.“ (Rhomberg 2009: 181)

Ein Charakteristikum für Parteien ist ihre Eigenschaft als professionelle Machterwerbsorganisationen. Sie sind aber auch Mitglieder- und Willensbildungsorganisationen, die auf freiwilliger Basis entstehen. Dies lässt sich im Besonderen an den Mitgliedern einer Partei ablesen: So setzt sich eine Partei auf der einen Seite aus Berufspolitikern oder aus Personen zusammen, die aufgrund ihrer Parteimitgliedschaft gewisse Ämter innehaben, auf der anderen Seite aus ehrenamtlichen Mitgliedern. Donges und Jarren zufolge ist es diese heterogene Struktur, die die politische Kommunikation in und von Parteien kennzeichnet. „In ihrer Binnenkommunikation sind sie sowohl territorial als auch sozial bzw. fachlich vielfach gegliedert: Es handelt sich bei Parteien um komplexe Kommunikationsnetzwerke, die zunehmend [...] durch hauptamtliches Personal koordiniert werden.“ (Donges/Jarren 2005: 372 f.)

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass politischen Parteien aufgrund ihrer Präsenz auf allen Ebenen die Rolle von Schlüsselorganisationen zukommt, sowohl auf der Ebene der politischen Entscheidungen als auch auf jener der politischen Kommunikation. Darüber hinaus verfügen sie über grundsätzliche bessere Medienzugangsmöglichkeiten als die anderen Akteure. (Vgl. ebd.: 373)

4.5.2 Medien als Akteure der politischen Kommunikation

Demgegenüber konkurrieren Medienorganisationen wie Fernsehsender, Online-Anbieter, Agenturen oder Verlage miteinander, um mit Hilfe von politischer Kommunikation ihr Budget oder ihren Gewinn zu maximieren. Im Gegensatz zu Parteien, Verbänden oder Akteuren der Neuen Sozialen Bewegung repräsentieren sie keine Mitgliederinteressen. Ihre Aufgabe ist es nicht bestimmte Interessen zu aggregieren oder durchzusetzen; sie verfolgen auch keine inhaltlich einheitliche ideologische Linie, sondern verfügen allenfalls über ein gesellschaftspolitisches Programm.

Vielmehr sollen Massenmedien „[...] als Resonanzboden wie auch als Filter für die von den politischen Akteuren an sie herangetragenen Forderungen, Meinungen und Themen [wirken] [...]“ (Donges/Jarren 2005: 373) und Meinungen und Themen der unterschiedlichen Akteure auswählen, gewichten, kommentieren und vermitteln. (Vgl. Jarren/Meier 2002: 132) Ziel ist es, den gesellschaftlichen Diskurs zwischen den Akteuren der unterschiedlichen Systeme aufrechtzuerhalten und gleichzeitig die Teilnahme und Teilhabe der verschiedenen gesellschaftlichen Gruppen an der politischen Kommunikation zu ermöglichen.

Die empirische Forschung macht deutlich, dass die Verarbeitung der Medien dabei keineswegs „neutral“ passiert: „Journalisten wie Medien sind für die ungleichen Kommunikationschancen der Akteure, für den Verlauf von politischen Prozessen und für bestimmte politische Entscheidungen mit relevant.“ (Donges/Jarren 2005: 373)

4.5.3 Die Bürger als Akteure des intermediären Systems

Die Bürger ihrerseits versuchen mit einem möglichst geringen Aufwand politische Entscheidungen zu beeinflussen und nutzen dafür jene Möglichkeiten, die ihnen die politische Kommunikation bietet. Dohle und Vowe zufolge entstehen „[s]tabile politische Kommunikationsbeziehungen [...] dann, wenn in ihnen Güter getauscht werden können, die der jeweils andere nicht hat, aber braucht (z.B. Publizität gegen Information oder Aufmerksamkeit gegen Nachrichten).“ (Dohle/Vowe 2007: 340)

Wie bereits im vorhergehenden Kapitel dargelegt, lässt sich mit der voranschreitenden gesellschaftlichen Modernisierung eine tendenzielle Entkoppelung von politischem Verhalten und Sozialstruktur erkennen. (Vgl. Rhomberg 2009: 183) Mit Blick auf politisches Verhalten sind dabei folgende Punkte relevant (vgl. Sarcinelli 2009: 153): zum einen differenzieren sich Sozialschichten und gesellschaftliche Großgruppen in komplexere Milieustrukturen aus, zum anderen lässt die Bindungskraft von Parteien und Kirche nach. Biographien, Lebensstile und Lebensphasen werden instabiler und variabler. Das Verhalten, insbesondere politisches Verhalten, wird flexibler, mobiler und somit auch unberechenbarer.

Sozialwissenschaftlichen Studien belegen, dass sich im Zuge des sozialen Wandels auch die politische und die gesellschaftliche Willensbildung gravierend

verändert haben. „Für die politischen Parteien bedeutet dies einen Rückgang der Parteiidentifikation, das Schrumpfen des Stammwählerpotentials und die erhöhte Bereitschaft zur Wechselwahl.“ (Rhombert 2009: 183) Das politische Verhalten wird demnach durch kurzfristiges Kalkül bestimmt und ist nicht mehr durch traditionelle Bindungen charakterisiert. So schreibt der britische Soziologe Antony Giddens: „In posttraditionalen Kontexten haben wir keine andere Wahl als zu wählen, wer wir sein und wie wir handeln wollen“ (Sarcinelli 2009: 153, zit. nach: Giddens 1996: 142).

Bürger, die politisch immer mobiler werden, wollen dabei stets auf dem neuesten Stand sein. Sie wollen informiert, überredet, überzeugt und im stärkeren Maße auch unterhalten werden. (Vgl. ebd.: 154) Denn

„[w]o traditionelle, sozial-moralische Milieus und damit auch die politisch-weltanschauliche Daueridentifikation mit diesen brüchig werden, wächst der Bedarf an Orientierung, an Bewertung, an Hilfe auch zur Entscheidung und eigenständiger Urteilsbildung; wächst damit auch der Informations- und Kommunikationsbedarf.“ (ebd.: 154)

4.5.4 Veränderungen in der Akteurskonstellation

In der letzten Zeit hat sich die Akteurskonstellation jedoch in Richtung einer viel dynamischeren Beziehung gewandelt (vgl. Dohle/Vowe 2007: 340): Dies lässt sich beispielsweise am Verlust der Ausschließlichkeit tradierter Berufsrollen erkennen. So weisen viele empirische Analysen darauf hin, dass zusätzliche Kommunikatoren im Bereich der „Politischen Kommunikation“ tätig sind und sich folglich differenzierte Berufsrollen entwickelt haben. Der Journalist „[...] als der klassische „Schleusenwärter“ im Strom politischer Kommunikation [...]“ (ebd.: 340) steht dabei dennoch nach wie vor im Zentrum. Aus kontinuierlichen Journalistenbefragungen geht allerdings hervor, dass auch das Berufsbild des Journalisten einem Wandel unterworfen ist. Dafür gibt es verschiedene Gründe: Einerseits besteht eine verstärkte Konkurrenz zwischen Anbietern aus dem gleichen Medienbereich, wie etwa zwischen Tageszeitungen. „Dies führt zu einer Verschärfung des publizistischen Wettlaufs um Informationen mit möglichst hohem Nachrichtenwert und um die Aufmerksamkeit der Rezipienten. Die Entwicklung kollidiert zusehends mit den tradierten

Vorstellungen von journalistischer Qualität.“ (Dohle/Vowe 2007: 340) Zum anderen hat sich auch die Konkurrenz zwischen Anbietern aus unterschiedlichen Bereichen verschärft.

„So hat etwa die Abwanderung ganzer Anzeigenbereiche in Internetangebote die Ertragslage der Tageszeitungen stark geschwächt. Dadurch nimmt der Druck der Vertragsleitung auf die Redaktionen, Kosten zu senken und zugleich medienübergreifend zu arbeiten, erheblich zu, da viele Verlage parallel ihr Engagement im Rundfunk und im Internet verstärken. Auch dies verändert die Normen, Abläufe und Organisationsformen journalistischer Arbeit.“ (ebd.: 340)

Eine weitere Veränderung ist jene, dass sowohl bei den klassischen Medien als auch im Bereich der Onlinemedien und der Privatradios vermehrt auf Laien als Kommunikatoren gesetzt wird und weniger auf ausgebildete Journalisten. (Vgl. ebd.: 340)

Darüber hinaus ist nicht nur der Einfluss von Public Relations auf die Publikumsmedien größer geworden, auch Parteien, Verbände und staatliche Instanzen setzen vermehrt auf PR-Aktivitäten.

„Der Kern der Professionalisierung ist darin zu sehen, dass PR-Verantwortliche die Medienlogik antizipieren und ihre Aktivitäten auf die Selektionsraster der Medien ausrichten - in zeitlicher Hinsicht (Berücksichtigung der täglichen, wöchentlichen und jährlichen Rhythmen der Medien), in sachlicher Hinsicht (Berücksichtigung von Nachrichtenfaktoren und Deutungsmustern) und in sozialer Hinsicht (Berücksichtigung von Leitmedien und von Redaktionsstrukturen).“ (ebd.: 341)

Auch die Zahl der Spezialisten - oftmals waren sie selbst aktive Politiker - die die Funktion der Beratung politischer Akteure im Hinblick auf politische Kommunikation übernehmen, wächst stetig.

Zusammenfassend lässt sich so folgendes festhalten:

„Insgesamt zeigen sich in der Entwicklung der politischen Kommunikationsberufe gegenläufige Tendenzen: Zum einen gibt es Indizien für eine Professionalisierung der politischen Kommunikation im Sinne geregelter Ausbildung, theoretischer Fundierung und autonomer Regelung des Bereichs. Zum anderen findet man Hinweise auf eine De-

Professionalisierung der politischen Kommunikation, am deutlichsten im Journalismus.“ (Dohle/Vowe 2007: 340)

4.6 Medialisierung der politischen Kommunikation

Aufgrund der bereits erwähnten zunehmenden Ausrichtung der Medien an den Wünschen des Rezipienten- und Werbemarkts entsteht „[i]n den Medien eine eigene Handlungslogik im Umgang mit gesellschaftlichen und politischen Akteuren sowie in der Bezugnahme auf das Publikum.“ (Jarren/Meier 2002: 134) Dies führte zu einer vermehrten Orientierung der Medienorganisationen an selbstgesetzten Zielen als an Vermittlungszielen gesellschaftlicher Akteure. Daher gewinnen in der Politikvermittlung Formen, die einen unterhaltenden Charakter haben, an Bedeutung und die Grenzen zwischen Unterhaltungs- und Informationsprogrammen verschwimmen zusehends. (Vgl. ebd.: 134)

„Die Medien verstehen sich weniger als „Werkzeuge“ oder „Vermittler“ anderer Organisationen, sondern als Diener eines Publikums. Sie übernehmen insoweit eine eigenständige Vermittlerrolle, die durch Stichworte wie „Serviceorientierung“, „Boulevardisierung“ und „Infotainment“ beschrieben werden kann [...].“ (ebd.: 134)

Als Konsequenz dessen versuchen die verschiedenen gesellschaftlichen Gruppen sich die medialen Regeln anzueignen „[...] und den medialen Code quasi parasitär zu verwenden.“ (Rhomberg 2009: 106) Dieses Phänomen, das Medialisierung genannt wird, ist eines der zentralen Konzepte der Kommunikationsforschung.

„In Deutschland wird Medialisierung als generelle Bedeutungssteigerung der medienvermittelten Kommunikation für etablierte politische Akteure infolge der Erosion der klassischen Parteienmilieus sowie der zunehmenden Bedeutung des medialen Aktualitätsdrucks auf Entscheidungsfindungsprozesse im politischen System beschrieben.“ (Esser 2004: 314)

Medialisierung bezeichnet demnach den „[...] Autonomieverlust der Politik und die daraus folgenden Bestrebungen politischer Akteure, sich den Erfordernissen des

Mediensystems anzupassen [...].“ (Esser 2004: 314) Dies bedeutet, dass die einzelnen gesellschaftlichen Funktionssysteme wie die Ökonomie oder die Politik der eignen Funktionslogik ein weiteres Orientierungssystem hinzufügen, die Medienlogik. (Vgl. Rhomberg 2009: 106) Die Medialisierung der Gesellschaft steht dabei in einer wechselwirkenden Beziehung mit Prozessen des ökonomischen und des technischen Wandels sowie des sozialen Wandels, die die Medialisierung der Gesellschaft teilweise modifizieren, teilweise verstärken. (Vgl. Schulz 2008: 32) „Verstärkt wird sie u.a. durch die rasch fortschreitende Digitalisierung und Konvergenz der Medientechniken einerseits sowie durch Tendenzen der Individualisierung und Ökonomisierung der Gesellschaft andererseits.“ (ebd.: 32) Auch gewinnen die Massenmedien als Quelle der Sinnstiftung und Orientierung an Bedeutung. Grund hierfür sind die Auflösung der traditionellen sozialen Milieus und politischen Konfliktlinien (cleavages) sowie der Bindungsverlust an Institutionen, Kirchen, Parteien und Gewerkschaften. Jarren und Meier weisen darauf hin, dass „[j]e mehr die Medien sich selbst als Akteure begreifen, desto stärker beeinflussen sie damit die Handlungsmöglichkeiten politischer wie gesellschaftlicher Organisationen, vor allem derjenigen, die konstitutiv auf die Vermittlungsleistungen der Medien angewiesen sind.“ (Jarren/Meier 2002: 134) Daraus resultiert, dass Parteien ihre kommunikative Infrastruktur ausbauen und zunehmend Wert auf Medienstrategien und die Professionalisierung der PR legen müssen, um die bestehenden Unsicherheiten zu reduzieren.

„Diese Unsicherheit wird in einem Umfeld mit sinkender Parteiloyalität in der Wählerschaft, professionalisierter Medienarbeit des politischen Gegners und verstärkter Fixierung auf Konflikte und Fehler im Journalismus noch verschärft - zumal sich die Reaktionszeiten in einem beschleunigten, multimedialeren Nachrichtenzyklus erheblich verkürzt haben [...].“ (Esser 2004: 314)

4.6.1 Medialisierung und das politische System

In modernen Gesellschaften vollzieht sich öffentliche Kommunikation am folgenreichsten über die Massenmedien. (Vgl. Rhomberg 2009: 106) So erreichen

„Themen und Meinungen, die etwa in privaten Interaktionen, öffentlichen Veranstaltungen, Demonstrationen oder Podiumsdiskussionen artikuliert werden, [...] dann erst allgemeine Wahrnehmung, wenn sie von den Massenmedien aufgegriffen, berichtet und verstärkt werden.“ (Rhombert 2009: 106)

Da sich die politischen Akteure vermehrt an der Medienlogik orientierten, führt dies zu einer Veränderung des politischen Entscheidungsprozesses. Zum einen kommt es zu einem Wechsel des Schauplatzes - weg vom Parlament hin zu einer Bühne der medialen Debatte und Vermittlung. (Vgl. ebd.: 109) Zum anderen erweitert sich der Akteurskreis:

„Nicht mehr (nur) vom Volk gewählte Repräsentanten nehmen an dieser Debatte teil. Vertreter bestimmter Interessen, die durch Aktionen und Kampagnen ihr mediales Aufmerksamkeitskonto gefüllt haben und von den auswählenden Medien als hinreichend bekannt wahrgenommen werden, nehmen als Gleichberechtigte (als mit der gleichen Sendezeit Ausgestattete) an der Diskussion um politische Probleme teil.“ (ebd.: 109)

4.6.2 Prozesse medialer Politikvermittlung

Wie politische Entscheidungsprozesse ablaufen ist durch das Institutionengefüge und durch die parlamentarischen Usancen des jeweiligen politischen Systems vorgegeben. (Vgl. Weßler/von Beyme 2002: 315) Von den Zentren der Entscheidungspolitik, wie beispielsweise Kanzlergespräche, Spitzengespräche oder auch Koalitionsausschussverhandlungen, sind die Medien in den meisten Fällen ausgeschlossen. „In diesen Fällen ist der reine Verlautbarungsjournalismus noch nicht ausgestorben. Trotzdem haben die Medien die Möglichkeit den politischen Entscheidungsprozess zu beeinflussen, „[...] wenn auch in den meisten Fällen nur in eingeschränktem Maße und selten aus eigener Kraft.“ (ebd.: 315) Abgesehen von der jeweiligen Phase des politischen Prozesses hängt der Einfluss politischer Kommunikation auch vom Typus der Entscheidung ab. So haben die Medien unterschiedliche Einflussmöglichkeiten je nachdem, „[...] ob durch Rechtsetzung lediglich kleinere gesellschaftliche Bereiche reguliert werden sollen, oder ob große

Verteilungs- oder gar Umverteilungsmaßnahmen auf der politischen Tagesordnung stehen [...].“ (Weßler/von Beyme 2002: 317) Dabei fordern nur die extensiven und restriktiven sowie die redistributiven Entscheidungen die Medien zu verstärkter Beobachtung und Kommentierung des politischen Entscheidungsprozesses heraus. (Vgl. ebd.: 319)

Die Prozesse medialer Politikvermittlung sehen dabei wie folgt aus: Zum einen selektieren und sammeln die Medien die politischen Informationen und verbreiten diese an ein prinzipiell unbegrenztes Publikum. Dabei wird nach medienspezifischen Aufmerksamkeitsregeln vorgegangen. Auch interpretieren und bewerten sie das politische Geschehen auf eine medienspezifische Weise und geben dabei eine Struktur für den In- und den Output des politischen Systems vor. Des Weiteren interagieren sie bei der Berichterstattung mit dem Berichteten, „[...] u.a. indem sie Folgeereignisse hervorrufen und „Pseudo-Ereignisse“ stimulieren, die die Berichterstattung antizipieren, so dass es zu einer Rückkopplung von Medien und Politik kommt [...]“ (Schulz 2008: 76). Die Medien bestimmen auch über die Einfluss- und Handlungsmöglichkeiten der politischen Akteure. Denn sie entscheiden nach medienspezifischen Relevanzgesichtspunkten, wer Zugang zur Öffentlichkeit erhält.

Darüber hinaus spielen bei der medialen Informationsverarbeitung noch eine Reihe weiterer Faktoren eine Rolle. So sind alle Ereignisse, über die in den Medien berichtet werden, das Ergebnis der vorgegebenen Verbreitungs- und Vervielfältigungstechnik, der ökonomischen Zwänge und Ziele der Medienorganisation sowie der Gestaltungsanforderungen bestimmter Medienformate. „Inhalte und Strukturen medialer Weltbilder entstehen also teilweise aus Operationen, wie sie für die individuelle Umweltwahrnehmung gelten, teilweise aus medienspezifischen Gesetzmäßigkeiten, die ihnen eine eigene Charakteristik geben.“ (Schulz 2008: 77) Diese Charakteristik ist das Ergebnis der spezifischen Leistung von Kommunikationsmedien. So besitzen die Medien im Gegensatz zur menschlichen Kommunikation den Vorteil, zeitliche und räumliche Distanzen zu überwinden. Mitteilungen können so codieren werden, dass sie den Kommunikationszielen dienlich sind, wodurch schlussendlich auch die Kommunikationseffizienz gesteigert wird.

Politischen Nachrichten werden dabei an die medienspezifischen Regeln angepasst, da Produktionsroutinen und Präsentationsgenres Einfluss auf die

Gestaltung und Formatierung der politischen Inhalte haben:

„Zum einen wird die dargestellte Realität im medialen Produktionsprozess für die spezifischen Medienformate passfähig gemacht. (82) Zum anderen richten die politischen Akteure ihr Handeln an den Anforderungen der Medienlogik aus, medialisieren zum Beispiel Ereignisse oder kreieren medienwirksame Pseudo-Ereignisse [...].“ (Schulz 2008: 83)

Was der Bürger als politische Realität wahrnimmt, ist daher „[...] oftmals das Ergebnis der Medialisierung politischer Inhalte entsprechend den Anforderungen der Medienlogik.“ (ebd.: 83)

4.7 Einflussfaktoren auf die Medienberichterstattung

Die weit verbreitete Auffassung, die Medien würden ein unverzerrtes Bild der Realität vermitteln, „[...] kann als naiv entlarvt werden.“ (Burkart 2002: 283) Die Medien „[...] entwerfen vielmehr [...] selbst aktiv eine Vorstellung von Wirklichkeit [...]“ (ebd.: 283) und bilden diese nicht einfach passiv ab. Hinsichtlich der Frage wie „Medienrealität“ oder Medieninhalte zustande kommen, werden in Deutschland insbesondere drei Forschungstraditionen rezipiert (vgl. Raupp/Vogelgesang 2009: 44 ff.): die Nachrichtenwertforschung, die Gatekeeper-Forschung und die News Bias-Forschung.

4.7.1 Die Nachrichtenwertforschung

Welche politischen Nachrichten Eingang in die mediale Berichterstattung finden, wird durch Selektionsregeln bestimmt, denen Journalisten folgen. Diese Selektionsregeln werden als *Nachrichtenfaktoren* bezeichnet und meinen damit „[...] die Merkmale von Ereignissen, die diesen Nachrichtenwert verleihen bzw. ihnen Aufmerksamkeit verschaffen und die dazu führen, daß [sic!] sie von den Medien publiziert werden.“ (Wilke 1998: 151) Der Prozess der Nachrichtenerstellung wird hier als „[...] Vorgang der Auslese des Berichtenswerten aus der Flut in der Redaktion eingehender Informationen [...]“ (Weiß 2002: 247) gesehen.

Die Nachrichtenwertforschung geht von der Annahme aus, dass die Medienberichterstattung die realen Gegebenheiten möglichst objektiv wiedergeben soll, und fragt danach, „[...] welche Faktoren zu einer verzerrten Auswahl in der Berichterstattung führen.“ (Raupp/Vogelgesang 2009: 47) Der Nachrichtenwert gibt demnach Auskunft über die Möglichkeit und Auswahl einer Veröffentlichung. Er ist von der Anzahl und der Intensität der Nachrichtenfaktoren abhängig. Hierbei gilt: „Je ausgeprägter ein Nachrichtenfaktor ist und je mehr der Faktoren auf ein Ereignis zutreffen, desto größer ist dessen Chance, als Nachricht beachtet zu werden.“ (Schulz 2008: 91) In der Berichterstattung dominieren zum einen Ereignisse mit hohem Nachrichtenwert; zum anderen „[...] sind die berichteten Ereignisse verzerrt: die Merkmale, die ihren Nachrichtenwert bestimmen, werden von den Medien akzentuiert, überbetont. Deshalb ist die Medienrealität kein getreues Abbild der „wahren Welt“.“ (ebd.: 91)

Bei Nachrichtenfaktoren handelt es sich demnach um Einzelmerkmale, die mit Hilfe von Inhaltsanalysen messbar gemacht werden können, um deren Einflusspotential zu prüfen. Viele Untersuchungen bestätigen den Zusammenhang zwischen Nachrichtenwert und Nachrichtenfaktoren, indem sie aufzeigen, dass die Nachrichtenfaktoren die Nachrichtenproduktion maßgeblich beeinflussen und die inhaltlichen Strukturen prägen. (Vgl. ebd.: 91) Kommunikationsforscher haben eine Reihe verschiedener Katalogen von Nachrichtenfaktoren entwickelt. Dabei werden am häufigsten die Merkmale Prominenz, Aktualität Nähe, Negativismus und Konflikt genannt. (Vgl. Raupp/Vogelgesang 2009: 47) Schulz zufolge, ist

„[d]ie Orientierung der Journalisten an Nachrichtenfaktoren [...] auch eine Erklärung dafür, dass Konflikte und Kontroversen in der Medienberichterstattung eine große Rolle spielen, dass über Ereignisse nur die Kulminationspunkte und die Oberfläche des Geschehens berichtet werden, dargestellt am Handeln von mächtigen Akteuren, und dass insgesamt die Medien ein episodisches, sehr fraktioniertes Bild der Wirklichkeit vermitteln.“ (Schulz 2008: 91)

Im Gegensatz zur klassischen Nachrichtenwertforschung, die ihren Fokus auf die Merkmale von Ereignissen liegt, konzentriert sich die spätere Nachrichtenwertforschung auf die journalistische Zuschreibung von Publikationswürdigkeit. (Vgl. Raupp/Vogelgesang 2009: 47) „Nachrichtenfaktoren

werden nicht länger als „objektive“ Eigenschaften von Ereignissen gesehen, sondern als journalistische Hypothesen von Realität (Schulz 1976).“ (Raupp/Vogelgesang 2009: 47)

4.7.2 Die Gatekeeper-Forschung

Neben den intrinsischen Faktoren spielen auch extrinsische Faktoren eine Rolle. Dazu zählen unter anderem die politischen Vorlieben und Abneigungen der einzelnen Journalisten. Die so genannte Gatekeeper-Forschung geht von der Annahme aus, dass bei der Nachrichtenauswahl der Journalisten die subjektiven Vorurteile und Einstellungen eine gewichtige Rolle bei der Nachrichtenselektion spielen. Seit der ersten Studie von David Manning White aus dem Jahre 1950 beschäftigt sich der Gatekeeper-Ansatz mit den Kriterien, die dazu führen, dass ein Journalist ein Ereignis als berichtenswert erachtet.

Der Kommunikationsforscher White beschäftigte sich in seiner Studie mit der Frage, was in Zeitungen gedruckt wird und was nicht. (Vgl. ebd.: 44 f.) Er kommt dabei zu dem Ergebnis, dass das Verhältnis von den erhaltenen zu den gedruckten Meldungen bei 11:1 liegen. Für die Nichtbeachtung eines bestimmten Themas identifiziert er „[...] zu einem Drittel die Ablehnung des Ereignisses durch den Journalisten und zu zwei Dritteln die Ablehnung des Ereignisses der Meldung über das Ereignis, den Text der Quelle.“ (Rhomberg 2009: 118) White zufolge wählt der Journalist aktiv aus und selektiert die Meldungen nach den Faktoren Angebot, Zeit und Platz/Länge. (Vgl. ebd.: 118) Bei diesen Entscheidungen spielen subjektive Faktoren wie individuelle Erwartungen und Einstellungen eine Rolle.

Im Laufe der Zeit wurde der Gatekeeper-Ansatz weiterentwickelt. Neben den subjektiven Einstellungen der Journalisten wurde zudem auch ein Fokus auf externe Faktoren gelegt. Rhomberg zufolge lassen sich dabei zusammenfassend folgende externe Faktoren ausmachen, die ebenfalls einen Einfluss auf die Selektionsentscheidungen von Journalisten haben (vgl. ebd.: 119): Sozialisation und Wertvorstellungen des einzelnen Journalisten, berufsbezogene Ideologien, organisatorische Restriktionen und Routinen, wie beispielsweise Deadlines, gesetzliche Restriktionen, Quellen sowie die Eigentümerverhältnisse.

Neuere Umfragen machen deutlich, dass sich die Einstellungen von Journalisten hinsichtlich verschiedener politischer Probleme teilweise deutlich von jenen der Bevölkerungsmehrheit unterscheiden. Darüber hinaus zeigen eine Vielzahl von Studien, dass sich die politische Einstellung von Journalisten häufiger links von der Mitte befindet. (Vgl. Schulz 2008: 100) Als mögliche Erklärung kann hierbei der Umstand herangezogen werden, dass Journalisten ein vergleichsweise höheres Ausbildungsniveau besitzen und sich an den Wertvorstellungen der intellektuellen Elite orientieren. (Vgl. ebd.: 101) Welche politische Orientierung die einzelnen Journalisten besitzen hängt zudem auch von der jeweiligen Definition ihres eigenen Berufsstandes ab. So bekennen sich die meisten Journalisten in Deutschland zu einer Rolle als „watchdog on government“, die ihre Aufgabe in der Kontrolle von Politik, Wirtschaft und Gesellschaft sehen.

„Und diese Verpflichtung zur Kritik und Kontrolle von politischer Macht sowie das Bemühen um einen investigativen Journalismus, der Machtmissbrauch, Korruption und soziale Ungerechtigkeiten aufdeckt, hat naturgemäß eine größere Nähe zu ideologisch links-liberalen als zu konservativen Positionen.“ (ebd.: 102).

4.7.3 Die News-Bias-Forschung

Auch die News-Bias-Forschung geht, wie die Nachrichtenwertforschung, von einer Verzerrung der Medienberichterstattung aus und versucht dafür Ursachen zu finden. Im Gegensatz zur Nachrichtenwertforschung hebt sie jedoch die subjektiven Einstellungen des Journalisten hervor. (Vgl. Raupp/Vogelgesang 2009: 48) Dabei können Bewertungen zum einen explizit erfolgen, etwa in Form von Kommentaren, zum anderen aber auch implizit, „[...] indem Nachrichten und Meinungen miteinander vermischt oder Beiträge durch Selektion, Platzierung und Aufmachung gewichtet werden.“ (ebd.: 48) Ein News Bias tritt auch dann auf, wenn etwa auffallend oft Aussagen bestimmter Akteure zitiert werden.

Mit dem Phänomen der politisch intendierten Verzerrung der Medienberichterstattung befasste sich 1989 Kepplinger in seiner Theorie der „instrumentellen Aktualisierung“ (vgl. Schulz 2008: 104): Eine instrumentelle Aktualisierung liegt demzufolge dann vor, wenn in einem Meinungskampf bestimmte

Argumente, Tatsachen und Themen, die objektiv im Zusammenhang mit dem Konfliktgegenstand stehen, einseitig in den Vordergrund gerückt werden. „Das gezielte Hoch- oder Herunterspielen von instrumentellen Gegebenheiten in der Berichterstattung setzen die Kontrahenten ein, um Vorteile für die eigene Position zu erzielen und die des jeweiligen Gegners zu schwächen.“ (Schulz 2008: 104) Als Beispiele können publizistische Konflikte herangezogen werden, in denen sich nicht nur Teile der Öffentlichkeit sondern auch einige Medien in umstrittenen Fragen gegenüberstehen. (Vgl. ebd.: 104)

4.7.4 Framing

Medien stellen nicht nur die Plattform bereit, auf dem die politischen Akteure kommunizieren können, „[s]ie nehmen auch Einfluss auf die Definition und die Wahrnehmung der Themen und Probleme, über die in der Öffentlichkeit kommuniziert wird.“ (Schulz 2008: 144) Da nur in den wenigsten Fällen Einigkeit über ein bestimmtes Thema und dessen Priorität herrscht, wird in der Öffentlichkeit meist kontrovers aus unterschiedlichen Sichtweisen und mit unterschiedlichen Problemansätzen diskutiert.

„Welche Ansprüche zu Themen werden, als problematisch eingestuft und für die politische Bearbeitung ausgewählt werden, ist nicht „naturgegeben“. Themen sind soziale Konstrukte, sind das Ergebnis einer kollektiven Themen- und Problemdefinition. Das gilt nicht nur für die Etablierung von Themen auf der politischen Agenda, sondern auch für die Sichtweise, in der Themen wahrgenommen werden.“ (ebd.: 144)

Die Akzentuierung und Selektion bestimmter Themenaspekte wird in der Wissenschaft als Framing bezeichnet. Robert Entman zufolge versteht man unter Framing „[...] [to] select some aspects of a perceived reality and make them more salient in a communicating text [...]“ (Entman 1993: 52) Frames können als „[...] Deutungsmuster definiert werden, welche zur Sinngebung und Bewertung von unterschiedlichen Themen herangezogen werden.“ (Dahinden 2006: 14) Demnach haben Frames zwei Funktionen: zum einen selektieren sie die wahrgenommenen

Realitätsaspekte, zum anderen strukturieren sie die Kommunikationstexte über diese Realität. (Vgl. Dahinden 2006: 14) Frames zeichnen sich dabei durch vier Elemente aus: Zum einen bieten sie eine Problemdefinition an, die mit einer Ursachenzuschreibung im Zusammenhang steht. Daraufhin wird eine (u.a. moralische) Bewertung des zuvor definierten Problems abgegeben und schlussendlich eine Handlungsempfehlung zur Problemlösung abgegeben. (Vgl. ebd.: 14)

Themen-Framing ist ein integrativer Theorieansatz, der während des gesamten politischen Kommunikationsprozesses beobachtet werden kann - angefangen bei den politischen Akteuren, die Gegenstand der Berichterstattung sind, über Medien und Journalisten bis hin zu den Rezipienten.

Aus politikwissenschaftlicher Perspektive ist der Framing-Ansatz deshalb von so großer Bedeutung, da mit politischen Frames immer auch Handlungsempfehlungen verknüpft sind, die aufgrund ihres zwingenden Charakters alternativlos sind. Frames haben daher für Politiker eine immens wichtige Bedeutung, da sie essentiell bei der Ausführung und Etablierung von Macht sind. Hoffmann stellt fest:

„Wer also seine politische Problemdefinition kommunikativ durchsetzen kann, muss um seine politische Problemlösungsstrategie nicht mehr kämpfen. Aus diesem Grund stellt sich die Frage, inwieweit Framing nicht nur als Handeln ermöglichende Situationsdefinition, sondern selbst als strategisches Legitimationshandeln ausgeführt werden kann. Damit stünde Akteuren ein reichhaltiges Potenzial nicht nur im Umgang mit unterschiedlichen Erwartungen, sondern auch zur Sicherstellung individueller Autonomie trotz dieser Erwartungen zur Verfügung: Eine selektive Berücksichtigung von Frames im Rahmungsprozess kann eine selektive Berücksichtigung von Rollenerwartungen begründen.“ (Hoffmann 2003: 80)

4.7.5 Agenda-Setting und Agenda-Building

Welche Rolle die Massenmedien bei der Thematisierung bestimmter Probleme und Ereignisse einnehmen, das wird seit den 1970er Jahren von wissenschaftlicher Seite sehr intensiv bearbeitet. Entscheidend war dabei die Studie „The Agenda-Setting Function of Mass Media“ von McCombs und Shaw aus dem Jahre 1972, die sich mit den US-Präsidentenwahlen 1968 auseinandersetzte. In ihrer Studie belegten die

beiden Autoren, dass es „[...] empirisch einen Zusammenhang zwischen der Themenbeachtung in den Medien einerseits und der Themenrelevanz in der Wahrnehmung der Wähler andererseits [...]“ (Schulz 2008: 146) gibt. Sie deklarierten dies als Einfluss der Medien und nannten es „Agenda-Setting“.

