



Politik und Medien im Berliner Wahlkampf

*Eine Umfrage zu dem Wechselspiel zwischen Medien und der politischen
Kommunikation aus Sicht der Berliner Parteien*

Politika Berlin

Torstrasse 98
10119 Berlin

Telefon: 030 – 5034 1109
Fax: 030 – 2850 009

Malte Mau, Dorothee Fesel



Das Wechselspiel sowie die gegenseitige Einflussnahme von Medien und Politik sind zu wichtigen Faktoren in modernen Demokratien geworden. Besonders im Wahlkampf stehen die Parteien und Medienvertreter in einem ständigen Ringen um die medialen Agenden, die die Öffentlichkeit erreichen und somit die potentiellen Wähler informieren.

Aufgabe dieser Umfrage ist die Ergründung dieses Wechselspiels mit der Zielsetzung, dem Einfluss der Berichterstattung auf die Wahlkampfstrategie sowie einigen Trends im Meinungsbild innerhalb von Wahlkampfkampagnen nachzugehen.

Aus diesem Grund führte politika berlin während des Wahlkampfes diese Kurzumfrage „Politik und Medien im Berliner Wahlkampf“ durch, mit der wir die Sichtweise und Beweggründe der wichtigsten politischen Akteure in der Planung des Wahlkampfes – die Wahlkampfleiter – erfragt haben. Die Ergebnisse sind ein Teil unserer Projektarbeit zu „Digital Wahl“ und „Wie Wählt Berlin“ und fließen in die nachfolgenden Dokumentationen mit ein. Die zentralen Aussagen der Befragung wollen wir dennoch in dieser Zusammenfassung gebündelt der Öffentlichkeit zugänglich machen.

Ausrichtung der Kurzumfrage ...

Die Kurzumfrage besteht aus zwei Sektionen und einer offenen Frage. In der ersten Sektion wurden Fragen gestellt, die gezielt auf die Einflussnahme der Medien auf die Wahlkampfstrategie gerichtet waren und eine Einschätzung der Wahlkampfleiter zu der Möglichkeit der Medien, politische Inhalte an der Bürger zu vermitteln, forderten. In der zweiten Sektion wurden Fragen zum Zeitraum des Wahlkampfes und den verwendeten Medien gestellt, die wichtig für eine erfolgreiche Wahl sind. Es wurde eine offene Frage offeriert, in der gebeten wurde, ein Statement hinsichtlich Rückschlüssen bzgl. Ablauf und Ergebnis der letzten Bundestagswahl abzugeben.

Der Fragebogen ist an die Landesverbände der SPD, CDU, PDS, FDP und Bündnis90/Die Grünen verschickt und von allen Parteien beantwortet worden. Die Ergebnisse sind anonym erfasst, einige Zitate sind uns zur Verfügung gestellt worden.



I. Medien, Umfragen und Wahlkampf ...

1. Wie stark wird die Wahlkampfstrategie durch Umfrageergebnisse beeinflusst?

Die Ergebnisse belegen, dass Umfrageergebnisse für die Ausrichtung der Wahlkampfstrategie durchaus von Wichtigkeit sein können, es jedoch nicht immer sein müssen. 2 Parteien gaben einen starken Einfluss an, 2 Parteien gaben wenig Einfluss an und 1 Partei gab kaum Einfluss an.

„Wir wollen Wahlen nicht Umfrageergebnisse gewinnen“ (FDP)

2. Wie stark wird die Wahlkampfstrategie durch die begleitende Berichterstattung beeinflusst?

Ähnlich wie bei den Umfrageergebnissen zeichnet sich ab, dass die Berichterstattung zwar wichtig ist, sich jedoch nicht als unbedingt bestimmend auf die Strategie auswirkt. So gaben wieder 2 Parteien einen starken Einfluss, 2 wenig Einfluss und 1 Partei kaum Einfluss auf die Wahlkampfstrategie an.

3. Stimmen Sie der Aussage zu? Durch die Schnellebigkeit in den Medien können diese heutzutage nicht mehr hinreichend komplizierte politische Sachverhalte an eine große Anzahl von Bürgern vermitteln.

In den Antworten auf diese Frage dominiert eine leicht kritische Sichtweise in den gegebenen Antworten bzgl. der Möglichkeit der Medien hinreichend komplizierte politische Sachverhalte zu vermitteln. So stimmten dieser Aussage 1 Partei mit „Trifft voll und ganz zu“, 1 Partei mit „Trifft eher zu“ und 3 Parteien mit „Trifft teils teils zu“.

4. Was stellt Ihrer Meinung nach die Hauptausrichtung in der Wahlberichterstattung der Medien dar?

In den Parteien werden den Medien folgende Ausrichtungen in ihrer Berichterstattung attestiert: Vertreten einer eigenen Agenda, Fokus auf Spitzenkandidaten, Umfragen und Koalition (bei 1 Enthaltung).

II. Zum Wahlkampf ...

5. Welcher Zeitraum ist Ihrer Ansicht nach der wichtigste für einen erfolgreichen Wahlkampf?

Bei der Beantwortung dieser Frage stellt sich klar heraus, dass die wichtigste Phase des Wahlkampfes für die Parteien die letzte Woche ist. 4 Parteien gaben diesen Zeitraum als wichtigsten Zeitraum an, 1 Partei die letzten vier Wochen.

„Als Partei mit kleinem Budget: Schlussphase wird immer wichtiger, da immer mehr Wähler sich erst am Wahltag bzw. kurz davor entscheiden“ (FDP)

6. Wie wichtig sind die folgenden Medien im Wahlkampf, um Bürger anzusprechen?

Direktkontakt auf der Strasse oder per Post stellt für die Parteien immer noch das wichtigste Medium im Wahlkampf dar, gefolgt von den klassischen Medien TV, Zeitung und Radio. Das Internet wird noch als relativ unbedeutend angesehen, Plakate belegen trotz des massiven Einsatzes auf den Strassen den letzten Platz.

Direktkontakt	TV	Zeitungen	Radio	Internet	Plakate
1	2	3	4	5	6

III. Die offene Frage ...

Gibt es für Sie als Wahlkampfleiter einen klaren Rückschluss bzgl. Ablauf und Ergebnis der letzten Bundestagswahl?

Von der FDP wurde die Antwort als Zitate in den Text eingebaut. 2 Parteien fanden keine Rückschlüssen. Die weiteren sind anonym aufbereitet worden.

„Die Analyse des Verlaufs und der Ergebnisse der BW-Wahl 2005 war für uns Grundlage und Start für die Vorbereitung der Berliner Wahlen 2006. Das betraf die Wahlstrategie, das Kommunikationskonzept, die Zielgruppen, die Hauptthemen und die Tonalität der Kampagne. [...]“

„Ja, die Konzentration auf die letzte Woche“