Zentrale Annahme des Agenda-Setting-Ansatzes ist, „daß [sic!] die Massenmedien nicht so sehr beeinflussen, was wir denken sollen, sondern eher bestimmen worüber wir nachzudenken haben.“ (Burkart 2002: 248) Hinsichtlich politischer Themen bedeutet dies, dass die Medien zum einen bestimmen, welche Themen in der Öffentlichkeit Aufmerksamkeit erlangen. Zum anderen bestimmen sie, welche politische Priorität ihnen zugeschrieben wird. (Vgl. Schulz 2008: 146) Der Grund für den Einfluss der Medienagenda auf die Publikumsagenda wird damit erklärt, „[...] dass sie [die Medien, Anm. Autor] für die Bürger oft die einzige Quelle für die Wahrnehmung des (politischen) Geschehens sind, da dieses im Allgemeinen nicht der direkten Erfahrung zugänglich ist.“ (ebd.: 146)

Indem die Medien den einzelnen Ereignissen eine unterschiedlich hohe Aufmerksamkeit entgegenbringen und sie in unterschiedlicher Weise redaktionell präsentieren, zeigt sich welche Priorität sie dem jeweiligen Ereignis zuschreiben. „Es entsteht eine „Agenda“, d.h. eine Themenrangordnung, von der die Mediennutzer annehmen, dass es die nach Relevanzgesichtspunkten geordnete Rangordnung des politischen Systems ist [...]“.“ (ebd.: 146)

Seit der Studie von McCombs und Shaw ist die Agenda-Setting-These vielfach modifiziert worden. Dabei wurde eine Reihe intervenierender Variablen ausgemacht. (Vgl. Burkart 2002: 251 f) Die „[...] simple Kausalhypothese, wonach die Publikumsagenda spiegelbildlich der Medienagenda gleiche, [wird] [...] nicht mehr vertreten.“ (ebd.: 251) So erkannte man beispielsweise, dass bestimmte Eigenschaften der Themen verantwortlich dafür sind, dass die Agenda-Setting-Effekte unterschiedlich auffallen.

Der Agenda-Setting-Ansatz wurde auch dahingehend modifiziert, dass nicht mehr nur die Einflüsse der Medien- auf die Publikumsagenda im Mittelpunkt der Analysen stehen, sondern dass nach den Quellen der Medienberichterstattung gefragt wird, also danach wer die Medienagenda setzt. Diese Forschungsrichtung wird Agenda-Building genannt. Mit Agenda-Building ist der Umstand gemeint, „[...] daß [sic!] die Medienagenda selbst als Resultat komplexer Selektionsvorgänge innerhalb der Medienorganisationen entsteht und folglich nicht allzu isoliert betrachtet werden

darf.“ (Burkart 2002: 254) So machen die vermehrten PR-Anstrengungen der politischen Akteure deutlich, dass die Annahme, alleine die Medien bestimmten die Publikumsagenda, nicht mehr gehalten werden kann. „Die Karriere von Themen im Vorfeld ihrer Veröffentlichung ist ebenso von Bedeutung für das Verständnis des gesamten Agenda-Setting-Geschehens.“ (ebd.: 254) Dies bedeutet, dass auch der Zugang zu den Quellen für die Agenda-Building-Forschung von großer Bedeutung ist. „Dahinter steht die Annahme, dass diejenigen, die über politische oder ökonomische Macht verfügen, Journalisten stärker beeinflussen können als diejenigen, die nicht über diese Macht verfügen.“ (Raupp/Vogelgesang 2009: 51)

Gandy zufolge gehorche

„[...] [d]ie Informationsversorgung in kapitalistischen Mediensystemen [...] dem Gesetz von Angebot und Nachfrage, und manchen Quellen gelinge es aufgrund ungleicher Ressourcenverteilung und unter Ausnutzung dieses Gesetzes besser als anderen, ihre Informationen im Mediensystem durchzusetzen. Alle Anstrengungen, die unternommen werden, um den Preis für Informationen zu reduzieren und damit den Konsum dieser Information zu erhöhen, bezeichnet Gandy als „informational subsidies““ (ebd.: 51)

In der englischsprachigen Kommunikationsforschung wird „informational subsidies“ als Sammelbegriff für Informationen verwendet, die die Öffentlichkeitsarbeit zur Verfügung stellt. (Vgl. ebd.: 52)

5. Politische Parteien und PR

Kommunikative Vermittlungsleistungen durch die Massenmedien sind in modernen westlichen Demokratien elementar für politisches Handeln. So haben Politiker „[...] ihren Tagesablauf zunehmend an den redaktionellen Produktionszyklus angepasst [...], und die Parteien [...] ihre Organisationsstruktur und Öffentlichkeitsarbeit unter dem Druck der Mediendemokratie modernisiert.“ (Adam/Berkel/Pfetsch 2008: 78) In Folge eines grundlegenden gesellschaftlichen Wandels ist auch der Stellenwert politischer PR gewachsen. Dieser Wandel zeichnet sich zum einen durch einen Individualisierungsprozess aus, der zu einer Auflösung der traditionellen Muster der

Identitätsbildung geführt hat. Für die Parteien bedeutet dies ein Aufbrechen traditioneller Parteibindungen - sinkende Mitgliedszahlen sind die Folge. Auf Seiten der Medien kam es zu einer Kommerzialisierung und Säkularisierung. „Durch die Privatisierung des Rundfunks hat sich der Wettbewerb um Zuschauer verschärft, die Berichterstattung - auch in anderen Medien - orientiert sich zunehmend am Publikumsgeschmack und löst sich von den „institutionalisierten politischen Prozessen“ (Brettschneider 1998: 396).“ (ebd.: 78) Die Ansprache der Wähler durch die Parteien erfolgt nun nicht mehr durch die eigene Parteipresse, sondern über die allgemeinen Publikumsmedien. Um die Aufmerksamkeit der Öffentlichkeit buhlen jedoch nicht nur Parteien, auch andere politische Akteure wie Verbände und soziale Bewegungen nutzen die Medien, um auf ihre Anliegen aufmerksam zu machen. Wer über Kommunikationskompetenz verfügt, liegt klar im Vorteil.

Den Autorinnen Adam, Berkel und Pfetsch zufolge scheint „[d]er Wettbewerb um öffentliche Aufmerksamkeit zu erzwingen [...], dass sich die politische PR professionalisiert und traditionelle Formen der Pressearbeit ersetzt werden durch eine öffentlichkeitswirksame, an der Medienlogik ausgerichtete strategische Kommunikation.“ (ebd.: 78) PR, als Instrument zur Beeinflussung des Öffentlichkeitssystems, ist für alle jene, die am politischen Prozess beteiligt sind, eine entscheidende Voraussetzung, damit diese ihre Interessen durchsetzen können. Aus Sicht des politischen Systems trägt Öffentlichkeitsarbeit zur Bündelung und Vermittlung von Anforderungen bei. „Sie ermöglicht so dem politischen System die Beobachtung von Problemen und Bedürfnissen und damit letztlich die Beobachtung der öffentlichen Meinung [...].“ (ebd.: 79 f.)

5.1 Was ist PR?

5.1.1 Die Problematik einer Definition von PR

„Public Relations“ ist ein vielschichtiger Begriff, der 1882 zum ersten Mal von Edward L. Bernays verwendet wurde. (Vgl. Fröhlich 2008: 95) Je nach Analyseebene und Perspektive stellt er „[...] entweder ein gesellschaftliches Teilsystem zur Herstellung von öffentlichem Vertrauen [...] oder eine Organisationsstrategie zur

Durchsetzung von spezifischen Kommunikations- und Unternehmenszielen [...]“ (Pfetsch/Wehmeier 2002: 55) dar. Im deutschen Sprachraum gibt es eine kaum mehr zu überblickende Anzahl an Definitionen und eine Vielzahl von Begriffen, wie etwa Vertrauenswerbung, Unternehmenskommunikation und Öffentlichkeitsarbeit.

Für diese problematische Definitionssituation gibt es mehrere Ursachen (vgl. Fröhlich 2008: 95): Zum einen hat sich das Berufsfeld PR seit seiner Entwicklung enorm ausgeweitet und entwickelt. Fröhlich zufolge haben sich „[z]u schnell und zu oft [...] im Zuge dieses Entwicklungsbooms z.B. das konkrete berufliche Handeln und Handwerk, das Selbstverständnis, die Ethikgrundsätze und Spezialisierungstendenzen im Bereich der PR verändert.“ (ebd.: 95 f.) Eine andere Ursache für die Vielzahl an Definitionen ist, dass die PR zahlreiche Berührungspunkte mit anderen Formen öffentlicher Kommunikation hat. Wie bei Propaganda und Werbung handelt es sich bei PR um eine originäre Form persuasiver Kommunikation. „Solche Ähnlichkeiten zu anderen Kommunikationsformen verstellen zuweilen den Blick auf die Grenzen dazwischen, so dass der (vermeintliche!) Eindruck entsteht, entsprechende Grenzziehungen nicht trennscharf vornehmen zu können.“ (ebd.: 96) Des Weiteren weist Public Relations einen stark interdisziplinären Charakter auf. Je nach disziplinärer Perspektive entstehen somit unterschiedliche Zugänge, Interpretationen und Sichtweisen. Eine weitere Ursache stellt die Unsichtbarkeit eines Teils der Produktion von PR dar, wie etwa Unternehmensberatungskonzepte, Lobbying, die Pressearbeit per se oder auch die Konzeptionen von PR-Strategien. „Dieser Grad an Unsichtbarkeit, der zu einem gewissen Teil ja gerade auch die Besonderheit von Public Relations und unter bestimmten Gegebenheiten auch die Vorteile und die Überlegenheit dieser Kommunikationsform ausmacht, engt das Vorstellungsvermögen ein, erschwert das allgemeine Verständnis von und für PR und verkompliziert so Begrifflichkeiten.“ (ebd.: 96) Diese Unsichtbarkeit führt auch dazu, dass die Leistungen, die die PR erbringt, nur schwer in betriebswirtschaftlichen Größen und Maßen beschrieben werden können. Ein nicht normierter Berufszugang „[...] sowie Probleme bei der breiten Durchsetzung eines klar umrissenen Berufsbildes oder das völlige Fehlen einer standespolitisch anerkannten Berufsbezeichnung erschweren Definitionsbemühungen natürlich zusätzlich.“ (ebd.: 97)

Bentele zufolge lässt sich PR nun folgendermaßen definieren: „Öffentlichkeitsarbeit oder Public Relations ist das Management von Informations- und Kommunikationsprozessen zwischen Organisationen einerseits und ihren internen

oder externen Umwelten (Teilöffentlichkeiten) andererseits.“ (Pfetsch/Wehmeier 2002: 56, zit. nach: Bentele 1997: 22) Wie Journalisten auch versuchen PR-Akteure zu informieren, teilweise zu überzeugen, und Themen für die öffentliche Kommunikation bereitzustellen. Im Gegensatz zum Journalismus, dessen Norm Objektivität und Neutralität sind, stehen bei der Öffentlichkeitsarbeit „[...] die Selbstdarstellung der Organisation in der internen und externen Umwelt sowie die Kontrolle von Umweltkontingenzen“ (ebd.: 57) im Mittelpunkt.

5.1.2 Aufgabenfelder von PR

5.1.2.1 Zentrale Bezugsgruppen von PR

Aus der Sicht gesellschaftlicher Organisationen kann PR ein Instrument zur Reduktion von Unsicherheit darstellen. Diese Unsicherheit ist ein Resultat der Konkurrenz um die öffentliche Aufmerksamkeit sowie der vielfältigen und oftmals widersprüchlichen Umwelten von Organisationen, wie etwa Medien, Konsumenten oder Wähler. Es ist die Aufgabe von Öffentlichkeitsarbeit „[...] Strategien zur Durchsetzung von Organisationsinteressen gegenüber der Öffentlichkeit“ (ebd.: 55) zu entwickeln. Dabei zielt sie sowohl auf interne als auch auf externe Kommunikationsbeziehungen ab.

Intern betrachtet ist eines der Aufgabenfelder die interne Kommunikation mit (auch ehemaligen) Mitarbeitern und deren Angehörigen. Dabei soll „[i]nterne Kommunikation [...] über umfangreiche Information der Organisationsmitglieder und die Organisation eines Dialogs zwischen Management und Mitarbeitern die Integration und Identifikation der Organisationsmitglieder fördern und damit letztlich ihre Motivation und Leistungsbereitschaft erhöhen.“ (Röttger 2008: 506) Die systematische Pflege der Beziehungen zu Massenmedien und Journalisten ist eine der zentralsten Aufgaben von PR, da „Organisationen, die mit ihren Themen und Positionen in der öffentlichen Diskussion zu Wort kommen wollen, [...] auf die Vermittlungsleistung der Medien angewiesen [sind], denn Öffentlichkeit wird heute weitgehend über die Medien hergestellt.“ (ebd.: 506) Wird eine PR-Information in der redaktionellen Berichterstattung aufgegriffen, so erzielt sie nicht nur eine größere

Reichweite, sondern profitiert zudem von der höheren Glaubwürdigkeit, die die journalistische Berichterstattung besitzt. Neben persönlichen Kontakten und Gesprächen mit Journalisten, ist es Aufgabe der Media Relations Anfragen zu beantworten bzw. kompetente Gesprächspartner zu vermitteln, Pressekonferenzen zu organisieren sowie Medienmitteilungen zu schreiben und zu versenden. Neben der Internal und der Media Relations spielen auch noch die Community Relations eine wichtige Rolle, also die kommunikativen Beziehungen zu der Standortbevölkerung und der direkten nachbarschaftlichen Umgebung.

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass man PR „[i]n Bezug auf die Organisation selbst [...] als eine strategische Managementaufgabe verstehen [kann], in deren Rahmen Konzeptionen für die Darstellung der Organisation in der Öffentlichkeit entwickelt werden.“ (Pfetsch/Wehmeier 2002: 56) Dabei zielen die Konzepte sowohl auf die relevanten Teilöffentlichkeiten, wie Kunden, Wähler oder bestimmte Bevölkerungsgruppen, wie auch auf die Medien als Vermittler von Informationen ab.

5.1.2.2 Zentrale Kommunikationsformen und Instrumente

Zentrale Instrumente und Kommunikationsformen von PR sind neben der Planung und Durchführung von zielgruppenspezifischen Veranstaltungen, wie etwa Messen oder Konferenzen, auch die „Konzeptionierung und Umsetzung von dramaturgisch angelegten, thematisch begrenzten, zeitlich befristeten kommunikativen Maßnahmen zur Erzeugung öffentlicher Aufmerksamkeit unter Einbeziehung unterschiedlicher kommunikativer Instrumente und Techniken - werbliche Mittel, marketingspezifische Instrumente und klassische PR-Maßnahmen.“ (Röttger 2008: 508) Auch der Internetauftritt bzw. zielgruppenspezifische Websites, die Gestaltung und Planung von Geschäftsberichten, Flyern, Broschüren etc., Sponsoring sowie Kommunikations- und Medientraining fallen in den Aufgabenbereich der PR.

5.1.2.3 Zentrale Themen

Zu den zentralen Beziehungsproblemen bzw. Themen der PR gehören zum einen das Issue Management mit dem Ziel der Früherkennung möglicher Chancen und

Gefahren und der Beeinflussung der Entwicklung dieser Issues, unter anderem durch Thematisierungs- und De-Thematisierungsstrategien. Ein weiterer Bereich ist jener der „Public Affairs“, darunter fallen

„[...] alle kommunikativen Aktivitäten von Unternehmen und Non-Profit-Organisationen, die auf das politisch-administrative System und das gesellschaftspolitische Umfeld der Organisation ausgerichtet sind und zum Ziel haben, die Organisationsinteressen im politischen Entscheidungsprozess zu vertreten und Akzeptanz im Sinne von Legitimität zu schaffen.“ (Röttger 2008: 507)

Zu den Zielgruppen zählen hierbei vor allem Entscheidungsträgern in Verwaltung und Politik. Neben den Financial und Investor Relations, die die kommunikativen Beziehungen im Finanz- und Kapitalmarkt gestalten, ist auch die Krisen-PR eine der zentralen Themen im Bereich der PR. Darauf wird in diesem Kapitel noch näher eingegangen.

5.2 Politische PR

Als Bürger, Wähler, Zeitungsleser oder Fernsehzuschauer nehmen wir tagtäglich das Ergebnis politischer Öffentlichkeitsarbeit bewusst oder unbewusst wahr. In der Bundesrepublik Deutschland gehört sie „[...] inzwischen zu den selbstverständliche[n] Kommunikationsoptionen der „Politikvermittlung“ (vgl. Sarcinelli 1987), die uns auf allen Ebenen des politischen Systems begegnet.“ (Pfetsch/Wehmeier 2002: 58)

Welchen Handlungsspielräume die politischen Akteure haben und welche Kommunikationsziele sie verfolgen, hängt von deren Stellung im gesellschaftlichen und politischen System ab. So verfolgen Regierung und Opposition, Parteien, NGOs, Verbände und soziale Bewegungen je nach ihren Ressourcen und institutionellem Status unterschiedliche Ziele, haben unterschiedliche Ressourcen, Erfolgchancen und Handlungsrepertoires. (Vgl. Adam/Berkel/Pfetsch 2008: 80) Das Hauptaugenmerk von Regierungen liegt darin, „[...] politisch relevante Themen in ihr Programm aufzunehmen und möglichst umfassende Akzeptanz für ihre Entscheidungen zu finden.“ (ebd.: 81) Gegenüber anderen Akteuren verfügt die Regierung in einem repräsentativen Regierungssystem wie der Bundesrepublik Deutschland über wesentliche strategische Vorteile in der Öffentlichkeitsarbeit, da sie weitaus mehr

materielle Ressourcen besitzt. Des Weiteren erhalten Regierungsmitglieder aufgrund ihres Prestiges und ihrer Prominenz mehr Aufmerksamkeit. Im Vergleich dazu müssen sich Parteien und Verbände laufend neu positionieren, um das Interesse der Medien und die Aufmerksamkeit der Öffentlichkeit zu erlangen. Aufgrund des zunehmenden Individualisierungsprozesses, resultierend in einer Abnahme der Parteienbindungen, sehen sich Parteien mehr und mehr dazu gezwungen dies „[...] durch stärkere Anstrengungen auf dem Feld der Kommunikation und Werbung zu kompensieren.“ (Adam/Berkel/Pfetsch 2008: 81)

Im Gegensatz zur „klassischen“ PR unterscheidet sich die politische PR jedoch in einigen Punkten.

5.2.1 Unterschiede zwischen „klassischer PR“ und Parteien-PR

Im Unterschied zu PR-Kampagnen von Unternehmen, bei denen eine Marke bzw. ein Produkt im Vordergrund steht, sind die Strukturen der Parteien-PR weitaus komplexer. So ist es für PR-Strategen, die für Parteien arbeiten, um einiges schwerer, Einfluss auf eine Partei als Marke zu nehmen, als etwa für PR-Strategen, die bereits im Vorfeld Einfluss auf die Produktgestaltung nehmen können, was die spätere Vermarktung um einiges leichter macht. Da Politik an sich „ein ständig wechselndes und uneinheitliches Produkt“ (Erhard 2008: 23) ist, werden laufend neue Anforderungen an die PR-Arbeit gestellt. Des weiteren steht die Parteien-PR vor der schwierigen Aufgabe „[...] in der Öffentlichkeit trotz aller innerparteilichen Differenzen und Unterschiede den Eindruck der Geschlossenheit, einer Corporate Identity der Partei und ihrer Vertreter, zu erwecken.“ (ebd.: 23 f.) Dies ist von entscheidender Bedeutung, da Parteien auf eine öffentliche Repräsentation angewiesen sind, denn „[k]aum ein Wähler wird eine Partei wählen, ohne nicht zumindest einen ihrer (Spitzen-)Kandidaten zu kennen, während beispielsweise der durchschnittliche Kunde sehr wohl Nivea-Produkte kauft, ohne zu wissen, wie der Vorstandsvorsitzende der Beiersdorf AG heißt.“ (ebd.: 24)

Auch die Zielgruppen von Parteien-PR sind eine andere, denn während Unternehmen vorwiegend Konsumenten im Fokus haben, richten sich die PR-Strategien von Parteien an potentielle Wähler. Dabei richten sich diese nicht auf die gesamte Wählerschaft, sondern gezielt auf vorab definierte Teilöffentlichkeiten, „[...]

bei denen der Einsatz der Öffentlichkeitsarbeit rentabel und sinnvoll erscheint.“ (Erhard 2008: 24) Das von der Wirtschaft entwickelte so genannte „targeting“ spielt dabei eine immer größer werdende Rolle, vor dem Hintergrund einer immer stärkeren Segmentierung der Wählerschaft. Auch die Motivation der eigenen Parteimitglieder spielt - vor allem im Vorfeld von Wahlen - eine bedeutsame Rolle.

Es lässt sich festhalten, dass die Hauptunterschiede zwischen klassischer Produkt- bzw. Marken-PR einerseits in der starken Binnenpolarität der politischen Meinungen und Themen und deren Schnelllebigkeit sowie in dem hohen Personalisierungsgrad in der Politik liegt. Des Weiteren stellen die Zielgruppe bei Parteien die Wähler sowie - vor allem im Zusammenhang mit Wahlen - die eigenen Parteimitglieder und nicht wie bei Unternehmen die Konsumenten dar.

5.2.2 Strategien von politischer PR

Die Medien- und Pressearbeit gilt in Deutschland als Kernaufgabe der politischen PR. Dabei beinhaltet die Medienarbeit „die kontinuierliche Produktion von mehr oder weniger gelungenen Pressematerialien, die ständige Auskunft- und Ansprachebereitschaft von Mitarbeitern in Pressestellen, die Aufrechterhaltung laufender Kontakte zu Journalisten sowie die Veranstaltung von regelmäßigen Pressegesprächen und Pressekonferenzen.“ (Pfetsch/Wehmeier 2002: 60) Dies gelingt aber nur soweit „wie Journalisten und Publikum die Prämisse von politischer Kommunikation als einseitigem Verkaufsgeschäft, die Problemlösungskompetenz von Politik sowie die Politiker als glaubwürdige Quelle akzeptieren.“ (ebd.: 60) Wenn das Vertrauen in die Politik sinkt, dann beginnen Kommunikationsexperten und Politiker sich Gedanken über News Management und strategische Kommunikation zu machen. In den Bereich des News Managements fallen hierbei die Personalisierung von Politik, symbolische aufgeladene Angriffe und Negativismus, die symbolische Dramatisierung politischer Themen sowie die Inszenierung von Pseudo-Events sowie die kommunikative Durchsetzung eines Interpretationsrahmens für ein Problem oder Thema („Framing“). (Vgl. ebd.: 60 f.) Dabei kann zwischen einer medienorientierten sowie einer parteipolitischen Variante des News Managements unterschieden werden. Bei der medienorientierten Variante werden „[p]olitische Themen und Images [...] als

symbolische und synthetische Produkte angesehen, die auf spezifische (Teil-)Öffentlichkeiten und deren Befindlichkeiten zugeschnitten sind und in der Kommunikation kompromisslos an die Formate, Nachrichtenwerte und die Logik der Medien angepasst werden.“ (Pfetsch/Wehmeier 2002: 61) Pseudo-Ereignisse, die Dramatisierung politischer Themen und die Personalisierung von Politik sind Beispiele für diese Variante. Im Gegensatz dazu setzt die parteipolitische Variante „[...] auf die politischen Ziele der Informationsproduzenten und versucht, die machtpolitischen Kalküle innerhalb des politischen Systems zu nutzen.“ (ebd.: 61) Hierbei werden die Auswahlkriterien und Produktionsregeln der Massenmedien angewendet, ohne jedoch von der politischen Zielsetzung abzurücken. Zu dieser Variante zählen politische Attacken und Negativismus oder auch Versuche des Framings. Welche Varianten angewendet werden, hängt von den Strukturen und Werten des Mediensystems und des politischen Systems ab, „[...] die jeweils unterschiedliche Kommunikationsrollen und organisatorische Verankerungen der politischen Öffentlichkeitsarbeit hervorbringen.“ (ebd.: 62) In der Bundesrepublik Deutschland stehen vorwiegend die politischen News Management-Stile im Vordergrund.

5.2.3 Aufgaben der politischen PR

Zu den Aufgaben, die in den Bereich der politischen PR fallen, gehören neben der Herstellung von Vertrauen und Akzeptanz auch die Erhöhung des Bekanntheitsgrades sowie die Image-Pflege. (Vgl. Erhard 2008: 18) Das Ziel jeder politischen PR liegt dabei in der „[...] Stimmenmaximierung, um dem Auftraggeber, in diesem Fall einer Partei, die (Wieder-)Wahl zu sichern und ihm so zu ermöglichen, sein politisches Programm umzusetzen.“ (ebd.: 18) Im Zusammenhang mit Krisen-PR spielt dabei vor allem die Image-Pflege eine herausragende Bedeutung. Unter einem Image versteht man „[...] eine kollektive, fiktionale Vorstellung von einem Objekt, das aus zahlreichen wertenden Einzelinformationen zusammengesetzt ist und in diffuser Form bekannt ist oder bekannt zu sein scheint.“ (ebd.: 20, zit. nach: Merten 2000: 104) Als die wichtigsten Eigenschaften eines Images gelten zum einen die Verallgemeinerung von Einzelerfahrungen, die Überverdeutlichung, die Vereinfachung durch

Typologisierung sowie negative und positive Bewertungen. Die starke Vereinfachung, die Images anhaftet, macht sie einerseits einprägsam zum anderen sind sie dadurch für PR-Strategen einfach plan- und umsetzbar. Aus diesem Grund „[...] [orientiert] sich die Einschätzung des Image-Trägers durch die Rezipienten nicht an dessen tatsächlichen Eigenschaften [...], sondern an seinem wesentlich leichter verständlichen Image.“ (Erhard 2008: 20) Bedeutend sind also weniger die Fakten als deren öffentliche Wahrnehmung. Eine zentrale Aufgabe von PR ist es „[...] ein Konzept zu entwickeln, dass in der Regel vom vorhandenen Ist-Image zu einem wünschenswerten Soll-Image hinführt.“ (ebd.: 20, zit. nach Merten/Westerbarkey 1994: 207) „Da in der Regel jedoch komplexe politische Sachfragen der Öffentlichkeit nur schwer zu vermitteln sind, versuchen PR-Strategen durch Personalisierung, Polarisierung und starke Vereinfachung (die bis hin zum völligen Fehlen des Inhalts gehen kann), Images aufzubauen.“ (ebd.: 20) Damit diese Images nicht beschädigt werden, „[...] muss die PR dafür sorgen, dass nach Möglichkeit keine Störungen dieses positiven Gesamtbildes des Produktes (Partei, Kandidat, Regierung etc.) auftreten.“ (ebd.: 21) Neben Instrumenten des Produktmarketings nutzt die PR auch jene der Werbung und neuerdings auch immer mehr jene des Event-Marketings, wie beispielsweise an den Inszenierungen von Parteitage ersichtlich wird.

5.3 Die Krisen-PR

Eine Krise hat viele Gesichter: sind es nun korrupte Firmenchefs, Flutwellen, Behördenversagen oder Giftspielzeug „Made in China“. Gemein ist aber allen, dass sie das Vertrauen der Öffentlichkeit erschüttern. Rückblickend wird dann meist von unvorhersehbaren Ereignissen gesprochen. Doch sind diese Ereignisse wirklich unvorhersehbar? Warum führt die jeweilige Krisenkommunikation oftmals dazu, dass die Krise noch erschreckender wirkt als sie eigentlich ist? Und warum verhalten sich Politprofis und Katastrophenstäbe so hilflos? Ditges, Höbel und Hofmann zufolge entstehen durch falsche und (zu) langsame Kommunikation in Organisationen und Unternehmen Jahr für Jahr immense wirtschaftliche Schäden. (Vgl. Ditges/Höbel/Hofmann 2008: 7) Mit Hilfe von Krisen-PR ist es jedoch möglich „[...] das Schlimme zum Guten zu wenden.“ (ebd.: 17 f.) Sie ist daher als Teil der

Krisenbewältigung von herausragender Bedeutung. „Auffallend ist vor allem, dass nicht das Unglück selbst als Skandal betrachtet wird und Kritik auslöst, sondern die Kommunikation in der Krise.“ (Ditges/Höbel/Hofmann 2008: 18) Aus diesem Grund ist Krisenkommunikation „[...] weit mehr als eine überhastet eingerichtet, womöglich aus der aktuellen Not heraus geschaffene Planstelle.“ (ebd.: 18) Eine Krise muss nicht gleich automatisch zu einem Imageverlust beitragen oder zu sonstigen kapitalen Schäden führen. Um dies zu vermeiden ist „[e]ine zu jeder Zeit konsequente und konsequent glaubwürdige Krisenkommunikation - und zwar nach außen wie innen - [...] für ein effektives Krisenmanagement [...] unabdingbar.“ (ebd.: 25)

5.3.1 Der Begriff „Krise“

Unter dem Begriff „Krise“, der sich aus dem griechischen Wort „krisis“ ableitet, versteht man ursprünglich „[...] den Bruch einer bis dahin kontinuierlichen Entwicklung.“ (ebd.: 12) In der Dramentheorie gilt die „Crisis“ als entscheidender Höhepunkt, welcher das Geschick der Protagonisten entweder ins Komische oder ins Tragische wendet. Im Voraus einer solchen Krise steht meist ein Konflikt zwischen mindestens zwei Beteiligten, bei der der eine etwas fordert, was der andere ignoriert oder zurückweist. Wird diese Auseinandersetzung nicht beigelegt, so kann es zu einer Krise kommen.

Krisenforscher Ulrich Krystek zufolge sind

„Krisen [...] ungeplante und ungewollte Prozesse von begrenzter Dauer und Beeinflussbarkeit sowie mit ambivalentem Ausgang. Sie sind in der Lage den Fortbestand der gesamten Unternehmung/Organisation substanziell und nachhaltig zu gefährden oder sogar unmöglich zu machen. Dies geschieht durch die Beeinträchtigung bestimmter Ziele, deren Gefährdung oder sogar Nichterreichung gleichbedeutend ist mit einer nachhaltigen Existenzgefährdung oder -vernichtung.“ (ebd.: 12 f., zit nach: Krystek 1987: 6 f.)

Dabei betont Krystek, dass die Ursache einer solchen Krise meist ein Zusammenspiel unterschiedlicher Faktoren darstellt. Operative oder kommunikative Krisen zeichnen sich hierbei weniger durch eine nachhaltige Existenzgefährdung oder -vernichtung

aus, sondern vielmehr durch einen „[...] Verlust von Kontrolle über Geschäftsprozesse aufgrund von öffentlichen Reaktionen auf das Unternehmen.“ (Ditges/Höbel/Hofmann 2008: 13) Des Weiteren kann eine Krise eine erhebliche negative Medienberichterstattung auslösen und die Glaubwürdigkeit und das Image eines Unternehmens oder einer Marke gefährden. Laut den Autoren Ditges, Höbel und Hofmann treten dabei fast immer folgende typische Merkmale auf: die Krise tritt völlig überraschend ein; die Medien intervenieren bereits sehr früh; meist besteht eine Informationsüberlastung auf Organisations-/Unternehmensseite; die Krise nimmt einen ungewöhnlichen Verlauf; die Ergebnisse sind unvorhersehbar. Tatsächlich lässt sich eine Krise im Vorfeld meist nicht vorhersagen, planen oder gänzlich abbilden. Dennoch ist es auch wichtig festzuhalten, dass „[s]ie [...] passieren [kann], muss aber nicht.“ (ebd.: 17) „Insofern verhält sich eine professionelle Krisenkommunikation wie eine gute Versicherung, die die wichtigsten Vermögenswerte einer Organisation so umfassend wie möglich schützt.“ (ebd.: 17)

5.3.2 Die Krisen-PR und ihre Aufgaben

Eine Krise zeichnet sich demnach durch zwei Faktoren aus: Einerseits muss es eine Form von Knappheit geben, die es schier unmöglich macht eine Routinelösung anzuwenden, andererseits muss eine Situation vorliegen, die als inakzeptabel charakterisiert wird. Aufgabe von Krisen-PR ist es Krisen und Konflikte zu verhindern, sowie im Falle eines Eintretens diese auch kommunikativ zu bewältigen. „Bereits im Vorfeld müssen - auf der Basis von Szenarien möglicher Krisen und Analysen der vorhandenen Risiko- und Krisenpotentiale - Zuständigkeiten, zentrale kommunikative Strategien und Verfahrensschritte zur Bearbeitung von Krisen festgelegt und Führungskräfte im Hinblick auf problematische Situationen kommunikativ geschult werden.“ (Röttger 2008: 507) Denn Krisen-PR setzt idealerweise bereits im Vorfeld an. „[L]angfristiger und kontinuierlicher Aufbau von Vertrauen und von stabilen Beziehungen zu relevanten Bezugsgruppen sind die Basis für eine erfolgreiche Kommunikation bei tatsächlichen Konflikt- oder Krisenlagen.“ (Röttger 2008: 507)

Im Falle einer Krisensituation ist es unabdingbar, dass der eingesetzte Krisenstab die kommunikativen Maßnahmen definiert und nach außen hin vermittelt. Der Krisenstab koordiniert sowohl die Informationsflüsse nach innen als auch nach außen und fungiert als Ansprechpartner für Betroffene, Medien und Behörden. Florian Ditges, Peter Höbel und Thorsten Hofmann haben in ihrem Buch „Krisenkommunikation“ zehn goldene Regeln der Krisenkommunikation aufgestellt (vgl. Ditges/Höbel/Hofmann 2008: 20), bei welchen vor allem vertrauensbildende Maßnahmen im Vordergrund stehen, denn „[ö]ffentliche, medienbegleitete Krisen und das sind wohl die meisten „echten“ Krisen, sind häufig Vertrauenskrisen.“ (ebd.: 22) Daher sollte die Kommunikation in Krisenzeiten darauf bedacht sein, Glaubwürdigkeit und damit Vertrauen zu bewahren oder wiederherzustellen. Denn „Vertrauen ist die wichtigste Basis für Krisenarbeit!“ (ebd.: 22) Nach einer Krise sollten „[d]ie Stärken und Schwächen der Krisenkommunikation [...] nach Möglichkeit schonungslos aufgearbeitet sowie systematisch die Chancen ausgelotet werden, wie sich verloren gegangenes Vertrauen und Reputation [...] zurück gewinnen lässt.“ (Ruisinger/Jorzik 2008: 297)

5.3.3 Anforderungen an die Krisen-PR

Dabei werden einige Anforderungen an die Krisenkommunikation gestellt (vgl. Ditges/Höbel/Hofmann 2008: 23): Zum einen besteht von Seiten der Organisationen und Unternehmen eine Informationsbringschuld gegenüber der Öffentlichkeit. Das bedeutet, dass die Öffentlichkeit über alle bekannten Ursachen und alle möglichen, voraussichtlichen und bekannten Auswirkungen aufgeklärt werden sollte. Des weiteren sollte ein Wille und ein Bekenntnis zu einer raschen Aufklärung erkennbar sein. „Wer schweigt, überlässt das Feld anderen, die möglicherweise weniger informiert sind.“ (ebd.: 23) Auch klare Handlungsanweisungen, wie mit den Folgen der Krisen umzugehen ist, müssen von Seiten der Kommunikatoren dargelegt werden. Auch zukünftige Vermeidungsstrategien sollten offengelegt werden. Neben der Dokumentation und Analyse der veröffentlichten Meinung - auch jener der relevanten Bezugsgruppen - sollte auch der eigene Krisenverlauf inklusive des eigenen Verhaltens dokumentiert werden. Im Falle eindeutigen Umstände sollte von Seiten

der Kommunikatoren die Übernahme von Verantwortung kommuniziert werden. Hier ist wichtig anzumerken, dass dies nicht mit einem Schuldgeständnis gleichzusetzen ist.

Der Erfolg oder Misserfolg einer Krisenkommunikation hängt dabei von sechs Faktoren ab: Vertrauensfaktor, Zeitfaktor, Personalfaktor, Komplexitätsfaktor, Kostenfaktor und Know-How-Faktor. (Vgl. Ditges/Höbel/Hofmann 2008: 58) „Jeder dieser Faktoren hat seine eigene und eigenständige Bedeutung und Gesetzmäßigkeit. Gleichzeitig sind sie aber auch eng miteinander verwoben und müssen sowohl für die Prävention als auch für die Intervention in der Summe betrachtet und beachtet werden.“ (ebd.: 58) So ist es das oberste Gebot von Krisenkommunikation Vertrauen zu bewahren, zu schaffen oder wiederherzustellen. Dabei ist es die Aufgabe zusammen mit Psychologen den diffusen Ängsten der Öffentlichkeit empathische emotionalisierende Botschaften entgegenzusetzen. Auch die Schnelligkeit spielt eine bedeutsame Rolle, denn „[n]icht nur die klassischen Medien sind schneller, zahlreicher und aggressiver denn je. Es sind die neuen Techniken im Internet [...], die für eine explosionsartige Verbreitung von Nachrichten sorgen - und zwar ohne Rücksicht auf deren Wahrheitsgehalt.“ (ebd.: 58) In einer Personalmatrix sollten vorab die einzelnen Rollen verteilt werden. Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass „[e]ffizientes Krisenmanagement [...] von der Kunst [lebt], schnelle Entscheidungen mit den richtigen Leuten in einem komplexen Umfeld sicher zu treffen.“ (ebd.: 64) Aus diesem Grund müssen etwaige Risiken vorab sorgfältig analysiert, Krisenprozesse definiert sowie Krisen-Tools extern und intern festgesetzt werden.

5.3.4 Fehler in der Krisen-PR von Parteien (Vgl. Erhard 2008)

Die Hauptursache für eine unzureichende Krisenbewältigung liegt Erhard zufolge in einer mangelhaften oder sogar gänzlich fehlenden Krisenprävention. „Begründet wird dies, wenn überhaupt, damit, dass in der Politik jede Krise anders sei und man somit nicht bereits im Vorfeld geeignete Maßnahmen ergreifen könne.“ (Erhard 2008: 73) Des Weiteren macht Erhard deutlich, dass zwar die Möglichkeiten vorhanden sind, um Skandale und Affären im Vorfeld zu erkennen, diese Möglichkeiten aber nicht entsprechen genutzt werden. „Entscheidend für die suboptimale Krisen-PR ist der

fehlende Wille der Parteien und ihrer Führungen zur Krisenprävention bereits im Vorfeld der einzelnen Affären.“ (Erhard 2008: 74)

Im Zuge der Entwicklung der Parteien-PR kam es zu einer stetigen Professionalisierung. Dennoch fällt auf, dass sich diese vor allem auf die Öffentlichkeitsarbeit zu Wahlkampfzeiten bezieht. „Hinzu kommt, dass bei allen Parteien die Krisen-PR-Verantwortlichen langjährige Parteimitglieder sind und daher der wichtige „Blick von außen“ auf die Partei zwangsläufig verloren geht.“ (ebd.: 75) So schreibt Kretschmer:

„Wie schon die CDU hat auch die SPD nicht verstanden, daß [sic!] die Binnensicht immer nur eine beschränkte Sicht ist. Was in normalen Zeiten schon ein Problem sein kann, wird in Krisensituationen meist zu einer ernsten Belastung. [...] In Vorstandsetagen von Unternehmen wie Parteien herrscht in Krisensituationen oft Wunschdenken vor. Aber gerade in Krisen müssen Vorstände akzeptieren, daß [sic!] nicht die vermeintlich „objektive Sachlage“, sondern die subjektive Wahrnehmung der Öffentlichkeit entscheidend ist.“ (ebd.: 75, zit. nach: Kretschmer 2002)

Daher müssen oftmals die ständigen PR-Verantwortlichen die Öffentlichkeitsarbeit im Falle einer Krise übernehmen, ohne darauf spezialisiert oder vorbereitet worden zu sein. Des Weiteren führt die hohe Identifikation der PR-Verantwortlichen mit der eigenen Partei, die in der Regel bereits viele Jahre Parteimitglied sind, dazu dass die notwendige kritische Distanz zu den zu vermittelnden Inhalten fehlt, ja teilweise sogar zu parteipolitisch motivierten Ausfällen führt. (Vgl. ebd.: 76) Erhard zufolge, weisen all diese Faktoren auf ein „mangelhaftes Problembewusstsein der Parteien“ (ebd.: 76) hin.

Anhand dieser Versäumnisse wird auch deutlich, warum die betroffenen Parteien über keine angemessene Medienstrategie verfügen. Des Weiteren tappen Politiker zu oft in die Glaubwürdigkeitsfalle: „Die [...] Versuche von Politikern, die jeweiligen Affären anfangs zunächst zu verheimlichen und später zu bagatellisieren, sind angesichts der tatsächlichen Ereignisse nicht nur meist zum Scheitern verurteilt, sondern haben in letzte [sic!] Konsequenz auch den Verlust der Glaubwürdigkeit der beteiligten Politiker zur Folge.“ (ebd.: 78) Doch nicht nur die beteiligten Politiker verlieren an Glaubwürdigkeit, auch die gesamte Partei hat meist mit einem

langwierigen Image-Verlust zu kämpfen, der weit über den Rücktritt einzelner Verursacher und Mitwisser hinaus andauert.

Viele der begangenen Fehler hinsichtlich Krisen-PR resultieren Erhard zufolge auch aus einer Beratungsresistenz. Dieses Phänomen ist zwar nicht nur bei Parteien zu beobachten, „[...] doch aufgrund der erhöhten öffentlichen Aufmerksamkeit und Sensibilität von Journalisten und Rezipienten während der Aufdeckung von Affären ist die negative Wirkung von missglückten PR-Versuchen ungleich größer.“ (Erhard 2008: 79 f.) Auch werden vermehrt nicht mit den übrigen Funktionären abgestimmte Stellungnahmen abgegeben, die auf den erhöhten Druck zurückzuführen sind. „Somit steigt nicht nur die Anzahl von missglückten Aktionen in der Öffentlichkeitsarbeit, auch deren unerwünschte Resonanz ist ungleich größer, als in „normalen“ Zeiten.“ (ebd.: 80)

Parteien weisen oftmals nicht nur Mängel hinsichtlich der Krisenprävention auf, auch nach Eintreten eines Krisenfalls wird deren Hilflosigkeit sichtbar. „Angefangen bei der zu späten Erkennung (oder - je nach Sichtweise - auch zu langen Verdrängung) der jeweiligen Affären über das Fehlen eines Notfallplans reicht dies bis zu Unklarheiten bei der Kompetenzzuweisung für die Parteiverantwortlichen im Krisenfall.“ (ebd.: 76 f.) Daher wird eine effektive und schnelle Aufklärung schier unmöglich. Der zusätzliche Druck durch Medienberichte und meist auch durch staatsanwaltschaftliche Ermittlungen führt zu einer zunehmenden Verunsicherung innerhalb der Parteimitglieder. Folglich stehen alle Beteiligten unter sehr großem Zugzwang Ergebnisse der eigenen Aufklärungsarbeit zu präsentieren, der sie aber meist nicht in ausreichendem Maße nachkommen können. „Der so entstandene „Teufelskreis“ lässt sich kaum mehr durchbrechen und führt letztendlich zu einem Image-Verlust der Parteien nicht nur durch die eigentlichen Affären, sondern auch noch zusätzlich durch den Eindruck der Öffentlichkeit, dass die Parteiführungen hoffnungslos mit der Aufgabe der Krisenbewältigung überfordert sind.“ (ebd.: 77) Zusätzlich dazu kommen Parteien den Aufforderungen aus der Öffentlichkeit Konsequenzen aus der Krise zu ziehen, meist nur sehr zögerlich nach.

6. Stuttgart 21

6.1 Projektdefinition

Stuttgart 21 „[...] ist die Umgestaltung des Bahnknotens Stuttgart, bei welcher der Kopfbahnhof durch einen tiefliegenden Durchgangsbahnhof ersetzt und an die Bestandsstrecken angeschlossen wird.“ (Innenministerium Baden-Württemberg 2009) Im Zuge der Realisierung wird so der „[...] Bahnknoten von Feuerbach bis Wendlingen durch einen innerstädtischen Schienenring und die Flughafenanbindung über den Fildertunnel neu[geordnet].“ (Bahnprojekt Stuttgart-Ulm e.V. 2011e) Stuttgart bekommt vier neue Bahnhöfe: den neuen Durchgangsbahnhof, die S-Bahn-Station Mittnachtstraße, den neuen Bahnhof Stuttgart Flughafen/Messe mit ICE-Halt. Darüber hinaus wird der Abstellbahnhof am Rosensteinpark nach Untertürkheim verlagert. (Vgl. ebd.)

Den Planern zufolge wird der neue Durchgangsbahnhof unterirdisch gelegt und um 90 Grad gedreht. Der Bonatz-Bau bleibt dabei erhalten. In der sanierten Querbahnsteighalle sollen zukünftig Einkaufsmöglichkeiten, Gepäckaufbewahrung und Reiseinformationen zu finden sein. (Vgl. Bahnprojekt Stuttgart-Ulm e.V. 2011f)

Zum Bahnprojekt Stuttgart 21 gehört darüber hinaus auch der Streckenabschnitt, der vom Stuttgarter Hauptbahnhof über den Flughafen Stuttgart bis nach Wendlingen führt. Der weitere Streckenverlauf nach Ulm wird als „Ausbau- und Neubaustrecke Stuttgart-Augsburg, Bereich Wendlingen-Ulm“ bezeichnet. Beide Projekte bilden zusammen das Projekt „Baden-Württemberg 21“.

Das Bahnprojekt Stuttgart-Ulm gilt als das größte Infrastrukturprojekt in Europa und „[...] schließt eine entscheidende Lücke auf der zentralen West-Ost-Achse und beseitigt den größten Engpass am Alaufstieg.“ (Bahnprojekt Stuttgart Ulm e.V. 2011b) Insgesamt werden bei beiden Projekten 121 Streckenkilometer gebaut, davon verlaufen 63 Kilometer im Tunnel. Die Neubaustrecke von Wendlingen nach Ulm verläuft überwiegend entlang der Autobahn A8 nach Ulm. Davon sind rund 90 Kilometer Schnellfahrstrecke. (Vgl. ebd.)

6.2 Finanzierung

Das Projekt wird gemeinsam von der Deutsche Bahn AG, dem Land Baden-Württemberg, der Landeshauptstadt Stuttgart dem Flughafen Stuttgart sowie dem Verband Region Stuttgart getragen. Der Finanzierungsrahmen liegt dabei bei 4,526 Milliarden Euro und umfasst die Baukosten (3,216 Milliarden Euro), Planungskosten (550 Millionen Euro) sowie die Absicherung potentieller Risiken (760 Millionen Euro) über einen Nominalisierungs- und Risikopuffer. (Vgl. Verband Region Stuttgart 2011: o.S.) Der Bund und das Land finanzieren darüber hinaus auch in die Neubaustrecke von Wendlingen nach Ulm mit. „Diese Mittel sind zu einem großen Teil zweckgebunden, stammen aus den entsprechenden Infrastrukturfonds der Finanzierungspartner und kommen ganz Baden-Württemberg zugute.“ (ebd.: o.S.)

6.3 Argumente für die Neubaustrecke Stuttgart-Ulm

6.3.1 Anbindung an die europäische Hochgeschwindigkeitstrasse

Die neue Strecke von Stuttgart nach Ulm bedeutet für die Region eine Anbindung an den nationalen wie internationalen Schienenverkehr. Denn mit der Inbetriebnahme der Schnellfahrstrecke Nürnberg - Ingolstadt - München wurden einzelne Verbindungen zwischen Frankfurt, Mannheim Stuttgart und München aufgrund der gestiegenen Attraktivität der Strecke über Nürnberg gestrichen. (Vgl. ebd.: o.S.) Werden Stuttgart 21 und die Neubaustrecke nicht gebaut, so die Befürchtung der Befürworter, dann verliert die Magistrale von Paris über Stuttgart nach Wien und Bratislava an Bedeutung. (Vgl. ebd.: o.S.) Mit der Einbindung in die großen europäischen Schienenwege „[...] rückt das Land näher an die zentralen Regionen des zusammenwachsenden Europas heran“ (Land Baden-Württemberg 2007: 4), was für eine wirtschaftsstarke Region wie Baden-Württemberg sie ist, unerlässlich ist.

6.4 Argumente für Stuttgart 21

Für den Bau des Bahnprojekts Stuttgart 21 sind neben weiteren Argumenten folgende Punkte zentral:

6.4.1 Vorteile für die Verkehrsentwicklung

Den Befürwortern zufolge muss der jetzige Stuttgarter Kopfbahnhof grundlegend saniert werden, denn sowohl die Gebäude als auch die Gleisanlagen entsprechen nicht mehr den technischen Anforderungen an einen modernen Schienenverkehr. Sie sind daher für die Zukunft nicht ausreichend leistungsfähig. Denn „[d]er Mobilitätsbedarf im Schienenverkehr wird in den kommenden Jahren weiter steigen. Diesen kann der heutige Kopfbahnhof nicht dauerhaft abdecken.“ (Bahnprojekt Stuttgart-Ulm e.V. 2011a)

Wissenschaftliche Untersuchungen haben ergeben, dass der neue Durchgangsbahnhof grundsätzlich und systembedingt um einiges leistungsfähiger ist als der Kopfbahnhof. Dabei sind nicht nur die Anzahl der Bahnsteige relevant, sondern auch die Zu- und Abfahrtsgleise (vgl. Bahnprojekt Stuttgart-Ulm e.V. 2010): da der alte Kopfbahnhof lediglich über fünf Zu- und Abfahrtsgleise verfügt, führt dies dazu, dass sich so die ein- und ausfahrenden Züge gegenseitig behindern. Der neue Durchgangsbahnhof wird über acht Gleise verfügen, die flexibel genutzt werden können. Zudem können pro Gleis zwei Züge halten. Dies bedeutet, dass mehr Zugfahrten pro Tag möglich sind. Darüber hinaus können die Züge mit höherer Geschwindigkeit an den Bahnhof heranfahren als dies bei dem jetzigen Bahnhof der Fall ist, da es lange Durchrutschwege geben wird. „Im bestehenden Kopfbahnhof gibt es strenge Geschwindigkeitsbegrenzungen, da die Züge direkt auf die Prellböcke und damit das Bahnhofsgebäude zufahren.“ (Bahnprojekt Stuttgart-Ulm e.V. 2011a) Während die Züge im alten Kopfbahnhof oft auf eine freie Ausfahrt warten müssen, da sich die Gleise kreuzen, können die Züge im neuen Durchgangsbahnhof einfach „durchrollen“. (Vgl. Bahnprojekt Stuttgart Ulm e.V. 2011b)

6.4.2 Ausbau des regionalen Schienennetzes

Das Bahnprojekt Stuttgart-Ulm stärkt zudem auch den Regionalverkehr, denn mit Stuttgart 21 wird der Stuttgarter Bahnknoten komplett neu geordnet. Der neue Durchgangsbahnhof wird in alle Richtungen mit dem Regional-, Fern- und Nahverkehr verbunden. Somit können die Züge in alle Richtungen flüssig verkehren und müssen nicht mehr wenden oder ihre Fahrt im Kopfbahnhof beenden. „Zukünftig können viele Regionen durch Stuttgart hindurch umsteigfrei verbunden werden, wie zum Beispiel auf der Strecke von Tübingen über Stuttgart nach Heilbronn.“ (Bahnprojekt Stuttgart-Ulm e.V. 2011a) Auch die kurzen Wege beim Um- und Einsteigen machen - so die Befürworter - das Reisen nicht nur schneller, sondern auch bequemer. Ein Hauptgrund hierfür ist die neue S-Bahn-Station Mitnachtsstraße, wo den Planern zufolge künftig alle S-Bahn-Linien halten werden. Den rund 20.000 Fahrgästen bleibt so ein Umweg über den Hauptbahnhof erspart. (Vgl. Bahnprojekt Stuttgart Ulm e.V. 2011b)

Demnach profitiert also nicht nur das Land Baden-Württemberg und seine Betriebe und Unternehmen, sondern auch die Bürger: „Das Reisen wird komfortabler durch kürzere Fahrzeiten, mehr Züge und umsteigfreie Direktverbindungen.“ (Bahnprojekt Stuttgart-Ulm e.V. 2010) Neben der direkten Anbindung an den Flughafen und die Messe, profitieren auch die Filderregion mit einem vollwertigen Bahnknoten mit ICE-Halt. So entsteht auf den Fildern „[...] ein vernetztes Angebot für Schienen-, Flug- und Individualverkehr.“ (Bahnprojekt Stuttgart-Ulm e.V. 2011c) Zusammenfassend weisen die Stuttgart 21-Befürworter darauf hin, dass „Stuttgart 21 [...] Vorteile für 10 Millionen Pendler im Regional- und Nahverkehr sowie für 2 Millionen Reisende im Fernverkehr [bringt].“ (ebd.)

6.4.3 Eine Investition in den Wirtschaftsstandort Baden-Württemberg und die Arbeitsplätze

Stuttgart ist ein bedeutender Exportstandort und muss daher gut erreichbar sein. Durch die Anbindung an das europäische Hochgeschwindigkeitsnetz, das rund 35 Millionen Menschen in fünf Ländern miteinander verbindet, rückt Stuttgart in das Zentrum Europas. (Vgl. ebd.) „Schnelle und leistungsfähige Verkehrswege sind der

Motor für wirtschaftliches Wachstum, sie sichern Arbeitsplätze und Wohlstand.“ (Verband Region Stuttgart 2011: o.S.)

Eine Investition in eine hochleistungsfähige Verkehrsinfrastruktur ist daher ein entscheidender Faktor im Standortwettbewerb und führt zu positiven Effekten, die weit über die Region hinausragen. „Damit der Verkehr auf Straßen und Schienen auch weiterhin rollt, muss die Infrastruktur modernisiert, ausgebaut und den geänderten und gestiegenen Bedürfnissen angepasst werden.“ (ebd.: o.S.) Dank des neuen Projekts entstehen so für die Regionen entscheidende Standortvorteile aufgrund der verbesserten Erreichbarkeit. (Vgl. Land Baden-Württemberg 2007: 9) Zudem sorgen die verbesserten Verkehrsanbindungen für die Ansiedlung innovativer Dienstleistungs- und Produktionsunternehmen. So werden nicht nur alte Arbeitsplätze gesichert, sondern auch neue geschaffen. Bereits in der Bauphase werden aufgrund der Investitionen von rund 7 Milliarden Euro für Stuttgart 21 und die Neubaustrecke für das Handwerk und die Bauindustrie wichtige Impulse gesetzt. Auch „[...] die anschließende städtebauliche Erschließung bringen spürbare Impulse für die Bauwirtschaft.“ (Verband Region Stuttgart 2011: o.S.)

Laut eines Gutachtens des Landes Baden-Württemberg werden während der Bauzeit rund 5.000 Menschen vollzeitbeschäftigt sein. Zusätzlich wird eine dauerhafte Erhöhung der Wertschöpfung von 500 Millionen Euro pro Jahr vorausgesagt, was 12.000 Dauerarbeitsplätzen in Baden-Württemberg entspricht. (Vgl. ebd.: o.S.)

6.4.5 Eine Investition in die Umwelt

Des Weiteren weisen die Befürworter darauf hin, dass Stuttgart 21 „[...] ein ökologisches Verkehrskonzept [ist], das in Stadt und Region mehr Verkehr (350 Millionen PKW-Kilometer pro Jahr) von der Straße auf die Schiene bringt.“ (Bahnprojekt Stuttgart-Ulm e.V. 2011c) So haben Untersuchungen ergeben, „[...] dass das Bahnprojekt gut 18 Millionen Personenfahrten pro Jahr von der Straße auf die Schiene verlagern wird.“ (Bahnprojekt Stuttgart-Ulm e.V. 2011a) In der Folge bedeutet dies eine jährliche Einsparung von rund 70.000 Tonnen Kohlendioxid. Mit dem Ausbau des Anteils des öffentlichen Verkehrs am Güter- und Personenverkehr lassen sich so neben Lärmeinsparungen auch langfristig CO₂- und

Schadstoffemissionen verringern. (Vgl. Verband Region Stuttgart 2011: o.S.)

6.4.6 Vorteile für die Stadtentwicklung

Da der Bahnhof tiefer gelegt werden soll und die Gleise damit überwiegend unterirdisch verlaufen werden, werden im Zentrum mehr als 100 Hektar Fläche frei. (Vgl. Bahnprojekt Stuttgart Ulm e.V. 2011b) Diese neue nutzbare Fläche wird dann in innerstädtische Wohnanlagen und Parks verwandelt. „Wo sich heute das Gleisvorfeld 2,3 Kilometer lang mit bis zu 17 Meter Höhe durch die Stadt zieht und den Stuttgarter Norden vom Osten trennt können in Zukunft - und dies zum ersten Mal seit über 100 Jahren - der historische Schloßgarten und der Rosensteinpark wachsen.“ (Bahnprojekt Stuttgart-Ulm e.V. 2011a) Die rund 100 Hektar große Fläche, die durch den Wegfall der Gleise entsteht, kann in einen Wohn- und Arbeitsraum für insgesamt 35.000 Menschen umgewandelt werden. „Dieser Zuwachs bedeutet höhere Steuereinnahmen für die Stadt, welche wiederum in Bildung, Kultur und soziale Einrichtungen investiert werden können.“ (Bahnprojekt Stuttgart-Ulm e.V. 2011a)

Auf den frei werdenden Gleisflächen werden darüber hinaus rund 5.000 neue Bäume gepflanzt und in die bereits bestehenden Grünflächen eingebunden. Als erweiterte „Grüne Lunge“ werden die Park- und Grünanlagen dazu beitragen, die Luftqualität zu verbessern. „Zusätzliche Bäume und größere Grünflächen binden Feinstaub, was dem Stadtklima im Talkessel zugutekommt.“ (Bahnprojekt Stuttgart-Ulm e.V. 2011d) Damit wird zum einen das wichtigste Stuttgarter Naherholungsgebiet sowie die angrenzenden Stadtviertel aufgewertet, was sich in einem Mehr an Lebensqualität äußern wird. (Vgl. Bahnprojekt Stuttgart-Ulm e.V. 2010)

6.5 Argumente gegen Stuttgart 21

Neben weiteren Punkten sind folgende Argumente zentral:

6.5.1 Der Ausbau des Kopfbahnhofs als Alternative

Die Gegner des Projekts wiederum halten Stuttgart 21 „[...] ein für die Zukunft unserer Stadt nicht praktikables Modell [...].“ (Initiative Leben in Stuttgart - Kein Stuttgart 21 2011: 4) Sie fordern anstelle des neuen Durchgangsbahnhofs den Ausbau des alten Kopfbahnhofs (Kopfbahnhof 21). Ihrer Meinung nach „[...] versuchen die Betreiber von Stuttgart 21 mit falschen und widerlegbaren Behauptungen die Bürger zu täuschen und Stuttgart 21 als alternativlos, unumkehrbar, als Jahrhundertchance als Geschenk und als Fortschritt für den Schienenverkehr darzustellen.“ (ebd.: 4) Auch die Darstellung, das Projekt Stuttgart 21 schaffe tausende neue Arbeitsplätze ist ihrer Ansicht nach falsch. (Vgl. IMU Institut 2011: 4 f.)

Das IMU Institut kommt in seinem Gutachten vom Juli 2011 zu dem Schluss, dass lediglich 630 neue Arbeitsplätze in der Bauphase entstehen. Zudem „[...] basieren die Effekte fast vollständig auf Effekten der Neubaustrecke und sind daher unabhängig von S21.“ (ebd.: 4) Auch widerlegen sie die Angaben der Befürworter, die angeben, dass auf dem frei werdenden Gelände 24.000 Arbeitsplätze geschaffen werden können. Das IMU Institut geht lediglich von 5.000 bis maximal 7.000 neu geschaffenen Arbeitsplätzen aus.

Unter dem von den Gegnern favorisierten Modell „Kopfbahnhof 21“ wird „[...] der heutige Kopfbahnhof [verstanden], der durch einfache Mittel schrittweise ausgebaut, modernisiert und in seiner Leistungsfähigkeit gesteigert wird.“ (Initiative Leben in Stuttgart - Kein Stuttgart 21 2011: 8) Großer Vorteil ist hier, dass sich die Kosten lediglich auf 2,5 Milliarden Euro belaufen. Damit liegen die Kosten bei rund einem Drittel weniger als bei Stuttgart 21. (Vgl. Initiative Leben in Stuttgart - Kein Stuttgart 21 2011: 52) Die Projektgegner weisen zudem darauf hin, dass der bestehende siebzehngleisige Kopfbahnhof leistungsfähiger ist als der neue Durchgangsbahnhof. „Mit ihnen ist der Ausbau eines Verkehrsknotens mit einem integralen Taktfahrplan nach Schweizer Vorbild möglich, der im Gegensatz zu S21 optimal kurze Umsteigzeiten z.B. zwischen den Fern- und Regionalzügen ermöglicht.“ (ebd.: 8) Dieser ermöglicht eine optimale Koordination der einzelnen Züge. Der Stuttgarter Hauptbahnhof ist zudem einer der pünktlichsten Großbahnhöfe Deutschlands, da er Verspätungen besser abfedern kann. (Vgl. Aktionsbündnis gegen Stuttgart 21 o.J.)

Einen weiteren wesentlichen Vorteil sehen die Gegner zudem darin, dass dieser

Bahnhof nicht erst neu gebaut werden muss, wie das bei Stuttgart 21 der Fall ist: Bereits 70 Prozent des ausgebauten Kopfbahnhofes sind realisiert, „[...] wenn man von den unterlassenen Sanierungen der letzten 20 Jahre absieht.“ (Initiative Leben in Stuttgart - Kein Stuttgart 21 2011: 8)

Beim Modell K21 bleibt darüber hinaus der Bonatz-Bahnhof erhalten und der Schlossgarten wird nicht zerstört. Auch wird das Gleisvorfeld nicht bebaut, es kommt also weder zu einer Behinderung der Frischluftzufuhr noch zu einer Beeinträchtigung des Stadtklimas. Zudem werden weder die Mineralquellen gefährdet noch entstehen unvorhersehbare Risiken beim Tunnelbau aufgrund der problematischen Geologie, da die Ergänzungen bis auf wenige Ausnahmen oberirdisch verlaufen. (Vgl. ebd.: 9)

Laut der BUND e.V. Regionalgeschäftsstelle wird „[m]it minimalen Risiken und erheblich weniger Kosten wird ein extrem leistungsfähiger Verkehrsknoten geschaffen. K21 ist das moderne, wirtschaftliche und ökologische Projekte.“ (BUND e.V. Regionalgeschäftsstelle o.J.)

6.5.2 Stuttgart 21 ist nicht leistungsfähig genug

Der Kopfbahnhof besitzt im Gegensatz zu Stuttgart 21 fünf anstelle von vier Zulaufstrecken. Da der neue Durchgangsbahnhof unterirdisch verlaufen wird und er zwischen dem Bankgebäude der LBBW und dem restlichen Bonatzbau eingeschränkt wäre, ist eine nachträgliche Erweiterung im Falle einer steigenden Verkehrsnachfrage nicht mehr möglich. Und durch die teuer werdenden Kraftstoffe wird sich Zahl der Bahnfahrer weiter erhöhen. Den Gegnern zufolge, wäre er „[b]ereits zum Zeitpunkt seiner Fertigstellung in 15 bis 20 Jahren [...] dem erhöhten Verkehrsbedarf nicht mehr gewachsen.“ (Initiative Leben in Stuttgart - Kein Stuttgart 21 2011: 22) Doch dieser „[...] drohende Verkehrsinfarkt durch S21 [wird ignoriert].“ (Initiative Leben in Stuttgart - Kein Stuttgart 21 2011: 22)

Darüber hinaus sollen die Bahnsteige von neun auf vier Bahnsteige reduziert werden, was zu einer Zunahme des Gedränges führen wird, da weniger Platz zur Verfügung stehen wird. Auch wären Rollstuhlfahrer, Fahrgäste mit Kinderwagen oder gehbehinderte alte Menschen durch die halbe Bahnsteigfläche beeinträchtigt. Neben einem spürbaren Gefälle von 15,1 Prozent (vgl. ebd.: 25) führen auch die komplett

unrealistisch kurzen Haltezeiten von ein bis zwei Minuten zu einem massiven Gedränge. Nur ein einzig verspäteter Zug kann so den gesamten Fahrplan durcheinander bringen, denn die Ersatz- und Ausweichmöglichkeiten sind sehr eingeschränkt.

6.5.3 Viel zu hohe Baukosten

Betrugen die Baukosten anfänglich 2,5 Milliarden Euro, so ist der Betrag seitdem stufenweise angestiegen. Im Jahr 2008 hat der Bundesrechnungshof die Baukosten von Stuttgart 21 auf über 5,3 Milliarden Euro berechnet, dabei waren Baupreissteigerungen und besondere Risiken noch nicht eingeplant. Ein unabhängiges Planungsbüro kam unter Berücksichtigung der Inflationsrate und der Baukostensteigerung auf 6,9 bis 8,7 Milliarden Euro. (Vgl. Initiative Leben in Stuttgart - Kein Stuttgart 21 2011: 14)

Eine Finanzierungsvereinbarung aus dem Jahre 2009 legt jedoch fest, dass die maximale Bausumme insgesamt 4,5 Milliarden Euro beträgt. Bis zum Ende des Jahres 2009 bestand jedoch die Möglichkeit aus dem Projekt auszusteigen, falls diese Summe überschritten werden sollte. Die Initiative Leben in Stuttgart – Kein Stuttgart 21 kritisiert in ihrem Folder: „DB-intern kamen die Planer auf 5,22 Milliarden Euro. Daher musste das Projekt zurückgestutzt werden: Die Eingänge vom Bahnhof wurden verkleinert und die Querschnitte und Wandstärken der Tunnel deutlich reduziert, trotz der Risiken im geologisch schwierigen Gebiet!“ (ebd.: 14)

Kritiker werfen der Bahn vor, dass sie bereits zum Zeitpunkt der Finanzierungsvereinbarung 2009 von deutlich höheren Baukosten wusste, Stadt und Land darüber aber in Unkenntnis ließ.

6.5.4 Schaden für die repräsentative Demokratie (vgl. ebd.)

Kritiker des Projekts mahnen an, dass die Argumente und Befürchtungen der Bürger weder ernst genommen noch gehört worden sind. Der zunehmende Glaubwürdigkeitsverlust der gewählten Vertreter schadet auch der repräsentativen

Demokratie. Als Beispiel dafür ziehen sie das Versprechen des Stuttgarter Oberbürgermeister heran, der vor der OB-Wahl das Versprechen abgab, es werde einen Bürgerentscheid im Falle einer Kostensteigerung geben, welches er nach der Wahl mit allen Mitteln zu verhindern versuchte.

Auch die Legitimierung der Beschlüsse wird in Frage gestellt, da darauf hingewiesen wird, dass „[...] parlamentarische Beschlüsse auf der Grundlage von Gutachten zustande kommen, die von den Ideengebern von S21 selbst erstellt wurden (Verkehrswissenschaftliches Institut der Universität Stuttgart) und anders lautende unabhängige Expertenmeinungen ignoriert werden [...].“ (Initiative Leben in Stuttgart - Kein Stuttgart 21 2011: 18) Kritiker werfen der Bahn darüber hinaus vor, überholte und falsche Kostenrechnungen und Terminpläne zu präsentieren und wichtige Entscheidungsgrundlagen vorzuenthalten. Das Vertrauen in die demokratisch gewählten Vertreter wird - so die Kritiker - auch dadurch erschüttert, dass in öffentlichen Reden von Parlamentariern und Werbeschriften weiterhin Falschaussagen über Stuttgart 21 getätigt werden.

„Wenn sogar das Verwaltungsgericht in Mannheim 2005 mit drei Gutachten für S21 und ohne einem für den Kopfbahnhof K21 - weil dies von den K21-Befürwortern nicht bezahlt werden konnte - sich zugunsten von S21 ausspricht, so ist dies verfassungsrechtlich äußerst fragwürdig aber auf jeden Fall sittenwidrig.“ (ebd.: 18)

6.6 Chronologie eines Projekts

Das Projekt Stuttgart 21 wurde am 18. April 1994 nach jahrelangen Diskussionen und Planungen von dem Vorstandsvorsitzenden der Deutschen Bahn AG Heinz Dürr, dem damaligen baden-württembergischen Ministerpräsidenten Erwin Teufel (CDU), dem Bundesminister für Verkehr Matthias Wissmann (CDU), dem Verkehrsminister des Landes Hermann Schaufler (CDU) sowie dem Oberbürgermeister der Landeshauptstadt Stuttgart Manfred Rommel (CDU) vorgestellt. (Vgl. Stadtplanungsamt Stuttgart Projektgruppe Stuttgart 21 1997: 11) Das Projekt geht auf einen Vorschlag des Verkehrswissenschaftlers Gerhard Heimerl zurück, der im Jahr 1988 eine durchgängige Neubaustrecke von Stuttgart nach Ulm entlang der Autobahn A8 mit einer Unterfahrung des Stuttgarter Hauptbahnhofes vorschlug. (Vgl.

Bahnprojekt Stuttgart – Ulm e.V. o.J.) Nach mehrjährigem Diskussionsprozess einigte sich der Vorstand der Deutschen Bahn auf die „H-Trasse“. Auch die Landesregierung befürwortet die „H-Trasse“ „[...] mit voller Einbindung des Hauptbahnhofs Stuttgart in das Hochgeschwindigkeitsnetz in Form eines Durchgangsbahnhofes.“ (Vgl. Bahnprojekt Stuttgart – Ulm e.V. o.J.)

Am 7. November 1995 wurde zwischen Bahn, Land, Region und Stadt eine Rahmenvereinbarung getroffen, mit der die zeitgleiche Realisierung der Projekte Stuttgart 21 sowie der Neubaustrecke Wendlingen-Ulm beschlossen wurde. (Vgl. ebd.) Am 30. November desselben Jahres stimmte der Gemeinderat der Landeshauptstadt Stuttgart der vorab getroffenen Rahmenvereinbarung zu. (Vgl. Stadtplanungsamt Stuttgart Projektgruppe Stuttgart 21 1997: 12) 1996/1997 startete die Deutsche Bahn AG mit den Planungen, die jedoch immer wieder ins Stocken gerieten. Ende des Jahres 1997 gewann das Architekturbüro Ingenhoven die Ausschreibung für den neuen unterirdischen Durchgangsbahnhof. Die Schätzung der Kosten beliefen sich zu diesem Zeitpunkt auf fünf Milliarden DM. (Vgl. Schlager 2010: 116)

Ende der 1990er Jahre „[...] stellt[e] die Deutsche Bahn AG [...] trotz verbindlicher Verträge die Planungen zu S21 wegen Unwirtschaftlichkeit und mangelnder Notwendigkeit ein. Die prognostizierten Baukosten liegen nun bei 2,5 Milliarden Euro, von denen die Bahn zwei Drittel tragen sollte.“ (Initiative Leben in Stuttgart - Kein Stuttgart 21 2011: 6) Im Sommer 2001 wurden die Planungen von Seiten der Bahn wieder aufgenommen, nachdem die Stadt und das Land eine Vereinbarung mit der Deutschen Bahn AG beschlossen hatten. Diese Vereinbarung sieht vor, dass „[...] die Stadt die freiwerdenden Grundstücke kauft, das Land den Nahverkehr ohne Ausschreibung [...] an die DB Regio vergibt, die Anschaffung von Zügen subventioniert und der Flughafen den Filderbahnhof mitfinanziert.“ (ebd.: 6) Im Jahr 2005 erteilte das Eisenbahnbundesamt – trotz ungesicherter Finanzierung – die Baugenehmigung für den Tiefbahnhof. Daraufhin klagten der Umweltverbund BUND und zwei Wohnungseigentümer vor dem Verwaltungsgerichtshof. „Sie argumentieren, dass es eine kostengünstigere Alternative gebe, die verkehrlich effizienter sei und ohne Tieferlegung des Bahnhofes sowie den Bau langer Tunnelstrecken in der Stadt auskomme.“ (Schlager 2010: 118) Die Klage wurde jedoch zurückgewiesen.

Im Oktober 2006 verabschiedeten die Landtagsfraktionen von CDU, FDP/VDP und SPD eine gemeinsame Entschließung zum Gesamtprojekt Neubaustrecke

Stuttgart-Ulm mit Stuttgart 21. Am 19. Juli 2007 unterzeichneten Bund, Land, Region und Stadt ein „Memorandum of Understanding“, „[...] das jedoch nur die Finanzierungsanteile für Stuttgart 21 und die Neubaustrecke festlegt. Das Land übernimmt dadurch für S21 und die Neubaustrecke 2,1 Milliarden Euro höhere Kostenanteile.“ (Initiative Leben in Stuttgart - Kein Stuttgart 21 2011: 6) Die Projektgegner organisieren daraufhin ein Bürgerbegehren. Der BUND, die Initiative „Leben in Stuttgart – Kein Stuttgart 21“, Bündnis 90/Die Grünen, der VCD und Pro Bahn gründen das Bündnis „Bürgerentscheid gegen Stuttgart 21“.

Am 25. Juli 2007 gab der Landtag seine Zustimmung zum „Memorandum of Understanding“. „Obwohl innerhalb von sechs Wochen mehr als 67 000 Unterschriften gesammelt werden und sich somit mehr als zehn Prozent der Einwohner_innen Stuttgarts dem Begehren anschließen, lehnt der Gemeinderat die Einleitung eines Bürgerentscheids ab.“ (Schlager 2010: 119) Einer Studie des Wissenschaftszentrums Berlin zufolge gaben die Mehrheit der Demonstranten an, dass diese Arroganz im Umgang mit den Bürgern auslösendes Moment des Protest darstellte. (Vgl. ebd.: 120)

Am 2. April 2009 unterschrieben Bahn, Bund und Land eine Finanzierungsvereinbarung. „4,5 Milliarden Euro, also fast eine Verdopplung zur ursprünglichen Planung, so Bahnchef Rüdiger Grube, seien allerdings die absolute Schmerzgrenze.“ (ebd.: 120) Ende des Jahres 2009 belaufen sich die offiziellen Kosten jedoch bereits auf 4,1 Milliarden Euro. (Vgl. ebd.: 120) Bei den Gemeinderatswahlen 2009 wurden die Grünen stärkste Fraktion. Die SPD sprach sich jedoch für Stuttgart 21 aus und verhinderte somit, dass sich die neue Mehrheit gegen das Projekt stellte. (Vgl. ebd.: 120)

Am 2. Februar 2010 kam es mit der Verschiebung eines Prellbocks offiziell zum Baubeginn von Stuttgart 21. Im Juli desselben Jahres wurde eine weitere Erhöhung der Projektkosten auf 3,9 Milliarden Euro verkündet. Im Juli 2010 werden Ergebnisse einer Studie des Züricher Planungsinstitut sma veröffentlicht, die bereits zwei Jahre zuvor vom baden-württembergischen Innenministerium in Auftrag gegeben wurde. Im „stern“ werden Auszüge aus der Studie publiziert (vgl. stern 2010): So stellt sma fest, dass aufgrund des Projekts Stuttgart 21 „Infrastrukturengpässe“ entstehen. Die Gutachter stellten zudem „Konflikte zwischen Hauptbahnhof und Flughafen mit dem Regionalverkehr“ (ebd.) fest und befürchten Fahrzeitverlängerungen. „Außerdem monieren die Gutachter ein „hohes Stabilitätsrisiko“, eine „knapp dimensionierte

Infrastruktur“ und stellen laut stern fest: „Gestaltung des Fahrplans nur in geringem Maße möglich.“ (stern 2010)

Am 12. August wird mit dem Abbruch des Nordflügels des Bonatz-Baus begonnen obwohl ein Verfahren zum Urheberrecht noch aussteht. Nach der Eskalation im Stuttgarter Schlossgarten am 30. September 2010 einigten sich Projektbefürworter und Projektgegner auf Heiner Geißler als Schlichter. Die erste Schlichtungsrunde begann am 22. Oktober 2010 und dauerte bis zum 30. November 2010. Projektgegner und –befürworter, Vertreter der Bürgerinitiativen aus der Zivilgesellschaft, Bahnvorstände, Minister, Abgeordnete und Bürgermeister tauschten im Verlauf der Schlichtung Argumente aus. (Schlichtungsgespräch zu Stuttgart 21 2010: 37) Das Schlichtungsverfahren war eine Fakten- und Sachschlichtung und sollte dazu dienen, über Daten, Zahlen und Fakten rund um Stuttgart 21 zu informieren. (Vgl. Schlichtung S21 o.J.) Sie wurde live im Fernsehen auf Phoenix übertragen und erreichte Einschaltquoten bis über eine Million Zuschauer. (Vgl. Schlichtungsgespräch zu Stuttgart 21 2010: 38) Wichtiges Ziel der Schlichtung war Geißler zufolge „[...] durch Versachlichung und eine neue Form unmittelbarer Demokratie wieder ein Stück Glaubwürdigkeit und mehr Vertrauen in die Demokratie zurückzugewinnen.“ (ebd.: 37) Heiner Geißler plädierte in seinem Schlichterspruch für einen Weiterbau.

„Also kann eine Chance zur Verkleinerung des vorhandenen Konfliktpotenzials und eine Entschärfung des Konflikts nur noch darin gesucht und gefunden werden, wichtige und berechtigte Konfliktpunkte der Stuttgart 21-Gegner aufzugreifen, offensichtliche Schwachstellen zu beseitigen und Stuttgart 21 als Bahnknoten im Interesse der Menschen deutlich leistungsfähiger, baulich attraktiver, umweltfreundlicher, behindertenfreundlicher und sicherer zu machen – zu Stuttgart 21 PLUS.“ (ebd.: 42)

Die Bahn muss in „[...] einem „Stresstest“ nachweisen, dass der geplante Tiefbahnhof 30 Prozent leistungsfähiger ist als der jetzige Kopfbahnhof.“ (Kotynek 2010) Falls dies nicht gelinge, muss die Bahn Änderungen vornehmen. Am 27. März 2011 wurde in Baden-Württemberg ein neuer Landtag gewählt. Bei dieser Wahl gingen die Grünen als klare Wahlsieger hervor und lösten gemeinsam mit der SPD die schwarz-gelbe Regierung in Baden-Württemberg ab. Winfried Kretschmann (B90/Die Grünen) wurde zum ersten grünen Ministerpräsident in einem deutschen Bundesland gewählt.

Ab 7. Mai 2011 verabschieden die Parteitage der Grünen und der SPD den Koalitionsvertrag, der eine Volksabstimmung vorsah. Am 28. September 2011 beschloss die Landesregierung die Volksabstimmung über das Kündigungsgesetz. (Vgl. Volksabstimmung 2011)

Die Ergebnisse des Stresstests wurden am 29. Juli 2011 vorgelegt. Sie besagten dass „[w]eitere Infrastrukturmaßnahmen neben der ohnehin vorgesehenen Ausrüstung der neuen Strecken mit konventioneller Leit- und Sicherungstechnik sowie der zweigleisigen westlichen Anbindung des Flughafens an die Neubaustrecke [...] nicht notwendig [sind].“ (Bahnprojekt Stuttgart-Ulm e.V. o.J.b) Am 27. November 2011 fand in Baden-Württemberg die Volksabstimmung darüber statt, ob aus dem Projekt ausgestiegen werden soll oder nicht. 58,9 Prozent der abgegebenen gültigen Stimmen waren Nein-Stimmen, 41,1 Prozent der abgegebenen gültigen Stimmen sprachen sich für die Gesetzesvorlage aus. (Vgl. Statistisches Landesamt Baden-Württemberg 2011) Dies bedeutete, dass die „[...] die Gegner des Bahnprojekts Stuttgart 21 weder die Mehrheit der gültigen Stimmen erzielen können, noch wurde das zur Verabschiedung der Gesetzesvorlage in der Landesverfassung vorgesehene Quorum erreicht [...].“ (ebd.) Die Gesetzesvorlage wurde demnach von der Mehrheit der Baden-Württemberger abgelehnt.

6.7 Die Protestbewegung

Bereits ab dem Jahr 1995 gab es Widerstand gegen das Bahnprojekt Stuttgart 21. Einer der Hauptkritikpunkte der Gegner war die mangelnde Transparenz. So beklagen sie, dass die Bürger kaum über das Bahnprojekt informiert werden. „Dennoch bleibt der Protest eine Sache von wenigen, und noch geht es vor allem um Gegeninformation.“ (Schlager 2010: 116) Zentraler Akteur ist die 1996 gegründete Bürgerinitiative „Leben in Stuttgart – kein Stuttgart 21“.

Doch erst ab dem 26. Oktober 2009 formierte sich „[m]it Beginn der montags stattfindenden Demonstrationen [...] eine in Teilen professionell organisierte Protestbewegung.“ (Polizeipräsidium Stuttgart 2010: 1) Mit Beginn der Abbrucharbeiten am Nordflügel des Stuttgarter Hauptbahnhofes fielen die Stuttgart 21-Gegner durch Aktionen des „Zivilen Ungehorsams“ auf, wie etwa dem fast

täglichen Blockieren der Baustellenzufahrt oder der Besetzung von Verkehrsknotenpunkten in der Stuttgarter Innenstadt. Laut Untersuchungsausschuss war „[m]it zunehmender Emotionalisierung [...] festzustellen, dass sich die S21-Gegner deutlich aggressiver verhielten und bei der Wahl der Formen ihres Protests vermehrt auch strafrechtlich relevante Aktionen durchführten“ (Polizeipräsidium Stuttgart 2010: 10), die als Form des „Zivilen Ungehorsams“ rechtfertigt wurden. So fanden regelmäßig „Aktionstrainings“ statt, bei welchen die Sitzblockade, das Anketten an Bäume, das Unterhaken an den Armen, sowie Techniken, um sich beim Wegtragen besonders schwer zu machen, geübt wurden. (Vgl. ebd.: 11)

Die Protestbewegung erlebte einen regen Zulauf nicht zuletzt „[d]urch eine offensive vielschichtige Medienarbeit und Internetauftritte [...]“ (ebd.: 1) und schaffte es so „[...] eine nachhaltige Wahrnehmung des Protests in der Öffentlichkeit zu erreichen [...]“. (ebd.: 1) So nahmen seit dem Frühsommer 2010 regelmäßig mehrere zehntausend Menschen an den wöchentlichen Kundgebungen teil. So schätzte die Polizei erstmals ca. 10 000 Teilnehmer am 24. Juli 2010. (Vgl. ebd.: 5)

„Diese Zahl stieg nach dem Beginn der Abbrucharbeiten am Nordflügel im August von ca. 12.000 (7. August 2010) über ca. 18.000 (13. August 2010) bis zu ca. 30.000 Teilnehmer (27. August 2010) an. Im September 2010 wurde dieser Zulauf zweimal übertroffen (10. September: ca. 35.000; 18. September 2010: ca. 33.000).“ (ebd.: 5)

Diese Proteste verliefen im Allgemeinen friedlich, dennoch kam es auch immer wieder zu Verstößen gegen das Versammlungsgesetz, wie etwa bei der Durchführung unangemeldeter Folgeaufzüge. Mit dem Schauspieler Walter Sittler und dem Theaterregisseur Volker Lösch besitzt die Protestbewegung zwei öffentliche Gallionsfiguren. (Vgl. Schlager 2010: 120)

Die Träger des Protests stammen überwiegend aus einem bürgerlichen Milieu. Dem Untersuchungsausschuss zufolge „[...] zeichnet sich der Protest durch große Entschlossenheit, einen hohen Emotionalisierungsgrad und Kreativität aus.“ (Polizeipräsidium Stuttgart 2010: 1) Kern der Bewegung ist das „Aktionsbündnis gegen Stuttgart 21“, welches sich aus ausgehend von den beiden Initiativen „K21 – Ja zum Kopfbahnhof“ sowie „Leben in Stuttgart – Kein Stuttgart 21“ formierte. Weitere Personen, Institutionen und Organisationen, wie die Parkschützer, schlossen sich an.

Darüber hinaus unterstützen auch Organisationen wie der BUND, Attac oder auch Ver.di Stuttgart das Aktionsbündnis.

Die Parkschützern, die keine homogene Gruppierung darstellen, haben den Schutz der Bäume im Schlossgarten zu ihrem obersten Ziel erklärt. „Die Initiative ist im Umgang mit den Medien sehr geschickt, nutzt die Beteiligungsmöglichkeiten des Web 2.0 und verknüpft diese mit der Aktivierung für Aktionen.“ (Schlager 2010: 122 f.) spielt auch die „Jugendoffensive gegen Stuttgart 21“ eine wichtige Rolle. Laut Untersuchungsausschuss beteiligen sich gewaltbereite extremistische Gruppen aus dem Großraum Stuttgart eher am Rande: „Insgesamt scheint sich die gewaltbereite extremistische Szene abwartend und beobachtend zu verhalten.“ (Polizeipräsidium Stuttgart 2010: 3)

Schlager zufolge speist sich der Protest gegen das Projekt „Stuttgart 21“ aus drei Motivbündeln: „erstens den Protest gegen Demokratiedefizit, zweitens den Kampf gegen die Ökonomisierung und drittens jenen gegen die Beschleunigung des Lebens und die „Unwirtlichkeit“ der Städte.“ (Schlager 2010: 130) Er merkt jedoch an, dass es sich bei dieser Unterscheidung um eine analytische handelt, „[...] denn die Motive sind in der Realität miteinander verknüpft, was auch eine Stärke des Protests ausmacht.“ (ebd.: 130)

7. Die Inhaltsanalyse

Früh zufolge versteht man unter einer Inhaltsanalyse „[...] eine empirische Methode zur systematischen, intersubjektiv nachvollziehbaren Beschreibung inhaltlicher und formaler Merkmale von Mitteilungen, meist mit dem Ziel einer darauf gestützten interpretativen Inferenz auf mitteilungsexterne Sachverhalte.“ (Früh 2007: 27) Was die Ergebnisse einer Inhaltsanalyse bedeuten, wird erst abschätzbar, „[...] wenn man prüft, welche Stichprobe untersucht wurde, was unter den zentralen Begriffen verstanden wurde, welche Indikatoren verwendet wurden usw.“ (ebd.: 134) Dies bedeutet, dass die Dokumentation der Methode so explizit sein muss, dass eine unabhängige Person zu demselben Resultat kommen wird. Aus diesem Grund ist ein

systematisches Vorgehen erforderlich, denn nur so kann Transparenz gewährleistet werden. (Vgl. Früh 2007: 134)

Das Ziel jeder Inhaltsanalyse besteht darin, Komplexität zu reduzieren und neue relevante Informationen zu generieren. Um dies zu erreichen, werden Textmengen anhand theoretisch interessierender Merkmale in Klassen eingeteilt. Der damit einhergehende Verlust an Informationen ist Früh zufolge jedoch kein Nachteil:

„[V]ielmehr bildet er die Voraussetzung für einen Informationsgewinn, der auf anderem Wege nicht zu erzielen wäre. Die bewusst eingeschränkte Perspektive lässt größere strukturelle Zusammenhänge erkennen und stellt Vergleiche auf eine systematische Grundlage.“ (ebd.: 42)

Neben der formalen Beschreibung von Mitteilungen besteht ein Ziel der Inhaltsanalyse darin, die Kommunikationsvorgänge, die sich in Mitteilungen manifestieren, entweder in Bezug auf den Rezipienten oder den Kommunikator zu analysieren. (Vgl. ebd.: 43) Die benutzten Medien, wie etwa Zeitungen, Fernsehen oder auch Sprachlaute, und die Mitteilungen in Form von Texten, Bildern Musikstücken etc. stellen demnach im Zuge einer Inhaltsanalyse lediglich das Untersuchungsmaterial dar. Der eigentliche Untersuchungsgegenstand „[...] ist meist der sich in der Mitteilung manifestierende Kommunikationsvorgang, entweder in Bezug auf den Kommunikator („was hat der Autor gemeint?“) oder in Bezug auf die Rezipienten („wie wird man die Mitteilung interpretieren?“).“ (ebd.: 43) Wichtig ist dabei, dass alle interessierenden Textelemente die gleichen Chancen haben müssen, vom Forscher erfasst zu werden. „Dies ist eine unabdingbare Voraussetzung für jede inhaltliche Bedeutungsinterpretation ihrer Häufigkeitsverteilung.“ (ebd.: 78)

Früh macht auch deutlich, dass eine Wechselbeziehung zwischen den quantifizierenden und den qualifizierenden Analyseschritten besteht: „[...] die Inhaltsanalyse [muss] zwar quantifizierend vorgehen [...], um zu den anvisierten Strukturmerkmalen von Textmengen vorzustoßen, die quantitative Analyse [folgt] dabei aber immer der qualitativen Analyse [...].“ (ebd.: 139 f.)

Die Charakteristika einer inhaltsanalytischen Vorgehensweise liegen demnach in ihrem Selektions- und Klassifikationsinteresse: So werden im Zuge einer Inhaltsanalyse nicht alle Inhalte untersucht, sondern lediglich diejenigen, die für das jeweilige Forschungsthema relevant sind. Zudem wird „[...] nicht der originäre

Bedeutungsgehalt jeder einzelnen relevanten Äußerung [...] erfasst, sondern Mengen von Äußerungen werden als äquivalent betrachtet und in Klassen zusammengefasst.“ (Früh 2007: 134) Dies bedeutet, dass nicht das formale Zeichen codiert wird, sondern die Bedeutung der kommunikativ verwendeten Zeichen. Diese Selektions- und Klassifikationskriterien werden vom Forscher vorgegeben und mit Blick auf das gestellte Forschungsproblem begründet.

7.1 Die Medienresonanzanalyse

Die Medienresonanzanalyse findet vor allem in der Öffentlichkeitsarbeit ihre Anwendung. Hier wird sie eingesetzt, um zu ermitteln, ob PR-Aktivitäten von Unternehmen und Organisationen erfolgreich waren oder nicht. Sie ist keine eigenständige Variante der Inhaltsanalyse, sondern ist eine „[...] weitgehend standardisierte, aufgabenspezifische Anwendungsform aus dem Bereich der Public Relations.“ (ebd.: 213) Es hängt vom Erkenntnisinteresse ab, ob nur eine inhaltsanalytische Variante oder eine Kombination aus mehreren inhaltsanalytischen Varianten zum Einsatz kommen.

Medienresonanzanalysen sind in der Regel Input-Output-Analysen. Dabei kann zwischen zwei Vorgehensweisen bei der Untersuchung unterschieden werden: Die Determinationsanalyse geht von der Gesamtberichterstattung aus und vergleicht den PR-Input mit der gesamten Berichterstattung. Demgegenüber geht die Resonanzanalyse von den Aktivitäten der Öffentlichkeitsarbeit aus und analysiert die darauf basierende Berichterstattung. (Vgl. Raupp/Vogelgesang 2009: 67 f.) „Diese beiden Untersuchungstypen unterscheiden sich nicht nur hinsichtlich ihrer jeweiligen methodischen Anlage, sondern auch bezüglich des Erkenntnisinteresses.“ (ebd.: 68) Baerns zufolge werden die

„Entwicklungsmöglichkeiten der Medienresonanzanalysen [...] darin gesehen, den Blick nicht mehr nur auf Massenmedien zu begrenzen, sondern darüber hinaus den Beziehungen zwischen den medialen Darstellungen und Vorstellungen der Empfänger mehr Aufmerksamkeit zu schenken.“ (Baerns 1995: 24)

Diese Standortbestimmung grenzt sich insofern von der klassischen Wirkungsforschung ab, da diese auch die innere Logik von Wirkungsprozessen berücksichtigen: „Verhalten setzt ja Einstellungen voraus, Einstellungen setzen Informiertheit voraus, Informiertheit Beachtung. Anders formuliert: Beachtung erst ermögliche Informiertheit, Informiertheit ermögliche Einstellung, Einstellung ermögliche Verhalten.“ (Baerns 1995: 24)

8. Untersuchungsdesign und Datengrundlage

8.1 Stichprobenbestimmung

Im Untersuchungszeitraum vom 1. bis zum 7. Oktober 2010 sollen alle Pressemitteilungen und Regierungserklärungen der baden-württembergischen Landesregierung untersucht werden, die auf der Homepage der Landesregierung Baden-Württemberg veröffentlicht wurden. Da untersucht werden soll, welche Begründungen herangezogen wurden, um das Vorgehen der Polizei im Stuttgarter Schlossgarten zu rechtfertigen, macht es Sinn, die Dokumente der Verantwortlichen zu analysieren. Denn das Landesministerium im Innenausschuss stellt die oberste Führungs- und Koordinationsstelle für den Polizeivollzugsdienst dar. (Vgl. Polizei Baden-Württemberg o.J.)

Darüber hinaus sollen im gleichen Untersuchungszeitraum folgende Printmedien auf ihre Berichterstattung über die Ausschreitungen vom 30. September 2010 im Stuttgarter Schlossgarten untersucht werden: Süddeutsche Zeitung (SZ), Frankfurter Allgemeine Zeitung (F.A.Z.), Stuttgarter Zeitung (StZ) sowie die Südwest Presse. Damit werden mit der SZ und der F.A.Z. zwei überregionale Qualitätszeitungen und mit der Stuttgarter Zeitung und der Südwest Presse zwei regionale Qualitätszeitungen untersucht. Darüber hinaus sind die Stuttgarter Zeitung, mit 463 722 verkauften Auflagen, und die Südwest Presse, mit 305 753 verkauften Auflagen, die meist verkauften Printmedien in Baden-Württemberg. (Vgl. VSZV 2011: 70) Gleiches gilt bundesweit für die überregionalen Qualitätszeitungen

Süddeutsche Zeitung und F.A.Z.: die Süddeutsche Zeitung hatte im Jahr 2010 438 936 verkaufte Auflagen (vgl. Süddeutsche Zeitung 2010), gefolgt von der F.A.Z. mit 367 983 verkauften Auflagen (vgl. Frankfurter Allgemeine Zeitung 2010).

Mit Hilfe eines Codebogens sollen formale Kategorien wie die Länge oder das Ressort herausgearbeitet werden. Die für diese Inhaltsanalyse zentralen Variablen, wie etwa Thematisierung von Stuttgart 21, werden jedoch qualitativ erfasst und induktiv in Kategorien zusammengefasst.

8.2 Untersuchungszeitraum

Die Wahl des Untersuchungszeitraumes fiel auf den Zeitraum zwischen dem 1. und dem 7. Oktober 2010. Grund für diese Auswahl ist, dass es am 30. September 2010 zu Ausschreitungen zwischen der Polizei und Demonstranten im Stuttgarter Schlossgarten kam, in deren Folge mehr als hundert Menschen zum Teil schwer verletzt wurden.

8.3 Untersuchungsgegenstand

Die Eskalation im Schlossgarten am 30. September 2010

Am 1. Oktober 2010 war um Mitternacht der Termin für Baumfällarbeiten im Zuge der Bauarbeiten um Stuttgart 21 festgelegt worden. Dies war der frühestmögliche Termin für die Fällung, da der 1. Oktober das Ende der Vegetationsperiode darstellt. Grund der Baumfällaktionen war die Errichtung einer so genannten „Grundwasser-managementanlage“, die dem Schutz des Stuttgarter Mineralwasservorkommens dienen soll. (Vgl. Heffner 2010) Um diese zu Errichten mussten 25 Bäume und das Buschwerk beseitigt werden.

Die Aufgabe der Polizei bestand darin innerhalb kürzester Zeit den Schlossgarten abzusperren, das Bauareal und den umgebenden Sicherheitsbereich zu räumen und eine Absperrlinie aufzustellen. (Vgl. Landtag von Baden-Württemberg 2011: 17)

„Einsatzziel war unter Zugrundelegung der Leitlinien [...], dass sowohl die Einsatzkräfte als auch die Baupatrullen mit ihren Gerätschaften ungehindert den Sicherheitsbereich erreichen und der Einsatzraum bis zum Aufstellen des widerstandsfähigen Bauzauns nach Beendigung der Räumungsarbeiten gesichert wird.“ (Polizeipräsidium Stuttgart 2010: 17)

In einem Vermerk vom 28. September 2010 weist das Staatsministerium darauf hin, dass es

„[...] Polizeipräsident Stumpf [...] zum Selbstschutz der Polizei – auch vor dem Hintergrund wachsender Gewaltbereitschaft – außerdem für unabdingbar notwendig [hält], zwei Wasserwerfer bereit zu halten. Ob es – erstmals in Stuttgart – einen Einsatz gibt, hängt von der Lage ab und wäre sicherlich das letzte Mittel.“ (Landtag von Baden-Württemberg 2011: 16)

Am 30. September 2010 versammelten sich bereits in den Vormittagsstunden bis zu zweitausend Gegner, um die Baumfällaktionen zu verhindern. „Die Anwesenheit einer großen und ständig anwachsenden Zahl von Demonstranten im Schlossgarten [...] noch bevor die polizeilichen Einsatzkräfte dort eintrafen, führte zu einer für die Polizei völlig unvorhergesehenen Situation.“ (ebd.: 632) Ein Teil der Demonstranten stellte sich der Polizei in den Weg und blockierten die mitgeführten Gitterwagen und das Vorrücken der Wasserwerfer. (Vgl. ebd.: 632) „Zunächst waren es vor allem die jungen Leute, die von der Schülerdemo an der Lautenschlagerstraße nach einem entsprechenden „Parkschützeralarm“ (per SMS) die Demo und die genehmigte Route verließen und schon gegen 10:20 Uhr massenhaft in den Schlossgarten strömten.“ (ebd.: 632) Aufgrund dieser Situation erteilte Polizeiführer Stumpf kurz vor 12 Uhr die Freigabe für den Einsatz von Wasserwerfern, Pfefferspray und im Einzelfall auch von Schlagstöcken. (Vgl. ebd.: 633)

Am Ende des Tages belief sich die Zahl der verletzten Stuttgart 21-Gegner laut Rettungsdienst, Integrierter Leitstelle Stuttgart und den Stuttgarter Krankenhäusern auf 130 Personen. Die meisten wiesen Augenreizungen aufgrund des Pfeffersprays auf. (Vgl. Polizeipräsidium Stuttgart 2010: 44) Zwei Personen zogen durch den Wasserwerfereinsatz schwere Augenverletzungen davon. Die Zahl der verletzten Polizisten belief sich Polizeiangaben zufolge auf 34 Personen. (Vgl.

Polizeipräsidium Stuttgart 2010: 44) Gegner des Projekts sprechen von mehreren hundert Verletzten. (Vgl. Schlager 2010: 124)

Der Einsatz wurde in der Öffentlichkeit heftig kritisiert. Im Vordergrund stand dabei die Frage nach der Verhältnismäßigkeit des Einsatzes von Wasserwerfern, Pfefferspray und Schlagstöcken gegen Jugendliche und Rentner. Die Grünen warfen Mappus eine gezielte Eskalation aus Wahl-Kalkül vor. Auf Unverständnis stieß auch die Vorverlegung des Polizeieinsatzes, da zur selben Zeit eine angemeldete Schülerdemonstration stattfand.

8.4 Forschungsleitende Fragen

- Wie rechtfertigt die Landesregierung den Einsatz von Wasserwerfern, Pfefferspray und Schlagstöcken am 30. September 2010?
- Inwieweit finden sich die Argumente der Landesregierung in der Berichterstattung im Untersuchungszeitraum wieder?
- Welche Quellen werden in Bezug auf den Polizeieinsatz herangezogen?
- Inwieweit werden Vor- und Nachteile von Stuttgart 21 in den untersuchten Printmedien thematisiert?
- Welchen Stellenwert räumen die Printmedien dem Ereignis im Schlossgarten vom 30. September 2010 ein?

9. Ergebnisse

9.1 Die Begründungen der baden-württembergischen Landesregierung

In einer ersten Stellungnahme des damaligen baden-württembergischen Ministerpräsidenten Mappus (CDU), die er gemeinsam mit der damaligen Umwelt- und Verkehrsministerin Gönner (CDU), dem damaligen Minister des Staatsministerium Rau (CDU) sowie dem damaligen Innenminister Rech (CDU) abgab, schilderte Mappus seine Betroffenheit über die Ereignisse vom Vortag: „Niemand will, dass Bürgerinnen und Bürger, zumal auch Jugendliche, verletzt werden, auf keiner Seite, also auch keine Polizisten. Wir wünschen allen Verletzten, ob Polizeibeamte oder Demonstranten, rasche Genesung.“ (Mappus 2010a) Hier wird bereits deutlich, welche Linie die baden-württembergische Landesregierung hinsichtlich der Begründung für den Polizeieinsatz fahren wird. Denn Mappus weist nicht nur auf die verletzten Demonstranten hin, sondern bekundet auch sein Mitgefühl für all jene Polizisten, die im Verlauf des Einsatzes verletzt wurden. Diese Argumentationslinie führt Mappus auch in seiner Regierungserklärung am 6. Oktober 2010 fort, indem er sein Mitgefühl für die „Verletzten auf beiden Seiten“ (Mappus 2010b: 1) bekundet: „Der Streit um ein Eisenbahnprojekt darf nicht dazu führen, dass Menschen verletzt werden – weder unter den Demonstranten, noch unter den Polizisten.“ (ebd.: 1)

Er weist zudem darauf hin, dass sein Respekt all jenen gilt, die „[...] friedlich vom Demonstrationsrecht Gebrauch machen, so wie es unser Rechtsstaat schützt.“ (Mappus 2010a) Nichtsdestotrotz seien alle an Gesetz und Recht gebunden, daher gelte: „Wer auf Arbeiter oder Polizeibeamte Flaschen wirft, selbst mit Pfeffersprays sprüht und sich nicht an die Anweisungen der Polizeibeamten hält, handelt rechtswidrig.“ (ebd.) Auch Beleidigungen und Bedrohungen haben laut Mappus nichts in einer demokratischen Auseinandersetzung verloren. (Vgl. Mappus 2010b: 1) Daraus folgt, dass der Einsatz von Wasserwerfern, Pfefferspray und Schlagstöcken die Reaktion auf gewaltbereite Demonstranten waren. Aus diesem Grund war seiner Ansicht nach ein hartes Eingreifen der Polizei notwendig.

Ein weiterer wichtiger Punkt, der sowohl in der ersten Stellungnahme als auch in der Regierungserklärung zu finden ist, ist der Verweis auf das rechtmäßige

Zustandekommen des Bahnprojekts Stuttgart 21. So fragt Mappus in seiner Regierungserklärung:

„Schaden wir nicht demokratischen Institutionen, wenn vom Volk gewählte Parlamentsabgeordnete demokratisch legitimierte Beschlüsse des Parlaments andauernd selbst aktiv in Frage stellen? Haben Mitglieder dieses Hauses das Recht, hat irgendjemand in diesem Land das Recht, sich über den Rechtsstaat zu stellen und rechtlich einwandfreie Entscheidungen die Legitimation abzuspochen?“ (Mappus 2010b: 15)

Laut dem damaligen Ministerpräsidenten Mappus „[...] gibt [es] niemanden, der dieses Recht besitzt, weil sich niemand über das Recht stellen darf.“ (ebd.: 15) Es sei seine Aufgabe, so Mappus, dafür zu garantieren, dass legitimierte Entscheidungen auch verwirklicht werden. Schließlich fanden in einem Zeitraum von zwei Jahrzehnten öffentliche Debatten, Begutachtungen, Planung, Planoptimierung, Entscheidungen, Anhörungen und Gerichtsurteile statt. (Vgl. ebd.: 15) „Die Grundlage verantwortungsvoller Politik sind parlamentarische Beschlüsse und Entscheidungen unabhängiger Gerichte - und auch Kritiker müssen in einer Demokratie rechtsstaatliche Entscheidungen akzeptieren, selbst wenn es schwer fallen mag.“ (Mappus 2010a)

Neben der Erläuterung der Kosten streicht Mappus zudem heraus, welche Chancen das Bahnprojekt nicht nur der Region Stuttgart, sondern der ganzen Region und dem Land bringen wird. Baden-Württemberg sei die wirtschaftsstärkste Region in Deutschland und Europa, „[d]as Bahnprojekt Stuttgart-Ulm mit Stuttgart 21 und der Neubaustrecke hat für die Zukunft des Lebens-, Wirtschafts- und Arbeitsstandorts Baden-Württemberg [...] eine überragende strategische Bedeutung.“ (Mappus 2010b: 6) Neben den wirtschaftlichen Vorteilen betont Mappus auch den ökologischen Wert und den städtebaulichen Gewinn. Er geht darüber hinaus auch auf den verkehrstechnischen Nutzen des Projektes ein, wie etwa die entstehenden Fahrzeitverkürzungen. Seiner Meinung nach sei Stuttgart 21 ein zukunftsweisendes Projekt und eine einmalige Chance. „Und ich möchte mich nicht in 20 oder 30 Jahren von unseren Kindern und deren Kindern fragen lassen müssen, warum wir diese einmalige Chance nicht ergriffen haben. Vielleicht auch nur, weil damals eine Landtagswahl bevor stand.“ (Mappus 2010a)

9.2 Die Berichterstattung über die Eskalation im Schlossgarten

9.2.1 Häufigkeit, Umfang und Platzierung der Zeitungsartikel

Die Berichterstattung über die Ereignisse im Stuttgarter Schlossgarten vom 30. September 2010 haben in den untersuchten Printmedien ein großes mediales Echo ausgelöst. So erschienen im Zeitraum vom 1. bis zum 7. Oktober 2010 insgesamt 109 Artikel in der Süddeutschen Zeitung (SZ), der Frankfurter Allgemeinen Zeitung (F.A.Z.), der Südwest Presse und der Stuttgarter Zeitung. Die meisten Artikel erschienen in der Stuttgarter Zeitung (52), gefolgt von der Südwest Presse (25) sowie der Süddeutschen Zeitung (17) und der F.A.Z. (15 Artikel).

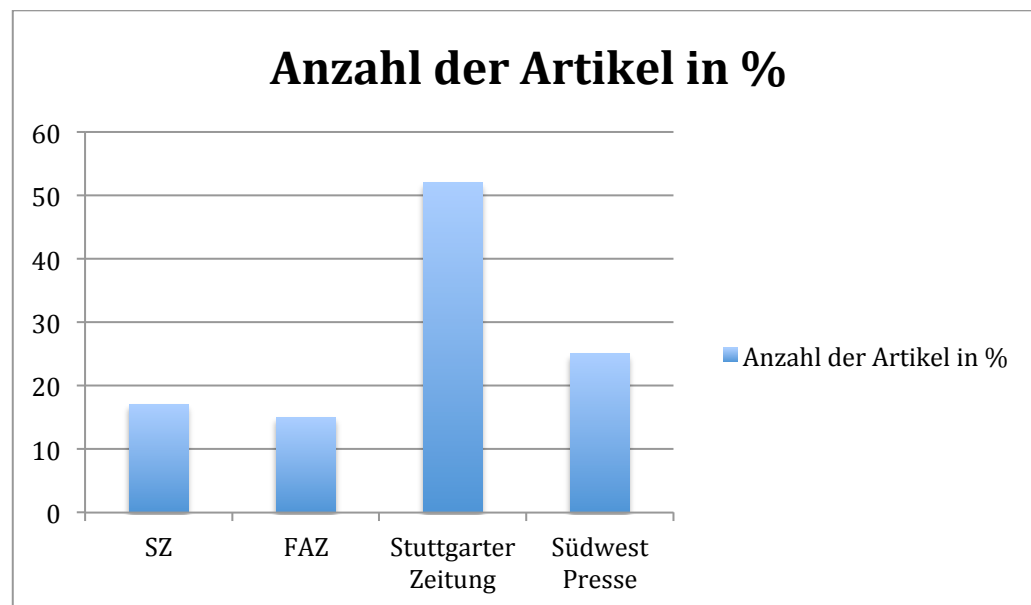


Abbildung 1: Anzahl der Artikel im Untersuchungszeitraum nach Printmedien in % (n=109)

Die große Beachtung, die dieses Ereignis von Seiten der Stuttgarter Zeitung bekam, lässt sich mit den Nachrichtenfaktoren erklären. So trifft auf die Stuttgarter Zeitung – mehr als auf die anderen untersuchten Printmedien – der Nachrichtenfaktor Relevanz und Nähe zu, da sich der Ereignisort und der Redaktionssitz in der selben Stadt befinden. Dass das Thema allgemein eine so große Beachtung fand, liegt an der Konflikthaltigkeit und Dramatik des Themas. Darüber hinaus wies es in dem Untersuchungszeitraum eine hohe Aktualität und Emotionalität auf.

Doch nicht nur die Zahl der veröffentlichten Artikel lassen auf seine Prominenz schließen, auch der Umfang und die Platzierung sind wichtige Indikatoren. Die Länge der Artikel im Untersuchungszeitraum weist zwischen den einzelnen Zeitungen keine sonderlich großen Unterschiede auf. Die Mehrzahl der Artikel sind mittellang, schwanken also zwischen mehr als einer Achtel Zeitungsseite und weniger als einer dreiviertel Zeitungsseite. Auch im Verlauf des Untersuchungszeitraumes lassen sich keine drastischen Unterschiede hinsichtlich der Länge der publizierten Artikel feststellen. Dies lässt sich damit begründen, dass sich im Untersuchungszeitraum die Berichterstattung über die Eskalation im Schlossgarten mit jener über die Suche nach einem Schlichter bzw. dem Vorschlag Heiner Geißlers als Schlichter überschneiden.

Neben Umfang und Platzierung weist auch die Urheberschaft der Artikel auf Prominenz des Themas hin. Im Untersuchungszeitraum wurden 89 Prozent der Artikel von Journalisten bzw. Redaktionen einer Zeitung verfasst. Lediglich 7 Prozent der Artikel weisen auf Agenturen bzw. Mischformen von Agentur und Journalist hin. Dies bedeutet, dass diesem Thema von Seiten der Printmedien große Beachtung geschenkt wurde und dabei weniger auf Agenturmeldungen zurückgegriffen wurde, sondern eigene Ressourcen mobilisiert wurden. Dies bestätigt sich auch hinsichtlich der Stilformen der Berichterstattung, so finden sich insgesamt 13 Reportagen sowie 9 Interviews im Untersuchungszeitraum.

An der Abbildung 2 lässt sich erkennen, dass der Eskalation im Schlossgarten von Seiten der Journalisten eine sehr große Relevanz eingeräumt wurde. So wurden im Untersuchungszeitraum 30 von 109 Artikeln auf der Titelseite gedruckt, weitere 46 Artikel finden sich auf den folgenden vier Seiten. Insgesamt finden sich also 70 Prozent der Artikel auf den ersten fünf Seiten der untersuchten Printmedien.

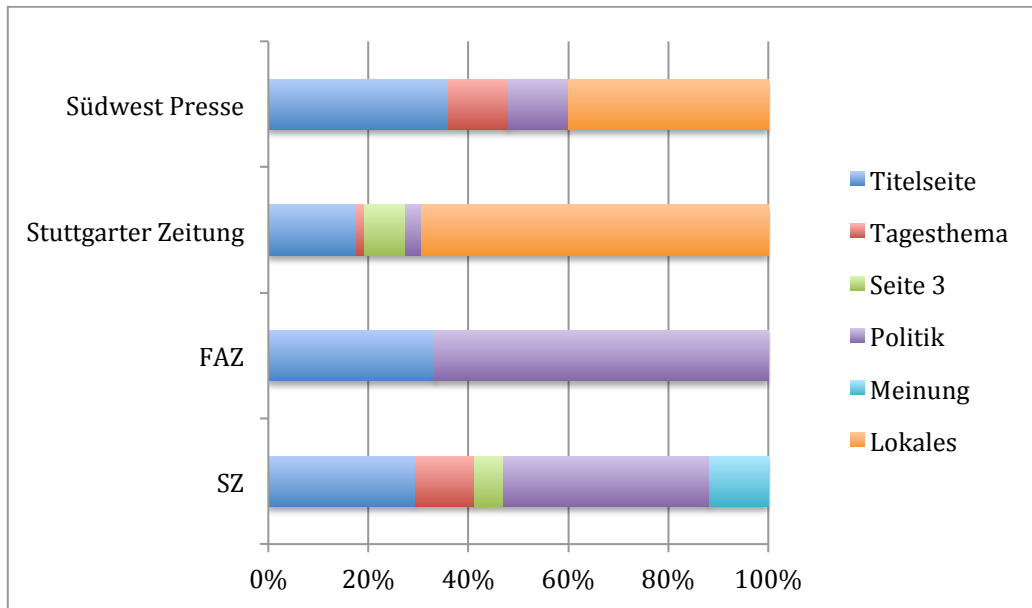


Abbildung 2: Verteilung auf Ressorts in % (n=109)

9.2.3 Die Gewaltbereitschaft der Demonstranten

Die Begründung der baden-württembergischen Landesregierung für den Polizeieinsatz - dass auch Gewalt von Seiten der Demonstranten ausgeübt worden sei - fand in der Berichterstattung der analysierten Printmedien im Zeitraum vom 1. bis zum 7. Oktober 2010 nicht den gewünschten Wiederhall.

Lediglich 23 Prozent der Artikel gaben wieder, dass auch von Seiten der Demonstranten Gewalttaten ausgeübt worden sei. Im Gegensatz dazu wird in doppelt so vielen Artikeln - 48 Prozent - die Gewaltausübung von Seiten der Polizei thematisiert. Zusätzlich thematisieren 7 Prozent der Artikel Dementi über Demonstranten als Gewaltakteure. Dieses Bild bestätigt auch die Analyse der Nennungen:

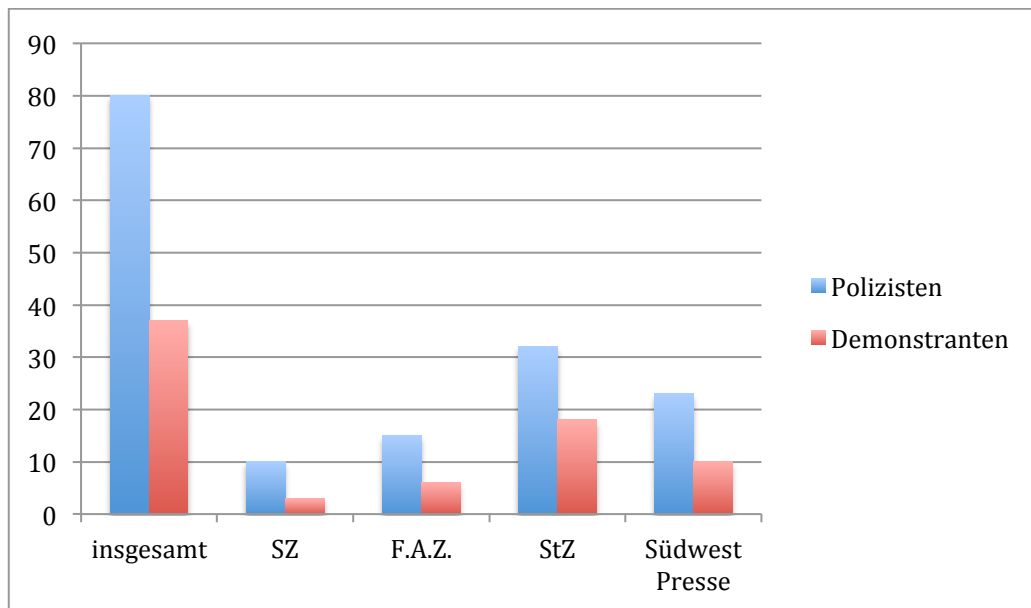


Abbildung 3: Gewaltakteure der Berichterstattung anhand ihrer Nennungen (n=109)

9.2.4 Die Verletzten

Dass die Berichterstattung in dem untersuchten Zeitraum mehr als doppelt so viele Polizisten als Gewaltakteure identifiziert wurden als Demonstranten, lässt den Schluss zu, dass das Kommunikationsziel der Landesregierung nicht in dem Maße erreicht wurde wie es gewünscht war. Um ein umfassendes Bild über die Ausschreitungen im Schlossgarten zu bekommen, ist es in diesem Zusammenhang auch wichtig, die Folgen der Eskalation genauer zu analysieren. Hierbei ist vor allem die Frage zu klären, ob von verletzten Polizisten die Rede ist. Denn dies würde die These der gewaltbereiten Demonstranten stützen. Die Inhaltsanalyse hat ergeben, dass im Untersuchungszeitraum in 37 Artikeln auf verletzte Demonstranten und in 7 Artikeln auf verletzte Polizisten eingegangen wird.²

² Die Artikelzahl hinsichtlich der verletzten Demonstranten ist daher so gering, da in diese Kategorie nur all jene Aussagen fielen, die sich dezidiert auf Demonstranten richtet. All jene, die lediglich von „Verletzten“ usw. sprachen, wurden nicht berücksichtigt, da in diesem Fall nicht eindeutig geklärt ist, um wen es sich handelt.

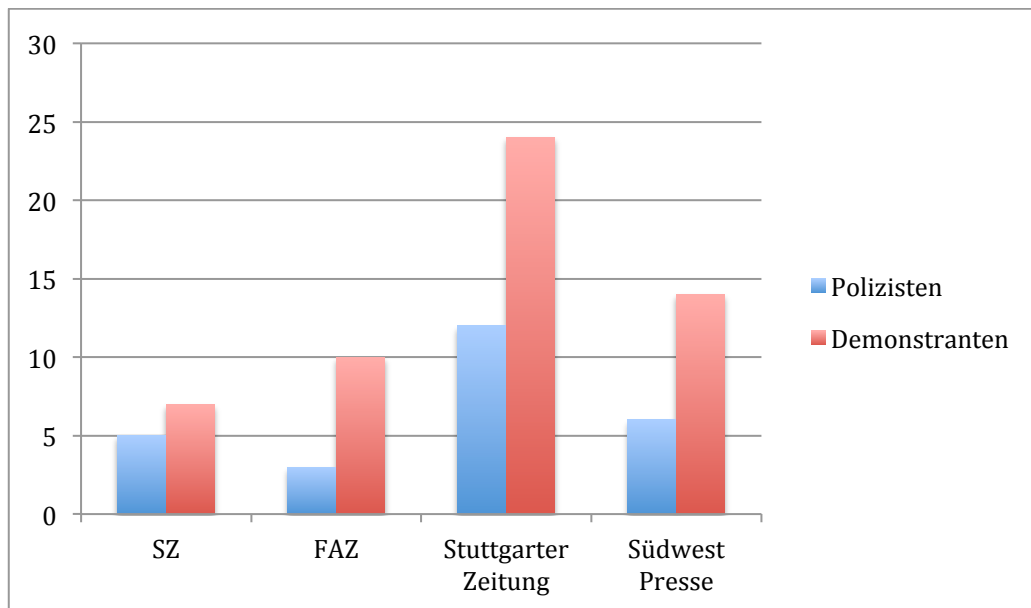


Abbildung 4: Klassifizierung der Verletzten nach Artikel (n=109)

Die Quellenanalyse zeigt auch hier, dass die verletzten Polizisten im Zusammenhang mit Aussagen von Mitgliedern der Regierungsparteien (sieben Quellen) stehen. Demnach wurde zwar auf Quellen der Regierungsparteien zurückgegriffen. Jedoch wurde dies nicht von einer anderen, aus Sicht der Rezipienten unabhängigen Quelle, wie etwa Ärzten, bestätigt, wie es teilweise bei den Demonstranten der Fall war. Hinsichtlich der Verletztenzahlen wird in 6 Artikeln auf die Projektgegner und in 6 Artikeln auf die Polizei als Quelle für die Zahlen zurückgegriffen, in 13 Fällen ist nicht ersichtlich woher die Quelle stammt.

9.2.5 Das Projekt Stuttgart 21

Stuttgart 21 ist demokratisch legitimiert

In seiner ersten Stellungnahme vom 1. Oktober 2010 sowie seiner Regierungserklärung vom 6. Oktober 2010 begründete der damalige Ministerpräsident das Vorgehen der Polizei auch damit, dass es sich bei dem Projekt Stuttgart 21 um ein demokratisch legitimiertes Projekt handle. Die Analyse der Artikel im Untersuchungszeitraum hat ergeben, dass dieser Aspekt in der Berichterstattung im Vergleich zu den anderen Aspekten besonders betont wird. So finden sich in den 109 Artikeln 31 Nennungen, die hervorheben, dass Stuttgart 21

demokratisch legitimiert sei. Keller schreibt in seinem Artikel „Harte Fronten im Bundestag“: „Stuttgart 21 sei demokratisch legitimiert, und rechtsstaatliche Prozesse müssten verteidigt werden, betonten der Stuttgarter CDU-Abgeordnete Stefan Kaufmann und der FDP-Experte Patrick Döring.“ (Keller 2010)

Die Vorteile von Stuttgart 21

In der Abbildung 5 zeigt sich, dass im Vergleich dazu die restlichen Argumente, die für einen Bau des Projekts sprechen, weniger prominent sind. Lediglich fünf Mal wird in der gesamten Berichterstattung im Untersuchungszeitraum darauf hingewiesen, dass es sich bei Stuttgart 21 um ein zukunftsweisendes Projekt handle, jeweils sechs Mal werden Argumente genannt, die die Nachhaltigkeit des Projekts und den städtebaulichen Gewinn hervorheben.

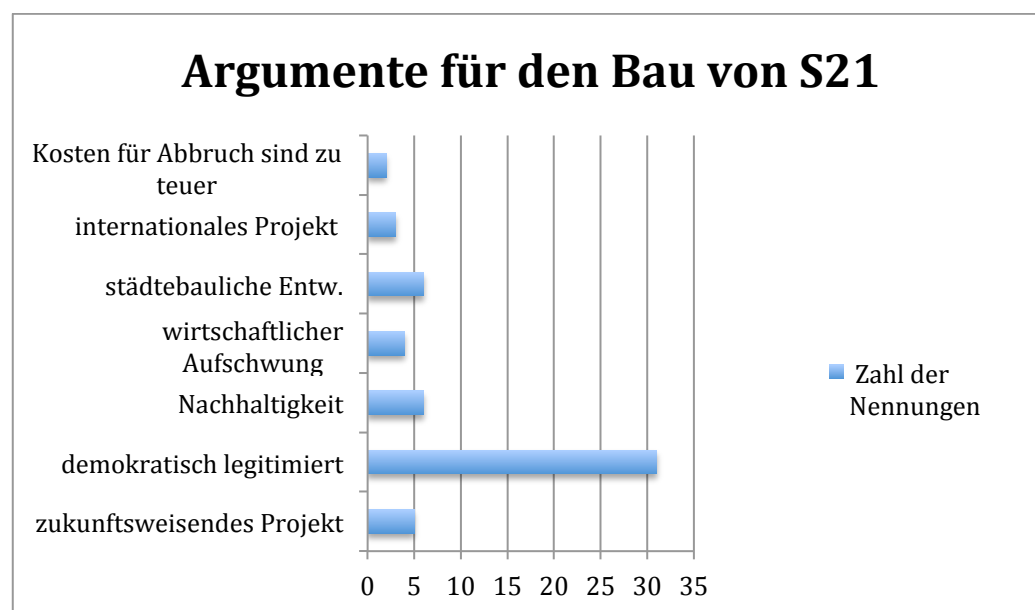


Abbildung 5: Argumente, die für den Bau von Stuttgart 21 sprechen, nach ihren Nennungen (n=57)

Die Nachteile von Stuttgart 21

Betrachtet man die Anzahl der Nennungen der einzelnen Argumente, die für oder gegen Stuttgart 21 sprechen, so wird deutlich, dass insgesamt im Untersuchungszeitraum mehr als doppelt so viele Argumente für Stuttgart 21 (57 Nennungen) fallen als gegen Stuttgart 21 (25 Nennungen). Die Abbildung 6 zeigt,

dass bei den Argumenten gegen den Bau von Stuttgart 21 jene überwiegen, die die Baumfällaktionen kritisieren. Denn diese Bäume so die Kritiker, bieten Lebensraum für Tiere, wie den Juchtenkäfer, der unter Artenschutz stehe. Zweithäufigste Nennung ist die Kritik daran, dass die Bürger bei der Planung für Stuttgart 21 übergangen worden seien.

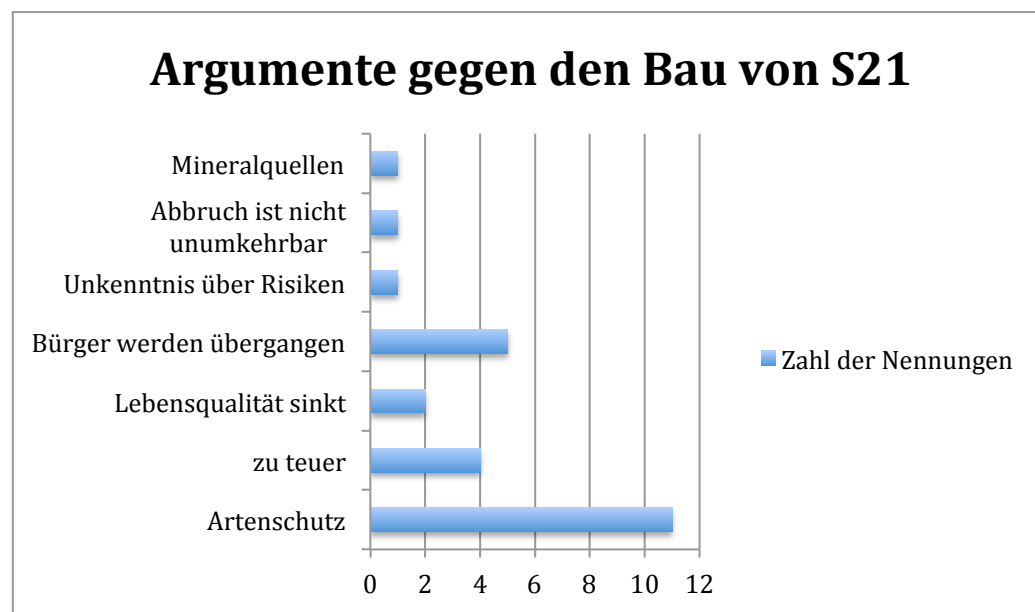


Abbildung 6: Argumente, die gegen den Bau von Stuttgart 21 sprechen, nach ihren Nennungen (n=25)

Dieses Ergebnis bestätigt sich auch bei der Analyse der Länge der einzelnen Argumente. Denn nicht nur die Anzahl der Argumente in der Berichterstattung sind bedeutend, auch die Länge gibt an, welche Bedeutung einem Thema zukommt.

Bis auf die Berichterstattung in der Stuttgarter Zeitung weisen alle Printmedien in ihrer Berichterstattung den Argumenten für Stuttgart 21 mehr Raum zu. Die größten Unterschiede bestehen hierbei zwischen der Stuttgarter Zeitung und der Süddeutschen Zeitung: So bezieht die Süddeutsche Zeitung eindeutig Stellung zu dem Bahnprojekt Stuttgart 21: in 17 Artikeln werden insgesamt 11 Argumente für Stuttgart 21 (33 Zeilen) und nur ein Argument gegen Stuttgart 21 (3 Zeilen) gebracht. Im Gegensatz dazu werden zwar in der Stuttgarter Zeitung 21 Argumente genannt, sie füllen jedoch nur 70 Zeilen. Gegen Stuttgart 21 werden neun Argumente genannt, die aber 95 Zeilen füllen. Dies ist damit zu erklären, dass die Stuttgarter Zeitung den

Auseinandersetzungen um die Legalität oder Illegalität der Baumfällaktionen in ihrer Berichterstattung mehr Raum gegeben hat.

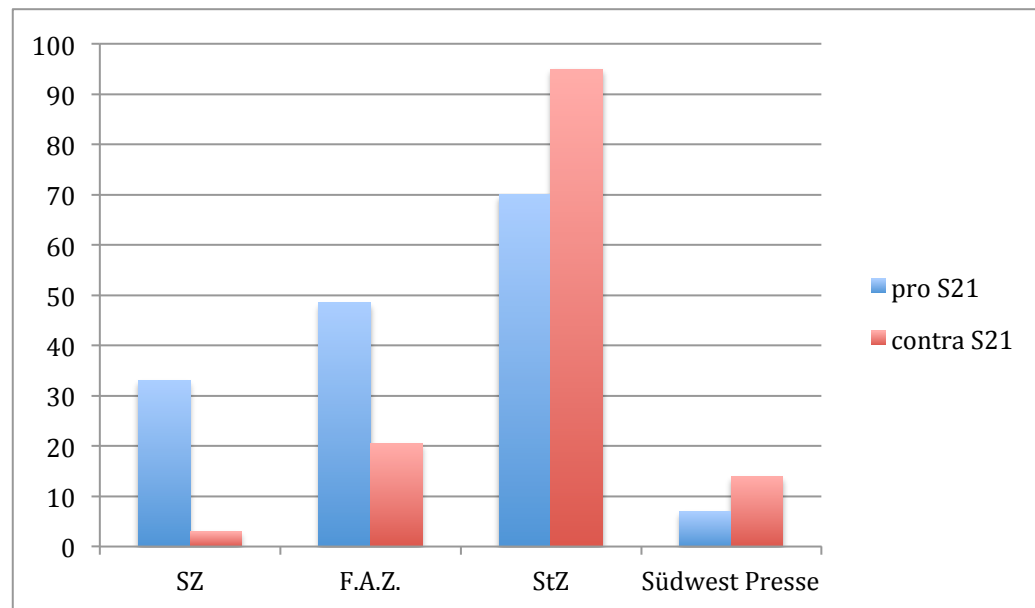


Abbildung 7: pro und contra Argumente zu Stuttgart 21 in den verschiedenen Printmedien anhand ihrer Zeilenlänge (n=109)

9.2.6 Die Quellen der Berichterstattung über die Ereignisse im Schlossgarten

In der Berichterstattung ließen sich folgende Quellen, die sich direkt oder indirekt auf die Ereignisse im Schlossgarten beziehen, identifizieren:

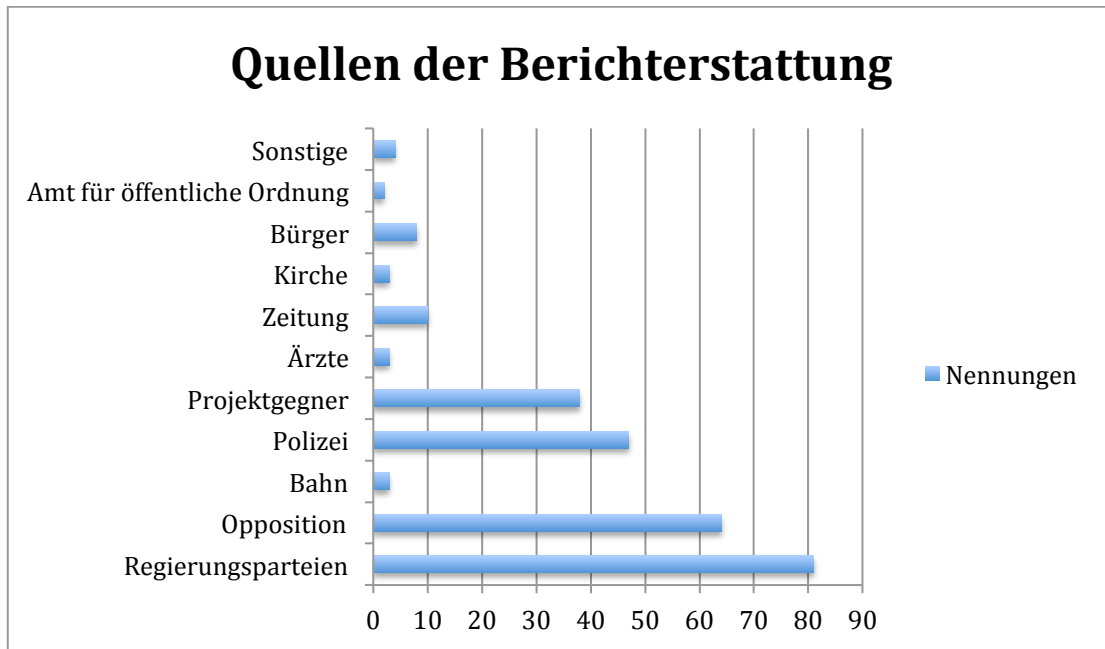


Abbildung 8: Quellen der Berichterstattung über die Ereignisse im Schlossgarten (n=109)

Aus der Abbildung 8 geht deutlich hervor, dass die Parteien die bevorzugten Quellen der Berichterstattung waren, gefolgt von der Polizei und den Projektgegnern. Studien zufolge gelten Regierungsquellen als vertrauenswürdig, zuverlässig und ihre Informationen besitzen eine hohe Nachrichtenrelevanz. (Vgl. Raupp/Vogelgesang 2009: 52)

„Da Parteien normativ wie auch faktisch eine besondere Stellung im politischen Prozess zukommt, sind die Medienzugangsmöglichkeiten von Akteuren politischer Parteien im Unterschied zu anderen Akteuren grundsätzlich besser: Aussagen statushoher Parteienvertreter haben eher Nachrichtenwert, weil eine Äußerung Hinweise auf eine politische Entscheidung oder Nicht-Entscheidung beinhaltet [...].“
(Donges 2008: 28)

9.2.7 Die Bewertung der Eskalation durch die Quellen

Da die Zugehörigkeit zu einer Partei nicht unbedingt eine positive oder negative Wertung impliziert, wurden daraufhin die Aussagen der Quelle einer Bewertung unterzogen. Hier wurde zwischen Aussagen unterschieden, die den Einsatz kritisieren (negativ), den Einsatz rechtfertigen bzw. die Argumentationslinie der

Landesregierung und der Polizei aufgreifen (positiv) und solchen Aussagen, die den Einsatz ohne Wertung beschreiben (neutral), wie etwa Fakten zum Ablauf des Einsatzes.³ Die folgende Tabelle macht deutlich, dass zwar in der Berichterstattung mehr Vertreter der Regierungsparteien zu Wort kommen, die Ereignisse in den untersuchten Printmedien jedoch überwiegend negativ bewertet wurden. Lediglich die Quellen in der Süddeutschen Zeitung äußern sich überwiegend im Sinne der Landesregierung.

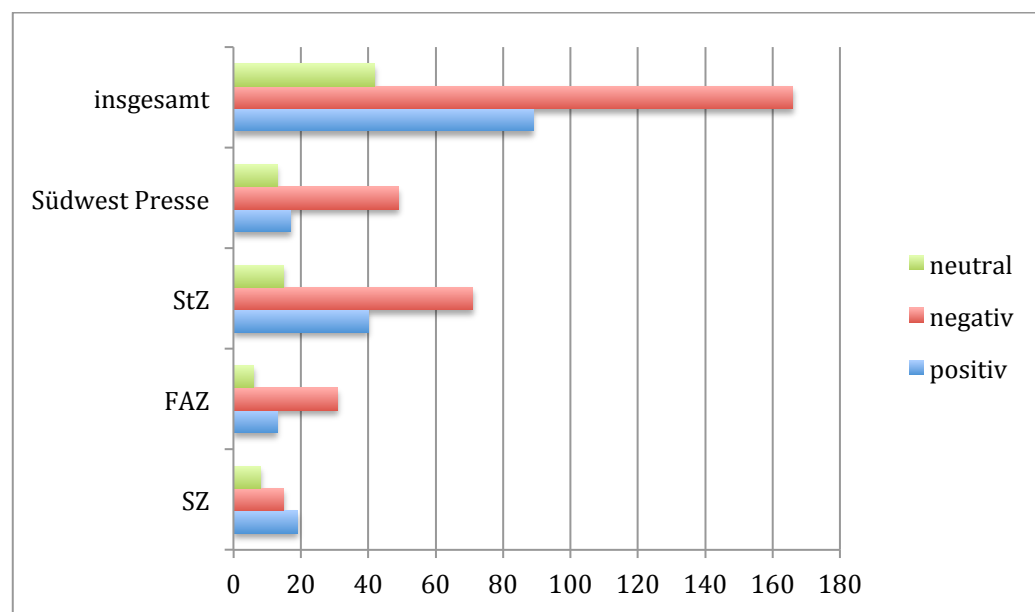


Abbildung 9: Wertung der Aussagen der Quellen (n=93)

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass dem Polizeieinsatz im Stuttgarter Schlossgarten am 30. September 2010 ein hoher Nachrichtenwert beigemessen wurde. Dies wird zum einen anhand der Menge der publizierten Artikel deutlich, zum anderen anhand der Platzierung der Artikel. Darüber hinaus wird nur in sieben Prozent auf Agenturmeldungen oder Mischformen von Agenturmeldungen und Journalisten zurückgegriffen und alle vier untersuchten Printmedien haben in eigenen Reportagen über die Ereignisse berichtet.

In den untersuchten Artikeln waren Parteien die Quellen, auf die am häufigsten zurückgegriffen wurde. Zwar kamen dabei häufiger die Vertreter der Regierungsparteien CDU und FDP zu Wort, die Analyse der Aussagen hat jedoch ergeben, dass in den Printmedien die Ereignisse überwiegend negativ bewertet

³ mehr dazu s. Anhang

wurden. Dies hängt zum einen damit zusammen, dass sich die Parteimitglieder der FDP und der CDU bedauernd über die Zahl der Verletzten geäußert haben sowie auch Quellen zitiert wurden, die den Einsatz der Polizei kritisierten. Den Vor- und Nachteilen des Projekts Stuttgart 21 (S21) wurde in der Berichterstattung keine besonders große Bedeutung beigemessen. Dies lässt sich damit erklären, dass über das Projekt Stuttgart 21 im Vorfeld sehr oft berichtet wurde und den Vor- und Nachteilen somit kein besonders hoher Nachrichtenwert zukam.

Die Kommunikationsziele der Regierung wurden nur bedingt erreicht. So wurde zwar in der Berichterstattung mehr darauf verwiesen, dass die Einsätze im Zusammenhang mit einem demokratisch legitimierten Projekt stattgefunden hätten – also dass somit auch der Einsatz gegen die Demonstranten demokratisch legitimiert war. Die Gewaltbereitschaft der Demonstranten wurde aber in der Berichterstattung halb so oft aufgegriffen wie der Gewalteinsatz der Polizei. Auch die Berichterstattung über die Zahl der Verletzten wies nicht auf verletzte Polizisten hin. Zwar wurden diese in der Berichterstattung erwähnt, die Quellen waren jedoch ausschließlich Vertreter der beiden Regierungsparteien. Unabhängige Quellen wie etwa Krankenhäuser belegten dies nicht. Darüber hinaus wurde in 7 Prozent der Artikel darauf hingewiesen, dass die Polizei und die Landesregierung ihre Aussage, Demonstranten hätten Pflastersteine geworfen, dementieren musste.

10. Fazit

In der modernen Gesellschaft besitzen Massenmedien einen herausragenden gesellschaftlichen Stellenwert. So sind sie in den Bereichen der Politik, der Bildung und Kunst, der Wirtschaft und Arbeit und in der öffentlichen sowie privaten Sphäre allgegenwärtig. (Vgl. Rhomberg 2009: 15) In den letzten Jahren hat sich daher in der Kommunikationswissenschaft der Begriff der „Mediengesellschaft“ etabliert. Diese lässt sich anhand folgender Entwicklungen charakterisieren (vgl. ebd.: 24): Neben der qualitativen wie quantitativen Ausweitung der Massenmedien haben sich neue Medienformen wie etwa Special-Interest-Medien oder auch Interaktive Medien herausgebildet. Darüber hinaus hat nicht nur die Vermittlungsgeschwindigkeit und

-leistung zugenommen, sondern Massenmedien „[...] durchdringen immer stärker und engmaschiger alle gesellschaftlichen Bereiche und erlangen aufgrund ihrer hohen Beachtungs- und Nutzungswerte gesamtgesellschaftliche Aufmerksamkeit und Anerkennung.“ (ebd.: 24)

Neben sozialen, ökonomischen und politischen Funktionen besteht eine der zentralen Leistungen der Massenmedien in der Vermittlung von Informationen. „Einen Großteil unserer Einblicke in die Welt erlangen wir nicht direkt, da es sich meist um Ereignisse handelt, die nicht unserer direkten Umgebung entspringen.“ (ebd.: 22) Aus diesem Grund sind wir auf die Vermittlungsleistungen der Massenmedien angewiesen. Schenk zufolge stellen Massenmedien „[...] das Hauptkontaktmittel zur sozialen und politischen Umwelt dar.“ (Schenk 1998: 387) Denn

„[e]rst durch die Publizitätsleistungen der Massenmedien entsteht in der modernen Gesellschaft Öffentlichkeit, d.h. ein Raum, der Themen und Meinungen zur Verfügung stellt, die kritisches Rasonement ermöglichen und so dem Souverän eine Entscheidungsgrundlage verschaffen.“ (Sarcinelli 2009: 37)

Vor allem im Bereich der politischen Informationsvermittlung besteht eine große mediale Abhängigkeit von Seiten der Bürger. So werden „[p]olitische Informationen [...] nahezu ausschließlich über Massenkommunikation in die Öffentlichkeit gebracht.“ (Schenk 1998: 387) Daher lassen sich moderne Demokratien durch eine massenmedial vermittelte Repräsentation charakterisieren. Denn „[d]ie kommunikative Verbindung zwischen Repräsentierten und Repräsentanten, zwischen Vertretern von Interessen und politischen Entscheidungsträgern wird in modernen Gesellschaften erst durch die Präsenz eines unabhängigen massenmedialen Systems möglich.“ (Rhombert 2009: 106) Erst dadurch ist es möglich, dass die verschiedenen Interessen artikuliert werden „[...] und Bürgern somit die Möglichkeit gegeben werden, sich ein umfassendes Bild von gesellschaftlichen und politischen Vorgängen zu machen.“ (ebd.: 106) Dies bedeutet, dass Meinungen und Themen erst dann eine allgemeine Wahrnehmung erreichen, wenn sie von den Massenmedien aufgegriffen werden. (Vgl. ebd.: 106) Um die Gunst der öffentlichen Aufmerksamkeit buhlen jedoch nicht nur politische Parteien. Denn

„Kommunikation verstanden als die Fähigkeit, sich im öffentlichen Raum, also in der Medienöffentlichkeit, mit Themen und Meinungen zu behaupten, ist zu einem zentralen Leistungsbereich nicht nur für politische, sondern auch für gesellschaftliche und wirtschaftliche Akteure geworden.“ (Sarcinelli 2009: 38)

Für die politischen Parteien kommt erschwerend hinzu, dass sich die Medien vermehrt am Publikum orientieren und sich von dem politischen System und seinen Institutionen weg entfernt haben. „Denn unter dem Kommerzialisierungsdruck verspricht die Orientierung an den Erwartungen des Marktes mehr Reichweite und damit höheren Gewinn als die Orientierung an richtungspolitischen Präferenzen bestimmter Akteure oder Institutionen.“ (Sarcinelli 2009: 39)

Auf diese Entwicklungen haben die politischen Parteien mit einer Professionalisierung ihrer PR-Abteilungen sowie einer Orientierung ihrer strategischen Kommunikation an der Medienlogik reagiert. „PR-Schaffende müssen sich, um ihr Ziel zu erreichen, den Nachrichtenwerten und der Produktionsroutine der Journalisten anpassen und diese antizipieren.“ (Burkart 2002: 296, zit. nach: Grossenbacher 1986: 731) Denn die Massenmedien bedienen sich einer Reihe von Präsentations-, Bearbeitungs- und Selektionsregeln, die dem Journalisten helfen eine Auswahl darüber zu treffen, welches Ereignis Eingang in die mediale Berichterstattung findet und welches nicht. Darüber hinaus „[...] bestimmen diese Regeln auch die Verarbeitungsprozesse im medialen System selbst, helfen bei der Interpretation und der Präsentation dieser Informationen in der anschließenden massenmedialen Vermittlung.“ (Rhomberg 2009: 106) Denn die Massenmedien bilden nicht nur einfach die Realität ab, sondern sie „[...] entwerfen vielmehr [...] selbst aktiv eine Vorstellung von Wirklichkeit [...]“ (Burkart 2002: 283).

Ein Ereignis, das im Jahr 2010 ein großes mediales Echo auslöste, war der Polizeieinsatz im Stuttgarter Schlossgarten am 30. September 2010. In den Medien wird dieser Tag als der „schwarze Donnerstag“ bezeichnet. Er war trauriger Höhepunkt einer Auseinandersetzung um das Bahnprojekt „Stuttgart 21“ mit mehr als hundert Verletzten. Mit Beginn der Abrissarbeiten am Stuttgarter Kopfbahnhof im August 2010 wuchs die Protestbewegung auf zehntausende Bürger an, die an mehreren Tagen die Woche die Stuttgarter Innenstadt lahm legten. Nach dem Abriss des Nordflügels verlagerte sich der Protest in den Schlossgarten.

„Erst im Schlossgarten erklärt sich der Protest zum „Widerstand“. Jetzt kämpft man nicht um leblose Steine, sondern um lebende Pflanzen. Das lädt den Protest emotional auf, macht ihn nachvollziehbar, mehrheitsfähiger. Mit dem Park hat der bis dahin politisch, verkehrs- oder finanztechnisch motivierte Protest so etwas wie eine Seele gefunden.“ (Isenberg 2011)

Am 30. September 2010 war es Aufgabe der Polizei das Baufeld im Schlossgarten abzusperren. Womit sie nicht gerechnet hatten, war „[...] dass so viele Demonstranten verbissen um jeden Meter Park kämpfen, auch Reizgas und dem Wasserwerfer nicht weichen und so Verletzungen in Kauf nehmen [...].“ (Isenberg 2011) Zum ersten Mal seit 40 Jahren wurden in Stuttgart Wasserwerfer eingesetzt und die Polizei ging mit Schlagstöcken und Pfefferspray gegen Demonstranten vor, die versuchten die Baumfällaktionen zu verhindern.

Die baden-württembergische Landesregierung begründete den Einsatz von „unmittelbarer Gewalt“ mit der Gewaltbereitschaft und Aggression, die den Polizisten von Seiten der Demonstranten entgegenschlug. So verteidigte der damalige Ministerpräsident Mappus (CDU) in einer ersten Stellungnahme und in seiner Regierungserklärung den Polizeieinsatz: „Wer auf Arbeiter oder Polizeibeamte Flaschen wirft, selbst mit Pfeffersprays sprüht und sich nicht an die Anweisungen der Polizeibeamten hält, handelt rechtswidrig. Auf solche Situationen mussten die Polizeibeamten reagieren. Ich stelle mich hinter unsere Beamtinnen und Beamten.“ (Mappus 2010a) Auch wies er darauf hin, dass das Projekt „Stuttgart 21“ – und daher auch der Polizeieinsatz, der im Zusammenhang mit dem Bahnprojekt steht, - demokratisch legitimiert ist. Denn „[d]ie Grundlage verantwortungsvoller Politik sind parlamentarische Beschlüsse und Entscheidungen unabhängiger Gerichte - und auch Kritiker müssen in einer Demokratie rechtsstaatliche Entscheidungen akzeptieren, selbst wenn es schwer fallen mag.“ (ebd.) Darüber hinaus betonte er die Vorteile, die das Bahnprojekt „Stuttgart 21“ für die Stadt, die Region und das ganze Land bringt. So betonte er beispielsweise den wirtschaftlichen Nutzen des Projekts oder auch den städtebaulichen Gewinn, der durch das Projekt erzielt wird.

Das Ereignis hat ein großes mediales Echo ausgelöst. Bilder von martialisch gekleideten Polizisten, die mit Wasserwerfern gegen Rentner und Jugendliche vorgehen, gingen um die Welt. Die Macht der Bilder hat sicherlich ihren Teil dazu beigetragen, dass

die gesamte Fernsehnation nun Mappus „[...] schlagartig als den "Landesvater" [kennt], der gegen seine ungezogenen Landeskinder - teils sogar buchstäblich Kinder - Wasserwerfer und Pfefferspray einsetzen lässt. Der "Rambo"- Vorwurf des Stuttgarter Stadtdenkmal Michael Brock, über den sich Mappus gerade erst beim Bischof beschwert hatte, verbindet sich jetzt fast automatisch mit seinem Politikstil.“ (Müller 2010)

Insgesamt wurden im Untersuchungszeitraum vom 1. bis zum 7. Oktober 2010 109 Artikel analysiert. Dem Ereignis kam aufgrund seiner Krisenhaftigkeit, Aktualität, Dramatik und Emotionalität ein hoher Nachrichtenwert zu. Neben der Anzahl der Artikel, machten auch der Umfang, die Platzierung, die Urheberschaft und die Stilformen deutlich, dass diesem Ereignis eine hohe Relevanz beigemessen wird. Die Länge der Beiträge war in der Mehrzahl zwischen mehr als einer Achtel und weniger als drei Viertel einer Zeitungsseite lang. 70 Prozent der Artikel fanden sich auf den ersten fünf Seiten wieder, 30 von 109 Artikeln wurden auf der Titelseite platziert. Darüber hinaus wurden 89 Prozent der Artikel von Journalisten bzw. Redaktionen verfasst. Das hohe Maß an Eigenrecherche wird auch daran deutlich, dass im Untersuchungszeitraum 13 Reportagen und neun Interviews im Zusammenhang mit den Ereignissen geführt wurden.

Die Begründung der baden-württembergischen Landesregierung – die Gewaltbereitschaft sei von den Demonstranten ausgegangen – wurde in den Medien nicht in dem gewünschten Ausmaß publiziert. Lediglich 23 Prozent der Artikel berichtete über gewaltbereite Demonstranten oder gab Aussagen von Personen oder Personengruppen wieder, die die Demonstranten als gewaltbereit beschrieben. 48 Prozent der Artikel beschrieben gewaltbereite Polizisten oder gaben Aussagen wieder, in denen gewaltbereite Polizisten thematisiert wurden. Auch die Zahl der Verletzten macht deutlich, dass die Demonstranten eher als Opfer denn als Täter gesehen wurden. So wurde im Untersuchungszeitraum in 37 Artikeln über verletzte Demonstranten und lediglich in sieben Artikeln über verletzte Polizisten berichtet. Die Quellenanalyse hat ergeben, dass in allen sieben Artikeln die Regierungsparteien die Quellen sind, die von verletzten Polizisten sprechen. Unabhängige Quellen, wie etwa Ärzte oder Sprecher von Krankenhäusern, lassen sich in der Berichterstattung nicht finden.

Fatal war für die Landesregierung auch, dass sie bereits zu Beginn des Untersuchungszeitraumes einräumen musste, dass ihre Behauptung- Demonstranten

hätten mit Pflastersteinen geworfen – falsch war. So wurde in sieben Prozent der Artikel darüber berichtet, dass entweder noch keine Beweise für diese Anschuldigungen vorliegen oder dass Aussagen zurückgezogen werden mussten. In Krisenzeiten sollten jedoch vertrauensbildende Maßnahmen, die Vertrauen und Glaubwürdigkeit bewahren oder wiederherstellen, im Vordergrund stehen. Denn „Vertrauen ist die wichtigste Basis für Krisenarbeit!“ (Ditges/Höbel/Hofmann 2008: 22)

Die Vor- und Nachteile des Projekts Stuttgart 21 spielten in der Berichterstattung nur eine untergeordnete Rolle, der Nachrichtenwert war aufgrund der vorangegangenen dauerhaften Präsenz des Themas in den Medien zu gering. Einzig der Verweis darauf, dass das Projekt demokratisch legitimiert wurde, fand in 31 Nennungen Eingang in die Berichterstattung. Im Vergleich zwischen pro und contra Stuttgart 21 wird deutlich, dass fast doppelt so viele Nennungen für Stuttgart 21 (57 Nennungen) als gegen Stuttgart 21 (25 Nennungen) fallen. Dies bestätigt sich auch in der Analyse der Längen: Bis auf die Artikel in der Stuttgarter Zeitung weisen die restlichen drei Printmedien den Vorteilen von Stuttgart 21 mehr Raum zu. Im krassen Vergleich stehen dabei die Süddeutsche Zeitung und die Stuttgarter Zeitung: Während die Stuttgarter Zeitung 70 Zeilen mit Argumenten für Stuttgart 21 füllt, jedoch 95 Zeilen mit Argumenten gegen Stuttgart 21, besteht das Verhältnis in der Süddeutschen Zeitung 33 Zeilen pro Stuttgart 21 gegen 3 Zeilen gegen Stuttgart 21.

Hinsichtlich der Quellen macht die Analyse deutlich, dass die Regierungsparteien und die Opposition gefolgt von der Polizei und den Projektgegnern die Akteure waren, auf die die Printmedien bevorzugt zurückgriffen. Hinsichtlich der Bewertung der Ereignisse durch die Quellen wird deutlich, dass die Ereignisse im Schlossgarten insgesamt als negativ bewertet wurden. Lediglich die Süddeutsche Zeitung publizierte in den Artikeln im Untersuchungszeitraum insgesamt mehr Quellenaussagen, die im Sinne der baden-württembergischen Landesregierung fielen.

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass nach der Analyse dieser Indikatoren, die einen Ausschnitt über die Berichterstattung im Untersuchungszeitraum liefern, die Begründungen der baden-württembergischen Landesregierung nur bedingt übernommen wurden. Weder die Berichterstattung über die Verletzten noch über die Handlungen der Demonstranten im Zuge der Auseinandersetzungen bestätigen die Gewaltbereitschaft der Demonstranten. Dies ist

insofern verwunderlich, da der eingesetzte Untersuchungsausschuss im Februar zu dem Schluss kam, „[...] dass der Einsatz am 30. September 2010 im Stuttgarter Schlossgarten insgesamt rechtmäßig und auch verhältnismäßig war.“ (Landtag von Baden-Württemberg 2011: 378) So haben die Videoaufnahmen ergeben, dass die Polizei einem massiven psychischen und physischem Druck ausgesetzt war. Außerdem wurde gegen die Polizei Pyrotechnik eingesetzt.

Auch die Ereignisse im Schlossgarten werden von den Quellen der Berichterstattung als überwiegend negativ beurteilt, obwohl mehr Mitglieder der Regierungsparteien zu Wort kommen als Mitglieder der Oppositionsparteien. Positiv im Sinne der Landesregierung ist lediglich, dass im Untersuchungszeitraum mehr Argumente für Stuttgart 21 gefallen sind als gegen das Projekt. Vor allem der Verweis auf die demokratische Legitimation des Projekts – und damit auch des Einsatzes – hat in der Berichterstattung im Vergleich zu den restlichen pro-Argumenten einen großen Stellenwert.

Professor Manfred Harnischfeger, einer der kenntnisreichsten und profiliertesten Medienexperten und Kommunikationsmanager der deutschen Wirtschaft, betonte jedoch in seinem Artikel „Ohne Kommunikation ist alles nichts“:

„Der Hinweis auf demokratisch legitimierte Entscheidungen interessiert nur die wenigsten Bürger [...]. Sie verlangen nach inhaltlicher Auseinandersetzung mit Themen und Planungen. Man wird sich daran gewöhnen müssen, dass Bürger die Rolle des „stillen Teilhabers“ verlassen und sich einmischen in die Angelegenheiten von Strategie und Geschäftsführung. Wenn man nicht will, dass Institutionen und Repräsentanten des Staates am Ende nur noch als Hampelmänner verhöhnt werden, brauchen wir einen anderen Politikstil – weniger selbstgefällig, weniger gouvernemental.“ (Harnischfeger 2010)

Literaturverzeichnis

- Adam, Silke/Berkel, Barbara/Pfetsch, Barbara (2008): Public Relations aus politikwissenschaftlicher Sicht, in: Bentele, Günter/Fröhlich, Romy/Szyszk, Peter (Hrsg.) (2008): Handbuch der Public Relations. Wissenschaftliche Grundlagen und berufliches Handeln. Mit Lexikon, VS Verlag für Sozialwissenschaften: Wiesbaden.
- Aktionsbündnis gegen Stuttgart 21 (o.J.): 10 Mythen zu Stuttgart 21 und ihre Entzauberung.
- Baerns, (1995): „Es läuft auch so!“ – Zu offenen Fragen der Transparenz, Kontrolle und Bewertung in der Öffentlichkeitsarbeit, in: Baerns, Barbara (Hrsg) (1995): PR-Erfolgskontrolle. Messen und Bewerten in der Öffentlichkeitsarbeit. Verfahren Strategien, Beispiele, Institut für Medienentwicklung und Kommunikation GmbH: Frankfurt am Main.
- Bahnprojekt Stuttgart-Ulm e.V. (2010): Menschen verbinden. Das neue Verkehrskonzept für Stuttgart und die Region, November 2010, 3. Auflage.
- Bahnprojekt Stuttgart-Ulm e.V. (2011a): 21 gute Gründe für Stuttgart 21, Oktober 2011, 5. Auflage.
- Bahnprojekt Stuttgart-Ulm e.V. (2011b): Es stimmt, dass viele Bürger gegen Stuttgart 21 auf die Straße gehen. Es stimmt aber auch, dass das Bahnprojekt Stuttgart-Ulm ein ökologisches Zukunftsprojekt für das gesamte Land ist. Thema Gesamtprojekt, Januar 2011, 1. Auflage.
- Bahnprojekt Stuttgart-Ulm e.V. (2011c): Es stimmt, dass Stuttgart 21 umstritten ist. Es stimmt aber auch, dass viele Bürger die großen Entwicklungschancen für ihr Land sehen. Gute Argumente, Januar 2011, 2. Auflage.
- Bahnprojekt Stuttgart-Ulm e.V. (2011d): Es stimmt, dass ein Teil des Mittleren Schloßgartens von Baumaßnahme betroffen sein wird. Es stimmt aber auch, dass mit Stuttgart 21 die „Grüne Lunge“ Stuttgarts erweitert wird und ein neues Stadtviertel mit hohen ökologischen Standards entstehen kann. Thema Umwelt, Januar 2011, 3. Auflage.
- Bahnprojekt Stuttgart-Ulm e.V. (2011e): Es stimmt, dass Stuttgart 21 mit 41 Milliarden Euro eine teure Angelegenheit wird. Es stimmt aber auch, dass die Region dafür Milliarden von Bahn, Bund, Land und EU bekommt. Thema Kosten, Januar 2011, 3. Auflage.

- Bahnprojekt Stuttgart-Ulm e.V. (2011f): Es stimmt, dass der Abriss der Bahnhofsfügel die Gemüter in Stuttgart erhitzt. Es stimmt aber auch, dass auf den Gleisflächen ein neuer Stadtteil mit viel Grün entsteht, Januar 2011, 1. Auflage.
- Blumler, Jay G. (2002): Wandel des Mediensystems und sozialer Wandel: Auf dem Weg zu einem Forschungsprogramm, in: Haas, Hannes/Jarren, Otfried (Hrsg.) (2002): Mediensysteme im Wandel. Struktur, Organisation und Funktion der Massenmedien, Wilhelm Braumüller: Wien.
- BUND e.V. Regionalgeschäftsstelle (o.J.): K21 Das bessere Konzept. K21 - so sieht Zukunft aus.
- Burkart, Roland (2002): Kommunikationswissenschaft. Grundlagen und Problemfelder. Umriss einer interdisziplinären Sozialwissenschaft, Böhlau Verlag: Wien - Köln - Weimar.
- Dahinden, Urs (2006): Framing. Eine integrative Theorie der Massenkommunikation, UVK Verlagsgesellschaft mbH: Konstanz.
- Ditges, Florian/Höbel, Peter/Hofmann, Thorsten (2008): Krisenkommunikation. UVK Verlagsgesellschaft mbH: Konstanz.
- Donges, Patrick/Jarren, Otfried (2005): Politische Kommunikation - Akteure und Prozesse, in: Bonfadelli, Heinz/Jarren, Otfried/Siegert, Gabriele (Hrsg.) (2005): Einführung in die Publizistikwissenschaft. 2., vollständig überarbeitete Auflage, Haupt Verlag: Bern - Stuttgart - Wien.
- Donges, Patrick (2008): Medialisierung politischer Organisationen. Parteien in der Mediengesellschaft, VS Verlag für Sozialwissenschaften: Wiesbaden.
- Dohle, Gerhard/Vowe, Marco (2007): Politische Kommunikation im Umbruch – neue Forschung zu Akteuren, Medieninhalten und Wirkungen, Politische Vierteljahresschrift, 48 (2).
- Entman, Robert M. (1993): Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm, In: Journal of Communication, Vol. 43(4).
- Erhard, Michael (2008): Krisen-PR bei politischen Parteien, Diplomica Verlag GmbH: Hamburg.
- Esser, Frank (2004): Metaberichterstattung. Begründung eines Konzept der Medienselbstthematisierung und Publicity-Thematisierung in internationalen Wahlkämpfen, in: Blum, Roger/Bonfadelli, Heinz/Imhof, Kurt/Jarren, Otfried (Hrsg.) (2004): Mediengesellschaft. VS Verlag für Sozialwissenschaften: Wiesbaden.

- Fröhlich, Romy (2008): Die Problematik der PR-Definition(en), in: Bentele, Günter/Fröhlich, Romy/Szyszka, Peter (Hrsg.) (2008): Handbuch der Public Relations. Wissenschaftliche Grundlagen und berufliches Handeln. Mit Lexikon, VS Verlag für Sozialwissenschaften: Wiesbaden.
- Früh, Werner (2007): Inhaltsanalyse. Theorie und Praxis, UVK Verlagsgesellschaft mbH: Konstanz.
- Haller, Michael (2004): Die Mediengesellschaft oder das Dilemma der Unvereinbarkeit von Identität und Universalität, in: Blum, Roger/Bonfadelli, Heinz/Imhof, Kurt/Jarren, Otfried (Hrsg.) (2004): Mediengesellschaft, VS Verlag für Sozialwissenschaften: Wiesbaden.
- Harnischfeger, Martin (2010): Ohne Kommunikation ist alles nichts. Rezepte, wie Stuttgart 21 doch noch zu vermitteln wäre? Die gibt es nicht – dafür aber etliche Lehren aus dem Fall, Süddeutsche Zeitung, 2.10.2010, S. 2.
- Heffner, Markus (2010): Provokation oder notwendiger Schritt? Stuttgarter Zeitung, 4.10.10, S.19.
- Hoffmann, Jochen (2003): Inszenierung und Interpretation. Das Zusammenspiel von Eliten aus Politik und Journalismus, Westdeutscher Verlag: Wiesbaden.
- Hribal, Lucie/Jarren, Otfried/Künzler, Matthias (2005): Mediensysteme - Medienorganisationen, in: Bonfadelli, Heinz/Jarren, Otfried/Siegert, Gabriele (Hrsg.) (2005): Einführung in die Publizistikwissenschaft, Haupt Verlag: Bern - Stuttgart - Wien.
- IMU Institut (2011): Beschäftigungswirkungen von Stuttgart 21 erheblich überschätzt. Bewertung des Gutachtens „BW 21“ zu den Beschäftigungswirkungen von Stuttgart 21.
- Initiative Leben in Stuttgart - Kein Stuttgart 21 (2011): K21 - die Alternative zu „Stuttgart 21“, 5. aktualisierte Auflage, Februar 2011.
- Innenministerium Baden-Württemberg (2009): Volkswirtschaftliche Bewertung des Projekts Baden-Württemberg 21 (BW21). Gutachten im Auftrag des Innenministeriums Baden-Württemberg.
- Janssen, Susanne/Raidt, Erik (2010): Wasserwerfer, Reizgas – und offene Fragen. Für den umstrittenen Einsatz soll der Polizeipräsident die Verantwortung tragen, Stuttgarter Zeitung, 5.10.2010, S. 17.
- Jarren, Otfried (1998): Medien, Mediensystem und politische Öffentlichkeit im Wandel, in: Sarcinelli, Ulrich (Hrsg.) (1998): Politikvermittlung und Demokratie

in der Mediengesellschaft. Beiträge zur politischen Kommunikationskultur, Westdeutscher Verlag: Opladen/Wiesbaden.

- Jarren, Otfried/Meier, (2002): Mediensysteme und Medienorganisationen, in: Jarren, Otfried/Weßler, Hartmut (Hrsg.) (2002): Journalismus - Medien - Öffentlichkeit. Eine Einführung, Westdeutscher Verlag: Wiesbaden.
- Jarren, Otfried/Sarcinelli, Ulrich (2002): „Politische Kommunikation“ als Forschungs- und als politisches Handlungsfeld: Einleitende Anmerkungen zum Versuch der systematischen Erschließung, in: Jarren, Otfried/Sarcinelli, Ulrich/Saxer, Ulrich (Hrsg.) (2002): Politische Kommunikation in der demokratischen Gesellschaft. Ein Handbuch mit Lexikonteil, Westdeutscher Verlag: Opladen/Wiesbaden.
- Keller, Dieter (2010): Harte Fronten im Bundestag, Südwest Presse, 7.10.2010, S. 3.
- Luhmann (2009): Die Realität der Massenmedien, VS Verlag für Sozialwissenschaften: Wiesbaden.
- Marschall, Stefan/von Alemann, Ulrich (2002): Parteien in der Mediendemokratie - Medien in der Parteiendemokratie, in: Marschall, Stefan/von Alemann, Ulrich (Hrsg.) (2002): Parteien in der Mediendemokratie, Westdeutscher Verlag: Wiesbaden.
- Meier, Werner A./Siegert, Gabriele/Trappel, Josef (2005): Auswirkungen der Ökonomisierung auf Medien und Inhalte, in: Bonfadelli, Heinz/Jarren, Otfried/Siegert, Gabriele (Hrsg.) (2005): Einführung in die Publizistikwissenschaft, Haupt Verlag: Bern - Stuttgart - Wien.
- Müller, Andreas (2010): Mappus Schlachtplan führt ins Chaos. Stuttgarter Zeitung, S. 3, 4.10.2010.
- Pfetsch, Barbara/Wehmeier, Stefan (2002): Sprecher: Kommunikationsleistungen gesellschaftlicher Akteure, in: Jarren, Otfried/Weßler, Hartmut (Hrsg.) (2002): Journalismus - Medien - Öffentlichkeit. Eine Einführung, Westdeutscher Verlag: Wiesbaden.
- Raupp, Juliana/Vogelgesang, Jens (2009): Medienresonanzanalyse. Eine Einführung in Theorie und Praxis, VS Verlag für Sozialwissenschaften: Wiesbaden.
- Rhomberg, Markus (2009): Politische Kommunikation. Eine Einführung für Politikwissenschaftler, Wilhelm Fink: Paderborn.

- Röttger, Ulrike (2008): Aufgabenfelder, in: Bentele, Günter/Fröhlich, Romy/Szyszk, Peter (Hrsg.) (2008): Handbuch der Public Relations. Wissenschaftliche Grundlagen und berufliches Handeln. Mit Lexikon, VS Verlag für Sozialwissenschaften: Wiesbaden.
- Rso (2010): Polizei räumt den Schlossgarten, Frankfurter Allgemeine Zeitung, 1.10.2010, S. 4.
- Ruisinger, Dominik/Jorzik, Oliver (2008): Public Relations. Leitfaden für ein modernes Kommunikationsmanagement, Schäffer-Poeschel Verlag: Stuttgart.
- Sarcinelli, Ulrich (1998): Politikvermittlung und Demokratie: Zum Wandel der politischen Kommunikationskultur, in: Sarcinelli, Ulrich (Hrsg.) (1998): Politikvermittlung und Demokratie in der Mediengesellschaft. Beiträge zur politischen Kommunikationskultur, Westdeutscher Verlag: Opladen/Wiesbaden.
- Sarcinelli, Ulrich (2009): Politische Kommunikation in Deutschland. Zur Politikvermittlung im demokratischen System, VS Verlag für Sozialwissenschaften: Wiesbaden.
- Saxer, Ulrich (1998): Mediengesellschaft: Verständnisse und Mißverständnisse, in: Sarcinelli, Ulrich (Hrsg.) (1998): Politikvermittlung und Demokratie in der Mediengesellschaft. Beiträge zur politischen Kommunikationskultur, Westdeutscher Verlag: Opladen/Wiesbaden.
- Saxer, Ulrich (2002): Der gesellschaftliche Ort der Massenkommunikation, in: Haas, Hannes/Jarren, Otfried (Hrsg.) (2002): Mediensysteme im Wandel. Struktur, Organisation und Funktion der Massenmedien, Braumüller: Wien.
- Schenk, Michael (1998): Mediennutzung und Medienwirkung als sozialer Prozeß, in: Sarcinelli, Ulrich (Hrsg.) (1998): Politikvermittlung und Demokratie in der Mediengesellschaft. Beiträge zur politischen Kommunikationskultur, Westdeutscher Verlag: Wiesbaden.
- Schulz, Winfried (2003): Politische Kommunikation, in: Bentele, Günter/Brosius, Hans-Bernd/Jarren, Otfried (Hrsg.): Handbuch Öffentliche Kommunikation, Westdeutscher Verlag: Opladen.
- Schulz, Winfried (2008): Politische Kommunikation. Theoretische Ansätze und Ergebnisse empirischer Forschung, VS Verlag: Wiesbaden.
- Saxer, Ulrich (2002): System, Systemwandel und politische Kommunikation, in: Jarren, Otfried/Sarcinelli, Ulrich/ Saxer, Ulrich (Hrsg.) (2002): Politische

Kommunikation in der demokratischen Gesellschaft. Ein Handbuch mit Lexikonteil, Westdeutscher Verlag: Opladen/Wiesbaden.

- Stadtplanungsamt Stuttgart Projektgruppe Stuttgart 21 (1997): Rahmenplan Stuttgart 21. Vom Gemeinderat der Landeshauptstadt Stuttgart am 24. Juli 1997 beschlossen.
- StZ (2010): Massiver Polizeieinsatz – viele Verletzte, Stuttgarter Zeitung, 2.10.2010, S. 1
- Weiß, Ralph (2002): Publizistische Medienprodukte, in: Jarren, Otfried/Weßler, Hartmut (Hrsg.) (2002): Journalismus - Medien - Öffentlichkeit. Eine Einführung, Westdeutscher Verlag: Wiesbaden.
- Weßler, Hartmut/von Beyme, Klaus (2002): Politische Kommunikation als Entscheidungskommunikation, in: Jarren, Otfried/Sarcinelli, Ulrich/Saxer, Ulrich (Hrsg.) (2002): Politische Kommunikation in der demokratischen Gesellschaft. Ein Handbuch mit Lexikonteil, Westdeutscher Verlag: Opladen/Wiesbaden.
- Wilke, Jürgen (1998): Politikvermittlung durch Printmedien, in: Sarcinelli, Ulrich (Hrsg.) (1998): Politikvermittlung und Demokratie in der Mediengesellschaft. Beiträge zur politischen Kommunikationskultur, Westdeutscher Verlag: Opladen/Wiesbaden.

Internetquellenverzeichnis

- - Bahnprojekt Stuttgart-Ulm e.V. (o.J.): Daten und Fakten. Alles auf einen Blick, http://www.bahnprojekt-stuttgart-ulm.de/ueberblick/daten_fakten/default.aspx. [10.12.2011]
- Frankfurter Allgemeine Zeitung (2010): IVW 1. Quartal 2010: Auflage der F.A.Z. stabil – F.A.S. weiter im Plus, 14. April 2010, <http://verlag2.faz.net/d/common/content.aspx?rub=%7B73A1F344-BDB4-42A0-AAEE-9CC28AD52D60%7D&doc=%7B6FBDF92-3E03-4A57-9584-E8CC19423491%7D&dynamic=2>. [8.1.2012]
- Isenberg (2011): Im Park kämpft der Protest auch um seine Seele, <http://www.stuttgarter-nachrichten.de/inhalt.schwarzer-donnerstag-im-park->

kaempft-der-protest-auch-um-seine-seele.4d1ea066-272c-43c5-bc5a-b2a4a1d145b7.html. [24.1.2012]

- Kotynek, Martin (2010): Geißler: Stuttgart 21 ist grundsätzlich richtig, <http://www.sueddeutsche.de/politik/ergebnis-der-schlichtung-geissler-stuttgart-ist-grundsatzlich-richtig-1.1030475>.
- Land Baden-Württemberg (2007): Baden-Württemberg 21: Bedeutende Investition für eine erfolgreiche Zukunft Baden-Württembergs im Herzen Europas, http://www.bahnprojekt-stuttgart-ulm.de/de-DE/download/200707_BW_BadenWuerttemberg21.pdf. [27.12.2011]
- Landtag von Baden-Württemberg (2011): Bericht und Beschlussempfehlung des Untersuchungsausschusses „Aufarbeitung des Polizeieinsatzes am 30. September 2010 im Stuttgarter Schlossgarten“ zu dem Antrag der Fraktion der SPD – Drucksache 14/7080, 2.2.2011, http://www.landtag-bw.de/wp14/drucksachen/7000/14_7500_d.pdf. [15.1.2012]
- Mappus, Stefan (2010a): Stellungnahme von Ministerpräsident Stefan Mappus zu den Geschehnissen im Stuttgarter Schlossgarten um Stuttgart 21, 1.10.2010, <http://www.baden-wuerttemberg.de/de/Meldungen/237888.html>. [5.1.2012]
- Mappus (2010b): Regierungserklärung von Ministerpräsident Stefan Mappus am 6. Oktober 2010 im Landtag von Baden-Württemberg. Stuttgart 21 – Zukunft und Chance für Baden-Württemberg, http://www.baden-wuerttemberg.de/fm7/2028/101006_Regierungserklaerung_Mappus_S21_Protokollfassung.pdf. [5.1.2012]
- Polizei Baden-Württemberg (o.J.): Das Landespolizeipräsidium, <http://www.polizei-bw.de/ueberuns/polbw/IMLPP/Seiten/default.aspx>. [16.1.2012]
- Polizeipräsidium Stuttgart (2010): Stuttgart 21. Bericht über den Einsatz der Polizei am 30. September 2010 in den Mittleren Schlossgartenanlagen im Zusammenhang mit Baumfällarbeiten, http://www.landtag-bw.de/wp14/drucksachen/7000/14_7500_d.pdf. [16.1.2012]
- Schlager, Alexander (2010): Die Proteste gegen „Stuttgart 21“, in: Sozial.Geschichte Online 4 (2010), http://duepublico.uni-duisburg-essen.de/servlets/DerivateServlet/Derivate-25690/08_Schlager%20Stuttgart.pdf. [10.1.2012]

- Schlichtungsgespräch zu Stuttgart 21 (2010): Schlichtungsverfahren zu Stuttgart 21. Abschlussplädoyers der Projektbefürworter und der Projektkritiker. Empfehlungen des Schlichters Dr. Heiner Geißler, 30. November 2010, <http://www.schlichtung-s21.de/fileadmin/schlichtungs21/Redaktion/pdf/101130/2010-11-30%20Wortprotokoll.pdf>. [23.1.2012]
- Statistisches Landesamt Baden-Württemberg (2011): Endgültiges Ergebnis der Volksabstimmung über das S21-Kündigungsgesetz am 27. November 2011: Gesetzesvorlage abgelehnt, <http://www.statistik-bw.de/Pressemitt/2011434.asp?Wahlen>. [23.1.2012]
- Stern (2010): Studie zweifelt Stuttgart 21 an, <http://www.stern.de/wirtschaft/immobilien/umstrittener-hauptbahnhof-studie-zweifelt-stuttgart-21-an-1580444.html>. [25.1.2012]
- Süddeutsche Zeitung (2010): Die Nr. 1 unter den überregionalen Qualitätszeitungen, <http://www.m-cloud.de/LAE2011/mediadaten/sueddeutsche.pdf>. [15.1.2012]
- Verband Region Stuttgart (2011): Stuttgart 21 - gut für die Region.
- Volksabstimmung 2011 (o.J.): Chronik, <http://volksabstimmung2011.de/s21/chronik/>. [23.1.2012]
- VSZV (2011): Jahresbericht 2010, <http://www.vszv.de/sites/all/themes/vszv/pdf/VSZV-Jahresbericht-2010.pdf>. [9.1.2012]

A1 Anhang

Tabelle 1: Pressemitteilung und Regierungserklärung der Inhaltsanalyse

Titel	Datum	Stilform
Stellungnahme von Ministerpräsident Stefan Mappus zu den Geschehnissen im Stuttgarter Schlossgarten um Stuttgart 21	1.10.2010	Presseerklärung
Stuttgart 21 – Zukunft und Chance für Baden-Württemberg	6.10.2010	Regierungserklärung

Tabelle 2: Printmedien der Inhaltsanalyse

Titel	Erscheinungsweise	Anzahl der Ausgaben im Untersuchungszeitraum
Süddeutsche Zeitung (SZ)	Werktäglich (Montag – Samstag)	6
Frankfurter Allgemeine Zeitung (F.A.Z.)	Werktäglich (Montag – Samstag)	6
Stuttgarter Zeitung (StZ)	Werktäglich (Montag – Samstag)	6
Südwest Presse	Werktäglich (Montag – Samstag)	6
Summe der untersuchten Ausgaben		24

Tabelle 3: Analyisierte Medienbeiträge

Printmedium	Artikelname	Datum	Ressort, Seite
SZ	Gewalt in Stuttgart	1.10.10	Titelseite, S.1
SZ	Protest in Stuttgart eskaliert	1.10.10	Politik, S. 6
SZ	Bahn-Chef Grube: Stuttgart 21 wird gebaut	2./3.10.10	Titelseite, S. 1
SZ	„Vermutlich können wir in zehn Jahren Einweihung feiern“	2./3.10.10	Thema des Tages, S. 2
SZ	Bahnbrechender Ernstfall	2./3.10.10	Thema des Tages, S. 2
SZ	Deutschland 21	2./3.10.10	Die Seite Drei, S. 3
SZ	Demo, Demos, Demokratie	2./3.10.10	Meinung, S.4

SZ	Gegner von „Stuttgart 21“ wollen Bahn boykottieren	4.10.10	Titelseite, S.1
SZ	Die Liebäugeleien sind vorbei	4.10.10	Politik, S. 4
SZ	Parteien wollen „Vermittler“ für Stuttgart 21	5.10.10	Politik, S. 5
SZ	„Demonstranten sind schuld“	6.10.10	Titelseite, S.1
SZ	Ein Moderator für die Verlierer	6.10.10	Meinung, S. 4
SZ	Mappus stoppt Abriss am Stuttgarter Hauptbahnhof	6.10.10	Politik, S. 5
SZ	Heiner Geißler soll in Stuttgart für Frieden sorgen	7.10.10	Titelseite, S. 1
SZ	„Alle Argumente, alle Fakten und alle Zahlen müssen auf den Tisch“	7.10.10	Politik, S. 5
SZ	Neuer Vermittler, alter Streit	7.10.10	Politik, S. 5
SZ	Schwere Augenverletzung	7.10.10	Politik, S. 5
F.A.Z.	Polizei räumt den Stuttgarter Schlossgarten	1.10.10	Titelseite, S.1
F.A.Z.	Polizei räumt den Schlossgarten	1.10.10	Politik, S.4
F.A.Z.	Instrumentalisiert	2.10.10	Titelseite S.1
F.A.Z.	Merkel und Mappus fordern Dialog ohne Baustopp	2.10.10	Titelseite, S.1
F.A.Z.	Ein trauriger Tag für Stuttgart	2.10.10	Politik, S.2
F.A.Z.	Künast: Es ist auch Merkels Einsatz	2.10.10	Politik, S.4
F.A.Z.	Die Nacht in der die ersten Bäume fielen	4.10.10	Politik, S.2
F.A.Z.	Landesregierung untersucht Polizeieinsatz in Stuttgart	4.10.10	Politik, S.2
F.A.Z.	Bürgerlicher aber auch linker	4.10.10	Politik, S.3
F.A.Z.	Stuttgart bereit zu „umfangreichen Zugeständnissen“	5.10.10	Titelseite, S.1
F.A.Z.	„Volksabstimmung über Stuttgart21 verfassungswidrig“	6.10.10	Politik, S.4
F.A.Z.	Geißler soll „Stuttgart 21“ zum Bürgerprojekt machen	7.10.10	Titelseite, S.1
F.A.Z.	Ein grüner Minister in Stuttgart?	7.10.10	Politik, S.2
F.A.Z.	Ein Annäherungsversuch mit sanften Tönen	7.10.10	Politik, S.2
F.A.Z.	Beck: Polizeieinsatz überzogen	7.10.10	Politik, S.2
StZ	Massiver Polizeieinsatz – viele Verletzte	1.10.10	Titelseite, S.1
StZ	Trauriger Tag	1.10.10	Titelseite, S.1

StZ	Aufmarsch der Staatsgewalt	1.10.10	Titelseite, S.1
StZ	Eine bizarre Demonstration der Macht	1.10.10	Tagesthema, S.2
StZ	Mit Wasserwerfern gegen Parkschützer	1.10.10	Die Dritte Seite, S. 3
StZ	Mit Ranzen auf die Demonstranten	1.10.10	Lokales, S. 21
StZ	„Keinen Krieg führen in der Stadt“	1.10.10	Lokales, S. 21
StZ	„Bitte friedlich protestieren“	1.10.10	Lokales, S. 21
StZ	Heftige Kritik am Einsatz der Polizei	2.10.10	Titelseite, S.1
StZ	Politischer Fehler	2.10.10	Titelseite, S. 1
StZ	Eine gänzlich neue Dimension	2.10.10	Titelseite, S. 1
StZ	So viel Widerstand war noch nie	2.10.10	Die Dritte Seite, S. 3
StZ	„Stuttgart 21 ist demokratisch legitimiert“	2.10.10	Politik, S. 4
StZ	Die Opposition nimmt Merkel mit in Haft	2.10.10	Innenpolitik, S. 4
StZ	„Wir sind in einer Krise“	2.10.10	Lokales, S. 21
StZ	Selbst die Konfliktforscher sind ratlos	2.10.10	Lokales, S. 21
StZ	Von Polizeieinsatz nichts geahnt	2.10.10	Stuttgart,S.22
StZ	„Die Gewalt in Stuttgart befremdet“	2.10.10	Stuttgart, S.22
StZ	„Halten für Politik den Kopf hin“	2.10.10	Stuttgart, S.22
StZ	Palmer: CDU diffamiert Protest	2.10.10	Stuttgart, S.22
StZ	Landesregierung gerät stärker unter Druck	4.10.10	Titelseite, S.1
StZ	Die Fehlerkette wird länger	4.10.10	Seite Drei, S.3
StZ	Der Wasserwerfer trifft Daniel Kartmanns Existenz	4.10.10	Seite Drei, S. 3
StZ	Mappus Schlachtplan führt ins Chaos	4.10.10	Seite Drei, S.3
StZ	Provokation oder notwendiger Schritt?	4.10.10	Lokales, S. 19
StZ	Die Ruhe nach dem Sturm	4.10.10	Lokales, S.19
StZ	Gegner wollen Bahn vor Gericht bringen	4.10.10	Lokales, S.19
StZ	S21-Gegner: Recht auf Widerstand	4.10.10	Lokales, S.19
StZ	„Zustimmung wächst mit Bau“	5.10.10	Stuttgart, S.19

StZ	Gericht prüft Fällaktion der Bahn	5.10.10	Stuttgart, S.18
StZ	Geißler sagt nichts, Gauck sagt gleich ab	5.10.10	Lokales, S.17
StZ	Wasserwerfer, Reizgas – und offene Fragen	5.10.10	Lokales, S.17
StZ	Ministerium lässt demonstrierende Lehrer ermitteln	5.10.10	Landespolitik, S. 5
StZ	Bis zur Wahl steht die CDU hinter Mappus	5.10.10	Landespolitik, S. 5
StZ	Suche nach Vermittler	5.10.10	Titelseite, S.1
StZ	Polizei rechtfertigt den Einsatz im Park	6.10.10	Titelseite, S.1
StZ	Ein Einfluss „von oben“ wird bestritten	6.10.10	Landespolitik, S. 4
StZ	Am harten Einsatz sollen die Gegner Schuld sein	6.10.10	Landespolitik S. 4
StZ	Initiativen zur Befriedung der Stadt	6.10.10	Lokales, S. 19
StZ	Gegner sind keine Feinde im Wortlaut	6.10.10	Lokales, S.19
StZ	Reiseveranstalter sind besorgt	6.10.10	Lokales, S.19
StZ	CDU-Fraktionschef tritt zurück ins Glied	6.10.10	Stuttgart, S.21
StZ	Von der Operndiva und dem Bohnenkönig	6.10.10	Stuttgart, S.23
StZ	Das Reizthema spaltet die Genossen	6.10.10	Stuttgart, S.23
StZ	Mappus spielt die Öko-Karte	7.10.10	Titelseite, S.1
StZ	Zitate aus der Regierungserklärung von Stefan Mappus	7.10.10	Titelseite, S.1
StZ	„Wir müssen den richtigen Ton treffen“	7.10.10	Lokales, S.6
StZ	Mappus spricht mit Schülern	7.10.10	Lokales, S.21
StZ	„Ich habe das als Abschreckung empfunden“	7.10.10	Stuttgart, S.22
StZ	Die Aufarbeitung wird zum Schlagabtausch	7.10.10	Stuttgart, S.22
StZ	Befürworter mit Stein angegriffen	7.10.10	Stuttgart, S.22
StZ	Viele Anzeigen gegen die Polizei	7.10.10	Stuttgart, S.22
Südwest Presse	Park gewaltsam geräumt	1.10.10	Titelseite, S. 1

Südwest Presse	Stuttgart 21: Unvermeidliche Eskalation	1.10.10	Titelseite, S. 1
Südwest Presse	Der Tag X ist gekommen	1.10.10	Südwestumschau, S. 6
Südwest Presse	Dokumentation: Der Ablauf der Eskalation	1.10.10	Südwestumschau, S. 6
Südwest Presse	Mappus verteidigt Räumung	2.10.10	Titelseite, S. 1
Südwest Presse	Stuttgart 21: Instinktos und dilettantisch	2.10.10	Titelseite, S. 1
Südwest Presse	Zehntausende auf der Straße	2.10.10	Titelseite, S. 1
Südwest Presse	Einsatz war unverhältnismäßig	2.10.10	Im Brennpunkt, S. 4
Südwest Presse	Weicher Heri statt harter Hund	2.10.10	Im Brennpunkt, S. 4
Südwest Presse	Die ersten Bäume sind gefallen	2.10.10	Im Brennpunkt, S. 4
Südwest Presse	Bahnchef sorgt für neue Empörung	4.10.10	Titelseite, S. 1
Südwest Presse	Regierung in Erklärungsnot	4.10.10	Südwestumschau, S. 6
Südwest Presse	„Großdemos bis zur Wahl“	5.10.10	Titelseite, S. 1
Südwest Presse	„Die Ängste mit Fakten nehmen“	5.10.10	Südwestumschau, S. 5
Südwest Presse	Rech verliert Schirmherrschaft	5.10.10	Südwestumschau, S. 5
Südwest Presse	Immer noch zwei Demonstranten im Krankenhaus	5.10.10	Südwestumschau, S. 5
Südwest Presse	Gegner sehen sich im Aufwind	5.10.10	Südwestumschau, S. 5
Südwest Presse	Polizei gibt Gegnern Schuld	6.10.10	Titelseite, S. 1
Südwest Presse	„Es tut uns leid“	6.10.10	Südwestumschau, S. 6
Südwest Presse	Schulschwänzer sollen Stunden nachholen	6.10.10	Südwestumschau, S. 6
Südwest Presse	Stuttgarter CDU meldet nur ganz wenige Austritte	6.10.10	Südwestumschau, S. 6
Südwest Presse	Geißler soll vermitteln	7.10.10	Titelseite, S. 1

Südwest Presse	Stuttgart 21: Mappus reicht die Hand	7.10.10	Politik, S. 2
Südwest Presse	Mappus geht auf die Grünen zu	7.10.10	Politik, S. 3
Südwest Presse	Harte Fronten im Bundestag	7.10.10	Politik, S. 3

Tabelle 4: Variablen der Analyse

Begründungen der baden-württembergischen Landesregierung für den Einsatz unmittelbarer Gewalt	Nennungen von Verletztenzahlen
Titel	Quellen der Verletztenzahlen
Medium	Argumente für und gegen Stuttgart 21
Autorenschaft	Zeilenlänge der Argumente für und gegen Stuttgart 21
Ressort	Quellen der Berichterstattung über die Ereignisse
Länge der Berichterstattung	Themenkomplexe der Projektgegner
Stilformen	Themenkomplexe der Bahn
Platzierung der Berichterstattung	Themenkomplexe der Regierungsparteien
Gewaltakteure in der Berichterstattung	Themenkomplexe der Oppositionsparteien
Verletzte Akteure	Bewertung des Einsatzes durch die Quellen

A2 Ergebnistabellen

Tabelle 5: Anzahl der Beiträge nach Medien (n= 109)

Medium	Anzahl der Artikel absolut
SZ	17
F.A.Z.	15
StZ	52
Südwest Presse	25

Tabelle 6: Urheber der Berichterstattung (n=109)

Urheber	Anzahl der Artikel	Anteil der Beiträge (in gerundeten Prozent)
Journalist mit Name	69	63
Journalist bzw. Redaktion mit Kürzel	28	26
Nachrichtenagentur	3	3
Mischform: Redaktion bzw. Autor mit Agentur	4	4
Keine Kennzeichnung	5	5

Tabelle 7: Verteilung der Beiträge in Printmedien auf Ressorts (n=109)

Ressort	Anzahl der Artikel
Titelseite	30
Thema des Tages	6
Die Dritte Seite	6
Politik	22
Meinung	2
Lokales	43

Tabelle 8: Verteilung der Beiträge in der SZ auf Ressorts (n=17)

Ressort	Anzahl der Artikel
Titelseite	5
Thema des Tages	2
Die Dritte Seite	1
Politik	7
Meinung	2

Lokales	0
----------------	---

Tabelle 9: Verteilung der Beiträge in der F.A.Z. auf Ressorts (n=15)

Ressort	Anzahl der Artikel
Titelseite	5
Thema des Tages	0
Die Dritte Seite	0
Politik	10
Meinung	0
Lokales	0

Tabelle 10: Verteilung der Beiträge in der StZ auf Ressorts (n=52)

Ressort	Anzahl der Artikel
Titelseite	11
Thema des Tages	1
Die Dritte Seite	5
Politik	2
Meinung	0
Lokales	33

Tabelle 11: Verteilung der Beiträge in der Südwest Presse auf Ressorts (n=25)

Ressort	Anzahl der Artikel
Titelseite	9
Thema des Tages	3
Die Dritte Seite	0

Politik	3
Meinung	0
Lokales	10

Tabelle 12: Länge der Berichterstattung (n=109)

Länge	Anzahl der Artikel
Kurz	17
Mittel	87
Lang	6

Tabelle 13: Länge der Berichterstattung in der SZ (n=17)

Länge	Anzahl der Artikel
Kurz	3
Mittel	13
Lang	1

Tabelle 14: Länge der Berichterstattung in der F.A.Z. (n=15)

Länge	Anzahl der Artikel
Kurz	4
Mittel	11
Lang	2

Tabelle 15: Länge der Berichterstattung in der StZ (n=52)

Länge	Anzahl der Artikel
Kurz	3

Mittel	46
Lang	3

Tabelle 16: Länge der Berichterstattung in der Südwest Presse (n=25)

Länge	Anzahl der Artikel
Kurz	7
Mittel	17
Lang	0

Tabelle 17: Stilformen der Berichterstattung (n=109)

Stilform	Anzahl der Artikel
Meldung	10
Bericht	64
Interview	9
Reportage	13
Kommentar	10
Sonstiges	3

Tabelle 18: Platzierung der Berichterstattung (n=109)

Platzierung der Berichterstattung	Anzahl der Artikel
Titelseite	30
Seite 2 bis 5	46
Restliche Seiten	33

Tabelle 19: Stilformend der Berichterstattung in der SZ (n=17)

Stilform	Anzahl der Artikel
Meldung	2
Bericht	9
Interview	2
Reportage	1
Kommentar	3
Sonstiges	0

Tabelle 20: Stilformen der Berichterstattung in der F.A.Z (n=15)

Stilform	Anzahl der Artikel
Meldung	4
Bericht	8
Interview	0
Reportage	2
Kommentar	1
Sonstiges	0

Tabelle 21: Stilformen der Berichterstattung in der StZ (n=52)

Stilform	Anzahl der Beiträge
Meldung	1
Bericht	34
Interview	4
Reportage	7
Kommentar	3

Sonstiges	3
------------------	---

Tabelle 22: Stilformen der Berichterstattung in der Südwest Presse (n=25)

Stilform	Anzahl der Artikel
Meldung	3
Bericht	13
Interview	3
Reportage	3
Kommentar	3
Sonstiges	0

Tabelle 23: Gewaltakteure in der Berichterstattung (n=109)

Gewaltakteure	Anzahl der Artikel	Anteil der Beiträge (in gerundeten Prozent)
Demonstranten	25	23
Polizisten	52	48
Dementi über Demonstranten als Gewaltakteure	8	7

Tabelle 24: Gewaltakteure in der Berichterstattung der SZ (n=17)

Gewaltakteure	Anzahl der Artikel	Zahl der Nennungen
Demonstranten	3	3
Polizisten	7	10
Dementi über Gewaltakteure	0	0

Tabelle 25: Gewaltakteure in der Berichterstattung der F.A.Z. (n=15)

Gewaltakteure	Anzahl der Artikel	Zahl der Nennungen
Demonstranten	5	6
Polizisten	10	15
Dementi über Gewaltakteure	2	2

Tabelle 26: Gewaltakteure in der Berichterstattung der StZ (n=52)

Gewaltakteure	Anzahl der Artikel	Zahl der Nennungen
Demonstranten	11	18
Polizisten	22	32
Dementi über Gewaltakteure	4	5

Tabelle 27: Gewaltakteure in der Berichterstattung der Südwest Presse (n=25)

Gewaltakteure	Anzahl der Artikel	Zahl der Nennungen
Demonstranten	6	10
Polizisten	13	23
Dementi über Gewaltakteure	4	4

Tabelle 28: Verletzte Akteure (n=109)

Verletzte Akteure	Anzahl der Artikel
Demonstranten	37
Polizisten	7

Tabelle 29: Verletzte Akteure nach Printmedien nach der Anzahl der Artikel (n=109)

Printmedium	Verletzte Polizisten		Verletzte Demonstranten	
SZ	5	29 %	7	41%
F.A.Z.	3	20%	10	67%
StZ	12	23%	24	46%
Südwest Presse	6	24%	14	56%

Tabelle 30: Nennung von Verletztenzahlen (n=109)

Nennung von Verletztenzahlen	Anzahl der Nennungen
Ja	28
Nein	48

Tabelle 31: Quellen der verletzten Polizisten (n=7)

Quellen	Anzahl der Artikel
Regierungsparteien	7

Tabelle 32: Quellen der Verletztenzahlen (n=28)

Quellen der Verletztenzahlen	Anzahl der Nennungen
Parkschützer	6
Polizei	6
Landesregierung	2
Zeitung	1
Nicht ersichtlich	13

Tabelle 33: Argumente für und gegen Stuttgart 21 (n=109)

Argumente	Anzahl der Nennungen
Gegen Stuttgart 21	25
Für Stuttgart 21	57

Tabelle 34: Argumente gegen Stuttgart 21 (n=109)

Argumente gegen Stuttgart 21	Anzahl der Nennungen
Bürger wurden übergangen	5
Artenschutz	11
Zu teuer	4
Verlust an Lebensqualität	2
Unkenntnis über Risiken	1
Abbruch nicht so teuer	1
Mineralquellen	1

Tabelle 35: Argumente für Stuttgart 21 (n=109)

Argumente für Stuttgart 21	Anzahl der Nennungen
Zukunftsweisendes Projekt	5
Demokratisch legitimiert	31
Nachhaltigkeit	6
Wirtschaftlicher Aufschwung	4
Städtebauliche Entwicklung	6
Internationales Projekt	3
Kosten für Abbruch sind zu teuer	2

Tabelle 36: Argumente gegen Stuttgart 21 in der SZ (n=17)

Argumente gegen Stuttgart 21	Anzahl der Nennungen
Bürger wurden übergangen	1

Tabelle 37: Argumente für Stuttgart 21 in der SZ (n=17)

Argumente gegen Stuttgart 21	Anzahl der Nennungen
Einbindung in die europäische Trassenführung	2
Demokratisch legitimiert	7
Zukunftsweisendes Projekt	2
Nachhaltigkeit	1
Städtebauliche Entwicklung	3
Schaffung von Arbeitsplätzen	1
International verpflichtet	1
insgesamt	17

Tabelle 38: Argumente gegen Stuttgart 21 in der F.A.Z. (n=15)

Argumente gegen Stuttgart 21	Anzahl der Nennungen
Bürger wurden übergangen	2
Zu teuer	1
Verlust an Lebensqualität	1
Artenschutz	2
Abbruch nicht so teuer	1
Mineralquellen	1
insgesamt	8

Tabelle 39: Argumente für Stuttgart 21 in der F.A.Z. (n=15)

Argumente für Stuttgart 21	Anzahl der Nennungen
Demokratisch legitimiert	5
Städtebauliche Entwicklung	2
wirtschaftlich	1
Kosten bei Abbruch sind zu teuer	2
Nachhaltigkeit	1
Schaffung von Arbeitsplätzen	1
insgesamt	12

Tabelle 40: Argumente gegen Stuttgart 21 in der StZ (n=52)

Argumente gegen Stuttgart 21	Anzahl der Nennungen
Artenschutz	7
Zu teuer	2
Verlust an Lebensqualität	1
Bürger werden übergangen	1
insgesamt	11

Tabelle 41: Argumente für Stuttgart 21 in der StZ (n=52)

Argumente für Stuttgart 21	Anzahl der Nennungen
Zukunftsweisendes Projekt	2
Demokratisch legitimiert	15
Nachhaltigkeit	2
Verbesserungen	1
Schaffung von Arbeitsplätzen	1

Städtebauliche Entwicklung	1
insgesamt	22

Tabelle 42: Argumente gegen Stuttgart 21 in der Südwest Presse (n=25)

Argumente gegen Stuttgart 21	Anzahl der Nennungen
Bürger wurden übergangen	1
Zu teuer	1
Unkenntnis über Risiken	1
Artenschutz	2
insgesamt	5

Tabelle 43: Argumente für Stuttgart 21 in der Südwest Presse (n=25)

Argumente für Stuttgart 21	Anzahl der Nennungen
Zukunftsweisendes Projekt	2
Demokratisch legitimiert	4
Nachhaltigkeit	1
insgesamt	7

Tabelle 44: Zeilenlänge der Argumente für und gegen Stuttgart 21 nach Medium (n=109)

Medium	Argumente gegen S21	Argumente für S21
SZ	3	33
F.A.Z.	20,5	48,5
StZ	95	70
Südwest Presse	14	21
insgesamt	132,5	172,5

Tabelle 45: Quellen der Berichterstattung über die Ereignisse im Schlossgarten
(n=109)

Quellen der Berichterstattung	Anzahl der Nennungen
Regierungsparteien	78
Oppositionsparteien	72
Bahn	3
Polizei	46
Projektgegner	37
Ärzte	2
Bürger	2
Medien	9
Kirche	4
Ämter	3
Sonstige	7

Tabelle 46: Quellen der Berichterstattung über die Ereignisse im Schlossgarten in der
SZ (n=17)

Quellen der Berichterstattung	Anzahl der Nennungen
Regierung	12
Opposition	12
Bahn	3
Polizei	6
Projektgegner	2
Ärzte	1

Tabelle 47: Quellen der Berichterstattung über die Ereignisse im Schlossgarten in der F.A.Z. (n=15)

Quellen der Berichterstattung	Anzahl der Nennungen
Regierung	17
Opposition	17
Polizei	5
Projektgegner	4
Bürger	2
Medien	2

Tabelle 48: Quellen der Berichterstattung über die Ereignisse im Schlossgarten in der StZ (n=52)

Quellen der Berichterstattung	Anzahl der Nennungen
Regierung	35
Opposition	27
Polizei	23
Projektgegner	24
Medien	7
Kirche	4
Ämter	3
Sonstige	3

Tabelle 49: Quellen der Berichterstattung über die Ereignisse im Schlossgarten in der Südwestpresse (n=25)

Quellen der Berichterstattung	Anzahl der Nennungen
Regierung	14
Opposition	16

Bahn	0
Polizei	12
Projektgegner	7
Ärzte	1
Sonstige	4

Tabelle 50: Themenkomplexe der Projektgegner (n=109)

Themenkomplexe	Anzahl der Nennungen
Zahl der Verletzten	6
Kritik am Polizeieinsatz	11
Verantwortung Mappus	3
Demonstranten waren friedlich	5
Fakten	7

Tabelle 51: Themenkomplexe der Bahn (n=109)

Themenkomplexe	Zahl der Nennungen
Rechtfertigung des Einsatzes	4
Bedauern	2
Instrumentalisierung der Kinder	1
Bahnhof wird gebaut	2

Tabelle 52: Themenkomplexe der Polizei

Rechtfertigung des Einsatzes	27
Bedauern	2
Fakten	13

Fehlereingeständnis	4
Zahl der Verletzten	2

Tabelle 53: Themenkomplexe der Regierungsparteien (n=109)

Themenkomplexe	Anzahl der Nennungen
Rechtfertigung des Einsatzes	33
Signalisierung von Gesprächsbereitschaft	4
Bedauern über Verletzte	15
Fakten	5
Instrumentalisierung der Kinder	4
Dementi/keine Beweise über Gewaltbereitschaft der Demonstranten	3
Rücktrittsangebot	2
Kritik am Polizeieinsatz	5
Politisches Nachspiel des Einsatzes	6
Schülerdemonstration rechtmäßig?	2
Betroffenheit	2
Kritik an Grünen	1
Fehlereingeständnis	1
Dementi des Rücktritts	1
Atmosphäre beruhigen	1
Bahnhof wird gebaut	1

Tabelle 54: Themenkomplexe der Opposition (n=109)

Themenkomplexe	Anzahl der Nennungen
-----------------------	-----------------------------

Erwartung einer Aufklärung	6
Entschuldigung für unangebrachte Wortwahl	2
Kritik am Einsatz	32
Rücktrittsforderung an Rech	4
Verantwortung Mappus	18
Kritik an Kriminalisierung der Demonstranten	2
Demonstranten waren friedlich	3
Verantwortung Merkels	2
Fakten	1

Tabelle 55: Themenkomplexe der Ärzte (n=109)

Themenkomplex	Anzahl der Nennungen
Verletzte	2

Tabelle 56: Themenkomplexe von Sonstige (n=109)

Themenkomplex	Anzahl der Nennungen
Kritik am Einsatz	4
Verantwortung Mappus	1
Fakten	1
Sonstiges	2

Tabelle 57: Themenkomplexe der Bürger (n=109)

Themenkomplex	Anzahl der Nennungen
Kritik am Einsatz	2

Tabelle 58: Themenkomplexe der Medien (n=109)

Themenkomplex	Anzahl der Nennungen
Rechtfertigung des Einsatzes	2
Fakten	2
Fehlereingeständnis	1
Kritik am Einsatz	5

Tabelle 59: Themenkomplexe der Ämter (n=109)

Themenkomplex	Anzahl der Nennungen
Fakten	2

Tabelle 60: Themenkomplexe der Kirche (n=109)

Themenkomplex	Anzahl der Nennungen
Kritik am Einsatz	3
Friedfertigkeit der Demonstranten	1
Rechtfertigung des Einsatzes	1
Sonstiges	1

Tabelle 61: Bewertung des Einsatzes durch die Quellen nach den Nennungen (n=109)

Bewertung	positiv	negativ	neutral
SZ	19	15	8
F.A.Z.	13	31	6
StZ	40	71	15
Südwest Presse	17	49	13
insgesamt	89	166	42

A3 Codebuch

Projekt:

Presseberichterstattung in Deutschland über die Ausschreitungen im Stuttgarter Schlossgarten am 30. September 2010 in Stuttgart.

Einleitung:

Die vorliegende Untersuchung will die deutsche Presseberichterstattung über die Ausschreitungen im Stuttgarter Schlossgarten am 30. September 2010 beschreiben. Die Analyse beschränkt sich auf Themen und einige zentrale Argumente.

Formale Identifikationszahlen

Zeitungskennziffern:

- 01 Süddeutsche Zeitung
- 02 Frankfurter Allgemeine Zeitung
- 03 Stuttgarter Zeitung
- 04 Südwest Presse

Länge der Berichterstattung

2=lang

1=mittel

0=kurz

Ressort

5=Lokales

4=Meinung

3=Seite Drei

2=Thema des Tages

1=Politik

0=Titelseite

Urheber der Berichterstattung

4=JournalistIn mit Name

3=JournalistIn bzw. Redaktion mit Kürzel

3=Nachrichtenagentur

1=Mischform: Redaktion bzw. AutorIn mit Agentur

0=keine Kennzeichnung

Stilformen der Berichterstattung

5=Sonstiges

4= Interview

3=Reportage

2=Meldung

1=Kommentar

0=Bericht

Datum:

Tag 01 - 31

Monat 10

Jahr 2010

Artikel Nr.:

Beiträge zum schwarzen Donnerstag pro Zeitung fortlaufend durchnummerieren. Beginnend mit 01 auf Seite 1 links oben, dann nach rechts und nach unten weitergehend; ebenso auf den folgenden Seiten.

Artikel:

Als Artikel gilt ein umbruchtechnisch abgesetzter Beitrag. Bildillustrationen werden nicht berücksichtigt.

Thema Schwarzer Donnerstag

Das Thema ist behandelt, wenn ein Artikel im Text die Zeichenfolge „Stuttgart 21“ beinhaltet. Um sicherzugehen, dass nur Artikel analysiert werden, deren Thema die Ausschreitungen im Schlossgarten sind, werden in Folge aus den vorher gewonnen Artikeln nur jene berücksichtigt, in denen folgende Wörter bzw. Wortteile vorkommen: Polizeieinsatz, Eskalation, eskalieren, eskaliert, Wasserwerfer, Schülerdemonstration, Schülerdemo, Schülerstreik, Provokation, Auseinandersetzungen, Donnerstag.

Untersuchungsmaterial und Analysezeitraum

Codiert werden alle Artikel zum Thema der Ausschreitungen im Stuttgarter Schlossgarten am 30. September 2010 in den Medien, die in der Medienliste aufgeführt sind. Der Analysezeitraum erstreckt sich vom 1.10.2010 bis zum 7.10.2010. Die Ressorts Wirtschaft, Feuilleton und Sport werden nicht berücksichtigt.

ALLGEMEINE CODIERANWEISUNGEN

CA 1: Bitte suchen Sie die Texte nach Äußerungen ab, die in eine der Kategorien des Kategoriensystems passen. Alle im Sinne des Kategoriensystems irrelevanten Äußerungen bleiben unberücksichtigt und können bei der Codierung übergangen werden.

CA 2: Eine Äußerung ist jede grammatikalisch vollständige Aussage, die einen eigenständigen Bedeutungsgehalt repräsentiert. Die formale Einheit „Satz“ kann also mit einer Äußerung identisch sein, es kann aber auch vorkommen, dass ein Satz mehrere Äußerungen enthält.

Beispiel: Zwar bedaure er, dass es "auf beiden Seiten" Verletzte gegeben habe, aber unter den Projektgegnern seien nur die verletzt worden, die auf Konfrontation gegangen seien.

Dieser Satz wird sowohl negativ bewertet (Bedauert Verletzte) als auch positiv (Rechtfertigung des Einsatzes).

CA 3: Eine Kategorie kann jedoch nur einmal pro Artikel vergeben werden. Ausnahmen sind die Quellen der Berichterstattung, Argumente pro und contra Stuttgart 21, verletzte Akteure, Themenkomplexe der Quellen sowie die Bewertung der Quellenaussagen.

CA 4: Bei jedem Indikator ist vor der Zuordnung zu einer Kategorie zu prüfen, ob auch noch alternative Interpretationen möglich sind. Gibt es wenigstens eine hinreichend plausible Alternativerklärung, dann darf nicht codiert, bzw. es muss ggf. die übergeordnete, allgemeinere Kategorie benutzt werden.

KATEGORIENSYSTEM

10 Länge der Berichterstattung

- 11 Kurz
- 12 Mittel
- 13 Lang

20 Gewaltakteure in der Berichterstattung

- 21 Polizisten als Gewaltakteure
- 22 Demonstranten als Gewaltakteure
- 23 Dementi

30 Verletzte Akteure

- 31 Polizisten
- 32 Demonstranten

40 Quellen der Verletztenzahlen

- 41 Projektgegner
- 42 Polizei
- 43 Landesregierung

44 nicht ersichtlich

50 Verletztenzahlen

51 ja

52 nein

60 Argumente gegen Stuttgart 21

61 Artenschutz

62 zu teuer

63 Verlust an Lebensqualität

64 Bürger wurden übergangen

65 Unkenntnis über Risiken

66 Abbruch nicht so teuer

67 Mineralquellen

70 Argumente für Stuttgart 21

71 Zukunftsweisendes Projekt

72 Demokratisch legitimiert

73 Nachhaltigkeit

74 Wirtschaftlicher Aufschwung

75 Städtebauliche Entwicklung

76 Internationales Projekt

77 Kosten für Abbruch sind zu teuer

80 Quellen der Berichterstattung

81 Regierungsparteien

82 Oppositionsparteien

83 Bahn

- 84 Polizei
- 85 Projektgegner
- 86 Ärzte
- 87 Bürger
- 88 Medien
- 89 Kirche
- 90 Ämter
- 91 Sonstige

100 Themenkomplexe

- 101 Zahl der Verletzten
- 102 Kritik am Polizeieinsatz
- 103 Verantwortung Mappus
- 104 Friedfertigkeit der Demonstranten
- 105 Fakten
- 106 Rechtfertigung des Einsatzes
- 107 Bedauern über Verletzte
- 108 Bahnhof wird gebaut
- 109 Fehlereingeständnis
- 110 Signalisierung von Gesprächsbereitschaft
- 111 Instrumentalisierung der Kinder
- 112 Dementi/ keine Beweise über Gewaltbereitschaft der Demonstranten
- 113 Rücktrittsangebot
- 114 Fakten über das Nachspiel des Einsatze
- 115 Schülerdemonstration rechtmäßig?
- 116 Betroffenheit
- 117 Kritik an Grüne

- 118 Dementi des Rücktritt
- 119 Atmosphäre beruhigen
- 120 Erwartung einer Aufklärung
- 121 Entschuldigung für unangebrachte Wortwahl
- 122 Rücktrittsforderung an Rec
- 123 Kritik an der Kriminalisierung der Demonstranten
- 124 Verantwortung Merkel
- 125 Sonstiges

130 Bewertung der Quellaussage

- 131 positiv
- 132 negativ
- 133 neutral

KATEGORIEDEFINITIONEN

10 Länge der Berichterstattung

Hier wird der gesamte Artikel, der in den untersuchten Printmedien publiziert wurde, nach seiner Länge beurteilt

11 Kurz

Darunter fallen alle Artikel, die kürzer als 1/8 Zeitungsseite sind.

12 Mittel

Darunter fallen alle Artikel, die zwischen 1/8 und kürzer als 3/4 Seite sind.

13 Lang

Darunter fallen alle Artikel, die eine 3/Seite oder länger lang sind.

20 Gewaltakteure in der Berichterstattung

Darunter fallen alle Akteure, die bei den Auseinandersetzungen im Schlossgarten als Akteure beschrieben werden, die Gewalt anwenden. Darüber hinaus fallen in dieser Kategorie auch alle Aussagen, die gewaltbereite Personen oder Personengruppen beschreiben. Formen der Blockade sind nicht in diese Kategorie aufzunehmen.

Beispiel: Die Polizei sei aus der Schülerdemonstration heraus mit Pfefferspray und kleinen Steinen angegriffen worden.

21 Polizisten als Gewaltakteure

Darunter fallen alle Polizisten, die in der Berichterstattung über den 30. September 2010 bei den Auseinandersetzungen im Schlossgarten als gewaltbereit beschrieben werden. Als gewaltbereit werden alle Handlungen eingestuft, die Formen des unmittelbaren Zwangs darstellen wie der Einsatz von Wasserwerfern, Pfefferspray, Schlagstöcken sowie andere Formen der physischen Gewalt usw. Darüber hinaus fallen darunter alle Aussagen über gewaltbereite Polizisten.

Beispiel: Später seien sie ihrerseits mit Pfefferspray und Wasserwerfern gegen die Protestierer vorgegangen.

22 Demonstranten als Gewaltakteure

Darunter fallen zum einen alle Beschreibungen über gewaltbereite Demonstranten im Zuge der Auseinandersetzungen im Schlossgarten am 30. September 2010. Gewaltbereite Handlungen sind das Werfen von Pflastersteinen, Rauchbomben, Angreifen von Polizisten usw. Formen des zivilen Ungehorsams wie das Blockieren fallen nicht in diese Kategorie. Zum anderen fallen darunter alle Äußerungen von

Personen, die die Demonstranten als gewaltbereit beschreiben.

Beispiel: Die Polizei sei aus der Schülerdemonstration heraus mit Pfefferspray und kleinen Steinen angegriffen worden.

Beispiel: „Der Rechtsstaat darf nicht vor der Agitation linksextremistischer Protest-Anführer zurückweichen“, sagte Strobl, der sich hinter das Vorgehen der Polizei stellt.

23 Dementi

Darunter fallen alle Äußerungen, in denen die baden-württembergische Landesregierung Aussagen über die Gewaltebreitschaft der Demonstranten zurücknehmen muss und/oder Aussagen, in denen eingeräumt wird, dass noch keine Beweise für gewaltbereite Demonstranten vorliegen.

Beispiel: Zuvor hatte der CDU-Politiker eingeräumt, dass es noch keine handfesten Beweise dafür gebe, dass die Gewalt zuerst von den Demonstranten ausgegangen ist.

30 Verletzte Akteure

Darunter fallen alle Äußerungen, in denen von Verletzten die Rede ist.

Beispiel: Die Beamten waren am Donnerstag mit Wasserwerfern und Tränengas gegen Demonstranten vorgegangen, dabei wurden nach Polizeiangaben mindestens 130 Menschen verletzt.

31 Polizisten

Darunter fallen Äußerungen, in denen von verletzten Polizisten gesprochen oder verletzte Polizisten, Verletzungen von Polizisten usw. beschrieben werden.

Beispiel: Niemand wolle, dass Bürger, Schüler oder Polizisten zu Schaden kämen.

32 Demonstranten

Darunter fallen alle Äußerungen, in denen von verletzten Demonstranten gesprochen oder verletzte Demonstranten, Verletzungen von Demonstranten infolge der Wasserwerfer usw. beschrieben werden.

Beispiel: Zwei junge Demonstranten stützen den älteren Herren, seine Augen sind angeschwollen, Blut rinnt die Wangen hinunter.

40 Quellen der Verletztenzahlen

Darunter fallen alle Akteure, die sich hinsichtlich der Höhe der Verletztenzahlen äußern.

Beispiel: Baden-Württembergs Ministerpräsident Stefan Mappus (CDU) bedauerte,

dass beim Polizeieinsatz Hunderte Menschen verletzt wurden.

41 Projektgegner

Darunter fallen alle Äußerungen, in denen Projektgegner, wie Parkschützer, Demonstranten usw., indirekt oder direkt hinsichtlich Verletztenzahlen zitiert werden.

Beispiel: Bis zum Abend wurden nach Angaben der Projektgegner Hunderte Personen verletzt.

42 Polizei

Darunter fallen alle Äußerungen, in denen die Polizei indirekt oder direkt hinsichtlich Verletztenzahlen zitiert wird.

Beispiel: Die Beamten waren am Donnerstag mit Wasserwerfern und Tränengas gegen Demonstranten vorgegangen, dabei wurden nach Polizeiangaben mindestens 130 Menschen verletzt.

43 Landesregierung

Darunter fallen alle Äußerungen, in denen Vertreter der Landesregierung, wie der Ministerpräsident, Innenminister usw., indirekt oder direkt hinsichtlich Verletztenzahlen zitiert wird.

Beispiel: Baden-Württembergs Ministerpräsident Stefan Mappus (CDU) bedauerte, dass beim Polizeieinsatz Hunderte Menschen verletzt wurden.

44 nicht ersichtlich

Darunter fallen alle Äußerungen über Verletztenzahlen, die keiner Quelle zuzuordnen sind.

Beispiel: Zu diesem hatte nicht zuletzt der massive Polizeieinsatz vom vergangenen Donnerstag im Schlosspark beigetragen, bei dem mehrere hundert Demonstranten verletzt wurden.

50 Verletztenzahlen

Darunter fallen alle Äußerungen, in denen von verletzten Demonstranten oder Polizisten die Rede ist.

Beispiel: Bei der Räumung des Stuttgarter Schlossgartens sind gestern hunderte Demonstranten verletzt worden.

51 ja

Darunter fallen alle Äußerungen, in denen Verletztenzahlen publiziert werden.

Beispiel: Bei der Räumung des Stuttgarter Schlossgartens sind gestern hunderte Demonstranten verletzt worden.

52 nein

Darunter fallen alle Äußerungen, in denen keine Verletztenzahlen publiziert werden.

Beispiel: Der Stuttgarter Oberbürgermeister Wolfgang Schuster (CDU) räumte ein, dass auch Kinder verletzt wurden.

60 Argumente gegen Stuttgart 21

Darunter fallen alle Äußerungen, die sich gegen den Bau von Stuttgart 21 wenden, das Projekt kritisieren usw.

Beispiel: Grünen-Chef Cem Özdemir erklärte zu Grubes Einlassungen: "In Unkenntnis über die wahren Kosten und Risiken wurde über dieses Projekt in Parlamenten abgestimmt."

61 Artenschutz

Darunter fallen alle Äußerungen, die das Projekt Stuttgart 21 kritisieren, da dadurch Lebensraum geschützter Tiere zerstört wird usw.

Beispiel: Gegner wollen jetzt klagen, weil angeblich den Belangen des gefährdeten, im Schlosspark heimischen Juchtenkäfers und jenen der Fledermäuse bei der Baumfällaktion nicht Genüge getan wurde.

62 zu teuer

Darunter fallen alle Äußerungen, in denen kritisiert wird, dass das Projekt Stuttgart 21 zu teuer ist, das Geld für etwas anderes gebraucht wird usw.

Beispiel: Grünen-Chef Cem Özdemir erklärte zu Grubes Einlassungen: "In Unkenntnis über die wahren Kosten und Risiken wurde über dieses Projekt in Parlamenten abgestimmt."

63 Verlust an Lebensqualität

Darunter fallen alle Äußerungen, die beklagen, dass infolge von Stuttgart 21 die Lebensqualität sinken wird, etwa durch weniger Grünanlagen usw.

Beispiel: "Der Park ist einer der wenigen Grünflächen in der Stadt, wo man sich mit den Kindern frei bewegen kann." Wo die Söhne Rad fahren können, ohne an der nächsten Bordsteinkante wieder absteigen zu müssen.

64 Bürger wurden übergangen

Darunter fallen alle Äußerungen, in denen zum Ausdruck kommt, dass sich die Bürger übergangen fühlen, die Bürger vor Beginn des Baus nicht involviert waren

usw.

Beispiel: Und der Versuch eines runden Tisches zeigt ja, dass auch der Staat gemerkt hat, "wir haben zwar bestimmte Dinge entschieden und festgelegt, aber offensichtlich haben wir die Menschen dabei einfach übergangen".

65 Unkenntnis über Risiken

Darunter fallen alle Äußerungen, in denen kritisiert wird, dass nicht genügend über die Risiken, die im Zusammenhang mit Stuttgart 21 auftreten können, aufgeklärt wurde.

Beispiel: Grünen-Chef Cem Özdemir erklärte zu Grubes Einlassungen: "In Unkenntnis über die wahren Kosten und Risiken wurde über dieses Projekt in Parlamenten abgestimmt."

66 Abbruch nicht so teuer

Darunter fallen alle Äußerungen, in denen darauf eingegangen wird, dass ein Abbruch von Stuttgart 21, das Einstellen des Projekts usw. nicht so teuer ist wie von den Befürwortern ausgegeben.

Beispiel: Gegner des Vorhabens zweifeln jedoch an, dass die Rückabwicklung so teuer wäre.

67 Mineralquellen

Darunter fallen alle Äußerungen, in denen die Risiken für die Mineralquellen durch das Bahnprojekt Stuttgart 21 thematisiert werden.

Beispiel: Die Bürger fühlten sich verschaukelt, weil mit dem Abriss des Seitenflügels in der Ferienzeit begonnen worden sei, und viele hätten auch noch Angst, dass "das Allerheiligste", die Mineralquellen, Schaden nehmen könnten.

70 Argumente für Stuttgart 21

Darunter fallen alle Äußerungen, in denen Argumente für den Bau von Stuttgart 21 gebracht werden wie etwa die Schaffung von Arbeitsplätzen oder dass das Projekt demokratisch legitimiert ist.

Beispiel: "In einem Rechtsstaat muss man darauf achten, dass Entscheidungen nicht nur getroffen, sondern auch umgesetzt werden."

71 Zukunftsweisendes Projekt

Darunter fallen alle Äußerungen, die hervorheben, dass Stuttgart 21 ein Projekt ist, dass zukunftsweisend ist, eine Chance für die Zukunft ist usw.

Beispiel: "Ist es den verhältnismäßig, dass ein Zukunftsprojekt wie Stuttgart 21 unsere

Gesellschaft derart spaltet?"

72 Demokratisch legitimiert

Darunter fallen alle Äußerungen, die darauf verweisen, dass Stuttgart 21 ein demokratisch legitimiertes Projekt, ein Projekt ist, dass durch alle Instanzen gegangen ist, in einem Rechtsstaat Entscheidungen auch umgesetzt werden müssen, rechtmäßig zustandegekommen ist usw.

Beispiel: "In einem Rechtsstaat muss man darauf achten, dass Entscheidungen nicht nur getroffen, sondern auch umgesetzt werden."

Beispiel: Sie bekräftigte, dass sie Stuttgart 21 für sinnvoll halte, weil es um eine europäische Trassenführung und die Verlässlichkeit der Politik gehe.

73 Nachhaltigkeit

Darunter fallen alle Aussagen, die die Nachhaltigkeit des Projekts hervorheben, wie die Verlagerung von der Straße auf die Schiene, Vorteile für die Umwelt, dass die Region zu einer Musterregion der Nachhaltigkeit wird, ökologisches Stadtviertel usw.

Beispiel: Es sei notwendig, den Verkehr auf die Schienen zu verlegen, so Goll.

74 Wirtschaftlicher Aufschwung

Darunter fallen alle Äußerungen, die hervorheben, dass Stuttgart 21 neue Arbeitsplätze schafft, wirtschaftlich ist, dem wirtschaftlichen Aufschwung dient usw.

Beispiel: Es entstehen langfristig 10 000 neue Arbeitsplätze.

75 Städtebauliche Entwicklung

Darunter fallen alle Äußerungen, die hervorheben, dass Stuttgart 21 der städtebaulichen Entwicklung dient, einen Gewinn für die Stadt stellt, etwa durch die Schaffung von Grünflächen, neuen Wohngebieten usw.

Beispiel: "Der neue Bahnhof ist aus städtebaulicher Sicht ein sensationeller Gewinn für die Stadt", sagte der Minister.

76 Internationales Projekt

Darunter fallen alle Äußerungen, die hervorheben, dass Stuttgart 21 international verpflichtet ist, den Bau zu Ende zu bringen, es sich um eine Einbindung in die europäische Trassenführung handelt usw.

Beispiel: Sie bekräftigte, dass sie Stuttgart 21 für sinnvoll halte, weil es um eine europäische Trassenführung und die Verlässlichkeit der Politik gehe.

77 Kosten für Abbruch sind zu teuer

Darunter fallen alle Äußerungen, die hervorheben, dass ein Abbruch des Projekts zu teuer ist, ein Abbruch des Projekts nicht wirtschaftlich ist usw.

Beispiel: Ein Abbruch des Projekts würde nach Bahnangaben rund 1,5 Milliarden Euro kosten. Hinzu kämen (weil wegen Stuttgart 21 über Jahre Investitionen unterlassen wurden) notwendige Sanierungsarbeiten an Bahnhof und Fahrweg in etwa derselben Höhe. Nach Rechnung der Bahn würden also etwa drei Milliarden Euro fällig, ohne dass es einen vorzeigbaren Mehrwert gäbe.

80 Quellen der Berichterstattung

Darunter fallen alle Personen und Personengruppen, die in einer Äußerung, die sich auf die Ausschreitungen vom 30. September 2010 in Stuttgart bezieht, direkt oder indirekt zitiert sind.

Beispiel: Der grüne Bundestagsabgeordnete Winfried Hermann erklärte, das Vorgehen der Polizei sei „an Brutalität und Rücksichtslosigkeit nicht zu überbieten.“

81 Regierungsparteien

Darunter fallen alle Personen und Personengruppen, die Mitglied der CDU und der FDP sowie Ministerien und ihre Mitarbeiter sind und die in einer Äußerung, die sich auf die Ausschreitungen vom 30. September 2010 in Stuttgart bezieht, direkt oder indirekt zitiert sind.

Beispiel: Mappus verteidigte den Polizeieinsatz: „Ich stelle mich hinter unsere Beamtinnen und Beamten.“ Die Polizisten seien von Demonstranten mit Flaschen beworfen worden.

82 Oppositionsparteien

Darunter fallen alle Personen und Personengruppen, die nicht Mitglied der CDU und FPD sind und keinem Ministerium angehören und, die in einer Äußerung, die sich auf die Ausschreitungen vom 30. September 2010 in Stuttgart bezieht, direkt oder indirekt zitiert sind.

Beispiel: Der grüne Bundestagsabgeordnete Winfried Hermann erklärte, das Vorgehen der Polizei sei „an Brutalität und Rücksichtslosigkeit nicht zu überbieten.“

83 Bahn

Darunter fallen alle Personen und Personengruppen, die bei der Bahn arbeiten, die in einer Äußerung, die sich auf die Ausschreitungen vom 30. September 2010 in Stuttgart bezieht, direkt oder indirekt zitiert sind.

Beispiel: Er [Grube] war selbst am Donnerstagabend bei den Demonstranten in

Stuttgart, um sich einen Eindruck zu verschaffen, und er sagt, er komme schon seit Monaten nicht mehr durch mit Argumenten bei den Gegnern des Bahnhofs: „Ich werde dort angespuckt und geschlagen.“

84 Polizei

Darunter fallen alle Angehörigen der Polizei, seien es Personen oder Personengruppen, die in einer Äußerung, die sich auf die Ausschreitungen vom 30. September 2010 in Stuttgart bezieht, direkt oder indirekt zitiert sind.

Beispiel: Die Beamten waren am Donnerstag mit Wasserwerfern und Tränengas gegen Demonstranten vorgegangen, dabei wurden nach Polizeiangaben mindestens 130 Menschen verletzt.

85 Projektgegner

Darunter fallen alle Personen und Personengruppen, die Projektgegner sind, wie Parkschützer, Demonstranten, Schüler der Schülerdemonstration, Landesjugendring usw., die in einer Äußerung, die sich auf die Ausschreitungen vom 30. September 2010 in Stuttgart bezieht, direkt oder indirekt zitiert sind.

Beispiel: Doch nun scheint Mappus den Vergleich mit dem von Silvester Stallone gespielten Vietnam-Veteranen, der seine Sache ohne Rücksicht auf Verluste verfocht, nicht weiter zu scheuen - zumindest aus Sicht von Volker Lösch. "Das ist Rambos Truppe", kommentiert der Regisseur am Schauspiel Stuttgart den Aufmarsch der Polizei.

86 Ärzte

Darunter fallen alle Personen und Personengruppen, die in einer Äußerung, die sich auf die Ausschreitungen vom 30. September 2010 in Stuttgart bezieht, direkt oder indirekt zitiert sind und die als Arzt, Sprecher eines Krankenhauses usw. tätig sind.

Beispiel: Der 22-Jährige müsse intensiv ambulant behandelt werden, so ein Klinikarzt, voraussichtlich bleiben ihm Folgeschäden.

87 Bürger

Darunter fallen alle Personen und Personengruppen, die in einer Äußerung, die sich auf die Ausschreitungen vom 30. September 2010 in Stuttgart bezieht, direkt oder indirekt zitiert sind.

Beispiel: Auch Anissi Adrienne, eine junge Mutter, ist empört: "Egal, was man von ‚Stuttgart 21‘ hält, ich halte es für unverantwortlich, wie die Polizei die Schülerdemonstration aufgelöst hat."

88 Medien

Darunter fallen alle Zeitungen, die in einer Äußerung, die sich auf die Ausschreitungen vom 30. September 2010 in Stuttgart bezieht, direkt oder indirekt

zitiert sind.

Beispiel: Nach StZ-Informationen sei das Deutsche Rote Kreuz (DRK) im Vorfeld nicht über den Großeinsatz der Polizei informiert gewesen.

89 Kirche

Darunter fallen alle Personen und Personengruppen, die in einer Äußerung, die sich auf die Ausschreitungen vom 30. September 2010 in Stuttgart bezieht, direkt oder indirekt zitiert sind.

Beispiel: Der katholische Stadtdekan Michael Brock hatte am Freitag vergangener Woche den bislang einzigen Vermittlungsversuch zwischen Befürwortern und Gegnern moderiert - gestern zeigte auch er sich ernüchtert. Er sei am Donnerstag vier Stunden lang im Schlossgarten gewesen und könne nur sagen, dass der Polizeieinsatz nicht verhältnismäßig war: "Es ist nicht akzeptabel, mit Wasserwerfern gegen Schüler vorzugehen."

90 Ämter

Darunter fallen alle Personen und Personengruppen, die in einer Äußerung, die sich auf die Ausschreitungen vom 30. September 2010 in Stuttgart bezieht, direkt oder indirekt zitiert sind.

Beispiel: Das Amt für öffentliche Ordnung bestätigt die Aussagen der Initiative: demnach war der Schülerstreik seit dem 24. September angemeldet. Auch die Route bis zur Abschlusskundgebung im Schlossgarten war genehmigt worden.

91 Sonstige

Darunter fallen alle Personen und Personengruppen, die in einer Äußerung, die sich auf die Ausschreitungen vom 30. September 2010 in Stuttgart bezieht, direkt oder indirekt zitiert sind und keiner der oben angeführten Kategorien zuzuordnen sind.

Beispiel: "Wir haben seitdem pro Tag 50 bis 100 Mails und Anfragen von Reiseveranstaltern und Individualreisenden, die plötzlich Bedenken haben wegen des Reiseziels Stuttgart und fragen, ob es hier tatsächlich so unsicher ist", sagt der Touristikchef Armin Dellnitz.

100 Themenkomplexe

Darunter fallen alle Äußerungen, die von den Quellen der Berichterstattung über die Ereignisse direkt oder indirekt zitiert werden.

Beispiel: Das Amt für öffentliche Ordnung bestätigt die Aussagen der Initiative: demnach war der Schülerstreik seit dem 24. September angemeldet. Auch die Route bis zur Abschlusskundgebung im Schlossgarten war genehmigt worden.

101 Zahl der Verletzten

Darunter fallen alle Äußerungen über die Höhe von Verletztenzahlen, die von den Quellen der Berichterstattung direkt oder indirekt zitiert werden.

Beispiel: Nach Angaben der Aktivisten erlitten 300 bis 400 Menschen, darunter auch Jugendliche, leichte Augenverletzungen durch Pfefferspray und die Wasserwerfer.

102 Kritik am Polizeieinsatz

Darunter fallen alle Äußerungen, die den Polizeieinsatz kritisieren, etwa aufgrund seiner Brutalität, Unverhältnismäßigkeit usw.

Beispiel: Diese Machtdemonstration stört mich, die Polizei war absolut nicht friedlich", sagt sie.

103 Verantwortung Mappus

Darunter fallen alle Äußerungen, die Mappus verantwortlich für die Eskalation machen, Mappus beschuldigen gezielt für eine Eskalation gesorgt zu haben, Wahl-Kalkül als Grund für die Eskalation sehen usw.

Beispiel: Der Grünen-Parteivorsitzende Özdemir warf Mappus vor, die Lage gezielt zu eskalieren, um "bürgerliche" Demonstranten von anderen zu trennen.

104 Friedfertigkeit der Demonstranten

Darunter fallen alle Äußerungen, die die Demonstranten als friedlich bezeichnen.

Beispiel: Das Aktionsbündnis betont eindringlich, dass die Gewalt einseitig seitens der Polizei ausgeübt wurde, während die Demonstranten sich friedlich verhalten haben.

105 Fakten

Darunter fallen alle Äußerungen, die Fakten wiedergeben, etwa über den Einsatz, den Ablauf der Demonstration, Zahl der eingesetzten Polizisten, Zahl der Demonstranten, Ablauf der Demonstration, Ablauf der Schülerdemonstration usw.

Beispiel: Beispiel: Das Amt für öffentliche Ordnung bestätigt die Aussagen der Initiative: demnach war der Schülerstreik seit dem 24. September angemeldet. Auch die Route bis zur Abschlusskundgebung im Schlossgarten war genehmigt worden.

106 Rechtfertigung des Einsatzes

Darunter fallen alle Äußerungen, die den Einsatz der Polizei gegen die Demonstranten rechtfertigen, etwa dadurch da es sich um ein demokratisch legitimes Projekt handelt, die Aggressivität der Demonstranten usw.

Beispiel: Die Polizei rechtfertigte ihr Vorgehen mit dem massiven Widerstand.

107 Bedauern über die Verletzten

Darunter fallen alle Äußerungen, die die Verletzten bedauern.

Beispiel: Am Mittwoch tritt nun ein Ministerpräsident Mappus ans Pult, der ganz ungewohnte Töne anschlägt. Er spricht leiser als sonst. "Der Streit um unser Eisenbahnprojekt darf nicht dazu führen, dass Menschen verletzt werden", die Verletzten auf beiden Seiten hätten sein Mitgefühl.

108 Bahnhof wird gebaut

Darunter fallen alle Äußerungen, die hervorheben, dass das Projekt fortgesetzt wird, der Bau nicht abgebrochen wird usw.

Beispiel: Für Rose von Stein (FDP) macht der gestrige Tag einerseits "deutlich, dass die Bahn gewillt ist, hier weiterzumachen, dass das Bauvorhaben seinen Gang nimmt."

109 Fehlereingeständnis

Darunter fallen alle Äußerungen, die Fehler hinsichtlich des Einsatzes einräumen, wie etwa dass Feuerwehr und Deutsches Rotes Kreuz nicht über den Einsatz informiert wurden.

Beispiel: Ein Sprecher des Deutschen Roten Kreuzes bestätigte, seine Organisation habe eher zufällig von dem Einsatz erfahren.

110 Signalisierung von Gesprächsbereitschaft

Darunter fallen alle Äußerungen, die Gesprächsbereitschaft signalisieren.

Beispiel: Es wäre schön", mahnt er, "wenn es zu einer Fortsetzung der Gespräche käme".

111 Instrumentalisierung der Kinder

Darunter fallen alle Äußerungen, die den Demonstranten eine Instrumentalisierung der Kinder vorwerfen.

Beispiel: Baden-Württembergs CDU-Fraktionschef Peter Hauk warf den Gegnern des Bahnprojekts vor, sogar Kinder für den Protest zu instrumentalisieren.

112 Dementi/keine Beweise über Gewaltbereitschaft der Demonstranten

Darunter fallen alle Äußerungen, die dementieren, dass die Demonstranten gewaltbereit waren sowie Äußerungen die darauf hinweisen, dass es noch keine Beweise dafür gibt, dass auch die Demonstranten gewaltbereit waren.

Beispiel: Die Aussage, es seien Pflastersteine geflogen, musste die Landesregierung zurücknehmen

113 Rücktrittsangebot

Darunter fallen alle Äußerungen, die aufgrund der Vorkommnisse im Schlossgarten den Rücktritt anbieten.

Beispiel: Wenn die Polizei beim Einsatz im Schlossgarten überzogen habe, müsse das Folgen haben: "Da scheue ich mich persönlich vor keinerlei Konsequenzen, auch wenn ich den Einsatz von Wasserwerfern nicht angeordnete habe."

114 Fakten über das Nachspiel des Einsatzes

Darunter fallen alle Äußerungen, die darauf verweisen, dass ich ein Untersuchungsausschuss mit der Thematik befassen wird.

Beispiel: Die baden-württembergische Landesregierung will die Umstände des Polizeieinsatzes zur Räumung des Stuttgarter Schlossgartens klären. Die Polizeidirektion Stuttgart werte Videoaufnahmen aus, hieß es am Sonntag.

115 Schülerdemonstration rechtmäßig?

Darunter fallen alle Äußerungen, die die Rechtmäßigkeit der Schülerdemonstration anzweifeln.

Beispiel: Aber ich finde es schon merkwürdig, dass in einem Land, in dem Schulpflicht herrscht, 2000 Schüler während der Schulzeit einfach streiken.

116 Betroffenheit

Darunter fallen alle Äußerungen, die Betroffenheit kundtun.

Beispiel: Der Ministerpräsident gestand am Freitag ein, von den Bildern "betroffen" zu sein [...].

117 Kritik an Grünen

Darunter fallen Äußerungen, die Kritik an den Grünen äußern.

Beispiel: Er gab den Grünen eine Mitschuld an der Eskalation: "Da geht die Saat, die die Grünen mitgelegt haben, jetzt auf."

118 Dementi des Rücktritts

Darunter fallen alle Äußerungen, die den Rücktritt Rechts dementieren.

Beispiel: Die schwarz-gelbe Landesregierung in Baden-Württemberg gerät wegen des harten Polizeieinsatzes gegen Stuttgart-21-Gegner immer stärker in Bedrängnis. CDU-Innenminister Heribert Rech schloss aber einen Rücktritt aus.

119 Atmosphäre beruhigen

Darunter fallen alle Aussagen, die eine Beruhigung der Atmosphäre fordern.

Beispiel: "Atem holen, die Atmosphäre beruhigen", so lautet sein Ansinnen.

120 Erwartung einer Aufklärung

Darunter fallen alle Äußerungen, die eine Aufklärung, detaillierte Aufklärung usw. der Ereignisse im Schlossgarten fordern.

Beispiel: Die Opposition erwartet eine detaillierte Aufklärung des Polizeieinsatzes vom Donnerstag.

121 Entschuldigung für unangebrachte Wortwahl

Darunter fallen alle Äußerungen, die sich für die unangebrachte Wortwahl Özdemirs entschuldigen.

Beispiel: Grünen-Chef Cem Özdemir hatte sich zuvor bei Ministerpräsident Stefan Mappus für die Unterstellung entschuldigt, dieser habe im Einsatz gegen die Demonstranten Blut sehen wollen.

122 Rücktrittsforderung an Rech

Darunter fallen alle Aussagen, die Rechts Rücktritt fordern.

Beispiel: Ulrich Maurer, Vizefraktionschef der Linken im Bundestag Maurer, forderte den Rücktritt von Innenminister Heribert Rech (CDU): "Wer versucht, angemeldete Schülerdemos mit Schlagstöcken, Reizgas und Wasserwerfern aufzulösen, hat mit der Demokratie gebrochen und muss als Innenminister seinen Hut nehmen."

123 Kritik an der Kriminalisierung der Demonstranten

Darunter fallen alle Äußerungen, die die Kriminalisierung der Demonstranten kritisieren.

Beispiel: "Die Strategie von Mappus, mit gezielten Provokationen die Stuttgart-21-Gegner zu emotionalisieren, um sie anschließend möglichst kriminalisieren zu können, ist offenkundig und zynisch."

124 Verantwortung Merkels

Darunter fallen alle Äußerungen, die Merkel als Verantwortliche für den Einsatz sehen.

Beispiel: Die Grünen-Fraktionsvorsitzende Künast sagte: "Es ist auch Merkels Einsatz, wenn jetzt Schlagstöcke und Reizgas gegen Schülerinnen und Schüler eingesetzt werden."

125 Sonstiges

Darunter fallen alle Äußerungen, die nicht in eine der zuvor genannten Kategorien passen.

Beispiel: Bis jetzt gibt es mit Sicherheit keine nachhaltige Wirkung.

130 Bewertung der Quellaussagen

Darunter fallen alle Äußerungen von Personen oder Personengruppen, die direkt oder indirekt im Zusammenhang mit den Ereignissen im Stuttgarter Schlossgarten am 30. September 2010 zitiert werden.

Beispiel: "Die Strategie von Mappus, mit gezielten Provokationen die Stuttgart-21-Gegner zu emotionalisieren, um sie anschließend möglichst kriminalisieren zu können, ist offenkundig und zynisch."

131 positiv

Darunter fallen folgende Themenkomplexe: Rechtfertigung des Einsatzes, Instrumentalisierung der Kinder, Bahnhof wird gebaut, Schülerdemonstration rechtmäßig?, Betroffenheit, Kritik an Grünen, Dementi des Rücktritts, Atmosphäre beruhigen, Entschuldigung für unangebrachte Wortwahl.

132 negativ

Darunter fallen folgende Themenkomplexe: Zahl der Verletzten, Kritik am Polizeieinsatz, Verantwortung Mappus, Demonstranten waren friedlich, Bedauern, Fehlereingeständnis, Dementi/Keine Beweise für Gewaltbereitschaft der Demonstranten, Rücktrittsangebot, Erwartung einer Aufklärung, Rücktrittsforderung an Rech, Kritik an Kriminalisierung der Demonstranten, Verantwortung Merkels.

133 neutral

Darunter fallen folgende Themenkomplexe: Fakten, Signalisierung von Gesprächsbereitschaft, politisches Nachspiel des Einsatzes.

Abstract

Die Massenmedien sind in der modernen, funktional differenzierten Gesellschaft allgegenwärtig. Wie eine Gesellschaft, wie Politik verfasst ist, hängt zentral mit den Kommunikationsleistungen des Mediensystems zusammen. Aus diesem Grund kann die moderne Gesellschaft als „Mediengesellschaft“ bezeichnet werden. So werden nicht nur alle gesellschaftlichen Bereiche von den Medien durchdrungen, auch die Vermittlungsgeschwindigkeit und -leistung hat sich enorm ausgeweitet. Die politischen Akteure haben auf diese Entwicklungen mit einer Orientierung an der Medienlogik reagiert. So wurden nicht nur die Kommunikationsstrategien medial ausgerichtet auch die PR-Abteilungen wurden ausgebaut und professionalisiert.

Ein Ereignis, das im Jahr 2010 nicht nur bundesweit große Aufmerksamkeit erregt hatte, war der Polizeieinsatz im Stuttgarter Schlossgarten am 30. September 2010. Die Eskalation im Stuttgarter Schlossgarten – von den Medien als „schwarzer Donnerstag“ bezeichnet – war trauriger Höhepunkt einer Auseinandersetzung um das Bahnprojekt „Stuttgart 21“, bei dem mehr als hundert Menschen verletzt wurden. Zum ersten Mal seit 40 Jahren setzte die Polizei Wasserwerfer gegen Demonstranten ein, die die Baumfällaktionen zu verhindern versuchten. Ziel dieser Arbeit war es einerseits die Begründungen der baden-württembergischen Landesregierung inhaltsanalytisch zu identifizieren. Andererseits wurde die Berichterstattung von vier regionalen und überregionalen Qualitätszeitungen über die Ereignisse dahingehend inhaltsanalytisch analysiert, inwieweit die Kommunikationsziele der baden-württembergischen Landesregierung übernommen wurden.

Um den Stellenwert der Medien in der modernen Gesellschaft zu verdeutlichen, wurde neben den Funktionen der Massenmedien und der Verfasstheit des Mediensystems auch die Entwicklung hin zur Mediengesellschaft näher beleuchtet. Dabei wurde neben dem gesellschaftlichen Wandel, auch der ökonomische Wandel sowie der Wandel des Mediensystems dargestellt. Ein weiterer Punkt legt das Forschungsgebiet der „Politischen Kommunikation“ dar, welches sich damit befasst, wie die gesellschaftliche Kommunikation Prozesse und Strukturen der Politik bedingt und wie Politik gesellschaftliche Kommunikation bedingt und bestimmt. Die Reaktion der Politik wird in einem weiteren Kapitel über politische PR näher beleuchtet, gefolgt von einem Kapitel über die Methode sowie Fakten zum Bahnprojekt Stuttgart 21.

Lebenslauf

Persönliche Daten:

Name: Lisa Staufner
Geburtstag: 28. Januar 1985
Geburtstort: Stuttgart
Nationalität: deutsch

Universitäre Ausbildung:

Seit 2005: Studium der Politikwissenschaft
Seit 2007: Studium der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft
Fall 2009: Auslandssemester an der University of Illinois at Urbana-Champaign, USA